

A MAGYAR KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁSRÓL

A Replika alapvető céljának tekinti, hogy bemutassa a különböző szociológiai vagy szociológiához kötődő műhelyeket. Ezért 1992 kora tavaszán beszélgetést szerveztünk néhány közvéleménykutató műhely munkatársával. Ezt megelőzően körkérdessel fordultunk az egyes cégekhez, hogy mondják el, milyen mintavételi eljárással dolgoznak. Végezetül közöljük azt a tanulmányt, amely két egymástól független vizsgálat eredményét hasonlítja össze, s melyre a kerekasztalbeszélgetés során utalás is történik.

Kerekasztalbeszélgetés

REPLIKA: A Replika szeretettel köszönti a négy legjelentősebb közvéleménykutatással foglalkozó cég (MEDLÁN, MKI, SZONDA-IPSOS, TÁRKI) szakértőit a magyarországi közvéleménykutatásokról rendezett vitánkon. Az utóbbi néhány évben a szociológiában a közvéleménykutatás igazi sikerágazattá vált, mely elsősorban a laikus nyilvánosság számára szolgáltat fontos információkat az aktuális kérdésekről. E sikerek mellett azonban néhány kérdés megválaszolására vár, amelyek közül előzetesen a szerkesztőség ötöt fogalmazott meg. Ezek a következők:

1. Milyen ma, 1992 elején a szociológiai szakma, a politika és a közvéleménykutatás viszonya?
2. Milyen ma a megbízó és a megbízott közvéleménykutató viszonya?
3. Mit jelent a nemzetközi sztenderd a magyar közvéleménykutatók számára?
4. Van-e olyan magyar szociológiai hagyomány vagy iskola, amely különösen hatással van a közvéleménykutatásokra?
5. Keil-e, hogy a közvéleménykutató önálló társadalomképpel rendelkezék?

Levendel Adám: Én azt gondolom, hogy Magyarországon a piacszerűen működő közvéleménykutatási intézmények nemzetközi sztenderd szerint működnek. Ebben persze döntő szerepe van annak, hogy a ma működő közvéleménykutató emberek az akadémiai területről verbuválódtak. Ugyanakkor ezzel nem kerülhető meg a kérdés, hogy miként áll a megrendelő és a szolgáltatást nyújtó közvéleménykutatás kapcsolata. Már a nyolcvanas évek második felében számos közvéleménykutatás készült, de ezek kormányzati, MSZMP agit-prop. típusú megrendelések voltak, amit az akkori Közvéleménykutató Intézet, a Társadalomtudományi Intézet, a Szociológiai Intézet végzett. Ebből a szempontból sok elemeiben új helyzet alakult ki az elmúlt két évben. Én úgy gondolom, hogy három dologban alapvetően új a helyzet a közvéleménykutatásban. Az egyik, hogy a nyolcvanas évekhez képest radikálisan pluralizálódott a sajtó, tehát a közvélemény artikuláltabb módon jelenhet meg. Ez azt is jelenti, hogy a közérzet és a közhangulat mérhetőbbé vált. Másrészt alapvetően új az, hogy nem egy irányból jönnek a megrendelések. Így sok irányból, sokféle érdek mentén jelennek meg a közvéleménykutatások. Végül ezek az elemzések a nyilvánosság számára is

A MAGYAR KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁSRÓL

hozzáférhetőek, míg a hatvanas – hetvenes években egyáltalán nem, a nyolcvanas években pedig csak nagyon korlátozottan kerültek nyilvánosságra az ilyen típusú vizsgálatok. Ugyanakkor a megrendelő ma is jórészt exkluzív kutatásokat óhajt, és csak később dönt egy adott közvéleménykutatás nyilvánosságáról.

REPLIKA: A megváltozott körülmények között miként lehet semleges a közvéleménykutató?

Levendel Ádám: Lehet, hogy a SZONDA-IPSOS szerencsés helyzetben van, de néhány gyermeki kísérlettől eltekintve nem igazán ért minket külső nyomás a kérdések megfogalmazásában vagy a mintaválasztás kialakításában. Ezt természetesen nem is vállalná az ember. A szakmai szempontokat nézve egy adott vizsgálat abból az előfeltevésből indul ki, hogy azonos időben és azonos mintán bárki által megismételhető legyen. Ennek megfelelően itt a manipulációnak minden formája öngyilkosság. Ha viszont nem kerül nyilvánosságra, akkor megtévesztés, amivel becsapja a megrendelőt. Végül is egy üveg borért mindenki saját magának jópofa adatokat mondogathat, de ezért kár rettenetesen nagy pénzeket fizetni.

