

Czy ufać sondażom?

Tytułowe pytanie nurtuje szczególnie w okresie przedwyborczym, kiedy to wyniki sondaży stają się układem odniesienia do podjęcia decyzji, na kogo głosować. Wiąże to się z dylematem, jaki wynika niekiedy z potrzeby uzgodnienia sympatii politycznych z przekonaniem, że oddanie głosu na słabiej notowane partie może oznaczać jego „zmarowanie”. Ponadto faworytów słuchamy w kampanii wyborczej znacznie uważniej, chcąc poznać zdanie tych, którzy prawdopodobnie będą nami rządzili. Tym samym sondażowi liderzy skuteczniej głoszą swoje hasła i mają większą możliwość przekonania do własnego programu. W efekcie sondaże, siłą samospełniającego się proroctwa, potrafią bardzo wyraźnie oddziaływać na faktyczne wyniki wyborów. Ale dopiero post factum, gdy ostateczny werdykt wyborców staje się znany, nadarza się okazja ku temu, by na chłodno przeanalizować wiarygodność danych, które nam w tym gorącym okresie przedstawiano. Skoro bowiem sondaże mają tak poważne znaczenie dla najważniejszych rozstrzygnięć we współczesnych demokracjach, warto je same wziąć pod lupę. Tym bardziej, że jakość niektórych z nich pozostawia wiele do życzenia (przykładowo w kwietniu czytaliśmy w gazetach o sondażu zleconym i opłaconym przez łódzkiego posła – ankieterzy stawiali w nim pytanie: „gdyby poseł X kandydował na Urząd Prezydenta Miasta Łodzi, to oddałby Pan (Pani) na niego swój głos?”), zaś z drugiej strony rośnie sceptycyzm wobec tej formy badań.

Spółeczeństwo jest coraz bardziej zmęczone agresywnymi działaniami marketingowymi, stąd pierwsze skojarzenie, jakie mamy, widząc przed drzwiami ankietera, dotyczy akwizycji. Przekonują o tym szczególnie doświadczenia ankieterów, dla których w większych miastach domofon staje się coraz częściej barierą nie do przekroczenia. Nieco inaczej ma się sprawa na wsi, gdzie łatwiej o przekonanie ludzi do wzięcia udziału w badaniu, lecz mimo wszystko ogólne nastawienie Polaków do badań społecznych nie jest tak przychylne, jak można by tego oczekiwać. Przyczyn jest kilka. Pierwszą jest wspomniane kojarzenie badań opinii społecznej z badaniami rynku. Innym jest to, że sondaże wyborcze bywają bezlitośnie krytykowane przez niektórych swoich bohaterów - polityków. I nie przypadkiem napisałem „bywają”, a nie „są”, ponieważ stosunek do sondażu, zależny jest od

wyniku, jaki w nim polityk uzyskuje. Całkiem to zresztą naturalne – nabawiwszy się niespodziewanie nadwagi w pierwszej chwili rezultat ważenia chcemy przypisać rzekomej usterce samej wagi. Niezależnie od tego czy usterka jest wirtualna, czy faktyczna, autorytet wśród własnego elektoratu sprawia, iż zdanie polityka ma wpływ na zaufanie pewnych segmentów społeczeństwa do sondażu. Dlatego w Polsce sympatycy niektórych partii mniej łaskawym okiem patrzą na tego typu badania. Prowadzi to często do sprzężenia zwrotnego – elektorat taki znacznie częściej odmawia wzięcia udziału w sondażu, co rzutuje oczywiście na wyniki. W tym właśnie sensie warunkowanie się wiarygodności badań i zaufania doń jest obustronne.

Od czego zależą wyniki?

Sondaż jest w swych założeniach metodą niezwykle prostą. Polega na tym, iż próbie, która ma odpowiednio reprezentować pewien ogół, zadaje się odpowiednio sformułowane pytania. Mogą być one odczytywane przez ankietera, przesłane pocztą, albo zadane przez telefon, ale bez względu na technikę, ogólny cel pozostaje ten sam – ma prowadzić do poznania opinii wszystkich członków społeczeństwa. Czy sondaż istotnie na to pozwala? Oczywiście, chociaż by tak się stało należy spełnić trzy podstawowe warunki, o których szerzej napiszę poniżej. Są to: odpowiedni dobór respondentów (tj. osób, którym zadane zostaną pytania), odpowiednie sformułowanie i interpretacja pytań oraz uzyskanie szczerých odpowiedzi. Tylko tyle i aż tyle.

