

# INTERJÚ ANGELUSZ RÓBERTTAL,

AZ ELTE SZOCIOLÓGIAI ÉS SZOCIÁLPOLITIKAI INTÉZET SZOCIOLÓGIAI TANSZÉKÉNEK VEZETŐJÉVEL

*A közvélemény-kutatás alig hetven-  
éves múltra tekint vissza. A demok-  
ratikus országokban egyre fontosabbá válik a közakarat  
pontos mérése, ugyanakkor az általános elbizonytalanodás,  
a vélemények változékonysága és a mérés nehézsége  
nem könnyítik meg a közvélemény-kutatók dolgát.*

*Zavart okoz, hogy a mai napig képlékeny a közvélemény  
definíciója. Ez részben abból adódik, hogy a fogalmat  
valamennyi társadalomtudomány használja – más és más  
tartalommal. Van olyan felfogás, amely megkülönbözteti  
a közvéleményt – mint a köz érdekét megtestesítő,  
számszerűleg esetleg kisebbségi álláspontot – a népszerű  
véleménytől, vagyis a tömegesen elterjedt, felszínes,  
a divattal együtt ingadozó vélekedésektől. Számos kérdésben  
– például a halálbüntetés kérdésében – nem is tekintik  
relevánsnak a nép hangját.*

*A politológusok körében talán leginkább elterjedt álláspont  
szerint a közvélemény a politikailag aktív tömegek véleménye.  
A demokráciákban alapérték a közakarat, amely a politikai  
hatalom legitimitását biztosítja. A többségi választói akarat  
azonban nem feltétlenül azonos a társadalom többségének az  
akaratával, hiszen a legtöbb országban a szavazópolgárok  
20–30, sőt akár 40–50 százaléka nem adja le a voksát.*

*A közvélemény-kutatás szülőföldje az Amerikai Egyesült  
Államok. Kezdetei az 1930-as évekbe nyúlnak vissza, amikor  
megteremtődtek tudományos és politikai feltételei. Ebben az  
időben foglalkoztak komolyabban a kérdőívek szerkesztésével,  
s ekkor alakultak ki az attitűd-kutatás és egyáltalán, a társadalom-  
kutatás módszerei.*

*A kutatások módszertana meglehetősen jól kidolgozott.  
Amennyiben ismert, hogy az adott közvélemény-kutatás  
milyen módszerrel készült, elméletileg az eredményessége  
is meglehetősen jól megbecsülhető. A megfelelően  
kiválasztott módszer ugyanis – hosszú távon – meglepően  
pontos eredményre vezet. A lapokban megjelenő közvélemény-  
kutatási értékelések során nem általános gyakorlat leírni a  
vizsgálat körülményeit, módszereit, és az eredményeket  
sem mindig szakemberek elemzik. Pedig így az eredmények  
megbízhatósága és érvényessége nem üthető meg. Ez  
annál is inkább sajnálatos, mert a legtöbb közvélemény-  
kutatás olyan természetű, hogy nincs alkalmunk meggyőződni  
a valóságos véleménymegoszlásról. Kivétel ez alól a párt-  
preferenciák mérése, hiszen arra vonatkozóan négyévente  
pontos eligazítást nyújtanak a parlamenti választások.*

*A közvélemény-kutatások hibáját kétféle oknak lehet  
betudni. Az egyik típusú tévedést mintavételi hibának  
nevezik. Ennek nagysága azon múlik, hogy a mintába*

MIHALICZ CSILLA

*került és ténylegesen megkérdezett emberek véleménye mennyire tér el a*

*teljes népesség véleményétől. Az úgynevezett nem mintavételi  
hiba azáltal jön létre, hogy az emberek véleményét – legyen  
bármilyen szakértelem birtokában is a kérdezőbiztos –  
mindig csak korlátozott mértékben lehet megismerni. A  
kétféle hibatípus olykor kioltja, máskor fölerősíti egymást.  
Számszerűségük pontosan nem becsülhető meg, mindenestre  
a kutatás során olyan eljárásokat kell alkalmazni,  
amelyekkel csökkenthetők. (A mintavételi hibák csökkenthetők,  
illetve a megbízhatóság növelhető a minta és a megfelelő  
minta nagyság gondos megválasztásával, a minta minél  
nagyobb hányadának tényleges lekérdezésével. A nem  
mintavételi hibákat csökkenteni, illetve az érvényességet  
növeli a kérdezőbiztos helyes megválasztása, a kérdőív  
megfelelő szerkesztése, a kérdezőbiztosok alapos kiképzése  
és ellenőrzése.)*

*A közvélemény-kutatások során kiválasztott mintáktól  
értelemszerűen azt várjuk, hogy az éppen vizsgált szempontból  
jól reprezentálják a népességet (vagy a megcélzott sokaságot).  
Csakhogy ez előre sohasem tudható, hiszen a minta bizonyos  
szempontok – például nem, lakóhely vagy végzettség szerinti  
megoszlás – alapján lehet reprezentatív, az éppen vizsgált  
véleményt illetően azonban nem, hiszen ha egy témában ismert  
lenne a nézetek megoszlása, nem kellene vizsgálat tárgyává  
tenni. Így reprezentativitásról csak bizonyos megszorításokkal  
lehet beszélni. Éppen ez a felismerés diszkreditálta az  
úgynevezett kvótás mintavételt. Ha egy ellenőrizhető  
szempont (például: nemek) szerinti megoszlásnak a pontos  
vagy pontatlan volta a mintában nem garantálja, hogy a  
minta a vizsgált szempont (például: pártpreferencia) szerinti  
is reprezentatív legyen, nem elég csak arra ügyelni, hogy az  
ismert szempontok szerinti képviselő (kvóta) teljesüljön. Azt  
is ellenőrizni kell, hogy a kvótán belül ki kerül be a mintába.  
Nem lehet a kiválasztást a kérdezőbiztosokra bízni (mint a  
kvótás mintavételnél). A helyes módszer a populáció minden  
tagjának egyenlő esélyt ad a mintába kerülésre. Az ezen az  
elven alapuló mintavételi eljárásokat véletlen mintavételnek  
nevezik. Véletlen mintavétel esetén azonban értelemszerűen a  
véletlen alakítja a minta összetételét, tehát elvész a  
garancia, hogy a kapott minta akármilyen fontos jellemző  
szerint is reprezentatív. Ugyanakkor a tapasztalatok azt  
mutatják, hogy a véletlennek való kiszolgáltatottság –  
hosszú távon legalábbis – kiegyensúlyozott mintaválasztást  
eredményez.*

Matematikailag igazolható, hogy ha – mondjuk, a pártpreferenciák mérése céljából – véletlenszerűen választunk egy 2500 elemű mintát, az esetek 68 százalékában a minta annyira jó, hogy a párt szavazóinak arányát illetően a mintára és a populációra jellemző értékek eltérése egy százalékpontnál kisebb. És a mintáknak kevesebb mint a harmadánál lesz a becslés hibája nagyobb ennél: a hibahatár kétszeresénél nem nagyobb a minták 95 százalékában, és három százalékpontnál nem nagyobb az összes lehetséges minta 99,7 százalékában. A véletlen mintavételből tehát igen csekély mértékű tévedés adódhat. A többi hibalehetőség részben abból származik, hogy a mintavétel gyakorlata eltér az ideálistól, részben pedig abból, hogy a megkérdezettek közül nem mindenkinek van határozott véleménye a vizsgálat tárgyáról, illetve azt nem mindig közli. Azt a pontatlanságot, amit ez a két tényező okoz, nem lehet pontosan megbecsülni, de biztos, hogy legalább 1–2 százalékos kitesz. Ezért a közvélemény-kutatások mintáját nem érdemes túl nagyra választani. A 3000 feletti mintanagyság – állítják az elméleti szakemberek – semmiképpen sem indokolt, mert a gyakorlati mintavételből adódó és a nem válaszolók, valamint a bizonytalanok okozta torzulások ekkor már dominánssá válhatnak. Más kérdés, hogy ennek a – laikus vélekedésnek ellentmondó – ténynek a hangoztatása a közvélemény-kutató cégeknek nem érdekük, hiszen a minél nagyobb minták lekérdezéséért többet kérhetnek megrendelőiktől, és persze a nagyobb megbízhatóság látogatását tudják kelteni.