REPLIKA: Én is pusztán a politikai harcban bevett eszköznek tekintem, ha szándékos manipulációval vádolják a közvéleménykutatókat. Másrészt: érezhető itt egy komolyabb probléma. A szociológia liberális és baloldali-kritikai hagyományaiából következik, hogy a legtöbb szociológus és közvéleménykutató vérében van egy sajátos értékrendszer, ami nem biztos, hogy más értékrendszereknek megfeleltethető.

Levendel Ádám: Szűkítsük le akkor a politikai közvéleménykutatásokra a problémát. Azt kell mondanom, nincs olyan tapasztalatom, hogy itt igazán éles küzdelembe kerültünk volna a megrendelővel, bár lehet, hogy a megrendelők is liberálisabban gondolkodnak a kérdésről.

Závecz Tibor: Én is azt gondolom, hogy sajátos módon éppen a politikai közvéleménykutatás az a terület, ahol viszonylagos semlegességet sikerült elérni. A megrendelő, legyen az párt, társadalmi szervezet vagy a sajtó, arra kíváncsi, hogy a társadalmi helyzet és a politikai szituáció megítélése milyen a közvéleményben, és ezen belül miként vélekednek az emberek saját szervezeteikről. Inkább a piackutatások és a politikai közvéleménykutatások határán képzelhetők el olyasfajta érdekek, melyek befolyásolni kívánnák az eredményeket. A sajtóban olvastam egy olyan közvéleménykutatást, ahol feltettek néhány kérdést az atomerőműre vonatkozóan, és ahol kilógott a lóláb: az alkalmazott skála nem fedte le a szakmai tisztesség minimálkövetelményét. Tehát úgy gondolom, hogy inkább a gazdasági érdekszférákban lehetnek olyasfajta szándékok, amelyek megpróbálják a közvéleménykutató szervezetet rábírní bizonyos dolgokra. De még ha így is lenne, amíg egy kutatás eljut a kérdezésig, addig számtalan szűrőn kell keresztülmennie. Ezek a szűrők – jómagam is egy ilyen szűrőnek gondolom – arra törekednek, hogy a torzításokat megpróbálják kiküszöbölni.

Tarjányi József: Ne feledjük, hogy a piackutatás területén is döntően piaci jellegű közvéleménykutató cégek működnek. Ha szakmailag rosszul csinálják, akkor lejáratják magukat, kiesnek a piacról. Az elemzések nem olyan típusúak, hogy itt a szociológusok liberális értékei burjánozhassanak. A politikai közvéleménykutatás döntő része pedig, ami nyilvánosságra kerül, viszonylag egyszerű elemzésből és tényközlésből áll.

REPLIKA: Mégis, Nyugat-Európában alig kérdőjelezzik meg az ilyen típusú vizsgálatok korrektségét. Magyarországon viszont igen gyakran ez történik.

Levendel Ádám: A kritika leginkább a politika irányából érkezik. A különböző globális megítélések nem egyik cégről vagy másik cégről alakulnak ki, hanem a

A MAGYAR KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁSRÓL

közvéleménykutatás egészével kapcsolatban, és ennek is van sajátos politikai mögöttes tartalma.

Hann Endre: Erre épp a közelmúltból van egy példám. A *Népszavában* – amely ellenzéki lapnak számít manapság, és inkább a kormánynak és a kormánypártoknak pörköl oda – egy vezércikk körülbelül két hete elsütötte azt az abszolút ismert sztereotípiát, hogy a közvéleménykutatás eredménye attól függ, miként tesszük föl a kérdést. Ez tipikus. Ráadásul – köztünk szólva – tényleg igaz, még ha sztereotípiá is. Mert mondjuk, Kónya vagy Torgyán rokonszenvidexét nem tudnám föltornázní, ez kétségtelen, de ha megjelenik egy olyan grafikon, ahol Antall József legfelül van, az nagy benyomást tesz az olvasóra. A kormánypárti reakciók között egyetlen felvetést tartottam értelmesnek, amikor Kónya Imrét megkérdezték, hogy mi baja van a közvéleménykutatási eredményekkel. Ő ott azon túl, hogy kifejezte az általános szkepszisét, elmondta azt a szintén közismert dolgot, hogy a közvéleménykutatás maga is orientál. Tehát őket irritálja, ha mi rendszeresen azt mondjuk, hogy őket nem szeretik, mert akkor egyre több ember gondolkodóba fog csni, és akkor ez megerősíti vagy felerősíti az ilyen tendenciákat. Mindezekkel nyilvánosan érdemes lenne szembenézni, és jó lenne, ha az újságírók is fölkészülnének erre.

