

# Effects of the 2008 Obama Presidential Campaign on White Racial Prejudice

Vulević Lazar 62/17

# Sažetak

- ▶ Obamina kampanja bila je fokusirana na to kako predrasude koje gaji bjelačka rasa utiču na izbor glasanja.
- ▶ Goldman, autor ovog teksta testirao je teoriju o tome koliko je masovna javna izloženost Obame uticala na rasne predrasude. To je ujedno bilo i prvo istraživanje za procjenu uticaja izloženosti Obame na pojedinačne promjene na nivou predrasuda korišćenjem panel podataka.
- ▶ Veliki broj pojavljivanja porodice Obama tokom kampanje za predsjedničke izbore 2008. godine doveo je do suprotstavljanja negativnim rasnim stereotipima i promijenio se balans primjera crne rase u masovnim medijima u pozitivan smjer, smanjujući predrasude pred gledaocima političkih programa.
- ▶ Broj pojavljivanja Obame u javnosti uzrokovalo je najveća smanjenja predrasuda među pristalicama MekeKejna, republikancima i konzervativcima.

- ▶ Konzervativističko gledanje na crnce je bilo negativno i niko nije očekivao da će Obamina izloženost totalno promijeniti percepciju crne rase.
- ▶ Politikolozi su proučavali kako rasne predrasude utiču na glasove bijelaca. Pri tome stručnjaci predviđaju činjenicu da je kampanja iz 2008. sadržavala mjesec cjelokupnog pokrivanja Obame i njegove porodice što se odlučno protivilo negativnim stereotipima koje povezuju crnce sa lijenošću, kriminalom i porodicama bez oca - čak i u pokrivanju koje potiče iz izvora ideologiški suprotsavljenih Obaminoj kandidaturi.
- ▶ Kampanja 2008. tako pruža priliku za traženje dokaza o posredovanom međugrupnom kontaktu - Pojava po kojoj mediji predstavljaju tačku virtuelnog kontakta između članova ingrupa i outgrupa, a smanjivanje predrasuda na način sličan kontaktu licem u lice.
- ▶ Koristeći tri talasa prikupljenih podataka iz nacionalno reprezentativnih panela tokom kampanje, Goldman je pokazao da je Obamina kampanja urodila plodom i da je značajno smanjen broj rasnih predrasuda.
- ▶ U periodu između jula 2008. i januara 2009., “Obama efekat” smanjuje rasne predrasude u stopi koja je makar pet puta brža nego sekularni trend opadanja u predrasudama koje se dešavaju u SAD-u tokom prošle dvije decenije.

- ▶ Ovaj snažni dizajn temeljno dokumentuje ove efekte toliko dobro koliko i istraživanje mehanizma uticaja.
- ▶ Izloženost Obame imalo je najveći uticaj na MekKejnovne pristalice. Obama se suprotstavio njihovim očekivanjima crnaca mnogo više nego među liberalima koji su imali mnogo više pozitivnih viđenja crnaca.
- ▶ Na kraju, čak i izloženost konzervativnim programima koji kritikuju Obaminu politiku smanjila je predrasude među gledaocima zbog toga što ovi programi nenamjerno prikazuju Obamu kao nekoga ko se suprotstavlja negativnim rasnim stereotipima.