Niestety termin sondaż bywa etykietą dla wielu różnorodnych działań związanych ze zdobywaniem od ludzi informacji. Zdarza się, że w takim pseudo-badaniu nie zostaje spełniony żadne z trzech wymienionych wyżej warunków, a mimo to, autorzy roszczą sobie pretensje do nazwania swoich poczynąń sondażem. W istocie mamy do czynienia z sytuacją podobną do tej, gdyby terminem prognoza pogody określać zarówno ekstrapolacje meteorologiczne, jak i przepowiednie górali. Łatwo sobie wyobrazić jak szybko ludzie przestaliby wówczas ufać „prognozom”.

Świetną ilustracją takiego stanu rzeczy staje się porównanie jakości badań przedwyborczych publikowanych przed ostatnimi wyborami parlamentarnymi, we wrześniu 2005. W tabeli poniżej zestawiałem ze sobą ogólnopolskie badania renomowanych instytucji i

wybrane badania prowadzone lokalnie¹ (wszystkie, oprócz ogólnopolskiego exit poll, przeprowadzono w dniach 20-22 IX), ukazując łączne błędy prognoz, jakie w nich popełniono. Ów błąd należy rozumieć jako odchylenie wyniku przewidywanego dla danej partii przez badanie, od faktycznego wyniku wyborów (oczywiście sondaże lokalne konfrontowałem z lokalnymi wynikami).

Tabela: Suma błędów predykcji w sondażach przedwyborczych

	Exit poll	Sondaż TNS OBOP dla Wiadomości	Sondaż GfK Polonia dla Faktów	Dwa przykładowe sondaże lokalne	
				Regionalny	Miejski
Suma odchyień prognoz od ostatecznych wyników dla pięciu największych partii*	5,2	15,7	14,5	32,9	27,7
Badana populacja	Ok. 30 mln.			Ok. 1 mln.	Ok. 0,25 mln.
Stosunek próby do populacji**	0,4%	0,003%	0,005%	0,05%	0,5%

* liczona w punktach procentowych.

** czyli liczba osób przebadanych w stosunku do liczby uprawnionych do głosowania na obszarze badania.

W zestawieniu ograniczyłem się do błędów w predykcji dla pięciu największych partii – wynika to z faktu, iż chciałem zestandaryzować porównanie, a nie wszystkie publikacje z owych badań dostarczały informacji o kompletnych wynikach wyborów (sprawdziłem jednak, iż gdyby zsumować błędy dla większej liczby partii, łączna różnica jakości sondażu okazałaby się jeszcze większa).

Spójrzmy najpierw na wyniki sondaży przedwyborczych OBOPu i GfK. Ośrodki te próbowały przewidzieć wynik wyborów na podstawie badania próbach, które stanowiły zaledwie tysięczne części procenta całego społeczeństwa polskiego. Mimo to błędy przez nie popełnione zbliżają się do granicy akceptowalnego błędu losowego: przewidując wynik określonej partii sondaż „mylił się” przeciętnie o jakieś 3%.

Jeszcze mniejszy błąd popełniono w badaniu exit poll (przeciętna różnica w stosunku do ostatecznych wyników w granicach 1%), które też jest sondażem, ale szczególnego typu – tutaj respondenci odpowiadają na pytanie o oddany głos już po wyjściu z lokalu wyborczego, a badana próba jest znacznie większa. To, że exit poll daje wynik znacznie dokładniejszy, niż

¹ Wyniki publikowane były przez lokalne media. Dla zachowania bezstronności nie podaję ich autorów.

pozostałe sondaże, jest oczywistością, ale umieszczenie go w zestawieniu ma istotny walor ilustracyjny dla moich dalszych wywodów.

Teraz jednak przyjrzyjmy się błędom popełnionym w badaniach prowadzonych lokalnie. Warto przede wszystkim zauważyć, że próbowano tu przewidzieć zachowania znacznie mniejszej populacji, co przy podobnej wielkości próbach powinno pozwolić na doskonalsze przybliżenie przyszłego wyniku. W przypadku badań miejskich frakcja umieszczona w trzecim wierszu tabeli jest większa nawet niż przy exit poll. Mimo to, przeciętny błąd predykcji dla każdego z pięciu największych ugrupowań wyniósł około 6%! Błąd to tak duży, iż nie sposób go tłumaczyć ani odchyleniem losowym, ani tym, że w ostatnich dniach przed wyborami wahadło politycznych sympatii tak dramatycznie się przesunęło.