REPLIKA: Iszonyú nagy tehát a felelőssége akár csak egyetlen számadatnak is, mely megjelenik, mert ez aztán továbbgyűrűzik, és ki tudja, hol áll meg.

Sterk Péter: Én azt gondolom, hogy manipulálni lehet a szociológia bármelyik másik ágában is, a különbség mindössze az, hogy a közvéleménykutatásokban rendkívül érzékeny politikai kérdéseket érintünk. Most még a korai kapitalizmus állapotát éljük, és hiányzik az a szakmai-tudományos nyilvánosság, amely a közvéleménykutatásoknál az előző rendszerben – ha sajátos módon, de mégiscsak – létezett. Nincsenek fórumok, ahol a problémák megvitathatók, ahol meg lehet kérdezni a másik felet is, hogy mondja el a véleményét. Egyik cég sem akar nyilvánosan támadást indítani egy konkurens cég ellen, azon jól felfogott érdeke miatt, hogy ezzel a közvéleménykutatásokat járatná le, tehát a szakmának tenne rosszat. Így most egy róka fogta csuka-helyzet van.

Ha már nálam van a szó, még két gondolatot szeretnék elmondani. Az egyik a nemzetközi sztenderdekkel kapcsolatos. Mindenféle szakmai nagyképűség nélkül én is azt tapasztaltam, hogy Magyarországon magasabb színvonalúak a közvéleménykutatások, mint Nyugat-Európában. Az okok magyarázatánál egyetértek Levendel Adámmal. A közvéleménykutatás területén dolgozó kutatók tudományos kutatóként kezdték, és onnan jöttek át.

A másik kérdés: a kutatóknak az értékmentessége a közvéleménykutatásban. Ez pont olyan megoldhatatlan, mint amilyen megoldhatatlan a szociológia többi ágában. A megoldás csak a folyamatos kontroll lehet. Ilyen kontroll működhet a kérdések operacionalizálásánál, de ugyanilyen fontos a kontrollfunkció az adatok értelmezésénél.

Birkás József: A nemzetközi sztenderdek, amennyire én látom, többszintűek. Sokfajta közvéleménykutatás van, kezdve azon, hogy szereted-e ezt vagy azt a szappant, egészen a tudományos igényű kutatásokig. Emiatt egységes nemzetközi sztenderdekről nem lehet beszélni. Nem vitatom azt, hogy az egyszerű közvéleménykutatásoknál a magyar közvéleménykutatások színvonala jóval magasabb, de a komoly tudományos igényű közvéleménykutatásoknál, azt hiszem, már az összehasonlítás vitatható. Magyarországon például érdemi hibavizsgálatról cikket Füstös László kéziratán kívül nem olvastam.

A MAGYAR KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁSRÓL

A publikumot is meg lehet érteni. Az emberek többnyire nem társadalomtudományi adatokhoz szoktak hozzá, hanem műszaki adatokhoz. A műszaki adatnál az emberek hozzá szoktak ahhoz, hogy közöljük a mérési hibát. Végsebesség ennyi, plusz-mínusz annyi. Tehát a publikum egyszerűen a műszaki adatokkal szembeni követelményrendszer próbálja meg érvényesíteni a társadalomtudományi adatokkal szemben is, miközben az ilyen típusú adatoknak a megbízhatósága jóval kisebb.

Levendel Ádám: Maradéktalanul egyetérték azzal, hogy nem néztünk szembe azzal a kérdéssel, vajon a közvéleménykutatáson mit is értünk. A sajtóban publikált adatok ráadásul nagyon leegyszerűsítettek, hisz napi- és hetilapokról lévén szó, ezek nem szakmai jellegű tanulmányok, miközben nagy amerikai egyetemi laboratóriumokban, húsz – harminc évre visszamenően idősoros adatokkal, sok-sok millió dollárral elemzik a problémákat a politikai attitűd mérésénél.

De meg kell mondanom, hogy – legalábbis a kéziratban, amit a sajtónak leadunk – ott szokott lenni a mintahiba és az értelmezési tartomány. Ha mégis kimaradt, nem mi hagytuk el, hanem a média. Ez pedig már a közvetítőnek és a konfliktusos. Szerencsére nem nagyon írják bele, de időnként terjedelmi megfontolásokból megrövidítenek egy-egy cikket. Ez pedig elvezet ahhoz a kérdéshez, hogy a legtöbb nyugat-európai országban – Franciaországban mindenképpen, de az Egyesült Államokban is – a nagy lapok tartanak közvéleménykutató írókat. Tehát adatokat vesznek meg, és az adatokat saját maguk interpretálják. Magyarországon viszont többé-kevésbé maguk a közvéleménykutató intézmények írják meg a sajtóban megjelenő elemzéseket. Ezt én pozitívnak tartom épp azért, mert az adatközlések nem a lapok politikai irányultsága szerint torzulnak.