# Posrednički međugrupni kontakt

- ▶ Veza između posredovanja među grupama i međugrupni kontakt licem u lice
- ▶ Mediji djeluju kao važna tačka kontakta, s tim da ljudi psihološki obrađuju televizijske portrete
- ▶ Iako se mnoge studije koje ispituju uticaj medijske izloženosti na predrasude oslanjaju na unakrsne ankete koje pružaju slabe uzročne dokaze, mali broj eksperimenata pokazao je da posredovanje izloženosti pozitivnim djelima vanjskih grupa, uključujući crnce, smanjuje predrasude.
- ▶ Tokom kampanje 2008. godine jasno se izmijenila ravnoteža pozitivnih i negativnih primjera crnaca u mas-medijima u pozitivnom pravcu, prekrivajući pozitivne primjere crnaca u ovom periodu. Rezultat bi trebao biti istovremeni pad vrijednosti bijele rasne predrasude. Bez obzira na to, prethodni dokazi “Obama efekta” jesu izuzetno ograničeni.
- ▶ Odvojena istraživanja kako bi se pokazao pozitivan pomak u ukupnim rasnim nivoima predrasuda od 2004. do 2008.
- ▶ Tri ankete sprovedene su tokom kampanje ali su svi koristili praktične uzorke.
- ▶ Prethodna istraživanja su utvrdila da “efekat Obama” nije pokazao da su rasne predrasude opale tokom kampanje

# Podtipizacija kao suparnički teorijski okvir

- ▶ Međugrupni kontakt trebao bi izazvati smanjenje predrasuda među onima za koje uzor treba snažno da se suprotstavi njihovim očekivanjima, to jest onima sa većim predrasudama.
- ▶ Istraživanje o „pristranosti ekstremiteta“ ustanovilo je da su ljudi često pod većim uticajem novim informacijama koje se u suprotnosti s njihovim očekivanjima

# Istraživački dizajn

- ▶ Podaci za ovu studiju potiču iz nacionalnih izbora u Annenbergu 2008. godine. Studija petotalasnog panela, koja je započela u jesen 2007. i završila zimi 2009. Unutar svakog talasa datum intervjua bio je nasumično dodijeljen tako da su svakodnevni razgovori predstavljali slučajni poduzor cijelog panela
- ▶ Promjena osobe bila je kombinovana sa sposobnošću analiziranja agregatnih trendova unutar svakog talasa. Podaci su bili sakupljeni preko interneta od strane Knowledge networks of Palo Alto, California, koji regrutuju nacionalno reprezentativne uzorke odraslih koristeći nasumično biranje brojeva, uključujući one sa i bez internet pristupa.



