

Henryk Domański, Andrzej Rychard

# Postaniec złej wieści

Porażki wyborcze uruchomiły wśród przegranych partii proces szukania winnego. Jest to naturalna reakcja, którą nie warto byłoby się przejmować, gdyby nie interpretacja przyczyn porażki obarczająca winą badania opinii publicznej. Według niektórych przegranych, za ich porażki odpowiadają badania, a nie popełnione błędy i programy partyjne. Łatwo wykazać, że ich rozumowanie opiera się na niewiedzy niż interpretować badania. Nie-racjonalne jest samo założenie, że winni są przynoszący złe wieści posłańcy. W demokracji rolę takiego posłańca pełni socjologowie i ośrodki badania opinii społecznej publicznej. Głównym źródłem nieporozumienia jest fakt, że krytycy sondaży nie potrafią oddzielić deklaratywnego poparcia dla partii od aktu głosowania czy ogólniej zachowań wyborczych. Sondaże identyfikują wyłącznie postawy, nastroje i orientacje, jednostek, z których rzecz jasna można wysnuć pewne wnioski na temat ich zachowań i formułować prognozy, ale w żadnym razie nie są to zjawiska tożsame. Warto przy okazji podkreślić, że badania sondażowe są tylko jednymi z wielu narzędzi badawczych, którymi posługuje się socjologia w analizie mechanizmów społecznych. Zada-

niem sondaży jest uchwycenie najogólniejszych prawidłowości, które można lepiej poznać, stosując subtelniejsze metody.

## Zajączek z bajki

Nie istnieją żadne racjonalne przesłanki pozwalające wątpić, że wyniki sondaży nie odzwierciedlają rzeczywistego poparcia dla partii politycznych, kandydatów w wyborach prezydenckich czy stanu nastrojów. Oczywiście pod warunkiem, że realizowane są zgodnie z regułami sztuki, tzn. gdy próby ludności dobierane są metodą losową (ponieważ tylko wtedy można ustalić wielkość błędu), a respondentom zadaje się jasne i precyzyjnie sformułowane pytania, wykorzystując sieć wyszkolonych ankierów.

Czy poparciem wyborczym jest stan świadomości lub – mówiąc prościej – zanotowana przez ankietera odpowiedź, na kogo będzie głosował? Czy też jest nim głosowanie wyrażone przez wrzucenie kartki do urny wyborczej? Zdecydowanie to pierwsze, z dwoma zastrzeżeniami. Po pierwsze, każdy pomiar jest obciążony jakimś błędem, którego uniknąć się nie da, ale który można w przybliżeniu

określić. Po drugie, poparcie deklarowane w sondażach ma swoją dynamikę, z którą trzeba się liczyć.

Jednak niektórzy politycy sądzą, że sondaże nie tyle są narzędziem pomiaru postaw, co te postawy kreują. Rozwińmy ten wątek. W opublikowanym na stronie internetowej powyborczym liście do sympatyków swej partii Władysław Frasyniuk pisze: „To środowisko żyje i przetrwa, bo łączą nas wspólne wartości, które są spoiwem dużo silniejszym niż wyniki sondaży i badań”. Tak więc, sondaże są tu przeciwstawione wartościom, niewątpliwie szczytnym i czystym. Chciałoby się powiedzieć: szczytne wartości kontra brudne sondaże.

Po zdefiniowaniu istoty sporu jako walki wartości z sondażami, Frasyniuk znajduje winnych porażki w hałaśliwości kampanii, która tak zniechęciła wyborców, że nie poszli głosować. I w związku z tym, wśród 60 proc. niegłosujących są – jego zdaniem – zwolennicy PD, których teraz trzeba reprezentować i mobilizować. Logika Frasyniuka każe szukać zwolenników przegranej PD wśród tych, którzy poszli do urn. Nasuwa się komentarz, że muszą to być zwolennicy bardzo niepewni.

I druga uwaga: dlaczego sondaże zniechęciły akurat elektorat PD? Nie ma w tym liście wzmianki na temat pierwotnego ogniwa zależności przyczynowej, która doprowadziła do klęski. Jest nim bezmyślne ignorowanie biegu rzeczywistości, karygodne zmarnowanie kapitału poparcia zgromadzonego przez Unię Wolności – z której wyewoluowała PD – poparcia uzyskanego w wyborach do parlamentu Europejskiego w roku ubiegłym. Dodajmy do tego niewykorzystanie przez PD poparcia premiera i wicepremierza, a właściwie przeistoczenie go w „plusy ujemne”, a wreszcie wysunięcie w wyborach na prezydenta kandydata tak do niej pasującego jak swojego czasu hasło „milion nowych miejsc pracy” pasowało do programu Kongresu Liberalno-Demokratycznego. PD robiła wszystko, żeby zepsuć (jak

ten zajacek z bajki, żeby go złapał wilk), a teraz naprędce samousprawiedliwia się ustami lidera, znajdując kozła ofiarnego w sondażach.

## **Na zamówienie**

Marek Borowski mówi wprost, że nóż w plecy wbił jego partii sondaż TNS OBOP dający niższe poparcie niż sondaż zamówiony przez SdPI (oświadczenia „Sondaże faworyzują liderów” z 27 września 2005). My jednak, patrząc chłodnym okiem badacza, wolimy sondaże niezamawiane i niepublikowane przez partie, a także sądzimy, że nie jesteśmy w tej preferencji osamotnieni. Lider tej partii, podobnie jak lider PD, w ogóle nie bierze pod uwagę, że może SdPI dla postkomunistycznego elektoratu okazała się za bardzo „odnowicielska”, a dla potencjalnych odnowicieli lewicy za bardzo postkomunistyczna. Wpadła w tak wąską niszę, jak cienki był wynik.

