

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Mojca Jakačič

Analiza volilne izbire neodločenih na primeru lokalnih volitev 2010 v Ljubljani

Doktorska disertacija

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Mojca Jakačič

Mentor: Viš. zn. sod. dr. Slavko Kurdija

Analiza volilne izbire neodločenih na primeru lokalnih volitev 2010 v Ljubljani

Doktorska disertacija

Ljubljana, 2016

*Hvala družini in prijateljem za pomoč in vse spodbudne besede,
še posebej zato, ker edini vedo, koliko mi to delo pomeni.*

*Hvala direktorju za podporo in razumevanje,
da je trajalo nekoliko dlje, kot je bilo načrtovano.*

Hvala mentorju za komentarje, napotke in usmeritve.

[Izjava o avtorstvu]

POVZETEK

Analiza volilne izbire neodločenih na primeru lokalnih volitev 2010 v Ljubljani

Neodločeni volivci so z vidika analize volilne odločitve pomemben del volilnega telesa. Zaradi vse večjega razočaranja nad političnimi akterji in obstoječimi strankami ter vse šibkejše strankarske pripadnosti skupaj z volilnimi abstinenti predstavljajo vse večji del volilnega telesa. Slabjenje strankarske pripadnosti oziroma odmik od tradicionalne strankarske identifikacije, ki je predstavljala bližnjico do volilne izbire, odpira vprašanje izbire alternativ, ki se danes kažejo v izbiri novonastalih strank in/ali nestranskih kandidatov. To sicer povečujejo število, ne pa nujno tudi sprejemljivost možnih izbir. V primeru ne dovolj dobre ali celo nesprejemljive alternative, lahko situacija neodločenega volivca vodi v volilno abstinenco ali pa v izbiro katere od preteklih izbir. Volilna odločitev, ki jo neodločeni volivci sprejmejo nekaj dni pred volitvami ali na samem volišču, je vse prej kot predvidljiva. Prav tako ni nujno racionalna in preiščljena. Postavlja se vprašanje, ali in po čem se med seboj razlikujejo neodločeni volivci ter kaj jih vodi k volilni odločitvi.

V pričujoči doktorski disertaciji analiziramo izbiro neodločenih volivcev na primeru lokalnih volitev 2010 v Ljubljani, in sicer z namenom segmentacije neodločenih volivcev glede na glavne dejavnike, ki vplivajo na njihovo volilno odločitev. Poleg tega želimo pojasniti in razumeti motive, ki neodločene vodijo v volilno izbiro ali v volilno abstinenco.

Izhodišče za analizo volilnega vedenja neodločenih predstavljajo tri klasične teorije oziroma modeli preučevanja volilnega vedenja. Prvi je sociološki model, ki temelji na teoriji družbeno determiniranega pristopa in se osredotoča na vpliv družbenih vezi na volilno vedenje. Drugi je socio-psihološki oziroma michiganski model, pri katerem glavni dejavnik vpliva na volilno izbiro predstavlja identifikacija s stranko. Za oba modela je značilna dolgoročna stabilnost volilne izbire, težje pa pojasnita spremembe pri izbiri na posameznih volitvah, ki so značilne predvsem za neodločene volivce. Tretji model izhaja iz teorije racionalne izbire, pri kateri ključni element predstavljajo informacije. Te lahko odločilno vplivajo na oceno koristnosti neke izbire. Poleg glavnih teorij volilnega vedenja pri obravnavi neodločenih izhajamo tudi iz novejših modelov volilnega odločanja, ki so se skozi čas razvili iz temeljnih teorij volilnega vedenja. Ti v ospredje postavljajo predvsem kratkoročne dejavnike vpliva na volilno odločitev. Volivci se odločajo preko ovrednotenja kandidatov ter političnih in ekonomskih dejavnikov, ki so značilni za vsake volitve posebej. Eden izmed vidnejših sodobnih konceptov volilnega odločanja, na katerega smo se oprli v disertaciji, je tudi koncept strateškega glasovanja, saj se ta način glasovanja vse bolj odraža tudi na volitvah v Sloveniji. Kot protiutež normativnim modelom odločanja smo pri obravnavi neodločenih volivcev v ozir vzeli tudi hevristične modele odločanja, ki poudarjajo pomembnost kognitivnih bližnjic (na primer dispozicijske in všečnostne hevristike), s pomočjo katerih lahko v vsakdanjem življenju, kljub pomanjkljivim informacijam, hitro sprejemamo odločitve. Za neodločene volivce so namreč pogosto značilne tudi impulzivne odločitve. Poleg teorij volilnega odločanja smo se pred analizo volilnega vedenja neodločenih posebej dotaknili tudi vprašanja o stalnosti volilne odločitve in volilne udeležbe, ki sta v primeru, ko gre za neodločene volivce, še posebej negotovi.

Z metodološkega vidika je za raziskovanje na področju volilnega odločanja ključna časovna umestitev raziskave. Ta je pomembna predvsem z vidika obravnave neodločenih volivcev. Delež teh namreč variira ne samo glede na naravo volitev (predsedniške, lokalne, državnozbornske, tudi referendumsko odločanje), pač pa tudi glede na volilno obdobje:

predvolilno, obdobje med volitvami in povolilno obdobje. Ključno za izvedbo raziskave je predvolilno obdobje, ki najbolj aktivira vse sodelujoče v volilnem procesu: politične stranke, kandidate, medije in volivce, zato je tudi delež neodločenih oziroma neopredeljenih največji prav v tem, predvolilnem obdobju. Problematiko neodločenih volitev smo iz tega razloga obravnavali na podlagi raziskave, ki smo jo izvedli v času lokalnih volitev 2010 v Ljubljani, in sicer dva tedna pred volitvami in v prvem tednu po njih. Pred volitvami z namenom identifikacije in segmentacije neodločenih volivcev, po volitvah pa z namenom retrospektivnega pogleda na volitve in razumevanja volilne odločitve. Z namenom celostnega razumevanja problematike neodločenih v procesu volilnega odločanja smo uporabili kombinacijo kvantitativnega in kvalitativnega pristopa, saj nam ta način odpira širše polje za analizo in interpretacijo.

V analizi najprej odkrivamo dejavnike, ki največ prispevajo k ločevanju neodločenih od odločenih volivcev. Izkazalo se je, da sta to v prvi vrsti volilna udeležba in zanimanje za volitve, medtem ko je med dejavniki, ki najmanj prispevajo k ločevanju, identifikacija s stranko. V našem primeru županskih volitev lahko to pojasnimo z vse večjo personalizacijo politike, vse pomembnejšo vlogo osebnosti kandidatov ter nenazadnje z izbiro kandidata neodvisno od strankarskih preferenc. To je poleg predsedniških volitev značilno predvsem za izbiro župana na lokalnih volitvah, kjer je vloga kandidatov zaradi njihove prepoznavnosti in vpetosti v lokalno okolje navadno vidnejša od vloge stranke. V nadaljevanju smo analizo usmerili le na neodločene volivce, saj nas v okviru doktorske disertacije bolj kot razlike neodločenih volivcev v odnosu do odločenih volivcev zanimajo podobnosti in razlike med neodločenimi volivci. Osnovni dve hipotezi, ki smo ju želeli preveriti, sta bili, da **znotraj volilnega telesa obstaja več segmentov neodločenih in da se posamezni segmenti neodločenih značilno razlikujejo glede na dejavnike, ki vplivajo na končno odločitev**. Rezultati analize, ki smo jo opravili s pomočjo hierarhičnega razvrščanja, kažejo na veliko heterogenost skupine neodločenih in na štiri značilne segmente neodločenih volivcev. Segmente oziroma skupine neodločenih smo poimenovali glede na njihove značilnosti v odnosu do preučevanih vidikov volilnega vedenja. Največjo skupino predstavljajo **informirani kritiki** (39,7 %). Gre za skupino neodločenih, ki spremlja družbenopolitično dogajanje na državni in lokalni ravni, je dobro informirana o volitvah in si o vsem poskuša izoblikovati mnenje. Volijo, ker jim ni vseeno za izid volitev in ne glede na to, ali ima njihov izbrani kandidat možnosti za zmago. Njihovi razlogi za neodločenost izhajajo iz kritične obravnave družbenopolitične situacije tako na lokalni kot na državni ravni. Skupina **površni taktiki** predstavlja 34,5 % volilnega telesa neodločenih. Zanje je značilna visoka stopnja zanimanja za volitve. Skupina združuje neodločene volivce, ki bi morda v drugačnem kontekstu volitev lahko delovali kot pravi strateški volivci, katerih izbira je posledica taktiziranja in ne nujno preference, ki bi bila najbolj skladna z njihovimi pogledi. Njihovi razlogi za neodločenost izhajajo iz tehtanja možnih izidov volitev. Tretja skupina so **negotovi skeptiki** (17,0 %). Zanje je značilno, da v manjšem obsegu spremljajo družbenopolitično dogajanje, zaradi česar si težje ustvarijo mnenje in se manj zanimajo za volitve. Pri njih gre bolj kot za odločanje o tem, koga voliti, za odločanje o tem, ali sploh voliti. Njihovi razlogi za neodločenost namreč izhajajo predvsem iz njihove siceršnje negotovosti glede političnih vprašanj in posledično iz skeptičnosti glede smiselnosti glasovanja. Njihova udeležba na volitvah je zato vprašljiva. Zadnjo, najmanjšo skupino, predstavljajo **razočarani pasivneži** (8,8 %). Gre za skupino, ki združuje neodločene volivce, ki so povsem nezainteresirani za politiko in volitve ter tiste, ki so se od politike distancirali zaradi preteklih razočaranj. Govorimo lahko o neodločenih volilnih abstinentih, ki se volitev udeležijo le izjemoma. Njihovi razlogi za neodločenost izhajajo predvsem iz nezanimanja za politično participacijo.

Ugotovili smo, da se posamezni segmenti neodločenih volivcev med seboj razlikujejo predvsem z vidika zanimanja za volitve in za družbeno politično dogajanje, glede na stopnjo informiranja oziroma seznanjenosti s kandidati, percepcijo sprememb v okolju, oceno smiselnosti glasovanja in udeležbe na volitvah ter sekundarnih razlogih za neodločenost. Za neodločene je sicer značilna odsotnost navezanosti na stranke in posledično poudarjanje vloge kandidata pred vlogo stranke. Skupna jim je tudi skeptična drža do prihodnjega družbenopolitičnega dogajanja oziroma negotovost glede sprememb v okolju, kar velja tudi za neodločene, ki so manj oziroma niso zainteresirani za volitve. Skepticizem v veliki meri izhaja tudi iz tedanje slabe družbenopolitične klime v državi, kar se je še posebej pokazalo pri izvedbi fokusnih skupin po volitvah, kjer je dobršni del diskusije potekal v tonu kritičnosti, nezadovoljstva, razočaranja pa tudi apatičnosti. Nestandardizirani instrumenti so tako doprinesli k bolj celostnemu razumevanju volilnega vedenja neodločenih volivcev, saj so omogočili vpogled v skupni imenovalce njihovih motivacijskih aspektov z vidika volilnega odločanja. Pokazalo se je tudi, da **je za odkrivanje in razumevanje posameznih segmentov neodločenih najustreznejši večmetodni pristop**, to je bila tudi naša tretja hipoteza. Dodana vrednost večmetodnega pristopa v primeru preučevanja neodločenih volivcev se kaže tudi v umestitvi raziskave v dve časovni točki, pred in po volitvah, in v preučevanju istih enot, kar omogoča analizo prospektivnega in retrospektivnega pogleda na volitve. Izkazalo se je, da sta skrbna priprava in dovolj velik vzorec ključna za uspešno izvedbo tovrstnega raziskovalnega načrta. Predlagani pristop k preučevanju neodločenih volivcev namreč ne omogoča večjih popravkov terminskega načrta ter dodatnega nabora sodelujočih v drugi fazi raziskave - po volitvah.

Če povzamemo, doktorska disertacija prinaša spoznanja, ki so uporabna tako z metodološkega kot tudi vsebinskega vidika obravnave tistega dela volilnega telesa, ki pred volitvami omahuje glede volilne izbire. Segmentacija neodločenih volivcev odkriva razloge za neodločenost in motivacijske aspekte, ki vodijo k volilni izbiri posameznega segmenta neodločenih volivcev. Kljub temu, da je bila analiza opravljena na študiji primera neodločenih na lokalnih volitvah 2010 v Ljubljani, izsledki raziskave prinašajo širši vpogled na volilno vedenje in dinamiko volilnega telesa. Predlagan kombiniran pristop raziskovanja z izvedbo v dveh časovnih točkah pa je uporaben ne le za analizo neodločenih volivcev; zaradi splošnega upada volilne udeležbe je smiselna njegova uporaba tudi na širšem področju analize volilne abstinence.

Ključni pojmi: neodločeni volivci, lokalne volitve, volilno vedenje, volilna izbira, mešane metode, razvrščanje v skupine, dejavniki političnega ne-opredeljevanja

Abstract

The analysis of voting choices of undecided voters in the case of local elections 2010 in Ljubljana

Based on analysis of the electoral choice, the undecided voters are an important part of any electoral body, especially due to an increasing dissatisfaction with the political players, existing parties and weakening party affiliation combined with voting abstinence. The weakening of party affiliation and shifting away from traditional party identification, which has been perceived as a shortcut to electoral choice, has opened a question of alternative choices, which nowadays present themselves in the shape of newly-formed parties and non-party candidates. This increases the number of choices, which are, however, not all appropriate. In case of a poor or even unacceptable choice, the voters may be forced to retreat to abstinence or to choosing someone who they had already chosen before. The electoral choice, which the voters make just a few days before the elections or even on the election day, is anything but predictable. Additionally, it is necessary that it is rational and well meditated. A question has arisen if and how the undecided voters are different from one another and what leads them to participate in an election.

In this PhD thesis we analyse the choice of the undecided voters on a case study of the 2010 local elections in Ljubljana with a purpose of segmentation of the undecided voters based on the key elements that influence their decision. Additionally, we want to explain as well as understand the motifs that lead an undecided voter to either vote or retreat to voting abstinence.

The starting point for the analysis of the voting behaviour of the undecided is presented by three classical theories or models which study the voting behaviour patterns. The first one is the sociological model, which is based on the theory of social determinants approach and focuses on the influence of social ties on voting behaviour. The second is the socio-psychological or Michigan approach to voting action, which claims that the main factor that influences the electoral choice is party identification. What both models have in common is a long-term stability of electoral choice, but with the aid of only these two approaches it is more difficult to explain the changes in choice at specific election, especially when it comes to the undecided voters. The third model originates in the Rational choice theory, where the key factor is the information. Information is crucial when trying to determine an evaluation of the advantages of certain choice. Besides the three main approaches, we have consulted some other, more recent models and theories of voting behaviour, which have evolved from the three fundamental theories. According to more recent theories, voters make a decision based on the evaluation of candidates, political and economical factors, all of which are specific and unique at each election. One of more noticeable modern concepts of voting, which we have used as a source for our dissertation, is the strategic voting concept, since it is becoming more present also at elections in Slovenia. In opposition to the normative model of decision making, heuristic models of decision making have been taken in account when discussing the undecided voters. The heuristic models emphasize the importance of cognitive shortcuts (e.g. dispositional heuristics, likability heuristics), which enable us to make quick everyday decisions even if we lack all the needed information. A characteristic of the undecided voters is that they are prone to making impulsive decisions. In addition to the theories of voting decisions, we touched upon the question of the consistency of voting decision as well as the voter turnout; both criteria are especially uncertain when it comes to the undecided voters.

From the methodological point of view, the timing of the research is of crucial importance for the research of voting decisions. This is important especially when it comes to the undecided voters. The share that they represent varies, not only when it comes to the nature of elections (presidential, local, parliamentary election, also referendums) but also when we talk about the election period: time before, during and after elections. Of key importance for our research was especially the period before election, since it most efficiently activates all the participants of the election process: political parties, candidates, the media and the voters; because of that the percentage of the undecided voters is the highest in this period. Due to that reason, the issue of undecided voters was based on a research that we conducted at the time of local elections in Ljubljana in 2010, two weeks before the elections and then once again in the first week following them. The purpose of our research prior the elections was the identification and segmentation of the undecided voters. The purpose of the research that we conducted following the elections, however, was to get a retrospective view of the elections as well as a better understanding of voters' decision. With a purpose of fully understanding the issue of undecided voters in the process of making a voting decision, we have applied a combination of qualitative and quantitative approaches, which enabled us to get a wider field for further analysis and interpretation of the results.

In the analytical part we first unveiled the factors that contribute the most to the separation of the undecided voters from the decided ones. We came to the conclusion that the key factors are primarily voters' turnout and interest for election. On the other hand, one of the factors that contributes least to this separation is identification with the political party. In our case of local (mayoral) elections this can be explained with a growing personalization of politics, increasing importance of candidate's personality as well as choosing an appropriate candidate regardless of one's own political preferences. Those characteristics are not applicable only to local, but also to presidential elections. When it comes to local elections, the role of candidates and their involvement in the local environment is more important than the role of a political party. In addition, we focused our analysis only on the undecided voters, because we were more interested in the differences and similarities between various types of undecided voters than in differences between the decided and undecided ones. The two basic hypotheses that we wanted to verify were that **inside the electoral body there are more segments of the undecided voters** and that **there are specific differences that influence their final decision**. The results of the analysis that we have carried out with the help of hierarchical clustering, point to a great heterogeneity of the undecided voters' group and to four typical segments of undecided voters. The segments or groups of undecided voters were named according to their characteristics in relation to their voting patterns. The largest group is called **informed critics** (39,7 %). This is a group, consisting of undecided voters that actively follow the socio-political developments, both on national and local level. The voters are very well informed about the elections and try to form their own opinion about them. They vote because they are not indifferent about the outcome of elections, regardless their candidate's chances of winning. Their reasons for being indecisive result from a critical treatment of socio-political situation, both at local and national levels. The second group, **superficial tactics**, makes up for 34,5 % of electoral body of undecided voters. They display a high level of interest in the elections. This group consists of undecided voters who would function as strategic voters in different contexts. Their decision is a result of calculations and not necessarily of a specific preference, which would be consistent with their views. Their reasons for indecisiveness come from weighing the possible outcomes of the elections. The third group is called **wavering sceptics** (17 %). The members of this group have in common a lacking interest in the socio-political developments, which prevents them from forming own opinion and consequently leads to a reduced interest in the elections. For them, the main question is not who to vote, but whether or not attend the elections at all. Their reasons for indecisiveness

come from their general insecurity about the political questions and consequently from their scepticism in finding any credible purpose for voting. Their election attendance is questionable. The last and smallest group consists of **disappointed passive voters** (8,8 %). This is a group that incorporates all undecided voters that are completely uninterested in politics and elections as well as those who have distanced themselves from politics due to previous disappointments. We can speak of the undecided voting abstainers, who only exceptionally attend the elections. Their reasons for indecisiveness stem from their lack of interest for political participation.

We have come to a conclusion that various segments of undecided voters differentiate especially when it comes to their interest in elections and socio-political developments, level of interest in the candidates, perception of changes in the environment around them, evaluation of the purpose of their attendance at the elections and other reasons for indecisiveness. What all the undecided voters have in common is their lack of attachment to political parties, which results in greater emphasis on the candidate alone. Another characteristic of the undecided voters, who are less interested in elections, is that they are sceptical towards the future socio-political developments and are unsure about the changes in their environment. Their scepticism is largely a result of poor socio-political climate in the country, which has been especially observable with focus groups following the elections, where a large share of the discussion had undertones of criticism, dissatisfaction, disappointment and indifference. The non-standardized instruments have contributed to a comprehensive understanding of voting behaviour of undecided voters. They have enabled an insight into a common denominator of their motivational aspects, as seen from the perspective of voting. We have established that **in order to discover and understand specific segments of undecided voters, one should resort to a multi-method approach**: this was our third hypothesis. The added value of multi-method approach in case of researching the undecided voters can be seen also in the placement of our research in two points in time, before and after elections while investigating the same factors. This enabled us to analyse elections both prospectively and retrospectively. We came to the conclusion that careful planning and a sufficiently large sample are key for a successful realization of this type of research project. The suggested approach to researching undecided voters does not enable major corrections of time schedule and additional selection of participant in the second phase - following the elections.

To sum up, the PhD thesis presents results that can be applicable both to methodological and contextual research of a group of voters that are hesitant before elections. The segmentation of undecided voters reveals the reasons for indecisiveness and motivational aspects that lead to their choice on how to vote. Despite the fact that the analysis is based on a case study of local elections in Ljubljana, 2010, we believe that the results bring an insight in general voting behaviour and dynamics of any electoral body. The suggested multi-method approach of research with realization in two time points can be used in a wider context not only when discussing a specific issue of the undecided voters but also when addressing voting abstinence in general.

Key words: undecided voters, local elections, voting behaviour, electoral choice, mixed methods, hierarchical clustering, factors of political indecisiveness

Kazalo vsebine

1	Uvod z opredelitvijo področja in opisom problema.....	12
1.1.	Neodločeni v procesu volilnega odločanja.....	13
1.2.	Raziskovalno vprašanje in teza	16
1.3.	Uporabljene metode	18
1.4.	Omejitve.....	19
1.5.	Izvirni prispevek disertacije	20
1.6.	Struktura disertacije	21
2	Volilno odločanje in izbira	23
2.1.	Pregled temeljnih konceptov teorij volilnega odločanja	28
2.1.1.	Identifikacija s stranko	28
2.1.2.	Racionalna izbira	31
2.1.2.1.	Strateško glasovanje.....	34
2.1.2.2.	Problemsko glasovanje	38
	<i>Lastništvo nad temo in zahtevnost teme</i>	<i>40</i>
	<i>Ekonomsko glasovanje</i>	<i>41</i>
	<i>Retrospektivno in prospektivno glasovanje</i>	<i>42</i>
2.1.3.	Hevristike in volilne odločitve.....	43
2.1.4.	Personalizacija politike in osebnost kandidata.....	45
2.2.	Učinki volilne kampanje in volivec kot potrošnik	50
2.3.	Nestalnost volilne odločitve.....	52
2.4.	Volilna udeležba	55
3	Raziskovalni pristopi k obravnavi volilnega odločanja.....	58
3.1.	Kvantitativni in kvalitativni pristop	58
3.2.	Pragmatizem.....	60
3.3.	Mešane metode	62
3.3.1.	Raziskovalni načrti mešanih metod	65
4	Analiza volilne izbire neodločenih: primer lokalnih volitev 2010 v Ljubljani	69
4.1.	Opis lokalnih volitev za župana v Ljubljani 2010.....	71
4.2.	Raziskovalni načrt.....	77
4.3.	Prva, kvantitativna faza.....	79
4.3.1.	Vprašalnik.....	80
4.3.2.	Potek, izvedba in struktura vzorca	84

4.3.3.	Odločeni in neodločeni volivci	86
	<i>Predvidena volilna udeležba glede na odločenost</i>	91
	<i>Seznanjenost s kandidati glede na odločenost</i>	92
	<i>Zanimanje za volitve glede na odločenost</i>	93
	<i>'Identifikacija s stranko' glede na odločenost</i>	94
4.3.4.	Razvrščanje v skupine, oblikovanje segmentov neodločenih	98
4.4.	Druga, kvalitativna faza	105
4.4.1.	Opomnik	105
4.4.2.	Potek, izvedba in vzorec	106
4.5.	Rezultati z razpravo	108
4.5.1.	Ocena družbenih razmer v lokalnem okolju	108
4.5.2.	Zanimanje za volitve.....	112
4.5.3.	Volilna udeležba	121
4.5.4.	Seznanjenost s kandidati	127
4.5.5.	Pričakovani zmagovalec	130
4.5.6.	Identifikacija s stranko	134
4.5.7.	Volilno vedenje.....	138
5	Sklep.....	152
	Literatura.....	158
	Stvarno in imensko kazalo.....	166
	Priloge.....	166
	Priloga A: Vprašalnik	172
	Priloga B: Pearsonov koeficient korelacije med spremenljivkami za faktorsko analizo	180

1 Uvod z opredelitvijo področja in opisom problema

Neodločeni so v javnomnenjskih raziskavah stalnica, ko gre za vprašanje volilne izbire. Predvsem z vidika sprejemanja volilne odločitve predstavljajo del volilnega telesa, ki se mu vsaj v slovenskem prostoru posveča premalo pozornosti. Pogosto so obravnavani kot del volilnega telesa, čigar glasovi se bodo porazdelili med kandidate skladno s preostalim - odločenim delom volilnega telesa - ali pa se predpostavlja, da se volitev verjetno ne bodo udeležili. V nasprotju z vnaprej odločenimi in prepričanimi volivci, tako imenovanimi »verniki« (Pečjak, 1995), lahko pri neodločenih razloge za volilno abstinenco in neodločenost iščemo predvsem v ravnodušnosti do politike. V zadnjem obdobju razloge iščemo tudi v vse večjem nezaupanju in razočaranju nad politiko in politiki ter njihovimi odločitvami. Volilna odločitev, ki jo nekaj dni, tik pred volitvami ali na samem volišču sprejmejo neodločeni volivci, je vse prej kot predvidljiva. Prav tako ni nujno racionalna in premišljena. Za razliko od sprejemanja nekaterih drugih odločitev, pri volilnem odločanju posamezniku nenazadnje odločitve niti ni treba sprejeti. Zdi se namreč, da nanj nima direktnega, neposrednega ter zagotovo ne takojšnjega vpliva. Tako se postavlja vprašanje, ali in po čem se med seboj razlikujejo neodločeni volivci, kaj jih vodi k volilni (ne)izbiri ter kako in zakaj se odločajo tako kot se.

Do sredine 70. let prejšnjega stoletja so teorije, ki so se ukvarjale s pojasnjevanjem volilnega vedenja, kot ključno pri volilni izbiri poudarjale predvsem vpliv identifikacije volivca s stranko. V ospredje je bila postavljena povezava med razredno pripadnostjo volivcev in razrednim položajem stranke. Voditelji ali usmeritve strank niso imeli pomembnega vpliva na odločitev posameznika o izbiri, ko je na primer prihajalo do zamenjav v vodstvu ali do premikov v programu stranke (Kropivnik in Zatler 2002, 254). Nekoč determinirajoča razredna in s tem strankarska pripadnost, neodvisna od kandidata, danes ni več ključna. Z razmahom množičnih medijev so volivci postali vse bolj kompetentni in selektivni, ko gre za volilno izbiro. Povečal se je pomen karakteristik, kandidatov in tem, o katerih ti razpravljajo (Houghton 2009, 161). Pri izbiri kandidata volivci uporabijo več različnih kriterijev in ne le ene informacije (Houghton 2009, 164). Če je prej veljalo, da je ključ do izbire strankarska pripadnost oziroma identifikacija s stranko, danes na odločitev vpliva vrsta različnih kratkoročnih dejavnikov. To bo tudi naše izhodišče pri analizi volilne izbire neodločenih, ki predstavljajo fokus naše obravnave.

Nadalje predpostavljamo, da ima del neodločenih izoblikovano mnenje in se kot neodločen opredeljuje le v anketah¹, medtem ko je drugi del neodločenih dejansko neodločen glede volilne izbire. Slednji so neodločeni bodisi zaradi osebnostnih značilnosti bodisi zaradi razočaranja ali nezanimanja za politične teme in/ali zaradi neizoblikovanih stališč. Po drugi strani imajo lahko neodločeni sicer izoblikovana lastna stališča, vendar ta niso jasno izražena v stališčih posameznih kandidatov, strank oziroma njihovih programih, zaradi česar se neodločeni težje odločajo med danimi kandidati oziroma strankami.

V okviru disertacije nas ne zanimajo politične usmeritve in nenazadnje volilna izbira² neodločenih, pač pa je naše raziskovalno vprašanje usmerjeno v obstoj različnih segmentov neodločenih ter razumevanje ključnih dejavnikov vpliva na končno izbiro, če do nje sploh pride. Na primeru preučevanja vplivov na volilno izbiro neodločenih v ospredje postavljamo kombinacijo uporabe dveh metodoloških pristopov, kvantitativnega in kvalitativnega. Statistične metode namreč predstavljajo izhodišča za identifikacijo značilnih primerov, ki so predmet kasnejše podrobnejše obravnave v smislu odkrivanja tistega, kar je pod površjem (Burgess 1927). Prav slednje se nam zdi ključno v pristopu proučevanja in razumevanja dejavnikov vpliva na odločitev neodločenih volivcev. Kombiniranje pristopov bo namreč pripomoglo k bolj celostnemu razumevanju problematike neodločenih v procesu volilnega odločanja, saj se nam na ta način odpira širše polje za analizo in interpretacije preučevanega pojava.

1.1. Neodločeni v procesu volilnega odločanja

V raziskavah so volivci pogosto obravnavani kot homogena skupina (predvsem z vidika načina izbire stranke oziroma kandidata), vendar pa so volivci prej heterogeni v načinu, kako sprejmejo oziroma pridejo do volilne odločitve, na kar kažejo tudi nekatere sodobne študije (Van der Brug in drugi 2007; Kosmidis in Xezonakis 2010). Vreg (2001) na primer v obdobju predvolilnih kampanj loči med *zanesljivimi volivci*, *nevolivci* ter *neopredeljenimi volivci*.

¹ Izbor odgovora '*ne vem*' kot strategija odgovarjanja.

² Čeprav, kot ugotavljajo mnogi (npr. Atenore 2009, 2, Myers 1983, 420), neodločeni igrajo pomembno vlogo na volitvah in znajo determinirati končni izid, razumevanje njihovega vedenja pa je lahko ključ do zmage na volitvah.

Zanesljive volivce opiše kot člane strank in njihove simpatizerje, za katere je značilno, da so stranki politično ali ideološko blizu. Med nevolivce Vreg uvršča tiste, ki se volitev ne udeležijo, z vidika strank pa tudi privrženca nasprotnih strank, torej tiste, ki bodo glasovali proti njim. Za neopredeljene volivce ugotavlja, da so ti navadno apatični in se o volilni izbiri odločijo v zadnjem trenutku. Tudi sicer se neodločene v času predvolilnih kampanj pogosto označuje kot nezainteresirane za volitve in politiko nasploh. V okviru sociološkega pristopa obravnave volilnega vedenja je za neopredeljene posameznike značilno, da se za enega od kandidatov lahko opredelijo šele tekom kampanje, saj imajo običajno nasprotujoče si politične predispozicije, ki bi usmerjale njihovo izbiro (Šiber 2003). Michiganska šola (psihološki pristop) pa pri neodločenih volivcih predpostavlja predvsem šibkejšo navezanost, pripadnost posamezni stranki oziroma kandidatu, ki bi delovala kot motiv oziroma podlaga za dejansko glasovanje. Po Fendovi tipologiji oblikovanja politične identitete, ki je sestavljena na podlagi razmerja med stopnjo političnega interesa in gotovostjo strankarske izbire, ločimo med politično opredeljenimi subjekti, pasivno vezanimi subjekti, iščočimi subjekti in difuznimi oziroma apolitičnimi subjekti (Miheljak 2012, 29-30). Strankarsko neopredeljeni sta slednji dve skupini, pri čemer imajo iščoči subjekti visoko stopnjo političnega interesa, difuzni oziroma apolitični subjekti pa nizko stopnjo političnega interesa.

Pri obravnavi neodločenih volivcev ne gre zanemariti tudi podatka o tem, kdaj je bila volilna odločitev sprejeta, če je sploh bila. Večina neodločenih volivcev do odločitve ali in kako bodo volili, pride le nekaj dni pred volitvami, na dan volitev ali celo na volišču (Vreg 2001, Arcuri in drugi 2008). Kar zadeva volilno udeležbo neodločenih, so že prve ameriške raziskave namigovala na to, da posamezniki, ki med intenzivno volilno kampanjo še nimajo izoblikovanega mnenja, verjetno niti ne bodo volili (Campbell in drugi 1960). Ta predpostavka je bila in je še vedno pogosto razlog za to, da so v anketi samodeklarirani neodločeni v nadaljnjih analizah obravnavani kot manjkajoči podatki. Vendar pa so neodločeni volivci pomemben del volilnega telesa, za nas predvsem z vidika razumevanja njihove volilne odločitve. Tega se ob vse šibkejši strankarski pripadnosti, razočaranju nad obstoječimi politiki, iskanju alternativ v novonastalih strankah in nestranskih kandidatih ter s tem posledično nezanimljivim deležu neodločenih, kar se kaže v predvolilnih anketah, vse bolj zavedajo tudi kandidati in stranke. Tako je pogosto v predvolilnem času poglobljeno vprašanje, kako prepričati neodločene volivce.

Navkljub pomembnosti volilnega telesa neodločenih še ni popolnega razumevanja psiholoških procesov, ki bi okarakterizirali pot od negotovosti do volilne izbire (Arcuri in

drugi 2008, 370). Če so že znane sociodemografske karakteristike neodločenih, pa je manj znanega o odločitvenih procesih, ki na koncu pripeljejo do tega, da glasujejo za enega ali drugega kandidata. Pogosto se zaradi osredotočenosti na samo izbiro kandidata oziroma stranke prezrejo razlike med odločenimi in neodločenimi volivci v procesu sprejemanja odločitev. Pri razumevanju poteka volilne odločitve neodločenih so ključna naslednja vprašanja:

- ali je volilna izbira določenega kandidata oziroma stranke posledica odsotnosti druge privlačne alternative,
- ali je izbira posledica dejansko pozitivnega odnosa do kandidata, stranke,
- ali se je volivec za določeno stranko, kandidata odločil po zahtevnem procesu izbiranja med alternativami,
- ali pa je bila odločitev hipna in bistveno lažja tudi zaradi preteklih izkušenj (Van der Brug in drugi 2007, 14).

Ko govorimo o številu alternativ oziroma imen kandidatov na volilnih lističih, je večji delež neodločenih volivcev pričakovati predvsem na volitvah, ki so kompetitivne narave. To pomeni, da kandidira več enakovrednih si kandidatov ali pa vsaj dva močna kandidata. Ko gre za lokalne volitve, se to v prvi vrsti odraža v prepoznavnosti in priljubljenosti kandidatov. Veliko neodločenih volivcev tako koleba med dvema ali več strankami oziroma kandidati ter odlaša pri odločitvi. To se odraža v dejstvu, da volitve vključujejo tekmovalnost med strankami oziroma kandidati, ki se med seboj potegujejo za glasove neodločenih (Van der Brug in drugi 2007, 13-16). Volivci, ki se odločajo med podobnimi strankami oziroma kandidati, so namreč bolj dovzetni za spremembe in so pri svojih izbirah manj politično vezani. V primeru zelo kompetitivnih volitev na volilno odločitev neodločenih volivcev vpliva predvsem politika stranke oziroma kandidata do reševanja gospodarskih oziroma ekonomskih vprašanj ter njihovo preteklo ravnanje na tem področju.

Večji delež neodločenih volivcev pred volitvami je pričakovati tudi na volitvah, kjer ni dobrih kandidatov oziroma ni alternative enemu "močnemu" kandidatu, ki se je v preteklem obdobju izkazal kot slaba izbira. Za neodločene volivce je namreč značilno, da jim manjka močnejša naklonjenost do strank oziroma pozitiven odnos do kandidata, ki bi jim pomagala pri odločitvi (Myers in O'Connor 1983, 431). Za manj sofisticirane volivce pa velja, da so bolj dovzetni za tekmovalnost med strankami. Zato se v večji meri odzovejo na karkoli, kar bi lahko vplivalo

na njihovo naklonjenost in na moč njihove podpore strankam, med katerimi se odločajo (Eijk in Franklin 2007, 136).

Kljub negotovosti o izbiri kandidata je za deklarirane neodločene volivce v predvolilnem obdobju značilno, da vendarle kažejo različne prikrite odnose in stališča do različnih političnih kandidatov (Arcuri in drugi 2008, 370). Vendar pa je treba poudariti, da simpatija do kandidata še ne pomeni nujno tudi izbire tega kandidata, na kar opozarja tudi Myers (1983). Na volilno odločitev namreč vpliva več dejavnikov, vsečnost je le eden od njih.

1.2. Raziskovalno vprašanje in teza

Omenili smo že, da so neodločeni volivci pogosto prezrti iz podrobnejših analiz volilnega vedenja, čeprav ti ob vse nižjem zaupanju v politiko in politične stranke skupaj z volilnimi abstinenti predstavljajo vse večji del volilnega telesa. V volilnih anketah je izmerjen delež neodločenih praviloma najvišji v obdobju pred volitvami. Pri tem se postavlja vprašanje, ali so vsi, ki se opredelijo za »neodločene«, tudi sicer neodločeni. Fenwick (1982, 384) na primer ugotavlja, da je dejanski delež neodločenih verjetno manjši, kot je zabeležen v anketah. Razloge išče v tem, da del teh, ki se v anketi opredeljujejo kot neodločeni, sicer ima svojo preferenco glede kandidata, vendar je ne želi deliti s tretjo osebo, ko se znajde v anketni situaciji. Pri tem se sklicuje na Perryja, ki je v svoji študiji ugotovil, da se je delež neodločenih ob prikitem glasovanju zmanjšal za tretjino (Fenwick 1982, 384). Po drugi strani predpostavljamo, da je v anketni situaciji kljub morebitni možnosti odgovora *'ne želim odgovoriti'*, anketirancu enostavneje odgovoriti z *'ne vem'*. Delež neodločenih pa se v predvolilnih anketah po drugi strani lahko izkaže za nižjega, če se anketiranca vpraša po trenutni izbiri in ne po tem, koga namerava voliti na prihajajočih volitvah (Perry v Fenwick 1982, 384).

Myers in O'Connor (1983, 420) v povezavi z volilno udeležbo in deklarirano neopredeljenostjo ugotavljata, da so nekatere ameriške raziskave sprva kazale na to, da posamezniki, ki med intenzivno volilno kampanjo o sebi poročajo kot o neodločenih, verjetno ne bodo volili. Vendar pri tem opozarjata, da naj bi se razlog za tovrstne zaključke skrival v tem, da so bili neodločeni pri analizah obravnavani kot manjkajoči podatki, saj so se raziskovalci v analizah osredotočili na odločene volivce. Govorimo lahko torej le o delu

neodločenih, ki ne opravijo končnega dejanja volilne izbire, medtem ko ostali, sicer deklarirani neodločeni, nenazadnje sprejmejo volilno odločitev.

V literaturi je moč zaslediti več tipov neodločenih volivcev (Myers in O'Connor 1983, Chang 2009, Antenore 2009). Del volilnega telesa neodločenih predstavljajo tako imenovani *strateški volivci*. Pri njih gre za volilno odločitev, ki je strateške narave. Strateški volilni modeli predpostavljajo, da volivci izberejo nekega *tretjega* kandidata, ko ocenijo, da njihov favorizirani kandidat nima možnosti za zmago. Ob tem je za strateške volivce značilno, da gojijo negativna čustva do tistega kandidata, ki ima največ možnosti za zmago (Chang 2009, 2). Antenore (2009, 19–20) v povezavi z neodločenimi volivci ločuje med '*pragmatiki*' in '*brezbrižneži*'. Pri tem poudarja razlike med neodločenimi, ki se odločijo premišljeno in konstruktivno ter na podlagi vseh prejetih informacij, in neodločenimi, katerih končna odločitev temelji na površnih informacijah, preteklih izbirah, *pomembnih drugih* (tj. staršev, družine, vrstnikov) ali nepremišljeni odločitvi. Pri *pragmatikih* naj bi se za neodločnostjo skrivalo zanimanje za politične teme. Gre za zrele in konstruktivne volivce. Zanje je značilno, da želijo svojo odločitev tudi razumeti in se ne omejujejo s tem, da bi volili le v skladu s preteklimi izbirami. Pri neodločenih *brezbrižnih* volivcih gre po drugi strani za posameznike, ki ne kažejo interesa za politiko oziroma politične teme. Zato ti politično situacijo in politike dojemajo kot stalnico ter k volitvam običajno pristopijo z negativnim razpoloženjem (Antenore 2009, 19–20). Na lastnost slednjih opozarja tudi Fiorina, ki poudarja, da se o izbiri na volitvah pogosto odločamo s pomočjo retrospektivnega ovrednotenja preteklega mandatnega obdobja (Fiorina 1981). Medtem ko pri odločenih volivcih navadno dominira strankarska pripadnost in odločitve sprejmejo preko retrospektivne evalvacije, neodločenim volivcem navadno manjka močna simpatija do stranke ali pa pozitivna ocena kandidata preko retrospektivnega pogleda, ki bi določal njegovo odločitev.

Izhajajoč iz različnih teorij volilnega odločanja je naše raziskovalno vprašanje usmerjeno v obstoj in razumevanje segmentov neodločenih. Preko kombiniranega kvantitativnega in kvalitativnega pristopa bomo poskušali potrditi tezo, da obstaja več značilnih segmentov neodločenih z jasnim razločevalnim momentom, kar zadeva faktorjev vpliva na končno odločitev o volilni izbiri. Večmetodni pristop pri tem pomembno pripomore tudi k večji veljavnosti oziroma legitimaciji rezultatov. V okviru disertacije bomo preverjali naslednje glavne hipoteze:

1. Znotraj volilnega telesa obstaja več segmentov neodločenih.

2. Posamezni segmenti neodločenih se značilno razlikujejo glede na dejavnike, ki vplivajo na končno odločitev.
3. Za odkrivanje in razumevanje posameznih segmentov neodločenih je najustreznejši večmetodni pristop.

Metode, ki nam bo v pomoč pri preverjanju zastavljenih hipotez, predstavljamo v nadaljevanju.

1.3. Uporabljene metode

V okviru teoretičnega dela se bomo sprva osredotočili na pregled relevantne literature, tako z vsebinskega vidika problematike volilnega odločanja in neodločenih kot tudi z metodološkega vidika obravnave našega problema.

Izhajajoč iz teorij volilnega vedenja in primera dobrih praks, bomo v okviru empiričnega dela z različnimi metodološkimi pristopi obravnavali volilno odločanje neodločenih. Raziskavo bomo izvedli na študiji primera lokalnih volitev za župana Mestne občine Ljubljane (v nadaljevanju MOL), pri čemer cilj ni zgolj formiranje segmentov neodločenih, pač pa nenazadnje tudi razumevanje dejavnikov volilnega odločanja posameznih segmentov neodločenih. Obenem je cilj tudi dognati prednosti komplementarne uporabe kvantitativne in kvalitativne metode pri odkrivanju volilnega vedenja neodločenih, kot specifične skupine volilnega telesa³.

Empirična študija bo izvedena v dveh fazah. V prvi fazi bomo pred volitvami preko strukturiranega standardiziranega vprašalnika identificirali neodločene ter jih nato v drugi fazi, po volitvah, povabili k sodelovanju v fokusnih skupinah. Fokus empiričnega dela obravnavane vsebinske tematike bo tako slonel na dveh temeljnih metodoloških pristopih, kvantitativnem in kvalitativnem. V prvem koraku bomo v predvolilnem obdobju v okviru kvantitativnega pristopa na primarnih podatkih pridobljenih s telefonsko raziskavo opravili razvrščanje neodločenih v skupine. V okviru tega dela bomo izpeljali tudi vzorčenje za namen

³ Pri tem imamo v mislih neodločene kot specifične skupine volilnega telesa z vidika njihove deklarirane neodločenosti v javnomnenjskih raziskavah.

izvedbe kvalitativne raziskave. Ob identifikaciji tistih, ki v svoje izbire niso vnaprej odločeni, želimo namreč odločitve teh tudi razumeti. Po volitvah bomo tako drugem koraku izvedli fokusne skupine s tistimi, ki so se v predvolilnem obdobju opredelili za neodločene. Preko retrospektivnega pogleda na proces odločanja in dogajanja v volilni kampanji bomo s pomočjo fokusnih skupin poskušali odkriti in osvetliti globlje motive v procesu odločanja neodločenih volivcev. Ta način omogoča možnost sledenja neodločenim volivcem in njihovem procesu odločanja. Prednosti podobnega združevanja kvalitativnega in kvantitativnega pristopa je poudaril tudi Antenore (2009), ki je naglasil uporabno vrednost nestandardiziranih instrumentov, ki omogočajo raziskovanje motivacijskih aspektov neodločenih volivcev in poglobljenega proučevanja razlogov za neodločenost. Naša analiza volilnega odločanja neodločenih bo tako temeljila na vzporedni analizi rezultatov s poudarkom na prednostih združevanja obeh metod ter izvedbe v dveh časovnih točkah, pred in po dogodku (volitvah).

1.4. Omejitve

Z vsebinskega vidika omejitve izhajajo predvsem iz specifičnega političnega prostora v Sloveniji, ki je le malo primerljiv z ameriškimi in angleškimi modeli, iz katerih izhajajo nekatere ključne teorije volilnega odločanja. Tu imamo v mislih tiste, ki poudarjajo societalne dejavnike volilnega odločanja. Za razliko od zahodnih držav, kjer naj bi ti dejavniki vplivali na štiri petine volilnih odločitev, je tako v Sloveniji kot v drugih vzhodnoevropskih državah volilni prostor manj razdeljen, prehodi med strankami pa razmeroma pogosti (Pečjak 1995, 180-181). Prav tako gre v našem primeru za še ne docela raziskano problematiko neodločenih v procesu volilnega odločanja oziroma deklariranih neodločenih v okviru javnomnenjskih raziskav. Treba je opozoriti tudi na to, da bo odkrivanje volilnega vedenja oziroma procesa odločanja neodločenih temeljilo na študiji primera (lokalne volitve za župana v MOL, 2010). Kljub temu, da so lokalne volitve dogodek ponovljiv vsake štiri leta, so te namreč vedno specifične in zato vsake drugačne, odvisne od kandidatov, trenutne politične situacije, družbene klime. Zato je na tem mestu treba opozoriti, da se rezultati in s tem nekateri izmed segmentov neodločenih ter analiza njihove volilne odločitve lahko izkažejo za neponovljive in enkratne.

Z metodološkega vidika določene omejitve oziroma težave lahko pričakujemo pri izvedbi raziskovalnega načrta. Ker gre v našem primeru za študijo primera, ki se nanaša na konkretno in neponovljivo volilno situacijo z vnaprej določenim datumom volitev, v njej ni prostora za korekcije časovnice v primeru nepredvidljivih situacij. Pri tem imamo v mislih osip rekrutiranih za sodelovanje v fokusnih skupinah. Problemi z naborem udeležencev na fokusnih skupinah so raziskovalcem tudi sicer znani. V izogib temu se sodelujočim v zameno za sodelovanje običajno obljubi denarno nadomestilo, nagrado oziroma druge oblike ugodnosti. V primeru, če do nepričakovanega osipa kljub vsemu pride, se tovrstne situacije rešujejo z dodatnim vzorčenjem ter izvedbo dodatnih fokusnih skupin. Navadno te namreč niso omejene s točno določenim časovnim okvirjem, ki je neodvisen od raziskovalca.

V našem primeru zaradi omejenih sredstev sodelujočim nismo mogli ponuditi monetarnih ali nemonetarnih spodbud [*incentives*], kot jih običajno uporabljajo večji, z javnim denarjem podprti, projekti. Prav tako zaradi panelnega tipa raziskave (v obeh fazah sodelujejo isti udeleženci) ne bomo mogli nadomestiti morebitnega nenadnega osipa udeležencev na dan fokusnih skupin preko novega vzorčenja neodločenih in izvedbe dodanih fokusnih skupin. Kljub skrbno pripravljenemu raziskovalnemu načrtu, ki predvideva izvedbo telefonske raziskave dva tedna pred volitvami, namenskem vzorčenju neodločenih volivcev za kvalitativno fazo ter izvedbi fokusnih skupin v tednu po volitvah, tako lahko pride do manjšega števila sodelujočih v fokusnih skupinah od načrtovanega oziroma pričakovanega.

1.5. Izvirni prispevek disertacije

Izvirni prispevek disertacije in doprinos k razvoju znanosti na področju družboslovne metodologije se kaže v celostnem pristopu obravnavane problematike neodločenih v procesu volilnega odločanja. Do sedaj so se raziskave v okviru sprejemanja volilnih odločitev, bodisi na ravni lokalnih, državnozborskih ali predsedniških volitev osredotočale predvsem na volilno telo kot celoto. Kljub temu, da nedoločeni predstavljajo pomemben del volilnega telesa, katerih nezanemarljiv delež je prisoten v vseh predvolilnih anketah, je bila pozornost usmerjena predvsem v prepoznavanje njihovih značilnosti, napovedovanju njihove volilne izbire na podlagi podobnosti v vzorcih z opredeljenimi ter njihovega vpliva na končni rezultat. Raziskave volilnega vedenja in odločanja so tako navadno izvedene le z vidika

kvantitativne paradigme, s pomočjo strukturiranih in standardiziranih merskih instrumentov. Ker v disertaciji želimo ne le prepoznati neodločene, pač pa jih tudi segmentirati ter razumeti motive, ki jih vodijo v sprejetje volilne odločitve, bomo problematiko neodločenih obravnavali s pomočjo različnih metodoloških pristopov.

Obravnave neodločenih volivcev se bomo lotili s ciljem razumevanja različnih segmentov neodločenih, za katere iz dosedanjih raziskav in obravnavanih teorij volilnega vedenja predpostavljamo, da obstajajo. Pri tem je treba poudariti, da je slovenski politični prostor kljub vzporednicam, ki jih lahko potegnemo z nekaterimi drugimi političnimi prostori, specifičen, prav tako so specifične lokalne volitve v Sloveniji, v MOL. Izvirni prispevek k razvoju področja družboslovne metodologije v najširšem pomenu se kaže v prednosti komplementarne uporabe kvantitativne in kvalitativne metodologije pri obravnavi problema neodločenih volivcev tudi v slovenskem prostoru.

Čeprav gre v disertaciji za študijo primera neodločenih volivcev na lokalnih volitvah v MOL, pri čemer se zdi, da gre za omejeno situacijo z omejenim dosegom, izsledki disertacije prinašajo širši vpogled na obravnavo procesov volilnega odločanja. Celostna vsebinska obravnava problematike neodločenih je rezultat ne samo kombiniranega pristopa mešanih metod k raziskovanju problematike, pač pa tudi časovne umestitve izvedbe raziskave v realnem času, pred in po volitvah.

1.6. Struktura disertacije

V delu sledimo sistematičnemu pristopu k preučevanju obravnavane problematike tako z vsebinskega kot metodološkega vidika. V uvodnem poglavju smo opredelili področje in obravnavali neodločene kot specifični del volilnega telesa, ki se po eni strani pojavlja v vseh javnomnenjskih raziskavah, po drugi strani pa je pogosto izpuščen iz nadaljnjih analiz in obravnav volilnega vedenja. Nadalje smo opisali raziskovalni problem ter podali raziskovalna vprašanja in tezo. Predstavili smo omejitve ter pričakovani izvirni prispevek disertacije k razvoju področja družboslovne metodologije.

V drugem poglavju se bomo osredotočili na teoretična izhodišča vsebinskega dela, to je volilnega odločanja. Z namenom razumevanja širine in specifik volilnega odločanja sledi pregled ključnih konceptov in teorij volilnega vedenja oziroma odločanja, ki zadevajo tako

odločene kot neodločene volivce. Ob koncu poglavja se dotaknemo tudi vprašanja o stalnosti volilne odločitve in volilne udeležbe. Slednji sta v primeru, ko gre za neodločene volivce, še posebej negotovi.

V tretjem poglavju, v katerem obravnavamo teoretična izhodišča metodološkega dela, bomo na kratko predstavili kvantitativni in kvalitativni pristop k obravnavi volilnega vedenja in odločanja. Nato bomo v luči pragmatizma, ki sloni na uporabi različnih metod in pristopov z namenom dobiti čim bolj vseobsegajoč odgovor na raziskovalno vprašanje, predstavili in se osredotočili na tretji, kombinirani pristop. Pri kombiniranem pristopu gre za uporabo obeh klasičnih pristopov v eni študiji. V nadaljevanju bomo podrobneje predstavili splošne značilnosti s prednostmi in zadržki komplementarne uporabi kvalitativnega in kvantitativnega pristopa pri eni študiji.

Teoretičnim izhodiščem sledi četrto poglavje z empirično analizo volilne izbire neodločenih na primeru lokalnih volitev 2010 v MOL. Ker je za razumevanje volilnega vedenja ter še posebej procesa odločanja neodločenih v predvolilnem obdobju pomembno razumevanje in poznavanje konteksta, ozadja volitev, začetni del poglavja namenjamo orisu specifik lokalnih volitev v MOL. Na kratko bomo predstavili kandidate, njihove programe in ključne vsebine predvolilne kampanje.

V nadaljevanju poglavja bomo opisali raziskovalni načrt, na podlagi katerega smo izvedli empirično raziskavo. Osrednji del četrtega poglavja tako predstavlja empirična analiza. Ta je ločena na kvantitativno fazo, ki je bila opravljena v času pred lokalnimi volitvami, ter kvalitativno fazo, ki je bila opravljena v tednu po volitvah. V prvem delu bomo podatke pridobljene s kvantitativno metodo zakrožili z oblikovanjem segmentov neodločenih. Temu bo sledila predstavitev kvalitativnega dela k obravnavani problematiki. Poglavje bomo zaokrožili z opisom posameznih segmentov neodločenih in razpravo, ki bo pokazala vsebinske ugotovitve obeh raziskovalnih pristopov.

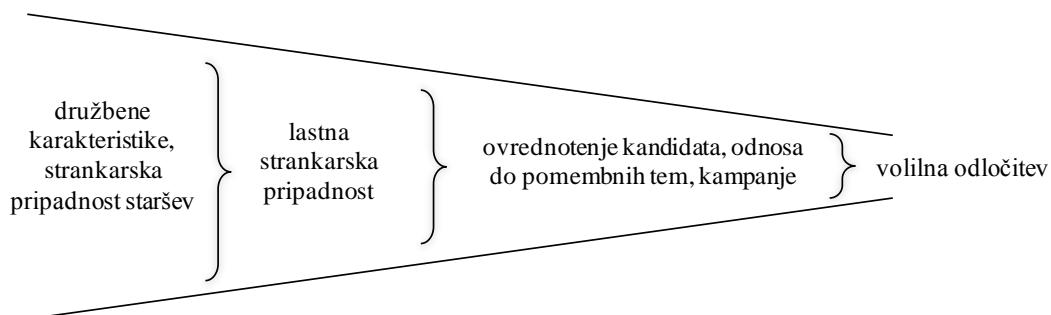
V sklepnem delu bomo povzeli ključne izsledke raziskave, odgovorili na zastavljena raziskovalna vprašanja ter ovrgli oziroma potrdili zastavljene hipoteze. Obenem bomo poudarili prednosti in morebitne pomanjkljivosti uporabe kvantitativnih in kvalitativnih metod v okviru preučevanja volilnih odločitev neodločenih ter nakazali možnosti za nadaljnje raziskovanje.

2 Volilno odločanje in izbira

Prvi modeli volilnega odločanja slonijo na *teoriji družbeno determiniranega pristopa*. V okviru sociološkega pristopa v prvi študiji volilnega vedenja (*The People's Choice, 1944*) Lazarsfeld in sodelavci ugotavljajo, da so volilne odločitve povezane s pripadnostjo družbenemu razredu. Povezane so tudi z versko pripadnostjo ter s področjem bivanja: urbanim ali ruralnim. V tem kontekstu gre za dolgoročne faktorje vpliva na volilno izbiro. Izbira stranke je tako avtomatična posledica volivčevih družbeno-socialnih karakteristik, ki »determinirajo politične preference« (Lazarsfeld in drugi v Denver 1989, 25). Volilna odločitev v tem oziru ni izključno individualna, saj gre za vpliv, ki ga določa referenčna družbena skupina. Ta vpliv je večji pri manjših zaokroženih družbenih skupinah, za katere je značilna močna pripadnost posameznikov skupini (Šiber 2003). Sčasoma so se sicer razrahljale vezi med družbenimi skupinami in strankami, kar kaže na zmanjševanje vpliva razredne pripadnosti na volilne odločitve (Potočnik 2005, 24-25). Poleg tega se je zaradi vpliva sekularizacije in modernizacije zmanjšal tudi vpliv religije, kar je vodilo v nove oblike volilnega vedenja.

Drugi, michiganski model, ki ga je razvil Campbell s sodelavci, predpostavlja, da bolj kot družbeni dejavniki na volilno izbiro vplivajo psihološki dejavniki. Vendar še vedno (tako kot model družbenega determinizma) zagovarja, da so pri strankarski izbiri najpomembnejši *dolgoročni dejavniki*. Pri tem v ospredje postavlja *identifikacijo s stranko* [*party identification*], kot rezultat različnih interakcij posameznika s *pomembnimi drugimi* (Denver 1989, 27). Campbell in sodelavci so sicer v svojem modelu '*lijaka vzročnosti*' (Slika 2.1) dopustili tudi vpliv kratkoročnih faktorjev, kot so evalvacija kandidatov, aktualna vprašanja [*issues*], učinki kampanje in javne razprave.

Slika 2.1: Shema "lijak vzročnosti" - michiganski model



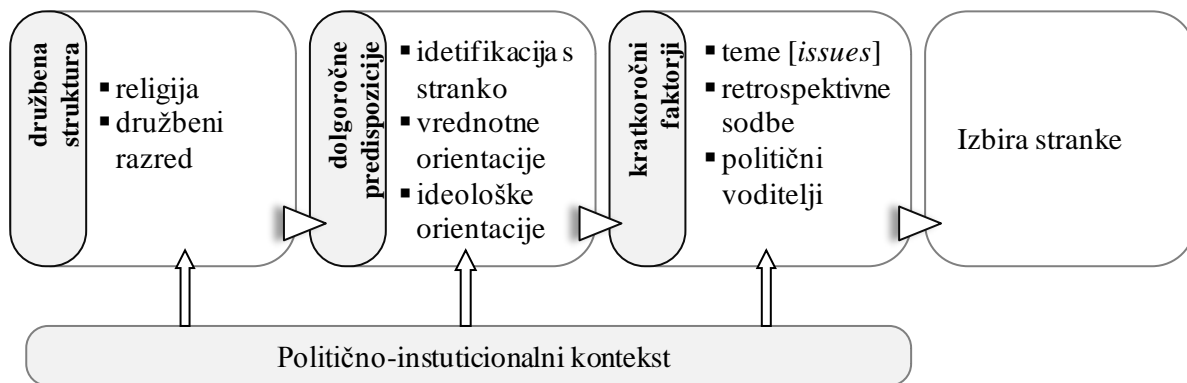
Vir: Anderson in Stephenson (2010, 4).

Shema lijaka vzročnosti (Slika 2.1) prikazuje vpliv družbenih karakteristik (etničnost, rasa, religija, izobrazba, poklic, družbeni razred, starševska strankarska pripadnost) na strankarsko pripadnost oziroma identifikacijo s stranko. Vendar pa lahko ob določenih pogojih drugi pomembni in kratkotrajni dejavniki presežejo strankarsko pripadnost in vodijo do volilne odločitve. Ti dejavniki so na primer ocene, ovrednotenje kandidatov, njihovih stališč ter njihovega odnosa do pomembnih tem. Mednje vključujemo tudi učinke kampanje, javne razprave ter pogovore z družino in prijatelji. Za te dejavnike lahko danes rečemo, da imajo predvsem pri neodločenih volivcih večjo, a ne nujno tudi odločilno težo v procesu odločanja.

Z razvojem postindustrijskih družb, urbanizacijo, izboljšanjem izobrazbene strukture volivcev, razvojem socialne države, naraščajočo pomembnostjo storitvenega sektorja, povečano geografsko in družbeno oziroma socialno mobilnostjo ter širjenjem množičnih medijev so družbene spremembe v demokratičnih političnih sistemih vplivale na oblikovanje volilnih odločitev. Še posebej s širjenjem množičnih medijev so se namreč povečale možnosti za oblikovanje volilnih odločitev neodvisno od tradicionalnih političnih izhodišč (Potočnik 2005; Thomassen 2005), kot je na primer identifikacija s stranko. Strankarska pripadnost in s tem tudi zvestoba posamezni stranki je bila že konec 70ih let prejšnjega stoletja vse manj značilna za mlajše volivce (Abramson 1979, 95). Poleg tega je dandanes vse več novonastalih strank in neodvisnih kandidatov in list, ki v ospredje bolj kot ideološko postavljajo problemsko opredeljenost. Njihov "rok trajanja" je tako pogosto omejen na eno ali dve volilni obdobji, zaradi česar se strankarska pripadnost volivcev oziroma identifikacija s stranko pravzaprav ne moreta razviti tako kot pri tradicionalnih strankah z jasno vrednotno in ideološko usmerjenostjo. Po drugi strani pa so tudi volivci postali vse bolj informirani posamezniki, kar vodi v občutek neodvisnosti in avtonomije nad odločanjem v odnosu do tradicionalnih in dolgoročnih virov vpliva na volilne odločitve. Tak razvoj ima posledice tako na dejavnike, ki vodijo v izbiro stranke, kot tudi na volilno udeležbo (Fuchs in Klingemann v Thomassen 2005, 6).

V nadaljevanju predstavljamo konceptualni okvir volilnega odločanja, ki zajema nekatere glavne dolgoročne in kratkoročne dejavnike vpliva na volilno izbiro ter obenem upošteva politično-institucionalni kontekst.

Slika 2.2: Konceptualni okvir volilne odločitve



Vir: Thomassen (2005, 8).

Slika 2.2. prikazuje vpliv posameznih dejavnikov na volilno izbiro. Dolgoročno predispozicijo za izbiro stranke predstavlja identifikacija s stranko, ki je skladna z vrednotno in ideološko orientacijo posameznika. Vrednotna in ideološka usmerjenost se razvijeta na podlagi pripadnosti družbenim strukturam, na primer pripadnost religiji, družbenemu razredu in podobno. Družbeno strukturo in dolgoročne predispozicije lahko razumemo kot stabilne dejavnike vpliva na dojetje aktualne politične situacije, kar vpliva na konkretno volilno izbiro. Med kratkoročne dejavnike štejemo na primer odnos do aktualnih tem ter retrospektivno vrednotenje političnih akterjev v zadnjem volilnem obdobju. Ob upoštevanju politično-institucionalnega konteksta, v katerem se odvijajo volitve, družbena struktura torej vpliva na dolgoročne predispozicije, te pa vplivajo na kratkoročne dejavnike vpliva in volilno izbiro.

Shema konceptualnega okvira volilne odločitve (Slika 2.2) po drugi strani lahko beremo z vidika razvoja volilnih teorij oziroma njenih poudarkov. Z zmanjševanjem razredne in religijske delitve najprej do izraza prihaja identifikacija s stranko ter vrednotne in ideološke orientacije posameznika. Nadalje pa se z modernizacijo in dostopom do množičnih medijev volivci vse bolj soočajo s kompleksnostjo politike. Modernizacija družbe in globalizacija sta v politični prostor prinesli nove izzive. Politiki zaradi široke uporabe množičnih medijev in družbenih omrežij postajajo vse bolj dostopni. Ti niso več nad volivci, pač pa med njimi. Politika postaja vse manj abstraktna. Vse bolj so pomembna aktualna vprašanja ter konkretni odgovori in rešitve. Volivci se vse bolj odločajo na osnovi ovrednotenja preteklih, trenutnih in pričakovanih dejanj kandidatov oziroma strank.