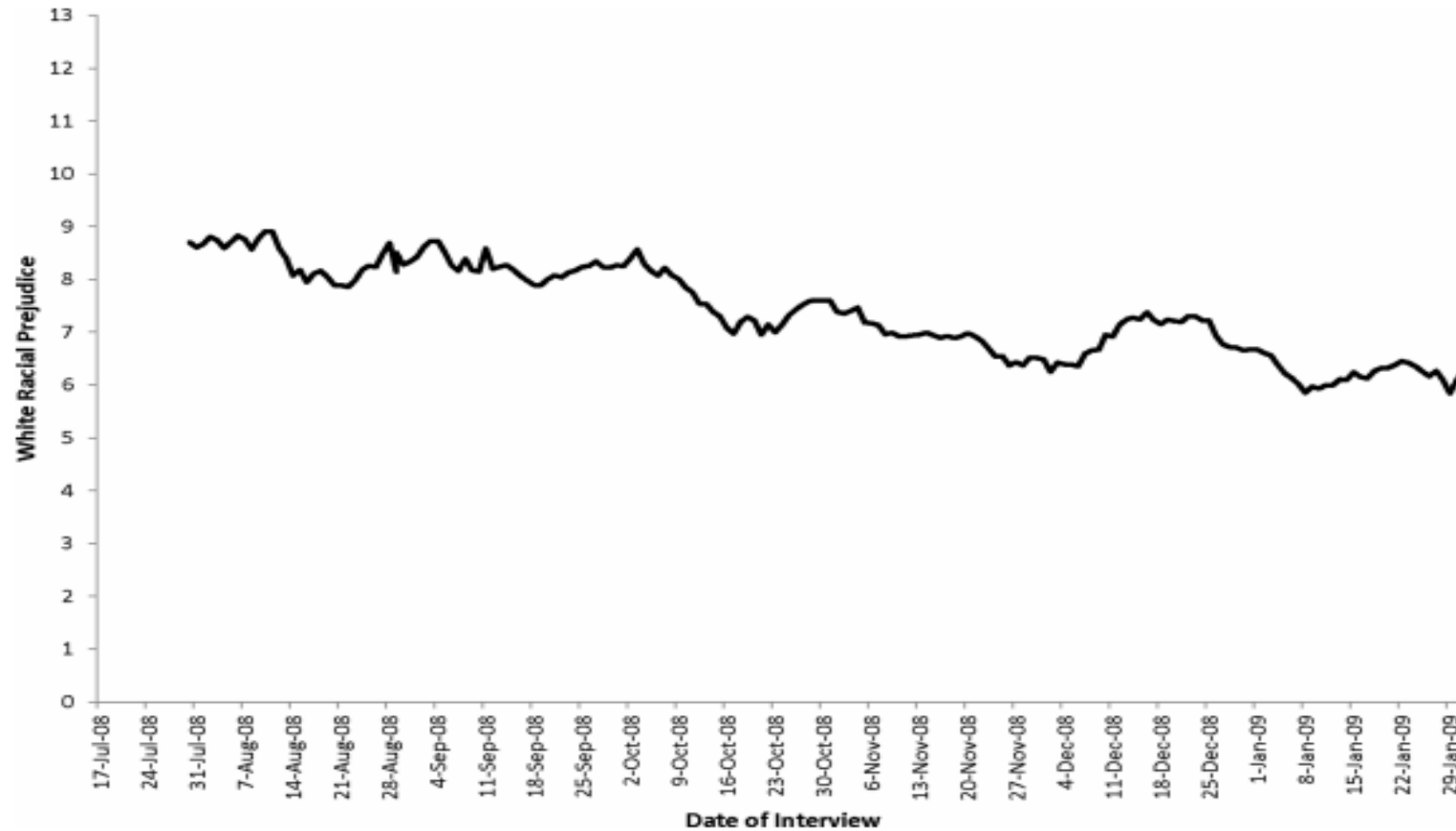
- ▶ Kombinovani su 3 talasa istraživanja i analizirani su u toku jedne nedelje.
- ▶ Za analize promjena unutar čovjeka, Goldman se oslanjao na panele 2636 bijelaca koji su dokazali predrasude u sva tri talasa.
- ▶ Prvi talas - 2. oktobar 2007. do 1. januar 2008.
- ▶ Drugi talas - 1. januar do 31. mart 2008.
- ▶ Treći talas - 2. april do 29. avgust 2008.
- ▶ Četvrti talas - 29. avgust do 4. novembar 2008.
- ▶ Peti talas - 5. novembar 2008. do 31. januar 2009.
- ▶ Definicije predrasuda uveliko variraju ali dijele ideju favorizovanja nečije lične unutrašnje grupe preko vanjske grupe.



# Mjerenje izloženosti Obami

- ▶ Relativno mali broj je imao kontakt licem u lice sa kampanjom ili je uopšte prisustvovao političkom mitingu.
- ▶ Milioni Amerikanaca su bili izloženi Obami putem mas-medija
- ▶ Tri operacionalizacije posredovane izloženosti: Politički interes, Samopercipirano znanje o Obami i većina (Goldman)
- ▶ Pristup mjerenju medijske izloženosti mjeri se političkim interesom
- ▶ Samopercipirano znanje o Obami
- ▶ Treća mjera je najbliža prisluškivanju izloženosti, bez rizika potencijalne endogenosti samo prijavljene izloženosti Obami. Ispitanici su ispitivani u tri različita perioda.
- ▶ Svaka mjera izloženosti ima jake i slabe strane.