By w sposób metodyczny ocenić błąd popełniony przez poszczególne sondaże, można go porównać z jakością prognozy, jaką uzyskalibyśmy na drodze... zwykłego losowania wyniku. Gdyby ktoś z nas zechciał w owym czasie przewidzieć w domu wynik wyborów za pomocą rzutu kośćmi, bądź też przy pomocy jakiegokolwiek innego generatora losowego, przeciętnie popełniłby następujące, łączne błędy predykcji dla pięciu największych partii (wartości porównywalne z tymi, w pierwszym wierszu tabeli): 36 dla Polski, 25 dla regionu i 44 dla miasta².

Jakie wnioski należy wyciągnąć z takiego porównania? Po pierwsze widać, że badania przeprowadzone przez OBOP i GfK mają całkiem przyzwoitą wartość prognostyczną. Poniekąd broni się również badanie miejskie (choć w dużej mierze za sprawą tego, że rozkład wyniku wyborów w tym mieście był bardzo daleki od monotonicznego). Natomiast okazuje się, że losując kośćmi przewidywany wynik dla regionu... uzyskalibyśmy błąd predykcji o jedną czwartą (8 punktów procentowych) niższy niż w przypadku rzeczzonego „sondażu”! Wartość takiego badania jest zatem mniej niż żadna – a dla prestiżu badań społecznych jest ona wręcz negatywna.

Ważne jest w tym kontekście pytanie, co zaważyło na różnicach w jakości porównanych tu nadań? Na pewno z wyższą jakością badań powiązać można renomę ogólnopolskich (i należących do międzynarodowych sieci) ośrodków badawczych. Ale jakość badania nie płynie po prostu z renomy, ale ze znajomości i przestrzegania reguł metodologii badań socjologicznych, które za renomą stoją. Wszak renomowanym ośrodkiem również zdarzają się poważne wpadki (tak jak w zeszłym roku, kiedy opublikowano wyniki dwóch

² Różnice wynikają z odmiennego rozkładu faktycznych wyników wyborów na poszczególnych terytoriach.

sondaży OBOPu przeprowadzonych dla dwóch różnych zlecciodawców w ciągu jednego tygodnia – w jednym z nich Tusk miał 23% poparcia, w drugim 29%; taką różnicę można przypisywać jedynie wadliwości bądź to jednego bądź obu badań). Więc ostatecznym kryterium oceny wiarygodności sondażu musi być informacja, pozwalająca wnioskować o spełnieniu trzech, wspomnianych wcześniej, a omówionych poniżej, kryteriów.

Kilka słów o reprezentatywności.

Badanie jest wiarygodną prognozą tylko wówczas, gdy opiera się na próbie reprezentatywnej. Reprezentatywność podlega zaś na wystarczająco wiernym odwzorowaniu struktury cech szerszej populacji. Innymi słowy – próba reprezentatywna, jest miniaturą populacji, o której chcemy coś powiedzieć.

Istnieje wiele metod doboru próby reprezentatywnej, nie ma sensu się o tym rozpisywać. Warto zaś wspomnieć, że chociaż istnieje linia demarkacyjna, za którą nie sposób mówić o jakiegokolwiek reprezentatywności, to w istocie powinno się ją traktować jako cechę stopniowaną. Najlepsze odwzorowanie populacji uzyskujemy w badaniu przede wszystkim za sprawą doboru opartego na losowaniu, tak by każdy miał jednakowe prawdopodobieństwo znalezienia się w próbie. Wówczas odpowiedni, proporcjonalny udział wszystkich kategorii społecznych zapewniają prawa rachunku stochastycznego. Dodatkowo – prawidła statystyczne, takie jak centralne twierdzenie graniczne, pozwalają nam na precyzyjne oszacowanie prawdopodobieństwa popełnienia błędu losowego, tj. odchylenia wyników będącego rezultatem samego losowania. Błąd ten pojawia się zawsze, gdy badamy próbę, a nie całą populację, ale można go minimalizować powiększając wielkość próby. Nie wchodząc w detale warto tylko nadmienić, że prawdopodobieństwo popełnienia błędu określonej wielkości nie zmienia się liniowo, więc przy badaniu prowadzonym na 500 osobach ryzyko jego popełnienia nie stanowi zwykłej dwukrotności ryzyka, z jakim mielibyśmy do czynienia w przypadku badania na tysiącu osób (ta wielkość próby powinna być standardem minimum dla badań ogólnopolskich – niestety nie zawsze tak się dzieje). Często zaś przy okazji publikowania wyników sondażu w notce pojawia się lakoniczne sformułowanie: „badanie przeprowadzono na próbie reprezentatywnej”, tak jakby sondaże nie mogły się stopniem reprezentatywności, a więc i wiarygodności, różnić.