REPLIKA: Nem arról van-e szó, hogy a közvéleménykutató cégek saját image-ük megeremítése érdekében maguk akarják megírni a cikkeket? Ha csak adatokat szolgáltatnának, akkor a közvélemény számára sokkal inkább az újságíró, és nem pedig az adatszolgáltató cég lenne a kritika tárgya.

Hann Endre: A kérdés akadémikus. Magyarországon én nem tudok pillanatnyilag olyan újságírót, akinek teljesen nyugodt lelkiismerettel odaadnám az adatokat, és meg lennék győződve, hogy az adatértelmezés pontos lesz. Először az újságírókat kell nevelni, és itt van a legtöbb probléma.

Manchin Róbert: Szeretnék visszatérni a közvéleménykutatás és a szociológia kapcsolatára. A közvéleménykutatásnak, ami megjelenik a sajtóban, nem sok köze van a szociológiához. Ez más műfaj, más dolog. A közvéleménykutatás levált a szociológiáról mint tudományról. Más kérdés, hogy a szociológus vagy a politológus munkálkodásában mindenféle adatra igényt tart, és hogy ezekkel az adatokkal tud-e valamire menni vagy sem. Persze szükségünk van dialógusra a szociológiával, ahonnan jöttünk, de meg kell nézni, hogy az empirikus szociológia most milyen állapotban van, és mit tud mondani a mai magyar társadalomról. Ez azonban más szint. A napi, havi, heti közvéleménykutatás, amit mi csinálunk, ebben a formában már nem szociológia.

A legfontosabb kérdésnek azt tartom, hogy a közvéleménykutatás tud-e kommunikálni a társadalomról vagy a politika állapotáról a társadalomnak. Ebben Hann Endrének adok igazat, hogy amíg nálunk az első fél évben nem tanítják meg az újságíróknak, hogy ezekkel az adatokkal hogyan kell bánni, és hogyan lehet értelmezni azokat, addig teljesen ki vagyunk szolgáltatva nekik. Ez az oka, hogy egyfolytában minket is beszív a politikai erő. Én ezt a kettős csúsztatást látom fontosnak.

A MAGYAR KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁSRÓL

REPLIKA: Ameddig egy felmérés célja csak az, hogy megtudjuk, ki hogyan választana holnap, ezzel teljesen egyetértek. De amikor a közvéleménykutató magyarázni kezdi a dolgokat, mint teszi például a vallásosság kérdésében, akkor ismét mint szociológus jelenik meg a nyilvánosság számára, és az átlagolvasó elbizonytalanodik. Egyáltalán, egy átlagolvasónak semmifajta tudása nincs arról a különbségről, amit elmondta.

Levente Ádám: Azt gondolom, hogy el kellene választani a napisajtóba való publikációt és a szakmai sajtóban megjelenőt. A napisajtóban vagy a nem szakmai sajtóban megjelenő közvéleménykutatásokra ma nem az a jellemző, hogy túlságosan zsurnalisztikusak, hanem az, hogy a szükségesnél egy kicsit tudományosabbak. Ez nem csupán a mi frusztráltságunkból fakad, hanem valamifajta igényességből. A problémát ott látom – megint kivétel nélkül mindenkinek a publikációját említhetném –, hogy a közvéleménykutatási adatoknál időnként túlzottan elválnak a mért tény és annak magyarázó érvényű leírása. Ez pedig mindig engedmény a zsurnalizmusnak. A másik hiba, amikor nem válik el jól, akkor meddig terjed az adatszerű, mért tudás, és honnan kezdődik a reflexió. Itt a kutató megy át újságíróba. Tehát nemcsak arról van szó, hogy az újságírók nem tudnak "szociológiául", hanem a kutatók sem tudnak eléggé "újságíróul". Belemennek az újságírásba, amit jobb lenne, ha nem tennének. És erre tényleg elég sok példát lehet találni a magyar sajtóban.

REPLIKA: Nem lehet-e az, hogy maga a szociológia mint szakma, a fogalomrendszerében, a kategóriáiban, a hagyományait tekintve alapvetően liberális? Lehet, hogy már a méréshez használt kérdések és a megfogalmazott problémák is eltérnek attól, amit a magyar közvélemény megszokott. Például a magyar lakosság jelentős része a politikuskokat aszerint ítél meg, hogy vajon igaz magyar ember-e vagy sem. Egy szociológiai iskolázottságú kutató, amikor preferenciákat teszés szerint akar mérni, akkor nem tesz el ilyen jellegű kérdéseket. Mennyiben érvényesül ez a szakmából adódó vagy a szakma fogalomrendszeréből adódó liberális attitűd, ami esetleg torzíthatja az eredményt?

