

ΠΟΛΙΤΙΚΗ

● Οι δημοσκοπήσεις απηχούν ή δημιουργούν την κοινή γνώμη; Άγουν ή άγονται οι πολίτες;

Της
Χριστιάνας
Βωνιάτη



Όπως σε κάθε προεκλογική περίοδο, έτσι και στην Κύπρο αυτόν τον καιρό διεξάγονται δημοσκοπήσεις με σκοπό τη σφυρηλάτηση των τάσεων του εκλογικού σώματος, ενόψει των εκλογών του Φεβρουαρίου. Ένα ενδιαφέρον ερώτημα που εγείρεται, ωστόσο, είναι το κατά πόσον οι δημοσκοπήσεις απηχούν ή δημιουργούν την κοινή γνώμη. Παρέχοντας πληροφορίες σχετικά με την πρόθεση ψήφου, οι δημοσκοπήσεις αναντίρρητα μπορούν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των ίδιων των ψηφοφόρων. Οι ποικίλες θεωρίες που περιγράφουν τους τρόπους κατά τους οποίους τα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων μπορούν να επηρεάσουν την πρόθεση ψήφου, μπορούν να συνοψισθούν σε δύο γενικές ομάδες: αφενός στην επιρροή του "άρματος της εξουσίας" (bandwagon effect), και αφετέρου στη στρατηγική ψήφο (tactical voting). Οι θεωρίες που αναφέρονται στην πρώτη ομάδα υποστηρίζουν πως ο ψηφοφόρος τείνει να ακολουθεί κατά τρόπο μιμητικό τη συμπεριφορά ή την προτίμηση της πλειοψηφίας του εκλογικού σώματος. Το εν λόγω "bandwagon effect" αναφέρεται επίσης -με τρόπο μειωτικό- ως "αγγελικό ένστικτο", για να προσδιορίσει την τάση των ψηφοφόρων να ακολουθούν το πλήθος, χωρίς να εξετάζουν κριτικά τα μειονεκτήματα ή πλεονεκτήματα του υποψηφίου που αποφασίζουν να στηρίξουν. Η δεύτερη κατηγορία θεωριών (tactical voting) που εξετάζουν τον τρόπο κατά τον οποίο οι δημοσκοπήσεις επηρεάζουν την κοινή γνώμη, βασίζεται στην ιδέα ότι οι ψηφοφόροι ερμηνεύουν την πράξη της ψήφου ως μέσο εκλογής μιας Κυβέρνησης. Αυτό σημαίνει πως συχνά δε ψηφίζουν τον υποψήφιο με τον οποίο ταυτίζονται πολιτικά/ιδεολογικά, αλλά έναν άλλο, λιγότερο προτιμητέο υποψήφιο κατόπιν μιας στρατηγικής θεώρησης. Για το θέμα αυτό ζητήσαμε την άποψη δύο πολιτικών, δύο εκλογολόγων και ενός ακαδημαϊκού:

Νίκος Κατσουρίδης

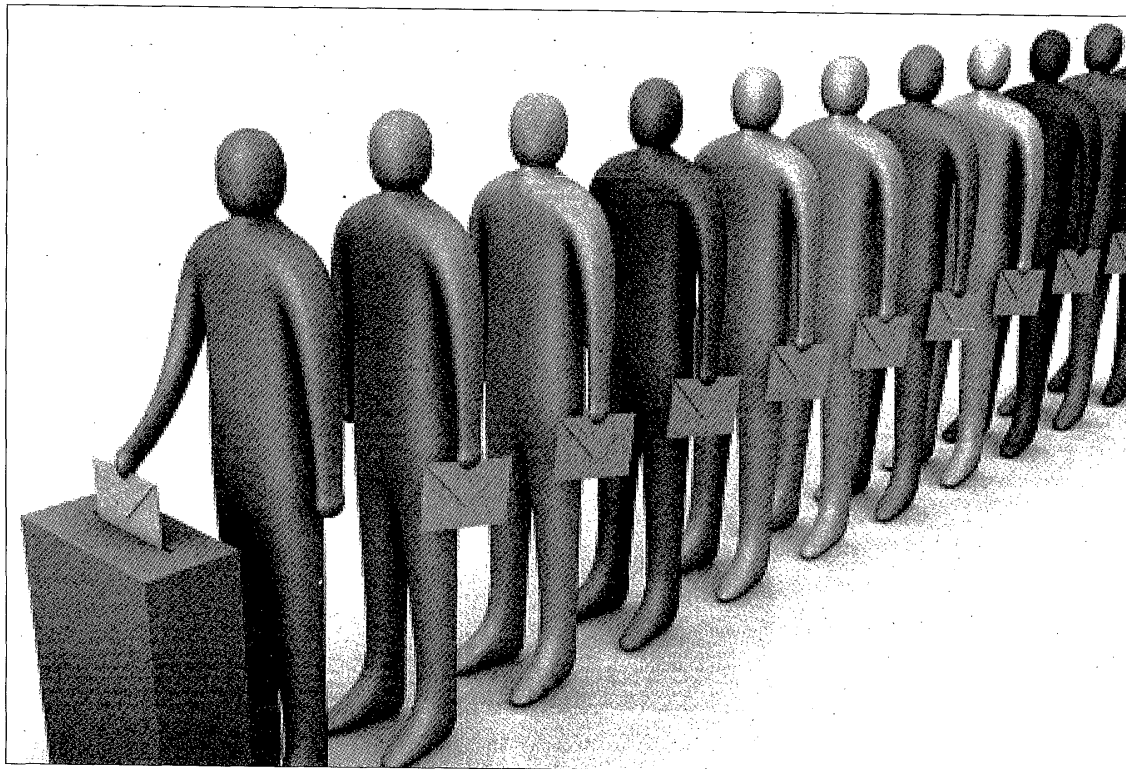
- Κοινοβουλευτικός Εκπρόσωπος ΑΚΕΛ

Οι δημοσκοπήσεις λειτουργούν, όπως όλα τα άλλα φαινόμενα στη ζωή μας, κατά τρόπο τουλάχιστον διπτό. Αντανακλούν την άποψη της κοινής γνώμης, αλλά την ίδια στιγμή -από την ώρα που την αντανακλούν και μετά- την καθοδηγούν. Δηλαδή κάθε φαινόμενο, από τη στιγμή που εμφανίζεται, επηρεάζει την πραγματικότητα. Να σας πω ένα παράδειγμα που βριόκειται συχνά στην επικαιρότητα: ανεξαρτήτως από τους λόγους που δημιουργείται μια καταιγίδα, από τη στιγμή που εκδηλώνεται, επηρεάζει με τη σειρά της όλους τους παράγοντες που την έχουν διαμορφώσει. Ευτυχώς, θέλω να πιστεύω, στην Κύπρο ακόμα δεν έχουμε φτάσει στο σημείο που γίνεται σε άλλες χώρες, όπου συνειδητά κάποιοι παραμορφώνουν τα αποτελέσματα, στο βαθμό που να μην αντανακλούν την πραγματικότητα και να αποτελούν απλώς ψυχολογική καθοδήγηση.

Αβέρωφ Νεοφύτου

- Αναπληρωτής Πρόεδρος Δημοκρατικού Συναγερμού

Οι δημοσκοπήσεις αποτυπώνουν την άποψη της κοινωνίας σε μια συγκεκριμένη στιγμή. Για να το θέσω μεταφορικά, ωσάν μια φωτογραφική μηχανή, η δημοσκοπήση απεικονίζει την κοινή γνώμη ως έχει τη στιγμή της "λήψης". Φυσικά, είναι κάποιοι που προσπαθούν να μετατρέψουν τις δημοσκοπήσεις από χρήσιμο εργαλείο σε όχημα ρυμούλκησης της κοινής γνώμης. Συχνά, όμως, η κοινή γνώμη αντιδρά σ' αυτήν την εκμετάλλευση των μετρήσεων. Ας αναφέρω ένα απλό παράδειγμα:



μα: τον Οκτώβριο, όλες οι δημοσκοπήσεις που έγιναν στην Κύπρο έδειξαν μια μεγάλη διαφορά πρόθεσης ψήφου -είτε σε ό, τι αφορά τον πρώτο, είτε στο δεύτερο γύρο- ανάμεσα στον υποψήφιο που εμείς στηρί-



Ανδρέας Πετρίδης

- Εκλογολόγος

Η άποψη ή το ερώτημα αν οι δημοσκοπήσεις επηρεάζουν ή χειραγωγούν την κοινή γνώμη, έχει μελετηθεί κατ' επανάληψη χωρίς να υπάρχει ξεκάθαρη, συγκεκριμένη απάντηση. Το ερώτημα αυτό μελετήθηκε επίσης από επιτροπή του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, η οποία, μετά από εις βάθος μελέτη και ανάλυση του θέματος, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι δεν υπάρχουν



σαφείς αποδείξεις ως προς το αν οι δημοσκοπήσεις χειραγωγούν ή επηρεάζουν την κοινή γνώμη. Είναι πιθανόν οι δημοσκοπήσεις να επηρεάζουν μια μικρή μερίδα του εκλογικού σώματος, η οποία παραμένει αναποφασίστη, θέλοντας στο τέλος της ημέρας να ψηφίσει αυτόν ο οποίος θα κερδίσει.