A véletlenszerűen kiválasztott minta lekérdezése rendkívül költséges, hiszen az ország sok helyszínén kell végrehajtani. Ezért a kutatók alternatív eljárásokat alkalmaznak, amelyek a véletlen mintát nem közvetlenül a teljes populációból választják, hanem közbülső lépésekkel lecsökkentik az alapsokaságot – például meghatározott szempontok szerint kiválasztanak ötven települést –, és ebből veszik a mintát. Ezt kétlépcsős, rétegzett mintavételi eljárásnak nevezik. A településeket régiók és lélekszám alapján választják ki – Budapestet külön kezelik –, hiszen könnyen belátható, hogy történeti, gazdasági okokból alapvetően különbözhet mondjuk a nyugati és a keleti országrészek lakosságának a véleménye egy-egy kérdésben, miként meghatározó lehet a falusi, illetve a nagyvárosi életforma is. A részpopulációkból vett minták együttese aztán az egész népesség mintájaként kezelhető.

A közvélemény-kutató cégek megpróbálják kiküszöbölni a nem válaszolók nagy számából eredő hibákat. Erre két általánosan elterjedt – és erősen megkérdőjelezhető – eljárást alkalmaznak. Vagy a tervezett mintanagyságnál eleve nagyobb mintát választanak, vagy pótcímlistát állítanak össze a véletlenszerűen kiválasztott, ám elhívatlan vagy a választ megtagadó emberek pótlására. Ezek a módszerek inkább csak elkendőzik, semmint megoldják a mintacsökkenésből adódó problémákat.

A közvélemény-kutatások módszertana és elmélete fokozatosan formálódott. Az Egyesült Államokban a népszerű irodalmi újság, a Literary Digest kezdte először megszondázni a közvéleményt. 1916 és 1932 között összesen 350 millió embert kérdezett meg arról, kire sza-

vaz majd – ehhez elsősorban a telefon-előfizetők, illetve az autótulajdonosok nyilvántartását használta. 1928-ban például százalékra pontosan megjósolta Roosevelt győzelmét. A csúfos kudarc 1936-ban következett be, amikor 19 százalékpontot tévedett, több mint kétmillió előzetes megkérdés ellenére. Ugyanekkor tűnt fel viszont a közvélemény-kutatók új nemzedéke (például George Gallup), amely a piackutatásban kialakult módszereket – például az előre tervezett kérdéssorokat, mélyinterjúkat – alkalmazta a politikai közvélemény-kutatásban. Nyilvánvalóvá vált, hogy nem a minél nagyobb számú megkérdés hozza a legpontosabb eredményt, hanem a megfelelően kiválasztott – akár egy-két ezer válaszolóból álló – minta.

Gallupék az alapvető politikai beállítódásokat viszonylag állandónak feltételezték, ezért a választások előtti hetekben nem tartották fontosnak az újabb felméréseket. A következő tanulságot az 1948-as választás hozta el. Ekkor kiderült, hogy a választók jelentős része csak az utolsó két hétben döntötte el, kire fog szavazni. Ez irányította rá a kutatók figyelmét a közvélemény változásának dinamikájára.

A közvélemény-kutatások általános megítélése sokszor érezhetően szkeptikus. Nem növelik a bizalmat azok az öletszerű, többnyire telefonos „közvélemény-kutató” akciók, amelyeket előszeretettel alkalmaznak például a kereskedelmi televíziók, amikor egy-egy témában megkérdezik a nézők véleményét. Az eredményeknek már a hitelisége is erősen megkérdőjelezhető, ráadásul nem szokott elhangozni, hogy nem a többség véleményét mutatják, hanem csupán az adott csatornára rászokott közönség egy kis hányadának az álláspontját.

Éppen azért, mert a közvélemény-kutatások – különösen választások idején – már-már hatalmi potenciállal bírnak, számos országban törvény szabályozza az akkreditált (!) kutató cégek tevékenységét, módszereit.

Az 1948-as közvélemény-kutatási kudarc másik messzire vezető hatása volt azoknak az – azóta kissé mitizált – elméleteknek a kialakulása is, amelyek a választói magatartást a többségi véleményklíma által döntően meghatározottnak és közvetlenül befolyásolhatónak tételezik. Az ezt követő 2–3 évtized lehetett a választási előrejelzéssel foglalkozó cégek aranykora, hiszen mind a „hallgatás spirálja” (amely szerint a többségnek látszó vélemény egyre erősödik, a kisebbségnek tűnő egyre inkább gyengül), mind a „vonatszerelvénny-hatás” (amely szerint a győztesnek látszó tábor az utolsó hetekben újabb és újabb híveket szerez) egyre harsányabb kampányra – és egyre sűrűbb mérések megrendelésére – ösztönözött a politikai pártokat Amerikában és Európában egyaránt. Ezen elméletek népszerűsége – legalábbis a politikusok körében – töretlen, pedig nem egy párt végét okozta, akár az utóbbi időben is, a bumeráng-effektus.

A közvélemény-kutatás története – paradox módon – párhuzamosan halad a vélemények relativitásának fokozatos felismerésével. Egy-egy fiaskó, amilyen nálunk a 2002-es parlamenti választások idején következett be, mindig újabb felismerésekkel segíti a vélemények formá-

*lódásának megértését. Egyre inkább látszik, hogy a vélemény – ha nem számítjuk a meggyökeresedett előítéleteket – nem egzakt, a környezet hatásaitól független, bár-mikor egyformán mérhető, hanem sok mindentől függ az adott pillanatban. Márpedig biztonságosan mérni álta-*

*lán határozottan körvonalazódó, viszonylagos állandóságot mutató jelenségeket lehet. Így aztán sosem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy egy-egy közvélemény-kutatás eredménye nem több hozzátvetőleges élességű pillanatfelvételnél.*

**MCS** ♦ Azt szokták mondani, hogy a választások eredményének becslése elsősorban azon bukhat el, ha rosszul méri föl a szavazók várható számát. Mi mindből lehet következtetni a valóságos részvételre?

**AR** ♦ Valóban, a közvélemény-kutatás eredményességének ez az Achilles-sarka. Sokkal nehezebb megbecsülni, hogy valaki végül elmegy-e szavazni, mint azt, hogy melyik párt áll hozzá közelebb, mert részben objektív okok, részben esetlegességek befolyásolhatják. Általános tapasztalat, hogy többen ígérik a részvételüket, mint ahányan valóban megjelennek a választáson. A helyzetet nehezíti, hogy a különböző országokban különböző mértékben, de növekszik a távolmaradók aránya. Van, ahol igen magas a részvételi ráta, például a nyugat-európai országokban, de az országok döntő többségében fokozatosan csökken. A becslést nehezíti, ha ráadásul hektikusan változik is a részvétel. Magyarországon a 2002-es választás csúcs volt ebben a tekintetben. Az első fordulóban az emberek 71 százaléka leadta a voksát. Mivel négy évvel korábban csak 56 százalék volt a résztvevők aránya, durván 15 százalékos a különbség. Ilyen ingadozás más országokban is előfordul. Nem okozna problémát az előrejelzés, ha a különböző pártokhoz tartozók között nagyjából ugyanolyan arányban lennének azok, akik elmennek szavazni, s azok, akik nem. De sok esetben vagy azért veszi el valamelyik oldal a választást, mert a szavazóit nem tudta eléggé mozgósítani, vagy azok megéreztek a bekövetkező vereséget, ami csökkentette részvételi hajlandóságukat.