Hann Endre: Megint belemertünk abba, hogy bíráljuk a magyar politikai kultúrát, a magyar sajtót meg a saját gyakorlatlanságunkat. Le kell szögezni, hogy egy csomó más vonatkozásban a mai magyar politikai életre az elmebetegségektől való tobzódása a jellemző, és ennek mi isszuk a levét. Normális demokráciában egy politikus nem engedheti meg magának, hogy azt mondja, ezek már megint csálnak, és engem népszerűtlenebbnek hoznak ki, mint az ellenfelemet. Ha Bush elnöknek zuhan a népszerűség, nem létezik, hogy azt mondaná, ezek a fránya közvéleménykutatók csálnak.

REPLIKA: Ez miből fakad? Abból-e hogy ilyen a közéletünk?

Hann Endre: A magyar politikusok a paranoia határán tántorgó, hisztérikus, frusztrált emberek. Legalábbis egy részük. Akik azt tanulták, hogy folyamatosan sikerpropagandát kell nyomni. De azért az előbbi kérdésében van valami. A sajtó kapcsán szokás elmondani, hogy a sajtó per definitionem liberális kell legyen. Egy tekintélyelvű berendezkedésben ez igaz is. És a közvéleménykutatás ebben az értelemben a sajtóval egy szintre kerül. A tisztességes közvéleménykutató nem tehet mást, minthogy legjobb szándéka szerint a tényeket akarja föltárni. Állandóan próbálunk kitalálni mindenféle játékokat, méréseket, de általában ezek nem nagyon differenciálódnak. Ahol ilyen tekintélyuralmi és hisztérikus jelenségek vannak a politikában, ott a közvéleménykutatókat biztosan nem szeretik.

REPLIKA: De valami oknál fogva teljesen elszakadt ez a közeg a szociológiától és nincs meg a párbeszéd. Azt azonban látni kell, hogy már a mért adatok is egy interpretációs keretben jelennek meg, ami visszavetődik a közvéleménykutatóra. Lehet, hogy a közvéleménykutató nem is osztja ezt az interpretációt. Ennek lehetnek pozitív és negatív példái.

A MAGYAR KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁSRÓL

Nem kell-e a szociológiának vagy a politológiának szembenéznie az új helyzettel? Vagyis a kérdés így is feltehető: a közvéleménykutatók mit tudnak most olyat a társadalomról, amit a szociológusok nem tudnak?

A másik kérdés, hogy itt Kelet-Közép-Európában és Magyarországon a nemzetközi sztenderdek – bármily magas színvonalon alkalmazottak is – mennyiben működnek (például az iskolai végzettség mérése, vagy a második gazdaság fogalma). Lehet-e csak a sztenderdeket átvenni, és mennyiben van lehetőség arra, hogy saját elméleti készlet és fogalomtár alakuljon ki?

Levendel Ádám: A közvéleménykutatások kapcsán a kritika és a támadások elsősorban a politikusok népszerűsége körül csúcsosodnak ki. Érdekes módon azok, akik politikai értelemben bírálják ezeket a vizsgálatokat, nem készíttetnek alternatív közvéleménykutatásokat, amelyek a kutatás erejével cáfolnák a mi kutatási eredményeinket. Sőt, néhány tétova kísérlettől eltekintve nem születtek új cégek sem az ellenzékinék, liberálisnak vagy akárminek kikiáltott cégekkel szemben. Én azt gondolom, hogy ez természetesen majd be fog következni, és az "Új Magyarország Közvéleménykutató Intézetnek" helye lesz a magyar palettán.

Visszatérve a kiinduló kérdésre, egyrészt nagyon kellemesen hangzik, hogy a közvéleménykutatás sikerágazat. Ez azonban úgy fest, mint amikor a buszokat nem lehet eladni, csak a lökhárítókat. A közvéleménykutató munka hirtelen piacképessé vált, de ez olyan, mint a könnyűvérű leány esete, akivel nem kell megházasodni, de lehet vele hálni.

