

UVODNE SOCIOLOŠKE NAPOMENE

Gordan ČRPIĆ, Zagreb

Ivan RIMAC, Zagreb

Rezultati istraživanja vjere i morala u Hrvatskoj, koje ćemo prezentirati u ovom broju Bogoslovske smotre, po prvi puta su, u Hrvatskoj, obrađeni uz primjenu multivarijantnih statističkih metoda. Kod nas je bilo parcijalnih istraživanja religije i religioznosti, na nekim posebnim populacijama, studentskoj, srednjoškolskoj, po pojedinim regijama¹, no ovako sveobuhvatnog istraživanja na cijeloj populaciji građana RH u području religije i morala, dosada nije bilo, pa je ovo vjerojatno baza, na koju će se referirati, korigirati i tragati za specifičnim, zanimljivim područjima buduća istraživanja ove problematike u Hrvatskoj.

Zašto ovakvih istraživanja nije bilo ranije? Postoji mnogo razloga za to, od klime za ovakav tip istraživanja u prošlom društveno-političkom sustavu, koja svakako nije bila afirmativna za sociologiju religije, pa do objektivnih tehničkih poteškoća, nepostojanja adekvatnih matematičko-statističkih paketa za obradu podataka, nedostupnosti računala. Kad su se stekli uvjeti za tehničku realizaciju ovakvog projekta, te pozitivna politička klima koja ih je omogućavala, Hrvatska se našla u vrtlogu turbulentnih događaja i istraživanja ove vrste nažalost opet nisu bila poduzeta.

No postojala je želja ljudi od struke da se takvo istraživanje provede uz primjenu adekvatnih socioloških metoda i standarda, te uz poštivanje i uzimanje u obzir specifičnosti naše situacije ovdje u Hrvatskoj².

¹ Usp. istraživanja koja su provodili Bahtijarević, Cifrić, Šundalić, Grubišić, Lažnjak, Devčić-Tičac, Vukoja-Črpić...

² Usp. E. ČIMIĆ, *Metodološki doseg istraživanja unutar sociologije religije u Hrvatskoj*, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Zagreb, 1991.; Š. BAHTIJAREVIĆ, Uvod, u: Š. BAHTIJAREVIĆ (ur.) *Prilozi izučavanju neredigioznosti i ateizma: zbornik*, IDIS, Zagreb, 1993.; D. MARJANOVIĆ-JEROLIMOV, Višedimenzionalni pristup istraživanju religioznosti: smjernice za istraživanja u Hrvatskoj, u: *Društvena istraživanja*, Zagreb 4 (1995). br. 6 (20), str. 837-851).

U izvođenju ovdje prezentiranog empirijskog istraživanja susreli su se po prvi puta zajedno na jednom istraživačkom projektu u Hrvatskoj teolozi, sociolozi i psiholozi. Koliko je plodan i konstruktivan bio taj susret, moći ćete procijeniti iz tekstova koji slijede.

Budući da je *Bogoslovska smotra* časopis namijenjen poglavito teološkom čitateljstvu, potrudili smo se pripremiti tekstove u formi koja će biti razumljiva potencijalnim čitateljima, no ujedno u njima je sadržan i minimum informacija relevantnih za sociologiju. To su razni pokazatelji povezanosti i razina značajnosti pojedinih veza. Nadamo se da vam te, nužne sociološke informacije, neće predstavljati problem u iščitavanju i razumijevanju naših radova. U ovom uvodu moći ćete dobiti kratke informacije o svim primijenjenim metodama i statističkim pokazateljima koji su korišteni u izradi ovih članaka, ali i informacije o nekim metodama koje ovom prilikom doduše nismo koristili, ali koje bi se mogle primijeniti na naše podatke i koje ćemo možda primijeniti mi, ili netko drugi u ovom časopisu.

Konceptualne napomene

U izradi teoretskog koncepta, odnosno u izradi idejnog nacrtu istraživanja, nametnula se već na prvom koraku dilema: je li uputno razvijati svoj vlastiti teoretski okvir, a onda i sociološki instrumentarij³ kojim će se moći dohvatiti, izmjeriti, pojedine nama zanimljive dimenzije, ili da jednostavno u Hrvatskoj provedemo na populaciji građana RH neko od istraživanja koje su reflektirala ovu problematiku na Zapadu, primjenjujući cjelokupan njihov instrumentarij?

Jedna i druga solucija imaju svojih prednosti i mana. Mi smo se ipak, iz više razloga odlučili za prvu, da sami razvijemo svoj teoretski koncept, a onda i adekvatan sociološki instrumentarij, kojim ćemo moći, ili barem pokušati, zahvatiti svu složenost religijskog fenomena, i to ovdje kod nas u Hrvatskoj.