# Rezultati



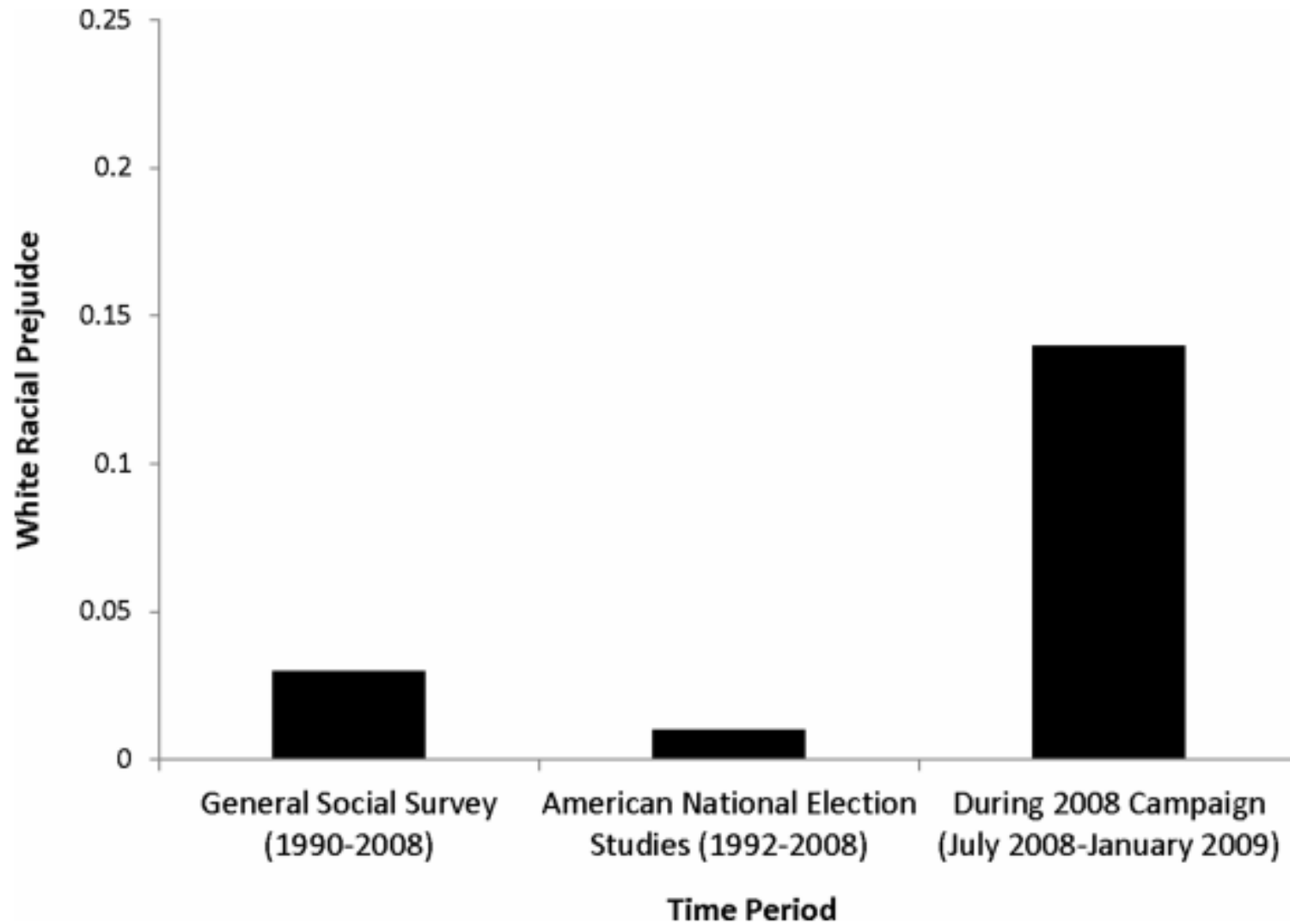
Grupa promjena o rasnim predrasudama bijelaca

	White racial prejudice	Attitudes toward blacks	Attitudes toward whites
Time			
Waves 3–4	–1.07*** (0.22)	2.28*** (0.35)	1.53*** (0.34)
Waves 3–5	–2.08*** (0.22)	1.74*** (0.35)	–.09 (0.34)
Constant	9.54*** (0.35)	3.04*** (0.57)	11.53*** (0.56)
Sample size	2,636	2,636	2,636

NOTE.—The table presents unstandardized fixed effects regression coefficients. Each model also includes the order in which the racial groups were asked about.