A pártpreferenciák elvileg jobban előre jelezhetőek azokban az országokban, ahol a demokrácia nagy tradíciókra támaszkodik. Például az Egyesült Államokban az 1930–40-es években a szavazás családi hagyomány is volt – léteztek republikánus családok, amelyek generációkon keresztül a republikánusokra szavaztak, és ugyanígy voltak hagyományosan demokrata szavazók is. A modern világban az új generációk nem feltétlenül követik a szülői mintát. Természetesen inkább kedvező fejleménynek tekinthető, ha az emberek kötetlenebbül, szabadon formálnak véleményt, mert ez is hozzátartozik a demokratikus választások szelleméhez, a közvélemény-kutatás számára viszont kétségkívül nagyobb nehézséget jelent.

**MCS** ♦ Az egyéni vélemények alakulását szinte követhetetlenül sok tényező befolyásolhatja – a családi környezettől a szűkebb társadalmi közeg úgynevezett véleményklímájáig, és főként a tömegkommunikáció. Közülük melyik az igazán erős véleményformáló?

**AR** ♦ Az elmúlt két évtizedben az individualizáció folyamata új szakaszba érkezett: az emberek erős osztályhoz, társadalmi réteghez való kötöttsége meglazult. Az egyén elsődleges vonatkoztatási keretté válik önmaga számára, sőt bizonyos értelemben az intézmények, az állam és a tömegkommunikáció számára is. Az individualizálódás a családi szálon is megmutatkozik: csökken a hagyományos családban élők aránya. A család mellett megjelenik az élettársi közösség vagy az ennél is lazább kapcsolatok, például a szingli életforma. Nyilvánvaló tehát, hogy nemcsak társadalmi értelemben kevésbé kötöttek a vélemények, attitűdök, hanem bizonyos értelemben csoportszinten is. Az erős családi, baráti kapcsolatokat a lazább szerkezetű, gyenge kapcsolatok váltják fel (kollégák, ismerősök stb.). Csoportok sokaságához tartozik az ember – erősebben vagy gyengébben –, mindegyik csoport hatást gyakorol a véleményformálására, de mivel az egyén sok csoportba tartozik, mégis nő véleményének a szabadságfoka. Tehát az individualizációs folyamat egyrészt szükségessé teszi a közvélemény-kutatást, ugyanakkor nehezebbé is. Bizonyos fokig hasonló helyzetet eredményez a globalizáció is, amely az egyént szélesebb, a nemzeti határokon túlmutató összefüggések hálózatába kapcsolja be. Olyan sok eseményre kell odafigyelnie ahhoz, hogy véleményt alkothasson, ami egyre áttekinthetlenebb, és ez sokszor bizonytalanná teszi a véleményét. A bizonytalan, nem kiforrott és kevésbé racionalizált, illetve szokásokhoz kevésbé kötött, tehát nem mélyen gyökerező vélemények könnyebben változnak. Ennyiben egyre nehezebb az előrejelzésük. Ugyanakkor egyre fontosabb is, mert ha a társadalmi helyzetből következtetni lehetne az emberek attitűdjére, akkor sok értelme nem lenne a közvélemény-kutatásnak.

**MCS** ♦ Ennek alapján kérdésesnek tűnik néhány, a közvélemény-kutatásban korábban elfogadott tézis érvényessége – például az úgynevezett vonatszerelvény-effektusról vagy „a hallgatás spiráljáról”, amelyek azt állítják, hogy az embereket alapvetően befolyásolja az a vélelem, hogy mi a többségi vélemény. Manapság a sokféle és szerteágazó kapcsolatok rendszerében nincsen nagy kockázata, ha valaki a véleményét kimondja, és valószínűleg nincs olyan nagy befolyással rá a munkahelyi kollégájának vagy lakóhelyi szomszédjának a véleménye, hogy a szavazófülkében hozzá igazodva szavazna.

**AR** ♦ A „vonatszerelvény-hatás” bizonyos társadalmi feltételek mellett működésbe lép, máskor meg



nem. Voltak olyan esetek, amikor egészen biztosan nem lehetett vonatszerelvénny-hatásról beszélni. Például az 1948-as amerikai választás a közvélemény-kutatás történetében talán a legnagyobb fiaskó: rosszul jelezték előre a választás eredményét, és Truman lett az elnök, noha valamennyi közvélemény-kutató intézet és újság előzetesen a republikánus Deweyt kiáltotta ki győztesnek. Tehát akkor éppen egy „kontra-vonatszerelvénny hatás” érvényesült.

**MCS** ♦ Sajnos az ilyesmi előre nem nagyon látható. Ugye?

**AR** ♦ A vonatszerelvénny-hatást és szélesebb elméleti keretben elhelyezett átdolgozott változatát – Elisabeth Noelle-Neumann elmélete nyomán a „hallgatás spirálja” néven vált ismertté – a politikusok, a propaganda-szakemberek és sokszor talán a közvélemény-kutatás szakemberei is túlbecsülik. A vonatszerelvénny-hatást – vagyis azt, hogy az ingadozók végül inkább a győztesre szavaznak, mint a vesztesre – eredetileg Lazarsfeldék fogalmazták meg, egyúttal fölvetve az ellentétes értelmezés lehetőségét is. Vizsgálataik során nemcsak azt kérdezték meg az emberektől, kire fognak szavazni, hanem azt is, szerintük ki fog győzni. Azt tapasztalták, hogy a választás előtt néhány hónappal az emberek jelentős része nem árulta el, kire szavazna, válaszolt viszont arra a kérdésre, hogy várhatóan ki fog győzni. És ez a véleménye legtöbbször a saját – titkolt – pártpreferenciájával esett egybe. Ez panelvizsgálat volt, ami azt jelenti, hogy visszamentek ugyanazokhoz az emberekhez ugyanazzal a kérdőívvel, tehát nyomon tudták követni a véleményük változásait. Kutatásuk tapasztalataira támaszkodik az az interpretációs lehetőség, amelyet magánvélemény és nyilvános vélemény szétválásának, vagyis látens közvéleménynek nevezek. Ez másképpen azt jelenti, hogy nem mindenki és nem minden körülmények között árulja el a valóságos álláspontját egy közvélemény-kutatói kérdőívben. És ha csak az emberek néhány százaléka rejti el a szavazatát, már az is jelentősen befolyásolhatja a közvélemény-kutatások

eredményességét. Ez történt 2002 tavaszán: az emberek jelentős része nem mondta el a közvélemény-kutatóknak a véleményét, ugyanakkor szavazott, és köztük többen voltak olyanok, akik végül az MSZP-re szavaztak, mint ahányan a Fideszre.

**MCS** ♦ Egy választás előtti közvélemény-kutatásban mindössze két kérdés szerepel – „Mit gondol, ki lesz a nyertes?”, illetve: „Ön kire fog szavazni?” – vagy egy nagyobb kérdéscsoport?

**AR** ♦ Általában nyíltan megkérdezik, hogy az illető kire fog szavazni. Nem minden kutató intézet teszi fel azt a kérdést, hogy ki fog győzni. Különböző mélységű kutatások léteznek. Gyakran előfordul, hogy a pártpreferenciára irányuló kérdéseket más jellegű kérdések társaságában teszik fel. Ez komolyabb, nagyobb igényű vizsgálatoknál fordul elő, amikor az előrejelezhetőség problematikusnak tűnik. Fontos, hogy a közvélemény-kutatóknak képük legyen a közvélemény különböző állapotairól, és tisztában legyenek azal, mikor milyen módszereket kell alkalmazni, mikor kell a rutintól eltérni, még akkor is, ha költséges. Nyilvánvaló, hogy mennél közelebb van egymáshoz két esélyes párt, annál nehezebb az előrejelzés, hiszen a különbség kisebb lehet, mint a statisztikai hiba nagysága. Az 1994-

es választások előtt részben azért nem tévedtek a közvélemény-kutatások, mert az első és a második helyezett között nagyon nagy volt a különbség. A közvélemény-kutatás egyik nagy mulasztása, hogy nem mindig vizsgálja az előrejelezhetőség feltételeit.