Novi pogledi raziskovanja volilne odločitve vse bolj zagovarjajo tezo, da pri volilni izbiri *kratkoročni dejavniki* prevladujejo nad *dolgoročnimi dejavniki* volilnega vedenja. To je še posebej značilno za neodločene volivce, vsaj z vidika identifikacije s stranko, saj je ta pri njih razvita v manjši meri, če sploh. Ob zmanjševanju vpliva tradicionalnih političnih izhodišč in s tem nižji stopnji strankarske pripadnosti na volilno izbiro vse bolj vplivajo politična stališča, oblikovana na podlagi odnosa do aktualnih tem in vprašanj. Iz tega izhaja tudi model problemskega glasovanja [*issue voting*], bodisi z *naložbenega* ali *retrospektivnega* vidika glasovanja, ki se na *teorijo racionalne izbire* (Denver 1989, 75) navezuje kot odgovor na nestalnost volilne odločitve, a več o tem v nadaljevanju. Z vidika *ekonomskega glasovanja* se volivci osredotočajo na aktualne ekonomske teme ter poteze aktualnih političnih voditeljev, vezanih na gospodarska vprašanja. Ta so v obdobju nestabilnega gospodarstva in ekonomske krize še toliko bolj pomembna. Volivci se namreč v obdobju gospodarske krize usmerjajo predvsem na odnos kandidatov oziroma strank do ključnih vprašanj reševanja krize. Pri volilni odločitvi imajo tako aktualne poteze pri reševanju problematike večjo težo kot pripadnost stranki ali celo ideološke in vrednotne orientacije.

Z vidika dejavnikov, ki vplivajo na volilno odločitev, je poleg družbenega konteksta, v katerem se odvijajo volitve, pomemben tudi tip volitev. Pri evropskih, predsedniških ali lokalnih volitvah za župane ima v procesu volilnega odločanja pomembno težo predvsem vloga kandidata. S porastom novonastalih strank to vse bolj velja tudi za državnozborske volitve, saj je zanje značilno, da se oblikujejo okrog imen, ki so sicer znana ter ugledna na svojih področjih delovanja, a nova v političnem prostoru. Izrazitejše so individualizirane volilne kampanje, ki v ospredje postavljajo kandidata. V ospredje prihaja vloga osebnosti in ne več stranka, ki stoji za njim. Vse bolj pomembno vlogo ob tem igra tudi zaupanje v politične akterje ter prepoznavanje kompetenc kandidatov za vloge političnih voditeljev. Gre za *personalizacijo politike*, pri kateri se vse večji poudarek pripisuje osebnim vrednotam v okviru političnih izbir (Barnea in Schwartz 1998) ter *naklonjenost voditeljem* (Pečjak 1995; Kropivnik in Zatler 2002; Kurdija 2004; Houghton 2009). Pomembno vlogo pridobivajo nastopi kandidatov v okviru volilnih kampanj ter mediji, ki poskušajo igrati na čustva (Kurdija 2004, 116). Volilne kampanje in predvolilne oddaje s predstavitvijo kandidatov le-te vse bolj prikazujejo kot navadne smrtnike. Primer tovrstne personalizacije politike je na primer predsedniška kampanja Boruta Pahorja 2012, ki se je med kampanjo postavil v vrsto vlog različnih poklicev. Nič nenavadnega danes niso televizijska soočenja in oddaje, v katerih poleg kandidatov nastopajo tudi njihovi bližnji, družina, kjer vprašanja novinarjev niso strogo

politično, pač pa tudi osebno obarvana ali pa celo povabila volivcev na kavo, čaj oziroma klepet s strani kandidatov samih. Pogosto so v volilnih reklamnih letakih bolj kot zavzemanja in stališča kandidatov do posameznih vprašanj izpostavljena znane osebnosti, ki kandidata podpirajo, še posebej, če je kandidat sam manj znan. Lahko bi rekli, da za ovrednotenje manj poznanih kandidatov v tem kontekstu velja: povej mi, s kom se družiš in kdo te podpira in vedel bom, ali si vreden mojega glasu.

Kljub temu da v ospredje vse bolj prihaja personalizacija politike in ostali kratkoročni dejavniki ter da imajo nekateri prvotno močni dolgoročni dejavniki danes manjši vpliv na volilno izbiro, ti niso nepomembni pri oblikovanju volilne odločitve. Tako stranke, kandidati kot volivci sicer spreminjajo problemske prioritete in tudi stališča, vendar družbeni kontekst lahko še vedno značilno vpliva na presojo različnih politik in njihovih učinkov. Tudi *racionalni volivec* potrebuje temelje, na podlagi katerih oblikuje odločitev⁴ (Evans 2004, 198). Ravno ti temelji izhajajo iz družbene strukture in dolgoročnih predispozicij. Kljub temu da je šel razvoj novodobnih teorij volilnega vedenja vse bolj v smeri zagovarjanja teze, da na volilno izbiro družbeni dejavniki nimajo vpliva, glavne študije volilnega vedenja v svojih razlagah še vedno vključujejo sociološki pogled in tudi koncept identifikacije s stranko, o katerem bomo pisali v nadaljevanju. Razlage volilnega glasovanja, ki izhajajo iz teorije družbene strukture, so pravzaprav doživele nekakšen »intelektualni in metodološki preporod, še posebej v odgovoru na moderno domišljavost, da je vse individualno in razdrobljeno ter da nič ni družbeno in kolektivno« (Evans 2004, 30). Na oblikovanje političnih stališč in volilno izbiro še vedno vpliva tako družbeni položaj posameznika kot tudi njegove socialno demografske značilnosti. Oboje ima namreč vpliv na prioriteta področja posameznikovega zanimanja in na stopnjo njegove politične participacije.

Posamezni volilni modeli poudarjajo le določene dejavnike vpliva, zaradi česar posameznim pristopom pogosto ne uspe razložiti volilne odločitve celotnega volilnega telesa (Anderson in Stephenson 2010). K težnji po razlagi volilnega vedenja in odločanja v vsej njegovi kompleksnosti je zato v obzir smotrno vzeti več posameznih perspektiv in različnih teorij o tem, kako in zakaj se volivci, še posebej neodločeni, odločajo in odločijo za izbiro določene stranke oziroma kandidata.

⁴ Tudi pri racionalni izbiri so pomembne vrednote. Od teh je namreč odvisno naše dojemanje preteklih izkušenj in občutenje zadovoljstva.

2.1. Pregled temeljnih konceptov teorij volilnega odločanja

Vsaka konkretna volilna odločitev je pogojena z več dejavniki. Če povzamemo, v literaturi o volilnem vedenju zasledimo tri poglobitve modele volilnega odločanja. Prvi je sociološki model, pri katerem so družbeni dejavniki (npr. družbeno-ekonomski status, vera, področje bivanja) tisti, ki determinirajo politične preference. Drugi je psihološki model, pri katerem je glavni faktor vpliva identifikacija s stranko, ki izhaja iz emocionalne navezanosti na stranko. Za oba modela je značilna dolgoročna stabilnost volilne izbire, težje pa pojasnjujeta spremembe v izbiri na posameznih volitvah. Na slednje se osredotoča tretji model, model ekonomskega glasovanja oziroma teorija racionalne izbire, ki je osnova za vrsto novejših modelov volilnega odločanja. Tem je skupno, da na odločitev vplivajo kratkoročni dejavniki, pri čemer se volivci odločajo za optimalno izbiro, in sicer preko vrednotenja političnih in ekonomskih dejavnikov, ki so značilni za vsake volitve posebej. Kot protitež normativnim modelom naj na tem mestu izpostavimo še tako imenovane hevristične modele odločanja, ki poudarjajo pomembnost kognitivnih bližnjic, s pomočjo katerih v vsakdanjem življenju, ko smo soočeni s pomanjkljivimi informacijami, hitro sprejemamo odločitve (Musek in drugi 1985, 40-46, Simon 1990, Kahneman 2003). V nadaljevanju nimamo namena podrobno obravnavati vseh teorij volilnega odločanja, pač pa želimo osvetliti tiste, za katere menimo, da so ključni za analizo volilne izbire neodločenih.

2.1.1. Identifikacija s stranko

Identifikacija s stranko oziroma strankarska pripadnost izhaja iz michiganskega modela volilnega vedenja. Pri identifikaciji s stranko gre za osebno navezanost, ki jo posameznik čuti do izbrane stranke in se kaže kot pripadnost stranki (Campbell in drugi 1954: 88-89). Avtorji so s konceptom identifikacije s stranko poskušali opredeliti dejavnik, ki je trajnejši od vsakokratnega opredeljevanja do posameznih kandidatov določene stranke (Šiber 2003, 95). Ko ima posameznik enkrat razvito strankarsko identifikacijo, se praviloma politično opredeljuje za to stranko neodvisno od kandidata, ki jo zastopa, in neodvisno od programa, ki ga predstavlja. Identifikacija s stranko se kot psihološka oziroma emocionalna navezanost na stranko razvije v okviru 'socializacijskih' procesov. Socializacijski procesi in posameznikov družbeni kontekst namreč vzpostavljajo pogoje za psihološko podlago naklonjenosti posamezni stranki (Evans 2004, 25).

Identifikacija s stranko se razvije na osnovi občutka bližine posamezni družbeni skupini, ki jo med drugim zaznamuje tudi povezanost z določeno stranko oziroma politično opcijo. Posameznik s posnemanjem vrednot *pomembnih drugih* in družbene skupine, v katero se umešča, razvije prepričanje, da so njegovi pogledi usklajeni s pogledi in vrednotami stranke, ki se povezuje z njegovo družbeno skupino. Pri tem je treba poudariti, da identifikacija s stranko ne izvira nujno iz logičnih in racionalnih odločitev, saj je usklajenost pogledov rezultat subjektivne ocene in ne objektivnega opazovanja (Bannon 2003, 139-140). Posameznik, ki se identificira z določeno stranko, verjame, da bo izbrana stranka najbolje predstavljala njegovo družbeno skupino, čeprav za to ni nujno objektivnih znakov, na podlagi katerih bi oblikoval to prepričanje (Harrop in Miller 1987).

Ker gre v primeru identifikacije s stranko za produkt dolgoročnih dejavnikov, so volivci običajno stabilni v svoji strankarski izbiri in na več zaporednih volitvah le redko prehajajo med strankami (Denver 2007, 296). Identifikacija s stranko v tem pogledu velja za najbolj očitni indikator volilne stabilnosti. Odsotnost strankarske identifikacije pa je značilna za nedoločene volivce. Strankarske vezi posamezniku namreč pomagajo, da se orientira v kompleksnem prostoru politike, nudijo okvir za asimilacijo političnih informacij, razumevanje političnih tem in sprejemanje političnih sodb (Thomassen 2005, 11). Na volitvah se tako ta posplošena podpora strankam skoraj avtomatično pretvori v glasovanje za ustrezno stranko. Če ima volivec razvito psihološko simpatijo do določene stranke, bo ta delovala kot izhodišče za glasovanje za to stranko, kar močno zmanjša verjetnost, da bo v času volitev spremenil odločitev in glasoval za katero drugo (Evans 2004, 175). Koncept identifikacije s stranko je tako predstavljal tudi osnovo pri razvoju kasnejših teorij volilnega odločanja, saj naj bi podal dobro razlago o tem, zakaj naj bi večina volivcev skoraj vedno volila eno stranko (Evans 2004, 24).

Med kritikami koncepta identifikacije s stranko lahko sicer zasledimo več vidikov. Prvi se nanaša na vprašljivost koncepta v okoljih z večstrankarskim sistemom, z razdrobljenim političnim prostorom in razmeroma novimi političnimi strankami. Koncept identifikacije s stranko namreč izhaja iz tradicionalnega dvostrankarskega političnega okolja ZDA, kjer je pripadnost demokratom ali republikancem močno povezana z vrednotnim sistemom posameznika kot dolgoročnim dejavnikom. Skeptičnost do tega koncepta se kaže v evropskih državah, v katerih ni tradicionalnega dvostrankarskega političnega okolja, kot je to značilno za ZDA (Evans 2004, 25). Predvsem za vzhodnoevropske države velja, da si stranke niso razdelile volilnega telesa, kar je tudi sicer značilno za nove demokracije (Pečjak 1995, 180-

181). Volivci se prej kot s strankami identificirajo z levo, desno ali sredinsko politično opcijo. To še posebej velja za večstrankarske sisteme, v katerih se pojavljajo alternativne nove stranke, ki v ospredje postavljajo ugledna, prepoznavna imena. Posledica tega so pogosta prehajanja volivcev med strankami. To velja tudi za Slovenijo, kjer v zadnjem času beležimo veliko število novonastalih strank. Posledično ne prihaja le do prehajanja glasov med volivci, pač pa tudi prehajanja kandidatov med strankami. Bolj kot identifikacija s stranko je v novih demokracijah in večstrankarskih sistemih v ospredje postavljena vključenost v različne družbene skupine. Za volivce, ki pripadajo različnim družbenim skupinam, velja, da »so največkrat neodločeni in se nagibajo zdaj na eno zdaj na drugo stran« (Pečjak 1995, 182). Večja pripadnost določeni družbeni skupini ne pogojuje izbire določene stranke, pač pa le povečuje verjetnost njene izbire.

Za Evropo je značilno, da med dejavnike volilnega odločanja bolj kot psihološko naklonjenost stranki uvrščamo posameznikovo ideološko pozicijo oz. njegovo pripadnost družbeni skupini (Budge in drugi 1976). Evropski raziskovalci so identifikacijo s stranko pogosto videli celo kot nepotrebno spremenljivko med družbeno strukturo in volilno izbiro (Evans 2004, 62). Zato se raje ozirajo na učinke družbenega konteksta na volilno vedenje, kot je na primer model, povezan s sociološkimi odločilnimi dejavniki volilnih izbir (Evans 2004, 25). Socializacijski procesi in družbeni kontekst namreč privedejo do psiholoških predispozicij za naklonjenost k določeni stranki. Postavlja se vprašanje, zakaj ne meriti neposrednih učinkov družbenega konteksta na volilno izbiro mimo identifikacije s stranko.

Lojalnost stranki, ki izhaja iz emocionalne navezanosti na stranko in ne iz racionalnih kalkulacij, je vprašljiva tudi z vidika racionalne izbire (Evans 2004, 175). Če volivec ostane zvest eni stranki, in to ne izhaja iz racionalnih kalkulacij, ki kažejo vedno na isto stranko, potem bi morala biti takšna lojalnost razumljena kot racionalno 'zmanjševanje stroškov'⁵ pri oblikovanju odločitve o izbiri. Enaka izbira je upravičena iz razloga manjše potrebe po zamudnem pridobivanju novih informacij o kandidatih, strankah in njihovih programih. Zadovoljstvo in zaupanje volivca je v tem primeru zadostno, da lahko vodi k 'slepi' izbiri iste stranke oziroma kandidata. Pri tovrstni izbiri gre na neki način za izbiro, ki izhaja iz slepega zaupanja, pa tudi nezanimanja za politiko, kar pa prinaša tudi določeno tveganje.

⁵ Gre za prisposodobno o ceni vloženega truda za doseg želenega. Izhaja iz logike ekonomske racionalnosti, pri kateri gre za strmenje k dosegu zelenih ciljev, ugodnosti, s čim manj stroškov oziroma tveganja.

2.1.2. Racionalna izbira

Predhodnik teorije racionalne izbire je na neki način Weber, ki v svoji tipologiji družbenega delovanja poleg afektivnega in tradicionalnega še največ pozornosti posveti prav racionalnemu delovanju. Medtem ko naj bi afektivna delovanja izhajala iz trenutnega čustvenega razpoloženja posameznikov ter tradicionalna delovanja na utrjenih običajih, so racionalna tista, ki zasledujejo jasne cilje. Weber je racionalno delovanje »razumel kot tisto delovanje, ki temelji na jasni zavesti o cilju in na sistematičnem ocenjevanju sredstev za dosego cilja, pri čemer je izhajal iz družbenega akterja (posameznika) in njegovega razumevanja sveta« (Lavrič 2007, 40). Weber loči med »objektivno pravilno racionalnostjo« in »subjektivno smotrno racionalnostjo« (Weber 1989, 162). Pri prvi gre za idealno tipski konstrukt, druga pa izhaja iz subjektivnih pričakovanj optimalne skladnosti med sredstvi in jasnimi cilji.

Teorija racionalne izbire izhaja ravno iz predpostavke, da so posamezniki pri svojem delovanju racionalno motivirani na način, da pri svojih izbirah poskušajo slediti subjektivno racionalnemu kriteriju maksimalne koristnosti. Z vidika teorije racionalne izbire se posameznik odloča za možnosti, ki jih sam zaznava kot racionalne na osnovi lastnih informacij in razumevanja (Lavrič 2007, 40-41). Za razumevanje racionalne izbire je torej pomembno subjektivno stališče posameznika, ki se odloča. Pri tem se Lavrič sklicuje na Elsterja, ki pravi, da pri racionalnem vedenju ne gre za optimalno objektivno vedenje, temveč za vedenje, »ki se zdi optimalno akterju samemu in ki je uresničeno prav zato, ker je percipirano kot optimalno« (Elster v Lavrič 2007, 40).

Eden prvih, ki je teorijo racionalne izbire iz ekonomske teorije apliciral na polje političnega, je bil Anthony Downs. Racionalnost je definiral v smislu prizadevanja posameznika k uresničevanju ciljev na kar najbolj razumen oziroma smiseln način (Downs 1957a). Pri tem izpostavi naslednjih pet kriterijev racionalnosti posameznika:

- zmožnost sprejetja odločitve,
- sposobnost določanja in razvrščanja prioritet med alternativami,

- sposobnost razvrščanja prioritet po načelu prehodnosti⁶,
- doslednost pri izbiri prve, najvišje razvrščene alternative,
- doslednost pri sprejemanju enake odločitve v enakih okoliščinah, v primeru, da se alternative pojavijo v različnih časovnih točkah (Downs 1957a, 6).

Ti kriteriji predpostavljajo, da ima racionalni posameznik jasno idejo o cilju in o tem, kako so s ciljem povezane alternative. Ko gre za motive volilne odločitve, so po Downs su racionalni lahko le politični in ekonomski motivi. Vendar pa racionalnost volivca ni dovolj. Racionalen volivec lahko obstaja le, če so racionalne tudi stranke, ki jih voli (Downs 1957a). Stranke oziroma politične akterje naj bi v njihovih dejanjih motivirala izključno želja po oblasti, prestižu in moči. Zato so za dosego teh ciljev usmerjeni v maksimiziranje politične podpore volivcev, saj zastavljene cilje lahko dosežejo le z izvolitvijo (Downs 1957b, 137). Na drugi strani pa racionalni volivci volitve vidijo izključno z vidika izbire vlade, od katere bodo imeli največ koristi (Downs 1957b, 138). Downs pri tem poudarja, da je primarni dejavnik, ki vpliva na oceno o tem, kako bo stranka delovala v bodoče, njeno preteklo delovanje in ne dane obljube tekom kampanje. To pomeni, da je odločitev v prvi vrsti sprejeta na podlagi dejstev in ne na podlagi domnev.

Ključni element v teoriji racionalne izbire tako predstavljajo informacije, saj le-te lahko vodijo k ocenjevanju oziroma ovrednotenju koristnosti neke izbire. Za racionalno odločitev, to je za volivca optimalno izbiro, volivec sprva potrebuje vse relevantne informacije, nato pa mora v obzir vzeti še vse možne alternativne rešitve (Houghton 2009, 30). Glede na stopnjo informiranosti in pogleda na stranke Downs loči različne tipe volivcev: *prepričani volivci*, *negotovi volivci* ter *zvesti volivci* (Downs 1957a).

⁶Če je prva alternativa pred drugo in druga pred tretjo, potem je tudi prva pred tretjo ($1 > 2, 2 > 3 \rightarrow$ torej mora biti $1 > 3$).

Tabela 2.1: Tip volivcev glede na stopnjo informiranosti in pogleda na stranke po Downs

Tip volivcev	Značilnosti glede na stopnjo informiranosti in pogleda na stranke
Prepričani	<ul style="list-style-type: none"> ▪ so dobro informirani o strankah ▪ v primeru 'agitatorjev' ti nagovarjajo tudi druge, da volijo enako kot oni ▪ v to skupino sodijo tudi neaktivni oziroma pasivni volivci
Negotovi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nimajo dovolj informacij, da bi se odločili
Zvesti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ informirali so se na preteklih volitvah ▪ vse dokler je stopnja zadovoljstva glede na razmere zadovoljiva, ne spreminjajo volilne odločitve

Vir: Downs (1957a, 84-85).

Z vidika informiranosti in pogleda na stranke lahko neodločene volivce najdemo tako v drugem kot tudi v tretjem tipu. Za *negotove volivce* je značilno, da nimajo dovolj informacij, ki vodijo v odločitev, kar se odraža v njihovi neodločnosti in neopredeljenosti. Medtem pa pri *zvestih volivcih* zvestoba velja le, dokler je stopnja njihovega zadovoljstva zadovoljiva. Ko volivec spozna, da njegova odločitev ni več optimalna oziroma zadovoljiva, to lahko vodi v spremembo volilne odločitve. To pa sicer zvestega volivca lahko spremeni v negotovega. Z vidika racionalne teorije je torej bistveno, da posameznik s svojo volilno izbiro doseže kar najvišjo stopnjo 'zadovoljstva', ki izvira iz prepoznane koristi. To pomeni, da bo izbral kandidata oziroma stranko, od katere bo imel po njegovi oceni največ koristi oz. bo v največji meri zadovoljila njegove potrebe.

Kritike teorije racionalne izbire se večinoma nanašajo na vprašljivo racionalnost, omejeno in selektivno izbiro informacij ter zanemarjanje družbenega oziroma kulturnega konteksta. Caplan (2007) na primer volivce vidi kot iracionalne, saj naj bi bili nevedni oziroma celo ignorantski do politike; svojih predstavnikov ne poznajo, še manj pa vedo, kaj delajo. V skladu s tem je potem tudi odločitev volivcev iracionalna. Iracionalnost pa je tako kot ignoranca selektivna (Caplan 2007, 2). Sodeč po raziskavah s področja socialne kognicije smo omejeni s količino in tipom informacij, ki smo jih sposobni ustrezno predelati (Dalager 1996, 487). Iskanje informacij in njihova integracija namreč zahteva kognitivni napor, pri čemer gre največ truda v primerjanje alternativ po vrsti različnih lastnosti (Rahn v Redlawsk 2004, 596). Posledica tega je, da posameznik navadno izbere prvo opcijo, ki ga bo zadovoljila, in ne tisto, ki bo maksimizirala njegovo korist (Houghton 2009, 31).

Optimalna izbira je vprašljiva tudi iz vidika, da volivec do racionalne izbire pride na osnovi lastne presoje informacij. Poleg omejene količine informacij, ki jih je volivec sposoben

predelati, so te lahko prežete tudi z dezinformacijami, ki so značilne prav za predvolilne kampanje. S pristransko obdelavo informacij nastopi polarizacija stališč in odnosov (Arcuri in drugi 2008, 383). Pri avtoselekciji informacij v obzir vzamemo le tiste informacije, ki so skladne z našim prepričanjem oziroma dodatno potrjujejo oziroma opravičujejo naše odločitve, kar pa je lahko izrazito pristransko. Volivčeve informacije so selektivno izbrane, preoblikovane ter registrirane na podlagi motivacij in že obstoječih preferenc. Po drugi strani pa ne sprejemamo informacij o zadevah in osebah, ki nas ne zanimajo, ter tistih informacij, ki bi lahko omajale naše prepričanje.

Kljub temu da teorija racionalne izbire poudarja subjektivni vidik same izbire, je v osnovi restriktivna. Zato je pri obravnavi volilne odločitve, in še posebej, ko gre za razumevanje volilne odločitve neodločenih, treba v obzir vzeti tudi druge teorije oziroma poglede, ki vključujejo bodisi družbeni bodisi individualno afektivni in intuitivni kontekst, o čemer govorimo v enem od naslednjih poglavij. A pred tem bomo v okviru racionalne izbire nekaj pozornosti namenili še problemskemu ter strateškemu glasovanju. S slednjim se namreč pogosto povezuje tudi del neodločenih volivcev, ki naj bi do zadnjega kolebali oziroma taktizirali o tem, koga bi bilo najbolj smotrno voliti z vidika prepoznanih možnosti za zmago, pa najsi gre z vidika zmage sprejemljive alternative ali pa z vidika poraza političnega nasprotnika.

2.1.2.1. Strateško glasovanje

V povezavi z racionalnimi modeli volilnega odločanja se pogosto pojavlja koncept *strateškega glasovanja* [*strategic/tactical voting*]. Anderson in Stephenson (2010, 11) strateško glasovanje definirata kot »glasovanje za kandidata, ki ni prva preferenca volivca, ko so možnosti za zmago volivčevega preferiranega kandidata majhne, z namenom, da bi preprečil zmago drugega kandidata«. Gre za to, da volivec ne glasuje skladno z izbiro njemu najljubšega kandidata, pač pa glasuje za še sprejemljivega kandidata, ki ima po njegovi presoji največ možnosti, da premaga kandidata, ki mu sam nasprotuje. Če slednjemu kaže bolje, se volivec namreč odloči za strateško glasovanje z namenom, da bi preprečili zmago neželene kandidata (Anderson in Stephenson 2010, 11). Strateški volilni modeli torej predpostavljajo, da volivci glasujejo za nekega drugega kandidata, ker pričakujejo, da njihov sicer preferirani kandidat nima možnosti za zmago, in obenem gojijo negativna čustva do

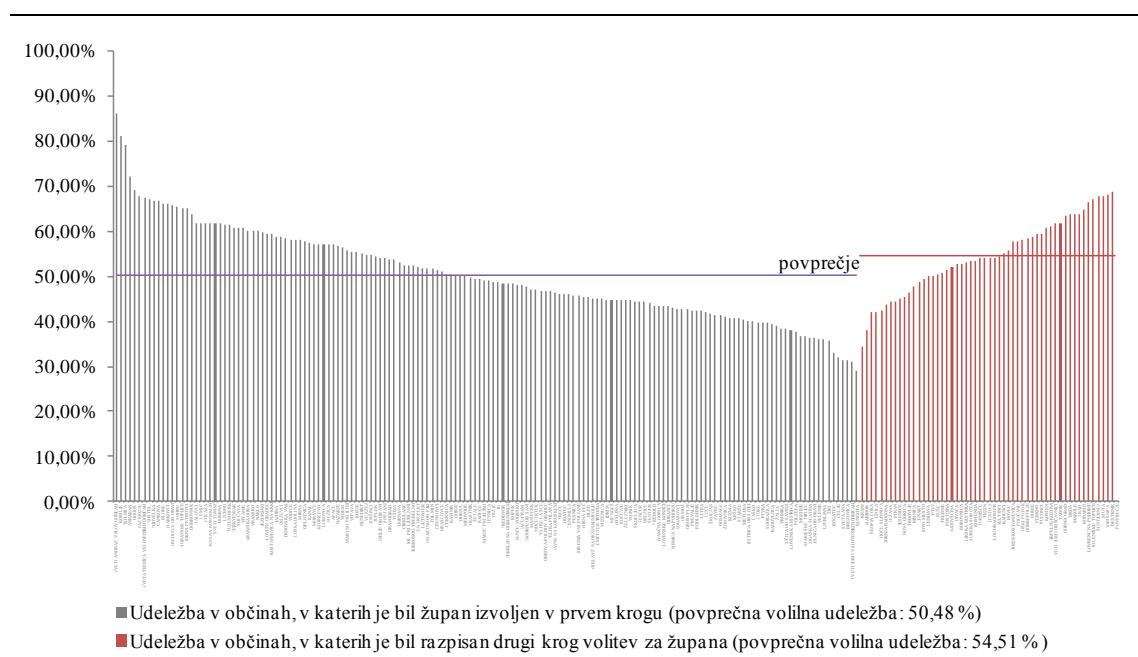
kandidata, ki naj bi zmagal (Chang 2009, 2). Poleg tega bi lahko dodali, da se strateško glasovanje odvijne ne le, ko je pod vprašajem zmaga, pač pa tudi ko gre za možnost uvrstitve v morebitni drugi krog na predsedniških volitvah ali lokalnih volitvah za župana ali pa, ko gre za oceno možnosti za prestop štiri odstotnega parlamentarnega praga, če imamo v mislih državnozborske volitve v Sloveniji.

Koncept strateškega glasovanja je namreč značilen predvsem za proporcionalne volilne sisteme, pri katerih se privrženci oziroma simpatizerji manjših strank »pogosto odločijo oddati glas eni večjih strank, saj le tako lahko vplivajo na izid« (Toplak 2009). Pri tem je treba poudariti, da gre tu za subjektivno percepcijo teže glasu. K temu med drugim lahko pripomorejo tudi objavljene predvolilne javnomnenjske raziskave, ki lahko vplivajo na percepcijo možnosti, ki jih ima kandidat za zmago, ter posledično na samo volilno izbiro (Blais in drugi 2006 v Anderson in Stephenson 2010; 9, Vreg 2001, 194). Pokritost kampanje in predvolilne javnomnenjske ankete lahko kažejo na to, da so si stranke oziroma kandidati zelo blizu, kar pri volivcih lahko vzbudi potrebo po glasovanju. Takšne informacije lahko volivce prav tako vodijo v razmišljanje, da je veliko možnosti, da bo njihov glas odločilen (Evans 2004, 86). V nasprotnem primeru, če javnomnenjske raziskave kažejo na premoč enega kandidata ali stranke, lahko to vodi v volilno abstinenco z mislijo volivca, da je vseeno, ali volim in koga volim, ker moj glas ne more ničesar več spremeniti.

Na račun strateškega glasovanja naj bi praviloma izgubljale predvsem tiste manjše stranke, ki so po politični usmerjenosti in vrednotah podobne močnejšim strankam z več možnosti za zmago. Tako na primer izid na državnozborskih volitvah leta 2011 mnogi pripisujejo strateškemu oziroma taktičnemu glasovanju volivcev, ki so se na podlagi ocen o najverjetnejših zmagovalcih volitev odločali in odločili v zadnjih dneh. Takrat so predvolilne ankete v tednu pred volitvami minimalno prednost namerile SDS Janeza Janše pred novoustanovljeno Pozitivno Slovenijo (PS) Zorana Jankovića. Na volitvah je zmagala PS, kar bi lahko pripisali mobilizaciji in strateškemu glasovanju volivcev levega pola, predvsem simpatizerjev SD in LDS. Njihovi glasovi naj bi šli k PS predvsem iz razloga preprečitve zmage SDS Janeza Janše. Slednji naj bi, glede na predvolilne ankete, razloge za poraz na volitvah pripisovali predvsem prepričanju njegovih podpornikov o že dobljenih volitvah. To naj bi posledično vodilo k volilni abstinenci njihovih volivcev oziroma volivcev desnega pola. Vendar pa zmaga ali pa poraz na volitvah nikoli nista vnaprej zagotovljena, saj rezultati na volitvah niso samo seštevek v anketah izmerjenih preferenc. Volitve so namreč precej bolj kompleksne in nepredvidljive prav zaradi intervenirajoče komponente strateškega razmisleka

volivca. Tudi volilna abstinenca je v tem kontekstu, kot smo že dejali, bolj značilna za volitve, ki so nekompetitivne narave. Volivci se navadno v večji meri aktivirajo, če ocenijo, da še lahko vplivajo na izid. To kaže tudi naša analiza volilne udeležbe v prvem krogu lokalnih volitev 2014. Volilna udeležba prvega kroga je bila v povprečju nižja v občinah, v katerih je bil župan izvoljen v prvem krogu, kot v občinah, v katerih župan po prvem krogu še ni bil izvoljen (Slika 2.3).

Slika 2.3: Volilna udeležba v prvem krogu lokalnih volitev 2014: odstotek udeležbe po občinah glede na to, ali je bil župan v prvem krogu izvoljen ali ne.



Vir podatkov: Državna volilna komisija.

Z vidika volilne udeležbe lahko na odločitev volivca vplivajo tudi zmotna pričakovanja o "odločilnem glasu" in o tem, kaj bodo storili drugi. Eden izmed vidikov percepcije odločilnega glasu se nanaša na prepoznavanje podobnosti z drugimi volivci. Če volivec izhaja iz tega, da bo šel volit nekdo, ki je podoben njemu, se bodo volitev udeležili tudi drugi, ki so njemu podobni (Quattrone in Tversky 1988, 733). Tako se pri volivcu zastavlja vprašanje potrebe po njegovem glasovanju. Oziroma če pogledamo po drugi strani, če je volivec mnenja, da drugi ne bodo volili, predpostavlja, da ima njegov glas več možnosti, da postane odločilen (Evans 2004, 85). Glede na omenjeno velja, da se strateški volivci odločijo v zadnjih dneh pred volitvami ali na dan volitev, in sicer najprej o tem, ali bodo glasovali in nato še, kako bodo glasovali.

Poudariti velja tudi, da imajo strateški volivci lahko povsem izoblikovano mnenje o strankah ter tudi jasne volilne preference, vendar ne glasujejo skladno z njimi. Pričakovati je lahko torej, da se v predvolilnih anketah ti opredelijo bodisi skladno z njihovo prvo izbiro bodisi za strateško izbiro ali pa se ne opredelijo. Tudi Chang ugotavlja, da del neodločenih volivcev predstavljajo tako imenovani *strateški volivci* (Chang 2009). Neodločenost v tem primeru v osnovi ni nujno povezana z nižjo stopnjo informiranosti o kandidatih, strankah in njihovih programih. Lahko bi rekli, da gre pri strateških volivcih prej kot za neodločenost o tem, koga volit, za odločenost o tem, koga ne voliti. Ostane samo še preračunljivost, komu izmed ostalih kandidatov nameniti glas, kdo je tisti, ki ima največ možnosti, da bo premagal nepriljubljenega kandidata.

Koncept strateškega glasovanja ima vsekakor omejen domet in lahko razloži vedenje le dela volivcev v določenih okoliščinah. Za strateško glasovanje morajo biti namreč poleg preračunljivih volivcev, ki naj bi v danih okoliščinah delovali skladno z racionalno izbiro, izpolnjeni vsaj trije pogoji. Prvič, stranke oziroma kandidati nasprotnih polov si morajo biti dovolj konkurenčni, pri čemer morata vsaj dva imeti možnosti za zmago. Drugič, zmaga kandidata oziroma stranke nasprotnega pola mora biti prepoznana kot najslabši možni izid volitev. Tretjič, volivci morajo prepoznati pomembnost in odločilnost svojega glasu v prid sprejemljivemu kandidatu, ki lahko prepreči zmago kandidata, ki mu nasprotujejo.

Vsi trije pogoji, na katerih naj bi slonela racionalna strateška odločitev, tako slonijo na subjektivni oceni možnega razvoja dogodkov na in po volitvah, pri čemer je ta subjektivna ocena oblikovana predvsem na podlagi javnega mnenja (objav v medijih), torej v prvi vrsti mnenja drugih. Na podlagi tega se oblikuje lastno mnenje in prepričanje v optimalno ali pa vsaj zadovoljivo izbiro v danih okoliščinah z zavedanjem, da se ta ne sklada nujno z najboljšo možno izbiro. Pri tem se postavlja tudi vprašanje, ali se strateški volivci tudi v predvolilnih anketah (na podlagi katerih med drugim sami sprejemajo volilne odločitve) prav tako že obnašajo strateško ali izražajo svoje prave volilne preference ali pa se opredelijo za neodločene.

2.1.2.2. Problemsko glasovanje

Koncept tako imenovanega *problemskega glasovanja* [*issue voting*]⁷ je naslednji izmed konceptov, povezanih z volilnim vedenjem in odločanjem. Gre za volilno izbiro oziroma glasovanje na podlagi odnosa do aktualnih tem oziroma političnih vprašanj, bodisi ekonomskih, socialnih ali drugih, ki so volivcu pomembna. Zaradi široke uporabe tega koncepta v literaturi s področja volilnega odločanja Bannon (2003, 144) sicer opozarja, da je definicija s takšnim konceptom povezanega volilnega glasovanja nejasna ter da o tem, kaj vse naj bi zajemalo problemsko glasovanje, v literaturi ni soglasja. Nekateri problemsko glasovanje razumejo kot *vprašanje politik, strategij* [*policy issues*], drugi pa kot *politične teme* [*political issue*] (Bannon 2003, 144). Prvi pogled je ožji in se nanaša na konkretne politične strategije. Drugi, širši pogled, pa zajema vse, kar je povezano s politiko, na primer: politične voditelje, lokalne kampanje, trenutno percepcijo delovanja in uspešnosti vladajoče politike. Pojmi, uporabljeni za problemsko glasovanje, segajo vse od *potrošniškega glasovanja* [*consumer voting*], *instrumentalnega glasovanja* (trženjski vidik), *ideološkega glasovanja*, *naložbenega glasovanja*, *retrospektivnega glasovanja*, do *glasovanja na podlagi presoj* [*judgmental voting*] (Bannon 2003, 144).

Preko vpliva ekonomskih, socialnih in drugih aktualnih vprašanj na volilno izbiro se problemsko glasovanje v bistvu pojavlja že v michiganskem modelu, in sicer v okviru kratkoročnih dejavnikov, kot odklon od stabilne oziroma lojalne norme. Tudi kasnejše posodobitve oziroma prilagoditve michiganskega modela kažejo na to, da imajo različna, bolj ali manj aktualna vprašanja, ki so za volivca pomembna, vpliv na volilne izbire. Tudi Evans (2004, 92) meni, da splošne razloge o tem, zakaj ljudje volijo ter kako se odločajo, lahko iščemo predvsem v samih temah [*issue*], ki so še posebej aktualne v času volitev. Volilne izbire je danes možno pojasniti s skladnostjo volivčevih in kandidatovih oziroma strankarskih pogledov na aktualna vprašanja oziroma rešitve, ki so v prvi vrsti ekonomske in socialne narave. Po drugi strani pa Butler in Stokes v okviru svojega modela volilnega odločanja

⁷V domači literaturi je kot prevod sicer pogosteje uporabljen termin *stališčno pogojena volilna izbira*, vendar se nam, glede na to, da je poudarek na vprašanju oziroma temi, torej problemu, zdi primernejša uporaba termina *problemsko glasovanje*, ki ga je uporabil tudi Brezovšek (2005, 15).

vplivu političnih tem oziroma vprašanj na volilno izbiro pripisujeta le marginalni vpliv (Butler in Stokes 1969).

Odnos do tem je pomemben predvsem, ker politiki politične odločitve sprejemajo na področjih, ki zadevajo vsakdanje življenje posameznika. Gre predvsem za tista področja, kjer je država odgovorna za ustvarjanje pogojev eksistence (npr. zdravstvo, podpora nezaposlenim, denarne subvencije, stanovanjska problematika, gospodarstvo, pravosodje ...) (Evans 2004, 93-95). Pri tem so prioritete posameznikov različne in tudi z vidika volilne izbire so tako nekatera področja za nekatere volivce pomembnejša kot za druge. Vendar do problemskega glasovanja oziroma volilne izbire na podlagi odnosa do posameznih tem, vprašanj pride le, če obstaja jasna ločnica med politikami posameznih kandidatov oziroma njihovih strank (Anderson in Stephenson 2010, 5). Poleg jasne ločnice med stališči kandidatov do posameznih tem so, kot ugotavlja Evans (2004, 113-115), pomembna tudi volivčeva stališča. Tako imenovani *problemski volivec* [*issue voter*] se mora sprva zavedati vprašanja oziroma problema, imeti o njem lastno mnenje, zavzeti stališče, znati med seboj razlikovati stališča strank oziroma kandidatov o problemu ter nenazadnje voliti tisto stranko oziroma kandidata, ki je najbližje njegovemu stališču (Denver 2007, 297). Z vidika procesa odločanja lahko govorimo o prej omenjeni racionalni oziroma optimalni volilni izbiri. Ko gre za vprašanja, ki so volivcu pomembna, se volivec namreč odloči za izbiro tistega kandidata, s katerim je zadovoljen oziroma proti tistemu kandidatu, s katerim je nezadovoljen (V.O. Key Jr. 1966 v Anderson in Stephenson 2010, 5). A pri slednjem je že govora o strateškem glasovanju, o katerem smo pisali v predhodnem poglavju.

Med kritiki koncepta problemskega glasovanja so Heath in drugi, ki problemsko glasovanje zavržejo kot »modo« in pod vprašaj postavijo tudi teorijo racionalne izbire (Heath in drugi (1985). Namesto tega vpeljejo koncept *ideološkega glasovanja* [*ideological voting*], pri čemer se volivci o izbiri na volitvah odločijo na podlagi splošnih vrednot in njihove percepcije o tem, za kaj se stranka zavzema (Heath in drugi 1985, 107). Aardal in van Wijnen (2005, 195) opozarjata tudi na ločnico med vrednotami in vsebinami. Medtem ko za vrednote velja, da so dolgoročne narave, so vsebine kratkoročne in pogosto bolj ozko definirane, saj zajemajo določen politični predlog, rešitev ali okoliščino. V okviru teorij, povezanih s problemskim glasovanjem, v nadaljevanju izpostavljam tri vidike: lastništvo nad temo, ekonomsko glasovanje ter retrospektivno in prospektivno glasovanje.

Lastništvo nad temo in zahtevnost teme

V povezavi s problemskim glasovanjem so nekateri raziskovalci s prepoznavanjem specifičnih karakteristik posameznih tem, kot sta na primer *lastništvo nad temo* [*issue ownership*] in *zahtevnost teme*, redefinirali idejo o *problemskem glasovanju*. V primeru tako imenovane zahtevnosti teme sta Carmines in Stimson ločila med *preprostimi* [*easy issue*] in *težkimi* [*hard issue*] temami (Carmines in Stimson 1980). Preproste teme so navadno splošne, dolgoročne, bolj simbolične in manj tehnične narave, saj so bolj kot na sredstvo osredotočene na cilj politike. Politiki in kandidati v vsaki volilni kampanji razpravljajo o njih ter obljublajo, da se bodo zanje zavzemali, le redko pa je slišati konkretne rešitve. Primer tovrstnih splošnih tem so na primer izboljšanje kakovosti življenja, zagotavljanje delovnih mest ali zmanjšanje števila brezposelnih. Za preproste teme velja, da si večina posameznikov o njih z lahkoto oblikuje jasno mnenje, saj gre za splošne teme, ki navadno obljublajo blagostanje in ne zahtevajo podrobnega poznavanja problema. Za težke teme pa velja, da so manj jasne, nevsakdanje in zahtevnejše, saj je za njihovo razumevanje potrebna določena raven znanja. Primeri težkih tem so na primer uravnoteženje javnih financ ali slaba banka, vprašanje o arhivih in podobno. Prav zaradi kompleksne narave tovrstnih tem, jih je le manjši del kompetentnejših in politično bolj izobraženih volivcev sposoben vključiti v svoje preference ter posledično v volilno odločitev.

Drugi vidik je tako imenovano *lastništvo nad temo*. Gre za to, da volivci določeno stranko zaznavajo kot najbolj kompetentno za določeno problematiko, bodisi zaradi ugleda, zaradi preteklih delovanj ali pa zaradi ideološke usmerjenosti (Budge in Farlie 1983; Petrocik 1996). Več avtorjev ugotavlja tudi, da naj bi se politične stranke same nagibale k prevzemu lastništva nad določeno temo v daljšem časovnem obdobju (Aardal in van Wijnen 2005, 196), pri čemer stranke ne 'tekmujejo' na istih temah, temveč se zavzemajo za prevzem tistih tem oziroma področij, na katerih se prepoznavajo kot najbolj kompetentne (Robertson 1976). Tovrstno pozicioniranje je navadno povezano s strankarsko pozicijo na ideološki in vrednotni ravni, na njenih preteklih delovanjih ter ravnanjih, ko je, denimo, bila na oblasti (Aardal in van Wijnen 2005, 196-197). Pomembno je namreč, da politični akterji oziroma kandidati v očeh volivcev izpadejo kredibilno, zaradi česar si stranke lahko nadejajo večje podpore. Posamezniki se tako nagibajo k izbiri tiste stranke, ki jo prepoznavajo kot najbolj kompetentno v reševanju zanje najpomembnejših, poglobitnih tem (Aardal in van Wijnen 2005). V slovenskem političnem prostoru naj bi se tako na primer stranka DeSUS zavzemala predvsem za reševanje

upokojske problematike, SLS podeželske problematike, NSi naj bi zastopala predvsem tradicionalne in cerkvene vrednote, Zoran Janković pa gospodarsko učinkovitost in razvoj. Pri tem velja opozoriti, da je meja med lastništvom nad temo (pri kateri gre za zaznavo kompetenc stranke oziroma kandidata) in predsodki o tem lahko zelo tanka. Ni namreč nujno, da gre pri prepoznanem lastništvu nad temo tudi za dejansko lastništvo nad temo, saj so lahko stranke oziroma kandidati sčasoma videti nekompetentni ravno pri temah, nad katerimi naj bi imeli *lastništvo*.

Ekonomsko glasovanje

Vloga teme je v literaturi o volilni izbiri posebej obravnavana tudi z vidika ekonomskih in gospodarskih pogojev. Gospodarski in ekonomski pogoji v državi oziroma v lokalnem okolju naj bi delovali kot bližnjice pri volilni izbiri, in sicer kot kriterij za ovrednotenje delovanja stranke oziroma kandidata na oblasti. V tradicionalnih ekonomskih modelih so bili glavni dejavniki za oceno stanja makroekonomske narave. Na stanje državnega gospodarstva je kazala predvsem stopnja brezposelnosti ter inflacija. Kinder in Kiewiet pa sta z vidika racionalne izbire predpostavila, da bodo racionalni volivci uspešnost strank na oblasti bolj verjetno ocenjevali na podlagi stanja osebnih financ [*pocketbook economy*] kot pa na osnovi stanja v državni blagajni (Kinder in Kiewiet 1979). Vendar v večini primerjalnih študij ugotavljajo, da se volivci prej orientirajo na nacionalno ekonomijo kot na lastne finance (Evans 2004, 138).

Osnovne domneve teorije ekonomskega glasovanja izhajajo iz predpostavke, da strankam oziroma politikom, ki so na oblasti, škodijo slabe gospodarske razmere. V primeru dobrih ekonomskih in gospodarskih razmer pa naj bi jim te koristile. Če gre trenutnemu gospodarstvu slabše kot v obdobju prejšnje oblasti, potem volivci na neki način kaznujejo vladajoče stranke (politike) z neglasovanjem zanje, nasprotno jih nagradijo z vnovičnim glasovanjem, če je v gospodarstvu prepoznati napredek glede na predhodno stanje (Anderson in Stephenson 2010, 6). Pomeni, da za opozicijske stranke velja, da te na račun slabega ekonomskega stanja prej pridobivajo na podpori (Van der Brug in drugi 2007, 54).

V povezavi z ekonomskim glasovanjem naj izpostavimo še, da je vpliv gospodarskih in ekonomskih razmer na volilno izbiro v slabih gospodarskih časih večji, kot v obdobjih gospodarske rasti (Van der Brug in drugi 2007, 16). Volivci naj bi v slabih gospodarskih

razmerah v večji meri "kaznovali" vodilne stranke (politike) z neglasovanjem zanje, kot pa da bi jih v dobrih gospodarskih razmerah "nagrajevali" z glasovanjem zanje. Primer tega so na primer državnozborske volitve 2004, na katerih je v času ekonomske blaginje takrat vladajoča LDS doživela poraz. Gospodarsko stanje na dejansko izbiro lahko vpliva le, če obstaja zadostna tekmovalnost med strankami, ki se odraža v tem, da so volivci nagnjeni k podpori več kot samo ene stranke (Van der Brug in drugi 2007, 32). Gre za to, da podpora strankam pri tem ni nujno enaka kot izbira stranke. Tako je v primeru, ko je volivec naklonjen več strankam ali kandidatom, v slabih gospodarskih razmerah odločilen pogled stranke oz. kandidata na rešitev gospodarstva.

Retrospektivno in prospektivno glasovanje

V okviru volilne izbire na osnovi problemskega in tudi ekonomskega glasovanja obstaja splošno soglasje, da tako prospektivni kot retrospektivni elementi igrajo vlogo pri volilni odločitvi (Evans 2004, 136). Evans navaja, da so volivci:

- pozorni na to, kaj ponujajo oziroma obljublajo različne stranke oziroma kandidati, ki si prizadevajo priti na oblast, ter na podlagi tega presojujejo možne učinke teh politik (prospektivni vidik) in/ali
- se ozirajo nazaj, na nedavno ekonomsko in gospodarsko situacijo ter pretekla delovanja kandidatov oziroma strank, kar vpliva na percepcijo ter posledično volilno odločitev (retrospektivni vidik).

Prospektivni volivci v obzir vzamejo več informacij kot *retrospektivni volivci* (MacKuen in drugi v Van der Brug in drugi 2007, 185). Za prospektivno glasovanje tako velja, da je zaradi potrebnega znanja za volivca bolj zahtevno kot retrospektivno glasovanje. Pri **prospektivnem glasovanju** volivec pred volitvami pregleda programe strank in njihova stališča o posameznih vprašanjih, jih med seboj primerja ter nato izbere tisto stranko oziroma kandidata, katerega stališča se najbolj ujemajo z njegovimi (Houghton 2009, 161). Prospektivni volivec razvršča obljube, ki so jih kandidati oziroma stranke podali v kampanji. Razvrščenim obljubam prospektivni volivec nato pripisuje možnosti za njihovo izpolnitev z namenom, da bi glasoval čim bolj 'pravilno' (Fiorina 1981). Z vidika ocenjevanja ekonomske in gospodarske situacije bo povsem prospektivni volivec torej najprej ocenil, katera politika (stranka oziroma kandidat) bo najbolj verjetno zagotovila najboljše pogoje za krepitev gospodarstva ter nato na volitvah glasoval skladno s to predstavo (Evans 2004, 135). Odločitev prospektivnega volivca

je v celoti odvisna od njegove percepcije, kako uspešna bo posamezna stranka oziroma kandidat na pomembnih področjih.

Po drugi strani za **retrospektivno glasovanje** velja, da je manj zahtevno za povprečnega volivca. Retrospektivno glasovanje od volivca namreč ne zahteva visoke informiranosti o politiki, temveč le zavedanje oziroma predstavo o tem, kako dobro vladajoča stranka oziroma kandidat deluje na oblasti (Houghton 2009, 162). Volivec tako deluje racionalno v smislu kaznovanja oziroma nagrajevanja stranke oziroma kandidata za konkretne dosežke ali napake v obdobju, ko so oziroma so bili na oblasti (Fiorina 1981; Houghton 2009). Retrospektivno vrednotenje velja za pomembno strategijo odločanja na osnovi različnih tem. Prevladujoča dimenzija za obravnavo retrospektivnega vrednotenja je gospodarstvo, pri čemer najpomembnejšo vlogo igrajo predvsem trije makroekonomski kazalniki: gospodarska rast, nezaposlenost in inflacija (Listhaug 2005, 213).

Če je prospektivno glasovanje v celoti odvisno od percepcije oziroma zaupanja v realizacijo obljub in programa kandidata oziroma stranke, je (vsaj z vidika gospodarske situacije) retrospektivno glasovanje vsaj deloma odvisno od ekonomske realnosti. Pri retrospektivnem glasovanju je pomembno ovrednotenje delovanja aktualne vlade in tudi opozicije, ko je bila ta na oblasti. Poleg tega pa je pomembna tudi predstava o tem, kako bi na oblasti opozicija delovala danes (Evans 2004, 135). A to je že značilnost prospektivnega glasovanja.

2.1.3. Hevristike in volilne odločitve

Nasprotje preračunljivim in dobro premišljenim odločitvam s tehtanjem danih možnosti in alternativ so hipne volilne odločitve. Raziskave s področja odločanja so dolgo podcenjevale vlogo afekta in spontanih evalvacij. Pozornost zgodnjih modelov odločanja je bila usmerjena predvsem k zaznavi, določanju in ocenjevanju verjetnosti negotovih izidov in dogodkov (Musek in drugi 1985, 40). Ker je bil cilj predvsem razviti normativne modele, je bilo tudi sprejemanje odločitev percipirano kot racionalen proces z namenom maksimiziranja pričakovanih koristi (npr. Edwards 1961 v Arcuri in drugi 2008, 371). Vendar pa se v zadnjem času vse večja pozornost posveča tako afektivnim odzivom kot tudi avtomatičnim procesom odločanja. Tovrstni odzivi, ki so pogosto posledica spontanih in nekontroliranih procesov, lahko močno vplivajo na odločitve in vedenje (Arcuri in drugi 2008, 371). To pomeni, da odločitve niso nujno rezultat zavestnega razmišljanja oziroma refleksije na

dražljaje. Posameznika lahko do odločitve vodijo tudi tako imenovane kognitivne bližnjice [*cognitive shortcuts*] oziroma hevristike. Koncept hevristik temelji na ideji *omejene racionalnosti* [*bounded rationality*], teoriji Herberta Simona, ki pravi, da si zaradi prezapletenega sveta in množice informaciji, ki jih ne moremo v celoti predelati, oblikujemo poenostavljen model sveta, ki nam olajša pot do odločitev (Simon 1990; Kahneman 2003). Glavna značilnost hevristik je ta, da nam ob neupoštevanju vseh informacij na osnovi preteklih izkušenj omogočajo, da hitro in enostavno pridemo do rešitev oziroma odločitev.

Hevristike so ob omejenem poznavanju strank, politikov oz. kandidatov uporabne tudi z vidika volilnega odločanja, saj kot učinkovite mentalne strukture za organiziranje množice dohodnih informacij poenostavljajo volilne izbire (Caprara in Zimbardo 2004, 586-587). Volivci so z uporabo različnih kognitivnih bližnjic sposobni dovolj dobrih odločitev tudi brez seznanjanja z vsemi informacijami o kandidatih (Lau in Redlawsk 2001 v Redlawsk 2004, 595). Med kognitivne bližnjice sodi na primer ovrednotenje kandidata in nenazadnje tudi strankarska pripadnost (Anderson in Stephenson 2010, 4; Denver 2007, 300). Slednjo lahko razumemo tudi kot »pripomoček za zmanjševanje stroškov [*cost saving device*]« (Shively v Thomassen 2005, 12).

Caprara in Zimbardo (2004, 586–587) v povezavi z volilnim odločanjem ločita tako imenovane *dispozicijske hevristike* [*dispositional heuristics*] in *všečnostne hevristike* [*likeability heuristics*]. Za prve so značilne sidrne sodbe oziroma neke vrste začetne ocene, na katerih slonijo kasnejše ocene in odločanje. Z vidika ocenjevanja osebnostnih lastnosti sidra predstavljajo predvsem tiste lastnosti, ki jih volivci uporabljajo za opisovanje sebe ali drugih (Caprara in Zimbardo 2004, 587). Odločitev o izbiri kandidata oziroma stranke je tako skladna s prvotno oziroma izhodiščno predstavo o kandidatu oziroma stranki. Ker so osebnostne lastnosti ter karakter posameznikov relativno konstantni, odločitev pa sprejeta na podlagi sidrnih vtisov, naj bi tovrstne *dispozicijske hevristike* opravičevale izbiro. Vendar pa gre prav pri tovrstnih ocenah pogosto za pristranskost. Če vzamemo za primer razne politične afere in poskuse diskreditiranja v medijih, imajo lahko *dispozicijske hevristike* pri tem dva možna učinka. Po eni strani zaradi predhodno zasidrane pozitivne predstave o kandidatu nimajo negativnega vpliva na predstavo o kandidatu in posledično izbiro, kar velja predvsem za znane kandidate z dolgo politično kariero. Po drugi strani pa lahko predvsem v primeru novih, neznanih kandidatov le-te diskreditirajo, kar jim oteži nadaljnjo politično kariero prav zaradi predhodno negativne predstave o stranki, ki ji kandidat pripada, in sicer brez siceršnjega poglobljanja v kandidata. Moč *dispozicijskih hevristik* morda tako še najlažje

opišemo na primeru odmevnih sodnih procesov, v katere so vključeni politični akterji. Za večino volilnega telesa lahko tako že ob začetku sodnega procesa oziroma že ob sami kazenski ovadbi znane politične osebnosti rečemo, da se razdelijo na tiste, ki verjamejo, da je kriv in tiste, ki verjamejo, da je nedolžen.

Za *všečnostne hevristike* pa je značilno, da poudarjajo vlogo všečnega in nevšečnega, ki bi lahko bila ključna v volivčevi presoji politikov. Pri tem je pomemben predvsem vidik čustev, ki jih imajo volivci do politikov, saj ta delujejo kot »čustveno lepilo« za utrditev preferenc (Sniderman in drugi 1991 v Caprara in Zimbardo 2004, 587). Pri kandidatih volivci prej opazijo tiste lastnosti, ki jih imajo ali pa bi si jih želeli imeti tudi sami. Tako so bolj naklonjeni kandidatom, ki jih v določenih lastnostih ocenjujejo oziroma prepoznavajo kot sebi podobne (Caprara in Zimbardo 2004, 587).

Podobno Slovic in drugi (2002 v Arcuri in drugi 2008, 371-372) v povezavi s spontanimi odzivi govorijo o *afektivnih hevristikah* [*affective heuristic*]. Ker tovrstni odzivi predstavljajo osnovo, ki vodi do odločitev, je pristop koristen tudi v domeni političnega odločanja, saj so politični voditelji oziroma kandidati prav tako spontano ovrednoteni. Ovrednotenje kandidatov na podlagi njihovih predstav v medijih in nastopih v predvolilnih kampanjah ima namreč dandanes vse večjo vlogo pri volilnih odločitvah. Vse pogosteje se dogaja, da je v predvolilnih kampanjah bolj kot sam politični program ali pa stranka v ospredju kandidat, še posebej, če gre za karizmatično osebnost.

2.1.4. Personalizacija politike in osebnost kandidata

V nasprotju s tradicionalnimi pogledi na volilno odločitev in identifikacijo s stranko so želje in pričakovanja volivcev dandanes vse manj omejena z njihovim položajem v družbeni strukturi in zato tudi na politične stranke ne gledajo več kot na predstavnika volivčeve družbene skupine (Curtice in Holmberg 2005, 235). V ospredje vse bolj prihajajo kandidati, njihova vloga pa je vidnejša od vloge stranke. V Sloveniji se to odraža predvsem v razmerju med strankami, ki so v času predsedniških, lokalnih pa tudi evropskih volitev drugačna, kot razmerja med strankami v času državnozbornih volitev. Leta 2014 so na primer potekale volitve na treh nivojih, volitve v Evropski parlament (maj 2014), kjer so največ glasov prejeli kandidati SDS (24,78 %), volitve v Državni zbor (julij 2014), kjer je največ glasov prejela novonastala stranka pod vodstvom Mira Cerarja (SMC - 34,49 %) in lokalne volitve

(oktober), na katerih je bilo največ županov izvoljeno iz stranke SLS (14,62 %). Tako se prav na lokalnih volitvah pogosto zgodi, da manjše stranke dosežejo boljši rezultat kot na državnozborskih volitvah. SLS je na primer že vrsto let stranka z največjim številom županov, čeprav delež teh konstantno pada. Leta 2010 je bilo v 210 občinah izvoljenih 41 županov (19,52 %), ki jih je predlagala SLS, leta 2014 pa 31 v 212 občinah (14,62 %). Po drugi strani pa je SLS na predčasnih državnozborskih volitvah leta 2011 prejela 6,83 % glasov, na predčasnih volitvah 2014 pa je izpadla iz parlamenta (vir: Državna volilna komisija). SLS je dober pokazatelj, da je pri lokalnih volitvah vloga kandidatov navadno vidnejša od vloge stranke, predvsem zaradi prepoznavanja in vpetosti kandidatov v lokalno okolje.

Prav iz tega primera in vrste novonastalih strank, ki podporo gradijo izključno na enem vidnejšem kandidatu, je očitno, da stranke nimajo več osrednje vloge v odločitvenem procesu volivcev, česar se zavedajo tudi stranke oziroma njihovi kandidati. Volivci se namreč vse bolj osredotočajo na lastnosti kandidatov, ki postajajo fokus njihovih preferenc, tudi ko gre za strankarsko izbiro. Z vidika parcialnih teorij volilnega vedenja Kropivnik in Zatler (2002, 260) ugotavljata, da je naklonjenost voditeljem strank pomemben dejavnik pojasnjevanja podpore strankam. To se lepo vidi tudi na primeru vse več novonastalih strank, katerih podpora ne temelji na identifikaciji volivca s stališči stranke, pač pa na identifikaciji z njenim voditeljem oziroma kandidatom. Kot smo že omenili, se nove stranke namreč v politični prostor v prvi vrsti pozicionirajo preko svojih voditeljev, ne pa z ideologijo ali programom.

Kompetenten in kredibilen voditelj tako daje vtis, da gre za kompetentno in kredibilno stranko in obratno, ko se voditelj izkaže za nekredibilnega in nekompetentnega. Posledično lahko za obstoj stranke problem postane ravno njena odvisnost od voditelja. Na tem mestu lahko izpostavimo stranko Pozitivna Slovenija (PS), ustanovljeno oktobra 2011 s strani Zorana Jankovića in katere ostali vidnejši člani so bili pred tem člani strank v zatonu (LDS, Zares). PS je že ob ustanovitvi podporo volivcev gradila na percepciji Zorana Jankovića kot uspešnega župana in gospodarstvenika in kot alternativni, ki bi s svojim managerskim znanjem lahko Slovenijo popeljala iz gospodarske krize. Posledica negativnega poročila Komisije za preprečevanje korupcije je bila, da je v dobrem letu dni prišlo do razhajanj med vidnimi člani stranke ter upadanja podpore stranki v javnosti. Podoben hiter vzpon in padec so doživele tudi ostale razmeroma nove stranke v slovenskem političnem prostoru, na primer Zares z Gregorjem Golobičem in Državljanska lista z Gregorjem Virantom. Obe sta podporo začeli izgubljati, ko se je v medijih zamajala njuna moralna podoba. Vendar pa odvisnosti od voditeljev, ko gre za obstoj stranke, ne gre pripisati le novonastalim strankam. Tu imamo v

mislih LDS, ki se po odhodu karizmatičnega Janeza Drnovška z vrsto novih predsednikov stranke ni uspela več približati položaju vodilne stranke in je na predčasnih volitvah leta 2011 celo izpadla iz parlamenta.

Med glavnimi razlogi za vzpon tako imenovane personalizacije politike so individualizirane politične izbire posameznikov, ki so vse bolj odvisne od všečnosti ter pristranskih hevristik, ki usmerjajo politične odločitve (Caprara in Zimbardo 2004, 581). Poleg tega se kandidati, bolj kot s posredovanjem politične ideologije, ukvarjajo predvsem z lastno podobo ter poudarjanjem všečnih lastnosti, da bi ugajali potencialnim volivcem. Vendar pa ni ključen le kandidat, temveč tudi voditelj, reprezentant stranke. Med tem, kako volivci ocenijo voditelja, in tem, katero stranko volijo, namreč obstaja visoka povezanost (Clarke in drugi 2004 v Denver 2007, 300). Glavni razlogi za povečan vpliv voditeljev na volilno izbiro so:

- usmerjenost medijev na voditelje oziroma politične akterje,
- predvolilne kampanje usmerjene v voditelje,
- relativno enostavnost, s katero si volivci lahko oblikujejo mnenje o voditeljih (v nasprotju z oblikovanjem mnenja o politikah in programih posameznih strank).