Jednak równie ważnym, jeśli nie ważniejszym niż wielkość próby, zagadnieniem jest sposób doboru respondentów. Znakomitej ilustracji dostarcza omawiany wcześniej „sondaż

regionalny”. Otóż przeszacował on dwukrotnie wynik wyborczy PO (30% w stosunku do faktycznych 15%), jednocześnie dwukrotnie niedoszacowując wynik Samoobrony (6% w stosunku do faktycznych 12%). Czy da się wyjaśnić jak do tego doszło? Otóż był to sondaż telefoniczny, co nie jest najrozsądniejszą metodą zbierania danych na terenach słabo zurbanizowanych, gdzie – jak możemy się przekonać zaglądając do odpowiedniego rocznika statystycznego – mniej niż trzy czwarte gospodarstw domowych posiada telefon. Nie trzeba prowadzić dodatkowych badań, by stwierdzić, że niestelefonizowana, a więc i nie objęta sondażem część populacji to przede wszystkim mieszkańcy wsi, wśród których poparcie dla PO i Samoobrony rozkłada się odmiennie niż w miastach. Mając to na uwadze można było tak poważnego błędu rzecz jasna uniknąć.

Wbrew powiedzeniu - istnieją głupie pytania. Jeszcze gorsze są źle zinterpretowane odpowiedzi.

Choć postawienie odpowiednio sformułowanych pytań wydaje się kwestią najprostszą do rozwiązania, błędy związane z tym elementem są popełniane równie powszechnie, co nieodpowiedni dobór próby. Wystarczy przypomnieć głośny w całej Europie sondaż, w którym pytano Polaków o to, czy chcieliby po akcesji wyjechać do pracy w starych krajach Unii. Wynikami tego sondażu straszono zachodnią opinią publiczną, wnioskując, iż każda z osób, która wyraziła życzenie wyjazdu, z pewnością je zrealizuje, bądź przynajmniej postara się to zrobić. Któryś z polskich dziennikarzy, czy polityków skomentował to: każdy chce być piękny i zdrowy, ale nie każdy robi coś w tym kierunku.

Pointa narzuca się sama: odpowiednia, kompetentna interpretacja zebranych danych jest podstawą jakichkolwiek wniosków z badań – czy to w socjologii, czy w jakiegokolwiek innej dyscyplinie. Tylko specjalista potrafi postawić właściwą diagnozę – katar bądź kaszel mogą być przecież tak wynikiem przeziębienia, jak alergii. A katar, czy kaszel to wskaźniki znacznie mniej niejednoznaczne niż subtelne konotacje sformułowań językowych.

W przypadku sondaży przedwyborczych podstawowym zagadnieniem powinna być ocena, na ile prawdopodobne jest, że określony respondent w ogóle pójdzie na głosowanie i na ile ugruntowane są jego przekonania. Zapominając o tym, uzyskujemy wynik obciążony artefaktem, czyli immanentnym błędem pomiaru.

Po ostatnich wyborach często zarzucano sondażom, że nietrafnie prognozowały wyniki. Warto jednak zwrócić uwagę na to, iż wielu socjologów jeszcze przed

październikowym rozstrzygnięciem zauważyło, że osoby wahające się częściej wskazywały w sondażach PO (jako ugrupowanie o wizerunku bardziej „neutralnym” niż pozostałe wysoko notowane). Ostateczne przechylenie wyborczej szali pozostaje bardzo często w rękach tej właśnie kategorii, a jest ona jednocześnie najbardziej podatna na wpływ kampanii wyborczej. Nie ulega natomiast wątpliwości, że najskuteczniejszą kampanię przeprowadził PiS (choć stwierdzenie tego a posteriori naraża na zarzut tautologii).