**MCS** ♦ Mert hát alapos társadalomismeretre, helyzetfelismerésre – és főként politikai éleslátásra volna szükség. Elvárható-e ilyesmi egy – általában rutinméréseket folytató, iparszerűen dolgozó – cégtől?

**AR** ♦ Elég nagy problémának tartom manapság, hogy szétválik a közvélemény-kutató intézetek napi gyakorlata és a közvélemény szociológiája. Ez utóbbi a közvélemény dinamikáját, állapotát, jellemzőit, szerveződését, formálódásának a sajátosságait, törvényszerűségeit próbálja feltárni. Tönnies *A közvéle-*



*mény kritikájához* című, klasszikus munkájában a közvélemény különböző halmazállapotait különbözteti meg: szilárd, cseppfolyós és légnemű közvéleményről beszél. Ezt úgy érti, hogy van olyan közvélemény, amely szinte mozdulatlan évtizedeken keresztül, van olyan, amely poláris és változó, és van olyan, amely hamar elillan. Én is megkülönböztetem három típusát: az aktuális, a látens és a nyugvó közvéleményt, amelyeknek igen különböző a mérhetőségük. A nyugvó közvélemény jól mérhető, mert az álláspontok bizonyos fokig kikristályosodottak, alig szolgálnak viták tárgyául, tehát kicsi a véleményváltozás esélye. Az aktuális közvélemény mérése nehéz, mert éppen mozgásban van: megoszlanak és nagyon gyorsan átalakulnak a vélemények. A látens közvélemény esetében a véleménynyilvánítók egy része elrejtí a valóságos véleményét, legfeljebb a magánéletben mondja ki. A modern világra jellemző, hogy magától értetődő a közvélemény megosztása – különösen a pártpreferenciákat illetően –, és jól érzékelhető blokkosodási folyamat zajlik, tehát két pólus alakul ki sok társadalomban. Vagyis egyre kevesebb, sok esetben csak két nagy párt között dől el a választási verseny. De még a poláris véleményeknél sem mindegy, hogy a szóródás hogyan történik. Sokkal inkább lehet nyugvó közvéleményről beszélni például akkor, ha a közvélemény poláris ugyan, tehát két ellentétes véleménytábor van, de más-más a társadalmi bázisuk, és a két tábor tagjai elsősorban a saját köreiken belül kommunikálnak. Más a helyzet, ha az ugyanilyen nagy szóródás és a vélemények ilyen megosztása mikroszinten is megvalósul. Például ha egy családon belül is eltérő a családtagok álláspontja. Nyilvánvaló, hogy ebben az esetben sokkal nagyobb a változás esélye, hiszen nagy a valószínűsége, hogy a családon belül az eltérő vélemények a hétköznapi kommunikáció tárgyává válnak.

Bizonyos kutatási eredmények alapján az volt a benyomásom, a rendszerváltást követő első választás időszakában gyakrabban előfordult, hogy egy-egy családon belül máshova szavaztak a szülők, sőt a férj és a feleség, vagy esetleg a felnőtt gyerekek. Az elmúlt tíz évben családon belül valamelyest homogénizálódtak a pártpreferenciák.

Magyarországon 1990-től, tehát az első választástól mostanáig egyre erősebben koncentrált a szavazatok többsége a két vezető pártra. Az 1990-es választáson a két első helyen végzett párt, tehát az MDF és az SZDSZ, együttesen a szavazatoknak csak a 46 százalékát érte el. Az 1994-es választáson a két vezető párt, az MSZP és az SZDSZ kb. 53 százalékot ért el. 1998-ra a két legnagyobb párt, az MSZP és a Fidesz, az összes szavazat 60 százalékát gyűjtötte össze, 2002-ben pedig már 83 százalékát. Tehát 46 százalékról 83 százalékra nőtt a két vezető párt tábora. Ez a folyamat önmagában is megnehezítheti az előrejelzést. Tétélezzük fel elméletileg, hogy összesen két párt van. Ebben az esetben, elvileg – bár ez különböző társadalmakban különböző mértékű lehet –

nagyon kiélezett a konkurencia, mert a két párt szavazatai zéró összegű játszmat alkotnak. Vagyis ha az egyik párt szavazatot nyer, azt a másik rovására nyeri. Tehát például ha két párt esetén az egyik párt elveszít 5 százalék szavazatot, akkor nem 5 százalékos, hanem 10 százalékos különbség is keletkezhet. Ebben az értelemben rendkívül kiélezetté válik a harc, egészen más, mint egy plurális, sok pártból álló demokráciában, ami más szempontok miatt is kedvezőbbnek mondható, mert sokkal valószínűbb, hogy a választók megtalálják azt a pártot, amely közel esik az álláspontjukhoz. Nem beszélve arról, hogy ha van négy-öt párt, akkor ha az egyik elveszít 5 százalékot, nagy az esélye annak, hogy ez az 5 százalék szétszóródik a többi párt között. Ezzel szemben ha túl éles a harc, megnő a látens szavazatok aránya, ami közvetve nehezítheti a választási előrejelzéseket is.

**MCS** ♦ Jórészt éppen a választások során teremtik vagy erősítik meg ezt a blokkosodást a szavazók, mert vannak, akikhez az SZDSZ áll a legközelebb, mégis inkább az MSZP-re szavaznak, mert elsődlegesen kormányváltást szeretnének.

**AR** ♦ Ezt a jelenséget az irodalomban „guillotintahatásnak” nevezik, ami egy kisebb pártnál oda vezethet – s ez történt most a MIÉP-pel, amely nagyon közel volt ahhoz, hogy bejusson a parlamentbe –, hogy támogatóinak egy viszonylag nagy része átszavaz. Támogatóik mozgósítása mellett a vezető pártok stratégiai jelentőségű problémája annak eldöntése, mennyire törekedjenek maximalizálni a szavazatokat. Elméletileg az a logikus, hogy minél több szavazatot kívánjanak elérni. De ha nincs esélyük arra, hogy egyedül szerezzék meg a kormányalakításhoz szükséges többséget, akkor döntő fontosságú, hogy potenciális koalíciós partnerük is bejusson a parlamentbe.

**MCS** ♦ A két nagy párt két különböző stratégiát választott. Az MSZP nem próbált szavazatokat rabolni az SZDSZ-től, a Fidesz viszont bekebelezte potenciális szövetségeseit.

**AR** ♦ Erre valóban nagyon sok jel mutatott. Az SZDSZ kampányában pedig érzékelhető volt, hogy tisztában van a guillotine-hatás veszélyével – azzal, hogy sokan átszavazhatnak az MSZP-re –, és ezért az SZDSZ vezető politikusai nagyon erősen hangoztatták, hogy nem elveszett szavazat az, amit rájuk adnak. A Fidesz inkább a szavazatai maximalizálására törekedett. Ez volt az egyik oka a választási vereségének.

**MCS** ♦ Említette a blokkosodást. A választások körüli hetekben késhegyre menő harcok dúltak a kisebb közösségekben, akár egy-egy családon belül is. Ez a nyugati demokráciákban is így megy? Annyira feszültté teheti a civil kapcsolatokat is egy választási kampány, mint nálunk?

**AR** ♦ Természetes, hogy bizonyos feszültséggel jár a választási kampány mozgósító ereje. De azért az ilyenfajta kettéosztódás mindenféleképpen egészségtelennek tekinthető. Ezzel együtt hasonló tendenciát látni napjainkban más országokban is, akár a legutóbbi amerikai választásra is gondolhatunk, ahol

szintén nagyon kis különbség döntött, vagy akár a legutóbbi német választásra, ahol szintén érezhető volt a felkorbácsolt hangulat, de ami nálunk történt, az már majdnem a vélemények polgárháborújának tekinthető.