Tem razlogom bi lahko dodali še negativni odnos volivcev do strank oziroma nezaupanje v politične stranke. Za politike oziroma kandidate naj bi bilo zato ključno, da se naučijo tako imenovane *govorice osebnosti* [*language of personality*], ki jim pomaga identificirati in posredovati le tiste karakteristike, ki so v določenem obdobju najbolj privlačne potencialnemu krogu volivcev (Caprara in Zimbardo 2004, 584). Gre za to, da so sodbe o kandidatih navadno strukturirane okoli ključnih lastnosti politikov. Ključne so predvsem njihove kompetence, sposobnost vodenja, integriteta, verodostojnost, empatija, všečnost, karizma, poštenost, iskrenost in inteligenca (Vittorio in Zimbardo 2004; Vreg 2004; Hall in drugi 2009). Za značilen in najpomembnejši kazalnik volilne izbire veljajo sodbe o kompetencah kandidatov (Hall in drugi 2009, 80). V kriznih razmerah in še posebej težkih časih velja, da so ljudje nagnjeni k izbiri dominantnih, močnih in odločnih kandidatov (Pečjak 1995, 193; Evans 2004, 189). Danes se zdi, da so poleg prepoznanih kompetenc pomembne predvsem lastnosti, kot so: poštenost, verodostojnost in integriteta. Volivci se odločajo na podlagi splošne ocene kompetenc voditelja stranke in zaupanja vanj, ker naj bi bilo to bolj 'racionalno' kot odločanje na podlagi vrste obljub v predvolilnem obdobju (Curtice in Holmberg 2005, 235). Vendar je racionalnost tudi na tem mestu vprašljiva. Čeprav se morda zdi, da so ocene o kandidatih rezultat premisleka na podlagi relevantnih informacij, imajo posamezniki le malo, če sploh kaj, nadzora nad hitrim čustvenim odzivom (Hall in drugi 2009, 92). Zgolj simpatija do

nekega kandidata pa tudi ne pomeni nujno tudi izbire tega kandidata na volitvah. Sprva morata biti prepoznani sposobnost kandidata in njegova ustreznost za mesto, na katerega kandidira, šele potem lahko pozitivna čustva oziroma simpatija do kandidata vodijo v njegovo izbiro (Myers in O'Connor 1983, 424). In kljub temu da sta volilna izbira in preferenca do voditelja postali vse bolj usklajeni, je treba vzeti v obzir tudi druge možne vplive na izbiro stranke oziroma kandidata. V primeru, da med strankami obstajajo večja razhajanja v odnosu do ključnih vprašanj, lahko ideološka stališča stranke na volivca vplivajo močnejše kot pa osebnost njenega voditelja oz. kandidata (Curtice in Holmberg 2005, 237). Vendar pa je predvsem upadanje raznolikosti in skrajnosti med programi strank eden glavnih razlogov za vse večjo pomembnost osebnostnih karakteristik pri političnih izbirah (Caprara in drugi 2006). Stranke se namreč vse bolj usmerjajo na politični center prav z namenom, da bi pritegnile čim širši spekter volivcev in različne interesne skupine.

V Sloveniji gre posledico personalizacije politike med drugim pripisati predvsem nenaklonjenosti političnim strankam ter nizkemu zaupanju v stranke, kar se že vrsto let odraža tudi s številom nestranskih kandidatov na lokalnih volitvah. Na vsakih lokalnih volitvah v Sloveniji od konca prejšnjega stoletja namreč kandidira vse več nestranskih oziroma tako imenovanih neodvisnih list in kandidatov za župana (Haček in Kukovič, 2011). Še en dokaz zavedanja moči personifikacije politike je dejstvo, da so se vse vidnejše nove stranke ob ustanovitvi imenoval po voditelju stranke. Tu imamo v mislih Listo Zorana Jankovića - Pozitivna Slovenija, ki se je po volitvah preimenovala v Pozitivno Slovenijo, Državljsko listo Gregorja Viranta - kasneje Državljsko listo, Zavezništvo Alenke Bratušek, ki se je dve leti po ustanovitvi preimenovala v Zavezništvo socialno-liberalnih demokratov ter ne nazadnje Stranko Mira Cerarja, ki se je kasneje preimenovala v Stranko modernega centra. Vendar pa se moč voditeljev ne kaže samo v samostojni mobilizaciji volivcev, pač pa tudi v njihovi sposobnosti oblikovanja in vodenja stranke (Curtice in Holmberg 2005, 236). S tem se posledično oblikuje tudi personifikacija političnega programa stranke (Vreg 2001, 183). To pomeni, da je za dolgoročen obstoj stranke z zaledjem zvestih volivcev treba ne samo pritegniti volivcev preko znanih obrazov, pač pa jim tudi znati približati program in politiko stranke, kar pa v slovenskem političnem prostoru v zadnjem obdobju novonastalim strankam oziroma njihovim voditeljem ne uspeva najbolje. Vsem prej omenjenim je namreč skupno, da po volitvah beležijo negativen trend podpore. Po drugi strani pa se postavlja tudi vprašanje, ali je dolgoročnost danes sploh še cilj novonastalih strank. Ali gre pri njih le za kratkoročen

projekt posameznikov, ki drugače kot z ustanovitvijo lastne stranke ne morejo oziroma ne želijo aktivno vstopiti v politiko.

Omenili smo, da politiki težijo k izražanju in poudarjanju tistih osebnostnih lastnosti in lastne podobe oziroma imidža, ki se (kolikor je le mogoče) ujemajo z željami in pričakovanji njihovih potencialnih podpornikov oziroma volivcev (Funk 1999). Z vidika razumevanja procesov, ki vplivajo na volilne odločitve, pa niso pomembne le lastnosti kandidatov, temveč tudi lastnosti in vrednote volivcev. Nekateri pristopi razlag volilnega vedenja poudarjajo tudi pomen osebnostnih lastnosti in vrednot volivca (Evans 2004, 187-190; Caprara in drugi 2006).⁸ Oblikovanje stališč do politike ter volilno izbiro je lahko povezano tudi z optimizmom in pesimizmom ter občutki, kot so strah, jeza, nezadovoljstvo, nezaupanje in podobno. Ti na volilne izbire vplivajo predvsem, ko gre za osebni pogled na prihodnost. Volivci so v primeru pogleda na brezskrbno prihodnost bolj odprti za nove ideje kot v primeru, kadar se jim prihodnost zdi temačna (Evans 2004, 189). Analiza psiholoških profilov osebnosti lahko pokaže nekatere značilne determinante, ki vplivajo na posameznikovo ravnanje v razmerju do politike, ki jih sicer širše sociološke ali politološke teorije lahko spregledajo. Tudi osebnostni profil volivcev je pomemben vidik, ko govorimo o razlogih in motivih za politično opredeljevanje. A je pri tem treba poudariti, da se tudi ti profili oblikujejo v določenem socialnem okolju ter tudi v zgodovinskem in političnem kontekstu. Subjektivne in družbene determinante se prepletajo in šele njihovo prepoznavanje na različnih nivojih omogoča celostno razumevanje konkretnih ravnanj in opredelitve volilnega telesa. Ob upoštevanju socialnih in psiholoških izhodišč pa velja omeniti tudi specifična izhodišča, ki jih določa narava volilnih kampanj.

⁸ Za ilustracijo lahko navedemo na primer raziskavo, ki je obravnavala volilne preference in izbire v povezavi s *petfaktorskim modelom osebnosti* (Caprara in Zimbardo 2004). Petfaktorski model izhaja iz leksične tradicije raziskovanja osebnosti in iz implicitne strukture osebnosti. Model zajema pet glavnih dimenzij osebnosti: ekstravertnost, prijetnost [sprejemljivost], vestnost, nevroticizem in odprtost (Musek 2014, 72-93). Izsledki raziskave, ki sta jo opravila Caprara in Zimbardo (2004), kažejo, da posamezniki volijo tiste kandidate, katerih osebnostne lastnosti so v skladu z ideologijo njihovih preferiranih političnih strank ter izbirajo politike, katerih lastnosti in vrednote se ujemajo z njihovimi osebnimi lastnostmi ter vrednotami. Volivci, naklonjeni desnosedinski koaliciji, so imeli izraženo višjo stopnjo *ekstravertnosti [extraversion]* in *vestnosti [conscientiousness]*, volivci levsredinske koalicije pa so imeli izraženo višjo stopnjo *sprejemljivosti [agreeableness]* ter *odprtosti [openness]* (Caprara in Zimbardo 2004, 586). Volivce desne sredine v večji meri torej opisujejo lastnosti, značilne za ekstravertnost, kot so na primer: toplina, druženje, samozavest, aktivnost, pozitivna čustva ter lastnosti, značilne za vestnost, kot so: kompetentnost, red, čut dolžnosti, storilnost, samodisciplina in preudarnost. Volivce leve sredine pa v večji meri označujejo lastnosti, značilne za sprejemljivost (zaupanje, odkritost, altruizem, skromnost, prilagojenost, blagost) in lastnosti, značilne za odprtost (domišljija, čut za estetiko, globoko doživljanje, avanturizem, intelektualnost, svobodomiselnost).

2.2. Učinki volilne kampanje in volivec kot potrošnik

Ideja o volivcu kot potrošniku je vključena že v prvi model volilne izbire, ki so ga razvili raziskovalci na kolumbijski univerzi [Columbia University]. Pri analizi podatkov o volivcih na ameriških volitvah 1940 so avtorji takrat ugotovili, da je bilo veliko volilnih odločitev sprejetih že pred začetkom kampanje. Na podlagi panelnih raziskav so ugotovili:

- da zaradi že obstoječe strankarske opredeljenosti oziroma lojalnosti ključni problemi oziroma teme kampanje niso znatno vplivale na volilne izbire volivcev,
- da je tekom kampanje razmeroma malo volivcev menjalo volilne preference, tisti, ki so jih, pa so v glavnem kazali manj interesa za politiko,
- da množični mediji niso pomembno vplivali na menjavo volilnih preferenc,
- da osebne lastnosti niso bile pomembno povezane z izbiro stranke,
- da je bila strankarska opredeljenost močno povezana s pripadnostjo družbenim skupinam,
- da pripadnost primarnim skupinam pomembneje kot politična ideologija vpliva na dolgoročno navezanost na stranko (Rossi, 1966).

Od tod izhajajo zaključki, da kampanja ni glavni in osrednji mehanizem, s katerim bi bila oblikovana volilna odločitev (Anderson in Stephenson 2010, 3). Prevladalo je soglasje, da imajo kampanje na volilno izbiro minimalen učinek (Brady in drugi 2006). Razlog za to je iskati predvsem v tedanjem poudarjanju strankarske pripadnosti in s tem dolgoročnih predispozicij za volilne opredelitve. Veljalo je namreč, da kampanje niso oziroma niso mogle močno vplivati na volivčevo ovrednotenje kandidatov, če je bil ta že pred kampanjo odločen, koga bo volil (Anderson in Stephenson 2010, 7). Slednje lahko pripišemo tudi močni identifikaciji s stranko. Danes se volilne kampanje vse bolj osredotočajo na kandidate in njihove osebne lastnosti z namenom, da se ti priljubijo volivcem. Z izgubljanjem tradicionalne volilne baze, ki je bila osnovana na pripadnosti strankam oziroma družbenim skupinam in s tem vse manjšemu možnemu zanašanju nanje, ko gre za pridobivanje volivcev, se je ustvarila potreba po alternativnih načinih pridobivanja podpore volivcev, med njimi tudi razvijanju in promociji osebne blagovne znamke kandidatov (Corner 2000, 387). Personalizacija politike v parlamentarnih sistemih nakazuje preskok osredotočenosti medijev in s tem javnosti od strank k voditeljem oziroma posameznikom, pri čemer kandidati z

namenom doseganja političnih ciljev včasih medijem namerno dopuščajo razkrivanje določene mere zasebnosti (Grbeša 2008, 78).

Z vidika potrošniškega modela [*consumer preference model*] gre tudi pri volitvah za marketinški dogodek, na katerem potrošnik (volivec) izbere oglaševan produkt (kandidata, stranko) (Niemi in Weisber 1993 v Anderson in Stephenson 2010, 3; Vreg 2001, 181). Pri tem oblike prepričevanja in vplivanja temeljijo na »retoriki predstavljanja«, pri kateri je ključno, da se kandidat usmerja na vrednote volivcev (Vreg 2001, 181). Sodobne študije o učinkih volilnih kampanj kažejo, da:

- kampanje prispevajo k informacijam, ki jih ima volivec o kandidatu ali stranki (Ansolabehere in Iyengar 1994 v Anderson in Stephenson 2010, 8);
- so poznani učinki televizijskega oglaševanja tako na raven prepoznavanja kandidata kot tudi prepoznavanja kandidatove pozicije do specifičnih tem kampanje (Vreg 2004);
- imajo negativne informacije večji učinek na volilne izbire, saj se volivcu bolj vtisnejo v spomin kot pozitivne informacije (Iyengar in Simon 2000; Holbrook in drugi 2001; Vreg 2004);
- napadalna taktika volilne kampanje lahko vpliva na volilno udeležbo; napadalni oglasi »selektivno znižujejo udeležbo med tistimi, ki najbrž ne bi glasovali za napadalca« (Ansolabehere in Iyengar v Lijphart 1997, 539);
- volivci prilagodijo ocene o kandidatih v odzivu na vsebino kampanje (Lodge in drugi 1995);
- je oglaševanje z vsebinskimi poudarki učinkovito zlasti pri »zviševanju ocene imidža kandidata« (Vreg 2004, 142).

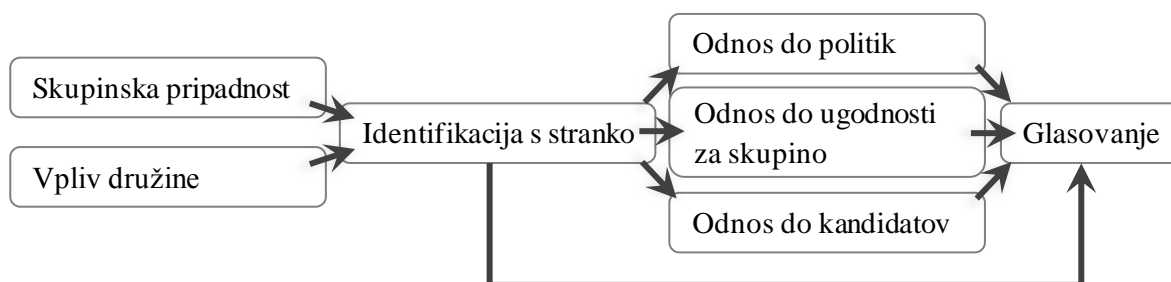
Vendar pa volilne kampanje pri vseh volivcih nimajo enakega vpliva na volilno odločitev. Učinki kampanje in oglaševanja so večji pri volivcih, ki se odločajo pozno ter tistih volivcih, ki so manj vključeni v volilne kampanje (Vreg 2004, 142). Morebitno spreminjanje [*vote switching*] podpore kandidatom oziroma strankam med kampanjo je namreč bolj značilno za manj informiran segment volivcev (Van der Brug in drugi 2007, 25), pri čemer je poleg informiranosti volivcev pomembna tudi vsebina volilne kampanje. Kampanje s specifično vsebino imajo na manj informirane volivce večji vpliv kot splošne kampanje (Zaller v Van der Brug in drugi 2007, 25). Bolj informirani volivci so po drugi strani nagnjeni k relativni imunosti na kampanjo ter druge učinke, ki bi lahko vplivali na njihovo odločitev o volilni izbiri.

Dandanes volilne kampanje zaradi dostopnosti in razširjenosti množičnih in družabnih medijev ter s tem 'neformalnih kanalov' komuniciranja na del volilnega telesa gotovo večji vpliv kot nekoč. Tudi tisti, ki se za politiko manj zanimajo, se težko povsem izognejo informacijam o kandidatih, še posebej, če volilna kampanja poteka v tekmovalnem oziroma konfliktnem tonu med strankami oz. kandidati (Holbrook 1996). Volilne kampanje danes ne potekajo več zgolj na način enosmernega podajanja informacij, temveč tudi kot odzivanje na mnenja volivcev in tudi prilagajanje v skladu z njimi. Sodobne tehnologije namreč omogočajo vse večjo interaktivnost med volivci in politiki. Če so kandidati v svojih nastopih, odzivih in pojavnosti verodostojni, zanimivi in prepričljivi, lahko to na volivca vpliva tako, da sprejme, utrdi ali pa spremeni svojo siceršnjo volilno preferenco.

2.3. Nestalnost volilne odločitve

Po michiganski socialno-psihološki šoli je volilna izbira običajno usklajena z dolgoročno strankarsko identifikacijo volivca (Campbell in drugi 1960). A kot je razvidno iz michiganskega modela (Slika 2.4) na volilno odločitev lahko vplivajo tudi kratkoročni dejavniki. Ko so kratkoročni dejavniki vpliva (na primer preference kandidatov in vsebinska vprašanja) usklajeni s strankarsko identifikacijo, so tudi volilne izbire stabilne. V primeru, ko pa volilna izbira ni usklajena z dolgoročno strankarsko identifikacijo, govorimo o volilni spremembi, do katere vodijo kratkoročni dejavniki vpliva. V določenih volilnih okoliščinah lahko torej pride do neskladja med dolgoročno strankarsko identifikacijo in kratkoročnimi vplivi, (kot so na primer aktualne vsebine in preference kandidatov). V tem primeru identifikacija s stranko ne vodi neposredno k prej stabilni volilni izbiri. Pri spremembi volilne izbire gre za odklon od stabilne ali lojalne norme (Evans 2004, 27). Ko je vpliv kratkoročnih volilnih motivov tako velik, da to pomeni prerazporeditev političnih moči, avtorji michiganske šole govorijo o odklonskih volitvah, za katere je značilno, da le kratkoročno vplivajo na volilna razmerja.

Slika 2.4: Shema michiganskega modela



Vir: Harrop in Miller (1987, 132).

Kratkoročni dejavniki (odnos do politik, odnos do 'ugodnosti' za skupino ter odnos do kandidata oziroma kandidatov) so po michiganskem modelu delno determinirani z identifikacijo s stranko, na katero vplivata pripadnost določeni družbeni skupini in družina. Z vidika kratkoročnih dejavnikov vpliva do volilne spremembe pride bodisi zaradi nestrinjanja s politiko stranke do aktualnih vprašanj, ki bi imela negativni vpliv nanj osebno ali pa na družbeno skupino, ki ji pripada, bodisi zaradi osebnosti kandidata. Podrobnejše značilnosti omenjenih kratkoročnih dejavnikov, povezanih s spremembo volilne odločitve, podajamo v Tabeli 2.2.

Tabela 2.2: Dejavniki povezani s spremembo volilne odločitve

Dejavnik	Značilnosti
Odnos do politik	Do spremembe volilne odločitve, ki ni skladna z identifikacijo s stranko, pride: - če volivec negativno ocenjuje aktualno politiko stranke, s katero se sicer identificira oziroma - če politiko, ki jo volivec zelo močno podpira, podpira neka druga stranka. To lahko vodi v »spremembo glasu«, tako da si volivec na volitvah premisli, in glasuje za stranko, s katero se sicer ne identificira.
Odnos do ugodnosti za skupino	Volivec, ki je sicer identificiran s stranko, se lahko proti njej obrne: - če program stranke oz. posamezne politike ne koristijo ali celo škodujejo njemu pomembni družbenopolitični skupini, katere član je (npr. interes posamezne etnične, verske ali druge skupine, združenja). Pri čemer ni nujno, da volivec meni, da bodo imele te politike neugoden vpliv nanj osebno.
Odnos do kandidatov	Pomembno vlogo pri mobilizaciji glasov v tem primeru igrajo osebnostne lastnosti kandidatov in percepcija volivcev: - volivec je lahko sicer identificiran s stranko, a mu ni všeč njen kandidat, zaradi česar voli drugo stranko ali pa - zgolj zaradi priljubljenega kandidata voli stranko, ki je sicer ne bi podprl, ker ni identificiran z njo.

Vir: Evans (2004, 26-39).

Na volilno spremembo vplivajo tudi drugi dejavniki. Volivci se razlikujejo po tem, koliko so odprti za možnost menjave glasu in podporo drugi stranki, kot so jo podprli na zadnjih volitvah (Butler in Stokes 1974; Franklin in drugi 1992). To razhajanje, ki ga lahko imenujemo 'nagnjenost k menjavi', je povezano tudi z življenjskim ciklom. Proces staranja v splošnem zajema stabilnost družbenih situacij, stališč in preferenc (Evans 2004, 176). Za starejše volivce na primer velja, da so bolj zasidrani v svojih izbirah in da pogosto volijo iz navade. Nagnjeni so k temu, da pogosto volijo isto stranko (Franklin drugi 1992).

Posledice nestalnosti volilnih odločitev se lahko odražajo tudi v drastičnih spremembah volilnih rezultatov. V primeru, ko pride do volilnih sprememb v večjem delu volilnega telesa in do te mere, da to vodi v dolgoročno stabilno prerazporeditev političnih moči v strankarskem sistemu, govorimo o tako imenovanih kritičnih volitvah [*critical elections*] (Key, 1955). Do takšnih sprememb po Keyu pride v primeru ekstremne politične mobilizacije. Velike spremembe v volilnem vedenju se lahko zgodijo, ko zaradi želenih reform prihaja do reideologizacije politike in strank, ko je zaznan povečan obseg izbire manjših oziroma tretjih strank in nenazadnje, ko volilne spremembe privedejo do novih stabilnih volilnih koalicij. Ko do volilnih sprememb prihaja zaradi prestrukturiranja socialnih skupin na osnovi socialnoekonomskih sprememb, razpadejo tradicionalne koalicije s tem pa tudi samoumevne izbire volivcev, kar vodi v restrukturacijo [*realignment*] in s tem oblikovanje novih dolgoročnih vezi (Key, 1955). V primeru, ko se volivec odloča neodvisno od socialne strukture in okolja, in do sprememb v sicer prej stabilnem volilnem vedenju prihaja zaradi popuščanja oziroma slabenja lojalnosti volivca do stranke, pa govorimo o destrukturaciji [*dealignment*] (Lilleker 2006, 66-68). Za razliko od restrukturacije pri destrukturaciji volivci ne razvijejo novih dolgoročnih vezi, pač pa le opustijo vez s stranko, ki je determinirana s socialno strukturo in okoljem, ki mu sicer pripadajo.

Drastične spremembe v volilnem vedenju lahko pripišemo družbenim, ekonomskim in moralnim krizam, pa tudi dolgotrajnim stagnacijam, ki vodijo volivce v željo po spremembi (Pečjak 1995, 188-189). Tako je v Sloveniji v zadnjih nekaj letih opaziti padanje podpore tradicionalnim strankam (predvsem levega pola) ter posledično glasovanje za novonastale stranke oziroma kandidate, s katerimi si volivci obetajo spremembe na bolje. Po drugi strani pa se nezadovoljstvo lahko odraža tudi v apatičnosti in volilni abstinenci.

2.4. Volilna udeležba

Zadnji vidik, ki ga obravnavamo v okviru teorij volilnega vedenja in ki se pogosto povezuje predvsem z neodločenimi volivci, je volilna udeležba oziroma neudeležba. Volilna udeležba je osnovna oblika politične participacije, ki je temelj demokratičnih idealov. Če je bil včasih največji cilj zagotoviti splošno volilno pravico, je danes glavni cilj in predvsem vse večji izziv zagotoviti visoko, če že ne vsesplošne volilne udeležbe. Višja volilna udeležba je namreč močno povezana tudi z upadanjem nemirov in nasilja v državi (Powell 1982, 206). Nizka volilna udeležba pa po drugi strani pomeni neenakost in družbenoekonomsko pristranskost, to je neenako zastopanost in vpliv, ki pa nista naključno razporejena, pač pa sistematično usmerjena v korist privilegiranih državljanov oziroma zoper manj privilegiranim državljanom -tistimi z nižjimi dohodki in nižjo izobrazbo (Lijphart 1997).

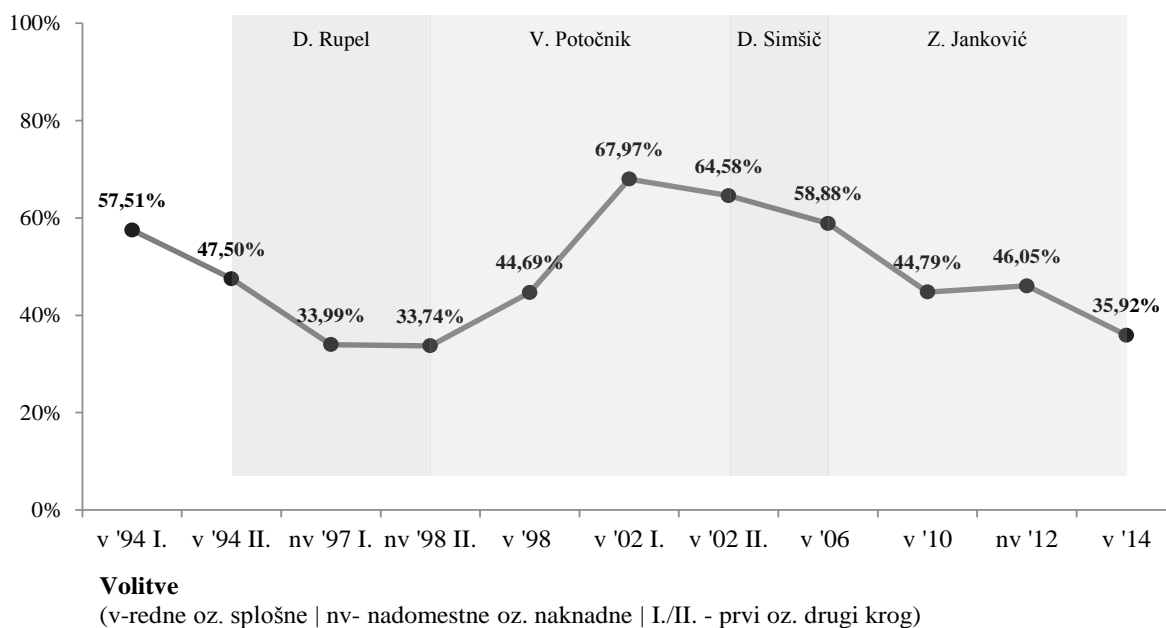
Volilna udeležba je povezana z vrsto dejavnikov, kot so politični interes, vključenost, zaupanje, zadovoljstvo oziroma razočaranje. Pa tudi z občutkom dolžnosti in strankarsko pripadnostjo. Poleg tega je volilna udeležba povezana tudi s pripadnostjo določeni družbeni skupini, npr. glede na starost, etnično skupino, izobrazbo, prihodke, članstvo v organizacijah in podobno (Evans 2004, 151-155). Z vidika življenjskega cikla se bodo starejše skupine volivcev bolj gotovo udeležile volitev. Po drugi strani pa je oddaljevanje od političnih tem in s tem nižja volilna udeležba bolj značilna za manj izobražene volivce. Nižja izobrazba, nižji dohodek in mladost prej znižujejo verjetnost glasovanja na volitvah, čemur Teixeira pravi »demografski odklon v rezultatih volilne udeležbe« (Vreg 2004, 60).

Včasih je bila volilna udeležba pogojena predvsem s »sociološkimi karakteristikami, kot sta občutek za državljansko dolžnost in strankarska pripadnost« (Kaase in Bauer-Kaase v Thomassen 2005, 7). Danes število ljudi, ki se identificirajo z določeno stranko, upada. Zaradi procesov individualizacije je v družbenih normah vse manj uveljavljena tudi norma dolžnosti (Kühnel in Fuchs v Thomassen 2005, 7). Povečala se je instrumentalna usmeritev v politiko, ki predpostavlja, da se bodo volivci pri vsakih volitvah posebej odločali o udeležbi (Van der Eijk in Franklin v Thomassen 2005, 6-7). Avtorja ugotavljata, da bodo ljudje volili le takrat, ko je za njih pomembno, kdo pride na oblast, ali pa, ko naj bi bilo jasno, da volitve služijo za razdelitev moči. Poleg vse manjše navezanosti na stranke in upadanja občutka dolžnosti, je razlog za nižjo volilno udeležbo iskati tudi v apatiji, ki lahko izhaja bodisi iz zamere do politikov in politike na splošno bodisi zaradi občutka posameznikove nemoči (Vreg 2004).

Volilno abstinenco lahko pripišemo tudi zavestni ali organizirani obliki političnega protesta, brezbržnosti ali naveličanosti nad politiko, tihemu strinjanju z večino ali pa občutku odtujenosti politike (Kropivnik 1998). Volilna udeležba je vse manj rezultat izražanja pripadnosti neki skupnosti ali strankarske identifikacije, kot je bilo to značilno predvsem za stare demokracije, in postaja vse bolj individualna odločitev. Ker je volilna udeležba vedno stvar oziroma problem kolektivne akcije, lahko volilno neudeležbo skorajda razumemo kot sebično ali celo 'nemoralno'.

Z upadom volilne udeležbe se soočamo tudi v Sloveniji. Za začetno obdobje volilne demokracije v Sloveniji je bila značilna zelo visoka volilna udeležba, na volitvah leta 1990 je bila udeležba skoraj 84 %, na volitvah leta 1992 pa skoraj 86 %. Visoko volilno udeležbo je bilo takrat po eni strani mogoče pripisati spremembi političnega sistema in želji po sooblikovanju demokracije, s preprostim načinom uresničevanja volilne pravice, po drugi strani pa zapuščini prejšnjega sistema in občutku državljske dolžnosti sodelovanja na volitvah (Kropivnik, 1998). Volilna udeležba je namreč poleg politične kulture, privlačnosti kandidatov in strank odvisna tudi od pomembnosti volitev (Lijphart 1997). Ne glede na dejstvo, da so se vse volitve z začetka tranzicijske zgodbe v Sloveniji zdele pomembne, ločimo različne nivoje 'pomembnosti' volitev. Nižjo volilno udeležbo je mogoče pričakovati na volitvah nižje ravni, kot so na primer lokalne volitve, pri čemer je volilna udeležba v mestnih občinah praviloma nižja kot v nemestnih občinah (Kontelj in drugi 2007, 5). V Mestni občini Ljubljana se volilna udeležba na volitvah za župana od leta 1994, ko so potekale prve neposredne volitve za župana, do leta 2014 giblje med 33,74 % in 67,97 %, najnižja je bila leta 1998, najvišja pa leta 2002 (Slika 2.5).

Slika 2.5: Volilna udeležba - volitve za župana Mestne občine Ljubljana 1994-2014



Vir podatkov: Uradni list RS

Če si podrobneje pogledamo udeležbo na vseh neposrednih volitvah za župana v Mestni občini Ljubljana, ugotovimo, da volilna udeležba konstantno pada od leta 2002 dalje. Volitve za župana so leta 2002 sicer potekale sočasno s predsedniškimi volitvami, čemur lahko pripišemo tudi višjo udeležbo na županskih volitvah. Opaziti je tudi, da je bila volilna udeležba v drugem krogu volitev, če je ta potekal, vedno nižja od udeležbe v prvem krogu volitev. Razloge za to lahko med drugim iščemo v neodločenosti in/ali apatičnosti ter volilni abstinenci tistih volivcev, katerih kandidat se ni uvrstil v drugi krog. Drugi vidik nižje udeležbe je tudi pogostost volitev, ki ima močan negativen vpliv na udeležbo (Lijphart 1997). V obdobju gospodarske krize in slabe družbenopolitične klime v državi se je na primer na račun predčasnih državnozborskih volitev mandatno obdobje 'skrajšalo' na tri leta: po rednih državnozborskih volitvah leta 2008 so potekale predčasne volitve leta 2011 in 2014. Podobno velja za Ljubljano, kjer so po rednih volitvah za župana leta 2010, leta 2012 potekale nadomestne volitve in nato leta 2014 ponovno redne volitve⁹. Ob vse pogostejših volitvah smo torej priča drastičnemu upadu udeležbe na različnih volitvah, kar pa odpira tudi vprašanja zadostnega in legitimnega zastopanja interesov državljanov.

⁹ Leta 2014 smo imeli v Sloveniji v obdobju 6 mesecev volitve kar na treh nivojih: evropske volitve (maj), državnozborske volitve (julij) ter lokalne volitve (oktober). Poleg tega pa je junija 2014 potekal še referendum Zakonu o spremembah in dopolnitvah Zakona o varstvu dokumentarnega in arhivskega gradiva ter arhivih (ZVDAGA-A2).

3 Raziskovalni pristopi k obravnavi volilnega odločanja

Zgodovina raziskovanja volilne dinamike kaže, da je dolgo prevladoval kvantitativni tip raziskovanja. Praviloma je šlo za kvantitativni pristop s strogo strukturiranimi vprašalniki, s skrbno pripravljenim vzorčnim okvirom in zagotovljeno reprezentativnostjo raziskovane populacije (Dean 2003). S tem so bili zagotovljeni osnovni pogoji za testiranje postavljenih hipotez. Razvoj teorij volilnega odločanja se je od neoklasične ekonomske teorije usmerjal predvsem v raziskovanje in razlago volilnega vedenja z matematičnega, algebrskega vidika (Riker in Odreshook 1968). Tudi veliko drugih teoretikov se še naprej osredotoča na kvantitativni raziskovalni pristop pri preučevanju volilnega vedenja, vendar pa tudi kvalitativni raziskovalni pristopi k obravnavi tega področja niso tuji. Kvalitativni pristop je koristen predvsem, ko gre za poglobljeno raziskovanje ter odkrivanje procesov odločanja in s tem prikritih motivacij o tem, zakaj in kako se volivci odločajo. Antenore (2009) na primer uporabno vrednost nestandardiziranih instrumentov vidi v raziskovanju motivacijskih aspektov neodločenih volivcev in v poglobljenem proučevanju razlogov za neodločenost. Vse bolj pa v ospredje prihaja tudi uporaba mešanih metod.

Najprej podajamo kratek pregled značilnosti kvantitativnega in kvalitativnega pristopa k obravnavi volilnega odločanja, nato pa podrobneje obravnavamo značilnosti kombiniranega pristopa, ki ga bomo pri analizi neodločenih na primeru lokalnih volitev uporabili tudi sami.

3.1. Kvantitativni in kvalitativni pristop

Ontološka perspektiva pozitivistične paradigme in s tem kvantitativnega pristopa poudarja, da je realnost neodvisna in zunanja. Strukture obstajajo neodvisno od posameznika. Raziskovalci, ki uporabljajo kvantitativni pristop, se zanimajo za definiranje in operacionalizacijo teh struktur ter za prepoznavanje oziroma ugotavljanje odnosov med strukturami in načini, v katerih so ti lahko izraženi v merljivih pogojih. Iz tega vidika je bilo v okviru politoloških raziskav to še posebej koristno za merjenje odnosov moči in napovedovanje političnih izidov (Dean 2003, 146). Tradicionalne politične vede so podpirale deduktivni pristop, saj je prinašal bolj natančne, merljive in "trde" podatke, ki so omogočali testiranje hipotez. Kvantitativna merjenja političnih odnosov so bila bistvenega pomena za

vzpon discipline političnih ved, saj je objektivna narava tega tipa raziskovanja nenazadnje gradila tudi ugled samih političnih študij (Dean 2003).

Kritike kvantitativnega pristopa k preučevanju volilnega odločanja se nanašajo predvsem na zapostavljanje kognitivnih procesov odločanja. Čeprav lahko s kvantitativnim pristopom merimo odnos volivcev do aktualnih političnih vprašanj, podporo strankam in naklonjenost politikom, pa z njim ne moremo v celoti pojasniti vsebinskih razlogov za njihove odločitve oziroma izbire. Navadno gre le za površinsko merjenje odnosov do strank, politikov in vprašanj, pri čemer so v veliki meri prezrti kognitivni procesi in motivacijski dejavniki odločanja.

Epistemološka in ontološka kritika pozitivizma (katerega cilj je pojasnjevanje na podlagi neodvisne in zunanje realnosti) izhaja iz interpretativne paradigme oziroma konstruktivizma. Z vidika konstruktivizma je realnost interni, subjektivni konstrukt. To pomeni, da ne obstaja ena objektivna realnost, pač pa več realnosti, ki so subjektivno oblikovane, zato je tudi zavedanje realnosti lahko le subjektivno in osnovano na razumevanju (Dean 2003, 147; Tashakkori in Teddlie 2008, 11-17). Iz tega vidika je ključna interpretacija stvarnosti ter z njo povezano razumevanje pomenov, stališč in samih razlogov za delovanje akterjev. Z vidika interpretativne paradigme kvantitativne študije torej ne morejo povsem predvideti prihodnjega vedenja volivca, saj namera še ne pomeni nujno tudi izbire. Po drugi strani pa odsotnost namere oziroma neodločenost še ne pomeni nujno tudi odsotnosti odločitve. Na slednjo lahko namreč vplivajo različni kontrolirani ali nekontrolirani dejavniki, ki so v kvantitativni raziskavi prezrti. Objavljeni rezultati javnomnenjskih raziskav lahko na primer vplivajo na tok volilne kampanje, kar lahko vodi v spremembo volilnih ravnanj ali pa tudi v volilno abstinenco.

Kvalitativni raziskovalni pristopi pa lahko odkrivajo prikrite motivacije o ravnanjih volivcev. Prednost poglobljenih intervjujev je namreč v odkrivanju procesov, s katerimi ljudje pridejo do končne odločitve. Diskusije o tem, kako volivci razmišljajo o volitvah, in kateri vplivi se jih dotaknejo, lahko odkrijejo prikrite teme, ki v kvantitativni študiji ne pridejo na površje. Še posebej pri obravnavi volilnega vedenja neodločenih volivcev je prednost kvalitativnih raziskav v tem, da lahko odkrivajo, kako ti pridejo do volilne odločitve, kako se odločajo o volilni izbiri ter o tem, ali naj sploh volijo ali ne. Kvalitativna študija, ki jo je opravil Lane, prepoznava motivacijski pristop kot ključen za razumevanje kognitivnih procesov odločanja volivca, saj omogoča kontekstualno analizo, pri čemer je mnenje, prepričanje ali vedenje

najbolje razumljeno v kontekstu drugega mnenja, prepričanja ali vedenja (Lane 1972). Na ta način kvalitativne študije pomagajo osvetliti, katerim drugim vplivom so volivci še izpostavljeni, ter preučujejo in pojasnjujejo, do katere mere imajo ti vplivi učinek na volilno odločitev. S tem prispevajo k obstoječemu znanju o volilnem vedenju. Poglobljeni intervjuji omogočajo odkrivanje procesov, preko katerih posamezniki pridejo do končne odločitve.

3.2. Pragmatizem

Kljub začetnim zadržkom je združevanje metod v zadnjem desetletju pridobilo veljavo (De Leeuw 2005). Ob kvalitativnih in kvantitativnih raziskavah se tako vse bolj govori o tretjem raziskovalnem pristopu ali raziskovalni paradigmi - pragmatizmu (Johnson in drugi 2007, 112; Tashakkori in Teddlie 2008, 11-17). Glede uporabe kombiniranega pristopa kvantitativnih in kvalitativnih metod in njegove relevantnosti v družboslovju Johnson in drugi pravijo, da so danes v družboslovnem raziskovanju prisotne tri metodološke paradigme, ki se poslužujejo bodisi kvantitativnega, kvalitativnega ali pa kombiniranega metodološkega pristopa (Johnson in drugi 2007, 117). V nasprotju s Thomasom Kuhnom, zagovornikom ene paradigme, ki zaznamuje "normalno znanost", so avtorji naklonjeni ideji "tri-paradigmatskega metodološkega sveta", saj ima vsak pristop svoje slabosti in prednosti, ki pridejo do izraza ob ustrezni uporabi posameznega ali kombiniranega pristopa. Ob tem pojem paradigme razumejo v kontekstu raziskovalne oziroma metodološke paradigme.

Uporaba kvantitativnega in kvalitativnega pristopa v eni študiji v splošnem sledi filozofskemu in metodološkemu pragmatizmu, pri čemer gre za iskanje izvedljivih rešitev (Johnson in Onwuegbuzie 2008, 283). Ob tem pa naj bi raziskovalec, ne glede na privrženost eni ali drugi paradigmi, vedno izhajal iz namena in problema raziskave (Hammersley 1992), je torej možnih in legitimnih več kombinacij uporabe metod, če te pripomorejo k bolj celovitemu odgovoru na raziskovalno vprašanje. Tudi Snizek je na primer ob pregledu razprav objavljenih med letoma 1950 in 1970 ugotovil, da ni »jasnega vzorca povezav med paradigmatko usmerjenostjo in metodo raziskovanja«, kar kaže na to, da je nabor možnih izborov metod mnogo širši (Lobe 2006, 60).

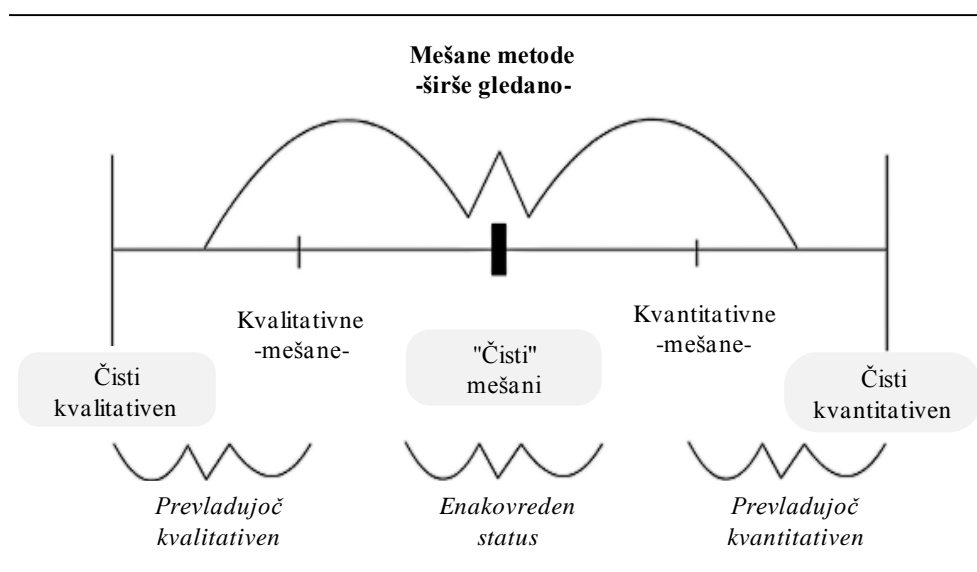
Tako imenovane kombinirane oziroma *mešane metode* [*mixed methods*] v prvi vrsti torej pomagajo odgovoriti na vprašanje, ki ne more biti odgovorjeno zgolj s kvantitativnim ali zgolj

s kvalitativnim pristopom. Kljub začetnim zadržkom o združljivosti kvantitativnih in kvalitativnih metod oziroma pristopov nasprotujočih si paradigem, danes vpliv metodološkega pluralizma narašča. Ne samo, da narašča število družboslovcev, ki napovedujejo razmah mešanih metod (Lobe 2006, 56), kombiniranje kvantitativnih in kvalitativnih pristopov zagovarja tudi vse več raziskovalcev. Združevanje kvalitativnih in kvantitativnih metod postaja vse pogosteje uporabljeno v okviru raziskovalnih načrtov v družboslovju, tako v aplikativnem kot tudi v temeljnem znanstvenem raziskovanju.

Pri pragmatizmu gre pravzaprav za vrsto idej, ki z različnimi pristopi vključujejo uporabo »tistega, kar deluje« (Creswell in Plano Clark 2011, 43). Tashakkori in Teddlie (2008, 9) ugotavljata, da so uporabi mešanih metod naklonjenih predvsem pragmatično orientirani teoretiki in raziskovalci. Pri tem je, kot smo že omenili, glavni namen pridobiti čim bolj obširen in celovit odgovor na raziskovalno vprašanje. Johnson in drugi (2007, 113) ugotavljajo, da je danes primarna 'filozofija' mešanih metod prav pragmatizem.

Pragmatiki ne zanikajo različnih epistemoloških in ontoloških predpostavk znotraj različnih raziskovalnih paradigem, pač pa jih razumejo bolj kot opise in ne predpise za raziskovalno prakso, kar pomeni, da je raziskovalno vprašanje pomembnejše od metode in paradigme, iz katere metoda izhaja (Lobe 2006). Na razlike med kvalitativnim in kvantitativnim pristopom se vse manj gleda z vidika dihotomnosti in vse bolj z vidika dimenzije, kar je razvidno tudi s spodnje slike (Slika 3.1).

Slika 3.1: Glavni raziskovalni pristopi s podtipi mešanih raziskovalnih metod



Vir: Johnson in drugi (2007, 124).

Slika 3.1 prikazuje uporabo kvalitativnega in kvantitativnega pristopa ter njune kombinacije. Na sredini dimenzije kvalitativno–kvantitativno lahko v teoriji govorimo o "čistem" mešanem pristopu, katerega predpostavka je enakovreden status kvalitativnih in kvantitativnih raziskovalnih pristopov, uporabljenih v eni študiji. Na skrajni levi oziroma desni strani dimenzije sta čisti obliki kvalitativnega in kvantitativnega pristopa, ki sta nekdam veljali za nasprotni si in nezdržljivi. Pri vseh vmesnih oblikah oziroma podtipih pa govorimo o mešanih metodah, čeprav ne gre nujno za enakovredno uporabo obeh metod. O mešanih metodah lahko govorimo tako v primeru enakovredne uporabe kvalitativnega in kvantitativnega pristopa v eni raziskavi kot v primeru, ko en pristop prevladuje nad drugim.

3.3. Mešane metode

Raziskave *mešanih metod* so danes najpogosteje uporabljen in razširjen izraz za opis uporabe kvalitativnih in kvantitativnih metod v okviru ene študije (Johnson in drugi 2007; Creswell in drugi 2008; Tashakkori in Teddlie 2008; Creswell in Plano Clark 2011), pri čemer moramo na *metode* gledati širše. Lahko jih razumemo vse od filozofskih izhodišč, kot so ontologija, epistemologija, aksiologija pa do tistega, kar danes poznamo kot metode zbiranja podatkov (npr. standardizirani vprašalniki, nestandardizirani intervjuji, opazovanje ipd.) (Johnson in drugi 2007, 118).

Od sredine prejšnjega stoletja se je sicer za študije, ki so temeljile na pristopu mešanih metod v najširšem smislu, uporabljalo več različnih poimenovanj, ki so bila izpeljana predvsem iz vsebine raziskovalnega načrta, na primer: *integrirane ali kombinirane raziskave, hibridne raziskave, metodološka triangulacija, mešana metodologija, kvantitativne in kvalitativne metode, multiple metode, večmetodne raziskave, triangulacija metod, kombiniranje kvalitativnih in kvantitativnih raziskav, študije mešanih modelov, multimetodološke raziskave* ... (Creswell in drugi 2008, 165; Tashakkori in Teddlie 2008, 17; Creswell in Plano Clark 2011, 22). Pri domačih avtorjih danes *mešane metode* sicer še niso povsem uveljavljen izraz. V večji meri se za poimenovanje teh uporabljajo predvsem opisi, ki ponazarjajo združevanje metod, kot so na primer *združene metode, komplementarna ali sočasna uporaba ali integracija kvalitativnih in kvantitativnih metod* (Lobe, 2006; Hlebec in Mrzel 2012). Ker je vsem terminom oziroma poimenovanjem skupna ideja mešanja, kombiniranja oziroma integracije različnih metod, so *mešane metode* kot krovni termin morda še najbolj primeren

izraz, saj zajema različne postopke kombiniranja, integriranja, povezovanja in uporabe več metod (Creswell in drugi 2008, 165). Zato ga bomo v tem pogledu uporabljali tudi sami.

Johnson in Onwuegbuzie (2004, 17) raziskavo mešanih metod opišeta kot kategorijo raziskave, »pri kateri raziskovalec meša ali kombinira kvantitativne in kvalitativne raziskovalne tehnike, metode, pristope, koncepte ali jezike v eni študiji«. Že iz vrste poimenovanj koncepta mešanih metod je razvidno, da je bil ta v zadnjih letih definiran na mnogo načinov (Johnson in drugi 2007). Definicije, iz katerih je razvidna homogenost in heterogenost, povezuje pet stičnih točk značilnih za raziskave mešanih metod, in sicer: kaj je mešano, v kateri fazi je mešano, obseg oziroma širina, razlogi za mešanje ter smer mešanja. Creswell in drugi (2008) v definicijo mešanih metod kasneje vključijo še naravo zbiranja podatkov, prioriteto posamezne oblike pridobljenih podatkov v raziskovalnem poročilu ter mesto v raziskovalnem procesu, na katerem se zgodi mešanje podatkov: »Raziskava mešanih metod vključuje zbiranje ali analiziranje obeh kvantitativnih in/ali kvalitativnih podatkov v eni raziskavi, v kateri so podatki zbrani sočasno ali zaporedno, z dano prioriteto ter vključujejo integracijo podatkov na eni ali več stopnjah raziskovalnega procesa« (Creswell in drugi 2008, 165). Če je skupna značilnost raziskav mešanih metod združevanje kvalitativnih in kvantitativnih pristopov v eni sami študiji, pa se te med seboj razlikujejo v sočasnem ali zaporednem zbiranju podatkov, tipu analize in interpretacije, prioritetenem ali enakovrednem statusu enega in drugega pristopa ter integraciji na eni ali več stopnjah raziskovalnega procesa. Pri tem načrt in izvedba raziskave mešanih metod sledita raziskovalnemu vprašanju. Avtorji, ki obravnavajo mešane metode, navadno navajajo več razlogov za izvedbo in uporabo mešanih raziskav. Collins, Onwuegbuzie in Sutton (2006) v grobem navajajo štiri utemeljitve za izvedbo raziskav mešanih metod: *optimizacija vzorca z obogatitvijo udeležencev, instrument za zanesljivost, obravnava celovitosti ter pomembno izboljšanje*.

Podobno Greene in drugi opredelijo pet razlogov za uporabo mešanih metod:

- *triangulacija*, pri kateri gre za iskanje konvergence v klasičnem smislu triangulacije, to je potrjevanje in podkrepitev rezultatov z različnimi kvantitativnimi in kvalitativnimi metodami, podatki z namenom povečanja;
- *komplementarnost*, katere glavni namen je izboljšanje, razjasnitev in pojasnitev rezultatov ene metode z rezultati, ki so bili pridobljeni z drugo metodo, z razlogom povečanja interpretabilnosti, značajnosti in veljavnosti konstrukta ter rezultatov raziskave;

- *razvoj*, pri katerem gre v prvi vrsti za uporabo rezultatov ene metode kot pomoči pri razvoju (vzorčenje in implementacija, kot tudi odločitve glede merjenja) ali izvedbi druge metode prav tako z namenom povečanja veljavnosti konstruktov in rezultatov raziskave;
- *iniciacija* z odkrivanjem paradoksov in kontradikcij ter novih in svežih perspektiv raziskovalnega okvirja, ki vodijo v preoblikovanje raziskovalnega vprašanja, pri čemer je namen povečati širino in globino rezultatov raziskave in interpretacij z analiziranjem različnih perspektiv različnih metod in paradigem ter hkrati spodbuja nove interpretacije in predlaga področja za nadaljnje raziskovanje ali na novo postavi celotno raziskovalno vprašanje;
- *razširitev*, katere namen je povečanje širine in obsega raziskave z uporabo različnih metod za različne komponente raziskave. Z vidika evalvacije naj bi pri razširitvenem namenu kvalitativne metode služile za oceno postopkov, kvantitativne metode pa za oceno izsledkov (Greene in drugi 2008, 126-128).

Med najpogostejšimi razlogi za uporabo raziskav mešanih metod so po tipologiji Greenea *komplementarnost* in *razširitev* (Bryman 2008, 264-265). Kljub različnim klasifikacijam razlogov za uporabo oziroma izvedbo raziskav mešanih metod lahko strnemo, da se raziskovalci za uporabo mešanega pristopa odločijo predvsem:

- z namenom boljšega in globljega razumevanja in s tem doseganja večje širine in/ali globine rezultatov, saj je en vir podatkov lahko nezadosten;
- z namenom podkrepitve rezultatov s pomočjo podatkov pridobljenih z drugo metodo;
- ali obojega, v primeru, ko gre za potrjevanje in razlago rezultatov z drugim pristopom za doseg bolj celovitih, notranje konsistentnih in veljavnih rezultatov.

Uporaba raziskave mešanih metod navadno izhaja iz potrebe po širšem razumevanju ter zagotavljanju celovitejših, bolj smiselnih ter nenazadnje bolj uporabnih odgovorov na raziskovalna vprašanja po načelu pragmatizma. Iz razlogov za uporabo mešanih metod izhaja vrsta različnih raziskovalnih načrtov mešanih metod, ki pa se razlikujejo bodisi po kriterijih in nivojih klasifikacije bodisi zgolj po poimenovanju. Rezultat je še ne povsem poenotena tipologija mešanih metod oziroma bolje rečeno raziskovalnih načrtov mešanih metod.

3.3.1. Raziskovalni načrti mešanih metod

V literaturi obstaja vrsta različnih klasifikacij raziskovalnih načrtov mešanih metod (npr. Tashakkori in Teddlie, 1998; Creswell in drugi 2008; Johnson in Onwuegbuzie 2008; Creswell in Plano Clark 2011). V grobem lahko te delimo na štiri osnovne raziskovalne načrte mešanih metod: *konvergentni - sočasni oz. vzporedni, zaporedni (eksplanatorni ali eksploratorni), umeščeni in večfazni*.

Creswell in Plano Clark (2011, 56-58) sta sicer predstavila kar petnajst različnih klasifikacij raziskovalnih načrtov mešanih metod po več avtorjih, pri čemer pa so tipologije raziskovalnih načrtov mešanih metod oblikovane predvsem na osnovi štirih glavnih kriterijev, značilnih za raziskave mešanih metod:

- implementacije z zaporedjem zbiranja podatkov (sočasno/zaporedno),
- statusa oziroma prioritete posameznega pristopa (enakovredno/prednostno),
- nivoja oziroma faze, v kateri se zgodi mešanje (analiza/interpretacija) ter
- teoretskega vidika oziroma ozadja raziskave (Creswell in drugi 2008, 170-177).

V nadaljevanju podajamo klasifikacijo šestih raziskovalnih načrtov mešanih metod po Creswellu in sodelavcih, ki izhajajo iz zgoraj navedenih kriterijev. V Tabeli 3.1 so ob posameznih tipih raziskovalnih načrtov mešanih metod podane značilnosti in namen uporabe.

Tabela 3.1: Osnovni tipi raziskovalnih načrtov mešanih metod

Načrt	Značilnosti	Namen
Konvergentni vzporedni (tudi sočasna triangulacija)	<ul style="list-style-type: none"> - sočasno, neodvisno zbiranje in analiza kvalitativnih in kvantitativnih podatkov, - enak status kvalitativnega in kvantitativnega pristopa, - primerjava (ali povezovanje) rezultatov ter skupna interpretacija. 	<ul style="list-style-type: none"> - z uporabo ene metode želimo podpreti in potrditi rezultate druge metode ter tako povečati skupno veljavnost rezultatov, - pridobiti različne, a komplementarne podatke o isti temi za boljše razumevanje problema, - ilustracija kvantitativnih rezultatov s kvalitativnimi izsledki, sinteza komplementarnih rezultatov za bolj celovito razumevanje pojava.
Eksplanatorni zaporedni - pojasnjevalni -	<ul style="list-style-type: none"> - poteka v dveh ločenih fazah, - 1. (običajno prioriteta) faza je kvantitativno zbiranje in analiza podatkov, - 2. faza (kvalitativno zbiranje in analiza podatkov) izhaja iz rezultatov 1. faze, - skupna interpretacija in razprava, ki združuje rezultate. 	<ul style="list-style-type: none"> - kvalitativni rezultati služijo za dodatno razlago in interpretacijo sprva zbranih kvantitativnih podatkov, - najbolj uporaben za oceno trendov in odnosov (s kvantitativnimi podatki) in obenem razlago mehanizmov ali razlogov, ki ležijo za izkazanimi trendi, - uporaba kvantitativnih rezultatov za pomoč pri raziskovalnih vprašanjih, vzorčenju, naboru sodelujočih, zbiranju podatkov 2. kvalitativne faze (prioritetna 2. – kvalitativna faza).
Eksploratorni zaporedni - raziskovalni -	<ul style="list-style-type: none"> - poteka v dveh ločenih fazah, - v 1. fazi (navadno prioriteta) poteka kvalitativno zbiranje in analiza podatkov, - sledi 2. faza - za testiranje ali posploševanje izsledkov 1. faze, - izsledki so navadno združeni v fazi interpretacije. 	<ul style="list-style-type: none"> - namen je posploševanje kvalitativnih rezultatov na različne, večje vzorce preučevane populacije, - načrt je primeren za testiranje teorij in izsledkov kvalitativne faze, - uporaba kvantitativnih podatkov in rezultatov v pomoč pri interpretaciji kvalitativnih izsledkov, - primeren tudi za razvoj in testiranje instrumentov (prioritetna 2. – kvantitativna faza).
Umeščeni	<ul style="list-style-type: none"> - sočasno zbiranje in analiza podatkov obeh metod, ki vključuje prevladujočo kvalitativno/kvantitativno fazo z umeščenim manjšim kvalitativnim/kvantitativnim delom, - podatki obeh metod so navadno združeni že med analizo, skupna interpretacija. 	<ul style="list-style-type: none"> - namen je dodati širino ali globino rezultatom prevladujoče metode, - ob uporabi različnih metod za preučevanje različnih skupin ali nivojev znotraj raziskovalnega načrta.
Transformativni (zaporedni ali sočasni)	<ul style="list-style-type: none"> - bistven je jasen teoretski vidik, ki narekuje potek študije, - navadno vključuje dve različni fazi zbiranja in analize podatkov, ki si lahko sledita, začeni s kvalitativnim ali kvantitativnim delom, ali pa potekata vzporedno. 	<ul style="list-style-type: none"> - potreba po izvedbi raziskave, ki identificira in izpodbija družbeno nepravilnost, pri čemer je namen uporaba metod, ki najbolje služijo teoretskemu vidiku raziskovalca, - teoretski okvir je pri usmerjanju raziskave pomembnejši kot metoda sama.
Večfazni načrt	<ul style="list-style-type: none"> - kombinira oba - zaporedni in sočasni pristop v več fazah raziskovanja. 	<ul style="list-style-type: none"> - uporaba kvalitativnega in kvantitativnega pristopa za podporo razvoju, prilagoditvi in evalvaciji specifičnega programa (pogosto se uporablja za evalvacijo programov).

Vir: Creswell in drugi (2008, 177-186), Creswell in Plano Clark (2011, 68-76).

Klasifikacija z vidika načrtovanja in razlogov uporabe raziskovalcem omogoča izbiro tistega načrta, ki najbolje ustreza raziskovalnemu problemu. Kot smo že dejali, naj bi namreč raziskovalne metode mešanih načrtov sledile raziskovalnim vprašanjem na način, da ponudijo najboljšo možnost za pridobitev uporabnih odgovorov (Johnson in Onwuegbuzie 2004, 17).

Greene in drugi ob triangulaciji predlagajo štiri načrte raziskav mešanih metod, ki se razlikujejo glede na namen oziroma razloge za uporabo le teh:

- *komplementarni načrt*, katerega namen kombiniranja kvalitativne in kvantitativne metode je uporaba rezultatov ene metode za elaboracijo, obogatitev, razjasnitev rezultatov z drugo metodo. Posamezni metodi se uporabljata za raziskovanje prekrivanja pojavov ali različnih facet/aspektov enega samega pojava. Paradigmatski okvir obeh tipov metod naj bi bil podoben, pri izvedbi pa je najbolje, ko so metode implementirane istočasno in interaktivno znotraj ene same študije;
- *razvojni načrt*, pri katerem je sprva implementirana ena metoda, rezultati te pa so uporabljeni za pomoč pri izbiri vzorca, razvoju instrumenta ali izvedbi analize za drugo metodo, implementacija metod je interaktivna, pri čemer so različne metode uporabljene za oceno enakega ali podobnega pojava, konceptualiziranega znotraj enake paradigme, in se lahko izvede znotraj ene študije ali več študij;
- *iniciacijski načrt*, katerega glavni cilj je kombiniranje kvalitativnih in kvantitativnih metod za odkrivanje paradoksov in kontradikcij. Raziskovani pojav z iniciacijsko usmerjenimi mešanimi metodami bi lahko pokrili široko področje raziskovanja. Načrt je primeren za maksimiziranje možnosti za malo verjetna odkritja, tako se mešanje paradigem v tem načrtu celo spodbuja ter
- *razširjeni načrt*, kot najbolj pogosto citiran namen za uporabo mešane metode, in sicer za razširitev obsega, širine in področja raziskave z uporabo različnih metod za različne komponente raziskave, pri čemer so kvalitativne in kvantitativne metode ločene skozi večino faz raziskave (Greene in drugi 2008, 136-140).

Kljub različnim klasifikacijam raziskovalnih načrtov mešanih metod velja poudariti, da kvaliteta raziskovalnega načrta sestoji predvsem iz *notranje konsistence načrta*, *primernosti načrta* (ali so metode študije primerne glede na raziskovalno vprašanje in ali je načrt konsistenten z raziskovalnim vprašanjem), *doslednosti načrta* (ali so postopki kvalitetno in točno implementirani, ali so metode zmožne zajeti pomen, povezave ali učinke, ali so faze načrta, kot je vzorčenje in postopki zbiranja podatkov primerno implementirani) ter *analitične*

ustreznosti (ali so tehnike analize podatkov primerne glede na raziskovalno/a vprašanje/a) (Johnson in Onwuegbuzie 2008, 286).

Naj ob koncu poglavja dodamo, da raziskovalci političnih znanosti pretežno še vedno uporabljajo zgolj kvantitativne pristope, a je po drugi strani tudi vse več "praktikov" in političnih strategov, ki te vse bolj dopolnjujejo s kvalitativnimi metodami, kot so poglobljeni intervjuji in fokusne skupine oziroma skupinske diskusije, kar ugotavlja tudi Dean (2003, 146). Kvalitativne študije so lahko dobra dopolnitev kvantitativnim volilnim analizam. Pomembno je poudariti, da to velja le, ko je kombiniranje raziskovalnih metod uporabljeno premišljeno, z jasnim raziskovalnim vprašanjem in dodelanim raziskovalnim načrtom. V nasprotnem primeru uporaba in kombiniranje obeh metod lahko pomeni le večji časovni angažma in večji strošek, ne pa tudi celovitejšega vsebinskega doprinosa rezultatov, pridobljenih s pomočjo ene ali druge metode. Kljub vse bolj priljubljenemu interdisciplinarnemu pristopu ter združevanju metod pri raziskovanju različnih družbenih pojavov je v prvi vrsti namreč še vedno treba izhajati iz raziskovalnega vprašanja. In če nanj lahko odgovorimo zgolj z enim pristopom in eno primerno metodo, potem ni potrebe po združevanju oziroma mešanju metod.