Różnica dokładności pomiędzy wrześnieowymi sondażami, a badaniem *exit poll* nie jest skutkiem zastosowania odmiennej logiki zbierania informacji. Metoda w obu przypadkach była zasadniczo ta sama – różna jakość prognostyczna wynikała zaś z dwóch rzeczy: *exit poll* prowadzono na nieporównywalnie większej próbie, ale co ważniejsze – pytania zadawano głosującym już po oddaniu głosu, więc odpowiedzi dotyczyły faktów dokonanych, a nie czysto deklaracyjnych intencji lub formujących się dopiero przekonań. Dlatego dla wartości sondaży przedwyborczych tak ważny jest komentarz socjologa – dynamika żywiołu zjawisk społecznych trudna jest do okiełznania przy pomocy prostej ekstrapolacji, jednak nauki społeczne dysponują teoretycznymi ramami, które stają się do tego celu użyteczne. Doskonale znane i opisane są już takie prawidłowości jak „efekt wstydu” (o którym mowa poniżej), czy „efekt zwycięzcy” (polegający na wzroście deklarowanego poparcia dla ugrupowań, które uzyskały najwięcej głosów).

Nie ulega zatem wątpliwości, że droga pomiędzy wynikiem sondażu a socjologiczną prognozą jest tylko jedna i wiedzie przez fachową interpretację. Zapominając o tym, wystawiamy na szwank sensowność tego typu badań.

Szczerłość i kłamstwo.

Wydaje się, że sceptycyzm wobec wiarygodności badań sondażowych wiąże się przynajmniej po części z tym, iż nie każdy jest przekonany o szczerości odpowiedzi, jakie ludzie udzielają na pytania kwestionariuszowe. Zawsze, gdy o tym mowa, odnoszę wrażenie, że problem ów sięga do tak fundamentalnej kwestii, jak założenia o naturze człowieka. Choć ciśnie się dygresja na temat klasyków tego zagadnienia, takich jak Hobbes, czy lord Shaftesbury, to rzecz można sprowadzić do stwierdzenia, że intencje, jakie przypisujemy „uogólnionemu innemu”, w znaczącej mierze zależą od naszego światopoglądu i osobowości, ale w jeszcze większej od zaaplikowanego nam stereotypu. Zaskakująca może się przykładowo wydawać dysproporcja pomiędzy tym, że zdecydowana większość ludzi ocenia

siebie jako uczciwych, a tym, jak dużo nieprawości skłonni jesteśmy przypisywać pozostałym. Gdy pytam studentów, jak wielu respondentów w ich ocenie kłamie ankieterom, prawie wszyscy domniemują, że jest to szalenie powszechne. Co ciekawe – spośród nich samych nie skłamałby nikt.

Z założeniami na temat szczerości należy być ostrożnym. Tym niemniej warto rozpatrzeć sprawę od strony najbardziej fundamentalnej. Weźmy na przykład to, jak często zdarza się, że zapytawszy przypadkowego przechodnia o drogę albo o godzinę uzyskujemy nieszczerą odpowiedź? Nie zdarza się to nigdy, albo prawie nigdy. Dlaczego? Ponieważ ludzie nie kłamią bez wyraźnego powodu. Zresztą nie jest to moja prywatna, czy obiegowa opinia, ale wynik badań prowadzonych przez psychologów. Kłamstwo jest zachowaniem, które u ludzi mieszczących się w klinicznych normach wywołuje przykre uczucie i wyrzuty sumienia. Fachowcy mówią o „psychologicznym koszcie” takiego zachowania. Jeśli nie znajdzie się poważna przyczyna by oszukiwać, koszt ów jest przez człowieka minimalizowany. Tak więc nie ma właściwie powodów, by sądzić, że ludzie nie mówią prawdy odpowiadając na najprostsze pytania. Nieco inaczej ma się rzecz z pytaniami o kwestie drażliwe, to znaczy takie, które wywołują u ludzi poczucie zagrożenia. Takie pytania dotyczą przede wszystkim spraw intymnych, czasem również materialnych. Choć nie można stwierdzić, że wszyscy unikaliby odpowiedzi na tego typu pytania, to przyjmuje się, że przynajmniej część wolałaby zachować pewne informacje dla siebie, odmawiając odpowiedzi, bądź dopuszczając się tzw. „kłamstwa obronnego”.