**MCS** ♦ A kampány eldurvulása miatt közvetve a közvélemény-kutatókat is felelőssé tették, mondván: az ő tanácsaikat követve igyekeztek a pártok minél nagyobbnak, minél erősebbnek látszani – épp a vonatszerelvény-effektusra való tekintettel: mondván, ha mindenki úgy látja, hogy mi nyerünk, valóban nyerni fogunk.

**AR** ♦ Igen, csak hát túlbecsülték a vonatszerelvény-hatás jelentőségét, és alulbecsülték azt az ellenhatást, amit egy ilyen rendkívül erőteljesen folytatott negatív kampány bizonyos esetekben kiválthat. Legalábbis az eredmények ezt mutatják. Én azt hiszem, hogy amikor a két nagy párt közötti különbség fixnek látszik, és nem mutatkozik közeledés, a „vonatszerelvény-hatás” általában érvényesül, mert az emberek biztosra veszik a választás kimenetelét. Ezzel szemben amikor kiélezett a harc, és az embereknek az az érzésük – akár van ennek alapja, akár nincs –, hogy maga a véleménynyilvánítás is következményekkel járhat, nem feltétlenül a győztesnek látszó pártra szavaznak. A közvélemény-kutatás arra a feltételre épül, hogy ha az emberektől megkérdezik a véleményüket, azt meg is mondják. Normális körülmények között ez így is van, de bizonyos feltételek mellett mégsem.

**MCS** ♦ Lehetett volna arra számítani, hogy ez nem egészen lesz így. Utólag persze könnyű intó jeleket találnunk, de annak, akinek – szakmájánál fogva – ilyesmire kihegyezett a figyelme, talán időben fel kellett figyelnie rá. Voltak bizonyos körülmények, amelyek valószínűsítették, hogy az emberek esetleg nem szívesen árulják el a valódi véleményüket. Ilyen volt például a nyilvánosság korlátozott volta, ami a választási hetekben, hónapokban megfigyelhető volt. Ez is olyan bumeráng-hatás, amivel nem szokás számolni?

**AR** ♦ A sajtószabadságot és a nyilvánosságot sokszor összetévesztik. Ha van is sajtószabadság, attól még a nyilvánosság szociológiai értelemben lehet korlátozott, ami azt jelenti, hogy nem kap valamennyi jelentős véleményáramlat olyan arányban hangot a tömegkommunikációban, mint amilyen arányban a társadalomban jelen van. Bizonyos aránytalanságok előfordulnak, és a média elég jelentős szerepet játszik a vélemények beállításában. Sok szerző szerint a többségi vélemények percepcióját nem is annyira a tapasztalt valóság, mint inkább a média sugallta „valóság” határozza meg. A modern társadalom egyik jellegzetessége, hogy rendkívüli módon lecsökken az elsődleges – vagyis a saját érzékszerveinkkel megszerzett – tapasztalatok lehetősége. Majdnem minden tudásunk a világról, a politikáról, a közéletéről a tömegkommunikációból származik. Erre sok szerző felhívja a figyelmet, és ezt a hatást én sem vitatom, ha mértékét kisebbnek tartom is. A tö-

megkommunikációs eszközök választásokat eldöntő hatása a legtöbb esetben nem igazolható. Tudniillik az emberek érzékelik, ha valamelyik fél megalapozatlanul került túlsúlyba a médiában – általában persze a kormányzati oldal szokott túlreprezentált lenni –, és az sokszor visszaüt. A tömegkommunikáció valóban nagy hatású eszköz, ám éppen a választási eredmények mutatják, hogy sok politikus mennyire eltulozza a szerepét. A vélemény elrejtése – amennyiben az agresszív véleményáradat következménye – bumeráng-hatást válthat ki, mert a manipulációval a manipulátor önmagát is félrevezeti. Egy idő után maga is elkezd az elhinni, hogy ami tőle származik, és amit visszhangoz a közvélemény, az valóságos is.

**MCS** ♦ Voltak más, óvatosságra intó jelek is?

**AR** ♦ Igen. Például magas volt – és a választás előtt közvetlenül megnőtt – azoknak a száma, akik azt mondták, tudják, hogy melyik pártra szavaznak, tehát van kialakult pártpreferenciájuk, de nem árulják el. Tapasztalt kutatónak tudnia kell, hogy a rejtőzködő szavazat mindig nagyobb arányban fordul elő az ellenzéki, mint a kormánypárti táborban.

A közvélemény-kutatásban a „nem tudom” is sokatmondó válasz. Ugyanis sokféle jelentése lehet, mint ahogy annak is, hogy „nem mondom meg”. A pusztán „nem tudom” jelentheti azt is, hogy az illető kitér az elől, hogy az uralkodó véleményt hangoztassa. Az elmélyültebb kutatások vizsgálni szokták, hogy a „nem tudom” inkább kritikai attitűdökkel korrelál, vagy éppen valódi véleményélteliséget fejez-e ki. Nagyon sok esetben a „nem tudom” a valamelyik állásponthoz való közelséget takarja, amit az illető el akar titkolni. Részben azért, mert az emberek egy jelentős része nem szeret nemet mondani, és szívesebben tart a győztesrel, legalábbis nyilvánosan. A konkrét esetben valószínűleg kétféle hatás lépett működésbe. Az egyiknél arról van szó, hogy az emberek egy bizonyos része – akiknek nincs kialakult álláspontjuk – arra az oldalra szavaz, amelyiket a győztesnek gondolja. A konformizmus azonban sokszor nem a szavazáskor, hanem a közvélemény-kutatás során valósul meg. Szerintem legutóbb ilyesmiről volt szó. Voltak olyanok, akik a kérdőívben azt a véleményt mondták, amiről úgy gondolták, hogy az a többségi vélemény, de a szavazófülkében már másként voksoltak.

**MCS** ♦ Ez azt jelenti, hogy akik így cselekszenek, azoknak van egy magánvéleményük és egy nyilvánosság előtt hangoztatott véleményük?

**AR** ♦ Ez így bizonyos fokokig leegyszerűsítés. Kétségtelen, hogy a magánvélemény és a nyilvános vélemény bizonyos feltételek között eltér egymástól. Ez politikai témák esetén is előfordul, de vannak olyan területek, ahol egészen nyilvánvaló, hogy a kettő különböző.

**MCS** ♦ Például annál, aki nyilvánosan becsmerli a Big Brothert, ugyanakkor otthon nézi.

**AR** ♦ Igen, de többről van szó. Azt hiszem, hogy még a magánvélemény és a nyilvános vélemény kö-



zött is többféle átmeneti vélemény van. Elképzelhető, hogy az emberek nemcsak a nagy nyilvánosság előtt, hanem különböző véleményklímájú csoportokban – vagyis ahol más az uralkodó vélemény – is másképp nyilatkoznak. Nem azt mondom, hogy valaki nem képviselheti a szuverén véleményét, de valószínűleg sok embernél megfigyelhető, hogy más

### Angelusz Róbert művei

#### KOMMUNIKÁLÓ TÁRSADALOM

Gondolat, Bp., 1983., 2. kiadás: Ferenczy Kiadó, Bp., 1995.

#### TÉVES ÉS A NEM TUDOM VÁLASZOK ALAKULÁSA ISMERETKÉRDÉSEKNÉL

Magyar Rádió és Televízió, Tömegkommunikációs Kutató Központ Módszertan, Bp., 1976 (Társszerző)

#### VÉLEMÉNYEK A MUNKANÉLKÜLISÉGRŐL

MRT TK Tanulmányok, 1978. (Társszerző)

#### A TÖMEGKOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZÖK HATÁSA A VÉLEMÉNYEK ALAKULÁSÁRA

MRT TK Tanulmányok, Bp., 1979.

#### A MAGYAR ÚJSÁGÍRÓK TÁRSADALMI HELYZETE 1981-BEN

MRT TK Tanulmányok, 1982/83. (Társszerző)

#### ÉLETSHÍVONAL ÉS KÖZGONDOLKODÁS

Közgazdasági és Jogi, Bp., 1984. (Társszerző)

#### SZEMBENÉZÉS A MUNKANÉLKÜLISÉGGEL

MRT TK Tanulmányok, 1988. (Társszerző)

hangerővel, más érveléssel, más hangsúlyozással fejt ki az álláspontját, esetleg kicsit módosít is rajta.