4 Analiza volilne izbire neodločenih: primer lokalnih volitev 2010 v Ljubljani

V teoretičnem delu smo predstavili temeljne koncepte volilnega vedenja, ki nam bodo v pomoč pri analizi in razumevanju volilne izbire neodločenih volivcev. Poznavanje temeljnih konceptov volilnega vedenja je ključno za obravnavo volilnega ravnanja, in sicer ne glede na raven volilnega odločanja, bodisi če gre za volitve na evropski, lokalni ali državni ravni. Kljub temu da so prve študije, ki veljajo za izhodišče klasičnih teorij volilnega vedenja, analizirale obnašanje volivcev na ameriških predsedniških volitvah in da klasične teorije in modeli volilnega vedenja izvirajo predvsem iz dvostrankarskega volilnega sistema in okolja, za katerega je bila in je še danes značilna precejšnja etična, rasna, verska pa tudi socialna in ekonomska raznolikost, predstavljajo osnovno izhodišče za razumevanje dejavnikov vpliva na volilne izbire. Sociološki pristopi analizirajo odnos družbenega položaja posameznika in njegovih izbir, pri čemer volilna izbira posameznika sloni predvsem na njegovem položaju v družbi. Procesi modernizacije in rahljanje tradicionalnih skupinskih identitet (razrednih, verskih in etničnih) so sicer vodili k vse večjemu individualizmu, kar je spodkopalo dolgoročne strankarske povezave (Dalton 2003). Po drugi strani pa sodobni izzivi spopadanja z ekonomsko krizo in vse pogostejšimi migrantskimi tokovi znova krepijo skupinske identitete (nacionalne, verske, etnične), kar se odraža tudi v popularnosti ekstremističnih strank. Stališča, ki jih pri tem zavzemajo kandidati oziroma stranke, so pomembna tako na evropski, državni in še posebej na lokalni ravni, ki najbolj neposredno zadevajo volivce. Drugi, psihološki pristop, ki poudarja emocionalno navezanost na stranko in njeno izbiro ne glede na kandidata, prav tako izvira iz tradicionalnega dvostrankarskega okolja, kjer je pripadnost demokratom ali republikancem močno povezana z vrednotnim sistemom posameznika, medtem ko so za nove demokracije, kamor sodi tudi Slovenija, bolj značilni neoblikovani strankarski sistemi, sestavljeni iz velikega števila razmeroma mladih strank, zaradi česar se identifikacija s stranko težje razvije.

Po podatkih raziskave SJM je bila med leti 2002 in 2012 le približno tretjina Slovencev eni stranki bližje kot drugim. Šibka povezanost s strankami se pri nas kaže tudi v razhajanju rezultatov na ravni evropskih, predsedniških, državnozborskih in lokalnih volitev. Podpora določeni stranki, ki se v volilni glas prelije ne glede na kandidata, ki jo zastopa v posamezni volilni enoti, se pri nas zaradi proporcionalnega volilnega sistema odraža predvsem na

državnozbornih volitvah. A pri novonastalih strankah gre tu v prvi vrsti predvsem za podporo stranki zaradi njenega voditelja in zaradi neke čustvene navezanosti nanjo. Razloge v tem, da se volivci na državnozbornih in lokalnih ali predsedniških volitvah obnašajo drugače, je poleg šibke strankarske pripadnosti iskati tudi v drugačnem volilnem sistemu, saj so na predsedniških volitvah in volitvah za župana kandidati neposredno izvoljeni po večinskem sistemu. Da so volivci na lokalnih volitvah za župana vse manj strankarsko in vse bolj problemsko orientirani, kaže tudi dejstvo, da med ponovno izvoljenimi župani¹⁰ odstotek tistih, »ki so kandidirali s podporo vsaj ene politične stranke vse od županskih volitev 1998, počasi upada (od 74,8 v letu 1998 do 64,9 % v letu 2010), hkrati pa odstotek ponovno izvoljenih županov, ki so kandidirali s podporo skupine volivcev, stalno počasi narašča« (Haček in Kukovič 2012, 676). Omenjeno potrjuje nenaklonjenost strankam, ki je značilna za slovenski politični prostor, kar se zaradi ideološko preobremenjenega delovanja političnih elit odraža v vse večjem nezaupanju v politične stranke (Fink-Hafner 1997). Kandidati, predvsem tisti, ki v politiko vstopajo kot ne-politiki in kot strokovnjaki nekega področja, imajo pri volilnih izbirah zaradi tega vse večjo težo. Čeprav na državnozborni ravni nestranski kandidati zaradi proporcionalnega volilnega sistema niso uspešni, pa tudi na državnozbornih volitvah, še posebej, ko gre za novonastale stranke, izbira stranke vse bolj temelji na izbiri voditelja stranke. Izbira stranke temelji na izbiri ključne osebnosti, ki predstavlja stranko. Zato so tudi ključne osebnosti novih strank skrbno izbrane in podporo gradijo na voditelju, ki ga javnost dojema kot strokovnega, predvsem pa politično še neomadeževanega.

Prav zaradi hitrega vstopa novih strank v politiko, ki se navadno zgodi v kratkem predvolilnem obdobju in upanja volivcev po spremembah na bolje, je njihova uspešnost na prihodnjih volitvah odvisna predvsem od retrospektivnega vrednotenja volivcev. Tu lahko potegnemo vzporednice tudi z lokalnimi volitvami za župana, še posebej, ko gre za neodločene volivce, za katere velja, da niso strankarsko vezani, z izjemo morda tistega dela volilnega telesa neodločenih, ki ravna taktično. Glede na to, da je glavna značilnost neodločenih volivcev predvsem nestalnost njihove odločitve, predpostavljamo, da se skupine neodločenih volivcev podobno obnašajo na različnih ravneh volilnega odločanja, še posebej zato, ker jih k izbiri praviloma ne vodijo strankarske vezi.

¹⁰ Leta 2010 je bilo ponovno izvoljenih 82,7 % županov (Haček in Kukovič 2012, 679).

V okviru empiričnega dela doktorske disertacije obravnavamo volilne izbire neodločenih volivcev, in sicer na študiji primera lokalnih volitev župana v Ljubljani, 2010. Preveriti želimo hipotezo, da obstaja več značilnih segmentov neodločenih z jasnim razločevalnim momentom, kar zadeva faktorjev vpliva na končno odločitev o volilni izbiri. Pri tem bomo uporabili večmetodni pristop, s čimer imamo v mislih raziskavo mešanih metod, ki pripomore k večji veljavnosti oziroma legitimaciji podatkov.

Čeprav so lokalne volitve dogodek, ponovljiv vsake štiri leta, so te specifične in odvisne od trenutne politične situacije, klime na lokalni in državni ravni in še posebej od kandidatov. Ko gre za izbiro župana, so volitve, kot smo že dejali personalizirane in neposredne. Na lokalnih volitvah so torej v ospredju predvsem osebnosti, saj gre v prvi vrsti za iskanje najprimernejšega kandidata za opravljanje vodilne funkcije na ravni občine, medtem ko so pri državnozbornskih volitvah v ospredju predvsem strankarske izbire¹¹. Kljub temu pa na lokalnih volitvah ne moremo prezreti družbenopolitične situacije na državni ravni, ki prav tako do določene mere vpliva na odločitve volivcev in razmerja moči med strankami in posledično njihovimi županskimi kandidati. V nadaljevanju sledi opis nekaterih značilnosti lokalnih volitev za župana v Ljubljani 2010 s predstavitev kandidatih za župana, ključnih tem predvolilne kampanje ter družbeno in politično klimo tistega časa v Sloveniji.

4.1. Opis lokalnih volitev za župana v Ljubljani 2010

Roki za izvedbo lokalnih volitev so se začeli na dan razpisa volitev, 9. avgusta 2010. Uradna volilna kampanja je trajala približno mesec dni (od 10. septembra do 8. oktobra 2010). Na državni ravni je v času lokalnih volitev 2010 koalicijo sestavljala tako imenovani *levi trojček* (SD, Zares in LDS), ki ga je na volitvah v Državni zbor leta 2008 podprl takrat aktualni župan Ljubljane Zoran Janković. Poleg *levega trojčka* je bil v koaliciji tudi DeSUS. Predsednik vlade je bil Borut Pahor (SD). Vlada, ki je bila v času lokalnih volitev na polovici mandata, se

¹¹ Čeprav so v ospredju strankarske izbire, to ne pomeni nujno, da gre pri izbiri na ravni strank za drugačna izhodišča pri oblikovanju preferenc. V primeru močnih osebnosti, ki personificirajo stranko, gre namreč tudi v primeru izbire med strankami pravzaprav za izbiro med osebnostmi (posamezniki), ki jih predstavljajo.

je takrat že soočala z nekaterimi aferami¹² ter vse manjšo podporo javnosti. Konec septembra 2010 je potekala tudi splošna stavka javnega sektorja¹³, kar je prav tako zaznamovalo predvolilni čas. Poleg družbenopolitičnih dogodkov so ta čas zaznamovale poplave, ki so med 16. in 20. septembrom prizadele približno dve tretjini občin v Sloveniji. V Mestni občini Ljubljana (MOL) je bil poplavljen velik južni del Ljubljane¹⁴. Naj na tem mestu omenimo, da so pogosto prav naravne ujme recimo temu priložnost, da se kandidati, še bolj pa aktualni župani, izkažejo v kriznih situacijah.

Za župana MOL je na lokalnih volitvah 2010 kandidiralo 13 kandidatov. V nadaljevanju jih na kratko predstavljamo ter povzemamo ključne poudarke njihovih volilnih programov in kampanj.

Zoran Janković, neodvisni kandidat in takratni aktualni župan, je nastopil s sloganom *Dela*. Podprl ga je ljubljanski odbor LDS, ki na volitvah ni nastopil s svojim kandidatom za župana. Ključne vsebine njegovega programa so se med drugim nanašale na izboljšanje kakovosti življenja, prometno politiko s parkirišči P+R, ureditev kanalizacije in vodovoda ter nadgradnjo Regijskega centra za obdelavo odpadkov. Volilna kampanja je temeljila predvsem na poudarjanju dokončanih projektov iz njegovega prvega mandata, 2006-2010. Zoran Janković je za župana Ljubljane prvič kandidiral in bil izvoljen na lokalnih volitvah 2006¹⁵. Pred tem je bil poznan predvsem po vodenju Mercatorja, med leti 1997-2005 je bil predsednik uprave družbe Mercator.

Zofija Mazej Kukovič, kandidatka SDS, je na volitvah nastopila s sloganom *Ljubljana za vse ljudi*. V okviru volilnega programa je obljubljala 1.500 novih delovnih mest, gospodarski razvoj ter se zavzemala za trajnostno prometno ureditev s tramvajem in primestno hitro železnico. Zofija Mazej Kukovič je na volitvah za županjo Ljubljane nastopila prvič. Med letoma 2007-2008 je bila ministrica za zdravje v vladi Janeza Janše.

¹²Npr. afera *bulmastifi*, 6. blok Termoelektrarne Šoštanj, kasneje tudi druge, ki so vodile v odstopne nekaterih ministrov in izstop strank iz koalicije ter 20. septembra 2011 neizglasovano zaupnico vladi.

¹³Zaradi neuspešnih pogajanj z vlado, predvsem glede nadaljevanja odprave plačnih nesorazmerij, kar je bila glavna zahteva sindikatov, je po ocenah sindikatov stakalo okoli 80.000 uslužbencev.

¹⁴Poplavljeni so bile Murgle, Rakova jelša, Vič, Dolgi most, Rožna dolina, Kosovo polje, Kozarje, Vrhovci.

¹⁵Na lokalnih volitvah 2006 je bil izvoljen v prvem krogu, prejel je 62, 99 % glasov. Volilna udeležba je bila 58,88 % (Vir: Državna volilna komisija).

Mojca Kucler Dolinar, kandidatka NSi, je nastopila s sloganom *Volim.Te*. Med ključnimi točkami njenega programa so bile znižanje dolga, nižje cene komunalnih storitev in stanovanj. Tudi pri njej se je del programa nanašal na prometni režim, tega bi optimizirala s krožnimi in daljšimi avtobusnimi linijami ter tramvajem. Na lokalnih volitvah za županjo je nastopila prvič, med letoma 2007–2008 pa je bila ministrica za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo v vladi Janeza Janše.

Miha Jazbinšek, kandidat Zelenih Slovenije, je v programu poudarjal potrebo po optimizaciji prostorskega načrta in ureditvi prometnega omrežja z javnim in skupnim prometom. Zavzemal se je tudi za oživitev mestnega jedra, vpeljal pa bi tudi protikorupcijski program. Kot kandidat za župana Ljubljane je bil na lokalnih volitvah prisoten od leta 2002 dalje. Od leta 2002 opravlja delo ljubljanskega mestnega svetnika. Od leta 1990 do 1994 je bil minister za okolje in prostor v prvi vladi Republike Slovenije, ki jo je vodil Lojze Peterle, ter v drugi in tretji, ki ju je vodil Janez Drnovšek. Znan je tudi po tako imenovanem Stanovanjskem oz. Jazbinškovem zakonu iz leta 1991.

Metka Tekavčič, kandidatka SD, je na volitvah nastopila s sloganom *Delamo skupaj. Delamo razumno. Povezani smo*. V ospredju njenega programa so bili ustalitev mestnih financ in pridobivanje evropskih sredstev, ekološka vprašanja, ureditev prometa ter zagotavljanje socialne varnosti. Za mesto županje Ljubljane je kandidirala prvič, od leta 2002 je mestna svetnica Mestne občine Ljubljana.

Meta Vesel Valentinčič, kandidatka DeSUS, se je v svojem programu zavzemala za kakovostno življenje, za sonaraven prostorski načrt z ureditvijo prometnega režima v mestnem jedru s prilagoditvijo javnega prometa in kolesarjem. Poudarila je je izgradnjo treh vrtcev, negovalne bolnišnice in domov za starejše ter obnovo trim stez in bazenov. Za mesto županje Ljubljane je kandidirala prvič, do leta 2008 pa je bila dejavna članica LDS.

Milan Hosta, kandidat Zares, je na županskih volitvah nastopil z geslom *Tramvaj-Znanje-Stanovanje*. V programu se je zavzemal za spremembo prometnega režima s tramvajem za manj onesnažen zrak, za lažjo pot do prve nepremičnine za mlade družine, za podporo podjetnikom pri ohranjanju delovnih mest ter uspešno črpanje evropskih sredstev. Pred nastopom na lokalnih volitvah za župana Ljubljane ni bil javno politično aktiven.

Janez Žagar, kandidat SLS, je na volitvah nastopil z geslom *Rešimo Ljubljano*. Ključne točke njegovega programa so bile decentralizacija mesta, projekti na obrobju občine, večja

možnost pobud meščanov in četrtnih skupnosti, urbanistični načrt za trajnostni razvoj ter hiter in poceni javni prevoz z novo krožno linijo. Na volitvah za župana Ljubljane je nastopil prvič, sicer pa je bil politično aktiven predvsem na lokalni ravni.

Ostali kandidati, ki so na volitvah prejeli manj kot 1 % glasov, prej niso bili vidno politično dejavni. **Marko Mitja Feguš** je v primeru izvolitve med drugim obljubljal gradnjo preko 2000 montažnih in energetske učinkovitih enodružinskih hiš. Za rešitev stanovanjskega problema z mestnimi neprofitnimi stanovanji se je zavzemal tudi **Jože Joc Javornik**, ki bi med drugim uvedel tudi javni rečni promet. **Jože Drnovšek** se je v svojem programu osredotočil na reševanje problema brezposelnosti, in sicer preko novih delovnih mest visoke tehnološke produkcije. **Janez Lesar** je s programom, ki je bil usmerjen predvsem v dvig kakovosti življenja, v primeru, da bi bil izvoljen za župana, napovedoval dvig življenjske dobe za tri leta. **Miha Majc** pa je med drugim poudarjal potrebo po razvoju turizma in podjetništva, ki bi pripomogla h gospodarski rasti ter se zavzemal za protipoplavno zaščito.

V volilni kampanji in na soočenjih sta odmevala predvsem avgusta 2010 dokončana in odprta stadion in dvorana v Stožicah ter z njo povezana afera neplačanih podizvajalcev gradbenih del ter sporno javno-zasebno partnerstvo. Protikandidati so Jankoviću očitali netransparentnost, neracionalnost ter prekomerno zadolževanje. Ob Stožicah je bila v ospredju volilne kampanje postavljena predvsem prometna ter stanovanjska problematika, za rešitev katere se je v svojih volilnih programih zavzemala večina kandidatov. Na splošno je bila sicer, v primerjavi s prejšnjimi lokalnimi volitvami, volilna kampanja v Ljubljani deležna manjše medijske pozornosti.

Prvi krog lokalnih volitev je potekal 10. oktobra 2010. Volilna udeležba v MOL je bila nizka, glasovalo je 44,79 %¹⁶ (Državna volilna komisija). Župan Zoran Jankovič je bil izvoljen v prvem krogu volitev s 64,79 % glasov. Seznam vseh kandidatov s predlagatelji ter dobljenim odstotkom glasov na volitvah za župana Ljubljane podajamo v Tabeli 4.1.

¹⁶ Za primerjavo: v prvem krogu volitev leta 2002 je bila volilna udeležba v MOL 67,97 %, leta 2006 pa 58,88 % (Državna volilna komisija).

Tabela 4.1: Rezultati volitev župana 2010, Mestna občina Ljubljana - prvi krog

Kandidat	Predlagatelj	Odstotek glasov
Zoran Janković	Tjaša Möderndorfer s skupino volivcev	64,79 %
Zofija Mazej Kukovič	Konferenca MO SDS Ljubljana	13,50 %
Mojca Kucler Dolinar	Nova Slovenija - Krščanska ljudska stranka	8,11 %
Miha Jazbinšek	Konvencija zelenih Slovenije, OO Ljubljana	5,54 %
Prof. dr. Metka Tekavčič	Mestna organizacija socialnih demokratov Ljubljana	2,22 %
Meta Vesel Valentiničič	DeSUS - Demokratična stranka upokojujencev Slovenije	1,71 %
Dr. Milan Hosta	Zares - nova politika	1,26 %
Janez Žagar	Slovenska ljudska stranka	1,03 %
Marko Mitja Feguš	Lista za čisto pitno vodo - MO Ljubljana	0,73 %
Jože Joc Javornik	SU- Slovenska unija	0,53 %
Jože Drnovšek	Kongres stranke Naprej Slovenija	0,22 %
Janez Lesar	Socialna liberalna stranka	0,19 %
Miha Majc	Stranka slovenskega naroda	0,16 %

Vir: Državna volilna komisija.

Kot smo že omenili, volilna kampanja v Ljubljani ni bila deležna večje medijske pozornosti. Prvič, ker je bilo zaradi aktualnih dogodkov, ki so sovpadali z volilno kampanjo, več pozornosti usmerjene na poplave in sanacijo poplavnih območij ter na stavko javnega sektorja, ki je sovpadala s predvolilnim časom. Drugič, ker je bilo zaznati pričakovano premoč Jankovića in odsotnost močnega protikandidata, kampanja ni bila tako zanimiva kot na primer v nekaterih drugih občinah, kjer so si bili kandidati bolj "konkurenčni".

Percipirana premoč Jankovića se je odražala tudi v predvolilnih javnomnenjskih anketah, objavljenih v medijih. V Tabeli 4.2 podajamo rezultate javnomnenjskih anket, ki so bili v najbolj branih oziroma gledanih medijih objavljeni dva tedna pred prvim krogom volitev. Prikazan je delež podpore oz. izbire za Jankovića, za drugo uvrščenega kandidata, vse ostale kandidate skupaj ter skupen delež neodločenih, neopredeljenih oziroma nevolivcev.

Tabela 4.2: Rezultati predvolilnih javnomnenjskih anket za Ljubljano

	Delo- DeloStik (20.-24. sep. 2010; n=300)	RTV SLO- Mediana (23.-28. sep. 2010; n=400)
Zoran Janković	57,9 %	59,9 %
Drugouvrščeni kandidat	9,4 % (Zofija Mazej Kukovič)	6,7 % (Miha Jazbinšek)
Ostali kandidati- skupaj	14,6 %	14,4 %
Ne vem, brez odgovora Ne bi volili	18,1 %	19,0 %

Vir: Delo; RTV SLO

Rezultati omenjenih in tudi drugih javnomnenjskih anket so kazali, da naj bi Zoran Janković dobil več kot petdeset odstotkov glasov že v prvem krogu, drugouvrščeni pa manj kot desetino glasov. Delež tistih, ki niso dali odgovora na to, koga bi volili oziroma so dejali, da se volitev ne bi udeležili, po omenjenih dveh anketah ni presegel dvajsetih odstotkov. Izrazita premoč Jankovića je bila tako zaznana že pred zadnjim tednom, ko je veljala prepoved objave raziskav javnega mnenja v medijih.

Širši družbeni kontekst, v katerem so se odvijale lokalne volitve, ki predstavljajo okvir za našo raziskavo in analizo neodločenih volivcev, lahko torej opišemo kot negotov z vidika ekonomsko-gospodarske krize, v kateri se je takrat že znašla tudi Slovenija. V zvezi s tem je bila vse bolj očitna tudi politična nestabilnost tedanje vlade. Medtem ko se v lokalnem okolju na območju Mestne občine Ljubljana po eni strani poudarjale predvsem nekatere vidne in otipljive arhitekturne in prostorske rešitve mesta, so bile po drugi strani vse glasnejše tudi kritike, povezane predvsem s transparentnostjo in legalnostjo teh poslov.

4.2. Raziskovalni načrt

Empirično raziskavo smo izvedli v dveh fazah. Prvo, kvantitativno fazo, smo opravili dva tedna pred volitvami, drugo, kvalitativno fazo, pa smo opravili v tednu po volitvah. V prvi, kvantitativni fazi, je bil poudarek na prospektivnem pogledu na volitve. V drugi, kvalitativni fazi, pa je bil poudarek na retrospektivnem pogledu na volitve in predvolilni čas. Iz spodnje tabele (glej Tabelo 4.3) je razvidna časovna umestitev obeh faz zbiranja podatkov v kontekstu rokovnika glavnih volilnih opravil.

Tabela 4.3: Časovna umestitev obeh faz zbiranja podatkov glede na volilna opravila

Datum	Volilna opravila in aktivnosti
10. 9. 2010	Uradni začetek volilne kampanje
15. 9. 2010	Zadnji dan za predložitev kandidatur
21. 9. 2010	Soočenje kandidatov- TV Slovenija ¹⁷
23. 9.-3. 10. 2010	Izvedba telefonskega anketiranja – kvantitativna faza
25. 9. 2010	Javna objava seznamov potrjenih kandidatov
3.-10. 10. 2010	Prepovedana objava raziskav javnega mnenja
5.-7. 10. 2010	Predčasno glasovanje
7. 10. 2010	Soočenje kandidatov- POP TV ¹⁸
8. 10. 2010	Zaključek javne volilne propagande
9.-10. 10. 2010	Volilni molk
10. 10. 2010	Volitve- prvi krog
12.-14. 10. 2010	Izvedba fokusnih skupin – kvalitativna faza

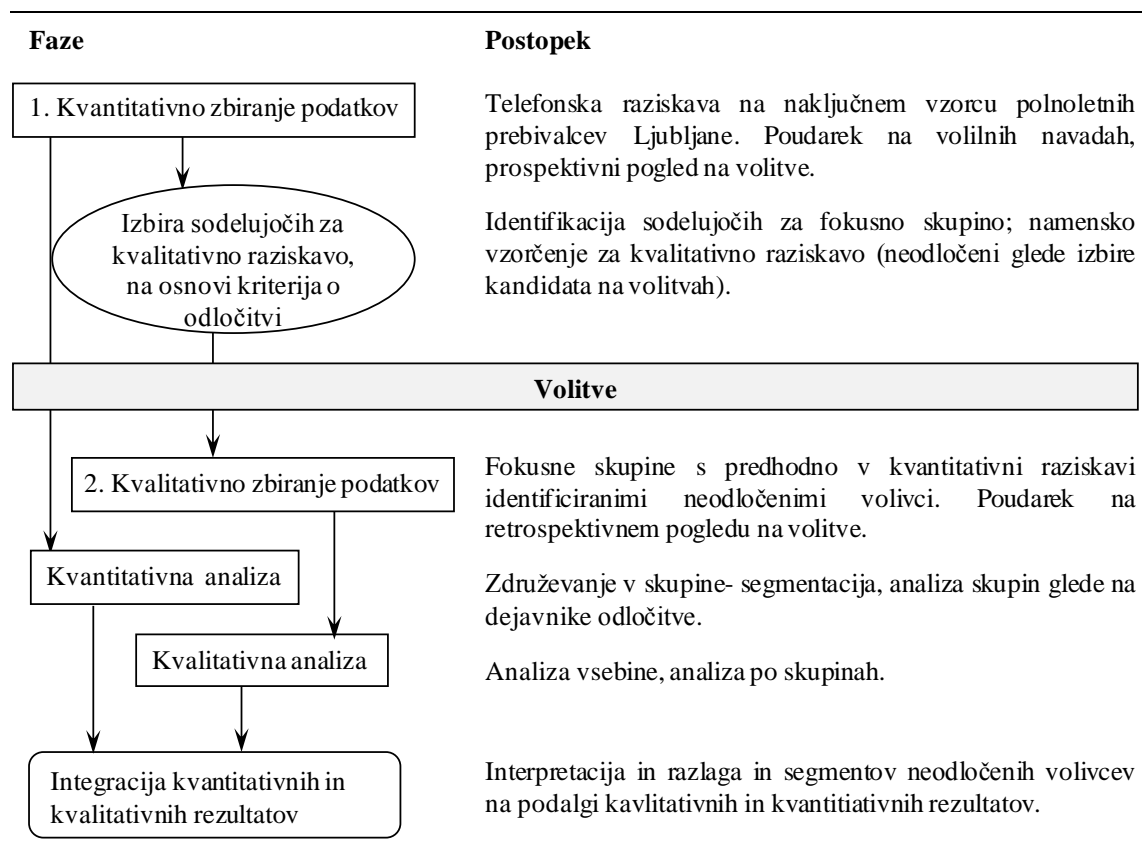
Izvedbo telefonske raziskave smo umestili med 23. september in 3. oktober 2010. Dva dni pred začetkom anketiranja je potekalo soočenju kandidatov na programu TV Slovenija. Telefonsko anketiranje smo zaključili teden pred volitvami, ob začetku prepovedi objave rezultatov javnomnenjskih raziskav v medijih. Drugo, kvalitativno fazo, smo umestili v teden po volitvah, ko so bili vtisi o volitvah in o zadnjih dneh volilne kampanje še sveži.

¹⁷ Soočenja na TV Slovenija so se udeležili vsi kandidati, razen Jožeta Drnovška.

¹⁸ Na soočenju na POP TV so nastopili le najbolj vidni kandidati: Zoran Janković, Miha Jazbinšek, Mojca Kucler Dolinar, Zofija Mazej Kukovič in Metka Tekavčič.

Raziskovalni načrt z opredeljenimi fazami in z opisanim postopkom v okviru posameznih faz prikazujemo na spodnji shemi (Slika 4.1).

Slika 4.1: Raziskovalni načrt



Glede na tipologijo raziskovalnih načrtov, ki izhajajo predvsem iz namena raziskave, gre pri našem načrtu za kombinacijo *komplementarnega načrta* in *razvojnega načrta* (Greene in drugi 2008). Namen komplementarnega načrta je uporaba rezultatov ene metode za obogatitev, razjasnitev rezultatov z drugo metodo, pri čemer se posamezni metodi uporabljata za raziskovanje prekrivanja pojavov ali različnih facet/aspektov enega samega pojava. Pri *razvojnem načrtu* pa se rezultati ene metode uporabijo za pomoč pri izbiri vzorca, razvoju instrumenta ali izvedbi analize za drugo metodo. V našem primeru želimo z rezultati pridobljenimi s kvalitativno raziskavo obogatiti ter pojasniti rezultate, to je segmente neodločenih, ki jih bomo z metodo združevanja v skupine pridobili v okviru prve, kvantitativne faze. Pred tem pa bomo v okviru prve faze preko namenskega vzorčenja identificirali ciljne osebe (neodločene) za drugo, kvalitativno fazo.

Z vidika tipologije raziskovalnih načrtov mešanih metod, ki jo uporabljata Creswell in Plano Clark, pa gre v našem primeru za **pojasnjevalni zaporedni načrt**, saj zajema vse namene, ki opredeljujejo uporabo tega načrta:

- uporaba kvalitativnega dela za razlago prvotnih kvantitativnih rezultatov;
- uporaba mešanih metod za oblikovanje skupin na osnovi kvantitativnih rezultatov in spremljanje skupine s pomočjo nadaljnje, kvalitativne raziskave;
- uporabo kvantitativnih rezultatov o karakteristikah sodelujočih za namensko vzorčenje pri kvalitativni fazi (Creswell in Plano Clark 2011, 82).

Podobno gre po tipologiji, ki sta jo razvila Johnson in Onwuegbuzie (2008), za **osnovni zaporedni mešani načrt**, za katerega je značilno, da bodo zbrani in analizirani podatki s kvantitativno raziskavo uporabljeni tudi za pomoč pri izbiri udeležencev za drugo, kvalitativno fazo raziskovanja. Hlebec in Mrzel (2012, 247) sicer ugotavljata, da pri raziskovalnem načrtu z izbiro udeležencev, »kjer raziskovalec potrebuje pregled nad kvantitativnimi podatki, zato da bi identificiral in [...] namensko izbral udeležence za kvalitativni del raziskave«, kvantitativna faza služi le kot izhodišče za bolj pomembno kvalitativno fazo, vendar v našem primeru ni tako, saj sta obe fazi enako pomembni.

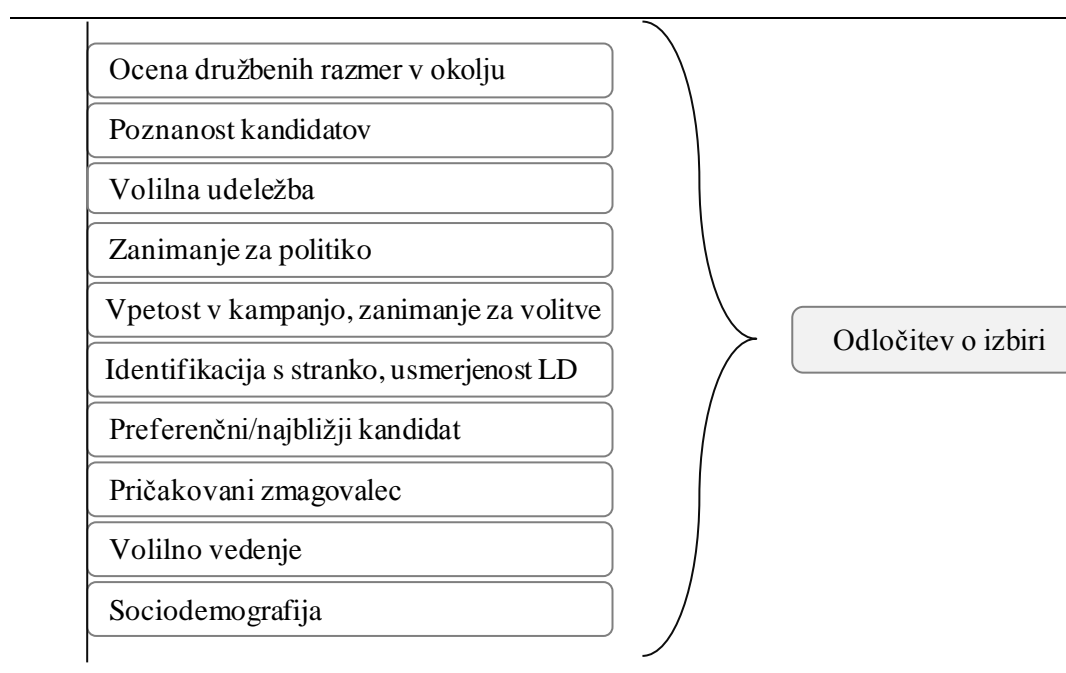
4.3. Prva, kvantitativna faza

V okviru prve, kvantitativne faze, smo opravili primarno raziskavo, namen katere je bil identificirati neodločene ter jih na podlagi njihovega odnosa do volitev in volilnih odločitev s pomočjo metod za razvrščanje razvrstiti v značilne skupine. V nadaljevanju predstavljamo metodološki instrumentarij, vzorec, osnovne rezultate z vidika razlik med odločenimi in neodločenimi volivci, ki so pomembni za nadaljnje razvrščanje v skupine neodločenih volivcev. Statistično analizo smo opravili s pomočjo programske opreme *IBM SPSS Statistics19*.

4.3.1. Vprašalnik

Za namen raziskave smo razvili standardiziran vprašalnik, v katerega smo vključili ključne dejavnike vpliva na volilno odločitev. Ti dejavniki na posameznike delujejo z različno stopnjo vpliva, kar predstavlja izhodišče za segmentacijo oziroma združevanje v skupine neodločenih. Dejavnike vpliva na odločitev o izbiri navajamo v spodnji preglednici (Slika 4.2), operacionalizacijo spremenljivk oziroma indikatorje pa predstavimo v nadaljevanju. Celoten vprašalnik je v prilogi (Priloga A).

Slika 4.2: Dejavniki vpliva na volilno odločitev



Družbene razmere v lokalnem okolju so pomemben dejavnik predvsem z vidika retrospektivnega ovrednotenja ter splošne subjektivne percepcije o kvaliteti življenja v občini. Merili smo ga preko relativne splošne ocene razmer v Ljubljani v obdobju zadnjih štirih let (slabše, boljše, enako kot pred štirimi leti). Obdobje ovrednotenja smo z namenom referenčne točke, ki je predstavljal začetek prvega županovanja Jankovića, omejili na štiri leta.

Seznanjenost s kandidati je dober prvi pokazatelj informiranosti volivcev. Pri tem manjše število prepoznanih kandidatov lahko vodi okrnjene možnosti izbir. Poznanost kandidatov smo merili preko spontanega in podprtega priklica kandidatov. Pri spontanem priklicu so anketiranci sami navedli njim znane kandidate za župana. Pri podprtem priklicu smo anketirancem navedli še ostale kandidate ter jih vprašali, ali vedo zanje ali ne.

Predvideno volilno udeležbo smo merili s pomočjo petstopenjske lestvice. Anketirance smo vprašali, kako verjetno se nameravajo udeležiti volitev. Ta dejavnik smo vključili zaradi pogoste predpostavke, da se večina volivcev, ki v času intenzivne volilne kampanje o sebi poročajo kot o neodločenih, verjetno volitev sploh ne udeleži. Po drugi strani pa obstaja vsaj del strateških volivcev, ki so v predvolilnem času prav tako še neodločeni, a se z gotovostjo udeležujejo volitev in se odločajo v zadnjih dneh. Pri tem je treba poudariti, da je volilna udeležba in strateško glasovanje povezano tudi s kontekstom posamičnih volitev. A strateško tehtanje je značilno predvsem za volitve kompetitivne narave, kar bi za naš primer težko trdili, saj so omenjene volitve v Ljubljani že nekaj tednov veljale za vnaprej odločene. Ob tem, da je bila prisotna še vrsta drugih družbenih okoliščin, ki bi lahko negativno vplivale na volilno udeležbo, predvsem velja omeniti naraščajočo družbeno in ekonomsko krizo ter izrazito nezaupanje v institucije sistema.

Zanimanje za politiko smo merili s pomočjo dveh vprašanj: *izražene stopnje zanimanja za politiko na splošno*, pri čemer so anketiranci podali oceno zanimanja na petstopenjski lestvici, ter *obsega spremljanja medijev z družbenopolitično vsebino v urah na običajen dan v tednu*. Oboje posredno kaže tako na stopnjo splošne politične informiranosti, kot tudi na stopnjo politične osveščenosti, vsaj z vidika izraženega interesa, a ne nujno tudi z vidika politične participacije.

Vpetost v kampanjo in informiranost je ožji vidik in se nanaša na konkretne volitve v realnem času. Določajo ga indikatorji, kot so zanimanje za volilno kampanjo, pogovori o volitvah oziroma kandidatih z družino in prijatelji ter dostopnost do informacij. Zanimanje za volilno kampanjo, pozornost, ki jo volivci namenjajo lokalnim volitvam, ter dostopnost do različnih informacij o kandidatih in volitvah smo merili na petstopenjski lestvici.

Identifikacijo s stranko smo merili preko izražene naklonjenosti strankam. Pri naklonjenosti nas niso zanimale konkretne strankarske preference, pač pa, ali menijo, da so kakšni politični stranki blizu ter ali se med obstoječimi strankami zlahka opredelijo za tisto, ki ustreza njihovim pogledom in interesom (petstopenjska lestvica strinjanja). Kljub temu, da so na lokalnih volitvah za župana bolj kot stranke v ospredju kandidati in da je tedaj aktualni župan nastopil kot nestrankarski kandidat, smo se odločili ta dejavnik obdržati, saj predstavlja enega vidnejših konceptov v teoriji volilnega vedenja (Campbell in drugi 1960). Medtem ko je za zanesljive in vnaprej odločene volivce značilno, da so politično ali ideološko blizu stranki, pričakujemo, da je pri neodločenih volivcih naklonjenost strankam manj ali pa sploh ne

izražena. Posameznik je lahko levo ali desno pozicioniran, čeprav ni blizu nobeni stranki. Poleg naklonjenosti strankam smo zato s pomočjo desetstopenjske lestvice merili tudi **politično usmerjenost na dimenziji levo-desno**, ki označuje opredelitev posameznikovih stališč in vrednot v povezavi z družbenimi, ekonomskimi in političnimi vprašanji.

Preferenčni kandidat je predvsem v dveh primerih lahko dober pokazatelj naklonjenosti kandidatom v smislu preferiranja osebnosti in vrlin kandidata pri volilnih izbirah pred naklonjenostjo strankam. Prvič v povezavi z odsotnostjo identifikacije s stranko in drugič v primeru, ko identifikacija s stranko sicer obstaja, a ta ni skladna s preferiranim kandidatom. V primeru odločenih volivcev je preferenčni kandidat enak izbiri kandidata na volitvah. V primeru neodločenih volivcev pa preferenčni kandidat sicer predstavlja kandidata, ki jim je sicer najbolj všeč, a to še ne pomeni, da bodo na volitvah zanj tudi glasovali.

Pričakovani zmagovalec je ocena oziroma percepcija volivcev o tem, kateri kandidat ima na volitvah največ možnosti za izvolitev ter kolikšna bo razlika med prvo in drugo uvrščenim. Dejavnik je pomemben predvsem v povezavi s strateškim glasovanjem, pri čemer do taktičnega glasovanja navadno pride predvsem takrat, ko so volitve kompetitivne narave in ko so razmerja med kandidati ali pa vsaj med prvima dvema tesna. Ta dejavnik je prav tako pomemben z vidika volilne udeležbe, saj lahko vodi v ne-izbiro oziroma volilno abstinenco ob razmišljanju, da en glas ne more ničesar spremeniti. To razmišljanje je bolj kot za odločene volivce značilno prav za neodločene volivce.

Volilno vedenje smo merili preko odnosa do volitev in volilnega odločanja, in sicer z več indikatorji. Anketiranci so na petstopenjski lestvici podali stopnjo strinjanja s trditvami, ki se nanašajo na:

- odnos do volilne udeležbe z vidika občutka dolžnosti, smiselnosti glasovanja ter percepcije neuspeha preferirane stranke, kandidata:
 - *Pomembno je voliti, tudi če moj kandidat ali stranka nimata možnosti za zmago.*
 - *Dolžnost vsakega občana je, da voli.*
 - *Toliko ljudi voli, da moj glas komaj kaj šteje.*
- kompetence kandidata v povezavi z osebnostnimi lastnostmi in sposobnosti kandidata ne glede na njegovo politično pripadnost:
 - *Pri izbiri kandidata mi je najpomembnejša njegova osebnost kot taka.*
 - *Pri izbiri kandidata mi je bolj kot politična usmerjenost pomembna njegova sposobnost.*

- programske oziroma problemske preference, ki poudarjajo pomembnost programa oziroma političnih pogledov kandidata:
 - *Preden se odločim, koga bom volil, se pozanimam o programih vseh oziroma večine kandidatov.*
 - *Pomembno je, da ima župan podobne politične poglede kot jaz.*
- strateško glasovanje z vidika upoštevanja rezultatov javnomnenjskih anket ter glasovanja za domnevnega zmagovalca:
 - *Na volitvah izberem najljubšega kandidata, čeprav ta morda nima možnosti za zmago.(R)*
 - *Ko se odločam, koga bom volil, upoštevam tudi objavljene rezultate JM anket.*
 - *Ko se odločam, koga bom volil, razmišljam le o kandidatih, ki imajo največ možnosti za zmago.*
- brezbriznost, razočaranost, ki se v literaturi pogosto povezuje z neodločenimi volivci in volilnimi abstinenti:
 - *Vseeno mi je, kdo zmaga na volitvah.*
 - *Kdorkoli zmaga na volitvah, se nič ne bo spremenilo.*
 - *Kandidati so pripravljene reči, obljubiti vse, le da bi zmagali.*
- ter mnenje pomembnih drugih, ki ima prav tako lahko pomemben vpliv na neodločene volivce:
 - *Pred volitvami se o izbiri kandidata posvetujem z bližnjimi.*

Med **socialno demografske značilnosti** smo vključili spol, starost, izobrazbo, zaposlitveni status, vernost ter osebne dohodke. Vsaj z vidika volilne udeležbe in posledično tudi gotovostjo izbire se pri omenjenih dejavnikih pogosto kažejo razlike. K volilni udeležbi so bolj nagnjeni starejši. Medtem ko nizka stopnja izobrazbe, nizek dohodek ter mladost vplivajo na nižjo stopnjo politične participacije, kar lahko povezujemo tudi z neodločenostjo glede volilne izbire. Na to kažejo tudi rezultati raziskave SJM 2006, iz katerih je razvidno, da je delež neopredeljenih strankarskih preferencah višji med mlajšimi in manj izobraženimi (Toš, 2007, 26-29). V starostnem razredu do 30 let je v času omenjene raziskave delež neopredeljenih glede strankarske izbire (volil bi + najbližja stranka) znašal 39,8 %, v starostnem obdobju nad 61 let pa le 28,5 %. Glede na izobrazbo je bil najvišji delež neopredeljenih zabeležen med tistimi z osnovnošolsko izobrazbo (35,7 %), najnižji pa med tistimi s srednješolsko izobrazbo (32,9 %), medtem ko je delež med višje in visoko izobraženimi višji (34,9 %).

4.3.2. Potek, izvedba in struktura vzorca

V okviru kvantitativne faze so ciljno populacijo predstavljali polnoletni prebivalci MOL. Za vzorčni okvir smo vzeli stacionarne in mobilne telefonske številke na območju MOL, objavljene v Telefonskem imeniku Slovenije 2009. S pomočjo modula za računalniško podprto telefonsko anketiranje *WEBcati*¹⁹ smo opravili verjetnostno vzorčenje in v vzorec zajeli 4365 telefonski številke.

Telefonsko anketiranje je bilo opravljeno med 23. septembrom in 3. oktobrom 2010 v klicnem studiu podjetja Episcenter. Anketarji so ciljno osebo znotraj gospodinjstva izbrali na osnovi vprašanja o polnoletnosti in zadnjega rojstnega dne. Stopnja sodelovanja v raziskavi je 12,4 %. Realizacija vzorca je razvidna iz spodnje tabele (Tabela 4.4).

Tabela 4.4: Realizacija vzorca

	število	odstotek
V celoti izpolnjeni intervjuji (realiziran vzorec)	540	12,4 %
Zavrtni intervjuji	2193	50,2 %
Nekontaktirane enote - ni odziva	1525	34,9 %
Drugo (neustrezne enote, nedokončani intervjuji)	107	2,5 %
Skupno število enot v vzorcu	4365	

Od preklicanih 4365 telefonskih številke je bilo 35 % nedosegljivih. V raziskavi ni želelo sodelovati 2193 oseb (50 %), 2 % pa sta intervju opustila pred koncem. Realiziran vzorec predstavlja 540 polnoletnih prebivalcev mestne občine Ljubljana. Čeprav je bilo anketiranje opravljeno v popoldanskem času in tudi med vikendom, ko je stopnja odgovora navadno višja, smo zabeležili visoko stopnjo zavrnitve (50 %). Razloge lahko med drugim iščemo tudi v manjši odzivnosti med urbano populacijo, manjšemu zanimanju za lokalne volitve ter nasičenosti z javnomnenjskimi raziskavami v predvolilnem času. Po drugi strani pa bi bila pripravljenost za sodelovanje v primeru, da bi bil izvajalec ankete na primer znanstvena ali državna institucija, zaradi ugleda institucije in/ali občutka dolžnosti gotovo višja.

¹⁹ Programska oprema Warpit.

Iz spodnje tabele (Tabela 4.5) je razvidna struktura vzorca glede na socialno demografske značilnosti anketirancev. Poleg strukture vzorca je iz tabele razvidna tudi populacijska struktura prebivalcev MOL.

Tabela 4.5: Struktura vzorca

		Vzorčna struktura		Populacijska struktura MOL ²⁰
Spol	Moški	173	32,0 %	47,7 %
	Ženski	367	68,0 %	52,3 %
Starost	18-24	36	6,7 %	11,9 %
	25-34	65	12,0 %	18,1 %
	35-44	61	11,3 %	17,1 %
	45-54	77	14,3 %	16,9 %
	55-64	111	20,6 %	15,8 %
	65 in več	189	35,0 %	20,2 %
Izobrazba	Brez izobrazbe in osnovna izobrazba	32	5,9 %	21,3 %
	Nižja in srednja poklicna izobrazba	47	8,7 %	16,9 %
	Srednja strokovna in splošna izobrazba	211	39,1 %	34,6 %
	Višješolska, visokošolska izobrazba	246	45,6 %	27,21 %
	Brez odgovora	4	0,7 %	-
Zaposlitveni status	Dijak, študent	42	7,8 %	12,9 %
	Zaposlen	178	33,0 %	47,2 %
	Samozaposlen	20	3,7 %	5,6 %
	Brezposeln	27	5,0 %	5,6 %
	Upokojenec	269	49,8 %	28,1 %
	Ne želim odgovoriti	3	0,6 %	-
	Drugo/drugi neaktivni	1	0,2 %	6,32 %

Iz tabele (Tabela 4.5) je razvidno, da obstajajo določena razhajanja med vzorčno in populacijsko strukturo prebivalcev MOL. Na več kategorijah so te razlike dokaj opazne, a se za korekcijsko uteževanje podatkov nismo odločili. Namen naše raziskave je namreč razvrščanje neopredeljenih volivcev v skupine s pomočjo multivariatnih metod stališčnih spremenljivk. Gre torej predvsem za iskanje specifičnih razlik med skupinami, kjer pa postratifikacijske uteži, ki merijo na izravnavo populacijskih deležev za celotni vzorec, nimajo tako pomembne vloge. Poleg tega jih statistične metode multivariatnega tipa v izračunih ne upoštevajo.

²⁰ Podatki SURS (spol in starost: 2010H2, izobrazba: 2011, zaposlitveni status: 2011)

4.3.3. Odločeni in neodločeni volivci

Pred samo analizo neodločenih volivcev smo sprva preverili, ali obstajajo razlike med nedoločenimi in odločenimi volivci. Čeprav odločeni ne predstavljajo fokusa naše obravnave, se nam ta primerjava zdi pomembna za nadaljnjo analizo.

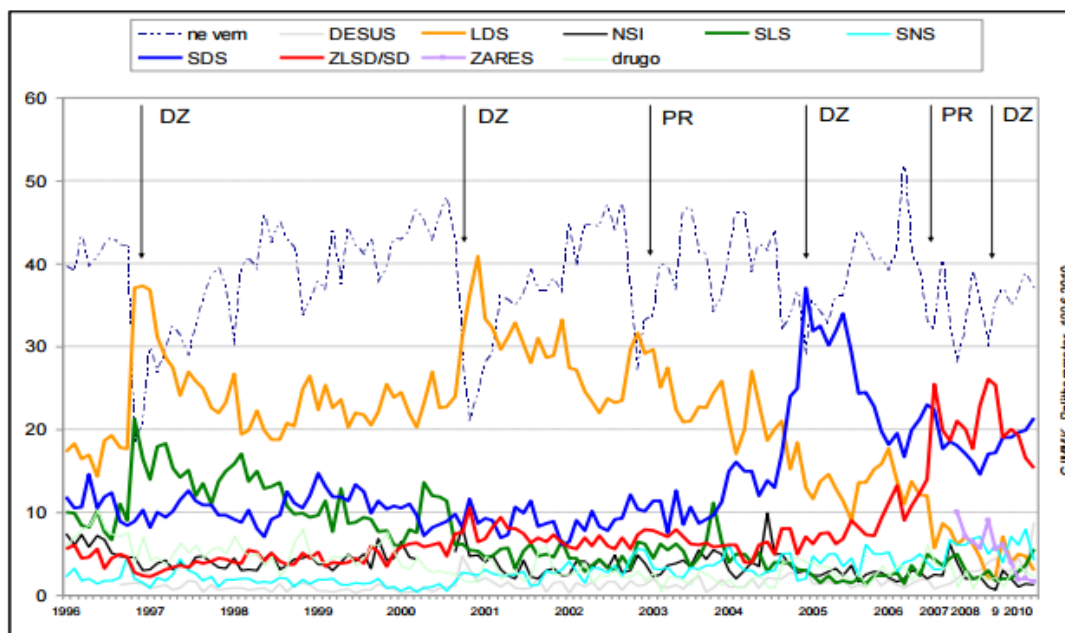
Skupino odločenih (v vzorec smo jih zajeli 346 oziroma 64,1 %) predstavljajo anketiranci, ki so dejali, da so odločitev o izbiri kandidata že sprejeli²¹. Skupino neodločenih (v vzorec smo jih zajeli 194 oziroma 35,9 %) pa predstavljajo anketiranci, ki so dejali, da odločitve o izbiri kandidata še niso sprejeli.

Naj na tem mestu omenimo, da je v našem primeru skupni delež neodločenih višji, kot je bil na primer v podobnem časovnem obdobju izmerjen pri predvolilnih anketah agencij DeloStik in Mediana. Delež neodločenih, neopredeljenih in/oziroma abstinentov pri obeh agencijah ni presegal 20 % (Tabela 4.2). Razlog za to lahko pripišemo predvsem formulaciji vprašanja. Naš delež neodločenih izhaja iz neposrednega vprašanja po sprejeti odločitvi, medtem ko je delež neodločenih v javnomnenjskih anketah običajno izmerjen posredno, preko vprašanja o izbiri kandidata. Predpostavljamo, da je delež neodločenih v slednjem primeru podcenjen. Cilj tako zastavljenega vprašanja v predvolilnih anketah je običajno namreč izmeriti razmerje moči med kandidati, za kar pa zadostuje že sama preferenca in ne nujno dokončna odločitev o izbiri kandidata. To kaže delež neodločenih s preferenco, ki v našem primeru predstavlja približno polovico neodločenih, medtem ko je delež neodločenih brez preference razmeroma primerljiv z deležem neodločenih oziroma neopredeljenih v anketah omenjenih agencij. Na to, da je delež neopredeljenih oziroma neodločenih nižji v primeru neposrednega vprašanja o izbiri kandidata, lahko vpliva tudi anketar s spodbujanjem anketiranca k vsebinskemu odgovoru. Podobno je po drugi strani v predvolilnih anketah običajno precenjena volilna udeležba, saj je delež tistih, ki na vprašanje o izbiri kandidata ali stranke odgovorijo, da ne nameravajo voliti, običajno znatno nižji od dejanskega deleža volilnih abstinentov na samih volitvah.

²¹ Vprašanje: *10. oktobra bodo potekale Lokalne volitve. Ali ste se vi osebno že dokončno odločili, koga boste oz. bi volili za mesto župana Mestne občine Ljubljana ali ne?*

Longitudinalna raziskava Politbarometer med letoma 1996 in 2010 beleži razpon deleža neodločenih med nekaj manj kot 20 in nekaj več kot 50 %, odvisno od volilnega obdobja oziroma njegove faze (Slike 4.3).

Slika 4.3: Preferenčno opredeljevanje za parlamentarne stranke v obdobju 1996-2010.



Vir: Toš in drugi 2010 (Politbarometer 10/2010).

Iz Slike 4.3 je razvidno, da je delež neodločenih praviloma najnižji po volitvah in nato ponovno postopoma raste do naslednjih volitev. Rezultati šestih meritev Politbarometra v obdobju med marcem 2009 in oktobrom 2010 kažejo, da se je delež neodločenih pri strankarskih preferencah gibal med 35 % (marec 2009) in 39 % (maj 2010) (Politbarometer 2010, 31). To je primerljivo z našim izmerjenim deležem neodločenih volivcev glede sprejete odločitve o izbiri kandidata. Vendar pa tudi teh rezultatov z našo raziskavo ne moremo primerjati brez zadržkov, saj sta opravljena v drugačnem kontekstu. Delež neodločenih (odgovor 'ne vem') v Politbarometru je izmerjen v okviru strankarskega opredeljevanja oziroma strankarskih preferenc, ki pomeni »vsoto opredelitev za stranke, zajetih z vprašanjema "Katero stranko bi volili?" in "Katera stranka vam je najbližja?"« (Politbarometer 2010, 3). Medtem ko Politbarometer torej meri splošno podporo strankam, tako v volilnem, predvolilnem kot tudi ne-volilnem obdobju (bodisi lokalnih bodisi državnozborskih, predsedniških ali evropskih volitev), gre v našem primeru za konkretno vprašanje o sprejetju odločitve o izbiri kandidata za župana na lokalni ravni v predvolilnem obdobju. Čeprav deleži neodločenih niso neposredno primerljivi, ugotavljamo, da je večji del

volilnega telesa neodločen predvsem v predvolilnem obdobju, bodisi glede izbire stranke bodisi glede izbire kandidata.

Kot smo zapisali v prejšnjih poglavjih, neodločeni volivci običajno nimajo razvite močne identifikacije s stranko. Volitvam in kandidatom namenjajo manj pozornosti kot odločeni volivci, kar vodi tudi v manjšo seznanjenost s kandidati. Za neodločene volivce je značilna nižja stopnja politične participacije in s tem nižja stopnja volilne udeležbe. Na nižjo stopnjo politične participacije vplivata tudi nižja stopnja izobrazbe ter starost. Na podlagi teh izhodišč smo sprva preverili, ali na našem vzorcu obstajajo razlike, ki se kažejo med odločenimi in neodločenimi volivci. S pomočjo diskriminantne analize smo poiskali tiste razsežnosti, ki kar najbolj pojasnjujejo razlike med odločenimi in neodločenimi. V analizo smo vključili naslednje spremenljivke:

- predvidena volilna udeležba (ocena na petstopenjski lestvici: 1 zagotovo ne - 5 zagotovo da),
- seznanjenost s kandidati (število prepoznanih kandidatov),
- zanimanje za volitve (ocena na petstopenjski lestvici: 1 sploh se ne zanimam - 5 zelo se zanimam),
- identifikacija s stranko (stopnja strinjanja s trditvijo, da se *med obstoječimi strankami zlahka opredelijo za tisto, ki ustreza njihovim pogledom in interesom* na petstopenjski lestvici: 1 sploh se ne strinjam - 5 močno se strinjam),
- starost (starost v razredih),
- izobrazba (rekodirano v število let izobraževanja).

Rezultati diskriminantne analize kažejo, da različnost skupin (odločeni in neodločeni) pojasni ena diskriminantna funkcija oz. spremenljivka, ki je statistično značilna, kar kaže tudi vrednost Wilksove lambde (0,771) in statistična značilnost za hi-kvadrat statistiko ($p < 0,0001$) (Tabela 4.6). Skupini se razlikujeta glede na predvideno volilno udeležbo, zanimanje za lokalne volitve, starost anketirancev, število prepoznanih kandidatov, identifikacijo s stranko ter izobrazbo.

Tabela 4.6: Wilksova lambda

Preizkus diskriminantnih spremenljivk [<i>Test of Function(s)</i>]	Wilksova lambda [<i>Wilks' Lambda</i>]	Hi- kvadrat [<i>Chi-square</i>]	SP [<i>df</i>]	p-vrednost [<i>Sig.</i>]
1	0,771	137,807	6	0,00

Tabela 4.7 prikazuje standardizirane koeficiente kanonične diskriminantne funkcije oziroma diskriminantne uteži. Razvidno je, kako je diskriminantna funkcija povezana s posameznimi spremenljivkami. Pokaže se, da ima največjo utež *predvidena volilna udeležba*, kar pomeni, da se skupini med seboj najbolj razločujeta po nameri udeležbe na volitvah.

Tabela 4.7: Standardizirani koeficienti kanonične diskriminantne funkcije

	Struktura diskriminantne spremenljivke
	1
Število kandidatov - podprti priklci	0,229
Predvidena volilna udeležba	0,646
Zanimanje za lokalne volitve	0,329
Identifikacija s stranko	0,036
Starost v razredih	0,302
Izobrazba	0,233

K razlikovanju med skupinama odločenih in neodločenih v največji meri prispeva *predvidena volilna udeležba*, v najmanjši meri pa *identifikacija s stranko*, ki ima najmanjšo utež. Ker gre za lokalne volitve, kjer so bolj kot stranke v ospredju kandidati, slednje ni presenetljivo. V spodnji tabeli (Tabela 4.8) je prikazana še strukturna matrika, iz katere so razvidni še korelacijski koeficienti med diskriminantno funkcijo in napovednimi spremenljivkami.

Tabela 4.8: Strukturna matrika

	Diskriminantna spremenljivka [Function]
	1
Predvidena volilna udeležba	0,775
Zanimanje za lokalne volitve	0,615
Starost v razredih	0,458
Število kandidatov - podprti priklci	0,421
Identifikacija s stranko	0,276
Izobrazba	0,224

Največjo napovedno moč ima spremenljivka *predvidena volilna udeležba*, ki ima tudi najvišjo korelacijo z diskriminantno funkcijo ($r=0,775$). Sledi spremenljivka *Zanimanje za lokalne volitve* s prav tako visoko korelacijo z diskriminantno funkcijo ($r=0,615$). Spremenljivki starost, izražena v razredih, in število kandidatov sta srednje močno povezani s funkcijo, medtem ko sta spremenljivki *identifikacija s stranko* in *izobrazba* šibko povezani in tako

najmanj prispevata k ločevanju skupin. Da je identifikacija s stranko med spremenljivkama, ki najmanj prispevata k ločevanju skupin, pripisujemo dejstvu, da gre za specifičen kontekst volitev. Prvič, gre za lokalne volitve, v katerih so pomembnejšo vlogo kot stranke igrali kandidati. Drugič, najpomembnejšo vlogo je igral nestrankarski kandidat.

S pomočjo spodnje table (Tabela 4.9) lahko ugotovimo, da je bilo pravilno razvrščenih 75 % volivcev, pri čemer je bilo med odločene pravilno razvrščenih 82,3 % med neodločene pa 61,8 % volivcev. Izbrane napovedne spremenljivke dobro napovedujejo odločene volivce.

Tabela 4.9: Rezultati klasifikacije

		Skupina	Napovedana pripadnost skupini [<i>Predicted Group Membership</i>]		Skupaj
			Odločeni	Neodločeni	
Dejanska pripadnost skupini	N	Odločeni	284	61	345
		Neodločeni	73	118	191
	%	Odločeni	82,3	17,7	100
		Neodločeni	38,2	61,8	100

Diskriminantna analiza je potrdila našo predpostavko, da so odločeni volivci v primerjavi z neodločenimi bolj naklonjeni volitvam, tako z vidika udeležbe kot zanimanja zanje, so starejši in prepoznajo večje število kandidatov.

Ker nas je nadalje zanimalo, ali obstajajo razlike tudi med neodločenimi, ki sicer imajo preferenco, to pomeni, da se nagibajo k izbiri določenega kandidata, in neodločenimi brez preference, smo neodločene dodatno ločili na dve podskupini. Pri razvrstitvi smo upoštevali naslednje kriterije:

- ali so že sprejeli odločitev o izbiri kandidata ali ne,
- ali so navedli katerega kandidata nameravajo voliti ali ne,
- v primeru, da odločitve še niso sprejeli, ali se nagibajo k izbiri določenega kandidata ali ne.

Na podlagi teh kriterijev smo anketirance razvrstili sledeče:

Odločeni (v vzorec smo jih zajeli 346 oziroma 64,1 %) so anketiranci, ki so dejali, da so odločitev o izbiri kandidata že sprejeli, ter tudi navedli, katerega kandidata bodo volili. V

skupino odločenih smo prišteli tudi anketirance, ki so dejali, da so o izbiri že odločeni, a nam imena kandidata niso želeli zaupati.

Neodločeni s preferenco (v vzorec smo jih zajeli 106 oziroma 19,6 %) so tisti anketiranci, ki so dejali, da še niso sprejeli odločitve o izbiri kandidata, vendar so pri izbiri kandidata navedli, kateri kandidat jim je najbližje, h kateremu se nagibajo. V to skupino smo zajeli tudi tiste anketirance, ki so sprva sicer dejali, da so se že odločili, koga bodo volili, vendar so nato pri vprašanju o izbiri kandidata podali odgovor *ne vem*.

Med **neodločene brez preference** (v vzorec smo jih zajeli 88 oziroma 16,3 %) pa smo prišteli vse tiste anketirance, ki so dejali, da odločitve o izbiri še niso sprejeli ter se obenem niso opredelili do najbližjega kandidata. Med neodločene brez preference smo prišteli tudi anketirance, ki so dejali, da odločitve še niso sprejeli, pri najbližjem kandidatu pa so dejali, da se nagibajo k izbiri osebe, ki je sploh ni med kandidati za župana.

V okviru osnovne analize smo sprva pogledali deskriptivne statistike ter z analizo variance preverili, ali obstajajo razlike med temi tremi skupinami glede na verjetnost volilne udeležbe, seznanjenost s kandidati, zanimanje za volitve ter identifikacijo s stranko.

Predvidena volilna udeležba glede na odločenost

V spodnji tabeli (Tabela 4.10) prikazujemo povprečne ocene za verjetnost udeležbe in ostale deskriptivne statistike za posamezne skupine glede na odločenost. Verjetnost udeležbe so anketiranci izrazili na petstopenjski lestvici (1 zagotovo ne – 5 zagotovo da).

Tabela 4.10: Predvidena volilna udeležba (1 zagotovo ne – 5 zagotovo da) glede na odločenost

	N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
					Sp. meja	Zg. meja
Odločeni	346	4,78	,761	,041	4,70	4,86
Neodločeni s preferenco	106	4,05	1,253	,122	3,81	4,29
Neodločeni brez preference	88	3,65	1,455	,155	3,34	3,96
Skupaj	540	4,45	1,106	,048	4,36	4,54

Povprečna ocena volilne udeležbe na petstopenjski lestvici med odločenimi volivci znaša 4,78. Med neodločenimi, ki se sicer nagibajo k izbiri določenega kandidata, je povprečna ocena 4,05, med neodločenimi volivci brez preference pa 3,65. Ali so razlike med skupinami

značilne, smo preverili z analizo variance²². Ob upoštevanju 5 % stopnje tveganja lahko trdimo, da se bodo odločeni volivci bolj verjetno udeležili volitev kot nedoločeni brez preferenc ter tudi bolj verjetno kot neodločeni s preferencami ($p=0,00$). Naj na tem mestu opozorimo, da predvidena udeležba še ne pomeni nujno tudi dejanske udeležbe na volitvah.