Czy pytania dotyczące opinii i preferencji politycznych są drażliwe? Prowadzone m.in. przez Antoniego Sułka i Krystynę Lutyńską badania dowodzą, że w Polsce po 1989 roku kwestie polityczne dosyć szybko przestały należeć do najbardziej drażliwych. Narzekanie na politykę i polityków weszło wręcz do ulubionych tematów powszechnego dyskursu. Pluralizm i wolność słowa dają poczucie prawa, ba – czasem nawet obywatelskiego obowiązku, by wypowiadać się o sprawach publicznych. Nie bez znaczenie jest i to, że w odróżnieniu od badań marketingowych, badania opinii służą w dużej mierze samemu społeczeństwu, a nie tylko ich zleceniodawcom. W końcu bez wiedzy o tym, czy inni podzielają nasz punkt widzenia nie byłibyśmy zdolni do zachowania zmysłu rzeczywistości.

Pomimo to, nie wszystkie sondażowe deklaracje dotyczące sympatii politycznych są całkowicie szczerze. Od początku lat dziewięćdziesiątych obserwuje się bowiem występowanie tzw. efektu wstydu, polegającego na tym, że elektorat niektórych partii jest mniej skłonny do ujawniania swoich rzeczywistych sympatii. Dotyczy to zazwyczaj zwolenników ugrupowań,

które mają stosunkowo zły wizerunek medialny i bywają na bakier z „polityczną poprawnością”. W pierwszych latach III RP efekt ten przypisywano np. SLD, a nieco później przede wszystkim Samoobronie. Autorzy badań muszą tego typu prawidłowości brać pod uwagę. Czyni się to np. poprzez umiejętne korygowanie próby i „ważenie” wyników.

O niewłaściwym użyciu narzędzi.

Jako socjolog ze smutkiem obserwuję, jak sondaż przeistacza się niekiedy z narzędzia naukowego w instrument – świadomej lub nie – dezinformacji. Z pierwszym mamy do czynienia w przypadku badań na polityczne zamówienie (liczne przykłady odnajdziemy przed, ale i po 1989 roku, chociaż praktyka ta należy już na szczęście do rzadkości), z drugim – w przypadku metodologicznego partactwa. Wynika to z faktu, iż sondaż jest zaledwie narzędziem badawczym. Tak jak każde narzędzie – może w zależności od użytkownika przynieść korzyści, albo wywołać szkody. Podobnie jak z siekierą - liczą się zarówno intencje, jak i umiejętności.

Podsumować to, o czym była w artykule mowa można następująco – w łańcuchu możliwych wypaczeń ogniwem pierwotnym pozostaje rzetelność samego badania, jednak wyniki muszą zostać poddane właściwej interpretacji, a ich prezentacja nie powinna być bezpośrednia i „naiwna”. Do tego potrzebna jest zaś współpraca ludzi nauki i mediów.

Na koniec warto też parę słów poświęcić politycznej roli sondaży, wszakże mawia się o nich jako o piątej władzy (zaznaczyć przy tej okazji trzeba, że na „sondażowej demokracji” nie zależy samym socjologom, bowiem w jej ramach sondaże stają się elementem marketingu politycznego, a nie nauki). Będąc barometrem nastrojów stają się kartą atutową popularnych w danym momencie stronnictw; dla rządzących mogą być wskazówką odnośnie kierowania uwagi na ważne społecznie sprawy, zmniejszają też ryzyko alienacji władzy. Są jednocześnie wodą na młyn działań demagogów, z pewnością mogą ułatwiać szerzenie się haseł populistycznych. Rola polityczna jest więc w ugruntowanej demokracji niejednoznaczna, choć nie sposób wyobrazić sobie istnienia tej ostatniej bez sondażu. Można właściwie powiedzieć, że instytucjonalizacja niezależnych badań społecznych stanowi, w porównaniu z ustrojami prezentującymi różne odcienie autorytaryzmu, *differentia specifica* demokracji. Najdobitniej przekonuje o tym znaczenie, jakie miały sondaże dla pro-demokratycznych zmian na Ukrainie i w Gruzji. Jedną z podstaw rewolucyjnego podważenia prawomocności istniejącego tam porządku stały się rozbieżności pomiędzy wynikami badań, a ogłoszonymi

wynikami głosowania. Przekonanie o tym, że poparcie dla opozycji jest znacznie bardziej powszechne, a więc i tego, że władza sfałszowała wybory, miało bardzo duże, prawdopodobnie kluczowe znaczenie dla wybuchu społecznej kontestacji. Sondaż jest więc de facto probierzem demokracji – tam gdzie można prowadzić niezależne badania, tam praktycznie niemożliwe staje się utrzymanie państwa w okowach stabilnego monopolu władzy.