**MCS** ♦ A Gallup az első forduló után egy kontrollkérdéscsoporttal megpróbálta meghatározni az elhallgatók, illetve a félretájékoztatók arányát, majd a második forduló eredményét és a részvételi arányt is nagy pontossággal becsülte meg. Ezek szerint a látencia miatti téves mérés kiküszöbölhető?

**AR** ♦ Nagyjából igen, miután az emberek egy konkrét kérdésben könnyen el tudják leplezni az álláspontjukat, de a gondolkodásmódjukat nem. Egy egész kérdőívben keresztül nehéz színlelni. Van lehetőség arra, hogy különböző kérdések segítségével – amelyek szorosan korrelálnak azzal, hogy valakinek milyen a pártpreferenciája, de nem közvetlenül a választásra vonatkoznak – körvonalazható legyen az illető politikai szimpátiája. Általában véve ugyanis a pártpreferenciához jellegzetes attitűdcsoport is kapcsolódik – ítéletek, vélemények szövedéke. A

kérdőíves interjú – ha nagyon sajátos módon is – a kommunikáció egy formája. Noha kétségtelenül igaz, hogy a kommunikáció elsődleges értelme az, hogy megértessük magunkat, azért ne felejtjük el, hogy sok esetben legalább annyira igyekszünk álcázni a véleményünket, sőt a félrevezetés szándéka is előfordulhat.

**MCS** ♦ Mi oka lehet valakinek arra, hogy elrejtse a véleményét? Bizonyos, hogy az emberek nagy többsége nincs arról meggyőződve, hogy mondjuk a Szonda Ipsos az MSZP-hez állna közel, vagy a Tárki a Fideszhez. A legtöbb ember efelől meglehetősen tájékozatlan. És talán már azt sem gondolják, hogy a véleményük az adataikkal, nevükkel együtt bemegy valamilyen pártközpontba. Akkor viszont talán az titkolja el a véleményét, aki feltételezi, hogy az őt kérdezőnek más az álláspontja – hogy, szemben vele, a többségi vélemény híve.

**AR** ♦ Ne feledjük el, hogy a magyar társadalomban az idősebb generáció megélhetett olyan korszakokat, amikor valóban nem lehetett kockázatmentesen véleményt nyilvánítani. Lehet, hogy ma is akad közöttük olyan, aki feltételezi, hogy a közvéleménykutatás esetleg mégsem egészen úgy működik, ahogyan mondják. És az, hogy a dolgokról milyen képet alkotunk, ugyanúgy számít, mint a tények – ez a híres Thomas-tétel lényege. Tehát ha valaki azt hiszi, hogy a véleménye kimondásának következményei lehetnek, annak megfelelően viselkedik. Egyébként pedig még a nyugati demokráciákban is előfordul, hogy a kormányváltásokkal az állami alkalmazottaknak nagyobb része cserélődik le, mint amekkora indokolt lenne. Tehát egzisztenciálisan sokak karrierjét, előrehaladását, sikerességét befolyásolhatja, hogy melyik párt győz. Így esetenként nagyon is racionális magatartás lehet eltitkolni a hovatartozást. Holott egészen biztos vagyok abban, hogy a közvéleménykutató intézetek anonim adatokkal és tömeges statisztikákkal dolgoznak, nem az egyes ember álláspontja érdekli őket, hanem a véleményeknek a különböző társadalmi, demográfiai csoportokban való megoszlása, illetve az, hogy milyen tényezőktől függ a pártpreferencia.

De van egy nagyon egyszerű pszichológiai tény is: az emberek jelentős része konfliktuskerülő. Bizonyos esetekben sokan egyszerűen lélektani szempontból kényelmetlennek érzik, hogy más álláspontra helyezkedjenek, mint a többség. Például az angliai választásokon is megfigyelték, hogy ha egy munkás külsejű kérdezőbiztos kérdezett meg valakit, aki ingadozott, hogy a munkáspártra vagy a konzervatívokra szavazzon-e, ilyen helyzetekben rendszerint a munkáspártot jelölte meg.

**MCS** ♦ Általában a választások előtti előrejelzések nálunk telefonos kérdezéssel vagy kérdezőbiztosok segítségével, személyes kikérdezéssel történő közvélemény-kutatásokra támaszkodnak?

**AR** ♦ Ma már nagyon sokszor kombinálják a két formát, és az egyes intézeteknél is eltérő a gyakorlat.

Minden intézet alkalmaz telefonos kérdezést, de kérdőívest is. Úgy gondolom, hogy – különösen pártpreferenciákat és politikai attitűdöket – sokkal pontosabban lehet a mai magyar feltételek között személyes interjúkkal kutatni. A telefont inkább kiegészítő eszközként tartom számon.

A közvélemény előrejelzésének a romlása azzal is kapcsolatba hozható, hogy manapság nem mindig, nem mindenben tartják be azokat a szabályokat, amelyek a nagykönyvben le vannak írva. Részben azért, mert sem a közvélemény-kutató intézeteknek, sem a megrendelőknél nem közömbös a mérés költsége. Fontos szabály például, hogy lehetőleg a mintába került embereket találjuk meg, és valóban meg is kérdezzük őket. Ezt azonban csak szigorú ellenőrzés mellett lehet elérni, ami viszont növeli a költségeket, és időigényes is. Nehezen ellenőrizhető, hogy a kérdezőbiztos igazat mond-e, amikor arra hivatkozik, hogy már háromszor járt a megadott címen, de senkit sem talált otthon. A közvélemény-kutatásban, sőt ennél tágabb értelemben az egész szociológiai kutatásban is ma ez kulcskérdés. Aggasztó, hogy például a közvélemény-kutatásokban az eredetileg megcélzott mintának sok esetben az 50 százalékát érik el vagy még annyit sem. Budapesten még kevesebbet. Ennek sok oka van. Valószínűleg az is, hogy kapucsengők vannak, és az emberek nem szívesen nyitnak ajtót, mert félnek a betörésektől. Tehát nem lehetünk biztosak abban, hogy a populációnak mondjuk az az 50 százaléka, amelyet elért a kérdezőbiztos, illetve az elérhetetlenek csoportja társadalmilag, demográfiaiilag, sőt akár pártpreferenciáját tekintve nem tér-e el egymástól. Nincs okunk feltelesen, hogy az emberek elérhetősége véletlenül alapuló körülmény, nem pedig társadalmilag függő dolog. Vannak nehezen elérhető emberek. Például a fiatalok ritkábban vannak otthon, mint mondjuk az idősek. Mindezeket statisztikai átsúlyozásokkal bizonyos mértékig mérsékelni lehet, de ezek soha nem tökéletes megoldások. Időnként, a nagyobb hiba elkerülése végett lehet velük élni, de valójában az a legjobb, ha minél több személyt sikerül elérni az eredetileg megcélzott populációból. Ez nem könnyű, hiszen közvetlenül a választások előtti periódusban az intézetek olykor 10–15 ezer embert kérdeznek meg néhány nap alatt.

**MCS** ♦ A véleménynyilvánítási hajlandóság bizonyos társadalmi csoportoknál – például a nőknél, a 70 év fölöttiekénél és sok esetben a fiataloknál – kisebb. A véleményüket talán elmondják, de aztán nem mennek el szavazni. Könnyen elképzelhető, hogy a kérdezőbiztosok éppen közülük találhatnak otthon többet. A torzulásokat – legalábbis részben – nem lehet kiküszöbölni azzal, ha a mintába a vélhetően aktív szavazók csoportjából vonnak be többet?