Οι ποικίλες θεωρίες, που περιγράφουν τους τρόπους κατά τους οποίους τα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων μπορούν να επηρεάσουν την πρόθεση ψήφου, μπορούν να συνοψισθούν σε δύο γενικές ομάδες: αφενός στην επιρροή του "άρματος της εξουσίας" (bandwagon effect), και αφετέρου στη στρατηγική ψήφο (tactical voting)

Τότε εκεί ίσως να υπάρχει επιρροή. Αλλά και πάλι δεν υπάρχουν επιστημονικές αποδείξεις.

Γιάννης Μαυρίδης

- Εκλογολόγος (Ελλάδα)

Όντας μια μορφή εμπειρικής κοινωνικής έρευνας, ένα επιστημονικό εργαλείο, οι δημοσκοπήσεις κατά βάση απηχούν τις απόψεις της κοινής γνώμης. Πολλές φορές, ωστόσο, τα ΜΜΕ και τα πολιτικά κόμματα προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν προπαγανδιστικά τις δημοσκοπήσεις για να δημιουργήσουν εντυπώσεις.



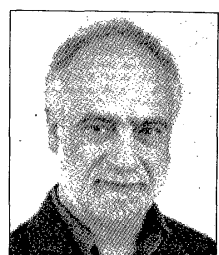
Αυτό είναι ένα φαινόμενο αρνητικό, που όμως δε συμβαίνει παντού αλλά έχει ιστορική αναφορά. Εξαρτάται δηλαδή από διάφορους παράγοντες, όπως το πόσο ισχυρά είναι τα ΜΜΕ σε μια χώρα, πόσο ισχυρό είναι το κομματικό σύστημα, τι παραδόσεις υπάρχουν, ποια πολιτική κουλτούρα κ.ο.κ. Σε κάθε περίπτωση, είναι ένα αρνητικό φαινόμενο, το οποίο πρέπει διαρκώς να αντιμετωπίζεται και να καταπολεμάται. Γι' αυτό το θέμα πιστεύω πως υπάρχει μια τριπλή ευθύνη: φέρουν ευθύνη οι εταιρείες δημοσκοπήσεων, οι οποίες κάνουν τις έρευνες και οι οποίες έχουν ευθύνη να τις πραγματοποιούν σωστά - χωρίς να υποκύπτουν στον πειρασμό ή στην πολιτική σκοπιμότητα. Ευθύνη έχουν επίσης τα κόμματα και οι πο-

λιτικοί για να μην μπαίνουν στον πειρασμό να χρησιμοποιούν προπαγανδιστικά τις έρευνες. Τέλος, τη μεγαλύτερη ευθύνη έχουν -πιστεύω- τα ΜΜΕ, τα οποία δημοσιοποιούν τα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων και τα οποία δίνουν αυτήν τη μεγάλη ισχύ στις δημοσκοπήσεις, ακριβώς επειδή τις κάνουν είδηση.

Σταύρος Τομπάζος

- Επίκουρος Καθηγητής Πολιτικών Επιστημών στο Πανεπιστήμιο Κύπρου

Οι δημοσκοπήσεις έχουν δημιουργηθεί για να απηχούν την κοινή γνώμη. Πιο συγκεκριμένα, αντικαθρεφτίζουν την κοινή γνώμη τη στιγμή που διε-



εργάζονται. Παρόλα αυτά, πολύ συχνά, από εργαλείο απεικόνισης της κοινής γνώμης, μετατρέπονται σ' ένα εργαλείο επηρεασμού και διαμόρφωσης της. Δεδομένου ότι μια μερίδα του πληθυσμού τείνει να μετακινείται προς την παρτάξη ή την άποψη, η οποία βάσει της δημοσκοπήσης φαίνεται να κερδίζει, έχει μεγάλη σημασία η ταυτότητα της δημοσκοπήσης: όταν π.χ. οι δημοσκοπήσεις σχετίζονται από εταιρείες Υπουργών της Κυβέρνησης, τότε δικαιούται ο καθένας να υποψιάζεται ότι η δημοσκοπήση εξυπηρετεί προπαγανδιστικούς σκοπούς.