Nie zastanawiając się nad takimi kwestiami, Borowski skupia się na sondażach, stawiając nieco inną – w porównaniu z Frasyniukiem – diagnozę. W opinii Borowskiego – której nieuzasadnia, podobnie jak jego poprzednik – zawyżona frekwencja w sondażach faworyzuje liderów. Właściwie nie wiadomo, czego tym argumentem Borowski chciał dowiedzieć. Być może chodzi o to, że wśród niegłosujących 25 września było relatywnie więcej zwolenników liderów, ponieważ to oni „zawyżali frekwencję” w sondażach, a potem nie poszli głosować. Ale skoro tak, to w dniu wyborów powinno małym partiom pójść lepiej? Jednak tak się nie stało. Chyba że zawyżenie pozycji liderów w sondażach wpływa na późniejsze decyzje wyborców tak, że nie oddają oni głosów na mniejsze partie, żeby ich nie marnować.

## **Pomyślny margines błędu**

W istocie może być to pewien argument. Nie twierdzimy, że sondaże nie wpływają na dokonywane przez ludzi wybory. Na pewno w ja-

kimś stopniu wpływają. Ale zastanawiając się nad tym wpływem, trzeba wziąć pod uwagę kilka czynników. Po pierwsze, wpływają w stopniu ograniczonym. Z badań Radosława Markowskiego wynika, że zdecydowana większość ludzi podejmuje decyzje wyborcze na długo przed wyborami. Oczywiście, zostaje jakaś grupa (zdaniem Markowskiego kilkanaście procent), która robi to w ostatniej chwili. Jest więc o co walczyć przy wyrównanej stawce, ale też nie można liczyć, że praktycznie nieistniejąca partia zbuduje sobie w ostatniej chwili znaczące poparcie, albo też, że partia ze znaczącym poparciem w ostatniej chwili je całkowicie straci. Po drugie, dla większości ludzi liczy się jednak wiarygodność liderów i partii, ich programy i oczekiwane wyniki.

Niektórzy politycy jakby tego nie wiedzieli, natomiast uwierzyli, że o sukcesie decyduje sprawny marketing, a elektorat można sobie wykreować za pomocą sondaży. Okazuje się, że nie można. Po trzecie, na ostateczny akt głosowania wpływa wiele innych (poza sondażami) czynników, których do końca nie znamy. Nawiasem mówiąc, jest to okoliczność pomyślna, bo dzięki temu demokracja odróżnia się od systemów totalitarnych, w których podkreśla się sprawczą rolę „żelaznych konieczności”.

O ile niepokoję polityków jesteśmy w stanie zrozumieć, o tyle naiwnie brzmią oskarżenia o manipulacje wynikami wyborczymi formułowane czasami przez przedstawicieli mediów – żeby przytoczyć tutaj opinię Korneliusza Pacudy (eksperta w dziedzinie muzyki country i ostatnio sondaży) wyrażoną w „Rzeczpospolitej”, gdzie stwierdził on, że socjologowie wiedzą, jak osiągnąć oczekiwane przez zleceniodawców wyniki. Pacuda proponuje: „Można zakpić z badań, sondaży i statystyk” i namawia, aby „tłuc”, powołuje się na słynne powiedzenie Wałęsy „Stłucz pan termometr, nie będziesz pan miał gorączki”, co u Wałęsy było oczywiście ironią.

## **Prawo do swojego obrazu**

Wracając do polityków krytykujących sondaże – warto czasami posłuchać głosu akademików badaczy. Jest on następujący: sondaże na ogół trafnie odzwierciedlają stan nastrojów społecznych i poparcie wyborcze. Zwłaszcza badania sondażowe realizowane na ogólnokrajowych próbach ludności przez CBOS, OBOP, GfK, Sopotką Pracownię i kilka innych firm. Jeżeli chcemy poznać stan nastrojów społecznych, a przez to wysnuć wnioski na temat legitymizacji polityków czy rządu mamy prawo odwoływać się do wyników sondaży. Natomiast wyniki ogłoszone przez PKW dotyczą innej sfery zjawisk – PKW „zmierzyło” bowiem zachowania, a nie deklaratywne poparcie. Nie chcemy przez to powiedzieć, że poparcie wyrażane w odpowiedziach na pytania sondażowe jest bardziej „rzeczywiste” niż preferencje wyrażone w akcie wyborczym. Jednak poparcie jest również elementem rzeczywistości społecznej.

Krytykując tzw. demokrację sondażową, nie bierzemy pod uwagę, że wyolbrzymione czasami znaczenie sondaży wynika z niskiej jakości polityki i debaty publicznej. Prawdliwością jest, że słabość owej debaty wzmacnia znaczenie sondaży, z konieczności wypełniających puste miejsce na scenie. Nasuwa się refleksja, że zakazywanie czy ignorowanie sondaży sprowadzi poziom aktywności sondażowej do poziomu niemrawości polskiej polityki – lepszą strategią jest podniesienie jakości polityki i aktywizowanie debaty. Opinia publiczna ma prawo do poznawania swojego obrazu. Wynika stąd, że politycy powinni zacząć od siebie działania naprawcze. Gdy polepszy się polityka, czyli produkt, sondaże na pewno odzwierciedlą poprawę jakości. ●

„Rzeczpospolita” 3 października 2005