**AR** ♦ Megfigyeléseim szerint a véleménynyilvánítási hajlandóság összefügg a részvételi hajlandósággal. Ez nem jelenti azt, hogy ne lennének eltérések, és ezek az eltérések persze hibák forrásává is válhat-

nak. Az emberek 20–25 százaléka egyetlen szavazásra sem megy el, és ezt a csoportot a politika iránt közömbös, alacsony iskolai végzettségű, szerény anyagi helyzetben élő emberek alkotják, akiknek a véleménynyilvánítási hajlandósága valószínűleg nagyon csekély, és sok esetben a kérdezőbiztosok nem is érik el őket. Gyakorlatilag megtalálhatatlanok a hajlékta-

FÉLIG-MEDDIG

Közgazdasági és Jogi, Bp., 1989.

TÁRSADALMAK REJTETT HÁLÓZATA

Válogatás a kapcsolathálózati megközelítés irodalmából. (Előszó és szerkesztés.)

MKI, Bp., 1991. (Társszerző)

HÁLÓZATOK, STÍLUSOK, STRUKTÚRÁK

ELTE Szociológiai Intézet, Bp., 1991.

(Társszerző)

Válogatás a kapcsolathálózati elemzés irodalmából.

(Előszó és szerkesztés). *Szociológiai Figyelő*, ELTE Szociológiai Intézet, 1988. 3. szám

(Társszerző)

OPTIKAI CSALÓDÁSOK

Pesti Szalon, Bp., 1996.

A TÁRSADALMI RÉTEGZŐDÉS  
KOMPONENSEI

(Előszó és szerkesztés.) Új Mandátum, Bp., 1997. (második kiadás: 1999)

A TÁRSADALMI LÁTHATÓSÁG GÖRBE  
TÜKREI

Új Mandátum, Bp., 2000.

PÁRTOK KÖZÖTT SZABADON

Osiris, Bp., 2000. (Társszerző)

lanok, a rossz körülmények között élők, mindazok, akiknek nincs önálló lakásuk, illetve akik a kérdés idején kórházban vannak vagy éppen katonai szolgálatot teljesítenek. Gyakran nem pontos a lakónyilvántartás. Ideális esetben minden embernek egyenlő esélye van arra, hogy bekerüljön a mintába, de ezt nehéz ténylegesen is megvalósítani.

**MCS** ♦ Térjünk vissza a közvélemény-kutató cégekkel kapcsolatos közvélekedésre. Köztudott, hogy a kérdések sorrendjével, megfogalmazásával erősen lehet manipulálni. Több – valamelyik párthoz közel álló – cég gyanúba is keveredett, hogy a választások idején tendenciózusan az egyik párt javára mért. Bizonyos – a „vonatszerelvénnyel” kedvező – körülmények között így akár győzelemre is segítheti egy (különösen pedig két) cég a támogatóját. Aztán, ha ez mégsem következik be, akkor sincs követke-



mény – az élet megy tovább, nincs hitelvesztés, csőd. Vajon miért?

**AR** ♦ Mindenfajta szakszerű gondolkodásnak elemtétele, hogy törekedjék az objektivitásra. A közvélemény-kutatási szakmában – különösen a választások idején – árnyék vetülhet arra a kutatóintézetre, amelyek rendszeresen eltérő eredményeket produkál, mint a másik. A választások idején meg azért sem lehet érdeke, mert az a cég, amelyik téved, presztízst veszít, amelyik jól mér, presztízst nyer és növeli a megrendeléseit. Arról nem beszélve, hogy a tudományos szocializációnak az a lényege, hogy maximálisan segítse az objektivitást. A szubjektivitás kiszorítása érdekében rengeteg módszert és szabályt kitaláltak. Ezért nem hiszem, hogy komoly cégek az adatok manipulálására törekednének, mert az ilyesmi előbb-utóbb kiderül. Inkább arról lehet szó, hogy a cégek eltérő technikákat alkalmaznak. Ezek között vannak olyanok, amelyek nagyjából egyformán jók, legfeljebb azon lehet vitatkozni, mikor jobb nyitott kérdést feltenni, és mikor zártat, mikor jobb, ha rangsoroltatunk, és mikor célravezetőbb minden állítást külön-külön osztályoztatni. Ezek az eltérő technikák akaratlanul is némileg eltérő eredményekre vezetnek. Nem vagyok abban biztos, hogy – ha nem szándékoltan is –, nincs-e valami korreláció az eredmények és az alkalmazott technikák között. A közvélemény-kutatásnál mindig szükség van kontrollvizsgálatokra. Például a nyitott kérdés után egy másik mintán meg kell nézi azt is, milyen eredmény születik, ha zártan kérdezzük, vagyis a kérdés feltevésének módja mennyire befolyásolja az eredményeket. A profi kutatók mindig ellenőrizni próbálják a módszereiket. Amire utalt, az tudatos manipuláció – amikor egy kérdőívet eleve úgy állítanak össze, hogy a kérdéseivel egy meghatározott irányba vezesse a válaszolót. Az elfogulatlan kutatók mindig megvizsgálják, melyik sorrend irányít a legkevésbé. Van, amikor a befolyásolás elkerülésére a választásra vonatkozó kérdéseket a kérdőív elejére teszik. Egyáltalán nem biztos azonban, hogy ez a legtökéletesebb megoldás. Ezzel valóban elkerülhető, hogy előtte más kérdések (akár ideológiai, akár egyszerű piackutatási témák), „beállítsák” a kérdezettet. Ugyanakkor elképzelhető, hogy ha a második-harmadik-negyedik kérdés már a pártpreferenciákra vonatkozik, ez annyira riasztó lehet bizonyos emberek számára, hogy esetleg tartózkodóbb magatartást vesznek fel, és kitérő választ adnak. Éppen ezért valószínűleg jobb viszonylag semleges felvezető témával indítani a kérdőívet. Arra is figyelni kell, hogy ezek ne olyan kérdések legyenek, amelyek egészen más irányba állítanak be a kontextust. A korábbi kérdések és témák sorrendje erősen befolyásolhatja az egyes témákra adott válaszokat. A kérdések sorrendjének fontosságáról már sok tapasztalat halmozódott fel. Egy kísérlet során például két kérdést két egyenértékű mintának szóló kérdőívben kétféle sorrendben tettünk fel, és azt tapasztaltuk, hogy szignifikánsan eltérő vála-

szok születtek. A kísérlet pregnánsan mutatta, hogy a sorrend olykor számottevően átalakítja az eredményeket. Tehát mindez bizonyos fokig a kapott eredmények törékenységét mutatja, mégis úgy gondolom, hogy a profi kutatók jól ismerik ezeket a hatásokat, és képesek semlegesíteni. Szisztematikus kutatás és sokfajta módszer párhuzamos alkalmazása mellett a minimálisra lehet szorítani a kontextusból adódó hibákat.

**MCS** ♦ Vagyis nem feltételez tudatos manipulációt a magyarországi közvélemény-kutató intézetek részéről?

**AR** ♦ Biztos van, aki feltételez. Én azt gondolom, hogy azok a mérési hibák amelyek megestek, jól magyarázhatók anélkül is, hogy ilyesmit feltételeznénk. Tény, hogy a 2002-es választásnál minden intézet egy irányba tévedett. Ez azt jelenti, hogy egy olyan tényezőnek kellett szerepet játszania, amellyel egyik intézet sem számolt. Hogy melyik intézet mennyire tévedett, az természetesen nagyon sok tényezőtől függhetett. Hogy valamennyien egy irányban tévedtek, magyarázható azzal, hogy a válaszolók egy része vagy kitért a kérdezőbiztosok elől, vagy nem mondta meg a pártpreferenciáját. Ritkán esetleg olyan álláspontot mondott, amiről úgy gondolta, hogy az adott intézet azt várja el. Az embereknek akkor is lehet az adott intézetről olyan képük, hogy az valamelyik párthoz közel áll, ha ez történetesen nem igaz. És ha sokakban él ilyen elképzelés, akkor ez bizonyos értelemben meg is valósul. Ugyanis abból adódóan, hogy sokan úgy gondolják, X intézet valamire húz, azok, akik más állásponton vannak, inkább kerülnek a szóban forgó intézetet, és ez akkor valóban torzítja a válaszok megoszlását. Az intézetek végül is – utólagos elemzéseikben – elismerik a látencia okozta problémát, és azt, hogy ilyen hatás előfordulhat. De úgy vélik, viszonylag kevés ember van, aki az intézetek függetlenségét kétségbe vonná. Én úgy gondolom, hogy fokozatosan növekedhet azok aránya, akik körében az ilyen tételezések terjednek. Tény – és ez a nyugati országokban is így van –, hogy bizonyos pártok nagyobb számban rendelnek meg adatokat az egyik intézettől, mint a másiktól. Tehát ha ebből olyan képzet keletkezik az emberekben, hogy az az intézet valamelyik irányban elfogult, annak már lehet torzító hatása.