Tom prilikom nismo naravno zanemarili istraživačka iskustva Zapada. U konceptualnom, a onda i u izvedbenom dijelu istraživanja posebno smo se koristili sljedećim studijama: P. Ester, L. Halman, R. de Moor, *The Individualizing Society: Value Change in Europe and North America*, Tilburg University Press, 1994.; V. Cesareo, R. Cipriani, F. Garelli, C. Lanzeti, G. Rovati, *La religiosità in Italia*, Milano, 1995.; P. M. Zulehner, H. Denz, *Wie Europa lebt und glaubt:*

³ Pod »sociološkim instrumentarijem« misli se ovdje na konstruiranje pitanja uz pomoć kojih ćemo moći »izmjeriti« stavove naših ispitanika o pojedinim, nama zanimljivim stvarnostima. Skup pitanja s pridruženim skalama na kojima se ispitanik može odrediti u odnosu na njih, konstruiranih tako da se iz odgovora ispitanika može odrediti njegov stav o promatranj problematici, čine sociološki instrument, instrument za mjerenje određenih pojava u društvu. Konstrukcija takvih instrumenata, koji će pouzdano mjeriti ono što nas zanima složen je postupak, kao što su složeni i fenomeni koji se pokušavaju izmjeriti tim instrumentima.

Europäische Wertestudie, Patmos Verlag Düsseldorf, 1993.; P. M. Zulehner, H. Denz, *Wie Europa lebt und glaubt: Europäische Wertestudie- Tabellenband*, Patmos, Wien, 1993.

U interpretaciji svojih rezultata komparirat ćemo, gdje to bude primjereno, naše rezultate s rezultatima dobivenim u navedenim studijama.

U perspektivi, i sami ćemo poduzeti objavljivanje jedne studije u obliku knjige, a objavljivanje rezultata ovim putem omogućit će široj teološkoj i sociološkoj zajednici da u međuvremenu, dok ne privedemo kraju sve analize i dok ne provedemo još dodatna empirijska istraživanja na odabranim populacijama, da koriste ove rezultate u svojim, kako pastoralno-teološkim, tako i u sociološko-istraživačkim projektima.

Na kraju ovog općeg uvoda treba napomenuti kako je u našem istraživanju, u vrijeme kad smo ga provodili (15. 11. 1997.–10. 01. 1998.), bilo 89,7% onih koji su se deklarirali kao »katolici«, pa se u našim opservacijama o religioznosti prije svega referiramo na »vjernike katolike«, jer oni čine pretežni dio ispitivane populacije. Kasnije ćemo vidjeti da je taj pojam »katolik« u ovom smislu složen i da se ne može tako jednostavno uzimati. No, 89,7% ispitanika deklariraju se kao »katolici«, pa i taj podatak treba uzeti u obzir, što smo mi i učinili u svojim interpretacijama.

Uzorak i način izbora ispitanika

Istraživanje je obuhvatilo punoljetno stanovništvo koje živi na prostoru Republike Hrvatske.

Uzorak domaćinstava Republike Hrvatske konstruiran je kao dvoetafni probabilistički uzorak. Republika Hrvatska je podijeljena na dvadeset i jednu regiju. Svaka od regija ima svoje geo-demografske i ekonomske specifičnosti koje je čine različitom od ostalih regija. Navedene regije obuhvaćaju mikroregije Hrvatske dobivenim multivarijantnom klasifikacijom općina.⁴ Broj ispitanika unutar regije određen je disproporcionalno tako da su manje regije u ukupnom uzorku bile prezastupljene, a veće podzastupljene. Time se u planu uzorka nastojalo svesti pogrešku procjena većine regija ispod 20 posto, što bi u konačnici, nakon računskog izravnjanja udjela regija, rezultiralo ukupno boljom procjenom cijelog uzorka.⁵ Lokacije anketiranja unutar regije izabrane su slučajnim izborom bez

⁴ RIMAC, I.; RIHTAR, S.; OLIVEIRA-ROCA, M. (1992.) Multivariate Classification of the County Districts (Communes) in Croatia as Possible Method for Regionalizing the Republic; *Društvena istraživanja*, VOL 1(No 1), pp. 87–100

⁵ Prema Central limit teoremu, i Gossetovoj distribuciji potrebno je što je to više moguće izbjegavati malene uzorke zbog njihove nepreciznosti u određenju parametara populacije. Stoga je veća korist oduzeti velikom subsegmentu uzorka i dodati malenom, nego li je gubitak nastao zbog disproporcije uzorka koja se naknadno mora korigirati računski. MINIMUM, E.W.; CLARKE, R.B. (1982.) *Elements of Statistical Reasoning*, Wiley, New York.