Másrészt a közvéleménykutatásnak kisebb az investíciós igénye az alapkutatásokhoz képest. Mi csak módszereket veszünk át a Nyugattól, ezzel pedig nincs gond, mert az egész világon egy iskolához tartozó módszerekről van szó. Az angolszász iskola ugyanazon módszereit találja meg az ember Hollandiában, Franciaországban, Olaszországban vagy másutt. Ráadásul nem hinném, hogy bárkinek közűtünk a politikai közvéleménykutatás lenne a nyereséges üzletág. Mindenki kénytelen elkezdni lábukat növesztetni: piackutatás, reklámhatékonyág és sok minden más, amit a közvéleménykutatáshoz hozzá kell csomagolni. Nekünk éppúgy nem telik közvéleménykutatási alapkutatásra, mint másoknak empirikus társadalmi alapkutatásra. A legkevésbé a gazdasági alapon működő közvéleménykutató cégek tehetik meg ezt, és nem játszhatjuk el, hogy olyan közvéleménykutató kft-k vagyunk, amelyeknek van egy alapkutató intézete. A módszertani korrektségre törekvés a maximum, amire képesek vagyunk. Ezért nem látom olyan rózsásnak a helyzetet. Az alapkutatás hiánya mindenfajta társadalomtudományi kutatásnál éppúgy meg fogja hozni a maga bojtját, mint nálunk. Viszont véleményem szerint a szociológia képtelen arra – amire képes lett volna talán néhány évvel ezelőtt –, hogy egy ilyen típusú közvéleménykutatáshoz társadalomképet szállítson. A szociológiának most éppúgy nincs társadalomképe, mint a közvéleménykutatásnak. Ma az alapkutatást a szombat esti baráti beszélgetés helyettesíti.

Závecz Tibor: Két rövid megjegyzést szeretnék tenni. A kormány ellen-közvéleménykutató céget vagy "igazi közvéleménykutató céget" valóban nem tudott még felállítani. Ugyanakkor többször is próbálta a számára nem tetsző eredményeket kontrolláltatni. Ennek két formája van. Az egyik, amikor kétségbe vonja a sajtón keresztül egy vizsgálatnak a létét, az eredmények hitelességét vagy esetleg – bár ehhez igazán nem értenek – a használt módszereket. A másik formája az, amikor fölkérik különböző szakértőket, hogy bizonyos közvéleménykutatásokat vizsgáljanak meg a szakmai korrektség és az alkalmazott módszerek szempontjából. Ezt azért

A MAGYAR KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁSRÓL

mondom, mert a TÁRKI – és közvetve az MDF – felkérésére Tarjányi Józseffel épp egy ilyesfajta ellenőrzést csináltunk a MEDIÁN és a SZONDA-IPSOS politikusi rokonszenvvizsgálatáról. Különösebben nagy sikert nem aratott az elemzésünk. Mi mindent bevetettünk, a kérdés megfogalmazásától a mintavételen át, a mintavételi hiba mérésén keresztül az eredmények lehetséges torzításáig, amit még szakmai-módszertani szempontból egy minimális korrektség mellett be lehet vetni. Ennek ellenére nem sikerült másfajta eredményt produkálni.

A másik megjegyzésem a szakmának a politológiával és a szociológiával való kapcsolatára vonatkozik. Arra reflektálnék, amit Levendel Ádám mondott a szombat esti beszélgetés és az alap kutatás közötti különbségről. Felsorolhatnám a szociológusok, politológusok színe-javát, akik valamelyik kutatási fázisban – ha másképp nem, az együttgondolkodás során – részt vesznek közvéleménykutatások előkészítésében vagy elemzésében. Ebben folyamatos napi kapcsolatot érzek. Más kérdés, hogy ez mennyire informális vagy formális. A közvéleménykutatók kezdenek feltűnni konferenciákon, különféle társadalomtudományi üléseken, és az ott elhangzott vélemények kezdenek megjelenni folyóiratokban, évkönyvekben. Azt gondolom, hogy ha egyáltalán beszélhettünk szétválásról, ma inkább egymásra találásról van szó.

Manchin Róbert: Én nem vagyok ennyire büszke ezekre a politológusi teljesítményekre. Az elmúlt két évben még a legjobb teljesítmények is, amelyek esetleg empirián alapultak, aligha állnák ki a megismételhetőség empiriatesztjét. A szociológiának igenis törekednie kellene arra, hogy megújítsa, megtalálja a helyét ebben az új felállásban. Akár úgy, hogy nyíltan újraelemezze az adatokat, és megpróbálja tesztelni a szombat esti teóriákat. Nem hiszem azonban, hogy nekünk mint kereskedelmi alapú cégeknek annyi időnk lenne, hogy fél évet nyugodtan ülünk, és elemezzük az adatainkat. Nem állítom, hogy drasztikusan más eredményeket kapnánk, de biztos, hogy sokkal több van ezekben az adatokban. Talán az ilyen munkáknak intézményes keretet kellene teremteni. Többször fölvetettük többen is, hogy amennyiben olyan vizsgálatokról van szó, ahol a megrendelő nem ragaszkodik a kizárólagos használat-hoz, úgy ezt felajánljuk a TÁRKI-nak.