\*\*\* $p < 0.001$ ; two-tailed.

Unutar ljudske promjene u rasnim predrasudama bijelaca, stavovi prema crncima, i stavovi prema bijelcima.



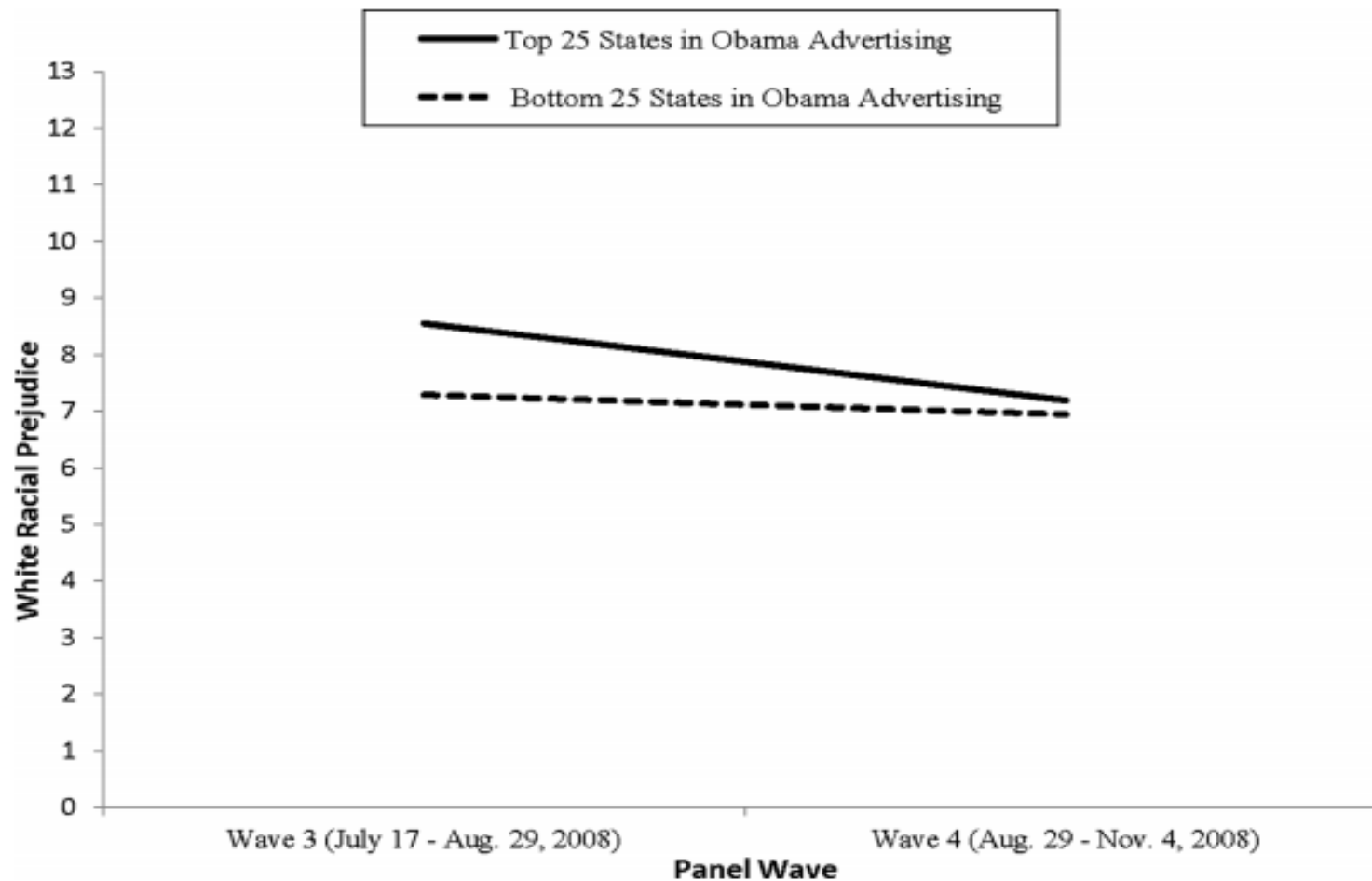
Standardizovane promjene u rasnim predrasudama bijelaca za vrijeme u periodu 1990-2008 i za vrijeme kampanje 2008