povrata, unutar kojeg je vjerojatnost izbora lokacije anketiranja bila proporcionalna broju stanovnika na toj lokaciji. Izbor domaćinstava na lokaciji anketiranja izvršen je slučajnim izborom s liste svih adresa u tom mjestu (lokaciji) anketiranja. Uz osnovni popis, anketari su dobili i dopunske adrese, birane na jednak način. Njima su zamjenjivali osnovne adrese u slučaju nepristajanja ispitanika na razgovor, nepostojanja adrese ili kojeg drugog razloga ometanja u realizaciji ankete.

Anketirana je po jedna osoba iz domaćinstva u dobi između 18 i 65 godina. Izbor ispitanika u domaćinstvu vršen je metodom Trol Dahla i Cartera⁶.

Planirana veličina uzorka u Republici Hrvatskoj iznosila je 1300 ispitanika.

Realizirani uzorak

Planirani uzorak realiziran je uz neznatna odstupanja s ukupno 1245 ispitanih osoba. Razlozi odstupanja u realizaciji uzrokovani su nesistematskim faktorima koje je nemoguće kontrolirati u terenskim uvjetima i nisu mogli značajnije utjecati na prirodu mjerenih pojava.

Ponderiranjem su uravnoteženi udjeli pojedinih regija u skupnim parametrima.

Zbog specifičnosti predmeta mjerenja, koji je socijalno determiniran, došlo je i do autoselekcije ispitanika koja je varirala od regije do regije. U usporedbi s populacijom, uzorak je sadržavao prevelik broj osoba višeg obrazovanja i iz starijih dobnih kontigenata.

Stoga su ova odstupanja računski korigirana (ponderirana), pa su odnosi zastupljenosti ispitanika po ovim kategorijama računski dovedeni na odnose kakvi su zabilježeni Popisom stanovništva 1991. Pri tome su u tablicama iskazane realne brojke broja ispitanika po pojedinom segmentu, dok su pogreške mjerenja izračunane na osnovi ponderiranog broja ispitanika.

Ukupna efektivna veličina uzorka nakon ponderiranja iznosila je 955 ispitanika.

Prikupljanje podataka

Istraživanje je provedeno metodom usmenog anketiranja u domaćinstvima. Upitnik se sastojao od 71 pitanja ili skale, koja zajedno s obilježjima lokacija anketiranja mjere ukupno 331 varijablu. Razgovor unutar jednog domaćinstva u prosjeku je trajao između 35 i 65 minuta.

⁶ TROLDAHL, C. V.; CARTER, R. E. (1964.) Random Selection of Respondents within Households in Phone Surveys; *Journal of Marketing Research*, No. 1, pp. 71-76

Istraživanje je provelo 95 stručno osposobljenih anketara vođenih i nadziranih od strane voditelja terena.

Anketari su kontaktirali osobe u domaćinstvima s popisa adresa. Razgovor je obavljen radnim danom u vremenu od 16 do 20 sati ili tijekom cijelog dana u vrijeme vikenda ili praznikom.

Rad anketara kontroliran je telefonskim i usmenim kontaktima s ispitanicima, prema listama adresa anketiranih osoba sastavljenim u vrijeme trajanja anketiranja. Svaki anketar je kontroliran u opsegu 5 do 10 posto obavljenih anketiranja.

Metode obrade podataka

U analizama podataka dobivenih anketom korišteni su vrlo raznovrsni postupci statističke obrade podataka, no svi su bili potpuno podređeni zadanim problemima. Statističke metode uporabljene u studiji mogu se podijeliti na one kojima se ispitivani fenomen nastojao što potpunije opisati te one kojima su se nastojale provjeriti određene hipoteze. Iz prve grupe metoda, tzv. deskriptivne statistike, korišteni su frekvencije, postoci, aritmetičke sredine, centralne vrijednosti i korelacije. Zbog općeprihvaćenosti navedenih indeksa nije ih potrebno iscrpnije opisivati i svaka knjiga elementarne statistike bit će dostatna za potpuno ovladavanje njihovim osobitostima. Između metoda inferencijalne statistike najčešće su u studiji uporabljane metode χ^2 i analize varijance.