Seznanjenost s kandidati glede na odločenost

Za ugotavljanje razlik med seznanjenostjo z županskimi kandidati glede na odločenost smo preverili število kandidatov, ki so jih anketiranci navedli preko spontanega priklica ter prepoznali preko podprtega priklica. Povprečno število navedenih kandidatov ob spontanem priklicu in prepoznanih kandidatov ob podprtem priklicu ter ostale deskriptivne statistike so razvidne iz Tabele 4.11.

Tabela 4.11: Seznanjenost s kandidati glede na odločenost, navedba števila kandidatov

		N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
						Sp. meja	Zg. meja
Spontan priklic (navedeni)	Odločeni	346	2,58	1,941	0,104	2,37	2,78
	Neodločeni s preferenco	106	2,57	2,028	0,197	2,18	2,96
	Neodločeni brez preference	88	2,05	2,243	0,239	1,57	2,52
	Skupaj	540	2,49	2,016	0,087	2,32	2,66
Podprt priklic (prepoznani)	Odločeni	346	7,19	2,776	0,149	6,90	7,49
	Neodločeni s preferenco	106	5,57	2,898	0,282	5,01	6,12
	Neodločeni brez preference	88	6,20	2,700	0,288	5,63	6,78
	Skupaj	540	6,71	2,863	0,123	6,47	6,95

Ali med skupinami obstajajo značilne razlike v povprečnem številu navedenih oziroma prepoznanih kandidatov smo preverili z analizo variance²³. Rezultati analize varianc kažejo, da pri spontanem priklicu med skupinami ni značilnih razlik s stopnjo značilnosti nižjo od 5 % ($F=2,559$; $p=0,078$), čeprav je povprečno število spontano navedenih kandidatov med neodločenimi volivci brez preference nekoliko nižje ($M=2,05$) kot med odločenimi ($M=2,58$) in neodločenimi s preferenco ($M=2,57$).

²² Ker se je Levenov preizkus homogenosti varianc izkazal za statistično značilnega ($p<0,01$), variance med skupinami niso homogene. S tem ni izpolnjenega pogoja za F preizkus, zato smo uporabili Tamhanov Post Hoc preizkus, ki ne predpostavlja homogenosti varianc.

²³ Pogoj homogenosti varianc je v obeh primerih izpolnjen ($p>0,01$).

Medtem pa pri podprtem priklicu povprečno število prepoznanih kandidatov narašča s stopnjo odločenosti. Ob upoštevanju 5 % tveganja so se razlike med skupinami izkazale za statistično značilne ($F=15,574$; $p=0,00$). Rezultati Bonferronijevega preizkusa, ki predpostavlja homogenost varianc, kažejo, da so odločeni anketiranci v povprečju prepoznali statistično značilno večje število kandidatov kot neodločeni brez preference ter neodločeni s preferenco. Med neodločenimi s preferenco in tistimi brez preference ni značilnih razlik. Anketiranci, ki so že sprejeli odločitev o izbiri, so od 13 kandidatov v povprečju prepoznali 7,19, medtem ko so neodločeni v povprečju prepoznali 6,20 kandidatov, nedoločeni s preferenco pa 5,57 kandidatov. Izkazalo se je, da imajo neodločeni zaradi slabšega prepoznavanja kandidatov okrnjene možnosti izbir, v povprečju so namreč seznanjeni z manj kot polovico kandidatov za župana. Manjše oziroma slabše poznavanje kandidatov lahko pripišemo tudi nižji stopnji zanimanja za volitve, kar smo preverili v nadaljevanju.

Zanimanje za volitve glede na odločenost

Na osnovi lastne ocene zanimanja za lokalne volitve, ki so jo anketiranci izrazili na petstopenjski lestvici (1 sploh se ne zanimam – 5 zelo se zanimam), smo preverili, ali med odločenimi, neodločenimi s preferenco in neodločenimi brez preference obstajajo razlike glede zanimanja za lokalne volitve. Povprečna ocena zanimanja za volitve ter ostale deskriptivne statistike so razvidne iz Tabele 4.12.

Tabela 4.12: Zanimanje za volitve (1 sploh se ne zanimam – 5 zelo se zanimam) glede na odločenost

	N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
					Sp. meja	Zg. meja
Odločeni	346	3,54	1,013	,054	3,44	3,65
Neodločeni s preferenco	106	2,88	1,002	,097	2,68	3,07
Neodločeni brez preference	88	2,75	1,117	,119	2,51	2,99
Skupaj	540	3,28	1,084	,047	3,19	3,37

Kot je razvidno tudi iz tabele (Tabela 4.12) povprečna ocena zanimanja za volitve narašča s stopnjo odločenosti. Razlike med skupinami so glede na opravljeno analizo varianc statistično značilne ($F=31,163$; $p=0,00$). Bonferronijev preizkus kaže, da anketiranci, ki so bili v času raziskave (približno dva tedna pred volitvami) že odločeni o tem, komu bodo namenili glas, v

povprečju izkazujejo značilno več zanimanja za lokalne volitve ($M=3,54$) kot neodločeni volivci; tako tisti brez preference ($M=2,75$), kot tudi tisti s preferenco ($M=2,88$).

'Identifikacija s stranko' glede na odločenost

Razlike v identifikaciji s stranko glede na stopnjo odločenosti smo preverjali preko vprašanja, pri katerem so anketiranci podali stopnjo strinjanja na petstopenjski lestvici s trditvijo, da se *med obstoječimi strankami zlahka opredelijo za tisto, ki ustreza njihovim pogledom in interesom* (1 sploh se ne strinjam – 5 močno se strinjam). Povprečne ocene strinjanja s trditvijo ter ostale deskriptivne statistike podajamo v spodnji tabeli (Tabela 4.13).

Tabela 4.13: 'Identifikacija s stranko' (1 sploh ne – 5 močno) glede na odločenost

	N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
					Sp. meja	Zg. meja
Odločeni	346	3,43	1,254	,067	3,30	3,56
Neodločeni s preferenco	106	3,13	1,180	,115	2,90	3,36
Neodločeni brez preference	88	2,95	1,268	,135	2,69	3,22
Skupaj	540	3,29	1,254	,054	3,19	3,40

Tudi v tem primeru gre za statistično značilne razlike med skupinami, na kar kažejo rezultati analize variance ($F=6,278$; $p=0,002$). Iz zgornje tabele (Tabela 4.13) je razvidno, da se odločeni volivci v povprečju v večji meri strinjajo, da se zlahka opredelijo za stranko, ki jim ustreza ($M=3,43$), kot volivci, ki so glede izbire kandidata še neodločeni in nimajo preference ($M=2,95$). Razlike so statistično značilne le med omenjenima skupinama, kar kaže tudi Bonferronijev preizkus. Rezultati kažejo, da identifikacija s stranko lahko predstavlja bližnjico do izbire kandidata tudi na županskih volitvah. Čeprav je najvidnejši kandidat, Zoran Janković, nastopil kot neodvisen kandidat, ki ga je podprla le LDS, je lahko računal na široko podporo levega pola volivcev. Sam je namreč v prejšnjem mandatu na volitvah v DZ leta 2008 podprl *levi trojček*. Na konkretnih volitvah torej ne gre nujno za izbiro kandidata preferirane stranke, pač pa podobne politične opcije. Po drugi strani pa so tisti, ki se le težka opredelijo za ustrezno stranko, tudi na lokalnih volitvah neodločeni glede izbire kandidata.

V nadaljevanju smo preverili še, katere od teh spremenljivk, ki smo jih določili na podlagi teorije, najbolje napovedujejo, ali je volivec že odločen o izbiri kandidata, deloma odločen (neodločen s preferenco) ali še ni odločen (neodločen brez preference). Z omenjenimi

skupinami (odločeni, n=346; neodločeni s preferenco, n=106 in neodločeni brez preference, n=88) smo opravili diskriminantno analizo. V analizo smo vključili iste spremenljivke kot pri diskriminantni analizi, ki smo jo opravili z dvema skupinama:

- predvidena volilna udeležba (ocena na petstopenjski lestvici: 1 zagotovo ne - 5 zagotovo da),
- seznanjenost s kandidati (število prepoznanih kandidatov),
- zanimanje za volitve (ocena na petstopenjski lestvici: 1 sploh se ne zanimam - 5 zelo se zanimam),
- identifikacija s stranko (stopnja strinjanja s trditvijo, da se *med obstoječimi strankami zlahka opredelijo za tisto, ki ustreza njihovim pogledom in interesom* na petstopenjski lestvici: 1 sploh se ne strinjam - 5 močno se strinjam),
- starost (starost v razredih),
- izobrazba (rekodirano v število let izobraževanja).

Kot je razvidno iz Tabele 4.14, je diskriminantna analiza dala rezultat z dvema funkcijama, to je dvema sestavljenima spremenljivkama, ki sta linearna kombinacija šestih neodvisnih spremenljivk, vključenih v analizo. Prva diskriminantna spremenljivka pojasni 95,7 % različnosti skupin.

Tabela 4.14: Lastne vrednosti in Wilksova lambda

Funkcija	Lastne vrednosti [Eigenvalue]	% variance	Kumul. %	Kanonična korelacija [Canonical Correlation]
1	,307(a)	95,7	95,7	0,484
2	,014(a)	4,3	100	0,117

Wilksova lambda

Preizkus diskriminantnih spremenljivk [Test of Function(s)]	Wilksova lambda [Wilks' Lambda]	Hi- kvadrat [Chi-square]	SP [df]	p-vrednost [Sig.]
1 through 2	0,755	149,158	12	0,000
2	0,986	7,273	5	0,201

Iz rezultatov diskriminantnih funkcij je razvidno, da se skupine glede na spremenljivke med seboj pomembno razlikujejo le pri prvi funkciji, na kar kažeta Wilksovi lambda in statistična značilnost Hi-kvadrat statistik (p=0,00 pri prvi, medtem ko je pri drugi p>0,05). V nadaljevanju prikazujemo strukturo diskriminantnih funkcij odločenosti.

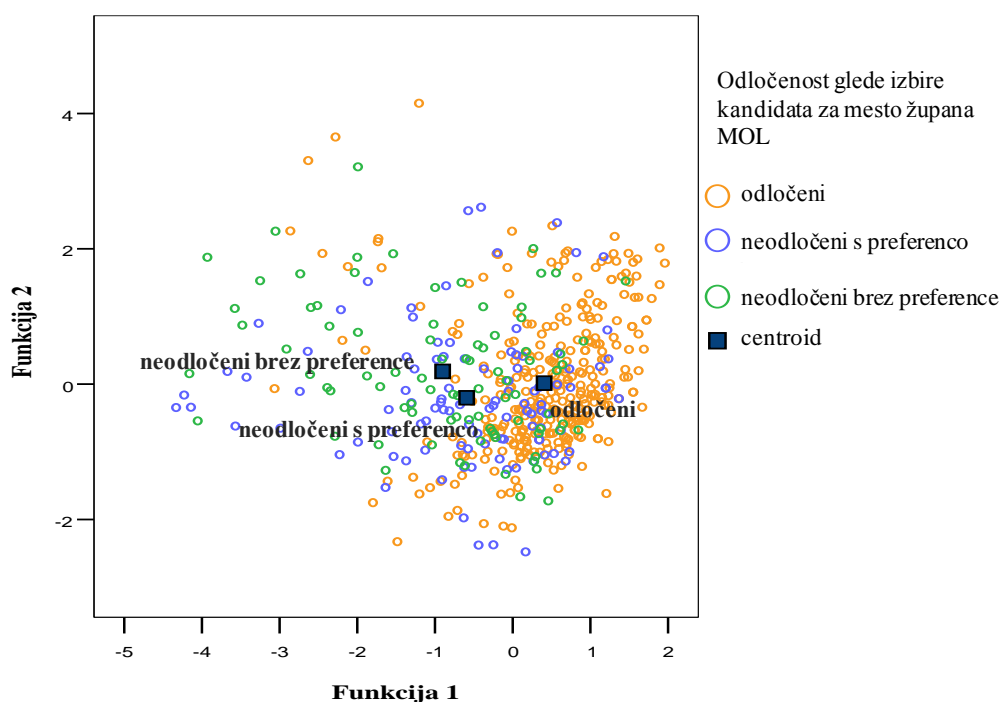
Tabela 4.15 prikazuje standardizirane koeficiente kanoničnih diskriminantnih funkcij oziroma diskriminantne uteži, ki nam povedo, kako sta diskriminantni funkciji povezani s posameznimi spremenljivkami. Večje vrednosti standardizirane uteži bolje opisujejo diskriminantno funkcijo.

Tabela 4.15: Standardizirani koeficienti kanonične diskriminantne funkcije

	Funkcija	
	1	2
Seznanjenost s kandidati	0,189	0,883
Predvidena udeležba	0,666	-0,461
Zanimanje za volitve	0,328	0,052
Identifikacija s stranko	0,043	-0,14
Starost v razredih	0,303	0,007
Izobrazba	0,229	0,119

Pri prvi funkciji največjo utež opazimo pri spremenljivki *predvidena udeležba* (0,666), pri drugi funkciji, ki sicer ni statistično značilna, pa pri spremenljivki *seznanjenost s kandidati* (0,883). Druga funkcija nima teže in ne ločuje, kar je razvidno tudi iz razsevnega grafikona s centriidi (glej Sliko 4.4).

Slika 4.4 Razsevni grafikon s centriidi



Glede na prvo diskriminantno funkcijo se skupini neodločenih (s preferenco in brez preference) med seboj manj razlikujeta, kot se obe skupini neodločenih razlikujeta od skupine odločenih. To pomeni, da sta skupini neodločenih, kar zadeva spremenljivke, vključene v diskriminantno analizo, podobni oziroma se razlikujeta od skupine odločenih.

Iz spodnje tabele (Tabela 4.16), ki nam pove, koliko enot je bilo pravilno uvrščenih oziroma za koliko enot lahko pravilno napovemo, ali so odločeni ali ne, je razvidno, da je 76,2 % napovedanih odločenih tudi dejansko odločenih. Delež pravilno razvrščenih enot med neodločenimi je bistveno nižji; med tistimi s preferenco le 33,3 %, med tistimi brez preference pa 46,5 %. To pomeni, da diskriminantna funkcija oziroma napovedne spremenljivke, iz katerih je izračunana, bolj napoveduje odločene, slabše pa neodločene volivce, še posebej neodločene s preferenco.

Tabela 4.16: Rezultati klasifikacije

		Odločenost glede izbire kandidata za župana MOL	Napovedana pripadnost skupini [<i>Predicted Group Membership</i>]			Skupaj
			Odločen	Neodločen s preferenco	Neodločen brez preference	
Original	N	Odločen	263	59	23	345
		Neodločen s preferenco	39	35	31	105
		Neodločen brez preference	25	21	40	86
	%	Odločen	76,2	17,1	6,7	100
		Neodločen s preferenco	37,1	33,3	29,5	100
		Neodločen brez preference	29,1	24,4	46,5	100

Če podrobneje pogledamo skupino odločenih, ugotovimo, da jih je diskriminantna analiza v večjem deležu razvrstila med neodločene s preferenco (17,1 %) kot med neodločene brez preference (6,7 %), kar je vsebinsko smiselno, saj so neodločeni s preferenco bolj podobni odločenim kot neodločeni brez nje (to je tudi razvidno s Slike 4.4). Neodločene s preferenco je napoved enakomerno porazdelila po vseh treh skupinah. Zanimivo pa je, da jih je celo v večjem deležu razvrstila med odločene (37,1 %) kot v pravo skupino (33,3 %) oziroma med neodločene brez preference (29,5 %). Izbrane napovedne spremenljivke torej zelo slabo napovedujejo neodločene s preferenco. V skupini neodločenih brez preference je sicer največji delež pravilno razvrščenih enot (46,5 %), vendar pa je med preostalimi napačno razvrščenimi enotami večji delež tistih, ki so bile uvrščene v skupino odločenih, kot neodločenih s preferenco.

Sklenemo lahko, da smo potrdili domneve, da nedoločeni volivci (z in brez preference) v primerjavi z odločenimi volivci poznajo manj kandidatov, se manj zanimajo za volitve in se manj verjetno nameravajo udeležiti volitev. Le tisti neodločeni, ki so tudi brez preference, pa se težje kot odločeni opredelijo za stranko, ki ustreza njihovim interesom in pogledom. Po drugi strani smo ugotovili, da med neodločenimi brez preference in neodločenimi s preferenco ni značilnih razlik glede preučevanih vidikov.

4.3.4. Razvrščanje v skupine, oblikovanje segmentov neodločenih

Za segmentacijo neodločenih oziroma razvrščanje v skupine smo iz kvantitativne analize sprva izločili odločene volivce, torej tiste, ki so dejali, da so že sprejeli odločitev o tem, koga nameravajo voliti. Velikost podvzorca za nadaljnjo obravnavo in segmentacijo je tako $n=194$ in vključuje tako neodločne brez preference kot tudi neodločene s preferenco. Skupni delež neodločenih predstavlja 35,9 % celotnega vzorca in se giblje v okviru drugih, posredno primerljivih raziskav (npr. Politbarometer), ki kontinuirano merijo javno mnenje ne glede na volilno obdobje (Slika 4.3). Čeprav bi si želeli večjega podvzorca, ga po eni strani nismo dosegli zaradi nizke stopnje odgovora (Tabela 4.4), po drugi strani pa zaradi prevelikega dodatnega finančnega vložka, ki bi bil potreben, če bi želeli znatno povečati velikost vzorca. Ne glede na to pa vseeno ocenjujemo, da velikost podvzorca neodločenih zadostuje za preverjanje zastavljenih hipotez. Naše raziskovalno vprašanje je namreč usmerjeno v obstoj in razumevanje segmentov neodločenih. Prvi dve hipotezi (*1. Znotraj volilnega telesa obstaja več segmentov neodločenih in 2. Posamezni segmenti neodločenih se značilno razlikujejo glede na dejavnike, ki vplivajo na končno odločitev*) smo preverjali s pomočjo metode razvrščanja v skupine in analizo variance.

Cilj razvrščanja v skupine je doseči, da so skupine po eni strani čim bolj notranje homogene, po drugi strani pa čim bolj zunanje heterogene. To pomeni, da enote v skupine razvrstimo na način, da so si posamezne enote znotraj skupin med seboj čim bolj podobne, enote različnih skupin pa med seboj čim bolj različne. V našem primeru izhajamo iz predpostavke, da neodločeni volivci z vidika dejavnikov vpliva na volilno odločitev niso homogena skupina. Pri tem se navezujemo na nekatere avtorje, ki razlikujejo več tipov neodločenih volivcev (Myers in O'Connor 1983, Chang 2009, Antenore 2009). Predpostavljamo, da lahko glede na dejavnike, ki vplivajo na končno odločitev oziroma volilno izbiro, neodločene volivce

razvrstimo v več značilnih skupin in tako prispevamo k razumevanju različnih skupin oziroma segmentov neodločenih volivcev. Rezultate kvantitativne analize bomo namreč dopolnili tudi z ugotovitvami, ki izhajajo iz fokusnih skupin, ki smo jo opravili z neodločenimi volivci v drugi, retrospektivni fazi. Pred tem je seveda pomembno, da za razvrščanje v skupine izberemo ustrezne spremenljivke, saj izbira teh bistveno vpliva na razvrščanje (Ferligoj 1989, 20). Da bi zmanjšali število opazovanih spremenljivk, ki se nanašajo na volilno vedenje oziroma odnos do volitev, smo najprej opravili faktorsko analizo. Po več poskusih faktorске analize z različnimi spremenljivkami in metodami smo še najvišji delež pojasnjene variance dobili z metodo glavnih osi. Pri analizi smo upoštevali naslednje spremenljivke:

- *Pomembno je voliti, tudi če moj kandidat ali stranka nimata možnosti za zmago.*
- *Kdorkoli zmaga na volitvah, se nič ne bo spremenilo.*
- *Toliko ljudi voli, da moj glas komaj kaj šteje.*
- *Vseeno mi je, kdo zmaga na volitvah.*
- *Na volitvah izberem najljubšega kandidata, čeprav ta morda nima možnosti za zmago.*
- *Ko se odločam, koga bom volil, upoštevam tudi objavljene rezultate javnomnenjskih anket.*
- *Pred volitvami se o izbiri kandidata posvetujem z bližnjimi.*
- *Preden se odločim, koga bom volil, se pozanimam o programih vseh oziroma večine kandidatov.*
- *Ko se odločam, koga bom volil, razmišljam le o kandidatih, ki imajo največ možnosti za zmago.*
- *Pomembno je, da ima župan podobne politične poglede kot jaz.*
- *Pri izbiri kandidata mi je najpomembnejša njegova osebnost kot taka.*
- *V kolikšni meri se na splošno zanimate za politiko?*
- *Med obstoječimi strankami se zlahka opredelim za tisto, ki ustreza mojim pogledom in interesom.*

Sprva smo pogledali povezanost med spremenljivkami s pomočjo Pearsonovega koeficienta korelacije. Med večino spremenljivk ni statistično značilne povezanosti ali pa gre za nizko linearno povezanost, bodisi pozitivno ali negativno (Priloga B). Kljub nizki povezanosti med spremenljivkami smo v nadaljevanju opravili faktorsko analizo po metodi glavnih osi. Glede na diagram lastnih vrednosti, deležem skupne pojasnjene variance ter po več poizkusih rotacij, smo dobili rešitev s petimi faktorji. Kot je razvidno iz spodnje tabele (Tabela 4.17), je delež skupne pojasnjene variance za pet faktorjev zelo nizek (31,36 %), kar je posledica dejstva, da smo v faktorski model vključili spremenljivke, ki z ostalimi spremenljivkami malo ali sploh ne korelirajo.

Tabela 4.17: Delež pojasnjene variance

Faktor	Začetne lastne vrednosti [Initial Eigenvalues]			Ekstrahirana vsota kvadriranih uteži [Extraction Sums of Squared Loadings]			Rotacija vsote kvadriranih uteži [Rotation Sums of Squared Loadings]		
	Skupaj	% pojasnjene variance	Kumulativni % pojasnjene variance	Skupaj	% pojasnjene variance	Kum. % pojasnjene variance	Skupaj	% pojasnjene variance	Kum. % pojasnjene variance
1	1,518	18,976	18,976	1,022	12,779	12,779	,774	9,671	9,671
2	1,207	15,086	34,062	,606	7,577	20,357	,715	8,932	18,603
3	1,144	14,299	48,361	,408	5,100	25,457	,428	5,352	23,955
4	1,054	13,170	61,531	,255	3,187	28,644	,358	4,475	28,430
5	,962	12,028	73,560	,217	2,712	31,356	,234	2,925	31,356
6	,880	11,001	84,560						
7	,709	8,869	93,429						
8	,526	6,571	100,000						

V spodnji tabeli (Tabela 4.18) prikazujemo rotirano faktorsko matriko s faktorskimi utežmi za pet faktorjev, ki smo jo dobili s pomočjo pravokotne rotacije *Varimax*. Rezultati kažejo na nizke uteži pri posameznih faktorjih.

Tabela 4.18: Rotirana faktorska matrika s faktorskimi utežmi

	Faktor				
	1	2	3	4	5
q15_6 Vseeno mi je, kdo zmagava na volitvah.	-0,607	-0,044	0,021	-0,124	0,143
q15_10 Preden se odločim, koga bom volil, se pozanimam o programih vseh oziroma večine kandidatov.	0,497	0,15	0,033	0,049	0,146
q16 V kolikšni meri se na splošno zanimam za politiko?	0,377	0,129	0,049	0,312	-0,124
q15_9 Pred volitvami se o izbiri kandidata posvetujem z bližnjimi.	0,361	0,284	0,24	-0,126	-0,042
q15_1 Pomembno je voliti, tudi če moj kandidat ali stranka nimata možnosti za zmago.	0,352	-0,148	0,278	0,082	0,006
q15_2 Kdorkoli zmagava na volitvah, se nič ne bo spremenilo.	-0,258	0,001	-0,077	-0,074	0,218
q15_8 Ko se odločam, koga bom volil, upoštevam tudi objavljene rezultate javnomnenjskih anket.	0,042	0,82	-0,012	-0,015	0,089
q15_11 Ko se odločam, koga bom volil, razmišljam le o kandidatih, ki imajo največ možnosti za zmago.	0,071	0,477	0,022	0,061	-0,081
q15_7 Na volitvah izberem najljubšega kandidata, čeprav ta morda nima možnosti za zmago.	0,001	-0,085	0,656	-0,123	-0,074
q15_13 Pri izbiri kandidata mi je najpomembnejša njegova osebnost kot taka.	0,064	0,063	0,468	0,117	0,001
q15_12 Pomembno je, da ima župan podobne politične poglede kot jaz.	0,094	0,205	0,285	0,111	0,065
q18 Med obstoječimi strankami se zlahka opredelim za tisto, ki ustreza mojim pogledom in interesom.	0,17	0,018	0,077	0,821	0,071
q15_4 Toliko ljudi voli, da moj glas komaj kaj šteje.	-0,038	-0,023	0,017	0,067	0,805

Prvi faktor ima močnejše uteži na spremenljivkah, ki kažejo na odnos do volitev in zanimanje, drugi faktor zajema spremenljivki, ki kažeta na strateško volilno vedenje, tretji faktor opisujejo spremenljivke, ki se nanašajo na pomen kandidata, osebnosti, četrti in peti faktor pa imata močno utež le na eni spremenljivki, 'identifikaciji s stranko', in percepciji ničvrednega glasu.

Kot je razvidno iz matrike faktorskih uteži (Tabela 4.18), spremenljivki *Med obstoječimi strankami se zlahka opredelim za tisto, ki ustreza mojim pogledom in interesom* in *Toliko ljudi voli, da moj glas komaj kaj šteje* nista povezani z nobeno od ostalih spremenljivk in posledično tvorita vsaka svoj faktor. Ti dve spremenljivki bi bilo smiselno iz modela izločiti in ju obravnavati posebej. Poleg tega ima večina spremenljivk zelo nizko vrednost faktorskih uteži na vseh faktorjih, kar ponovno kaže na zanemarljivo povezanost z ostalimi spremenljivkami. Posledica tega je tudi že omenjen zelo nizek delež pojasnjene variance (31,36 %). Zato smo se odločili, da bomo namesto izbora spremenljivk na podlagi faktorске analize naredili vsebinski izbor spremenljivk za razvrščanje v skupine. Pri tem smo si pomagali z rezultati korelacijske analize in opravljene faktorске analize. Cilj je bil dobiti nekaj med seboj nekoreliranih spremenljivk.

Tako smo se v okviru faktorске analize odločili za izbor štirih spremenljivk, ki imajo na različnih faktorjih visoko utež: *Ko se odločam, koga bom volil, razmišljam le o kandidatih, ki imajo največ možnosti za zmago*, *Na volitvah izberem najljubšega kandidata, čeprav ta morda nima možnosti za zmago*, *Med obstoječimi strankami se zlahka opredelim za tisto, ki ustreza mojim pogledom in interesom* ter *Toliko ljudi voli, da moj glas komaj kaj šteje*. Izbrane spremenljivke v okviru faktorске analize so v Tabeli 4.18 poudarjene in obarvane s sivo.

Ostale spremenljivke smo za namen razvrščanja v skupine izbrali vsebinsko in njihovo medsebojno nekoreliranost preverili na podlagi korelacijske matrike. Tako smo namesto izbora spremenljivke iz prvega faktorja, ki se nanašajo predvsem na seznanjenost, izbrali novo, sicer vsebinsko podobno, vendar dejstveno spremenljivko *Seznanjenost s kandidati*²⁴. Poleg omenjenih petih spremenljivk smo za namen razvrščanja v skupine izbrali še naslednje spremenljivke: *verjetnost udeležbe na volitvah* ter *pričakovana razlika med prvo in drugo-*

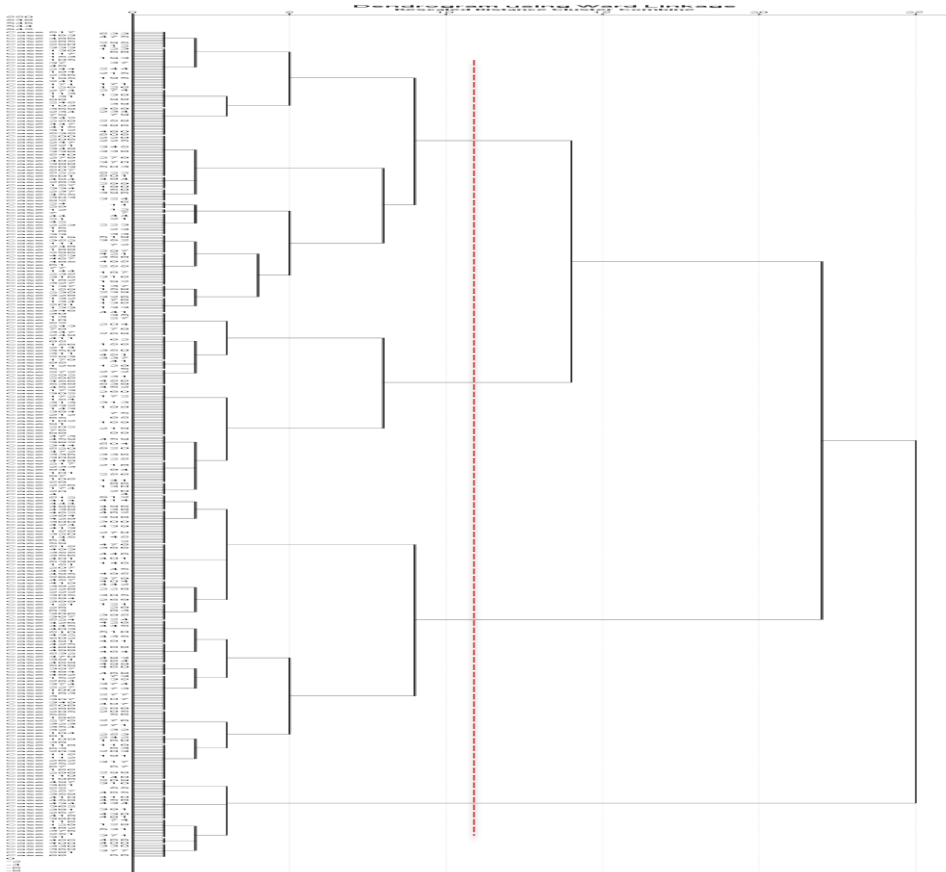
²⁴ Ker pri podprtem priklicu med spremenljivkama ni korelacij, smo upoštevali le spontan priklic.

uvrščeni kandidatom²⁵. Pred razvrščanjem v skupine smo, zaradi različnih lestvic, vrednosti spremenljivk standardizirali, s čimer smo dosegli, da imajo vse enako težo.

Razvrščanje v skupine

Na izbranih spremenljivkah smo razvrščanje v skupine sprva opravili po metodi hierarhičnega razvrščanja z Wardovo kriterijsko funkcijo ter upoštevali kvadrirano evklidsko razdaljo. S pomočjo dendrograma, ki prikazuje razvrstitev enot (Slika 4.5), smo se odločili, da glede na število enot (n=194) upoštevamo po naši oceni optimalno razvrstitev v štiri skupine²⁶. Razvrstitev izbranih skupin na sliki označuje rdeča navpična prekinjena črta.

Slika 4.5: Dendrogram



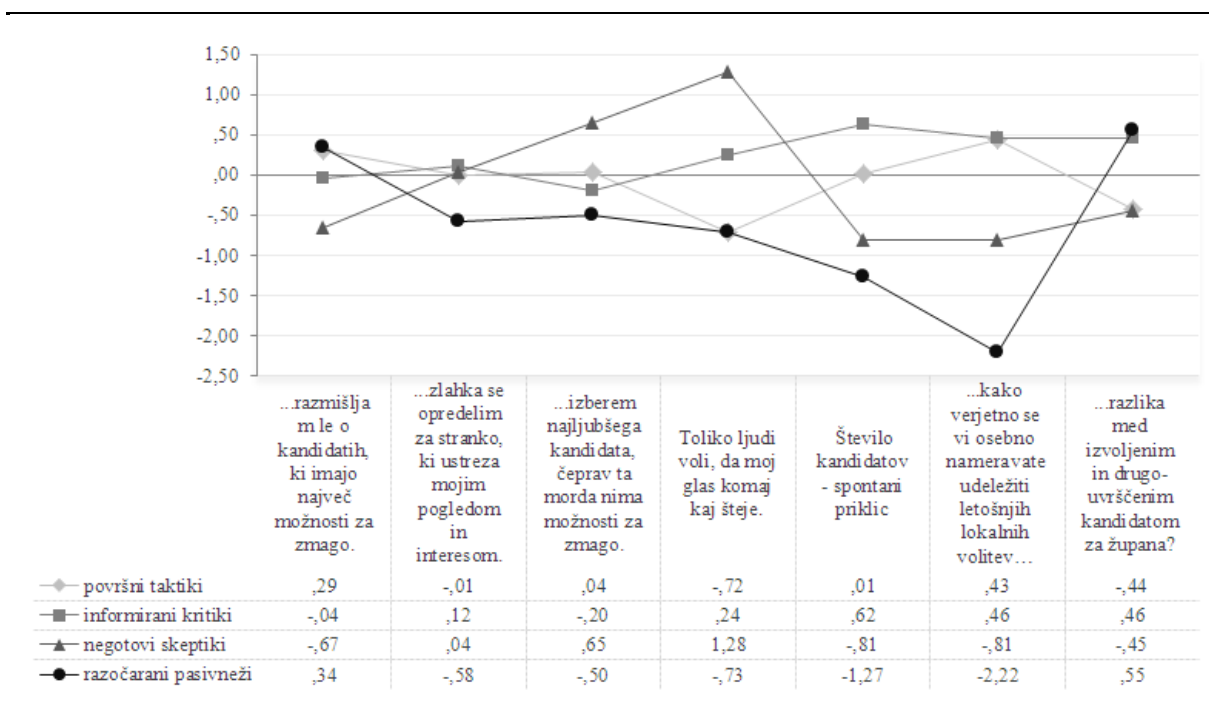
²⁵ Vrednosti, ki so jih anketiranci podali na petstopenjski lestvici, smo rekodirali ter jih združili, da smo dobili dihotomno spremenljivko: velika /majhna razlika med kandidatom.

²⁶ V primeru večjega vzorca bi se lahko odločili za večje število skupin, saj dendrogram kaže na veliko heterogenost skupine neodločenih.

Nadalje smo naredili še razvrstitev po metodi voditeljev (K-means), pri čemer smo določili enako število skupin kot na podlagi dendrograma, štiri. Pri podrobnejši analizi obeh razvrstitev se je v nasprotju s pričakovanji izkazalo, da je bolj smiselna razvrstitev na podlagi hierarhičnega razvrščanja, saj so se skupine tako po kriterijskih kot tudi po drugih spremenljivkah med seboj bolj razlikovale kot v primeru razvrstitev po metodi voditeljev. V nadaljevanju smo zato analizirali skupine neodločenih, ki smo jih dobili na podlagi hierarhičnega razvrščanja.

Značilnosti skupin oziroma razlike med njimi glede na preučevane vidike, ki smo jih upoštevali pri razvrščanju, prikazujemo na spodnji sliki (Slika 4.6). Zaradi bolj nazornega prikaza smo vrednosti pri posameznih segmentih odšteli od povprečja ter tako za prikaz uporabili centrirane vrednosti. Dobljene skupine smo glede na njihov odnos do preučevanih vidikov poimenovali: 1) *površni taktiki*, 2) *informirani kritiki*, 3) *negotovi skeptiki* in 4) *razočarani pasivneži*.

Slika 4.6: Značilnost skupin glede na dejavnike razvrščanja



Če na kratko povzamemo značilnosti skupin glede na dejavnike razvrščanja, lahko sklenemo, da za *površne taktike* velja, da nadpovprečno razmišljajo le o kandidatih, ki imajo največ možnosti za zmago, da sodelujejo na volitvah. Po drugi strani se podpovprečno strinjajo s

trditvijo, da njihov glas komaj kaj šteje, ter v manjši meri ocenjujejo, da bo razlika med prvo in drugouvrščenim kandidatom velika.

Za skupino *informirani kritiki* je značilno, da se glede na predvideno udeležbo ter seznanjenost s kandidati nadpovprečno zanimajo za volitve, ter menijo, da bo razlika med prvima kandidatom večja.

Za skupino *negotovi skeptiki* nadpovprečno velja, da menijo, da njihov glas na volitvah ne šteje, ter da izberejo najljubšega kandidata, čeprav ta nima možnosti za zmago. Posledično se pri izbiri podpovprečno osredotočajo na kandidate z največ možnostmi za zmago in obenem v večji meri menijo, da razlika med prvo in drugo uvrščenim kandidatom ne bo velika. Zanje je značilno tudi to, da so podpovprečno seznanjeni s kandidati, ter se manj verjetno nameravajo udeležiti volitev. Zdi se, da gre pri njih bolj za odločanje o tem, koga naj volijo, o tem, ali naj sploh volijo.

V četrti skupini, skupini *razočarani pasivneži* pa je zaznati nezanimanje. Čeprav se podpovprečno strinjajo, da njihov glas komaj kaj šteje, lahko glede na odstopanja od povprečja rečemo, da gre za volilne abstinate. Zanje je značilno, da so še najmanj seznanjeni s kandidati, se težko opredelijo do stranke, ki bi ustrezala njihovim pogledom. Če se že odločijo, pa se nadpovprečno odločijo za kandidata, ki ima največ možnosti za zmago ter menijo, da razlika med kandidatom ne bo majhna.

Iz spodnje tabele je razvidna še velikost posameznih skupin (Tabela 4.19).

Tabela 4.19: Velikost skupin

	Frekvenca	Odstotek
Površni taktiki	67	34,5 %
Informirani kritiki	77	39,7 %
Negotovi skeptiki	33	17,0 %
Razočarani pasivneži	17	8,8 %
Skupaj	194	100,0 %

Podrobnejša analiza in opis značilnosti posameznih skupin glede na dejavnike vpliva na volilno odločitev sledi v poglavju rezultati z razpravo, kjer rezultate interpretiramo tudi s pomočjo ugotovitev kvalitativne raziskave, ki smo jo opravili v tednu po volitvah.

4.4. Druga, kvalitativna faza

V okviru kvalitativne faze smo opravili tri fokusne skupine, namen katerih je bil podrobneje spoznati motive, ki vodijo do odločitve k izbiri neodločenih volivcev. V nadaljevanju sprva predstavljamo izhodišča za diskusijo oziroma opomnik, nato pa še potek in izvedbo fokusnih skupin z vzorčenjem in glavnimi značilnostmi vzorca.

4.4.1. Opomnik

Nestandardiziran opomnik, s pomočjo katerega smo usmerjali potek fokusnih skupin, smo razdelili na štiri glavne sklope, ki so sledili uvodni predstavitvi raziskave in poteku fokusne skupine ter spoznavanju med udeleženci. Prvi, uvodni tematski sklop, se je nanašal na percepcijo volilne kampanje, predvolilnega dogajanja ter volilno udeležbo. V drugem, osrednjem tematskem sklopu, smo se osredotočili na odločitveni proces. Tretji, zaključni sklop, se je nanašal na zaznavanje osebnostnih in drugih lastnosti, ki bi jih moral imeti župan. V zadnjem, sklepnem delu smo se osredotočili na pomembnost posameznih dejavnikov, ki vodijo do končne izbire kandidata.

V uvodnem sklopu smo po percepciji volilne kampanje sprva spraševali preko asociacij. Preko asociacij namreč dobimo kar najbolj iskreno sliko oziroma prvi vtis o predvolilni kampanji, kot so jo doživeli, zaznali v predhodni kvantitativni raziskavi samodeklarirani, neodločeni udeleženci fokusnih skupin. V nadaljevanju nas je zanimalo, v kakšnem tonu se je po njihovem mnenju odvijala kampanja. V tem sklopu smo se usmerili tudi na percepcijo kandidatov, kako so jih videli, katere značilnosti kandidatov so jih pritegnile in katere odvrnile. Ob koncu tega sklopa smo preverili, ali so se volitev udeležili ter zakaj. Med tistimi, ki se volitev niso udeležili, pa so nas zanimali razlogi za neudeležbo in v kakšnem primeru bi se volitev udeležili.

Osrednji sklop, v katerem smo se osredotočili na odločitveni proces, smo udeležence skupin povprašali po številu kandidatov, vzetih v obzir, ter razlogih za omejeno število potencialnih izbir. Zanimalo nas je, kaj vse so upoštevali pri odločitvi, ko so se odločali o izbiri kandidata, ter kaj vse je pripomoglo k sprejetju končne odločitve. Vprašali smo jih tudi, kaj je v največji

meri vplivalo na odločitev ter kaj je bil glavni razlog za izbiro. Zanimalo nas je, v kakšnem primeru bi spremenili svojo odločitev. Ob koncu tega sklopa smo udeležence vprašali po oceni težavnosti tokratne odločitve glede na pretekle lokalne in državnozborske volitve ter v kolikšni meri so k odločitvi pripomogla TV soočenja.

V zaključnem sklopu nas je zanimalo, kako neodločeni zaznavajo idealnega župana. Zanimalo nas je, kako percipirano župansko funkcijo, katere osebnostne lastnosti in vrline so pomembne za to funkcijo ter kakšen bi moral biti župan po njihovih merilih.

V sklepnem delu, ki se je nanašal na pomembnost posameznih dejavnikov, ki vodijo do končne izbire kandidata, so sodelujoči po pomembnosti razvrstili posamezne dejavnike, ki vplivajo na njihovo izbiro ter razvrstitev obrazložili.

4.4.2. Potek, izvedba in vzorec

Namensko vzorčenje za fokusne skupine smo opravili v okviru kvantitativne faze. Ciljno skupino so v drugi fazi predstavljali neodločeni volivci. K sodelovanju v fokusnih skupinah v tednu po volitvah smo povabili vse, ki so v kvantitativni fazi, ki je potekala dva tedna pred volitvami, odgovorili, da se še niso odločili, koga bodo volili za župana na lokalnih volitvah. V to, da z njimi lahko ponovno kontaktiramo za namen sodelovanja v kvalitativnem delu raziskave po volitvah, je privolilo 34 od 194 oziroma 17,3 % neodločenih anketirancev, ki smo jih zajeli v vzorec pri kvantitativni raziskavi. Ob ponovnem kontaktu teden dni pred volitvami je udeležbo na fokusni skupini zavrnilo 14 potencialnih sodelujočih. Tako smo za ostalih 20, ki so udeležbo potrdili, organizirali tri fokusne skupine, eno s šestimi in dvakrat po sedmimi udeleženci. Vendar pa so na prvi dogovorjeni termin prišli le trije od šestih, na drugi štirje od sedmih, na tretji pa trije od sedmih povabljenih. Skupaj je tako 12., 13. in 14. oktobra 2010 na treh fokusnih skupinah sodelovalo deset udeležencev od dvajsetih, ki so sicer še dan pred izvedbo fokusne skupine udeležbo potrdili.

Običajno število udeležencev fokusnih skupin se sicer giblje med 6 in 12, odvisno od namena raziskave, pri čemer so si različni avtorji glede števila udeležencev za uspešno izvedbo fokusne skupine neenotni. Nekateri zagovarjajo 8-12 udeležencev (Kitzinger in Barbour 1999), 6-12 udeležencev (Lindlof 1995), 6-8 (Krueger 1998), nekateri pa 5-6 udeležencev (Green in Hart). Krueger (2009, 67) navaja, da je za večino nekomercialnih tem idealno

število 5 do 8 udeležencev. Priporočeno število udeležencev na fokusnih skupinah se razlikuje predvsem glede na namen raziskave, kompleksnost teme ter sestave skupine z vidika njene homogenosti ali heterogenosti. Brown (1999) na primer zagovarja razpon 4-12, če gre za homogeno skupino ter 6-12 udeležencev, če gre za heterogeno skupino. V splošnem naj bi veljalo, da je v primeru, ko je namen študije razumevanje problema ali vedenja, priporočljivo manjše število udeležencev posamezne fokusne skupine, kar omogoča bolj poglobljeno diskusijo (Krueger in Casey 2009). Enako priporočilo velja za kompleksnejše teme ter homogene skupine, pri katerih se udeleženci lažje vživijo in sprostijo. Prav zaradi bolj sproščenega vzdušja v manjših skupinah pa tudi lažje rekrutacije so vse pogostejše tudi manjše oziroma mini fokus skupine s 4 do 6 udeleženci (Krueger in Casey 2009, 7). Kot ena izmed oblik fokusnih skupin se omenja tudi triada. Pri triadi gre za skupino, ki sestoji iz treh udeležencev ter moderatorja. Za triade navadno velja, da so nekoliko krajše kot običajne in mini fokus skupine, vendar zaradi manjšega števila udeležencev kljub temu omogočajo poglobljene diskusije o preučevani temi, pri čemer je pomembno, da število izvedenih skupin ni premajhno, saj to lahko pomeni omejitve glede različnosti pridobljenih mnenj (Edmunds 1999, 19-22).

Po drugi strani pa je odločitev za izvedbo mini fokusne skupine ter tudi za triade lahko odvisna od okoliščin, in sicer v primeru nenapovedanega osipa udeležencev ter raziskovalnega načrta oziroma predvidene časovnice izvedbe (Edmunds 1999, 119). Prav v našem primeru je bila časovnica izvedbe izrednega pomena. Ena izmed značilnosti raziskave pred in po dogodku je namreč ravno v tem, da spremljamo iste enote in njihov prospektivni in retrospektivni pogled na obravnavani problem. Ker smo že prvič izčrpali naš vzorčni okvir, ki so ga predstavljali vsi neodločeni volivci iz prve faze raziskave, ki je potekala pred volitvami, bi z dodatnim vzorčenjem, na primer po metodi snežene kepe, sicer lahko povečali vzorec pri kvalitativni raziskavi, vendar bi bili ob tem prikrajšani za pomemben del kvantitativnih prospektivnih rezultatov te skupine, prav tako pa jih ne bi mogli naknadno razvrstiti v dobljene segmente neodločenih. Tako se, kljub temu da smo na fokusnih skupinah pričakovali večje število udeležencev (6 do 7 na eno fokusno skupino, skupaj 20), za izvedbo dodatnih fokusnih skupin nismo odločili.

V treh fokusnih skupinah je tako sodelovalo deset udeležencev, od tega štirje moški. Glede na starostno strukturo so v kvalitativni raziskavi sodelovali trije stari med 25 in 30 let, trije stari med 40 in 55 let ter štirje starejši od 55 let. Večina sodelujočih (šest od desetih) ima višjo ali visoko izobrazbo, trije srednješolsko ter eden poklicno. Glede na zaposlitveni status je bila

večina zaposlenih, dva upokojena, en študent in en nezaposlen. Volitev se nista udeležila dva udeleženca fokusnih skupin.

Največ sodelujočih se uvršča med *informirane kritike* (5) in *površne taktike* (4), medtem ko se en udeleženec uvršča med *negotove skeptike*. Med razvrščenimi v zadnjo skupino, *razočarani pasivneži*, se nihče ni odzval povabilu, k sodelovanju v kvalitativni raziskavi. To na neki način še dodatno potrjuje samo značilnost skupine.

4.5. Rezultati z razpravo

Rezultati so v nadaljevanju predstavljeni s primerjalno analizo posameznih segmentov neodločenih v odnosu do preučevanih dejavnikov vpliva na volilno izbiro. Interpretacija rezultatov in razprava sloni na rezultatih obeh faz zbiranja podatkov: prospektivni - kvantitativni fazi in retrospektivni - kvalitativni fazi.

4.5.1. Ocena družbenih razmer v lokalnem okolju

Splošna ocena razmer v Ljubljani z referenčno točko začetka prvega mandata županovanja Zorana Jankovića je pomembna z vidika retrospektivnega ovrednotenja ter splošne subjektivne percepcije o kvaliteti življenja v občini. Percepcija razvoja oziroma sprememb je pomembna, saj vpliva tudi na verjetnost volilne udeležbe pri neodločenih volivcih, kar smo preverili z analizo variance ($F=6142$, $p=0,003$). Izkazalo se je, da se volitev manj verjetno nameravajo udeležiti tisti neodločeni, ki so mnenja, da se v obdobju zadnjih štirih let ni nič spremenilo kot tisti, ki so mnenja, da so šle stvari na boljše, ter tisti, ki menijo, da so šle stvari na slabše.

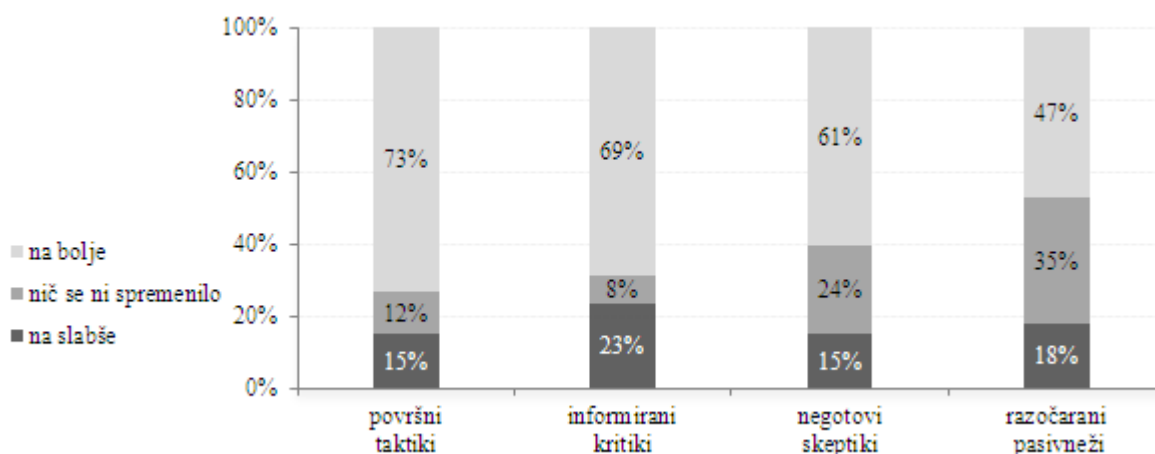
O pričakovani nižji volilni udeležbi neodločenih na lokalnih volitvah lahko torej govorimo predvsem pri tistih neodločenih, ki ne zaznavajo sprememb v lokalnem okolju, bodisi negativnih bodisi pozitivnih, medtem ko pozitivno oziroma negativno ovrednotenje preteklega dela občinske oblasti in s tem povezana relativna ocena kvalitete življenja v lokalnem okolju prispevata k večji angažiranosti, ko gre za udeležbo na volitvah. Med tistimi, ki pozitivno ocenjujejo spremembe, razlog za večjo angažiranost lahko iščemo v želji po

nadaljnem razvoju v isti smeri. Med tistimi, ki ocenjujejo, da se razmere v mestu slabšajo, pa je višjo stopnjo volilne udeležbe pričakovati zaradi potrebe po spremembah na mestu župana oziroma občinske oblasti, kar bi lahko vodilo k izboljšanju razmer.

Kot kažejo rezultati kvantitativne analize, je delež tistih, ki menijo, da so se stvari spremenile na boljše, največji v skupini *površni taktiki* (73 %), najmanjši v skupini *razočarani pasivneži* (47 %). Delež tistih, ki menijo, da so se stvari spremenile na slabše, je največji v skupini *informirani kritiki* (23 %). Največji delež neodločenih anketirancev, ki menijo, da se v zadnjih štirih letih ni nič spremenilo, je opaziti v skupini *razočarani pasivneži* (35 %), najmanjši v skupini *informirani kritiki* (8 %). Relativna ocena razmer v Ljubljani v obdobju 2006-2010 glede na skupine neodločenih je razvidna s spodnje slike (Slika 4.7).

Slika 4.7: Relativna ocena razmer v Ljubljani v obdobju zadnjih štirih let (2006-2010) glede na skupine neodločenih (n=194)

Kako bi v splošnem ocenili razmere v Ljubljani v zadnjih štirih letih? Ali gredo stvari v Ljubljani na bolje, na slabše, ali menite, da se ni nič spremenilo?



S hi-kvadrat testom smo preverili, ali gre med relativno oceno razmer in skupinami za statistično značilno povezanost s stopnjo značilnosti nižjo od 5 %. Ker se je izkazalo, da je v kontingenčni tabeli 25 % celic s teoretično frekvenco manj kot 5, smo uporabili *Likelihood ratio* (razmerje verjetij), ki je primeren za majhne vzorce. Povezanost med relativno oceno razmer in skupinami neodločenih sicer ni potrjena ($p=0,063$). A ker je na meji, smo se glede na majhen vzorec z določenim zadržkom vseeno odločili rezultat upoštevati. Rezultati prilagojenega standardiziranega reziduala kažejo, da je glede na celotni vzorec neodločenih v skupini *informirani kritiki* nižji delež anketirancev, ki menijo, da se ni nič spremenilo.

Medtem ko je v skupini *razočarani pasivneži* delež tistih, ki menijo, da se ni nič spremenilo, višji. V vseh skupinah, razen v skupini *razočarani pasivneži*, več kot tretjina anketirancev opazja spremembe, ki so se v Ljubljani zgodile v zadnjem mandatu Zorana Jankovića. Čeprav gre pri retrospektivnem vrednotenju, kot pomembni strategiji odločanja, v prvi vrsti za vrednotenje makroekonomskih kazalnikov (Listhaug 2005), gre v našem primeru bolj za opazne spremembe razvoja mesta, kar izpostavljajo tudi udeleženci fokusnih skupin.

Ugotovitve fokusnih skupin po eni strani kažejo, da so si sodelujoči enotni v opažanju sprememb v Ljubljani po prvem mandatu Jankovića. Izpostavljajo, da so v Ljubljani po dolgem času opazne spremembe na bolje. Opažajo, da se je v prvem mandatu Jankovića naredilo več kot v županovanjih pred njim. Jankoviću priznavajo doprinos k temu, da so v Ljubljani opazne spremembe na bolje, predvsem na urbanističnem področju. Poudarjajo zlasti vizualni vidik (mestno infrastrukturo, arhitekturne rešitve).

»Vsak drugi pljuva po Jankoviću, kar me preseneča, ker Ljubljana še nikoli ni bila tako lepa, kakor je zdaj, pa toliko narejenega. Pa ne, da sem zdaj 'fan' od Jankovića, ampak pač - taka so dejstva.« (Informiran kritik, M, 63 let).

»Vika [Potočnik], a ne, pa to ... Obdobje dvajset ali pa trideset let - nič. Samo pa-pa-pa-pa-pa, lapal so tja v tri dni nekaj. Pa vsake volitve so obljubljali, kaj bodo naredili, je štiri leta minilo, pa ni bilo nič.« (Informiran kritik, M, 63 let).

Izkazalo se je, da je vrednotenje zadnjih štirih let oziroma prvega mandata Jankovića povezano predvsem z ovrednotenjem dela prejšnjih županov, kjer njihovo delo ni bilo toliko na očeh javnosti. Poleg tega pa se kaže tudi zavedanje morebitnega spornega poslovanja in tudi določena mera sprejemljivosti le-tega.

»To [nedokončani projekti] se mi je zdel glavni problem v preteklih mandatih, da se je dostikrat upoštevalo čisto preveč dejavnikov in se zadeve preprosto niso končale. In pri dokončanju projektov je potrebno biti iznajdljiv, je treba biti proaktiven, je treba biti podjeten. Nikoli ne moreš vsem ustreči in čisto vse narediti pravilno. Ampak je vseeno boljše, da zadevo narediš, kakor pa da se ne naredi. Če ni preveč škode narejene, seveda.« (Površni taktik, M, 25 let).

Zadnji citat orisuje, da se ob realiziranih projektih iz prvega županovanja Jankovića pojavlja tudi dvom oziroma kar prepričanje o tem, da se nekaj skriva v ozadju; bodisi korupcija,

izkoriščanje bodisi dolgoročna finančna nevzdržnost. Opažene spremembe na bolje torej niso nujno tudi pozitivno ovrednotene.

»V mestu vidiš en kup sprememb, ko se prej leta in leta ni nič premaknilo, zdaj pa je toliko naenkrat, da je že kar malo čudno.« (Informiran kritik, Ž, 41 let).

»Ja za Jankovića po eni strani rečeš, saj je naredil nekaj, ne veš pa kaj je potem zadaj. Koliko je vseh drugih stvari, koliko je izkoriščal ljudi pri vsem tem [...]. Kaj bo naprej s temi stvarmi, a bo dosti denarja, kje bo Ljubljana zdaj, kaj bodo naredili z njo, ne vem.« (Informiran kritik, Ž, 61 let).

»[...] jaz se strinjam, da je naš prejšnji župan [Janković] ogromno naredil, ampak pogledajte, kdo bo to plačal? Ne samo mi, tudi naši rodovi bodo plačevali, to se je 'zapufal'.« (Informiran kritik, Ž, 51 let).

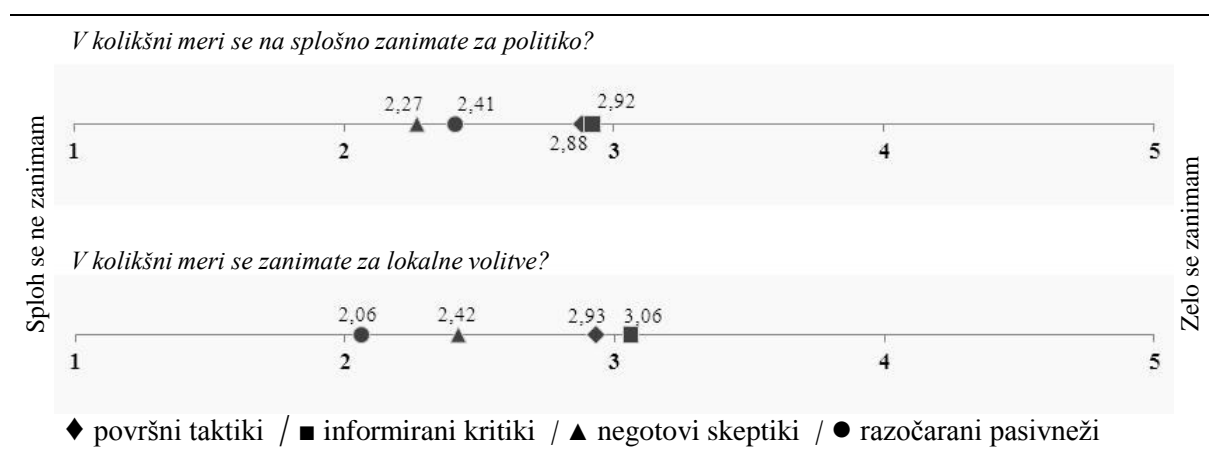
S pomočjo fokusnih skupin smo ugotovili, da je kljub soglasju o tem, da so vidne določene spremembe na bolje, pri nekaterih opaziti tudi notranji konflikt med vizualno impresijo urbanega razvoja in vprašljivemu etičnemu oziroma zakonitemu ravnanjem pri realizaciji tega. To lahko po eni strani vodi v apatijo ob zanikanju spornih poslov, po drugi strani pa v nezaupanje in dvom in posledično neodločenost glede volilne izbire. To velja predvsem za tiste, ki tudi sicer izrecno kažejo razočaranje in/ali kritiko nad samo politično situacijo in splošnim stanjem v družbi.

Glede na to, da ocena razmer, ne glede na smer, vpliva na predvideno volilno udeležbo, je pričakovati, da se neodločeni iz skupine *informirani kritiki* bolj verjetno udeležijo volitev, medtem ko je manj verjetno pričakovati udeležbo neodločenih, ki sodijo v skupino *razočarani pasivneži*. To bomo preverili v nadaljevanju, še prej pa preverimo, ali med skupinami obstajajo značilne razlike, kar zadeva zanimanja za volitve. Verjetnost udeležbe neodločenih volivcev je namreč povezana tudi z zanimanjem za lokalne volitve, na kar kaže Pearsonov koeficient korelacije ($r=0,377$; $p=0,00$).

4.5.2. Zanimanje za volitve

Na stopnjo politične informiranosti in stopnjo politične ozaveščenosti posredno kaže izraženo zanimanje za lokalne volitve in politiko na splošno, kar pa ne vodi nujno tudi v politično participacijo. Sprva smo preverili, ali obstajajo razlike med skupinami neodločenih glede na zanimanje za politiko na splošno ter glede na zanimanje za lokalne volitve 2010. Primerjava povprečnih ocen izražene stopnje zanimanja na petstopenjski lestvici med skupinami je razvidna s spodnje slike (Slika 4.8), deskriptivne statistike pa so razvidne iz Tabele 4.20.

Slika 4.8: Povprečna ocena zanimanja za politiko na splošno ter zanimanje za lokalne volitve 2010 (1 sploh se ne zanimam – 5 zelo se zanimam) glede na skupine (n=194)



Pri skupinah *površni taktiki* in *informirani kritiki* so povprečne ocene izražene zanimanja za lokalne volitve in politiko na splošno nekoliko višje kot pri skupinah *negotovi skeptiki* in *razočarani pasivneži*. Najnižja povprečna ocena splošnega zanimanja za politiko je v skupini *negotovi skeptiki* ($M=2,27$), medtem ko je glede na povprečno oceno zanimanje za lokalne volitve najnižja v skupini *razočarani pasivneži* ($M=2,06$). Ali so razlike med skupinami značilne, smo preverili z analizo variance. Pri obeh spremenljivkah (*zanimanje za politiko* in *zanimanje za lokalne volitve*) se je Levenov preizkus homogenosti varianc izkazal za statistično značilnega ($p<0,01$), zato smo uporabili Tamhanov Post Hoc preizkus, ki ne predpostavlja homogenosti varianc.

Tabela 4.20: Zanimanje za politiko in lokalne volitve 2010 glede na skupine neodločenih

		N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
						Sp. meja	Zg. meja
Zanimanje za politiko na splošno	Površni taktiki	67	2,88	1,08	0,132	2,62	3,14
	Informirani kritiki	77	2,92	0,914	0,104	2,71	3,13
	Negotovi skeptiki	33	2,27	1,257	0,219	1,83	2,72
	Razočarani pasivneži	17	2,41	1,372	0,333	1,71	3,12
	Skupaj	194	2,75	1,101	0,079	2,6	2,91
Zanimanje za lokalne volitve 2010	Površni taktiki	67	2,93	0,858	0,105	2,72	3,13
	Informirani kritiki	77	3,06	0,937	0,107	2,85	3,28
	Negotovi skeptiki	33	2,42	1,347	0,234	1,95	2,9
	Razočarani pasivneži	17	2,06	1,144	0,277	1,47	2,65
	Skupaj	194	2,82	1,055	0,076	2,67	2,97

Rezultati kažejo, da, kar zadeva zanimanja za politiko na splošno, med skupinami ni značilnih razlik s stopnjo značilnosti nižjo od 5 %. Ko gre za zanimanje za lokalne volitve 2010, pa se skupina *razočarani pasivneži* značilno manj zanima za lokalne volitve kot skupini *površni taktiki* in *informirani kritiki*.