	[1]	[2]	[3]
Time			
Waves 3–4	–0.84** (0.25)	–0.64* (0.27)	–0.77** (0.27)
Waves 3–5	–1.96*** (0.25)	–1.81*** (0.27)	–1.76*** (0.27)
Exposure to Obama			
Number of political TV shows viewed	–4.51* (1.88)		
Political interest		–2.91** (0.90)	
Self-perceived knowledge about Obama			–1.46* (0.71)
Constant	10.61*** (0.53)	12.81*** (1.01)	11.12*** (0.78)
Sample size	2,065	1,812	1,804

NOTE.—The table presents unstandardized fixed effects regression coefficients. All of the independent variables range from 0 to 1. Each model also includes the order in which the racial groups were asked about.

\*\*\* $p < 0.001$ , \*\* $p < 0.01$ , \* $p < 0.05$ ; all two-tailed.

Efekti unutarljudskih promjena u izloženosti Obami na temu unutarljudskih promjena u rasnim predrasudama bijelaca



Promjena u rasnim predrasudama bijelaca u top 25 država sa najvišom televizijskom pokrivenošću za vrijeme Obamine kampanje i 25 najmanje pokrivenih za vrijeme kampanje.

# Rasprava

- ▶ Uzimajući sve u obzir, dokazi snažno odgovaraju hipotezi da kampanja iz 2008. pomaže u smanjenju rasnih predrasuda bijelaca.
- ▶ Nivoi predrasuda odbijeni su postepeno tokom kampanje zbog pozitivnih pomaka u stavovima bijelaca prema crncima, a ne negativan pomak u odnosu prema bijelcima.
- ▶ Značajno se predviđaju promjene o rasnim predrasudama na individualnom nivou kao posledice izloženosti Obaminoj kampanji.
- ▶ Uprkos konzistenciji ovih saznanja, jedna potencijalna briga je ta da alternativna mjerenja rasnih predrasuda, kao što su mjerenja implicitnih predrasuda ili rasne ogorčenosti, ne bi proizveli iste zaključke.
- ▶ Studija Valentina i Brejdera iz 2011.
- ▶ Jedini drugi način na koji se može uočiti lažljivost je iz varijabli koje se mijenjaju kroz vrijeme.
- ▶ Svi modeli uključujući varijable predstavljaju svaki od talasa ankete s ciljem da efikasno objedine cjelokupne efekte svih ostalih varijabli koje su se promijenile tokom kampanje, ali i uticaj na dugoročne sekularne trendove u predrasudama koje su prethodile kampanji.

- ▶ Osim laži, preostala prijetnja valjanosti je obrnuta kauzalnost zbog selektivne izloženosti
- ▶ Goldmanova analiza potcjenjuje smanjenje u stepenu predrasuda kod ljudi koji su na početku kampanje imali visok stepen predrasuda.

## IMPLIKACIJE

- ▶ Uz nekoliko izuzetaka, istraživači javnog mišljenja rasne predrasude tretiraju „kao fiksni lični atribut” ali izloženost kampanji 2008. dovela je do smanjenja rasne predrasude
- ▶ Ostaci rasnih predrasuda preovladavaju u američkom društvu, i nastavljaju da utiču na masovno političko ponašanje.



**BET**  <sup>®</sup>



 **NEWS**