Metodom χ^2 (hi kvadrata)⁷ testira se različitost neke teoretski očekivane i empirijski dobivene raspodjele učestalosti rezultata. U studiji je metoda korištena kako bi se detektirala eventualna različitost u rezultatima dobivenim unutar podkategorija nekih varijabli socijalnog statusa (npr. muškarci – žene) te nekih od dominantnih oblika ponašanja ili vjerovanja (npr. tip odnošenja prema pobačaju). Ukoliko su odstupanja jedne u odnosu na drugu raspodjelu takva da se ne mogu objasniti pogreškom mjerenja, χ^2 je statistički značajan i razlike u distribucijama se smatraju dokazanim, što znači da među podkategorijama postoje stvarne razlike u odgovorima. Ukoliko su pak razlike manje od onih koje bi se mogle očekivati uslijed pogreške mjerenja, ona se smatraju plodom slučajnosti i distribucije se mogu smatrati ekvivalentnima, što podrazumijeva podudarnost pojedinih podkategorija.

Metoda analize varijance testira pripadnost nekog skupa rezultata istoj matičnoj populaciji. U studiji je na više mjesta bilo potrebno usporediti rezultate ra-

⁷ Sve analize čestina pojavljivanja obavljene su na ponderiranim rezultatima, tako da postoci iskazani u tablicama vjerno odražavaju proporcije pojavljivanja u mjerenoj populaciji. Isto tako sve multivarijatne obrade podataka obuhvatile su ponderirane podatke.

zličitih grupa prema odgovorima na neko pitanje. Ukoliko se takvo pitanje moglo iskazati kao kontinuirana varijabla (npr. učestalost odlazaka na misu), analiza varijance bila je primjeren postupak za testiranje razlika među grupama. Ukoliko je F omjer izračunat na osnovu analize varijance statistički značajan, razlike između odgovora iskazanih u pojedinim grupama stvarno postoje. U suprotnom, smatraju se posljedicom pogreške mjerenja.

Pored statističkih metoda koje su u cijelosti opisnog odnosno inferencijalnog karaktera, u studiji su prisutni i različiti multivarijatni modeli i analize, koji su donekle hibridni po pristupu, pružajući istovremeno i mogućnost deskripcije i mogućnost zaključivanja. Ove složene matematičko statističke postupke opisat ćemo samo u glavnim odrednicama, kako bismo omogućili lakše snalaženje u tekstu.

Diskriminativna analiza je multivarijatni postupak kojim se traži maksimalno razlikovanje grupa ispitanika formiranih po određenom kriteriju, na temelju jedne ili više funkcija deriviranih iz većeg broja varijabli. Takva potreba javljala se na onim mjestima gdje smo nastojali proniknuti u prirodu razlika između pojedinih grupa naših ispitanika, npr. što u polju odnosa prema vjeri razlikuje ispitanike odrasle na selu od onih odraslih u manjem gradu ili onih odraslih u većem gradu, ili što razlikuje visokoobrazovane osobe od onih srednjeg ili nižeg obrazovanja kad su u pitanju moralna pitanja. Kao rezultat diskriminativne analize dobivaju se kanoničke korelacije koje pokazuju je li postignuto razlikovanje statistički značajno i ako jest, radi li se o velikoj ili maloj razlici.

Klaster analiza predstavlja multivarijatni statistički postupak kojim se ispitanice osobe opisane nizom pokazatelja (npr. raznim obilježjima načina vjerovanja) razvrstavaju u zadani broj grupa. Pri postupku razvrstavanja ispitanici se međusobno uspoređuju po sličnosti odgovora (izraženima nekim koeficijentom slaganja ili različitosti) i razvrstavaju u skupine sličnih individua. Konačni produkt analize je opis novonastalih grupa sličnih pojedinaca u pogledu brojnosti i prosjeka na varijablama po kojima su grupe bile formirane.

Metoda faktorske analize je multivarijatni postupak koji se temelji na korelacijskoj analizi većeg broja pokazatelja i sastoji se u njihovom sažimanju na manji broj hijerarhijski nadređenih kategorija. To znači da se iz velikog mnoštva pojavnih indikatora izlučuje manji broj općenitijih, umjetno stvorenih varijabli, tzv. faktora koji ih opisuju uz veću dozu znanstvene jednostavnosti. Faktorska analiza je stoga korištena na mjestima gdje smo nastojali veći broj odgovora što se odnosio na isto područje (npr. povjerenje u različite medije masovnog komuniciranja) svesti na manji broj substancijalnijih konstrukata (npr. opće povjerenje u medije).