Še najmanj zanimanja za lokalne volitve pričakovano izkazuje skupina *razočarani pasivneži*, med katerimi je, kot smo ugotovili, predhodno tudi največji delež neodločenih anketirancev, ki menijo, da se v obdobju zadnjih štirih let ni nič spremenilo. Vse bolj kaže, da gre pri tej skupini za najbolj apatični del volilnega telesa, ki ga politika ne zanima, bodisi zaradi razočaranja bodisi zaradi drugih razlogov. Tudi sicer med vsemi skupinami neodločenih volivcev v povprečju ni opaziti velikega zanimanja za lokalne volitve, saj je skupna povprečna ocena zanimanja le 2,82.

Tudi izsledki kvalitativne analize kažejo, da se večina udeležencev ni preveč zanimala za volitve oziroma za kandidate. To se je odražalo tudi v retrospektivnem pogledu na volilno kampanjo in manj poznane kandidate. Prvič, ker je bilo že daleč vnaprej jasno, kdo bo zmagovalec volitev. Drugič, ker ni bilo konkurenčnih kandidatov oziroma je bilo preveč neprepoznanih kandidatov. In tretjič, ker je bila predvolilna kampanja slaba, neopazna in medijsko nezanimiva.

»Ja, jaz osebno se nisem dosti zanimal za kandidate. Specifično ne bi mogel reči, ker res nisem spremljal te kampanje.« (Površni taktik, M, 25 let).

»A kampanja? Prav nič interesantna. Ne. Izgubila je na svojem pomenu, ravno zaradi prevelike množice kandidatov, ki so se pojavili. In so potem kar nekaj brez veze nakladali. Kot bi se otroci v otroškem vrtcu pogovarjali, s takimi idejami so prihajali ven.« (Informiran kritik, M, 63 let).

»Če bi od nekoga [kandidata] slišala tri besede, da bi me, ne vem, prepričale, bi se verjetno tudi mogoče o njem pozanimala, ali kakorkoli, tako pa ne vem, ni bilo take osebe. [...] Da bi bilo nekaj drugače, kar bi pozitivno vplivalo. Bi mogoče se, oziroma po moje bi se potem tudi širša množica začela do takšnega kandidata malo drugače obnašati, ampak ga ni bilo. Tako, da se to ni moglo zgoditi.« (Površni taktik, Ž, 25 let).

Mnenja udeležencev fokusnih skupin kažejo tudi na to, da je za zanimanje o volitvah pomembna tudi percepcija izenačenosti kandidatov na volitvah. Če se ta kaže v medijih in nenazadnje tudi v objavljenih javnomnenjskih raziskavah, to lahko vpliva na višjo stopnjo zanimanja za volitve, tudi z vidika strateškega glasovanja. Volivec ima v takem primeru občutek, da njegov glas šteje in je lahko odločilen. V nasprotnem primeru, ko je v javnosti prisotna miselnost, da je vse že odločeno in se to odraža tudi v objavljenih predvolilnih anketah, pa volivci, predvsem neodločeni, lahko dobijo občutek, da njihov glas ne more ničesar spremeniti. To pa lahko vodi v volilno abstinenco.

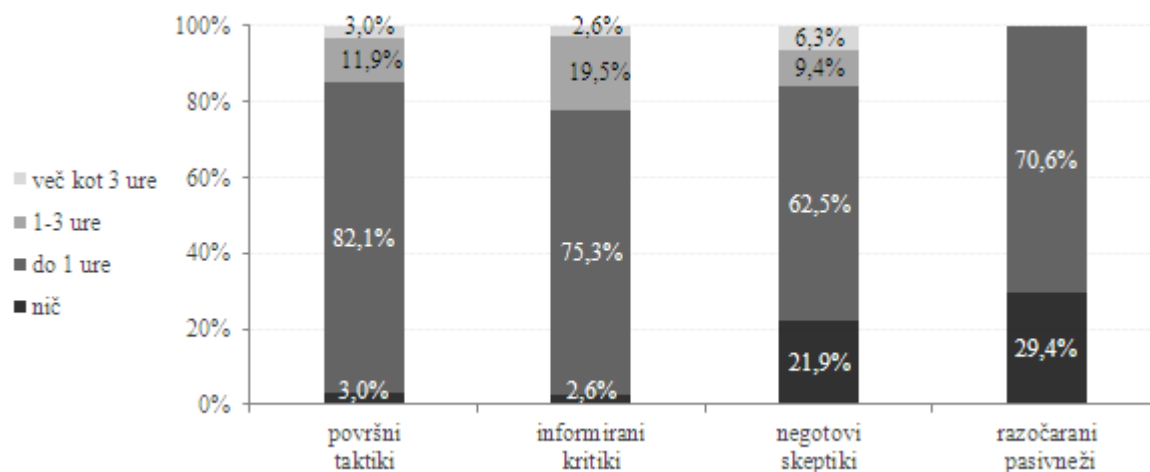
»Ni bilo zanimivo, ker ni bilo dveh močnih [kandidatov], da bi bila to borba, da bi se metali. Ker recimo v Mariboru, tam je bilo pa medijsko štirikrat bolj pokrito, ker tam je bil pa res oster boj. So bili incidenti že v sami predvolilni kampanji.« (Površni taktik, M, 25 let).

»Nobene druge opcije ni bilo. Ampak dejansko je bilo, da nisi imel možnosti misliti drugače. Enostavno ne. Ker so vsi rekli, Janković ima v mestnem svetu večino, to pomeni, da Janković bo zmagal. Odloča vedno večina, večina so pa vsi Jankovičevi ... to je nesmisel karkoli razmišljati. Tako, da ni bilo nobene opcije za mene. Janković, kot da ... mislim, tudi iz tega stališča, nesmisel, kaj češ potem ...« (Informirani kritik, Ž, 51 let).

V nadaljevanju smo preverili, ali se skupine neodločenih razlikujejo tudi po obsegu spremljanja družbenopolitičnih vsebin. Obseg spremljanja medijev z družbenopolitičnimi vsebinami na običajen dan v tednu v urah glede na skupine neodločenih je razviden s spodnje slike (Slika 4.9).

Slika 4.9: Obseg spremljanja družbeno-politično vsebin v medijih v urah na običajen dan v tednu (n=193²⁷)

Koliko časa na običajen dan namenite spremljanju vsebin s politično tematiko oziroma tematiko o aktualnih dogodkih, bodisi na radiu, televiziji, časopisu ali internetu?



Podobno kot pri izkazanem splošnem zanimanju za politiko ter izkazanem zanimanju za lokalne volitve tudi tu lahko opazimo, da družbenopolitične vsebine v manjši meri spremljata skupini *razočarani pasivneži* in *negotovi skeptiki*. Pri omenjenih skupinah delež anketirancev, ki sploh ne spremljajo tovrstnih vsebin v medijih, presega 20 %, medtem ko pri ostalih dveh skupinah ne preseže 3 %. Sicer pa za vse skupine neodločenih volivcev velja, da jih večina tovrstne vsebine v medijih spremlja v obsegu ene osrednje dnevno-informativne oddaje (do 1 ure dnevno).

Razlike med skupinami so statistično značilne s stopnjo značilnosti nižjo od 5 %, kar smo preverili s hi-kvadrat testom, pri čemer smo upoštevali *Likelihood ratio* (razmerje verjetij) ($p=0,001$). Rezultati kažejo na to, da je med anketiranci, ki so se uvrstili v skupino *informirani kritiki*, značilno višji delež tistih, ki družbenopolitične vsebine v medijih spremljajo do 3 ure dnevno. Kot pove že ime skupine, gre torej za najbolj informiran del volilnega telesa neodločenih.

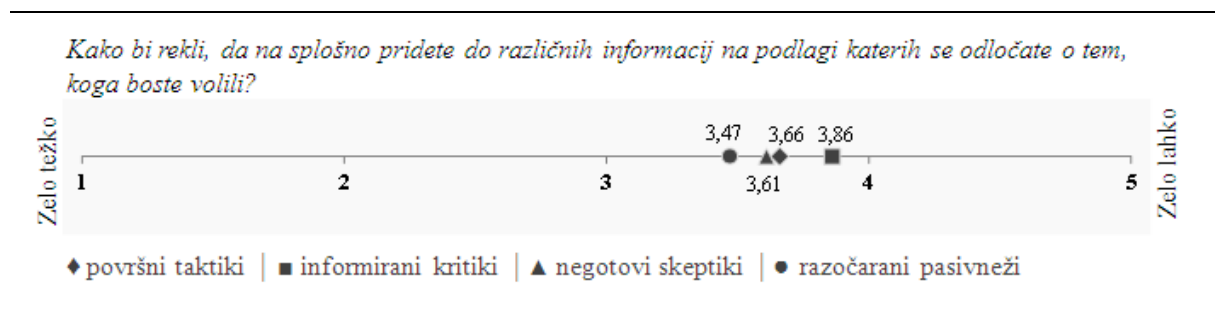
Po drugi strani pa je med skupino *negotovi skeptiki* ter skupino *razočarani pasivneži* značilno večji delež tistih, ki sploh ne spremljajo družbenopolitičnih vsebin v medijih. Glede na rezultate, ki kažejo na slabšo informiranost omenjenih skupin, lahko na tej točki potegnemo

²⁷ Iz analize smo izločili anketiranca, ki odgovora ni podal.

vzporednice z *negotovimi volivci* po Downsovi tipologiji volivcev glede na stopnjo informiranosti v teoriji racionalne izbire (Downs 1957a, 84-85). Zanje je namreč značilno, da nimajo dovolj informacij, da bi sprejeli volilno odločitev, kar se odraža v njihovi neopredeljenosti.

V nadaljevanju smo v okviru sklopa *Zanimanje za volitve* preverili, ali med skupinami obstajajo razlike tudi glede ocene dostopnosti do informacij, ki so pomembne za njihovo odločitev na lokalnih volitvah. Povprečne ocene dostopnosti informacij pomembnih za odločitev na lokalnih volitvah na petstopenjski lestvici glede na skupine so razvidne s spodnje slike (Slika 4.10), iz Tabele 4.21 so razvidne ostale deskriptivne statistike.

Slika 4.10: Povprečna ocena dostopnosti do informacij pomembnih za odločitev na lokalnih volitvah (1 zelo težko – 5 zelo lahko) (n=194)



Povprečne ocene skupin za oceno dostopnosti do različnih informacij, na podlagi katerih se neodločeni odločajo o izbiri na volitvah, se gibljejo med 3,47 (skupina *razočarani pasivneži*) in 3,86 (skupina *informirani kritiki*). Kljub temu da se, kot smo predhodno ugotovili, skupine razlikujejo glede na stopnjo zanimanja za volitve, ki je med neodločenimi razmeroma nizka, pa anketirani neodločeni, ne glede na skupino, v povprečju ne ocenjujejo, da težko pridejo do različnih informacij, na podlagi katerih se odločajo o izbiri na volitvah. Dostopnost do informacij torej ni zaznana kot problem za nobeno izmed skupin neodločenih.

Tabela 4.21: Ocena dostopnosti do informacij za odločitev na lokalnih volitvah glede na skupine neodločenih

	N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
					Sp. meja	Zg. meja
Površni taktiki	67	3,66	0,75	0,092	3,47	3,84
Informirani kritiki	77	3,86	0,823	0,094	3,67	4,04
Negotovi skeptiki	33	3,61	0,933	0,162	3,28	3,94
Razočarani pasivneži	17	3,47	0,8	0,194	3,06	3,88
Skupaj	194	3,71	0,82	0,059	3,6	3,83

Med skupinami glede percipirane dostopnosti informacij potrebnih za odločitev ni opaziti večjih razlik. Da te niso značilne, smo potrdilo tudi z analizo variance ($p=0,192$). Tudi med udeleženci fokusnih skupin se je izkazalo, da danes neodločeni volivci niso neodločeni, ker bi imeli otežen dostop do informacij. Sodelujoči v raziskavi so soglašali, da do informacij o kandidatih v današnjem času množičnih medijev ni težko priti in da je informacij celo več, kot bi si jih kandidati želeli. Predvsem pa so si enotni v tem, da se ljudi danes ne da več pretentati, kar ponazarjajo s slikovitimi opisi.

»Transparentnost mora biti, ne moreš ti peska ljudem metati danes, ko je možnost informacij; preko računalnikov, preko televizije, da ne govorim o medsebojni komunikaciji. Ne živimo tako kot včasih - za hribom - pa se nismo nikoli celo življenje videli, a je tako?« (Površni taktik, Ž, 56 let).

»Mnogi ne dojamejo tega, ne samo v politiki, da ne moreš več človeka žejnega čez vodo peljati.« (Površni taktik, Ž, 56 let).

»Mazej Kukovičeva se je en mesec prej formalno preselila v Ljubljano. To so nemogoče poteze, to je praktično izigravanje množic, bi rekel.« (Informiran kritik, M, 63 let).

»Nekateri kandidati so dosti podcenjevali, bom rekel, razum množice.« (Površni taktik, M, 25 let).

Ugotovitve kvalitativne analize kažejo, da tudi ob številnih kandidatih, ki so se potegovali za mesto župana, ni šlo za vprašanje slabše informiranosti, pač pa za nezanimanje volivcev za nove obraze, ker ti niso znali pritegniti pozornosti. Čeprav se na vsakih volitvah pojavi kakšna nova stranka, gre pravzaprav za bolj ali manj javnosti poznane obraze. Na lokalnih volitvah pa je bila večina kandidatov medijsko neprepoznavnih.

» [...] saj, ko jih [kandidatov] nismo poznali. Tudi verjetno te že v osnovi nekdo, ki ga ne poznaš, ne zanima toliko, ker pričakuješ neko takšno osebnost, ki te že sama od sebe malo privlači, ne da boš ti brskal za njo.« (Informiran kritik, Ž, 61 let).

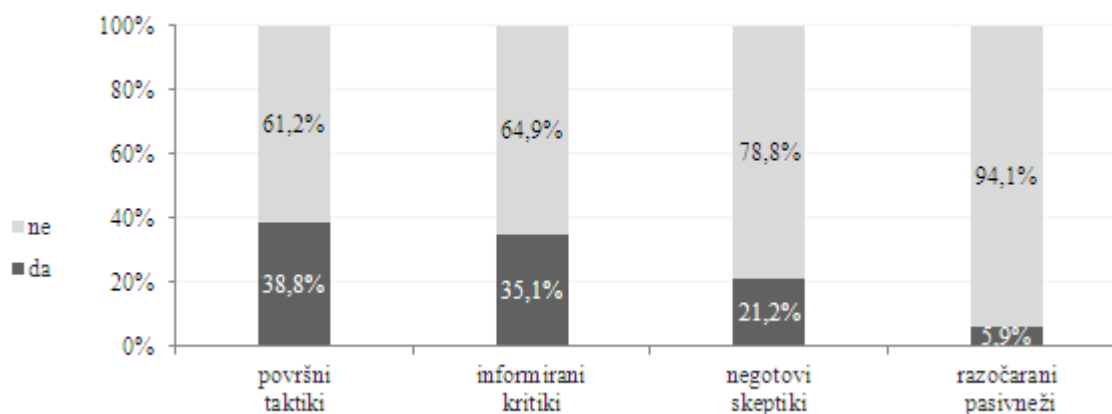
Ugotovili smo, da se skupine neodločenih volivcev razlikujejo glede na zanimanje in čas, ki ga namenjajo političnim vsebinam, ne pa tudi glede na dostopnost informacij. Rezultati kažejo, da je neodločenost vse prej kot posledica ne-vedenja oziroma slabe dostopnosti do informacij, kar se vidi tako iz rezultatov fokusnih skupin kot tudi kvantitativne analize, iz katere je razvidno, da ne glede na skupino neodločenih ti ocenjujejo, da do informacij ni težko priti. Kot razlog nezanimanja in manjše pozornosti za lokalne volitve oziroma političnim vsebinam nasploh lahko tako izključimo težavnost dostopa do različnih informacij, ki pripomorejo k volilni izbiri.

Skupina *informirani kritiki* izkazuje največjo stopnjo zanimanja za lokalne volitve ter se v večji meri informira o družbenopolitičnih vsebinah preko medijev. Po drugi strani pa skupina *razočarani pasivneži* izkazuje še najmanj zanimanja za volitve, kar se potrjuje tudi v manjšem obsegu časa, ki ga namenjajo spremljanju družbenopolitičnih vsebin v medijih. V nadaljevanju smo preverili, ali se to odraža tudi v komunikaciji z bližnjimi, ko gre za pogovore na temo volitev.

S Slike 4.11 je razvidno, ali so se neodločni pred anketo, ki je bila opravljena dva tedna pred volitvami, z drugimi pogovarjali o volilni kampanji ali volitvah. Delež pritrtilnih in nikalnih odgovorov je prikazan po posameznih skupinah neodločenih.

Slika 4.11: Pogovori o volitvah z drugimi 14-10 dni pred volitvami (n=194)

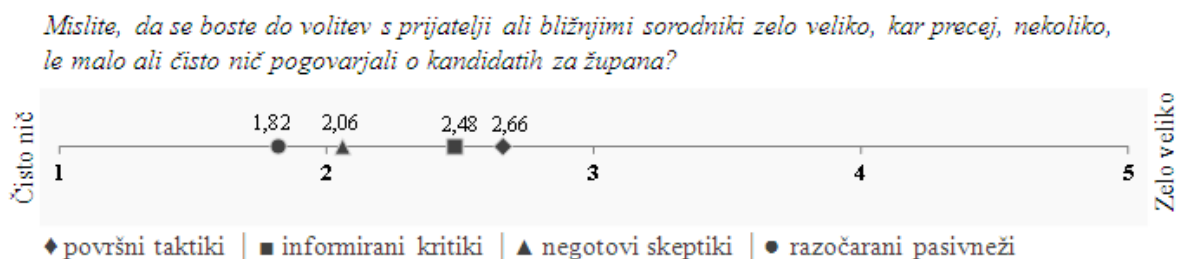
Ali ste se v zadnjih dveh dneh s kom pogovarjali o volilni kampanji oziroma lokalnih volitvah ali ne?



Še največji delež anketirancev, ki so se štirinajst do deset dni pred volitvami z drugimi pogovarjali o volitvah oziroma o volilni kampanji, je med nedoločenimi iz skupine *površni taktiki* (38,8 %), najmanjši v skupini *razočarani pasivneži* (5,9 %). Ali obstaja povezanost s stopnjo značilnosti nižjo od 5 %, smo preverili s hi-kvadrat testom, ki se je izkazal za značilnega ($p=0,031$). Rezultati prilagojenega standardiziranega reziduala so potrdili, da je delež tistih, ki se o volitvah niso pogovarjali z drugimi, značilno večji pri skupini *razočarani pasivneži*. Kar 94 % se jih o volitvah ne pogovarja z drugimi, kar je še en pokazatelj njihove nezainteresiranosti za politične teme.

Podobne rezultate je pričakovati tudi, ko gre za predviden obseg pogovarjanja z bližnjimi v času do volitev, torej v zadnjih desetih dneh. Čeprav bi bilo več pogovorov na temo volitev v zadnjem tednu pričakovati v primeru kompetitivnih volitev, smo se kljub temu, da ni bilo pričakovati večjih preobratov ob koncu volilne kampanje, odločili, da ta dejavnik obdržimo. S slike v nadaljevanju (Slika 4.12) je razvidna povprečna ocena na petstopenjski lestvici za predviden obseg pogovorov z bližnjimi o kandidatih za župana, v Tabeli 4.22 pa so razvidne tudi opisne statistike glede na skupine neodločenih.

Slika 4.12: Povprečna ocena obsega predvidenih pogovorov z bližnjimi o kandidatih za župana (1 čisto nič – 5 zelo veliko) (n=194)



Povprečne ocene kažejo, da nameravajo v svojo vsakodnevno komunikacijo z bližnjimi neodločeni volivci le v manjši meri vključiti tudi pogovore o lokalnih volitvah oziroma kandidatih za župana ($M=2,41$), še najmanj tudi tokrat skupina *razočarani pasivneži* ($M=1,82$).

Tabela 4.22: Predviden obseg pogovorov z bližnjimi o kandidatih za župana glede na skupine neodločenih

	N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
					Sp. meja	Zg. meja
Površni taktiki	67	2,66	1,052	0,129	2,4	2,91
Informirani kritiki	77	2,48	1,021	0,116	2,25	2,71
Negotovi skeptiki	33	2,06	0,998	0,174	1,71	2,41
Razočarani pasivneži	17	1,82	0,728	0,176	1,45	2,2
Skupaj	194	2,41	1,036	0,074	2,27	2,56

Ali so razlike med skupinami značilne s stopnjo značilnosti nižjo od 5 %, smo preverili z analizo variance. Ugotovili smo, da med skupinami obstajajo značilne razlike ($p=0,003$; $t=4,712$). Rezultati Bonferronijevega preizkusa kažejo na to, da se nameravajo *površni taktiki* z bližnjimi do volitev v značilno večjem obsegu pogovarjati o kandidatih za župana kot *negotovi skeptiki* in *razočarani pasivneži*. Čeprav gre pri tej oceni za osebno in zato relativno percepcijo predvidenega obsega pogovorov o kandidatih, pa je zgovoren podatek, da se o kandidatih še največ nameravajo pogovarjati prav *površni taktiki*. Prav za strateške volivce namreč velja, da se ti odločajo v zadnjih dneh pred volitvami na podlagi tehtanja o možnostih izida volitev, k čemur poleg informacij v medijih pripomore tudi komunikacija z bližnjimi.

Z vidika zanimanja za volitve ugotavljamo, da med skupinami prihaja do značilnih razlik. Spremljanje medijev z družbenopolitičnimi vsebinami, zanimanje za lokalne volitve ter pogovori o volitvah in kandidatih za župana z drugimi oziroma z bližnjimi je v najmanjši meri prisotno med *razočaranimi pasivneži*. Še največ zanimanja za volitve pa izkazuje skupina *informirani kritiki*. Izsledki kvalitativne analize kažejo, da lahko neodločenost v primeru lokalnih volitev za župana Ljubljane poleg odsotnosti močnega protikandidata dotedanjemu županu Zoranu Jankoviću v veliki meri pripišemo nezanimanju, ki je predvsem posledica razočaranja nad splošno politično situacijo v državi²⁸.

²⁸ Naj spomnimo, da je v tem času potekala stavka javnega sektorja, v kateri je po nekaterih ocenah stakalo 80.000 uslužbencev. Poleg tega je imela vlada, ki je bila v času lokalnih volitev na polovici mandata, tudi zaradi drugih afer vse nižjo podporo javnosti. Sledili so odstopi nekaterih ministrov in leto kasneje tudi prve predčasne državnozborske volitve v Sloveniji.

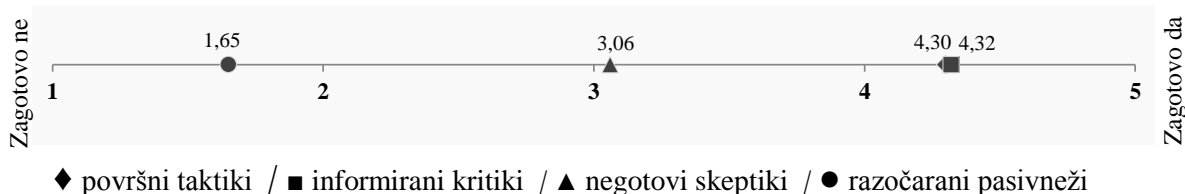
4.5.3. Volilna udeležba

V nadaljevanju preverjamo, ali med skupinami neodločenih obstajajo značilne razlike glede predvidene udeležbe na lokalnih volitvah. Ugotovili smo že, da se volitev manj verjetno nameravajo udeležiti tisti neodločeni, ki so mnenja, da se v obdobju zadnjih štirih let ni nič spremenilo, kot tisti, ki so mnenja, da je do sprememb prišlo, bodisi na slabše bodisi na boljše. Poleg tega je verjetnost udeležbe neodločenih volivcev povezana z zanimanjem za lokalne volitve, na kar kaže tudi Pearsonov koeficient korelacije ($r=0,377$; $p=0,00$).

Kakšna je verjetnost predvidene udeležbe na volitvah glede na skupine neodločenih ter, ali med skupinami obstajajo značilne razlike, smo preverili v nadaljevanju. S spodnje slike (Slika 4.13) so razvidne povprečne ocene posameznih skupin. Verjetnost udeležbe so anketiranci izrazili na petstopenjski lestvici.

Slika 4.13: Povprečna ocena za verjetnost udeležbe na lokalnih volitvah (1 zagotovo ne – 5 zagotovo da) (n=194)

Nekateri ljudje se volitev udeležijo, nekateri pa ne. Kaj pa vi, kako verjetno se vi osebno nameravate udeležiti letošnjih lokalnih volitev ...



Glede na povezanost med spremenljivkama *zanimanje za volitve* in *predvidena volilna udeležba* ter predhodno ugotovitvijo, da se skupina *razočarani pasivneži* najmanj zanima za volitve, je bilo pričakovati, da se namerava ta skupina tudi najmanj verjetno udeležiti lokalnih volitev. To se je potrdilo, povprečna ocena verjetnosti udeležbe na volitvah pri tej skupini je 1,65, kar kaže na verjetno neudeležbo neodločenih, ki sodijo v to skupino. Po drugi strani pa povprečne ocene kažejo, da je verjetnost udeležbe na volitvah še največja pri prvih dveh skupinah: *površni taktiki* ($M=4,30$) in *informirani kritiki* ($M=4,32$). Pri njih se je tudi sicer izkazala večja stopnja zanimanja za lokalne volitve. V Tabeli 4.23 navajamo še ostale deskriptivne statistike za verjetnost udeležbe na lokalnih volitvah.

Tabela 4.23: Verjetnost udeležbe na lokalnih volitvah glede na skupine neodločenih

	N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
					Sp. meja	Zg. meja
Površni taktik	67	4,30	0,985	0,12	4,06	4,54
Informirani kritiki	77	4,32	1,006	0,115	4,1	4,55
Negotovi skeptiki	33	3,06	1,499	0,261	2,53	3,59
Razočarani pasivneži	17	1,65	0,786	0,191	1,24	2,05
Skupaj	194	3,87	1,359	0,098	3,67	4,06

Ali so razlike med skupinami značilne s stopnjo značilnosti nižjo od 5 %, smo preverili z analizo variance. Ker predpostavka o homogenosti varianc ni bila izpolnjena ($p < 0,01$), smo uporabili Tamhanov Post Hoc preizkus, ki ne predpostavlja homogenosti varianc. Rezultati kažejo, da je povprečna ocena za verjetnost udeležbe na lokalnih volitvah pri skupini *razočarani pasivneži* značilno nižja kot pri vseh ostalih skupinah. Rezultati kažejo tudi, da je povprečna ocena verjetnosti volilne udeležbe pri skupini *negotovi skeptiki* značilno nižja kot pri skupini *površni taktiki* in kot pri skupini *informirani kritiki* ter višja kot pri skupini *razočarani pasivneži*.

Skupino *razočarani pasivneži* v veliki meri torej zastopajo predvsem neodločeni volilni abstinenti. Kot izhaja tudi iz imena skupine, *negotove skeptike* v povprečju opisuje tudi negotovost glede volilne udeležbe. Medtem ko za *informirane kritike* in *površne taktike* lahko rečemo, da gre za verjetne volilne udeležence. Na tem mestu velja opozoriti, da ocena predvidene volilne udeležbe s strani še neodločenih volivcev ni povsem zanesljiva. Kot smo že omenili, lahko namreč nezveste, negotove in strateške volivce okoliščine volitev, pri čemer imamo v mislih predvsem dojemanje smiselnosti glasovanja, privedejo tudi do volilne abstinence.

V kvalitativni raziskavi, ki smo jo med neodločenimi volivci opravili po volitvah, smo sodelujoče spraševali o udeležbi na volitvah ter razlogih zanjo. Volitev se je udeležilo osem od desetih sodelujočih. So pa imeli deljeno mnenje o udeležbi na volitvah; od indiferentnosti, dvoma o smiselnosti, zavračanju volitev kot posledici razočaranja do občutka dolžnosti.

»Ah, sem rekla, pa saj ne bi šla ... pa sem potem rekla, saj to je moja dolžnost - državljanska.« (Informiran kritik, Ž, 61 let).

»[...] sem se pač na osnovi tega, kar sem videl in doživel, odločil, da ne bom hodil na volitve. Ni enostavno in tisto je umrlo. In jaz sem pač tak. Saj pravim, so me

prepričevali, da to ni prav, da moj glas potem izkoriščajo, ne vem kaj ... sem rekel, poglej, jaz sem v nedeljo vzel ta-male, sem šel na sonce.» (Negotovi skeptik, M, 42 let).

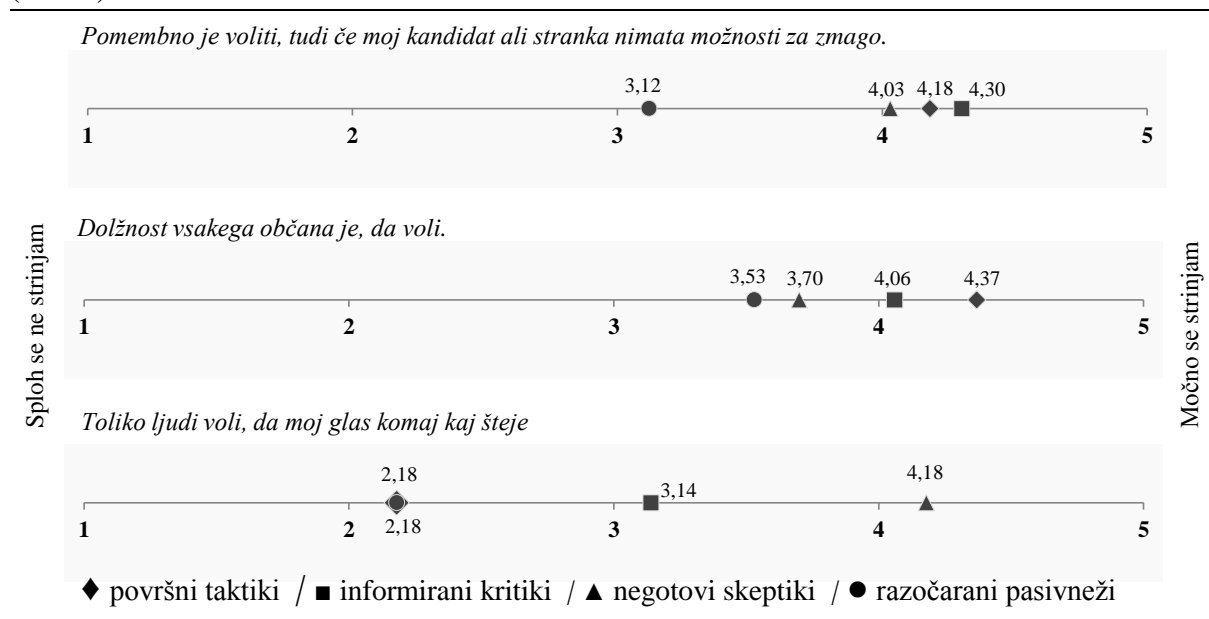
Zaradi vse večje apatije pa tudi razočaranja nad sistemom v družbenih normah je danes vse manj prisoten občutek volilne dolžnosti. Poleg tega se povečuje tako imenovana instrumentalna usmeritev v politiko, ki predpostavlja, da se volivci na vsakih volitvah posebej odločajo o udeležbi, na kar kažejo tudi izsledki naše kvalitativne raziskave.

»Bil sem za plebiscit, bil sem za samostojnost, bil sem za vse. Samo potem, ko so začeli to, kar mi ni bilo všeč, sem rekel, jaz tega ne bom. Če bi nekdo nekaj naredil, da bi se meni začel standard popravljati, da bi jaz malo bolj zadihal ... Pa da bi mi neko vizijo povedal, ki bi se začela uresničevati ... Da bi jaz vsako leto videl spremembe, ni problem, volim, takoj grem, v prvo vrsto, če je potrebno.» (Negotovi skeptik, M, 42 let, o tem zakaj ne hodi na volitve).

»No jaz bom po pravici povedal, jaz sem te volitve vzel čisto za hobi. Slučajno sem bil. Do sedmih domov prišel in sem rekel, grem pa še tja, ker sem slišal, da je zelo slaba volilna udeležba, da me vsaj v volilnem imeniku obkljukajo, da bo vsaj volilna udeležba malo boljša. Če bi pa zamudil, da ne bi do takrat se vrnil domov, ne bi bilo nič zato, če nisem šel volit. Včasih bi imel mogoče malo slabe vesti, pa bi rekel, pa nisem šel na volitve. Zdaj pa prav nič, je ne bi imel, moram čisto po pravici povedati, no, saj pravim, prav nič je zdaj ne bi imel.» (Površni taktik, M, 56 let).

V nadaljevanju smo preverili, kakšen je odnos posameznih skupin neodločenih do volilne udeležbe z vidika občutka dolžnosti, smiselnosti glasovanja ter percepcije neuspeha preferirane stranke oziroma kandidata. Povprečne ocene strinjanja s trditvami *Pomembno je voliti, tudi če moj kandidat ali stranka nimata možnosti za zmago; Dolžnost vsakega občana je, da voli ter Toliko ljudi voli, da moj glas komaj kaj šteje* s primerjavo med skupinami neodločenih prikazujemo na spodnji sliki (Slika 4.14). Ostale deskriptivne statistike so razvidne iz Tabele 4.24.

Slika 4.14: Dolžnost in smiselnost glasovanja (1 sploh se ne strinjam – 5 močno se strinjam) (n=194)



Skupine se še največ razlikujejo v odnosu do trditve, da toliko ljudi voli, da njihov glas komaj kaj šteje. Še najbolj enotni, z izjemo *razočaranih pasivnežev*, pa so pri trditvi, da je pomembno voliti, tudi če njihov kandidat nima možnosti za zmago. Ali so razlike med skupinami v odnosu do preučevanih trditev značilne, smo preverili z analizo variance. Ker pri vseh treh trditvah predpostavka o homogenosti varianc ni bila izpolnjena ($p=0,0$), smo uporabili Tamhanov Post Hoc preizkus.

Tabela 4.24: Dolžnost in smiselnost glasovanja glede na skupine neodločenih

		N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
						Sp. meja	Zg. meja
Pomembno je voliti, tudi če moj kandidat ali stranka nimata možnosti za zmago.	Površni taktiki	67	4,18	1,029	0,126	3,93	4,43
	Informirani kritiki	77	4,30	0,947	0,108	4,08	4,51
	Negotovi skeptiki	33	4,03	1,51	0,263	3,49	4,57
	Razočarani pasivneži	17	3,12	1,576	0,382	2,31	3,93
	Skupaj	194	4,11	1,184	0,085	3,94	4,28
Dolžnost vsakega občana je, da voli.	Površni taktiki	67	4,37	1,013	0,124	4,13	4,62
	Informirani kritiki	77	4,06	1,37	0,156	3,75	4,38
	Negotovi skeptiki	33	3,70	1,531	0,266	3,15	4,24
	Razočarani pasivneži	17	3,53	1,375	0,333	2,82	4,24
	Skupaj	194	4,06	1,31	0,094	3,88	4,25
Toliko ljudi voli, da moj glas komaj kaj šteje.	Površni taktiki	67	2,18	0,903	0,11	1,96	2,4
	Informirani kritiki	77	3,14	1,315	0,15	2,84	3,44
	Negotovi skeptiki	33	4,18	0,917	0,16	3,86	4,51
	Razočarani pasivneži	17	2,18	0,809	0,196	1,76	2,59
	Skupaj	194	2,90	1,298	0,093	2,72	3,09

S trditvijo, da je *pomembno voliti, čeprav kandidat oziroma stranka nima možnosti za zmago*, se v povprečju v najmanjši meri strinjajo *razočarani pasivneži* (M=3,12). Tako se tudi preko tega vprašanja kaže njihovo nezanimanje za volitve oziroma razočaranost. Po drugi strani pa se s trditvijo v največji meri strinja skupina *informirani kritiki* (M=4,30), ki se bolj verjetno namerava udeležiti volitev in tudi sicer v večji meri spremlja vsebine na temo lokalnih volitev. Razlike med skupinama so značilne s stopnjo značilnosti nižjo od 5 %.

Neodločeni se v povprečju nagibajo k strinjanju s trditvijo, da je *glasovanje dolžnost vsakega občana*. Čeprav povprečne ocene kažejo, da se s trditvijo v najmanjši meri strinja skupina *razočarani pasivneži* (M=3,53), razlike med skupinami niso statistično značilne. Tako v splošnem lahko rečemo, da so neodločeni volivci razmeroma enotni v prepričanju, da je voliti prej dolžnost kot ne. Tudi udeleženci fokusnih skupin se pretežno strinjajo, da je voliti državljanska pravica in dolžnost oziroma bi to morala biti.

»Jaz bi rekel tako, demokracije kot nek ideal ne bomo nikoli dosegli, a ne. Ampak volitve, referendum, županske, strankarske in vse - to je danes pač edini most, ki ga imamo do demokracije in že samo v tem imenu bom tudi jaz vzgajal svoje otroke v to, da bodo šli čisto vedno volit, brez izjeme, pa če bodo imeli močno mnenje ali pa ne. Ali pa, če bodo imeli šibko, ampak še vedno bo mnenje. Tudi se ne bi strinjal ... da je to zapravljanje davkoplačevalskega denarja, meni se zdi, da čisto vsak cent, ko je vržen v take stvari, se mi zdi koristen za razvoj demokracije.« (Površni taktik, M, 25 let).

»Samo je, če tako gledaš, je dejansko prav, da greš na volitve pa daš glas, saj je vseeno kam.« (Informirani kritik, Ž, 51 let).

Po drugi strani pa se razlike med skupinami neodločenih kažejo, ko gre za vprašanje smiselnosti glasovanja. O smiselnosti glasovanja so si v povprečju mnenja posameznih skupin namreč različna. S trditvijo, da *toliko ljudi voli, da njihov glas komaj kaj šteje*, se v povprečju ne strinjata skupina *površni taktiki* in skupina *razočarani pasivneži* (M=2,18). S trditvijo se sicer v največji meri strinja skupina *negotovi skeptiki* (M=4,18). *Površni taktiki* in *razočarani pasivneži* se s trditvijo o nesmiselnosti glasovanja v povprečju strinjajo značilno manj kot skupini *informirani kritiki* in *negotovi skeptiki*. Slednji se sicer v povprečju s trditvijo strinjajo v značilno večji meri kot skupina *informirani kritiki*. Vse omenjene razlike so značilne s stopnjo značilnosti nižjo od 5 %.

Izsledki fokusnih skupin kažejo, da so mnenja deljena predvsem glede smiselnosti glasovanja. Da je pomembno voliti, ker glas na volitvah ne gre v nič, četudi je zmagovalec volitev pričakovan, udeleženca fokusnih skupin opisujeta sledeče:

»[Vsak] mora to državljansko dolžnost izpolnit. To je treba otroke že od majhnega učiti, ne da reče 'ma brezveze, volitve pa to'. In potem so razne kritike in vse - ne gre pa svojega glasu dati. Naj bo njegov glas negativen ali pozitiven, v eno smer pač gre, ampak naj gre na volitve.« (Informiran kritik, M, 63 let).

»Sem študirala, grem, ne grem ... deset dni nisem vedela, ali bi šla, ali ne bi šla in koga bi. In v bistvu nisem za nobenega ... Sem šla, sem šla, pa sem volila. Samo sem bila tik pred zdajci, da sploh ne bi šla, ker sem rekla, saj bo Janković tako zmagal na koncu.« (Informiran kritik, Ž, 61 let).

S pomočjo fokusnih skupin pa smo dobili še drug pogled na smiselnost glasovanja. Dvom o smiselnosti glasovanja izhaja predvsem iz prepričanja o premoči enega kandidata, po drugi strani pa iz razočaranja oziroma vdanosti v usodo, da se tako ali tako ne da nič več spremeniti.

»Sem vedela, da bo on [Janković] zmagal in je brez zveze potem. Je vseeno kam dam glas, ali ga dam ali ga ne dam. Zato, ker je bilo jasno, glasno že toliko pred volitvami povedano da bo [zmagal].« (Informirani kritik, Ž, 51 let).

»Da se pravzaprav lahko vprašaš, na kaj sploh lahko vplivaš, ali pa kako lahko na kaj vplivaš, tako da... če sploh lahko na kaj vplivaš. In gre potem to mimo ljudi in da se s tem več niti nočejo ukvarjati, ne vem, se ne angažirajo okoli tega.« (Površni taktik, M, 56 let).

Če povemo drugače, z rezultati, ki smo jih dobili v okviru kvantitativne analize, o smiselnosti glasovanja v največji meri dvomijo *negotovi skeptiki*. O smiselnosti glasovanja nimajo povsem izoblikovanega mnenja *informirani kritiki*, vendar pa o njem bolj dvomijo kot *površni taktiki* in *razočarani pasivneži*. Za slednje bi lahko rekli, da jim je tako ali tako za politiko vseeno in da do volitev nimajo posebnega odnosa. Za *površne taktike* pa je bilo pričakovati, da jih z vidika taktičnega glasovanja pri glasovanju vodi prepričanje, da je njihov glas pomemben, če ne celo odločilen za razplet volitev.

4.5.4. Seznanjenost s kandidati

Seznanjenost s kandidati je pomemben dejavnik, saj manjše število poznanih kandidatov lahko vodi v okrnjene možnosti izbir. Po drugi strani pa večje število poznanih kandidatov pomeni večje število možnih izbir, kar pa lahko oteži proces odločanja ali celo povzroča tesnobo. Slednje v svoji knjigi *Izbira* ugotavlja tudi Salecl, ko se navezuje na Schwartza, po katerem več psiholoških raziskav kaže, da so bolj zadovoljni tisti posamezniki, ki so izpostavljeni manjši izbiri (Salecl 2010, 38-39). Ob predpostavki, da se težje odločajo volivci, ki so seznanjeni z večjim številom kandidatov, to lahko velja le, če so ti kandidati tudi prepoznani kot možne izbire. To pomeni, da ni dovolj, da so volivci seznanjeni z njimi, pač pa morajo prepoznati tudi njihove kompetence. Pri fokusnih skupinah smo preko retrospektivnega pogleda na volitve ugotovili, da obstaja soglasje, da je bilo kandidatov preveč oziroma, da je bilo preveč šibkih kandidatov.

»Pet jih [kandidatov] je dovolj za Ljubljano. Bilo jih je pa dvanajst, mislim da. A jih je bilo dvanajst? Ali celo trinajst ... hm, brez zveze.« (Informiran kritik, M, 63 let).

»[...] je bilo preveč ljudi [kandidatov], kar posledično pomeni, da je res slaba konkurenca. Ker ni izrazitih, močnih kandidatov, ampak jih je preveč šibkih. Razen pač Jankovića.« (Informirani kritik, M, 25 let).

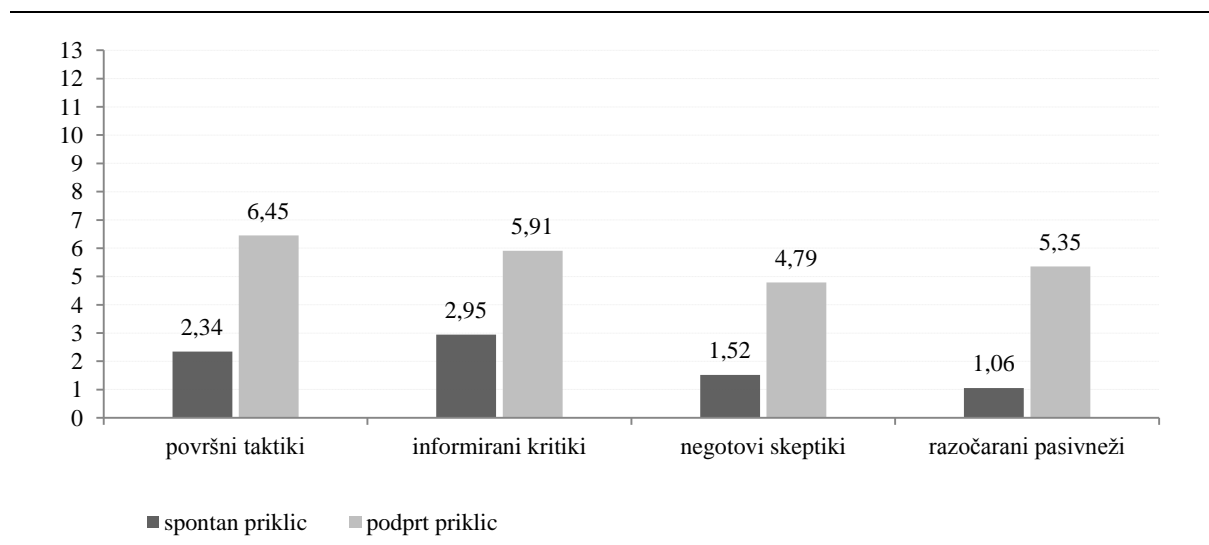
Ljudje s k izbiri dominantnih in odločnih kandidatov nagnjeni predvsem v obdobju krize (Pečjak 1995, Evans 2004). Obdobja krize je z vidika gospodarskih razmer sovpadalo tudi z obdobjem lokalnih volitev 2010. Zato je bilo tudi iz tega vidika v Ljubljani pričakovati zapostavljenost kandidatov, ki so bili pred volitvami malo ali pa nič medijsko izpostavljeni. Tudi udeleženci fokusnih skupin so si bili enotnega mnenja, da je bilo malo kandidatov, ki bi izstopali. Pri čemer pa premoč enega kandidata le še otežuje volilno izbiro tistih, ki mu niso bili naklonjeni, še posebej, ker je vloga kandidata pri volitvah za župana prišla veliko bolj v ospredju kot stranka, ki stoji za njim.

»Jazbinšek, Kuclerjeva, Kukovičeva, Janković. Kdo pa je bil še, ostali? Neka čisto nova imena. To so neki novi ljudje. Teško se potem odločiš dati glas, a ne.« (Površni taktik, Ž, 56 let).

»Veliko jih je kandidiralo, pa malo je bilo takšnih, ki so izstopali, da bi si jih lahko zapomni. No, da si se potem med njimi odločal.« (Informiran kritik, Ž, 41 let).

Ali med skupinami neodločenih prihaja do razlik glede seznanjenosti s kandidati, smo preko povprečnega števila spontano navedenih kandidatov ter povprečnega števila prepoznanih kandidatov pri podprtem priklicu preverili v okviru kvantitativne analize. Rezultati, premerjava med skupinami v povprečnem številu kandidatov, ki so ji neodločeni navedli pri spontanem in podprtem priklicu, je razvidna s spodnje slike (Slika 4.15).

Slika 4.15: Povprečno število kandidatov navedenih pri spontanem priklicu in prepoznanih pri podprtem priklicu (n=194)



Iz rezultatov je razvidno, da celo najbolj informirana skupina (*informirani kritiki*) v povprečju zna spontano navesti zgolj 3 od 13 kandidatov. V volitve najmanj vpeta skupina (*razočarani pasivneži*) pa zgolj enega. Pri podprtem poklicu pa so v povprečju še najmanj kandidatov prepoznali neodločeni iz skupine *negotovi skeptiki* (5 kandidatov), največ pa *površni taktiki*, ki so v povprečju prepoznali polovico kandidatov. Ostale deskriptivne statistike so razvidne iz Tabele 4.25.

Tabela 4.25: Povprečno število navedenih in prepoznanih kandidatov glede na skupine neodločenih

		N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
						Sp. meja	Zg. meja
Spontan priklic	Površni taktiki	67	2,34	2,706	0,331	1,68	3,00
	Informirani kritiki	77	2,95	1,784	0,203	2,54	3,35
	Negotovi skeptiki	33	1,52	1,503	0,262	0,98	2,05
	Razočarani pasivneži	17	1,06	0,659	0,160	0,72	1,40
	Skupaj	194	2,33	2,139	0,154	2,03	2,63
Podprt priklic	Površni taktiki	67	6,45	3,066	0,375	5,70	7,20
	Informirani kritiki	77	5,91	2,477	0,282	5,35	6,47
	Negotovi skeptiki	33	4,79	2,522	0,439	3,89	5,68
	Razočarani pasivneži	17	5,35	3,353	0,813	3,63	7,08
	Skupaj	194	5,86	2,821	0,203	5,46	6,26

Razočarani pasivneži so v povprečju spontano navedli značilno manj kandidatov kot *površni taktiki* in *informirani kritiki*. Manj kandidatov kot slednji so spontano navedli tudi *negotovi skeptiki*. Pri podprtem priklicu je predpostavka o homogenosti varianc izpolnjena. Rezultati analize variance kažejo na statistično značilne razlike med skupinami ($p=0,04$; $F=2,827$). Z Bonferronijevim preizkusom smo ugotovili, da so *površni taktiki* prepoznali značilno več kandidatov kot neodločeni iz skupine *negotovi skeptiki*.

Rezultati se skladajo s predhodnimi ugotovitvami glede stopnje zanimanja za volitve posameznih skupin in obsegom spremljanja družbeno-političnih vsebin v medijih. Skladno z izraženim nezanimanjem za volitve ter predvideno neudeležbo na volitvah je skupina *razočarani pasivneži* s kandidati za župana seznanjena v manjši meri. Podobno je v manjši meri s kandidati seznanjena tudi skupina *negotovi skeptiki*, le da so ti glede udeležbe na volitvah še negotovi, medtem ko sta ostali dve skupini, ki sta tudi sicer izkazali več zanimanja za volitve in tudi sicer namenjata nekoliko več časa spremljanju medijev z družbenopolitičnimi vsebinami, v večji meri seznanjeni tudi s kandidati za župana.

Glede na število spontano navedenih kandidatov med neodločenimi volivci, ki kaže na to, da znajo ti v povprečju navesti manj kot tri kandidate, lahko sklepamo, da je tudi razplet volitev med neodločenimi volivci razmeroma pričakovan. Naj na tem mestu spomnimo, da je Zoran Janković na volitvah nastopil kot aktualni župan. Predvolilne ankete javnega mnenja (Tabela 4.2) so kazale, da naj bi skoraj 60 % glasov prejel že v prvem krogu, medtem ko naj bi drugouvrščeni prejel manj kot desetino glasov, vsi ostali kandidati skupaj pa okoli 15 % glasov. Že pred volitvami je torej kazalo, da volitve niso kompetitivne narave.

Po eni strani si zaradi splošnega razočaranja nad družbenopolitično situacijo v Sloveniji neodločeni volivci želijo novih obrazov, novih imen. Ko pa ti kandidirajo, pa jih ocenjujejo kot premalo prepoznavne in šibke, kar kažejo ugotovitve kvalitativne analize retrospektivnega pogleda na volitve. Izsledki kvalitativne raziskave kažejo tudi, da je po mnenju pretežnega dela udeležencev za seznanjenost s kandidati potrebna predvsem njihova splošna prepoznavnost, ki je neke vrste pogoj za zanimanje zanje. Sprva morajo biti namreč kandidati prepoznani kot konkurenčni drug drugemu in kompetenčni za mesto, na katerega kandidirajo. V tem primeru to vodi v tehtanje med kandidati in izbiro najboljšega. Po drugi strani pa lahko vrsta nekonkurenčnih kandidatov le povečuje frustracijo in občutek nemoči oziroma notranji konflikt, če se nazadnje odloči za izbiro edinega močnega kandidata, ki ni nujno povsem ustrezen.

»Od najslabših je bil najboljši [Jankovič].« (Površni taktik, Ž, 56 let).

»Za manjše zlo se moraš odločiti, ker ne bo zdaj neka nova oseba prišla.« (Površni taktik, M, 25 let).

Nekompetitivne volitve lahko vodijo tudi v manjše zanimanje za kandidate ter volitve na splošno. Posledično tudi v manj vloženega truda v informiranje glede volitev in kandidatov ter v apatijo, ker naj bi bilo tako ali tako že vse odločeno. V nadaljevanju smo preverili tudi ta vidik, torej percepcijo pričakovanega zmagovalca ter pričakovane razlike med prvo- in drugouvrščenim kandidatom na volitvah glede na posamezne skupine neodločenih volivcev.

4.5.5. Pričakovani zmagovalec

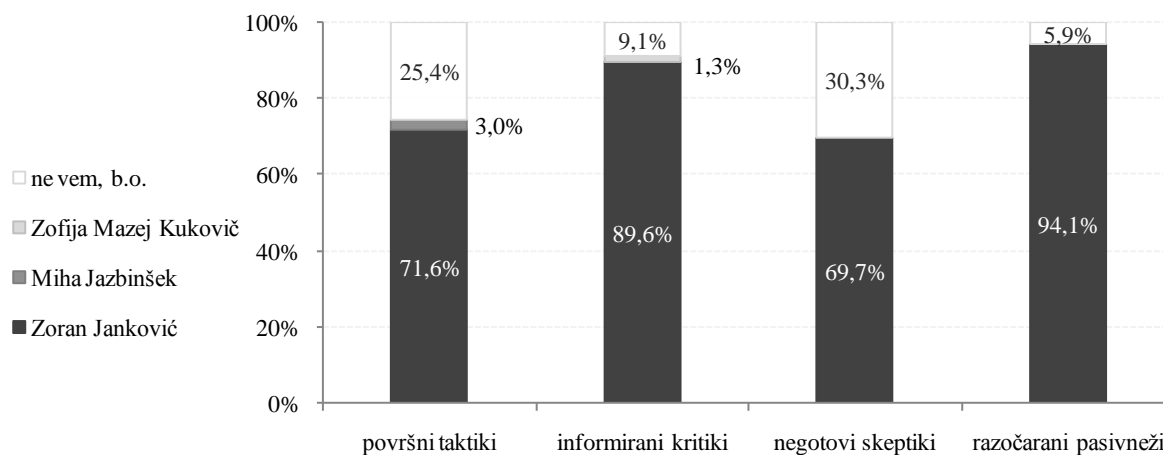
Omenili smo že, da je bilo pred volitvami zaznati pričakovano premoč dotedanjega župana Jankovića in odsotnost močnega protikandidata, kar se je odražalo tudi v predvolilnih javnomnenjskih anketah objavljenih v medijih. Strateško glasovanje je na volitvah navadno v večji meri prisotno, ko so razlike med kandidati manjše. Medtem ko pričakovane večje razlike med kandidati lahko vodijo v volilno abstinenco. Ali se percepcija o pričakovanem zmagovalcu in razliki do drugouvrščenega razlikuje glede na skupine neodločenih, smo preverili v nadaljevanju.

Od 13 kandidatov za župana, neodločeni volivci navajajo le tri, za katere menijo, da bodo

izvoljeni za župana. Gre za kandidate, za katere so tudi objavljene javnomnenjske ankete zabeležile največji delež glasov. Pričakovani izvoljeni kandidati za župana glede na skupine neodločenih so razvidni s Slike 4.16.

Slika 4.16: Pričakovani zmagovalec volitev za župana (n=194)

Ne glede na to, ali že veste, koga boste volili ali ne, kdo bo po vašem mnenju izvoljen za župana Ljubljane?



Kot je razvidno s Slike 4.16, je delež neodločenih, ki so menili, da bo za župana izvoljen Jankovič, največji med neodločenimi iz skupine *razočarani pasivneži* (94,1 %), najmanjši pa pri skupini *negotovi skeptiki* (69,7 %). Pri teh dveh skupinah se kot pričakovani zmagovalec pojavi le dotedanji župan Jankovič, medtem ko je pri *površnih taktikih* 3 % vprašanih navedlo tudi Miho Jazbinška, pri skupini *informirani kritiki* pa 1,3 % Zofijo Mazej Kukovič. Delež tistih, ki se o pričakovanem zmagovalcu niso izrekli, se giblje med 5,9 % (skupina *razočarani pasivneži*) in 30,3 % (skupina *negotovi skeptiki*). Visok je tudi delež neopredeljenih pri skupini *površni taktiki* (25,4 %).

S hi-kvadrat testom smo preverili, ali gre za značilno povezavo med spremenljivko pričakovani zmagovalec in skupinami neodločenih. Upoštevali smo *Likelihood ratio* ($p=0,029$) primeren za majhne vzorce, saj se je izkazalo, da je 56,3 % celic s teoretično frekvenco manj kot 5. Rezultati prilagojenega standardiziranega reziduala kažejo, da je med *površnimi taktiki* delež tistih, ki menijo, da bo za župana izvoljen Zoran Jankovič, značilno nižji, med *informiranimi kritiki* pa značilno višji. Med *površnimi taktiki* je značilno višji tudi delež tistih, ki menijo, da bo za župana izvoljen Miha Jazbinšek, čeprav je teh le 3 %. Delež

odgovorov "ne vem" je pričakovano značilno višji pri skupini *negotovi skeptiki*, ter značilno nižji pri skupini *informirani kritiki*.

Velika večina *razočaranih pasivnežev* medtem meni, da bo mandat nadaljeval dosedanji župan Zoran Jankovič, volitev pa se ne nameravajo udeležiti. Glede na dane rezultate bi lahko rekli, da gre pri tej skupini poleg nezanimanja za volitve in posledično manjše seznanjenosti s kandidati tudi za 'vdanost v usodo'. Razloge za to lahko iščemo v splošnem nezanimanju za politiko oziroma v politični otopelosti. Vendar pa je kljub temu tudi pri volilnih abstinentih prisotna misel o možnem vplivu na izid glasovanja.

»Kaj pa bi se zgodilo, če bi vsi tisti, ki ne gremo [na volitve], šli, pa dali glas nekomu, bi rekel kar enemu. Pa naj on zmaga, kaj bo pa potem?« (Negotovi skeptik, M, 42 let).

Zakaj je bila takšna premoč Jankoviča pričakovana, smo po volitvah spraševali udeležence fokusnih skupin. Ti so si bili enotni, da so pred volitvami pričakovali, da bo ponovno izvoljen dotedanji župan Jankovič. Pravzaprav je večina izpostavila, da si ni znala predstavljati, da bi bil lahko izvoljen kdo drug oziroma, da bi ga zaradi njegove moči in samozavesti lahko kdo nadomestil.

»Se mi zdi, da je tako močan [Jankovič] on kot oseba, zdaj govorim, in njegovi ... Govorim samo o 'personi' in tej ekipi, ki je. Jaz si sploh ne znam predstavljati, kdo jo, kdo ga bo zamenjal. Ker se mi zdi, včasih smo tako rekli, kot kočevski medvedje, ki so zaščiteni. Mislim, enostavno ne moreš misliti ... Ga ni, da bi lahko pomislil, da bo nekdo drug. Ne vem, tako čutim.« (Informirani kritik, Ž, 51 let).

»[...] če sem si zamišljala, kdorkoli v trenutni aktualni politiki bi lahko v Ljubljani premagal Jankoviča ... Jaz si ga ne.« (Površni taktik, Ž, 25 let).

»Saj verjetno se je že vnaprej vedelo, da nihče drug ne more dobit kakor župan, ki je zmagal [Jankovič]. Ker je imel toliko vojske zadaj, da rečemo ali pa tega volilnega potenciala, v katerega je bil tudi prepričan.« (Površni taktik, M, 56 let).

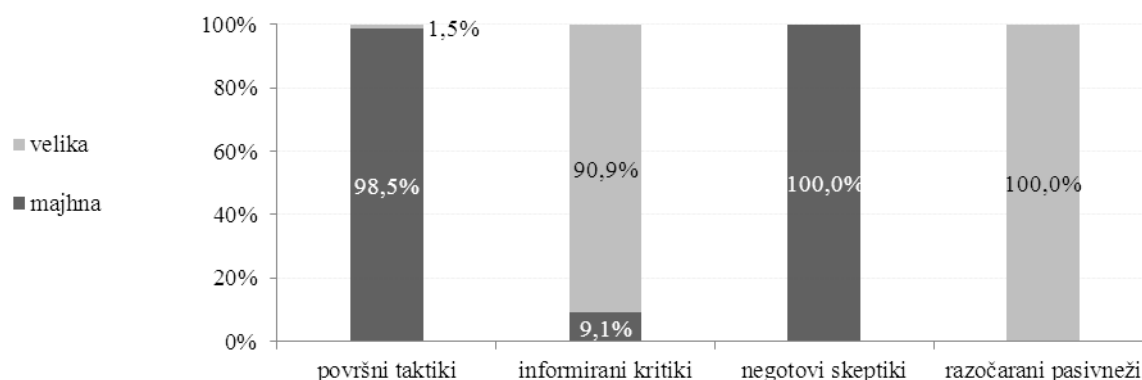
V tem kontekstu smo preverili še, kolikšno razliko med izvoljenim za župana in drugouvrščenim kandidatom pričakujejo oziroma so pričakovali neodločeni volivci. Manjša pričakovana razlika med kandidati pri vrhu namreč pomeni večjo kompetitivnost in večjo angažiranost ne samo volivcev, pač pa tudi kandidatov in nenazadnje tudi medijev. Za slednje

so namreč takšne predvolilne kampanje bolj zanimive, saj privabljajo več volivcev - gledalcev. Po drugi strani pa naj bi pričakovana velika razlika med kandidati pomenila ravno nasprotno.

Da so mnenja deljena, ko gre za pričakovano razliko med kandidati, se je izkazalo tako v okviru kvantitativne kot tudi kvalitativne analize. Rezultati kvantitativne analize kažejo diametralno nasprotni si skupini: *negotovi skeptiki* in *razočarani pasivneži*. Slednji so menili, da bo razlika med kandidatom velika, prvi, da bo majhna. Podobno velja tudi za skupini *površni taktiki* in *informirani kritiki*, pri čemer večina slednjih prav tako meni, da bo razlika med izvoljenim in drugouvrščenim velika. Rezultati so razvidni s Slike 4.17. Povezanost med spremenljivkama je statistično značilna ($p=0,00$), kar smo preverili s hi-kvadrat testom.

Slika 4.17: Pričakovana razlika med izvoljenim in drugo uvrščenim kandidatom (n=194)

Kolikšna pa bo po vašem mnenju razlika med izvoljenim in drugouvrščenim kandidatom za župana?



Rezultati kažejo na podobnost dveh parov skupin, ki se sicer razlikujejo glede na izkazano zanimanje za volitve, seznanjenostjo s kandidati ter predvideno volilno udeležbo. Naj spomnimo, da smo v skupini *informirani kritiki*, v kateri velika večina meni, da bo razlika med prvima kandidatom velika, zabeležili največje število spontano navedenih kandidatov za župana ter najvišjo povprečno oceno verjetnosti udeležbe na volitvah. Po drugi strani pa so veliko razliko pričakovali tudi anketiranci iz skupine *razočarani pasivneži*, pri katerih smo sicer zabeležili najnižjo povprečno oceno predvidene udeležbe na volitvah ter najmanj spontano navedenih kandidatov. Medtem pa so v skupinah *površni taktiki* in *negotovi skeptiki* menili, da bo razlika med prvima kandidatom majhna. Prav tako je pri obeh skupinah opaziti manjši delež tistih, ki so menili, da bo izvoljen dotedanji župan (čeprav ta še vedno prevladuje). Kljub temu da gre za relativno oceno pričakovane razlike, je ta pomembna z vidika subjektivne zaznave razmerji med kandidati.

Tudi pri sodelujočih v fokusnih skupinah so bila mnenja glede razlike med izvoljenim in drugim kandidatom deljena. Nekateri so bili o premoči in zmagi Jankovića v prvem krogu prepričani, druge pa je razlika presenetila, kljub temu da Janković ni imel močnega protikandidata.

»Jaz osebno sem bila tristo 'procentna', da bo [samo] prvi krog. Na primer, če bi želel koga drugega voliti ... meni je bilo jasno kot beli dan, da bo Janković zmagal v Ljubljani.« (Informirani kritik, Ž, 51 let).