A megrendelők persze örülnek, ha a közvélemény-kutató intézet számukra kedvező adatokat hoz, holott ez az önmegtévesztés tipikus esete: hiszen lehet, hogy átmenetileg kedvezőbb kép alakul ki róluk, de aztán többnyire eljő az igazság pillanata. Úgy gondolom, hogy a pártok nincsenek pontosan tisztában azzal, mi a szakértő vagy a szakvélemény igazi értéke. Azt szeretik, ha olyan adatokat és olyan interpretációkat kapnak, amelyek kedvező színben tüntetik fel őket. Holott egy szakértőnek az a feladata, hogy függetlenül ítéljen, különben nem volna szükség rá. Nagyon gyakori, hogy valaki a pozíciójából adódóan téves percepcióval nézi a saját helyzetét. Szakértőre

éppen azért van szükség, mert a szakértőnek más a látószöge. Az adott helyzetet és annak lehetséges interpretációit kell látnia, és éppen arra kell fölhívnia a megrendelő figyelmét, amire az magától nem gondolna.

**MCS** ♦ Valószínűleg Kolosi Tamásnál jobban nem ártott senki Orbán Viktornak.

**AR** ♦ Én nem akarok a pártoknak tanácsokat adni, de úgy gondolom, hogy – noha van annak racionalitása, hogy bizonyos intézeteknek több megrendelést adnak – az a körültekintőbb magatartás, ha több intézetet is megbíznak mérésekkel. Pontosan abból kiindulva, hogy más-más szempontokra hívhatja fel a figyelmet az egyik, mint a másik. Célszerű időnként olyan intézetektől is kutatást rendelni, amelyek számukra nem a legkedvezőbb eredményeket szokták hozni.

**MCS** ♦ Van elképzelése arról, miért éppen a Medián becslése közelítette meg a legjobban a végeredményt?

**AR** ♦ Ennek megválaszolása messzire vezetne – a kutatások szociológiájának területére. Egy magyarázatot azért megkockáztatok. A választások előtt a legtöbb kutató intézet óriási tömegű interjút készített, de a mennyiséggel nem lehet mindig pótolni a megfelelő minőséget. Néhány nap alatt 5–10 ezer interjú nehéz lebonyolítani, gyakran előfordul, hogy a kérdezőbiztosok az első sikertelen kísérlet után a pótcímekhez nyúlnak. A Medián – talán mert kisebb intézetről van szó – nem végzett ilyen tömegű felvételt. Bízott abban, hogy egy valóban reprezentatív mintán lebonyolított felvétel elég lehet a viszonylag pontos előrejelzéshez.

**MCS** ♦ Hajlandó volna szakmailag rangsorolni a magyarországi cégeket?

**AR** ♦ Erre nem vállalkozom, főleg azért nem, mert valamennyi cégnek voltak komoly sikerei is a korábbi választásokon. Arról sem vagyok egészen meggyőződve, hogy ha egy adott alkalommal valamelyik intézet téved, az azért van, mert ott kisebb a szakértelem, mint ott, ahol jobban előre jelezték az eredményeket. Valamennyi intézetben vannak kiváló szakemberek. A hibák okát nem ebben látom, hanem abban, hogy a közvélemény-kutató intézetek iparszerűen dolgoznak, rutin alapján. Ez csökkenti a szenzitivitásukat bizonyos problémák iránt, amelyeket a rutinfelvételek nem mutatnak meg.

**MCS** ♦ Térjünk vissza a látens közvéleményre. Ha jól sejtem, nagyjából konszenzus van abban, hogy a pártpreferenciákra vonatkozó vélemények elrejtése – illetve az, hogy a cégek nem számoltak ezzel – okozhatta a 2002-es fiaskót?

**AR** ♦ Én több olyan kutatóval beszélgettem, akiknek hasonló volt az álláspontja. Kolosi Tamásnak és Tóth István Györgynek a Társadalmi riport 2002-es kötetében *Egy tévedés története* címmel megjelent tanulmánya is elemzi a rejtőzködő szavazók torzító hatását. A gondok abból adódtak, hogy a választásokat megelőzően kevésbé figyelték erre a szindrómára.

**MCS** ♦ A látencia érettebb demokráciákban is működik?

**AR** ♦ Nagyobb mértékben működik olyan országokban, ahol korlátozott a nyilvánosság, és a demokrácia gyökerei nem nyúlnak túl mélyre. Kelet-Európában nagyon erősek a tradíciói, és még csak nem is a rendszerváltás előtti periódusra kell itt gondolni, hanem a két világháború közötti időszakra. Ha kisebb mértékben is, de látencia azért a nyugati országokban is előfordul, méghozzá minden olyan kérdésben, ahol nagyon erős tabuk léteznek: például a szexualitásban vagy etnikai kérdésekben, de olyan területeken is, amelyekről sokkal kevésbé gondolná az ember, például a nemek megítélésében. A deklarált vélemények itt is sokszor szebben csengenek, mint a valóságos vélemények, mert a kicsit is kulturált emberek próbálják elrejtetni az előítéleteiket, amelyeknek valójában rabjai.

**MCS** ♦ Említette, hogy romlanak a közvélemény becslésének az esélyei. Az *Optikai csalódások* című könyvében írja, hogy ez a tény veszélyeztetheti a társadalmi intézmények működését. Mire gondolt?

**AR** ♦ A demokrácia klasszikus elméletében nagyon nagy jelentőséget tulajdonítottak a közvéleménynek. Végül is valamilyen formában a demokráciának az a lényege, hogy a kormányok élénk interakcióban legyenek a közvéleménnyel – a választások idején is, de természetesen nemcsak akkor, hanem a közbülső periódusokban is. Csakhogy a modern demokráciában a közvélemény nem olyan aktív, mint amilyenek az „alapító atyák” elképzelték. Számos olyan szerző van, aki kételkedik abban, hogy a közvéleménynek napjainkban is jelentős szerepe volna. Én mégis úgy gondolom, hogy bármilyen nagy is a törekvés a közvélemény befolyásolására, a közvéleménynek van egy természetes spontaneitása és ellenálló ereje, és nem feltétlenül olyan irányba mozdul el, amilyen irányba a tömegkommunikációs eszközök befolyásolják. Erre utal, hogy a politikai erők minden demokráciában – legalábbis a választások idején – mindent bevetnek a közvélemény megnyerésére. A közvéleménynek mégiscsak van némi hatalma, mert a semmiért a tömegkommunikáció és a pártok nem mozgósítanak ennyi pénzt, paripát és energiát.

De a demokráciát és a közvélemény erejét gyengítheti az áttekinthetlenség, ami akár a globalizáció, akár a növekvő számú és jelentőségű állami titok nyomában keletkezik. A magánélet sérthetlensége is fontos feltétele a korlátoktól mentes nyilvánosság kialakulásának. Éppen ezért minden olyan kísérlet, amely tolazkodó módon beavatkozik az emberek magánéletébe, hatásában végső soron a nyilvánosságot, az áttekinthetőséget és a közvéleményt rombolja. □