Regresijska analiza je multivarijatni postupak kojim se traži maksimalna korelacija jedne varijable-kriterija s optimalno ponderiranom linearnom kombi-

nacijom nekog skupa varijabli-prediktora (pri čemu u stupnjevitij ili stepwise metodi neki statistički neznčajni prediktori mogu potpuno izostati iz konačne jednadžbe). Metoda omogućuje predviđanje jedne varijable na temelju poznavanja niza drugih. Primjerice ukoliko su nam poznati elementi ključni za čestinu odlazaka na misu (ilustracije radi, neka to budu obrazovni status i dob) tada mi za neku osobu, poznavajući njenu razinu obrazovanja i dob, možemo zaključiti hoće li ona ići na misu ili ne. Konačni produkt regresijske analize je koeficijent multiple korelacije koji kazuje kolika je stvarna povezanost nekog skupa prediktora i kriterija.

Značenje upotrebljenih statističkih pokazatelja

U interpretacijama naveli smo, kao što je prethodno rečeno, potrebne statističke pokazatelje, kako bi interpretacije bile legitimne, u sociološkom smislu. Ovom prilikom navest ćemo, okvirno, značenja navedenih statističkih pokazatelja.

postoci – prilikom iznošenja postotaka, ponekad smo, zbog lakšeg razumijevanja teksta i manje opterećenosti brojkama, »zbrajali« kategorije »uopće se ne slažem« i »ne slažem se« u »pretežno se ne slažem«, te kategorije »slažem se« i »potpuno se slažem« u »pretežno se slažem«. Ovo je na primijenjenim skalama metodološki korektno, a omogućuje bolji pregled dobivenih rezultata. Oni koje zanima preciznija raspodjela postotaka u tom smislu, mogu se o njoj sami informirati u priloženim tablicama.

mean (M) – ovdje je riječ o »aritmetičkoj sredini«, »srednjoj«, ili »prosječnoj« vrijednosti rezultata. Naše skale većinom su zbog lakše razumljivosti za ispitanike standardizirane na pet stupnjeva, pa se srednja vrijednost⁸ izračunava u rasponu 1–5. Razumijevanje rezultata je sljedeće: Ukoliko je rezultat bliži broju jedan, onda se ispitanici manje slažu s navedenom tvrdnjom, a ako je bliži broju pet, više.⁹ Ovo vrijedi za frekvencijsku analizu (postotke). Kod složenijih korištenih analiza, primjerice *analize varijance*, smisao aritmetičke sredine ostaje isti, ali se izračunava po drugoj logici, primjerenoj određenoj korištenoj analizi.

korelacija – korelacije se kreću u rasponu od -1 preko 0 do 1 . Korelacija nula predstavlja situaciju kad ne postoji nikakva povezanost između dvije pojave. Korelacija -1 značila bi maksimalnu negativnu povezanost, a 1 maksimalnu

⁸ Ukoliko se ista računa, jer na nekim varijablama ona nije primjeren pokazatelj kretanja neke veličine.

⁹ U istraživanju smo koristili i skale s četiri stupnja. Logika razumijevanja rezultata je ista, samo što se izračunava u rasponu 1–4.

pozitivnu povezanost.¹⁰ U društvenim znanostima korelacije su mnogo niže i upućuju na neke pozitivne, ili negativne povezanosti s određenim promatranim varijablama.

kontrast – uz pomoć jednostavnog znaka relacije veće od ili manje od označili smo koje se grupe, s obzirom na koja obilježja međusobno razlikuju i u kojem smjeru.

značajnost – ovaj nam podatak pokazuje s kojom vjerojatnošću možemo tvrditi da je neka dobivena veza ili razlika značajna tj. različita od slučajnog variranja. Razina rizika kojom se operira u društvenim istraživanjima je najčešće 5%, odnosno 0.05. To znači da s 95% vjerojatnošću možemo tvrditi da dobiveni nalaz stoji i da nije proizašao kao posljedica slučajnih varijacija pojave. Razina značajnosti može biti i manja od 0.05, primjerice 0.01, što znači da vjerojatnost da je naša relacija postojeća iznosi 99%.

¹⁰ Negativna povezanost najčešće je rezultat tvrdnji koji negiraju neki princip koji se u drugoj tvrdnji afirmira, te se stoga radi samo o izvrtnju skale. Npr. tvrdnja 'ja sam za abortus' i tvrdnja 'ja sam protiv abortusa' su najčešće u maksimalnoj negativnoj korelaciji jer se ispitanik dosljedno izražavajući svoj stav npr. u prvoj tvrdnji ne slaže, a u drugoj slaže, tj. jednom afirmira a jednom negira tvrdnju. Radi se ponajprije o tehničkoj inverziji skale koja je najlakše misaono izvediva ako se riječ NE doda pred tvrdnju koja negativno korelira.