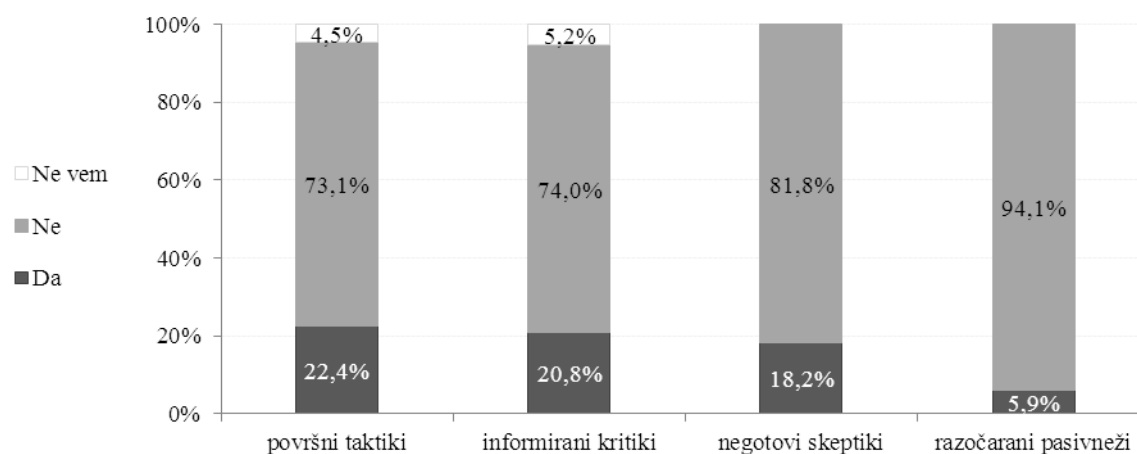
»Ni bilo enega močnega [protikandidata], ampak še vedno sem pričakoval, da ne bo [Janković] dobil toliko glasov, da se bodo razporedili glasovi med ostalimi. Da bo on dobil recimo, ne vem, štirideset, drugi pa bo dobil recimo petnajst procentov. Ampak se je presenetljivo veliko ljudi za njega odločilo. A ne, zanimivo.« (Površni taktik, M, 25 let).

Iz navedb udeležencev fokusnih skupin in rezultatov kvantitativne analize lahko sklenemo, da pri neodločenih volivcih pomembno vlogo igra percepcija zmagovalca volitev. Še bolj pa ocena njegove premoči, saj neodločenim ta v primeru odsotnosti občutka volilne dolžnosti daje ali pa jemlje smisel glasovanju.

4.5.6. Identifikacija s stranko

Za lokalne volitve za župana sicer velja, da so bolj kot stranke v ospredju kandidati, vendar pa dejavnik identifikacije s stranko predstavlja enega ključnih konceptov v teoriji volilnega vedenja, zato smo ga tudi vključili v našo analizo. Dejavnik je sicer bolj izražen pri odločenih volivcih, ki se lažje opredelijo za stranko, ki ustreza njihovim interesom, kar smo že ugotovili v enem izmed predhodnih poglavij. Pri neodločenih volivcih pa naj bi bila naklonjenost strankam manj ali pa sploh ne izražena. Preverili smo, ali med skupinami neodločenih glede tega vprašanja kljub vsemu obstajajo razlike.

Slika 4.18: Ali ste blizu kakšni politični stranki? (n=194)



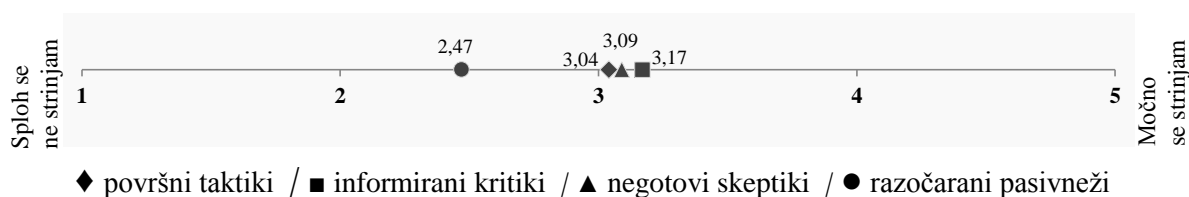
Kot je razvidno s slike (Slika 4.18), je največ takšnih, ki so blizu kakšni politični stranki med *površnimi taktiki* (22,4 %), najmanj pa med *razočaranimi pasivneži* (5,9 %). Pri *površnih taktikih* je bilo tudi sicer pričakovati najmanjši delež neidentificiranih s kakšno stranko. Za strateške oziroma taktične volivce je namreč prej kot odsotnost preference značilna prisotnost nepreference. To pomeni, da prej kot v skladu s svojo morebitno preferenco volijo proti svoji nepreferenci, in sicer na način, da ima ta kar najmanj možnosti za zmago. Prvi pogoj pa je, da dopuščajo, da imata vsaj dva kandidata možnosti za zmago. Kar se je izkazalo tudi pri naši skupini *površnih taktikov*, med katerimi je večina kljub pričakovani zmagi Jankovića menila, da bo razlika v številu prejetih glasov med njim in drugouvrščenim majhna. Po drugi strani pa je bilo najmanjši delež identificiranih s stranko pričakovati prav pri skupini *razočarani pasivneži*, ki jih volitve (glede na predvideno volilno udeležbo, slabšo seznanjenost s kandidati ter manjšim obsegom spremljanja političnih vsebin) ne zanimajo.

Za vse skupine neodločenih sicer velja, da se večina ne čuti blizu kakšni politični stranki, delež teh v vseh skupinah presega 70 %. Ugotovili smo tudi, da se posamezne skupine neodločenih ne razlikujejo pomembno glede navezanosti na politične stranke, kar je pokazal tudi hi-kvadrat test, kjer smo upoštevali *Likelihood ratio* ($p=0,258$).

Drugi dejavnik, ki ga povezujemo z identifikacijo s stranko, je enostavnost opredelitve za ustrezno stranko. Povprečne ocene strinjanja s trditvijo, da se med obstoječimi strankami zlahka opredelijo za tisto, ki ustreza njihovim pogledom in interesom, glede na skupine neodločenih, prikazujemo na spodnji sliki (Slika 4.19), deskriptivne statistike so razvidne iz Tabele 4.26.

Slika 4.19: Enostavnost opredelitve za ustrezno stranko (1 sploh se ne strinjam, 5 močno se strinjam) (n=194)

Med obstoječimi strankami se zlahka opredelim za tisto, ki ustreza mojim pogledom in interesom.



Tudi glede vprašanja enostavnosti opredelitve za ustrezno stranko so si skupine neodločenih med seboj podobne, nekoliko izstopa le skupina *razočarani pasivneži*. Povprečne ocene se gibljejo okoli ocene tri, kar kaže, da se v povprečju v vseh skupinah neodločeni s trditvijo glede enostavnosti opredelitve za stranko, ki bi ustrezala njihovim pogledom in interesom ne morejo niti strinjati niti ne strinjati. Najnižja povprečna ocena (2,47) je sicer med neodločenimi iz skupine *razočarani pasivneži*, najvišja v skupini *informirani kritiki*. Vendar se je tudi v tem primeru izkazalo, da razlike med skupinami niso statistično značilne s stopnjo značilnosti nižjo od 5 %, kar smo preverili z analizo variance ($p=0,204$).

Tabela 4.26: Enostavnost opredelitve za ustrezno stranko glede na skupine neodločenih

	N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
					Sp. meja	Zg. meja
Površni taktik	67	3,04	1,147	0,140	2,76	3,32
Informirani kritiki	77	3,17	1,163	0,133	2,90	3,43
Negotovi skeptiki	33	3,09	1,284	0,223	2,64	3,55
Razočarani pasivneži	17	2,47	1,546	0,375	1,68	3,27
Skupaj	194	3,05	1,220	0,088	2,88	3,22

V povprečju torej vse skupine neodločenih ocenjujejo, da se niti stežka niti zlahka ne opredelijo za politično stranko, ki bi ustrezala njihovim pogledom in interesom. Pri tem vprašanju se vidi tudi, da sredinske povprečne ocene v vseh skupinah kažejo na siceršnjo neodločenost segmenta neopredeljenih, ko gre za vprašanje politične opredelitve. Skupine neodločenih se med seboj torej razlikujejo glede izkazanega zanimanja za volitve, spremljanja medijev, seznanjenosti s kandidati, razpravljanja o volitvah z drugimi oziroma bližnjimi, ne pa glede dejavnikov, ki kažejo na identifikacijo s stranko. Vsem skupinam neodločenih je namreč skupna odsotnost bližine političnim strankam.

Tudi izsledki kvalitativne analize kažejo, da je predvsem pri županskih volitvah bolj kot strankarska pripadnost pomembna osebnost kandidata ter njegove sposobnosti. Za sodelujoče v fokusnih skupinah je strankarstvo na volitvah za župana nepomembno, za nekatere pa celo moteče.

»Lahko voliš njeno stranko kot tako, ampak če izbiraš župana, izbiraš kot osebnost. Meni je vseeno, iz katere stranke zbiraš človeka, kot osebnost.« (Površni taktik, M, 56 let).

»[...] sposobnost ljudi, saj je vseeno, kateri je politik. Da dela, da zna delati. Mene ne zanima, v kateri stranki je, bolj me zanima, kaj naredi pa kako naredi.« (Informiran kritik, Ž, 61 let).

»[...] ne bi volil strankarskega kandidata, ker se mi zdi, da župan - to ne bi smela biti preveč politična funkcija. Bi se poskušal pač izogniti strankarskemu kandidatu. Ne bi volil enega iz teh bolj vplivnejših strank. Ker zadaj je potem takoj nekaj, bom rekel lobiranje, interesi, mreže, če lahko temu tako rečemo. Temu bi se res poskusil izogibati.« (Površni taktik, M, 25 let).

Izsledki kvalitativne raziskave tudi potrjujejo, da je v Sloveniji opaziti vse večjo nenaklonjenost tradicionalnim političnim strankam in nizkemu zaupanju vanje, vsaj z vidika nezvestih in neodločenih volivcev. Da se tega zavedajo tudi politiki, je razvidno iz dejstva, da na vsakih lokalnih volitvah kandidira vse več kandidatov, ki se opredeljujejo kot nestrankarski oziroma neodvisni.

»Očitno se te politike slab sloves drži, zato vsak [kandidat] računa, da je boljše, če nestrankarsko nastopa, z lastno listo ali pa kot lastna osebnost. Da ima več 'šans', kakor pa, da je v neki stranki. Saj, če zdaj gledamo župane, jih je veliko tako izvoljenih bilo, meni se zdi, iz lastnih list, ali pa nestrankarsko v narekovajih.« (Površni taktik, M, 56 let).

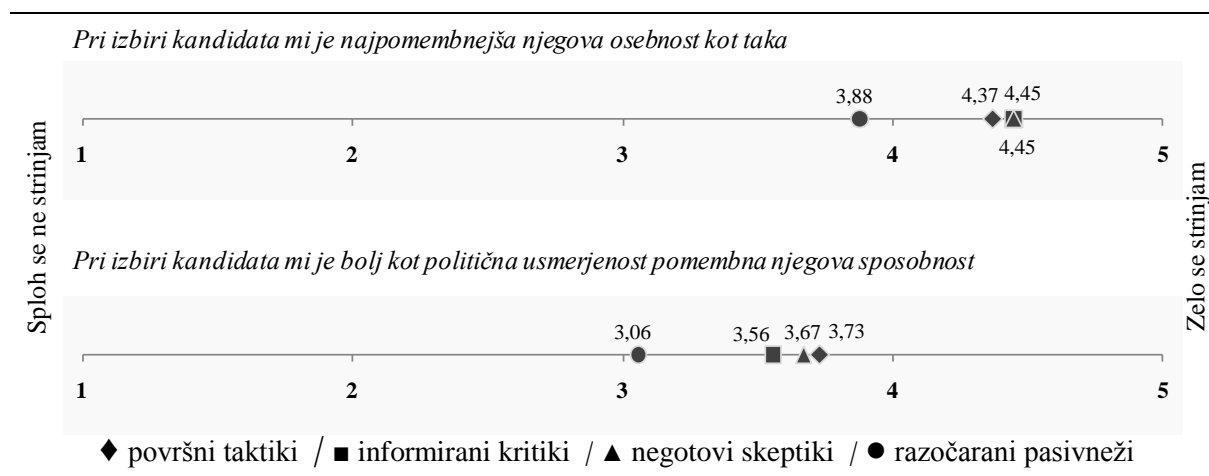
V nadaljevanju bomo poskušali potrditi tudi, da lahko pri županskih volitvah brez zadržkov govorimo o personalizaciji politike in izgubi moči stranke. Preverili bomo, kakšne lastnosti bi moral imeti župan oziroma, kateri dejavniki pri izbiri kandidata so neodločenim volivcem najpomembnejši.

4.5.7. Volilno vedenje

V nadaljevanju v posameznih sklopih prikazujemo rezultate, ki se nanašajo na volilno vedenje neodločenih. Preverili smo, ali se skupine neodločnih razlikujejo v odnosu do preferiranja osebnostnih lastnosti kandidata pri volilni izbiri oziroma programskih ter problemskih referenc, odnosu do vprašanja dolžnosti in smiselnosti glasovanja, odnosu do strateškega glasovanja ter brezbričnosti oziroma razočaranju nad politiko oziroma politiki.

Sprva smo preverili, ali med skupinami neodločenih obstajajo značilne razlike glede pomembnosti kompetenc kandidata z vidika preferiranja osebnostnih lastnosti in sposobnosti kandidata pred politično usmerjenostjo kandidata. Povprečne ocene strinjanja s trditvama *Pri izbiri kandidata mi je najpomembnejša njegova osebnost kot taka* in *Pri izbiri kandidata mi je bolj kot politična usmerjenost pomembna njegova sposobnost* so razvidne s spodnje slike (Slika 4.20).

Slika 4.20: Preferiranje osebnostnih lastnosti kandidata (1 sploh se ne strinjam – 5 močno se strinjam) (n=194)



Z obema trditvama se v najmanjši meri strinja skupina *razočarani pasivneži*. Povprečni oceni strinjanja sta pri obeh trditvah nekoliko nižji kot pri ostalih skupinah, vendar pa razlike niso statistično značilne, kar smo preverili z analizo variance ($p > 0,05$). Povprečne ocene in ostale deskriptivne statistike so razvidne iz Table 4.27.

Tabela 4.27: Preferiranje osebnostnih lastnosti kandidata glede na skupine neodločenih

		N	Mean	SD	SE	95 % CI za Mean	
						Sp. meja	Zg. meja
Pri izbiri kandidata mi je bolj kot politična usmerjenost pomembna njegova sposobnost.	Površni taktiki	67	4,37	0,885	0,108	4,16	4,59
	Informirani kritiki	77	4,45	0,753	0,086	4,28	4,63
	Negotovi skeptiki	33	4,45	0,869	0,151	4,15	4,76
	Razočarani pasivneži	17	3,88	1,219	0,296	3,26	4,51
	Skupaj	194	4,38	0,874	0,063	4,25	4,5
Pri izbiri kandidata mi je najpomembnejša njegova osebnost kot taka.	Površni taktiki	67	3,73	1,175	0,144	3,44	4,02
	Informirani kritiki	77	3,56	1,153	0,131	3,3	3,82
	Negotovi skeptiki	33	3,67	1,021	0,178	3,3	4,03
	Razočarani pasivneži	17	3,06	1,197	0,290	2,44	3,67
	Skupaj	194	3,59	1,149	0,082	3,43	3,76

Rezultati kažejo, da so neodločeni, ne glede na skupino, bolj kot na politično usmerjenost kandidatov, osredotočeni na njihove sposobnosti. Pri izbiri kandidata pa je med pomembnejšimi dejavniki tudi sama osebnost kandidatov. Kot smo že omenili, so si tudi udeleženci fokusnih skupin enotni v prepričanju, da so osebnost kandidata in njegove kompetence pomembnejše od politične usmerjenosti kandidata oziroma njegove pripadnosti stranki.

»Najmanj [je pomembna] politična pripadnost. Še zmeraj trdim, da tisti, ki zna delati, je vseeno, v kateri stranki je.« (Informiran kritik, Ž, 61 let).

Glede osebnostnih lastnosti, ki naj bi jih župan imel, udeleženci fokusnih skupin menijo, da bi moral biti župan predvsem pošten in da bi moral stati za svojimi besedami. Poleg tega je za nekatere pomembna podjetnost in gospodarnost župana, za druge predvsem socialni čut, za tretje pa komunikativnost, karizma in izkušnost.

»Da bi bil [kandidat] pošten, moralen in da bi tisto, kar bi rekel, da bi za tem stal, da bi bilo narejeno, videno ... Ne samo z besedami.« (Informiran kritik, Ž, 51 let).

»Recimo ena od karakteristik je poštenost ... Potem ena stvar je recimo nastop pa retorik mislim, da mora biti dober.« (Površni taktik, M, 56 let).

»Jaz bi starejšega, da je izkušen, da je zaupanja vreden, da je pošten in tudi karizmatičen, verjetno. To, da je oseba, ki vodi, in da ga ljudje spoštujejo, da mu zaupajo. Pa ne, da bi bil kakšen mladenič, ki je komaj iz plenic zlezel ...« (Informiran kritik, Ž, 61 let).

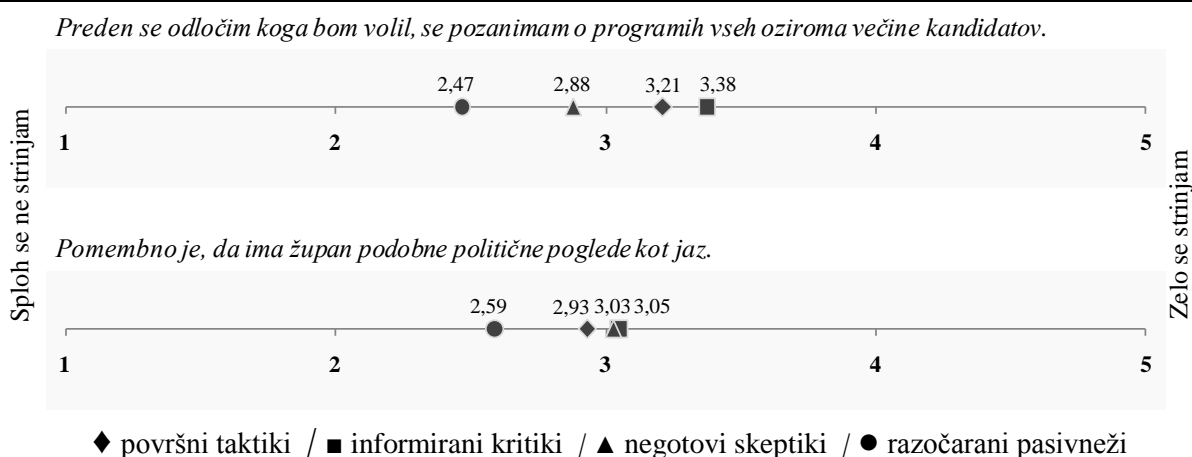
»Da pač gospodarno razmišlja, da gleda tudi na same stroške, to mi je neka zelo pomembna stvar. Pa da stoji za tem, kar obljubi, da zadevo tudi konča. In da pač, kot smo že rekli, da je ljudski človek, da zna prisluhniti ljudem.« (Informiran kritik, Ž, 41 let).

Rezultati naše raziskave kažejo tudi, da neodločene volivce prej kot programske usmeritve prepričajo, ali pa vsaj pritegnejo osebnostne lastnosti kandidatov. Ovrednotenje osebnosti kandidata je namreč (v nasprotju s premišljenimi odločitvami in zahtevnim seznanjanjem s programi kandidatov in primerjanjem le teh) pogosto posledica spontanih in nekontroliranih procesov, kot so na primer všečnostne hevrstike (Caprara in Zimbardo 2004). Te olajšajo pot do odločitve, saj volivci svojo pozornost usmerjajo h kandidatom, ki jih na podlagi spontanih evalvacij prepoznavajo kot sebi podobne.

»Jaz pri županu predvsem obravnavam pač osebnost, ne toliko njegovo politično naravnost. Bolj kakšna je on osebnost oziroma, ali se lahko z njim poistovetim, karakterno, jaz tako gledam na kandidata.« (Površni taktik, M, 25 let).

V nadaljevanju smo preverili še, ali imajo neodločeni izoblikovane programske preference oziroma v kolikšni meri te vplivajo na njihove volilne izbire. Eden izmed pogojev problemskega glasovanja je namreč, da med kandidati obstajajo jasne ločnice med programi kandidatov. Programske oziroma problemske preference, ki izhajajo iz programa oziroma političnih pogledov kandidata za župana, smo merili preko strinjanja s trditvama: *Preden se odločim, koga bom volil, se pozanimam o programih vseh oziroma večine kandidatov ter Pomembno je, da ima župan podobne politične poglede kot jaz.* Povprečne ocene strinjanja s trditvama glede na skupine so razvidne s spodnje slike (Slike 4.21). Ostale deskriptivne statistike pa so razvidne iz Tabele 4.28.

Slika 4.21: Programske preference (1 sploh se ne strinjam – 5 močno se strinjam) (n=194)



Kar zadeva pomembnosti enakih oziroma podobnih političnih pogledov z županom, povprečne ocene strinjanja s trditvama kažejo na srednjo stopnjo strinjanja med vsemi skupinami. Povprečne ocene se gibljejo med 2,59 (skupina *razočarani pasivneži*) in 3,05 (skupina *informirani kritiki*). Razlike med skupinami niso statistično značilne, kar smo preverili z analizo variance ($p=0,68$). Skupine neodločenih se v povprečju prav tako ne angažirajo močno za preučevanje programov kandidatov pred volitvami.

Tabela 4.28: Programske preference glede na skupine neodločenih

		N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
						Sp. meja	Zg. meja
Preden se odločim, koga bom volil, se pozanimam o programih vseh oziroma večine kandidatov.	Površni taktiki	67	3,21	1,262	0,154	2,9	3,52
	Informirani kritiki	77	3,38	1,148	0,131	3,12	3,64
	Negotovi skeptiki	33	2,88	1,409	0,245	2,38	3,38
	Razočarani pasivneži	17	2,47	1,231	0,298	1,84	3,1
	Skupaj	194	3,15	1,262	0,091	2,98	3,33
Pomembno je, da ima župan podobne politične poglede kot jaz.	Površni taktiki	67	2,93	1,55	0,189	2,55	3,3
	Informirani kritiki	77	3,05	1,404	0,16	2,73	3,37
	Negotovi skeptiki	33	3,03	1,468	0,256	2,51	3,55
	Razočarani pasivneži	17	2,59	1,372	0,333	1,88	3,29
	Skupaj	194	2,96	1,459	0,105	2,76	3,17

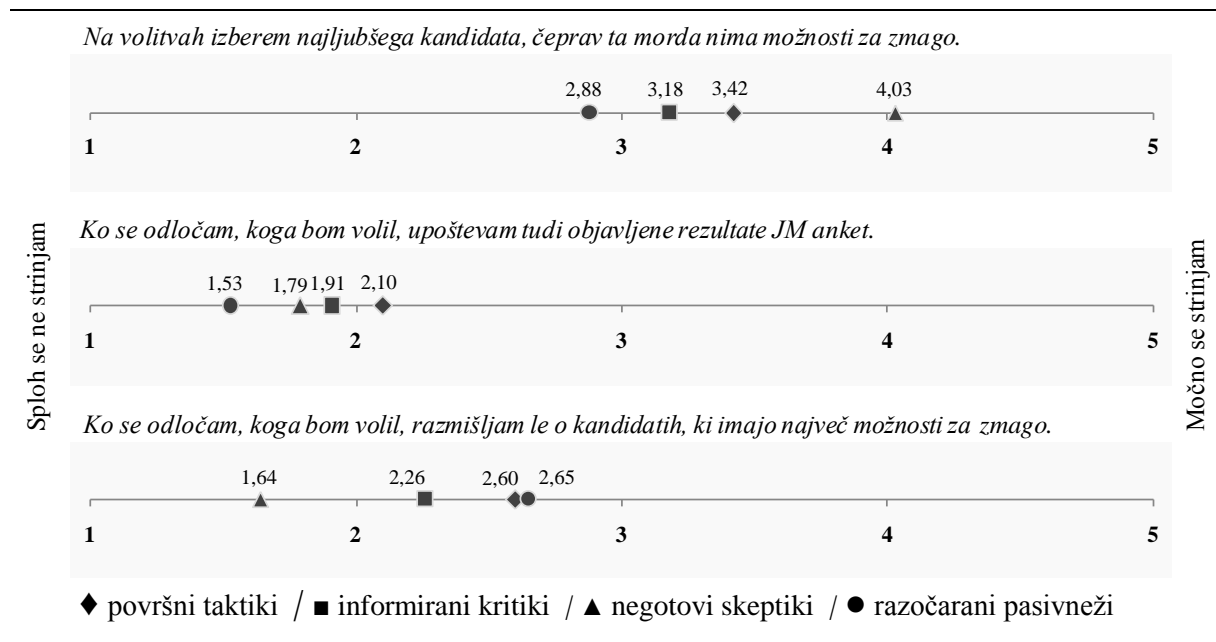
V povprečju še najmanj zanimanja za programe kandidatov izkazuje skupina *razočarani pasivneži* ($M=2,47$), medtem ko je povprečna ocena strinjanja s trditvijo najvišja pri skupini *informirani kritiki* ($M=3,38$). Razlike med skupinami so se pri zanimanju za programe kandidatov oziroma strank izkazale za značilne s stopnjo značilnosti nižjo od 5 % ($p=0,027$), kar smo preverili z analizo variance. Glede na rezultate Bonferronijevega preizkusa lahko

zaključimo, da se skupina *razočarani pasivneži* pred volitvami značilno manj zanima za programe vseh strank večine kandidatov, kot skupina *informirani kritiki*.

Glede na ravnodušnost do usklajenosti političnih pogledov s kandidatom, ko gre za izbiro na volitvah, ter zmerno do nizko mero zanimanja za programe kandidatov, lahko ugotovimo, da nobena od skupin neodločenih ne kaže močnih programskih preferenc oziroma pomembnosti politične usklajenosti s kandidatom. Ko gre za volilno izbiro, pri neodločenih volivcih torej velja, da nad programskimi preferencami prevladujejo osebne lastnosti kandidata oziroma predvsem ocena njihove sposobnosti.

V predhodnih poglavjih smo že govorili o predpostavki, da pri delu neodločenih volivcev kolebanje med več kandidati lahko izhaja tudi iz taktičnega oziroma strateškega glasovanja. Izbira nepreferiranega kandidata navadno izhaja iz ocene, da preferirani kandidat nima možnosti za zmago. Lahko pa takšna izbira izhaja tudi iz negativnega odnosa do kandidata, ki naj bi imel največ možnosti za zmago. Pri ocenah o tem, kdo ima največ možnosti za zmago oziroma kdo jih nima, pripomorejo javnomnenjske raziskave objavljene v medijih. Kakšen odnos imajo posamezne skupine do strateškega glasovanja, smo preverili v nadaljevanju. Strateško glasovanje nas je zanimalo z vidika upoštevanja rezultatov javnomnenjskih anket ter (ne)glasovanja za pričakovane zmagovalce: *Na volitvah izberem najljubšega kandidata, čeprav ta morda nima možnosti za zmago; Ko se odločam, koga bom volil, upoštevam tudi objavljene rezultate javnomnenjskih anket ter Ko se odločam, koga bom volil, razmišljam le o kandidatih, ki imajo največ možnosti za zmago*. Povprečne ocene so razvidne iz Slike 4.22. Ostale deskriptivne statistike so v Tabeli 4.29.

Slika 4.22: Strateško glasovanje (1 sploh se ne strinjam – 5 močno se strinjam) (n=194)



Med skupinami je še največ razlik opaziti, ko gre za izbiro najljubšega kandidata, ne glede na njegove možnosti za zmago. Povprečne ocene strinjanja s trditvijo se gibljejo med 2,88 (*razočarani pasivneži*) in 4,03 (*negotovi skeptiki*). Po drugi strani pa so neodločeni posameznih segmentov še najbolj enotni v odnosu do objavljenih predvolilnih javnomnenjskih raziskav. Povprečne ocene se gibljejo med 1,53 (*razočarani pasivneži*) in 2,10 (*površni taktiki*). Nizke povprečne vrednosti sicer kažejo na to, da neodločeni pri svoji volilni odločitvi ne upoštevajo javnega mnenja.

Tabela 4.29: Strateško glasovanje glede na skupine neodločenih

		N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
						Sp. meja	Zg. meja
Na volitvah izberem najljubšega kandidata, čeprav ta morda nima možnosti za zmag	Površni taktiki	67	3,42	1,394	0,17	3,08	3,76
	Informirani kritiki	77	3,18	1,484	0,169	2,84	3,52
	Negotovi skeptiki	33	4,03	1,132	0,197	3,63	4,43
	Razočarani pasivneži	17	2,88	1,453	0,352	2,14	3,63
	Skupaj	194	3,38	1,425	0,102	3,18	3,58
Ko se odločam, koga bom volil, upoštevam tudi objavljene rezultate javnomnenjskih anket.	Površni taktiki	67	2,10	1,233	0,151	1,8	2,41
	Informirani kritiki	77	1,91	1,258	0,143	1,62	2,19
	Negotovi skeptiki	33	1,79	1,219	0,212	1,36	2,22
	Razočarani pasivneži	17	1,53	1,007	0,244	1,01	2,05
	Skupaj	194	1,92	1,225	0,088	1,75	2,1
Ko se odločam, koga bom volil, razmišljam le o kandidatih, ki imajo največ možnosti za zmago.	Površni taktiki	67	2,6	1,194	0,146	2,31	2,89
	Informirani kritiki	77	2,26	1,207	0,138	1,99	2,53
	Negotovi skeptiki	33	1,64	0,929	0,162	1,31	1,97
	Razočarani pasivneži	17	2,65	0,931	0,226	2,17	3,13
	Skupaj	194	2,3	1,181	0,085	2,14	2,47

Statistično značilnost razlik med skupinami smo tudi tokrat preverjali z analizo variance. Pri zadnji trditvi, ki se nanaša na razmišljanje o kandidatih, ki imajo največ možnosti za zmago, predpostavka o homogenosti varianc ni bila izpolnjena ($p=0,043$), zato smo v tem primeru uporabili Tamhanov Post Hoc preizkus, ki ne predpostavlja homogenosti varianc. Skupina *razočarani pasivneži* se v povprečju v najmanjši meri strinja s trditvijo glede izbire najljubšega kandidata neodvisno od njegove možnosti za zmago. Po drugi strani pa pri odločitvi upoštevajo le kandidate, ki imajo največ možnosti za zmago, in sicer značilno bolj kot skupina *negotovi skeptiki*. Pri tem je treba opozoriti, da gre pri obeh skupinah za nizke povprečne ocene.

Glede na povprečne ocene strinjanja s trditvami, lahko kot "najmanj taktično" označimo skupino *negotovi skeptiki*. Zanje v povprečju velja, da se strinjajo s trditvijo, da na volitvah izberejo najljubšega kandidata ne glede na njegove možnosti za uspeh. Povprečne ocene strinjanja s to trditvijo so pri tej skupini značilno višje kot pri skupinah *informirani kritiki* in *razočarani pasivneži*. Poleg tega se *negotovi skeptiki* v povprečju ne strinjajo, da v procesu odločanja razmišljajo le o tistih kandidatih, ki imajo največ možnosti za zmago. Glede na Tamhanov Post Hoc preizkus se s to trditvijo v povprečju manj strinjajo kot vse ostale skupine.

Z vidika vpliva javnomnenjskih raziskav na volilno izbiro povprečne ocene kažejo, da objavljene predvolilne ankete v najmanjši meri upoštevajo *razočarani pasivneži*. Glede stopnje strinjanja s trditvijo o odločanju na podlagi javnomnenjskih raziskav med skupinami sicer ni statistično značilnih razlik ($p=0,305$). Kot smo že dejali, vse skupine izkazujejo nizko stopnjo strinjanja s to trditvijo, nekoliko višjo povprečno oceno je opaziti le med *površnimi taktiki*.

Tudi analiza fokusnih skupin kaže, da se med neodločenimi kažejo razlike v sprejemanju odločitev. Nekateri se, ne glede na vse, odločijo za izbiro najbližjega kandidata, ne ozirajoč se na mnenje drugih.

»Tako ali tako volja ljudstva zmaga. Vedno. Moj glas je pač moj glas in namenjen tistemu, ki se mi zdi najbolj primeren.« (Informirani kritik, Ž, 30 let).

»Najmanj pomembno mi je pa ... rezultati v zadnji mnenjski anketi, ker jaz ne dam nekaj na ostale. Pač, vsak ima svoje zamisli, vsak. Mislim, ne potegne me zdaj, če je nekdo po neki anketi zmagovalec, da bo pač moj idol, ne.« (Informirani kritik, Ž, 30 let).

Pri drugih izbira izhaja iz intuicije ali hipne odločitve. V teh primerih lahko govorimo o odločanju s pomočjo kognitivnih bližnjic oziroma hevristik.

»Dostikrat jaz te stvari [nastope, obljube kandidatov] ocenjujem glede na intuicijo oziroma na neki vtis, ki ga dobim, ko človeka poslušam in spremljam njegovo filozofijo.« (Površni taktik, M, 25 let).

»Tako [gesta tlesk s prsti].« (Površni taktik, M, 56 let, o tem, kako se je odločil za kandidata).

»Sem rekla, koga pa naj volim? Saj niti ne vem, koga bi. Pa sem enega pa eno listo - nasprotno, da je bilo malo uravnoteženo. Da ni samo en ... Nič nisem [premišljevala], obkrožila sem enega pa drugega - nasprotnega ... Čez prst.« (Informiran kritik, Ž, 61 let).

Pri slednjem že lahko govorimo o taktičnem glasovanju. Gre za oddajo ne nujno smiselnega glasu z namenom nasprotovanja določenemu kandidatu oziroma listi. V podobnem konteksti

gre za izbiro med kandidati, za katere velja, da nimajo možnosti za zmago, zgolj zaradi glasu proti pričakovanemu zmagovalcu.

»Sem vedela, da ne bom Jankovića, nisem pa še razmišljala koga ... no deset dni prej sem že vedela, čeprav sem na koncu imela neke dvome pa to.« (Površni taktik, Ž, 25 let).

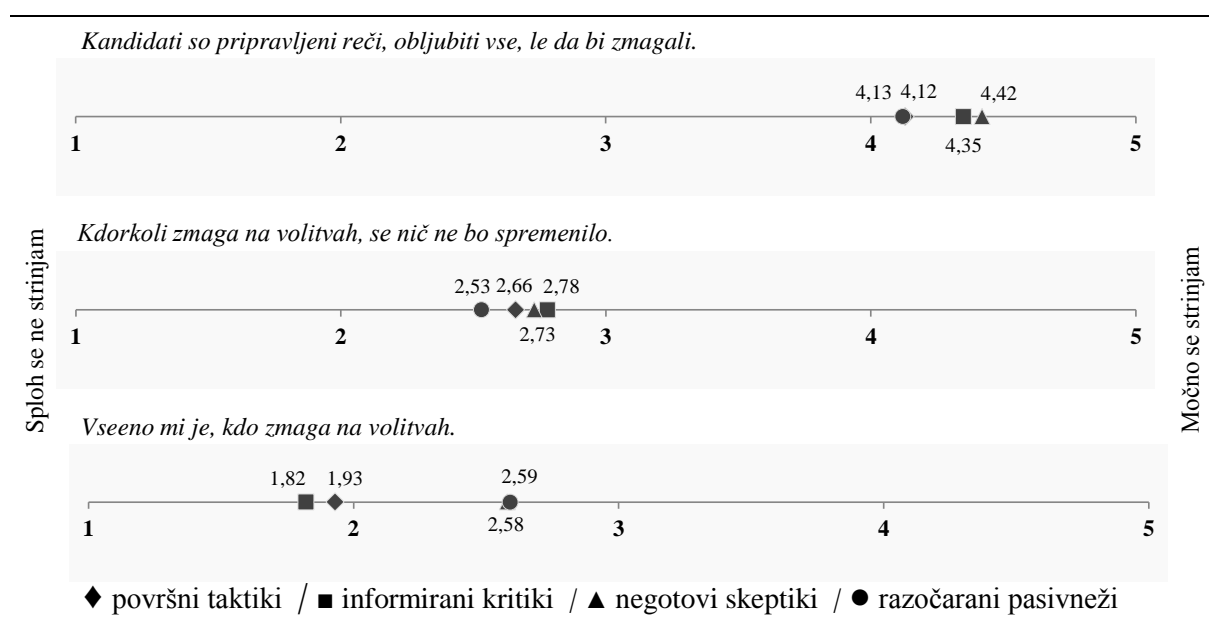
»Jaz sem vedela, kdo bo zmagal na volitvah, ampak nekako sem želela dati glas drugemu, vseeno, ker mi ta zadeva ni trenutno všeč.« (Površni taktik, Ž, 25 let).

Tovrstno glasovanje nakazuje na razočaranje oziroma nezadovoljstvo z obstoječim stanjem, ki pa še ne vodi v volilno abstinenco. Kljub občutku nemoči vplivanja na izid volitev zaradi odsotnosti močnega protikandidata lahko v tem primeru govorimo, da gre za glasovanje iz protesta [*protest voting*]. Zanj je značilno, da gre pri izbiri bolj za glas proti sicer preferirani volivčevi stranki kot za naklonjenost neki novi oziroma drugi stranki (Bowler in Lanoue 1992, 487; Kang 2004, 81). Druga oblika protesta pa je lahko tudi neizbira. Pri tem ima stopnjo razočaranja pomembno vlogo. Glede na izsledke fokusnih skupin se namreč kaže, da razočaranje pa tudi jeza do neke stopnje še lahko vodi v proaktivnost, ko pa je to preveliko, pa že lahko vodi v obup, pasivnost in posledično volilno abstinenco.

»Jaz sem šla na prejšnje volitve. Lažje mi je bilo tudi zato, ker, bom rekla, nisem bila jezna. Ampak tako se mi je zdelo, da bom s svojim glasom doprinesla karkoli, ali plus ali minus ali nekaj. Zdaj se mi je zdelo čisti nesmisel iti, ker je že vse vnaprej ... tako bi rekla, kar vnaprej določeno, da se mi je zdelo čisti nesmisel iti na volitve.« (Informirani kritik, Ž, 51 let).

Ob razočaranju pa se v literaturi z neodločenimi volivci in/oziroma volilnimi abstinenti pogosto povezujeta tudi pesimizem in brezbržnost. Tako smo v nadaljevanju preverili, ali se naše skupine neodločenih razlikujejo v odnosu do naslednjih trditev: *Vseeno mi je, kdo zmaga na volitvah; Kdorkoli zmaga na volitvah, se nič ne bo spremenilo* in *Kandidati so pripravljene reči, obljubiti vse, le da bi zmagali*. Povprečne ocene strinjanja so razvidne s spodnje slike (Slika 4.23). Ostale deskriptivne statistike pa v Tabeli 30.

Slika 4.23: Brezbrižnost, pesimizem (1 sploh se ne strinjam – 5 močno se strinjam) (n=194)



Neodločeni anketiranci se ne glede na skupino v povprečju strinjajo, da so kandidati pripravljene reči in obljubiti vse, le da bi zmagali. Povprečne ocene strinjanja s trditvijo se na petstopenjski lestvici gibljejo med 4,12 (skupina *razočarani pasivneži*) in 4,42 (skupina *negotovi skeptiki*). Ob upoštevanju 5 % tveganja razlike med skupinami niso statistično značilne, kar smo preverili z analizo variance ($p=0,415$).

Tabela 4.30: Brezbrižnost, pesimizem glede na skupine neodločenih

		N	M	SD	SE	95 % CI za Mean	
						Sp. meja	Zg. meja
Kandidati so pripravljene reči, obljubiti vse, le da bi zmagali.	Površni taktiki	67	4,13	0,952	0,116	3,9	4,37
	Informirani kritiki	77	4,35	0,9	0,103	4,15	4,55
	Negotovi skeptiki	33	4,42	1,146	0,2	4,02	4,83
	Razočarani pasivneži	17	4,12	1,364	0,331	3,42	4,82
	Skupaj	194	4,27	1,008	0,072	4,13	4,41
Kdorkoli zmaga na volitvah, se nič ne bo spremenilo.	Površni taktiki	67	2,66	1,188	0,145	2,37	2,95
	Informirani kritiki	77	2,78	1,344	0,153	2,47	3,08
	Negotovi skeptiki	33	2,73	1,353	0,235	2,25	3,21
	Razočarani pasivneži	17	2,53	1,546	0,375	1,73	3,32
	Skupaj	194	2,71	1,304	0,094	2,52	2,89
Vseeno mi je, kdo zmaga na volitvah.	Površni taktiki	67	1,93	1,146	0,14	1,65	2,2
	Informirani kritiki	77	1,82	1,178	0,134	1,55	2,09
	Negotovi skeptiki	33	2,58	1,582	0,275	2,01	3,14
	Razočarani pasivneži	17	2,59	1,734	0,421	1,7	3,48
	Skupaj	194	2,05	1,326	0,095	1,86	2,24

Tudi pri trditvi, da se nič ne bo spremenilo, kdorkoli zmaga na volitvah, med skupinami neodločenih ni značilnih razlik pri stopnji značilnosti nižji od 5 % ($p=0,885$). Neodločeni se v povprečju s trditvijo niti strinjajo niti ne strinjajo oziroma se bolj kot k strinjanju nagibajo k nestrinjanju. Povprečne ocene se gibljejo med 2,53 (skupina *razočarani pasivneži*) ter 2,78 (skupina *informirani kritiki*). Da so si glede tega enotni, kažejo tudi rezultati fokusnih skupin, kjer udeleženci poudarjajo predvsem prazne in nerealne obljube.

»*Neke težave [v obljubah] izpostavljene: "bomo naredili več delovnih mest, pa bomo naredili stanovanja za mlade družine ...". Ampak to je tako, kakor neka floskula, ki jo moraš povedat, in to je to ... Ne vem, to verjetno župan v vsaki občini govori.*« (Površni taktik, Ž, 25 let).

»*[...] nerealne obljube, to, kar so obljubljali. Ne vem koliko - petnajst ali šestnajst tisoč delovnih mest ... pa take, take res pretirane.*« (Informiran kritik, Ž, 41 let).

»*Borba za stolčke. Laži, obljube. Hvaljenje. Zapravljanje denarja.*« (Negotovi skeptik, M, 42 let o nastopu in obljubah tekom volilne kampanje).

Poleg tega kvalitativna razkriva tudi, da udeleženci opažajo oziroma se zavedajo, da pri volitvah ne gre le za zmago oziroma stremljenje k zmagi, pač pa predvsem za osebno promocijo manj poznanih kandidatov in prisotnost strank.

»*Večina kandidatov je že vnaprej vedela, da ne bodo zmagali, ampak so iskali neko pozornost pa medijsko prepoznavnost.*« (Površni taktik, M 25 let).

»*Ja meni se tudi zdi, da tiste, ki so jih stranke kandidirale, te bolj pomembne, večje stranke, in so hotele kakšnega zelo uglednega, zelo prepoznavnega dati, so rekle: "saj itak nima možnosti proti Jankoviću". Niso se pa hoteli kar umakniti, pa reči: "ne bomo nobenega dali", in so potem na vso silo enega kandidata našli ... tako, da je pač tam bil ... da so bili na televiziji, da se je o njih govorilo in pisalo.*« (Informiran kritik, Ž, 41 let).

Ko gre za brezbržnost volivcev, je med skupinami neodločenih zaznati podobnost med dvema paroma skupin. Tako kažejo povprečne ocene strinjanja s trditvijo *Vseeno mi je, kdo zmaga na volitvah* (Slika 4.23, Tabela 4.30). Najnižji povprečni oceni, ki kažeta na nestrinjanje s trditvijo, da jim je vseeno, kdo zmaga na volitvah, je opaziti pri skupinah *površni taktiki* ($M=1,93$) in *informirani kritiki* ($M=1,82$). Nekoliko višji povprečni oceni

strinjanja pa je opaziti pri skupinah *negotovi skeptiki* ($M=2,58$) in *razočarani pasivneži* ($M=2,59$). Kljub višjim povprečnim ocenam pa se tudi slednji dve skupini bolj nagibata nestrinjanju kot pa strinjanju s trditvijo. Ali so razlike med skupinami značilne, smo tudi tokrat preverili z analizo variance. Levenov preizkus homogenosti varianc se je izkazal za statistično značilnega ($p<0,01$). Tamhanov Post Hoc preizkus, ki ne predpostavlja homogenosti varianc, ni pokazal na statistične razlike med skupinami pri stopnji značilnosti nižji od 5 %, zato je o značilnih razlikah med neodločenimi v tem primeru ne moremo govoriti.

Neodločeni volivci, ne glede na skupino, torej ne kažejo brezbriznosti, saj glede na rezultate ne moremo trditi, da jim je vseeno, kdo zmaga na volitvah. Se pa med seboj razlikujejo v tem, ali bodo glede tega kaj ukrenili ali ne. To pa je povezano z njihovim zanimanjem za volitve glede na željo po spremembah, oceno smiselnosti glasovanja in občutkom dolžnosti volilne participacije. V nadaljevanju povzemamo ključne značilnosti volilnega vedenja posameznih segmentov neodločenih volivcev, ki izhajajo iz naše analize lokalnih volitev 2010 v Ljubljani.

Površni taktiki za volitve oziroma politiko izkazujejo več zanimanja kot drugi neodločeni. Prav tako so seznanjeni z več kandidati. Ti so bolj kot pri drugih tudi tema pogovorov z bližnjimi. Gre za skupino neodločnih volivcev, ki se volitev praviloma udeležujejo, saj jim ni vseeno, kdo zmaga na volitvah. Na volitvah navadno pričakujejo prej tesen izid kot ne. Voliti se jim zdi pomembno, tudi v primeru, če njihov kandidat ne bi bil izvoljen, saj menijo, da njihov glas ne gre v nič. Skupina združuje neodločene volivce, ki bi morda v drugačnem kontekstu volitev lahko delovali kot pravi strateški volivci, katerih izbira je posledica taktiziranja in ne nujno preference, ki bi bila najbolj skladna z njihovimi pogledi. ***Informirani kritiki*** izkazujejo podobno mero zanimanja za volitve in politiko kot *Površni taktiki*, vendar o volitvah oziroma kandidatih manj razpravljajo z drugimi. Zanje je značilno, da se bolj kot drugi pozanimajo za programe kandidatov. Prav tako v večji meri spremljajo medije z družbeno politično vsebino. Gre za skupino neodločenih, ki si o vsem poskuša izoblikovati mnenje. Med njimi je tudi najmanjši delež tistih, ki ne opažajo družbenih sprememb v okolju. Gre za skupino udeležencev volitev, ki jim ni vseeno, kdo zmaga na volitvah. Volijo ne glede na to, ali ima njihov izbrani kandidat možnosti za zmago na volitvah in kljub temu da pričakujejo veliko razliko med izvoljenim kandidatom in prvim protikandidatom. ***Negotovi skeptiki*** izkazujejo manj zanimanja za volitve, in tudi sicer v manjšem obsegu spremljajo družbeno politično dogajanje. Posledično poznajo manj kandidatov. Tudi sicer kandidati pred volitvami niso glavna tema njihovih pogovorov z bližnjimi. Njihova udeležba na volitvah je

vprašljiva, saj menijo, da njihov glas na volitvah komaj kaj šteje. V primeru udeležbe na volitvah pa se navadno odločijo za najljubšega kandidata, čeprav ta morda nima možnosti za zmago. Ugotavljamo, da gre pri njih bolj kot za odločanje o tem, koga naj volijo, za odločanje o tem, ali naj sploh volijo. **Razočarani pasivneži** predstavlja skupino, ki združuje neodločene volivce, ki so povsem nezainteresirani za politiko ter tiste, ki so se od politike distancirali zaradi preteklih razočaranj. Zanje je značilno, da v najmanjši meri opazajo spremembe v lokalnem okolju. Izkazujejo visoko stopnjo nezanimanja za volitve in medijske vsebine z družbenopolitično vsebino. Posledično so še najmanj seznanjeni s kandidati. Prav tako se o volitvah oziroma kandidatih z bližnjimi le malo pogovarjajo. Ne zdi se jim pomembno, da bi odšli na volitve in podprli kandidata, če ta nima možnosti za zmago. V primeru udeležbe na volitvah se torej prej kot ne odločijo za kandidata, ki ima največ možnosti za zmago. Pravzaprav lahko govorimo o neodločenih volilnih abstinentih, saj se volitev praviloma ne udeležujejo, saj dvomijo o tem, da njihov glas kaj šteje.

Na podlagi izsledkov kvalitativne raziskave naj ob koncu osvetlimo še en dejavnik, ki ga sicer nismo merili v okviru kvantitativne raziskave, in sicer vidik zapravljanja denarja, ki izhaja iz razočaranja nad samo situacijo v času gospodarske krize. Specifika lokalnih volitev v Ljubljani leta 2010 je bila namreč tudi v tem, da so se opazne spremembe na bolje na lokalni ravni zgodile prav v obdobju največje gospodarske krize v državi.

»Brez veze, nekateri [kandidati] se javljajo samo zato, da dosežajo svojo osebno promocijo, drugega pa nič. Pa trošijo denar davkoplačevalcem.« (Informiran kritik, M, 63 let).

Nezadovoljstvo in predvsem razočaranje, ki izhaja iz slabe ekonomske situacije v družbi in s tem slabe družbenopolitične klime, je bilo med udeleženci čutiti pri vseh treh fokusnih skupinah. Prav gospodarski in ekonomski pogoji v državi in na lokalnem nivoju z vidika ekonomskega glasovanja pa so tisti, ki, podobno kot vsečnostne hevrstike, lahko delujejo kot bližnjice pri volilni izbiri. Po drugi strani pa lahko te le še povečujejo notranji konflikt, če je razočaranje preveliko in zaupanje v politiko in politike plahni.

»Meni je samo ta morala padla. Tako kot sem prej rekla, ni ... ne vidim več poštenega. Žal.[...] In ta negativnost in ta naelektrenost.« (Informirani kritik, Ž, 51 let).

»Povrh vsega nič ne zaupamo več, ne, ker nimaš izbire. Koga? Katerakoli stranka je, ne veš, vsaj jaz ne vem, kaj naj si mislim, ali se lažejo, ali kradejo, ali kaj prinesejo, ali ... Tako da, čudno je, čudno se mi vse zdi.« (Informiran kritik, Ž, 61 let).

»Ampak čisto tako, če pa bi bil, bi pa najrajši novega, ker nobeden ni več ... nobenemu več ne zaupam, ne verjamem, ker so mi vsi 'glih', samo prestopajo pa zaokrožijo. Tisti, ki pa menjujejo, pa hodijo ven iz strank. Pa nasploh so grozni. Tistim pa pravim potem, da nimajo karakterja.« (Informiran kritik, Ž, 61 let).

»Ne vem, zato je bilo tudi mogoče včasih lažje, ker teh stvari [korupcije] nismo vedeli ...« (Negotovi skeptik, M, 42 let).

Z vidika neodločenih volivcev se odnos do politikov oziroma do njihovih obljub (za katere se zdi, da so vzete z rezervo) kaže v vse manjšem zaupanju v politike, politične stranke oziroma politiko nasploh. V našem primeru je po eni strani torej opažanje in priznavanje sprememb v Ljubljani na bolje le površinsko, saj se ob tem kažejo razočaranje, nezaupanje, tudi žalost. Kar ustvarja slabo družbeno klimo, ki se ob gospodarski krizi le še pogloblja. To je tudi razlog, da volivci in posledično tudi politiki iščejo nove, 'čiste' obraze, ki bi prevzeli ključne funkcije v državi. Kar pa se z vidika razočaranih neodločenih volivcev zaradi vrste preteklih slabih izkušenj zdi vse bolj utopično, saj je zaupanja vse manj. To pa vodi v vse večji dvom o tem, kako, koga in ali sploh še voliti.

» [...] Čeprav, danes je težko. Ker potem, če tako malo veš, kdo je izvoljen, pa zakaj, pa vsa ozadja, pa tako naprej ... Ja, to si razočaran. Jaz osebno sem zelo razočarana, ker ne najdem, ne morem več sploh nobenega poštenega. Kje so moralne vrednote in norme? Jaz osebno ... mislim, res sem razočarana. Pa sem razočarana na vseh področjih. Tega, ne vem ... mah to ... nič več ne razumem ... Včasih si vedel; je zakon ... Ampak to vsak dan znova vidim, da to ne velja. Da to velja samo zame, ki imam najmanj, za tistega, ki ima največ, ne velja. To se pravi, kje je zdaj tu logika? In koga voliti?« (Informirani kritik, Ž, 51 let).

5 Sklep

Čeprav je bila analiza neodločenih narejena na študiji primera in se zdi, da gre za situacijo z omejenim dosegom, izsledki disertacije omogočajo tudi širši pogled na obravnavo procesov volilnega odločanja in obravnavo fenomena politične neopredeljenosti. Vprašanje različnih in zelo specifičnih skupin neodločenih volivcev, kot jih pokaže analiza, odpira vrsto pomembnih vprašanj ter odgovorov, ki nam lahko služijo tudi v širšem kontekstu razumevanja socioloških in politoloških raziskovanj volilnega vedenja. Doktorska disertacija prinaša uporabno izhodišče (tako z vsebinskega kot tudi z metodološkega vidika) za nadaljnje raziskovanje in podrobnejšo analizo volivcev in tudi volilnih abstinentov ter s tem celovitejšega odgovora na vse pogostejše vprašanje legitimnosti demokratičnega odločanja, ki izhajajo iz vse nižje volilne udeležbe.

Naše ugotovitve temeljijo na študiji primera lokalnih volitev za župana Mestne občine Ljubljana 2010, ki so bile iz več vidikov specifične in jih ne moremo preprosto enačiti z drugimi, na primer državnozborskimi volitvami. Posebnost teh konkretnih volitev so zaznamovali sledeči dejavniki. Prvič, lokalne volitve za župana so neposredne, zaradi česar so v ospredju predvsem osebnosti kandidatov in dojemanje njihove sposobnosti pri reševanju konkretnih problemov mesta. To zmanjšuje vpliv siceršnjih strankarskih preferenc na izbire, ki so običajno v luči političnega opredeljevanja v okviru večstrankarskih sistemov primarne. V tem smislu se pri lokalnih volitvah vsaj do določene mere zmanjšuje tudi pomen ideološkega opredeljevanja²⁹, kar še posebej velja upoštevati v okviru naše razprave o neodločenih volivcih. Drugič, volitve so bile znatno manj kompetitivne narave, kot je bilo morda pričakovati sprva oziroma je to veljalo za večino drugih volitev. Janković je že pred začetkom volilne kampanje veljal za velikega favorita. To se je odražalo v predvolilnih javnomnenjskih anketah, objavljenih v medijih. Potrdilo pa se je tudi v naši kvalitativni raziskavi, opravljeni po volitvah, ko so bili udeleženci enotni v opažanju Jankovićeve premoči nad ostalimi kandidati. Njegova premoč je izhajala predvsem iz dejstva, da je bil aktualni župan in da je v svojem programu poudarjal zelo konkretne rešitev ureditve in izgradnje mestne infrastrukture. Tako za predhodne, začete in nedokončane, kot tudi za nove, še

²⁹V Sloveniji ta izhaja predvsem iz delitve na ruralno in urbano (Miheljak 2012, Tiran 2015). Delitev urbano/ruralno pa posredno vključuje delitve, kot so religiozno/nereligiozno, tradicionalno/netradicionalno, tudi levo/desno ipd. (Kurdija 2004).

načrtovane projekte. Večina ostalih kandidatov pa je v času kampanje predvsem polemizirala o legalnosti njegovih projektov. Lahko bi rekli, da je bil za ostale kandidate večji del njihovega predvolilnega fokusa usmerjen v negativno kampanjo. Tretjič, s konkretnim in akcijskim programom se je Janković po eni strani približal tistim, ki jih sicer politika ne zanima in so strankarsko neopredeljeni. V njem takrat namreč še niso videli politika, pač pa gospodarstvenika in menedžerja, čigar rezultati so bili vidni in otipljivi. Po drugi strani pa je do določene mere v negotovost spravil svoje potencialne nasprotnike, ki med protikandidati niso prepoznali ustrezne alternative.

Čeprav smo obravnavali konkretno in specifično zgodbo volilnih (ne)opredeljevanj na lokalnih volitvah v Ljubljani, smo v teoretskem izhodišču morali slediti nekaterim temeljnim teoretskim pristopom analize volilnega ravnanja. Oprli smo se na različne teorije s področja volilnega odločanja. Obravnavali smo koncept identifikacije s stranko, teorijo racionalne izbire z vidika strateškega in problemskega glasovanja. Poskusili smo pojasniti pomen hevrstik in vse večjo personifikacijo politike ter vpliv osebnosti kandidata in volivca na volilno izbiro. Na podlagi teorij volilnega odločanja smo v empiričnem delu³⁰ izbrali in opredelili naslednje dejavnike vpliva na volilno odločitev: ocena družbenih razmer, poznavanje kandidatov, volilna udeležba, zanimanje za politiko, vpetost v kampanjo oziroma zanimanje za volitve, identifikacija s stranko, preferenčni kandidat, pričakovani zmagovalec in volilno vedenje v odnosu do volitev. Najprej smo s pomočjo diskriminante analize ugotovili, da se neodločeni od odločenih volivcev v prvi vrsti razlikujejo po predvideni volilni udeležbi in zanimanju za volitve. Med dejavniki, ki najmanj prispevajo k ločevanju med skupino odločenih in neodločenih, pa je poleg izobrazbe, identifikacija s stranko. Na županskih volitvah identifikacija s stranko torej le v manjši meri ločuje neodločene volivce od odločenih. Se pa neodločeni volivci med seboj razlikujejo v vrsti drugih dejavnikov, ki vplivajo na volilno odločitev. V nadaljevanju podajamo ugotovitve v okviru naših glavnih hipotez: 1) da znotraj volilnega telesa obstaja več segmentov neodločenih, 2) da se posamezni segmenti neodločenih značilno razlikujejo glede na dejavnike, ki vplivajo na končno odločitev, kar pomeni, da ob ugotovljenih razlikah izpostavimo tudi ključne dejavnike, ki te

³⁰ Prvo fazo raziskave smo izvedli s pomočjo telefonske ankete, ki je bila opravljena dva tedna pred lokalnimi volitvami 2010 na realiziranem vzorcu 540 polnoletnih prebivalcev Mestne občine Ljubljana, od tega je bilo 194 še neodločenih glede volilne izbire. Ti so predstavljali osnovo za nadaljnje razvrščanje neodločenih v skupine in njihovo analizo. V drugi fazi smo po volitvah izvedli tri fokusne skupine, v katerih je skupaj sodelovalo 10 neodločenih volivcev iz prve faze.

razlike vzpostavljajo, in 3) da je za odkrivanje in razumevanje posameznih segmentov neodločenih najustreznejši večmetodni pristop.

Znotraj volilnega telesa obstaja več segmentov neodločenih. Razvrščanje neodločenih volivcev v skupine smo opravili na osnovi vsebinskega izbora spremenljivk. S ciljem, da v analizo vključimo med seboj nekorelirane spremenljivke prej opredeljenih dejavnikov vpliva na volilno odločitev, smo si pomagali z rezultati korelacijske analize in faktorske analize. Za razvrstitev neodločenih volivcev smo izbrali spremenljivke, ki se nanašajo na izbiro kandidata, ki ima največ možnosti za zmago, izbiro kandidata ne glede na njegove možnosti za zmago, težavnost opredelitve za ustrezno stranko, smiselnost glasovanja, seznanjenost s kandidati, volilno udeležbo ter pričakovano razliko med izvoljenim kandidatom in prvim protikandidatom. Rezultati hierarhičnega razvrščanja v skupine kažejo na značilno heterogenost skupine neodločenih. S pomočjo dendrograma smo se zaradi omejitev velikosti podzorca neodločenih odločili za rešitev s štirimi segmenti. Rezultati analize kažejo, da na primeru lokalnih volitev za župana v Ljubljani obstajajo vsaj štirje značilni segmenti neodločenih volivcev, s čimer smo potrdili hipotezo o obstoju različnih segmentov neodločenih znotraj volilnega telesa. Segmente oziroma skupine neodločenih smo poimenovali glede na njihove značilnosti v odnosu do preučevanih vidikov volilnega vedenja. Prvo skupino smo poimenovali *površni taktiki* in predstavljajo 34,5 % volilnega telesa neodločenih. Drugo, največjo skupino, predstavljajo *informirani kritiki* z 39,7 %. Tretjo skupino smo poimenovali *negotovi skeptiki*, predstavljajo 17,0 % volilnega telesa neodločenih volivcev. Četrto in najmanjšo skupino pa predstavljajo *razočarani pasivneži* z 8,8 % volilnega telesa neodločenih.

Rezultati potrjujejo, da heterogenost volilnega telesa v načinu sprejemanja volilnih odločitev ne velja le za volilno telo kot celoto, o čemer so na primer pisali Van der Brug in drugi (2007) ter Kosmidis in Xezonakis (2010), pač pa tudi za neodločene volivce. Značilno heterogenost neopredeljenega dela volilnega telesa potrjuje tudi analiza slovenskega volilnega telesa v času tranzicije (Miheljak in Kurdiya 1995), kar kaže na to, da gre za širši pojav, ki ni vezan na specifične volitve ali volilna obdobja, ampak je vseprisotna stalnica v okviru človeškega opredeljevanja in iskanja političnih izbir.

Posamezni segmenti neodločenih se značilno razlikujejo tudi glede na dejavnike, ki vplivajo na končno odločitev. Razlikujejo se glede na naslednje dejavnike: zanimanje za

volitve in za družbeno politično dogajanje, percepcijo sprememb v okolju, oceno smiselnosti glasovanja in udeležbe na volitvah, sekundarnih razlogov za neodločenost in glede na stopnjo informiranja oziroma seznanjenosti s kandidati. Pri slednjem velja dodati, da dostopnost do informacij ni zaznana kot problem. Neodločenost je vse prej kot posledica ne-vedenja oziroma slabe dostopnosti do informacij. Skupna značilnost za vse neodločne, ne glede na segment, v katerega se uvrščajo, je odsotnost navezanosti na stranke. Pri **površnih taktikih** razlogi za neodločenost izhajajo predvsem iz tehtanja možnih izidov volitev. Gre za skupino neodločnih volivcev, ki se volitev praviloma udeležujejo, saj jim ni vseeno, kdo zmaga na volitvah. Na volitvah navadno pričakujejo prej tesen izid kot ne. Voliti se jim zdi pomembno, tudi v primeru, da njihov kandidat ne bi bil izvoljen, saj menijo, da njihov glas ne gre v nič. Menimo, da bi pri tej skupini, v primeru bolj kompetitivnih volitev, lastnosti, ki se nanašajo na strateško glasovanje, prišle še bolj do izraza. Nadalje, razlogi za neodločenost **informiranih kritikov** izhajajo iz njihove kritične obravnave družbenopolitične situacije, tako na lokalni kot na državni ravni. Gre za skupino neodločenih, ki si o vsem poskuša izoblikovati mnenje. Volijo ne glede na to, ali ima njihov izbrani kandidat možnosti za zmago na volitvah in kljub temu, da morda pričakujejo veliko razliko v izidu volitev med izvoljenim in drugimi kandidati. **Negotovi skeptiki** se bolj kot z vprašanjem, koga voliti, ukvarjajo z vprašanjem, ali sploh voliti. Izkazujejo manj zanimanja za volitve in tudi sicer v manjšem obsegu spremljajo družbeno politično dogajanje. Njihova udeležba na volitvah je vprašljiva, saj menijo, da njihov glas na volitvah komaj kaj šteje. Skupina **razočarani pasivneži** pa združuje neodločene volivce, ki so povsem nezainteresirani za politiko, ter tiste, ki so se od politike distancirali zaradi preteklih razočaranj. Njihova neodločenost izhaja predvsem iz nezanimanja za volitve. Pravzaprav lahko govorimo o neodločenih volilnih abstinentih, saj se volitev praviloma ne udeležujejo, saj dvomijo o tem, da njihov glas kaj šteje.