Skoro nowoczesna, zachodnia demokracja i sondaż są ze sobą nierozzerwalnie związane, a nic nie wskazuje na to, by demokrację dało się w świecie cywilizowanym zastąpić jakimś doskonalszym systemem (nawet współczesne badania empiryczne wykazują słuszność słynnego Churchillowskiego stwierdzenia), to wszyscy musimy się nauczyć z sondażem żyć. Większość z nas zaakceptowała już zresztą jego obecność i rolę w sferze publicznej. Warto też zdawać sobie sprawę co stracilibyśmy, nie mając możliwości zapoznawania się z jego wynikami.

Ireneusz Sadowski

(socjolog, Uniwersytet w Białymstoku)

Komentarz „z pierwszej linii frontu”: sondaże na Kaukazie³

Badań opinii publicznej nie znajdziemy w kanonie wymogów ustroju demokratycznego – ojcowie demokracji pisali raczej o rządach prawa, dobrowolnych stowarzyszeniach, partiach politycznych, wolnych mediach etc. Jednak badania opinii nie pojawiają się na owej liście tylko dlatego, że jest to wynalazek stosunkowo nowy. Jestem głęboko przekonany, że w naszej części świata niezbędne są dojrzałe i powszechnie akceptowane instytucje badawcze. Tylko one mogą dostarczyć szerokiej publiczności rzetelnych informacji o poglądach społeczeństwa, co może istotnie równoważyć wpływy elit. Niestety jednak, nie o wszystkich firmach działających w moje branże mogę powiedzieć, że podążają, bądź przynajmniej starają się podążać tą ścieżką i trzymać wspomnianej idei. Dotyczy to wszystkich trzech kaukaskich państw.

Problem dotyczy zwłaszcza firm badawczych, które zwykłem określać mianem „*gun for hire*”. Często pracują one dla partii politycznych, a publikowane przez nie wyniki badań bywają spreparowane. Na przykład kiedy prowadziliśmy w Azerbejdżanie wspierane przez USAID badanie *exit poll*, byliśmy jedynym ośrodkiem, który ujawnił swoje źródła finansowania. Sponsorzy pozostałych dwóch *exit poll*'i nigdy nie zostali podani do publicznej wiadomości, co wywołało liczne spekulacje w tutejszych mediach.

Pouczająca jest też historia badań przedwyborczych w moim kraju. Choć sondaże *exit poll* przeprowadziliśmy w Gruzji już od roku 1999, to jednak odmówiliśmy przeprowadzenia go w trakcie

³ Tekst Meraba Pachulii, który miał być pierwotnie dołączony do artykułu.

tzw. “rewolucji róż”. Powodem było to, że nie byliśmy przekonani, czy którakolwiek z partii politycznych tak naprawdę chciała rzetelnych prognoz. Jeszcze przed rewolucją media publikowały szereg podejrzanych rezultatów badań. Wynikało to niestety z faktu, iż wielu moich kolegów po fachu nie mogło oprzeć się wymiernym, finansowym (choć nie tylko) zachętom, publikując fałszywe wyniki. W krótkim czasie przekonaliśmy się, że oznaczało to katastrofę dla badań sondażowych. Społeczeństwo i środowiska biznesowe straciły do nich zaufanie, a na odzyskanie wiarygodności potrzeba w takim przypadku wielu lat.

Osobiście wierzę, że zaufanie do badań opinii zależy od rozwoju dojrzałego społeczeństwa obywatelskiego, które w moim kraju dopiero powstaje. Zdaję sobie w związku z tym sprawę, że potrzeba będzie jeszcze przynajmniej paru lat, nim elity i reszta społeczeństwa zrozumieją, jaką wagę ma ta instytucja. Warto może na koniec przytoczyć pewien przykład: rezultaty prowadzonych w trakcie wyborów prezydenckich w 2000 roku w Gruzji badań nie zgadzały się z oficjalnymi wynikami wyborów. Różnice sięgały 25% w stosunku do tego, co ogłosili przedstawiciele rządu związanego z prezydentem Szewardnadze. Jak się później okazało, to wyniki sondaży były bliższe prawdy.

Merab Pachulia,
kierownik gruzińskiego instytutu badawczego GORBI należącego do sieci Gallup International, współzałożyciel pierwszego niezależnego ośrodka badawczego w Gruzji.