Az bizonyos, hogy az amerikai ötlet, hogy minden egyes ember egy szavazatot ér, és hogy a közvéleménykutatató igyekszik megszámolni az utolsó tanyasi cigányt is, csak az amerikai kultúrában alapvetően ideális. A másik végtel az, amikor az a mérce, akivel együtt jártál iskolába. A kettő között azonban még van játéktér. Ehhez nagyon hasonlít az a bizonyos állandóan tapasztalt "hatvan – negyven százalék". Mi úgy közöljük már az adatainkat, hogy ez a "negyven százalék" tölti ki a preferenciáit, és csak ismételtetjük, hogy a másik "hatvan százalékot" se felejtse el az olvasó. A következő redukció az, hogy a "negyven százalékon" belül is vészesen szűk a valóban politizáló, politikacsínáló elit. És nem vagyok biztos abban, hogy ezen a nyomvonalon haladva mindig következetesen végiggondoljuk mindezek következményeit. Vagyis újraértelmezhetnénk vizsgálatainkat más és más szemüveggel és még számunkra is elfogadható logikai-episztemológiai megközelítésekkel.

Elképzelhető például egy olyan politikai közvéleménykutatói megközelítés, amely csak a valóban politizáló társadalomra koncentrál. Arra a legfontosabb ötvenczer emberre gondolok, akiket érdemes lehet manipulálni. Arról szólna egy ilyen elemzés, hogy hogyan lehet megfogni őket, hogyan gondolkodnak bizonyos kulcskérdésekről, hol vannak az ő érdekeik. Százalékos formában más eredményeket kapnánk, mint most, de a politikacsínálás szempontjából az eredmény valid lehet.

A MAGYAR KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁSRÓL

Levendel Ádám: Ha egy cég – mondjuk a Patyolat – elkezd valamit szakszerűen végezni, akkor lényegtelen, hogy a ruhatisztítási technológia liberális-e vagy sem. Amit Manchin Róbert mond, hogy valaki valamilyen okból szűkíti a mintáját, az teljesen korrekt. Ha valaki egy másik mérési technika alapján dolgozik, az is teljesen elfogadható. De az eljárását be kell mutatnia. Ha mi ötletszerűen tennénk meg a szűkítést, és nem mondanánk meg, hogy milyen irányból szűkítünk, akkor nem liberálisok vagy antiliberálisok lennénk, hanem inkorrekt mérnénk. Hirtelen nem is tudok olyan kérdést elképzelni, ahol erre indokunk lenne. Ez csak összemossa a dolgokat, és az inkompctens véleményeket egyensúlyozná ki.

REPLIKA: Amit Manchin Róbert mondott, az nem egyszerűen mérési probléma. A kárpótlási törvényről minden állampolgárt megkérdeztek, hogy egyetért-e vele vagy sem, s ebből kijött, hogy hányan támogatják. De létezik egy másfajta társadalomkép is, ahol van egy centruma a közösségnek és bár persze mindenki mindenfélét mond, de a tényleges viszonyokat ez a centrum határozza meg.

Levendel Ádám: És azt meg lehet mondani, hogy melyik ez a centrum? Szociológiailag meghatározható?

REPLIKA: A korábbi kérdésünk épp erre vonatkozott, hogy nem kellene-e ehhez technikákat kifejleszteni.

Hann Endre: Azt gondolom, hogy néhány vezető politikus jobban járna, ha az ellenünk irányuló támadások helyett inkább arra figyelne, hogyan használhatja az adatainkat és azokat a kurvákat, akik mi vagyunk. Mi segíthetünk volna a kormányt abban, hogy felismerje, számára nem előnyös a Kónya – Pető-tévévita megismétlése. Ugyanis a kormány abban a sajnálatos téveszmében lubickolt napokon keresztül, hogy végre most aztán sikerült áttörni a magyar közvéleményt, és mindenki egy emberként fog mögé állni. Az egész arról szólt, hogy ez neki fontos. És ezt nagyon egyszerűen lehet tesztelni, nem kell ehhez drága országos felmérés. Megmondhattuk volna könnyen: Kónya úr, ezt most ne erőltessék! Nyugaton ez tényleg így működik. Nagyon sok cég megél a piacon, kicsik is, nagyok is. Csinálnak nagyon sok mindent, és nagy része nem kerül nyilvánosságra, de fölhasználják a tudásukat. És még módszertanilag is nagyon érdekes. De nem lehet az adatokat úgy elemezni, hogy az nekik sokkal jobb legyen.