Za odkrivanje in razumevanje posameznih segmentov neodločenih je najustreznejši večmetodni pristop. Dodana vrednost večmetodnega pristopa v primeru preučevanja neodločenih volivcev se je izkazala v umestitvi kvantitativnega in kvalitativnega tipa raziskave v dve časovni točki, pred in po volitvah ter v preučevanju istih enot. Sodelujoči v drugi fazi po volitvah niso bili več neodločeni volivci, pač pa volivci, ki so svojo odločitev o udeležbi in izbiri na volitvah nenazadnje sprejeli. Zaradi usipa udeležencev in izčrpanega

bazena neodločenih volivcev iz prve faze raziskave nam sicer ni uspelo pridobiti večjega števila neodločenih ter nikogar iz skupine *razočarani pasivneži*.³¹ Kljub težavam pri realizaciji raziskovalnega načrta³², predvsem z vidika velikosti vzorca, so se prednosti združevanja metod pri obravnavi neodločenih volivcev jasno pokazale. Zato z določenim zadržkommenimo, da je večmetodni pristop k obravnavi neodločenih volivcev ustrezen. Nestandardizirani instrumenti so nam omogočili vpogled v motivacijske aspekte neodločenih volivcev in njihovo dožemanje družbene in politične klime v tistem času. To je znatno pripomoglo k razumevanju razlogov za njihovo neodločenost. Ti izhajajo predvsem iz splošnega razočaranja nad politiko in politiki ter notranjega konflikta med dopuščanjem dvomljivih praks določenih političnih akterjev na eni strani in šibko alternativno izbiro na drugi.

Izsledki doktorske disertacije poleg odgovorov na dokaj konkretno zastavljena raziskovalna vprašanja osvetljujejo tudi vprašanja širše legitimnosti demokratičnega odločanja v okviru volitev. Vse pogosteje smo priča drastičnemu upadu udeležbe na različnih volitvah in referendumih, kar nujno odpira tudi vprašanja zadostnega in legitimnega zastopanja interesov državljanov, ne glede na tip, vrsto in vsebino izbir, ki jo pred volivca postavlja glasovalni listič. Na novo porajajoča vprašanja te vrste odpirajo serijo možnih rešitev in pristopov, ki bi volivce bolj motivirali k udeležbi. Disertacija z nekaterimi odgovori o razlogih za neodločenost, ki sicer resda izhajajo iz konkretne situacije lokalnih volitev, odpira vsebinska izhodišča za nadaljnje raziskovanje na tem področju. Naše ugotovitve kažejo, da ne moremo trditi, da vse nižja politična participacija in vse večja skeptičnost glede ustrezne izbire v prvi vrsti izhajata iz brezbržnosti, vsaj ko gre za neodločene volivce. Tudi neodločenim volivcem ni vseeno za izide na volitvah. Menimo, da gre v prvi vrsti za vse manjše zaupanje v politične mehanizme in politične akterje, zaradi česar dovršen del volilnega telesa ne vidi več pravega smisla v glasovanju na volitvah. To je eden ključnih razlogov, ki vodi v nizko volilno udeležbo (tudi na referendumih). Gre za nevralgičen problem, ki ga ne zaznavamo samo v Sloveniji. Veliko se je o njem, denimo, govorilo v času zadnjih volitev v evropski parlament v skorajda vseh državah članicah. Zdi se celo, da občutek 'dolžnosti' za volitve tudi med

³¹ Kar še dodatno potrjuje značilnost te skupine.

³² Vnaprej določen časovni okvir (volitve), ki je neodvisen od raziskovalca, ne omogoča večjih naknadnih popravkov, kot je na primer naknadno povečevanja vzorca sodelujočih v kvalitativni raziskavi.

neodločenimi volivci ni zamrl, nasprotno ugotavljamo v naši raziskavi. Problem izhaja predvsem iz dvoma v smiselnost glasovanja oziroma volitev ter iz prepričanja, da '*ne gre več za pravo stvar*', ker tako ali tako ne odločamo sami pač pa '*nekdo drug iz ozadja*'.

V kolikor volilno udeležbo lahko razumemo kot pomemben vzvod pri razvoju demokratičnosti, je volivce treba ponovno spodbuditi k volilnemu odločanju, če že ne političnemu udejstvovanju, jim vrniti zaupanje v politiko in na ta način ponovno osmisliti volitve³³. V našem primeru je pri dveh od štirih skupin mogoče govoriti o verjetni udeležbi na volitvah, in sicer pri *površnih taktikih* in *informiranih kritikih*. Ti dve skupini predstavljata približno tri četrtine neodločenih volivcev. *Informiranim kritikom* je treba dati vsebino, program, izpostaviti probleme in jim ponuditi realne rešitve. Poleg tega je potrebna konkurenčnost kandidatov, ki je osnova za pluralne in kompetitivne volitve. V takšnih okoliščinah se bolj angažirajo tudi *površni taktiki*. Pri njih sicer na končno odločitev bolj vplivajo nasprotna stališča, saj prej kot za ustreznega kandidata glasujejo proti neustreznemu kandidatu. Ostali dve skupini (*negotovi skeptiki* in *razočarani pasivneži*), ki v našem primeru predstavljata približno četrtino neodločenih volivcev, pa se nagibata k volilni abstinenci. In tu je potreben razmislek. Postavlja se vprašanje, kako pri njih preseči negotovost, ki je povezana s skepticizmom, in razočaranost, ki povzroča pasivnost. Vse to kliče k podrobnejši in celovitejši obravnavi volilnih abstinentov na splošno, torej ne le teh, ki morda še kolebajo o udeležbi na volitvah, temveč tudi tistih, ki abstinirajo že 'iz navade'.

³³To je predvsem naloga politike same, ki bo najbrž morala narediti prvi korak, da se bo začaran krog vsesplošnega nezaupanja v (politične) institucije prekinil.

Literatura

Aardal, Bernt in Pieter van Wijnen, 2005. Issue Voting. V *The European Voter: A Comparative Study Of Modern Democracies*, ur. Jacques Thomassen, 192–212. New York: Oxford University Press, Inc.

Abramson, Paul R. 1979. Developing Party Identification: A Further Examination of Life-Cycle, Generational, and Period Effects. *American Journal of Political Science*, 23 (1): 78–96.

Anderson, D. Cameron in Laura B. Stephenson. 2010. The Puzzle of Elections and Voting in Canada. V *Voting Behaviour in Canada*, ur. Cameron D. Anderson in Laura B. Stephenson, 1-39. Vancouver: UBC Press.

Antenore, Marzia, Gabriella Fazzi in Laura Iannelli. 2009. *The Party of the Undecided. The election Campaign for the 2008 General Election as Seen by the Italian People*. Prispevek predstavljen na Annual meeting of the International Communication Association, 20. maja, v Čikagu, Illinois, ZDA. Dostopno prek: http://www.allacademic.com/meta/p299098_index.html (6. marec 2010).

Arcuri, Luciano, Luigi Castelli, Silvia Galdi, Cristina Zogmaister, Alessandro Amadori. 2008. Predicting the Vote: Implicit Attitudes as Predictors of the Future Behavior of Decided and Undecided Voters. *Political Psychology*, 29 (3): 369–387.

Bannon, Declan P. 2003. Voting, non-voting and consumer buying behavior: Non-voter segmentation (NVS) and the underlining causes of electoral inactivity. *Journal of Public Affairs*, 3 (2): 138–151.

Barbour, Rosaline S. 2007. *Doing focus group*. London: Sage.

Barnea, Marina F. in Shalom H. Schwartz. 1998. Values and Voting. *Political Psychology*, 19 (1): 17–40.

Blais, André. 2000. *To vote or not to vote?: the merits and limits of rational choice theory*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.

Bowler, Shaun in David J. Lanoue. 1992. Strategic and protest voting for third parties: the case of the Canadian NDP. *The Western Political Quarterly*, 45 (2), 485–489.

Brady, Henry E., Richard Johnston in John Sides. 2006. The Study of Political Campaigns. In *Capturing Campaign Effects*, ur. Henry E. Brady in Richard Johnston, 1–26. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Brezovšek, Marjan. 2005. *Lokalna demokracija v Republiki Sloveniji : končno poročilo ciljnega raziskovalnega poročila*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Inštitut za družbene

- vede, Center za politološka raziskovanja. Dostopno prek: http://www.inepa.si/e-participacija.si/files/koncno_porocilo-ldrs-2005.pdf (6. januar 2013).
- Brown, J. B. 1999. The use of focus groups in clinical research. V *Doing qualitative research*, ur. Crabtree, B. F., in Miller, William L., 109–124. Thousand Oaks: Sage.
- Bryman, Alan. 2008. Integrating Quantitative and Qualitative Research: How Is It Done? V *The Mixed Methods Reader*, ur. Vicki L. Plano Clark in John W. Creswell, 121–148. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Budge, Ian in Dennis J. Farlie. 1983. *Explaining and Predicting Elections: Issue Effects and Party Strategies in Twenty-Three Democracies*. London: Allen & Unwin.
- Budge, Ian, Ivor Crewe in Dennis J. Farlie. 1976. *Party identification and beyond: Representation of voting and party competition*. London: Wiley.
- Burgess, Ernest W. 1927. Statistics and case studies as methods of sociologica research. *Sociology and Social Research* (12): 103–120.
- Butler, David in Donald E. Stokes. 1969. *Political change in Britain*. London: Macmillan.
- Campbell, Angus, Gerald Gurin in Warren E. Miller. 1954. *The Voter Decides*. Evanston: Row, Peterson and Company.
- Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller in Donald E. Stokes. 1960. *The American Voter*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Caplan, Bryan. 2007. *The myh of the rational voter: why democracies choose bad policies*. Princeton: Princeton University Press.
- Caprara, Gian Vittorio in Philip G. Zimbardo. 2004. Personalizing Politics: A Congruency Model of Political Preference. *American Psychologist*, 59 (7): 581–594.
- Caprara, Gian Vittorio, Shalom H. Schwartz, Cristina Capanna, Michele Vecchione in Claudio Barbaranelli. 2006. Personality and Politics: Values, Traits, and Political Choice. *Political Psychology*, 27 (1): 1–28.
- Chang, Jeong-Heon JC, 2009. *Strategic Voting Behaviors and Mass Media Uses in 1997 Korean Presidential Election*. Prispavek predstavljen na Annual meeting of the International Communication Association, 20. maja, v Čikagu, Illinois, ZDA. Dostopno prek: http://www.allacademic.com/meta/p300477_index.html (6. marec 2010).
- Collins, Kathlees M. T., Anthony J. Onwuegbuzie in Ida L. Sutton, 2006. A Model Incorporating the Rationale and Purpose for Conducting Mixed Methods Research in Special Education and Beyond. *Learning Disabilities: A Contemporary Journal*, 4 (1): 67–100.
- Corner, John. 2000. Mediated Persona and Political Culture: Dimensions of Structure and Process. *European Journal of Cultural Studies*, 3 (3): 386–402.

- Creswell, John W. in Vicki L. Plano Clark. 2011. *Designing and conducting mixed methods research*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publications.
- Creswell, John. W., Vicki L. Plano Clark, Michelle. L. Gutmann in William.E. Hanson, 2008. Advanced mixed methods research designs. V *The Mixed Methods Reader*, ur. Vicki L. Plano Clark in John W. Creswell, 161–196. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Curtice, John in Sören Holmberg. 2005. Party leaders and Party Choice. V *The European Voter: A Comparative Study Of Modern Democracies*, ur. Jacques Thomassen, 235–253. New York: Oxford University Press, Inc.
- Dalager, J. K. 1996. Voters, Issues, and Election: Are the Candidates' Messages Getting Through? *The Journal of Politics*, 58 (2): 486–515.
- Dalton, Russell J. 2003. Political Cleavages, Issues and Electoral Change. V *Comparing Democracies 2*, ur. Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi in Pippa Norris, 319–342. Thousand Oaks: Sage Publications.
- De Leeuw, Edith D. 2005. To Mix or Not to Mix Data Collection Modes in Surveys. *Journal of Official Statistics*, 21 (2): 233–255.
- Dean, Dianne. 2003. Political research and practitioner approaches: A review of the research methods used in voting behaviour research. *Journal of Public Affairs*, 4 (2): 145–154.
- Denver, David. 1989. *Election and voting behaviour in Britain*. New York, London, Toronto, Sydney, Tokyo: Philip Allan.
- 2007. The 1964 General Elections: Explaining Voting Behaviour Then and Now. *Contemporary British History*, 21 (3): 295–307.
- Downs, Anthony 1957a. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row.
- 1957b. An Economic Theory of Political Action in a Democracy. *Journal of Political Economy*, 65 (2): 135–150.
- Državna volilna komisija. Dostopno prek: <http://www.dvk-rs.si/>.
- Edmunds, Holly. 1999. *The Focus Group Research Handbook*. Lincolnwood: NTC Business Books.
- Elster, John. 1989. *Nots and Bolts for the Social Sciences*. Cambridge: Cambridge University press.
- Evans, Jocelyn A.J. 2004. *Voters & voting: an introduction*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

Fenwick, Ian, Federick Wiseman, John F. Becker in James R. Heiman. 1982. Classifying Undecided Voters in Pre-Election Polls. *The Public Opinion Quarterly*, 46 (3): 383–391.

Ferligoj, Anuška. 1989. Razvrščanje v skupine. Teorija in uporaba v družboslovju. *Metodološki zvezki*, 4. Ljubljana: Raziskovalni inštitut, Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.

Fink-Hafner, Danica. 1997. Development of a party system. V *Making a new nation: The formation of Slovenia*, ur. Fink-Hafner, Danica in John R. Robbins, 135–155. Aldershot [etc.]: Dartmouth, cop.

Fiorina, Morris P. 1981. *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven: Yale. University Press.

Franklin, M., T. Mackie, H. Valen in drugi. 1992. *Electoral Change: Responses to Evolving Social and Attitudinal Structures in Western Countries*. Cambridge: Cambridge University Press.

Funk, Carolyn. L. 1999. Bringing the candidate into models of candidate evaluation. *The Journal of Politics*, 61 (3), 700–720.

Grbeša, Marijana. 2008. Politika osebnosti na Hrvaškem: analiza volilnih kampanj na parlamentarnih volitvah 2003 in 2007. *Teorija in praksa*, 45 (5): 788–816.

Green, Donald Philip in Bradley Palmquist. 1994. How stable is Party identification? *Political Behavior*, 16 (4): 437–466.

Greene, Jennifer C., Valerie Caracelli in Wendy F. Graham. 2008. Toward a Conceptual Framework for Mixed-Method Evaluation Designs. V *The Mixed Methods Reader*, ur. Vicki L. Plano Clark in John W. Creswell, 121–148. Thousand Oaks: Sage Publications.

Haček, Miro in Simona Kukovič. 2011. Nestrankarski kandidati in liste na lokalnih volitvah v obdobju 1994–2010. *Teorija in Praksa*, 48 (2): 376–392.

--- 2012. Analiza ponovne izvoljivosti županov v Slovenskih občinah. *Teorija in praksa*, 49 (4–5): 670–681.

Hall, Crystal C., Amir Goren, Shelly Chaiken in Aleksander Todorov. 2009. Shallow Cues With Deep Effects: Trait Judgements From Faces and Voting Decisions. V *The Political Psychology of Democratic Citizenship*, ur. Eugen Borgida, Christopher M. Federico in John L. Sullivan, 73–99. New York: Oxford University Press, Inc.

Hammersley, Martyn. 1992. Deconstructing the qualitative-quantitative divide. V *Mixing methods: qualitative and quantitative research*, ur. Julia Brannen, 39–55. Aldershot: Avebury.

Harrop, Martin in William L. Miller. 1987. *Elections and Voters: A Comparative Introduction*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan Education.

Heath, Anthony F., Roger Jowell in John Curtice. 1985 *How Britain Votes*. London: Pergamon Press.

Hlebec, Valentina in Maja Mrzel. 2012. Metodološke dileme in njihove rešitve v raziskovalnem načrtu z zaporedno uporabo kvantitativnih in kvalitativnih metod – model izbire udeležencev. *Teorija in praksa*, 49 (2): 245–263.

Holbrook, M. Thomas. 1996. *Do Campaigns Matter?* Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications.

Holbrook, Allyson, Jon A. Krosnick, Penny S. Visser, Wendi L. Gardner, in John T. Cacioppo. 2001. Attitudes toward Presidential Candidates and Political Parties: Initial Optimism, Inertial First Impressions, and a Focus on Flaws. *American Journal of Political Science* 45 (4): 930–50.

Houghton, David Patric. 2009. *Political Psychology. Situation, Individual, and Cases*. New York: Routledge.

Iyengar, Shanto in Adam F. Simon. 2000. New Perspectives and Evidence on Political Communication and Campaign Effects. *Annual Review of Psychology*, 51 (1): 149–169.

Johnson, Burke R. in Anthony J. Onwuegbuzie. 2004. Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational Researcher*, 33 (7): 14–26.

--- 2008. The Validity Issue in Mixed Research. V *The Mixed Methods Reader*, ur. Vicki L. Plano Clark in John W. Creswell, 273–298. Thousand Oaks: Sage Publications.

Johnson, Burke R., Anthony J. Onwuegbuzie in Lisa A. Turner. 2007. Toward a definition of Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1 (2): 112–133.

Kang, Won-Taek. 2004. Protest voting and abstention under plurality rule elections: an alternative public choice approach. *Journal of Theoretical Politics*, 16 (1), 79–102.

Key, V.O. Jr. 1955. A Theory of Critical Elections. *The Journal of Politics*, 17 (1): 3–18.

Kinder, Donald R. in Roderick D. Kiewiet. 1979. Economic Discontent and Political Behavior: The Role of Personal Grievances and Collective Economic Judgements in Congressional Voting. *American Journal of Political Science* 23 (3), 495–527.

Kontelj, Martina, Danilo Dolenc in Ida Repovž Grabna. 2007. *Lokalne volitve 1994-2006*. Ljubljana: Statistični urad republike Slovenije.

Kosmidis, Spyros in Georgios Xezonakis. 2010. The Undecided Voters and the Economy : Campaign Heterogeneity in the 2005 British General Election. *Electoral Studies*, 29: 604–616.

Kropivnik, Samo. 1998. *Slovenski volivci v geografskem, družbenem in ideološkem prostoru*. Ljubljana. Fakulteta za družbene vede.

Kropivnik, Samo in Roman Zatler. 2002. Naklonjenost volivcev strankam in/ ali voditeljem strank. *Teorija in praksa*, 39 (2): 254–267.

Krueger, Richard A. in Mary Anne Casey. 2009. *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.

Kurdija, Slavko. 2004. Vrednotne delitve v luči političnih izbir. V *S Slovenkami in Slovenci na štiri oči : ob 70-letnici sociologa Nika Toša*, ur. Brina Malnar in Ivan Bernik, 111–130. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Lane, Robert E. 1972. *Political Man*. New York: The Free Press.

Lavrič, Miran. 2007. Sodobne aplikacije teorije racionalne izbire na področju sociologije religije. *Družboslovne razprave*, XXIII, 56: 39–55.

Lijphart, Arend. 1997. Neenaka participacija: nerazrešena dilema demokracije. *Teorija in praksa*, 34 (3): 524–545.

Lilleker, Darren G. 2006. *Key Concepts in Political Communication*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publication.

Listhaug, Ola. 2005. Retrospective Voting. V *The European Voter: A Comparative Study Of Modern Democracies*, ur. Jacques Thomassen, 213–234. New York: Oxford University Press, Inc.

Lobe, Bojana. 2006. Združevanje kvalitativnih in kvantitativnih metod – stara praksa v novi preobleki? *Družboslovne razprave*, XXII, 53: 55–73.

Lodge, Milton, Marco R. Steenbergen in Shawn Brau. 1995. The Responsive Voter: Campaign Information and the Dynamics of Candidate Evaluation. *American Political Science Review*, 89 (2): 309–26.

Mihaljak, Vlado. 2012. *Človek v socialnem in družbenem svetu : poglavja iz socialne in politične psihologije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Miheljak, Vlado. (06. 04. 2012). Intervju (Lesjak, Miran): Stari svet se je že zdavnaj zrušil. *Dnevnik*, str. 5.

Miheljak, Vlado in Slavko Kurdija. 1995. Pre/oblikovanje slovenskega volilnega telesa. V *Meje demokracije : zbornik : [refleksije prehoda v demokracijo]*, ur. Darko Štrajn. 11–40. Ljubljana: Liberalna akademija.

Musek, Janek. 2014. *Psihološki temelji družbe prihodnosti*. Ljubljana: Inštitut za etiko in vrednote Jože Trontelj.

Musek, Janek, Eva Bahovec in Marko Polič. 1985. *Narava in determinante zavestnega odločanja (Razprave filozofske fakultete)*. Ljubljana: Znanstveni inštitut filozofske fakultete.

Myers, David J. in Robert E. O'Connor. 1983. Undecided Respondents in Mandatory Voting Settings: A Venezuelan Exploration. *The Western Political Quarterly*, 36 (3): 420–433.

Pečjak, Vid. 1995. *Politična psihologija*. Ljubljana: Samozaložba.

Petrocik, John R. 1996. Issue Ownership in Presidential Elections, with a 1980 Case Study. *American Journal of Political Science*. 40 (3): 825–50.

Potočnik, Nataša. 2005. *Dejavniki volilnega vedenja: primer parlamentarnih volitev 2004*. Diplomsko delo, Univerza v Ljubljani, FDV.

Powell, G. Bingham Jr. 1982. *Contemporary Democracies Participation Stability and Violence*. Cambridge: Harvard University Press.

Quattrone, George A. in Amos Tversky. 1988. Contrasting Rational and Psychological Analyses of Political Choice. *The American Political Science*. 82 (3): 719–736.

Redlawsk, David P. 2004. What Voters Do: Information Search During Election Campaigns. *Political Psychology*, 25 (4): 595–610.

Riker, William H. in Peter C. Ordeshook. 1968. A Theory of the Calculus of Voting. *American Political Science Review*, 62 (1): 25–42.

Robertson, David B. 1976. *A Theory of Party Competition*. London: John Wiley.

Rokovnik za izvedbo volilnih opravil za redne volitve članov občinskih svetov in županov, ki bodo 10. 10. 2010. 2010. Državna volilna komisija. Številka: 18-1/00-10/10, 5. avgust 2010.

Rossi, Peter H. 1966. Trends in Voting Behavior Research: 1933-1963. V *Political Opinion and Electoral Behavior Essays and Studies*, ur. Edward C. Dreyer in Walter A. Rosenbaum, 67-78. Belmont, California: Wadsworth Publishing Co., Inc.

Salecl, Renata. 2011. *Izbira*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

Simon, Herbert A. 1990. Invariants of human behavior. *Annual Review of Psychology*, 41: 1–19.

Šiber, Ivan. 2003. Tri klasična pristupa istraživanju ponašanja birača. *Politička misao*, 40 (2): 88–103.

Tashakkori, Abbas in Charles Teddlie. 1998. *Mixed methodology: combining qualitative and quantitative approaches*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.

--- 2008. Introduction to Mixed Method and Mixed Model Studies in the Social and Behavioral Sciences. V *The Mixed Methods Reader*, ur. Vicki L. Plano Clark in John W. Creswell, 7–26. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.

Thomassen, Jacques (ur). 2005. *The European Voter: A Comparative Study Of Modern Democracies*. New York: Oxford University Press, Inc.

Tiran, Jernej. 2015. Urbano proti ruralnemu: (nov) razcep v slovenskem političnem prostoru? *Teorija in praksa*, 52(1–2): 271–290.

Toplak, Jurij. 2009. Grofman Bernard (ur.), Blais André (ur.), Shaun Bowler (ur.): Duverger's law of plurality voting: the logic of party competition in Canada, India, the United Kingdom and the United States / Jurij Toplak. *Teorija in praksa* 46 (5): 722–725. Dostopno prek: http://dk.fdv.uni-lj.si/db/pdfs/tip20095_Toplak1.pdf (21. april 2013).

Toš, Niko. 2007. *Odnos do politike, političnih strank in politikov* (Delovna verzija). SJM 2006: POROČILA 4. Poročilo. Dostopno prek: http://www.cjm.si/sites/cjm.si/files/file/e-dokumenti/odnos_do_politike_politicnih_strank_in_politikov.pdf (7. Junij 2015).

Toš, Niko, Slavko Kurdija, Matej Kovačič, Rebeka Falle Zorman, Živa Broder, Ivi Kecman. 2010. *Politbarometer 10/10*, Slovenija : oktober 2010. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Arhiv družboslovnih podatkov.

Učakar, Polona. 2008. *Neopredeljeni volivci in njihov odnos do vladnih politik*. Diplomsko delo, Univerza v Ljubljani, FDV.

Van der Brug, Wouter, Chees van der Eijk in Mark Franklin. 2007. *The Economy and the Vote: Economic Condition and Elections in Fifteen Countries*. New York: Cambridge University Press.

Vreg, France. 2001. Volitve 2000 in predvolilna kampanja. Volilne strategije, politični marketing in volilno izbiranje. *Teorija in praksa* 38 (2): 181–200.

--- 2004. *Politični marketing in demokracija : politične kampanje, komunikacijska strategija, politični tržni prostor, izvajanje političnih kampanj, volilna propaganda, globalizacija, elektronska demokracija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Weber, Max. 1968. *Metodologija društvenih nauka*. Zagreb: Globus.

Zaller, John in Stanly Feldman. 1992. A Simple Theory of the Survey Response: Answering Question versus Revealing Preferences. *American Journal of Political Science*, 36 (3): 579–616.

Stvarno in imensko kazalo

A

Aardal, Bernt, 39, 40
Abramson, Paul R., 24
Anderson, Cameron D., 23, 27, 34, 35, 39, 41, 44, 50, 51
Antenore, Marzia, 17, 19, 58, 98
apatija, 111, 130
Arcuri, Luciano, 14, 16, 34, 43, 45

B

Bannon, Declan P., 29, 38
Barbour, Rosaline S., 106
Barnea, Marina F., 26
Blais, André, 35
Bowler, Shaun, 146
Brady, Henry E., 50
Brezovšek, Marjan, 38
Brown, J. B., 107
Bryman, Alan, 64
Budge, Ian, 30, 40
Burgess, Ernest W., 13
Butler, David, 38, 54

C

Campbell, Angus, 14, 23, 81
Caplan, Bryan, 33
Caprara, Gian Vittorio, 44, 45, 47, 48, 49, 140, 159
Casey, Mary Anne, 107
Cerar, Miro, 45
Chang, Jeong-Heon JC, 17, 35, 37, 98
Collins, Kathlees. M. T., 63
Creswell, John W., 61, 62, 63, 65, 66, 79
Curtice, John, 45, 47, 48

D

Dalager, Jon K., 33
De Leeuw, Edith D., 60
Dean, Dianne, 58, 59, 68
dejavniki vpliva na volilno odločitev, 13, 19, 30, 80, 98, 108, 154
dolgoročni dejavniki, 23, 25, 26, 27, 29, 50

družbeni dejavniki, 23, 24, 27, 28
kratkoročni dejavniki, 4, 12, 24, 25, 26, 27, 28, 38, 52, 53
psihološki dejavniki, 23

Delo, 76
DeloStik, 76, 86
demokracija, 125
demokracijski politični sistem, 24, 29
Denver, David, 23, 26, 29, 39, 44, 47
DeSUS- Demokratična stranka upokojencev Slovenije, 40, 71, 73, 75
diskriminantna analiza, 88, 95, 97
DL- Državljska lista, 46, 48
Downs, Anthony, 31, 32, 33, 116
Drnovšek, Janez, 47, 73
Drnovšek, Jože, 74, 75, 77
družbena spletna omrežja, 25
družbena struktura, 25, 27
družbene razmere, 80, 108, 109, 111, 153
družbene skupine, 23, 29, 30, 53, 55
družbeni kontekst, 27, 28, 30, 76
družbeni razred, 23, 25
družbeno determiniran pristop, 4, 23

E

Edmunds, Holly, 107
Elster, John., 31
emocionalna navezanost na stranko, 28, 30
Episcenter, 84
Evans, Jocelyn A. J., 27, 28, 29, 30, 35, 36, 38, 39, 41, 42, 43, 47, 49, 52, 53, 54, 55, 127

F

faktorska analiza, 99, 101, 154
Farlie, Dennis J., 40
Feguš, Marko Mitja, 74, 75
Fenwick, Ian, 16
Ferligoj, Anuška, 99
Fiorina, Morris P., 17, 42, 43
fokusne skupine, 6, 18, 20, 68, 77, 99, 105, 106, 107, 110, 111, 114, 117, 118, 125, 126, 127, 132, 134, 137, 139, 145, 146, 148, 150
Franklin, Mark, 15, 16, 54, 55

Funk, Carolyn L., 49

G

glasovanje

- ekonomsko, 26, 28, 41, 42
- ideološko, 38, 39
- iz protesta, 146
- na podlagi presoj, 38
- naložbeno, 38
- potrošniško, 38
- problemsko, 26, 34, 38, 39, 42, 140, 153
- prospektivno, 39, 42, 43
- retrospektivno, 26, 38, 42, 43
- strateško, 4, 34, 35, 37, 81, 82, 83, 101, 114, 130, 138, 142, 143, 144, 145, 153, 155
- taktično. *glej strateško*
- taktično. *glej strateško*

Golobič, Gregor, 46

Green, Donald Philip, 106

Greene, Jennifer C., 63, 64, 67, 78

H

Haček, Miro, 48

Hall, Crystal C., 47

Hammersley, Martyn, 60

Harrop, Martin, 29, 53

Heath, Anthony F., 39

hevristični modeli odločanja, 4, 28

hevristike, 4, 43, 44, 47, 140, 145, 150

- afektivne, 45

- dispozicijske, 44

- všečnostne, 44, 45

Hlebec, Valentina, 62, 79

Holbrook, Allyson, 51

Holbrook, M. Thomas, 52

Holmberg, Sören, 45, 47, 48

Hosta, Milan, 73, 75

Houghton, David Patric, 12, 26, 32, 33, 42, 43

I

identifikacija s stranko, 4, 5, 12, 13, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 45, 50, 52, 53, 81, 82, 88, 89, 91, 94, 95, 96, 101, 134, 135, 136, 153

ideološka usmerjenost, 24, 25

informacije, 4, 12, 17, 29, 31, 32, 33, 35, 42, 47, 81, 116, 117, 118, 120, 155

avtoselekcija, 34

negativne, 51

pomanjkljive, 28, 33

Iyengar, Shanto, 51

J

Janković, Zoran, 35, 41, 46, 48, 71, 72, 74, 75, 76, 77, 80, 94, 108, 110, 111, 114, 120, 126, 127, 129, 130, 131, 132, 134, 135, 146, 148, 152, 153

Janša, Janez, 35, 72, 73

javnomenjska anketa, 12, 13, 14, 16, 18, 19, 20, 21, 35, 37, 59, 75, 76, 77, 83, 84, 86, 114, 129, 130, 131, 142, 143, 144, 145, 152

Javornik, Jože Joc, 74, 75

Jazbinšek, Miha, 73, 75, 76, 77, 127, 131

Johnson, Burke R., 60, 61, 62, 63, 65, 67, 68, 79

K

kandidati, 4, 13, 15, 30, 33, 34, 35, 37, 40, 45, 46, 47, 49, 71, 72, 74, 75, 76, 77, 80, 81, 82, 88, 89, 90, 92, 93, 95, 96, 101, 105, 113, 114, 117, 118, 127, 128, 129, 130, 132, 133, 134, 136, 137, 140, 141, 142, 147

neodvisni, 94

nestrankarski, 14, 24, 48, 81, 90, 137

Kang, Won-Taek, 146

Kiewiet, Roderick D., 41

Kinder, Donald R., 41

kognitivne bližnjice, 4, 28, 44, 145

kombinirani pristop, 21, 22, 58, 60

komplementarna uporaba metod, 18, 21, 22

konstruktivizem, 59

Kosmidis, Spyros, 13, 154

kriza

- ekonomska, 26, 81

- gospodarska, 26, 46, 57, 76, 150

Kropivnik, Samo, 12, 26, 46

Krueger, Richard A., 106

Kucler Dolinar, Mojca, 73, 75, 77, 127

Kukovič, Simona, 48, 77

Kurdija, Slavko, 26, 154

kvalitativni pristop, 5, 13, 17, 19, 21, 22, 58,

- 59, 60, 62, 64, 77, 79, 105, 107, 108, 113,

- 120, 122, 123, 130, 137, 150, 152, 155, 156

kvantitativni pristop, 5, 13, 17, 18, 22, 58, 59,

- 60, 62, 77, 79, 105, 106, 108, 155

L

Lane, Robert E., 59
Lanoue, David J., 146
Lau, Richard R., 44
Lavrič, Miran, 31
LDS- Liberalna demokracija Slovenije, 35, 42,
46, 47, 71, 72, 73, 94
Lesar, Janez, 74, 75
Lijphart, Arend, 57
Lista za čisto pitno vodo, 75
Listhaug, Ola, 43, 110
Lobe, Bojana, 60, 61, 62
Lodge, Milton, 51

M

Majc, Miha, 74, 75
Mazej Kukovič, Zofija, 72, 75, 76, 77, 117,
127, 131
Mediana, 76, 86
mediji, 24, 25, 26, 37, 44, 45, 46, 47, 75, 76,
77, 114, 115, 118, 120, 129, 130, 132, 136,
142, 152
mešane metode, 6, 21, 58, 60, 61, 62, 63, 64,
65, 66, 67, 71, 79
metodološki pluralizem, 61
michiganski model, 4, 23, 28, 38, 53
lijak vzročnosti, 23, 24
Mihelj, Vlado, 152, 154
Miller, William L., 29, 53
množični mediji, 12, 24, 25, 52, 117
modeli volilnega odločanja, 17, 23, 27, 28, 34
Möderndorfer, Tjaša, 75
modernizacija, 23, 25
Mrzel, Maja, 62, 79
Musek, Janek, 28, 43, 49
Myers, David J., 13, 15, 16, 17, 48, 98

N

naklonjenost voditeljem, 26, 46
namensko vzorčenje, 79
Naprej Slovenija, 75
NSi- Nova Slovenija- krščanski demokrati, 41,
73

O

Onwuegbuzie, Anthony J., 60, 63, 65, 67, 68,
79

osebne značilnosti, 13
politikov, 47, 53, 106, 137, 138, 139
volivcev, 49
ovrednotenje kandidatov, 23, 24, 44, 45, 50

P

Pahor, Borut, 26, 71
panelna raziskava, 20
paradigma, 21, 60, 61
interpretativna, 59
pozitivistična, 58
Pečjak, Vid, 12, 19, 26, 29, 47, 127
personalizacija politike, 5, 26, 27, 45, 47, 48
Peterle, Lojze, 73
Petrocik, John R., 40
Plano Clark, Vicki L., 61, 62, 65, 66, 79
Politbarometer, 87, 98
politična participacija, 5, 27, 81, 83, 88, 112,
156
politične preference, 23, 28
politične stranke, 5, 12, 13, 15, 16, 17, 32, 35,
37, 40, 46, 75, 81, 87, 89, 90, 134, 137
nove, 4, 14, 24, 26, 30, 46, 48, 54, 117
tradicionalne, 24, 54
politične, aktualne teme, 13, 17, 23, 25, 26, 38,
119
lastništvo nad temo, 39, 40, 41
zahtevnost teme, 40
politično okolje
dvostrankarsko, 29
evropsko, 29
večstrankarsko, 30
ZDA, 29
POP TV, 77
Potočnik, Nataša, 23, 24, 110
Potočnik, Vika, 110
potrošniški model odločanja, 51
pozitivizem, 58, 59
pragmatizem, 22, 60, 61, 64
predvolilno obdobje, 5, 16, 18, 22, 47
preferenčni kandidat, 82
pričakovani zmagovalec volitev, 82, 113, 130,
131
prospektivni vidik, 42, 77
PS- Pozitivna Slovenija, 35, 46, 48
psihološki model odločanja, 28

- Q
- Quattrone, George A., 36
- R
- racionalno delovanje, 31
- racionalnost, 30, 31, 32, 33, 47
- objektivna, 31
 - omejena, 44
 - subjektivna, 31
- raziskovalni načrt, 6, 20, 22, 61, 62, 64, 65, 66, 67, 77, 78, 79, 107, 156
- eksplanatorni zaporedni, 66
 - eksploratorni zaporedni, 66
 - iniciacijski, 67
 - komplementarni, 67, 78
 - konvergentni vzporedni, 66
 - osnovni zaporedni*, 79
 - pojasnjevalni. glej eksplanatorni zaporedni razširjeni, 67
 - razvojni, 67, 78
 - transformativni, 66
 - umeščeni, 66
 - večfazni načrt, 66
- raziskovalni proces, 63
- razredna pripadnost, 23
- razvrščanje v skupine, 5, 6, 13, 17, 18, 19, 21, 22, 79, 98, 99, 101, 102, 153, 154, 155
- realizacija vzorca, 84
- Redlawsk, David P., 33, 44
- retrospektivni vidik, 42, 77, 113
- retrospektivno ovrednotenje, 5, 6, 17, 19, 26, 43, 80, 108, 130
- Riker, William H., 58
- Robertson, David B., 40
- RTV SLO, 76, 77
- S
- Salecl, Renata, 127, 164
- SD- Socialni demokrati, 35, 71, 73, 75
- SDS- Slovenska demokratska stranka, 35, 45, 72, 75
- segmenti neodločenih, 98, 108, 114, 115, 153, 154
- informirani kritiki, 5, 103, 104, 108, 109, 111, 112, 113, 115, 116, 117, 118, 120, 121, 122, 124, 125, 126, 128, 129, 131, 132, 133, 136, 139, 141, 142, 144, 147, 148, 149, 154, 155, 157
 - negotovi skeptiki, 5, 103, 104, 108, 112, 113, 115, 117, 120, 122, 124, 125, 126, 128, 129, 131, 132, 133, 136, 139, 141, 143, 144, 147, 149, 154, 155, 157
 - površni taktiki, 5, 103, 104, 108, 109, 112, 113, 117, 119, 120, 121, 122, 124, 125, 126, 128, 129, 131, 133, 135, 139, 141, 143, 144, 145, 147, 148, 149, 154, 155, 157
 - razočarani pasivneži, 5, 103, 104, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 124, 125, 126, 128, 129, 131, 132, 133, 135, 136, 138, 139, 141, 142, 143, 144, 145, 147, 148, 149, 150, 154, 155, 156, 157
- sekularizacija, 23
- Simon, Adam F., 51
- Simon, Herbert A., 28, 44
- SLS- Slovenska ljudska stranka, 41, 46, 73, 75
- SMC- Stranka modernega centra, 45, 48
- socializacijski procesi, 28, 30
- Socialna liberalna stranka, 75
- socialno demografske značilnosti, 27, 83
- sociološki model volilnega odločanja, 28
- soočenje kandidatov, 26, 77, 106
- stališča, 48, 49, 82
- polarizacija, 34
 - politična, 26, 27
 - volivcev, 39
- stališčno pogojena volilna izbira. Glejte glasovanje: problemsko*
- Stephenson, Laura B., 23, 27, 34, 35, 39, 41, 44, 50, 51
- Stokes, Donald E., 38, 54
- Stranka slovenskega naroda, 75
- strankarska pripadnost, 4, 12, 14, 17, 24, 26, 28, 44, 50, 55, 137
- SU- Slovenska unija, 75
- Sutton, Ida L., 63
- Š
- študija primera, 6, 18, 19, 71, 152
- T
- Tashakkori, Abbas, 59, 60, 61, 62, 65

Teddlie, Charles, 59, 60, 61, 62, 65
Tekavčič, Metka, 73, 75, 77
telefonska raziskava, 20, 77
telefonsko anketiranje, 77, 84
teorija racionalne izbire, 4, 26, 28, 31, 32, 33,
34, 39, 116, 153
Thomassen, Jacques, 24, 25, 29, 44, 55
Tiran, Jernej, 152
Toplak, Jurij, 35
Toš, Niko, 83, 87
Tversky, Amos, 36

V

Van der Brug, Wouter, 13, 15, 41, 42, 51, 154,
165
van Wijnen, Pieter, 39, 40
večmetodni pristop, 6, 18, 71, 154, 155
verska pripadnost, 23, 25
Vesel Valentinčič, Meta, 73, 75
Virant, Gregor, 46
volilna abstinenca, 4, 12, 35, 36, 54, 57, 59, 82,
114, 130, 146, 157
volilna izbira, 4, 6, 12, 13, 14, 15, 17, 20, 22,
23, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 33, 35, 38, 69, 71,
98, 111, 142, 145
alternativna, 4, 7, 14, 15, 32, 33, 34, 153
optimalna, 28, 32, 33, 39
racionalna, 31, 32, 33, 34, 37, 41
strateška, 37
volilna kampanja, 13, 14, 16, 19, 22, 23, 24,
26, 32, 34, 35, 40, 45, 47, 49, 50, 51, 52, 59,
71, 72, 74, 75, 77, 81, 105, 113, 114, 118,
119, 133, 152, 153
individualizirana, 26
učinki, 51
vsebina, 51
volilna odločitev, 4, 6, 12, 13, 14, 15, 16, 17,
18, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 34,
37, 43, 60, 143, 152, 153
hipna, 15, 43, 145
intuitivna, 145
racionalna, 4, 12, 30, 37
volilna opravila, 77
volilna sprememba, 28, 33, 51, 52, 53, 54
volilna stabilnost, 4, 29, 30
volilna udeležba, 4, 5, 6, 14, 16, 22, 24, 36, 55,
56, 57, 72, 74, 81, 82, 83, 86, 88, 89, 91, 92,
95, 96, 105, 106, 108, 109, 111, 121, 122,
123, 133, 135, 149, 152, 153, 154, 155, 156,
157
volilni program, 12, 13, 30, 43, 48, 53, 72, 73,
74, 83, 140, 152
volilni sistem
proporcionalni, 35
volilno obdobje, 4, 24, 98
volilno telo, 4, 5, 6, 12, 14, 16, 17, 18, 20, 21,
27, 29, 45, 49, 52, 88, 98, 113, 115, 153,
154, 156
volilno vedenje, 4, 5, 6, 12, 16, 18, 19, 20, 21,
22, 23, 26, 27, 28, 30, 49, 82, 99, 138, 149,
152, 154
volitve, 4, 6, 28, 29, 32, 35, 36, 37, 47, 57, 71,
72, 75, 76, 90, 106, 108, 111, 112, 116, 117,
119, 122, 123, 134, 142, 156
državnozbornske, 4, 26, 35, 42, 45, 46, 57,
71, 106, 120
evropske, 26, 45, 57
kompetitivne narave, 15, 82, 129
lokalne, 4, 5, 6, 15, 18, 19, 21, 22, 26, 35,
36, 45, 48, 56, 57, 69, 71, 72, 73, 74, 76,
81, 84, 88, 89, 93, 94, 106, 108, 112, 113,
115, 116, 117, 119, 120, 122, 127, 134,
152, 154, 156
nekompetitivne narave, 130, 152
predsedniške, 4, 5, 20, 26, 35, 45
volivci, 6, 12, 14, 28, 30, 34, 36, 37, 42, 46,
47, 51, 54, 119, 153
apatični, 14, 113
brezbrižneži, 17
desno-usmerjeni, 49
iracionalni, 33
kot potrošniki, 50
levo-usmerjeni, 49
negotovi, 32, 116, 122
neodločeni, 4, 6, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18,
19, 20, 21, 22, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 33,
34, 37, 55, 59, 69, 71, 75, 76, 78, 79, 80,
81, 82, 83, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93,
94, 97, 98, 102, 105, 106, 107, 108, 109,
115, 116, 117, 119, 122, 129, 130, 134,
136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 153,
154, 155
neodločeni brez preference, 91, 92, 93, 94,
97
neodločeni s preferenco, 91, 92, 93, 94, 97
neopredeljeni, 13

odločeni, 19, 81, 86, 88, 90, 91, 92, 93, 94,
95, 97, 98
opredeljeni, 20
pragmatični, 17
prepričani, 32
problemski, 39
prospektivni, 42
racionalni, 27, 32, 41
retrospektivni, 42
strateški, 5, 17, 36, 37, 81, 120, 122, 135,
149
volilni abstinenti, 4, 5, 13, 16, 83, 86, 104,
122, 132, 146, 150, 152, 155, 157
zanesljivi, 13, 81
zvesti, 32
vrednote, 27, 39, 151
Vreg, France, 13, 14, 35, 47, 48, 51, 55

W

Warpit, 84
Weber, Max, 31

X

Xezonakis, Georgios, 13, 154

Z

ZAB- Zavezništvo Alenke Bratušek, 48
Zaller, John, 51
Zares- nova politika, 46, 71, 73, 75, 172
Zatler, Roman, 12, 26, 46
Zeleni Slovenije, 73, 75
Zimbardo, Philip G., 44, 45, 47, 49, 140

Ž

Žagar, Janez, 73, 75
župan, 71, 72, 119, 133

Priloge

Priloga A: Vprašalnik

q1 Kako bi v splošnem ocenili razmere v Ljubljani v zadnjih štirih letih? Ali gredo stvari v Ljubljani na bolje, na slabše, ali menite, da se ni nič spremenilo?

- 1 na slabše
- 2 nič se ni spremenilo
- 3 na bolje

q2 10. oktobra bodo potekale Lokalne volitve. Ali ste se vi osebno že dokončno odločili, koga boste oz. bi volili za mesto župana Mestne občine Ljubljana ali ne?

- 1 da
- 2 ne

ANK: spontan priklic, NE beri. Označi vse, katerih se spomni.

q3 V medijih so že bili objavljeni kandidati, ki se v Ljubljani potegujejo za mesto župana ... Mi lahko naštejete vse kandidate, za katere veste oziroma ste slišali, da kandidirajo za župana Ljubljane?

- 1 Jože Drnovšek
- 2 Miha Majc
- 3 Marko Mitja Feguš
- 4 Milan Hosta
- 5 Zoran Janković
- 6 Jože Joc Javornik
- 7 Miha Jazbinšek
- 8 Mojca Kucler Dolinar
- 9 Janez Lesar
- 10 Zofija Mazej Kukovič
- 11 Metka Tekavčič
- 12 Meta Vesel Valentinčič
- 13 Janez Žagar
- 14 ne vem, se ne spomnim
- 15 drugo:

ANK: ne beri strank, lahko poveš, če vpraša.

q4 Sedaj vam bom naštel/a kandidate za župana oz. županjo, vi pa mi prosim za vsakega povejte ali ga oz. jo poznate, ste že slišali zanj/zanjo ali ne.

	da, poznam	ne, ne poznam
1 Jože Drnovšek- Naprej Slovenija	1	2
2 Miha Majc- Stranka Slovenskega naroda	1	2
3 Marko Mitja Feguš- Lista za čisto pitno vodo	1	2
4 Milan Hosta- Zares	1	2

5 Zoran Jankovič- neodvisni kandidat	1	2
6 Jože Joc Javornik- Slovenska unija	1	2
7 Miha Jazbinšek- Zeleni Slovenije	1	2
8 Mojca Kucler Dolinar- Nsi	1	2
9 Janez Lesar- Socialna liberalna stranka	1	2
10 Zofija Mazej Kukovič-SDS	1	2
11 Metka Tekavčič- SD	1	2
12 Meta Vesel Valentinčič- DeSUS	1	2
13 Janez Žagar- SLS	1	2

\$q2==1

ANK: ne beri..

q5 Dejali ste, da ste že sprejeli odločitev o tem, koga boste volili za župana, mi lahko poveste, komu boste zaupali svoj glas?

- 1 Jože Drnovšek- Naprej Slovenija
 - 2 Miha Majc- Stranka Slovenskega naroda
 - 3 Marko Mitja Feguš- Lista za čisto pitno vodo
 - 4 Milan Hosta- Zares
 - 5 Zoran Jankovič- neodvisni kandidat
 - 6 Jože Joc Javornik- Slovenska unija
 - 7 Miha Jazbinšek- Zeleni Slovenije
 - 8 Mojca Kucler- Dolinar -Nsi
 - 9 Janez Lesar- Socialna liberalna stranka
 - 10 Zofija Mazej- Kukovič -SDS
 - 11 Metka Tekavčič- SD
 - 12 Meta Vesel Valentinčič- DeSUS
 - 13 Janez Žagar- SLS
 - 14 ne vem
 - 15 ne povem, ne želim odgovoriti
 - 16 drugo
-

\$q2==2

ANK: NE beri.

Tudi, če pravi, da se volitev ne bo udeležil, naj oceni, kdo mu je najbližje ...

q5a Dejali ste, da še niste sprejeli odločitve o tem, komu bi zaupali svoj glas. Kdo izmed kandidatov pa vam je najbližji, najbližja?

- 1 Jože Drnovšek- Naprej Slovenija
- 2 Miha Majc- Stranka Slovenskega naroda
- 3 Marko Mitja Feguš- Lista za čisto pitno vodo
- 4 Milan Hosta- Zares
- 5 Zoran Jankovič- neodvisni kandidat
- 6 Jože Joc Javornik- Slovenska unija
- 7 Miha Jazbinšek- Zeleni Slovenije

- 8 Mojca Kucler Dolinar– Nsi
- 9 Janez Lesar- Socialna liberalna stranka
- 10 Zofija Mazej Kukovič– SDS
- 11 Metka Tekavčič- SD
- 12 Meta Vesel Valentinčič- DeSUS
- 13 Janez Žagar- SLS
- 14 ne vem
- 15 ne povem, ne želim odgovoriti
- 16 drugo:

ANK: NE beri

q6 Ne glede na to, ali že veste, koga boste volili ali ne, kdo bo po vašem mnenju izvoljen za župana Ljubljane:

- 1 Jože Drnovšek
- 2 Miha Majc
- 3 Marko Mitja Feguš
- 4 Milan Hosta
- 5 Zoran Janković
- 6 Jože Joc Javornik
- 7 Miha Jazbinšek
- 8 Mojca Kucler Dolinar
- 9 Janez Lesar
- 10 Zofija Mazej Kukovič
- 11 Metka Tekavčič
- 12 Meta Vesel Valentinčič
- 13 Janez Žagar
- 14 ne vem
- 15 drugo:

q7 Kolikšna pa bo po vašem mnenju razlika med izvoljenim in drugouvrščenim kandidatom za župana? Bo po vaši oceni ...

- 1 zelo majhna
- 2 majhna
- 3 niti majhna niti velika
- 4 velika
- 5 zelo velika
- 6 ne vem, težko ocenim

ANK: BERI

q8 Nekateri ljudje se volitev udeležijo, nekateri pa ne. Kaj pa vi, kako verjetno se vi osebno nameravate udeležiti letošnjih lokalnih volitev ...

- 1 zagotovo ne
- 2 verjetno ne
- 3 mogoče

4 verjetno da
5 zanesljivo da

q9 V kolikšni meri se zanimate za lokalne volitve, ocenite na lestvici od 1 do 5, 1 pomeni, da se sploh ne zanimate za lokalne volitve in 5, da se zelo zanimate.

1 sploh se ne zanimam
2 ne zanimam se
3 niti zanimam niti ne zanimam
4 zanimam se
5 zelo se zanimam

ANK: beri!

q10 Tekom zadnjega tedna, koliko pozornosti bi rekli, da ste namenili prihajajočim lokalnim volitvam ...

1 zelo veliko
2 kar precej
3 nekoliko
4 le malo
5 čisto nič

q11 Ali ste se v zadnjih dveh dneh s kom pogovarjali o volilni kampanji oziroma lokalnih volitvah ali ne?

1 da
2 ne

q12 Mislite, da se boste do volitev s prijatelji ali bližnjimi sorodniki zelo veliko, kar precej, nekoliko, le malo ali čisto nič pogovarjali o kandidatih za župana.

1 zelo veliko
2 kar precej
3 nekoliko
4 le malo
5 čisto nič

ANK: naj oceni, tudi če se volitev ne namerava udeležiti ... v primeru, da bi se odločal ...

q13 Kako bi rekli, da na splošno pridete do različnih informacij na podlagi katerih se odločate o tem, koga boste volili. Ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni zelo težko, 5 pa zelo lahko.

1 zelo težko
2 težko
3 niti težko niti lahko
4 lahko
5 zelo lahko

ANK: BERI!

Če spremlja na več medijih, naj oceni porabljen čas za vse skupaj.

q14 Koliko časa na običajen dan namenite spremljanju vsebin s politično tematiko oziroma tematiko o aktualnih dogodkih na radiu, televiziji, časopisu ali internetu ...

- 1 sploh nič
- 2 manj kot pol ure
- 3 od pol ure do 1 ure
- 4 med 1-2 ure
- 5 med 2-3 ure
- 6 več kot 3 ure
- 7 ne vem, ne morem oceniti

q15 V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami, ocenite na lestvici od 1 do 5, 1 pomeni, da se sploh ne strinjate in 5, da se močno strinjate.

	sploh se ne strinjam	ne strinjam se	niti niti	strinjam se	močno se strinjam
1 Pomembno je voliti, tudi če moj kandidat ali stranka nimata možnosti za zmago.	1	2	3	4	5
2 Kdorkoli zmagata na volitvah, se nič ne bo spremenilo.	1	2	3	4	5
3 Dolžnost vsakega občana je, da voli.	1	2	3	4	5
4 Toliko ljudi voli, da moj glas komaj kaj šteje.	1	2	3	4	5
5 Kandidati so pripravljene reči, obljubiti vse, le da bi zmagali.	1	2	3	4	5
6 Vseeno mi je, kdo zmagata na volitvah.	1	2	3	4	5
7 Na volitvah izberem najljubšega kandidata, čeprav ta morda nima možnosti za zmago.	1	2	3	4	5
8 Ko se odločam, koga bom volil, upoštevam tudi objavljene rezultate javnomnenjskih anket.	1	2	3	4	5
9 Pred volitvami se o izbiri kandidata posvetujem z bližnjimi.	1	2	3	4	5
10 Preden se odločim, koga bom volil, se pozanimam o programih vseh oziroma večine kandidatov.	1	2	3	4	5
11 Ko se odločam, koga bom volil, razmišljam le o kandidatih, ki imajo največ možnosti za zmago.	1	2	3	4	5
12 Pomembno je, da ima župan podobne politične poglede kot jaz.	1	2	3	4	5
13 Pri izbiri kandidata mi je najpomembnejša njegova osebnost kot taka.	1	2	3	4	5

14 Pri izbiri kandidata mi je bolj kot politična usmerjenost pomembna njegova sposobnost. 1 2 3 4 5

q16 V kolikšni meri se na splošno zanimate za politiko, ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni, da se sploh ne zanimate in 5, da se zelo zanimate?

- 1 sploh se ne zanimam
 - 2 ne zanimam se
 - 3 niti zanimam niti ne zanimam
 - 4 zanimam se
 - 5 zelo se zanimam
-

q17 Ali običajno zase mislite, da ste blizu kakšni politični stranki?

- 1 Da
 - 2 Ne
 - 3 Ne vem
-

q18 V kolikšni meri se strinjate z naslednjo trditvijo:

Med obstoječimi strankami se zlahka opredelim za tisto, ki ustreza mojim pogledom in interesom.

Ocenite na lestvici od 1 do 5, 1 pomeni, da se sploh ne strinjate in 5, da se močno strinjate.

- 1 sploh se ne strinjam
 - 2 ne strinjam se
 - 3 niti strinjam niti ne strinjam
 - 4 strinjam se
 - 5 močno se strinjam
-

q19 V politiki ljudje pogosto govorijo o levici in desnici. Kam bi vi uvrstili sebe na lestvici od 1 do 10, kjer 1 pomeni levico in 10 desnico?

	levo	2	3	4	5	6	7	8	9	desno
1 levo - desno	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

d1 Mi lahko za konec zaupate še vašo starost ...

1 starost v letih: 1

d2 Kakšna pa je vaša zadnja dokončana izobrazba ...

- 1 brez izobrazbe oz. nepopolna osnovna izobrazba
- 2 osnovna izobrazba (končana osnovna šola)
- 3 nižja poklicna ali srednja poklicna izobrazba (2 do 3 letna)
- 4 srednja strokovna ali srednja splošna izobrazba (4 letna)
- 5 višja izobrazba
- 6 visoka dodiplomska izobrazba
- 7 visoka podiplomska izobrazba
- 8 ne želim odgovoriti

d3 In vaš zaposlitveni status v tem trenutku ...

- 1 dijak, študent
- 2 zaposlen
- 3 samozaposlen (poklicna dejavnost, samostojni raziskovalec, kmet. ipd.)
- 4 nezaposlen
- 5 upokojenec
- 6 ne želim odgovoriti
- 8 drugo:

d4 Ali bi nam lahko zaupali, če ste verni (religiozni), ali ne?

- 1 sem veren
- 2 ne morem reči, ali sem veren ali ne
- 3 nisem veren
- 4 ne želim odgovoriti

ANK: beri

(veh virov pomeni: plača + ostali prilivi, npr. od kmetijstva, najemnine ...)

d5 Če seštejete osebne dohodke iz vseh virov, katera kategorija najbolj ustreza vašemu mesečnemu neto dohodku?

- 1 do 150 €
- 2 150 - 300 €
- 3 300 - 500 €
- 4 500 - 1000 €
- 5 1000 - 1500 €
- 6 1500 - 2000 €
- 7 2000 - 2500 €
- 8 več kot 2500 €
- 9 nimam lastnih dohodkov
- 10 ne želim odgovoriti

ANK: beri

d6 Kako pa vidite situacijo z dohodkom v vašem gospodinjstvu? Kateri od naslednjih opisov ji najbolj ustreza ...

- 1 brez težav se preživljamo
- 2 ravno še shajamo
- 3 le težko se preživljamo
- 4 izredno težko se preživljamo
- 5 ne želim odgovoriti

d7 Spol

- 1 moški
- 2 ženski

\$q2==2

ANK INFO:

- v tednu od 11.-16. oktobra, popoldne, v prostorih Episcentra, na Viču. Vprašaj kateri dan mu/ji najbolj odgovarja,
- poudariš, da gre za raziskovalni, znanstveni namen, za doktorsko disertacijo,
- želimo imeti tudi te, ki morda ne bodo šli na volitve, so prav tako zelo pomembni, tako kot tudi drugi, ki jim je to namenjeno,
- vse kar se bomo pogovarjali je zaupno, v rezultatih ne bo razkrita nikogaršnja identiteta,
- bo tudi kakšen prigrizek, kaj za popit,
- gre za fokusno skupino, diskusijo,
- več informacij dobijo naknadno.

f V tednu po lokalnih volitvah bomo v naši agenciji pripravili manjše srečanje, na katerem bo sodelovalo okrog 6 ljudi in na katerem se bomo v sproščenem vzdušju pogovarjali o predvolilnem dogajanju in volitvah. Radi bi vas povabili, da se tega srečanja udeležite tudi vi, bi bili pripravljene sodelovati?

- | | |
|----------------------|---|
| 1 Ime in priimek: | 1 |
| 2 Telefon: | 1 |
| 3 E-mail, če ga ima: | 1 |
| 4 Želen dan v tednu: | 1 |
-

Priloga B: Pearsonov koeficient korelacije med spremenljivkami za faktorsko analizo

		Vseeno mi je, kdo zmaga na volitvah	... se pozanimam o programih vseh oziroma večine kandidatov.	V kolikšni meri se na splošno zanimam za politiko?	Pred volitvami se o izbiri kandidata posvetujem z bližnjimi.	Pomembno je voliti, tudi če moj kandidat ali stranka nimata možnosti za zmago.	Kdorkoli zmaga na volitvah se nič ne bo spremenilo.	..., upoštevam tudi objavljene rezultate javnomnenjskih anket.	... razmišljam le o kandidatih, ki imajo največ možnosti za zmago.	Na volitvah izberem najljubšega kandidata, čeprav ta morda nima možnosti za zmago.	Pri izbiri kandidata mi je najpomembnejša njegova osebnost kot taka.	Pomembno je, da ima župan podobne politične poglede kot jaz.	... zlahka opredelim za tisto, ki ustreza mojim pogledom in interesom ..	Toliko ljudi voli, da moj glas komaj kaj šteje.
Vseeno mi je, kdo zmaga na volitvah.	Pearson Correlation	1	-,280**	-,303**	-,222**	-,198**	,218**	-,058	-,070	-,016	,010	-,069	-,203**	,120
...se pozanimam o programih vseh oziroma večine kandidatov	Pearson Correlation		1	,210**	,217**	,190**	-,111	,189**	,083	-,016	,122	,000	,143*	,101
V kolikšni meri se na splošno zanimam za politiko?	Pearson Correlation			1	,152*	,144*	-,109	,078	,150*	-,022	,116	,114	,310**	-,100
Pred volitvami se o izbiri kandidata posvetujem z bližnjimi.	Pearson Correlation				1	,132	-,096	,210**	,188**	,115	,176*	,183*	-,039	-,060
Pomembno je voliti, tudi če moj kandidat ali stranka nimata možnosti za zmago.	Pearson Correlation					1	-,113	-,141	,006	,196**	,109	,140	,147*	,000
Kdorkoli zmaga na volitvah, se nič ne bo spremenilo.	Pearson Correlation						1	-,018	,025	-,043	-,063	-,104	-,101	,200**
... upoštevam tudi objavljene rezultate javnomnenjskih anket.	Pearson Correlation							1	,389**	-,069	,044	,198**	,017	,047
... razmišljam le o kandidatih, ki imajo največ možnosti za zmago.	Pearson Correlation								1	-,023	,027	,097	,072	-,085
Na volitvah izberem najljubšega kandidata čeprav ta morda nima možnosti za zmago.	Pearson Correlation									1	,307**	,151*	-,065	-,055
Pri izbiri kandidata mi je najpomembnejša njegova osebnost kot taka.	Pearson Correlation										1	,112	,163*	,001
Pomembno je, da ima župan podobne politične poglede kot jaz.	Pearson Correlation											1	,141	,091
Med obstoječimi strankami se zlahka opredelim za tisto, ki ustreza mojim pogledom in interesom.	Pearson Correlation												1	,108
Toliko ljudi voli, da moj glas komaj kaj šteje.	Pearson Correlation													1

**Korelacija je značilna pri stopnji tveganja $p < 0,01$

*Korelacija je značilna pri stopnji tveganja $p < 0,05$