Sterk Péter: Manchin Róbert felvetésével szemben én úgy gondolom, hogy ő a módszereknek túl sokat tulajdonít. A módszereknek nincs ideológiája. Ezek olyan módszerek, amelyekben nincsen liberális, és nincsen konzervatív. Ezek csak módszerek, és akár az egyik oldalon áll valaki, akár a másikon, ugyanazok az eredmények fognak kijönni.

Manchin Róbert: Az egy dolog, hogy a módszer politikailag független. Más dolog viszont, hogy a módszertannak vannak-e episztemológiai feltevései. Én ez utóbbit említettem. Levendel Ádámnak tökéletesen igaza van: természetesen a lényeg, hogy korrektül használjam a módszert. De a megelőző fázisban lehet másféle alapfeltételezésem.

Sterk Péter: Természetesen a professzionalizmusnak vagy a szakmai ismereteknek van egy olyan szintje, ahol nagyon finom elmozdulásokat már nagyon ügyesen lehet mérni. De azt gondolom, amit Manchin Róbert mondott, kitűnően alkalmas volna arra is, hogy nagy tömegek előtt így vagy úgy tüntessen fel valakit, és csak egy picit csaljon. De az ördög mindig a részletekben lakozik. Gyakorlatilag fel lehet tenni a kérdést úgy is, hogy formállogikailag abszolút precíz és pontos, miközben mégis beépítem a torzítást. Teszem azt, feltehetek egy nyitott kérdést úgy, hogy "Magyaror-

A MAGYAR KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁSRÓL

fog bejönni. Azért mondhatom, hogy a korrekt módszertannak második vagy harmadik szelete is lehet.

Manchin Róbert: A politikai artikulációnak ama magas fokán, amelyen a politizáló társadalom áll, ha én konzisztensen azt az eredményt olvasom ki, hogy például Palotás János a második legnépszerűbb magyar politikus – és ezt így is interpretálják –, miközben megkérdezek több hónapon keresztül sok ezer embert, akik Palotást mint politikust nem preferálják igazán, akkor én úgy gondolom, hogy nem ilyen módon kell feltenni ezt a kérdést. Ilyenkor helye van nyílt kérdéseknek. A szociológus ne segítsen mindig a válaszadónak. Ez nem jelenti azt, hogy ne kelljen zárt formában is feltenni a kérdést, különösen a sztenderd mérési technikák miatt.

Levendel Ádám: Sokkal inkább az az érdekes, ami mögötte van. Bármelyik – a nagy nyilvánosság elé kerülő – politikai közvéleménykutatást bárki a kezébe veheti, az összes megszólaló felhasználhatja. És nem ismerek olyan társadalmi tény, statisztikai vagy népszámlálási adatot, amit ne lehetne önálló életűvé tenni. A közvéleménykutatás pedig erre lett kitalálva. Én nagy különbséget tennék a kurva és a könnyűvérű lány között.

Hann Endre: Ne haragudj, de miért teszel különbséget? Én a kurvát védem, mert ő szabott árért abszolút szakszerű munkát nyújt. A könnyűvérű nő pedig nem biztos, hogy szakszerű. Én a szakszerűségre teszem itt a hangsúlyt.

REPLIKA: Az utolsó kérdésünk arra vonatkozik, hogyha piacból élő, számos területen viszonylag kis létszámú közvéleménykutató csoport és cég működik ma Magyarországon, nem lenne-e ésszerű kamarába tömörülni a szakmai-politikai támadások elleni védekezéséppen?

Levendel Ádám: Állandóan csináljuk, idestova egy éve. Két éve szervezünk egy közvéleménykutatói klubot, de összehozni egy értekezésre mindenkit nem könnyű feladat. Ezek azok az emberek, akik átlagosan kéthetente valamilyen tenderen ütköznek egymással. Tehát kemény anyagi érdekek is ütköznek, ami nem szükségszerűen teszi forróvá és közlékennyé a viszonyt. Néhány évvel ezelőtt egy piackutató jellegű konferencián engem nagyon meglepett, milyen elképesztően különbözött az egy hagyományos szociológiai konferenciától. Itt mindenki rejtegeti, hogy mit tud.

REPLIKA: Nagyon köszönjük a beszélgetést.

A REPLIKÁT GÁBOR KÁLMÁN ÉS ÖRKÉNY ANTAL KÉPVISELTE