

## 4

# Δημοσκοπήσεις και δημοκρατία στην Ελλάδα<sup>1</sup>

---

του Γιάννη Μαυρή

### Εισαγωγή

Οι δημοσκοπήσεις αποτελούν φαινόμενο της σύγχρονης δημοκρατίας και στοιχείο αδιαχώριστο από τη σημερινή μορφή της πολιτικής και του πολιτικού συστήματος. Η μεταπολεμική περίοδος χαρακτηρίζεται από τη μαζική παραγωγή και τη ραγδαία επέκταση της χρήσης τους. Για να διαπιστώσει κανείς αυτή τη δομική αλλαγή που έχουν επιφέρει στην πολιτική λειτουργία και στη λήψη των αποφάσεων, δεν έχει παρά να σκεφτεί τη σημασία που απέκτησαν οι δημοσκοπήσεις με τον πόλεμο στη Γιουγκοσλαβία. Η καθυστερημένη εμφάνιση του φαινομένου στην ΕΛ-

---

1. Η αρχική μορφή του παρόντος κειμένου χρονολογείται από το 1996 και δημοσιεύτηκε στο συλλογικό τόμο που εξέδωσε το περιοδικό *Το Σύνταγμα* υπό τον τίτλο «Τα εικοσάχρονα του Συντάγματος 1975», εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή 1998, σσ 239-265. Στο χρονικό διάστημα που μεσολάβησε, παρουσιάστηκαν σημαντικές εξελίξεις που αφορούν το αντικείμενο. Κυρίως, όμως, η θεσμική ρύθμιση που τελικά επιβλήθηκε έκανε απαραίτητη τη διεύρυνση της ανάλυσης. Στην παρούσα έκδοση έχουν προστεθεί και αποσαφηνιστεί αρκετά σημεία, ενώ έχει εμπλουτιστεί και η βιβλιογραφία.

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Λάδα οφείλεται στους ίδιους ιστορικούς λόγους που εξηγούν τις ιδιαιτερότητες της μορφής του μετεμφυλιακού κράτους και του κομματικού συστήματος. Ουσιαστικά, η ανάπτυξη των δημοσκοπήσεων αποτελεί παράγωγο της μεταπολιτευτικής περιόδου, και μάλιστα της ύστερης υποπεριόδου της (μετά το 1989). Οι μετασχηματισμοί του κομματικού και πολιτικού συστήματος της Γ' Ελληνικής Δημοκρατίας, από τις αρχές της τρέχουσας δεκαετίας, έχουν οδηγήσει και στη χώρα μας στην ενίσχυση του ρόλου και της σημασίας τους. Ορόσημο σε αυτή τη διαδικασία αποτέλεσαν οι βουλευτικές εκλογές του 1996, τόσο για την εδραίωση των προεκλογικών δημοσκοπήσεων, όσο και για την καθιέρωση, από τα τηλεοπτικά δίκτυα, των δημοσκοπήσεων έξω από τα εκλογικά τμήματα (exit polls).

### 1. Ιστορική εξέλιξη των δημοσκοπήσεων

#### 1.1. Γένεση-προϊστορία

Ο όρος *δημοσκόπηση κοινής γνώμης* είναι πολύ ευρύτερος και δεν περιορίζεται μόνο στις πολιτικές δημοσκοπήσεις<sup>2</sup>. Σύμφωνα με έναν ορισμό, η δημοσκόπηση κοινής γνώμης αποτελεί: 1) διερεύνηση της γνώμης πάνω σε ένα ή περισσότερα θέματα, 2) ενός αντιπροσωπευτικού δείγματος

---

2. Οι πολιτικές και οι εκλογικές δημοσκοπήσεις, που συνιστούν και το αντικείμενο της παρούσας εισήγησης, δεν αποτελούν τις μοναδικές έρευνες κοινής γνώμης. Για μια αναλυτική περιγραφή των επιμέρους κατηγοριών των ερευνών κοινής γνώμης, βλ. H. F. Weisberg - J. A. Krosnick - B. D. Bowen, *An introduction to Survey Research, Polling, and Data Analysis*, 3rd ed., Sage Publications, London 1996, pp. 3-13. Για μια ιστορική επισκόπηση της ανάπτυξης των δημοσκοπήσεων, βλ. N. M. Bradburn - S. Sudman, *Polls and Surveys*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco-London 1988, ch. 2: «Growth of Public Opinion Polling», pp. 12 etc. / N. Moon, *Opinion Polls: History, theory and practice*, Manchester University Press, Manchester and New York 1999, pp. 6-23 and 94-107 / V. Price, *Public Opinion*, Sage Publications, London 1992. Επίσης, Γ. Κατζουράκης, *Η σφραγισμένη κλίμακα, μέθοδος της κοινής γνώμης και ιδεολογική επιβολή*, Καστανιώτης, Αθήνα 1985, κεφ. 1 «Ιστορία, ανάπτυξη και διάδοση των σφραγισμένων κοινής γνώμης», σσ. 21-45.

πληθυσμού, 3) η οποία προϋποθέτει επιλογή του δείγματος με την πιθανοθεωρητική δειγματοληπτική μέθοδο, 4) χρήση ερωτηματολογίου, με την τεχνική της ατομικής συνέντευξης, 5) συλλογή και επεξεργασία των δεδομένων, 6) συναγωγή συμπερασμάτων για το σύνολο του εν λόγω πληθυσμού. Χωρίς τη συνέντευξη όλων αυτών των στοιχείων, ανεξαιρέτως, δεν υφίσταται έρευνα κοινής γνώμης<sup>3</sup>.

Αν και οι δημοσκοπήσεις είναι δημιούργημα του 20ού αιώνα, αφετηρία τους θεωρούνται οι πρώτες εμπειρικές προσεγγίσεις των κοινωνικών φαινομένων ήδη από τις αρχές του 19ου αιώνα. *Πολιτική προνόθεση* για την ανάδυση του φαινομένου αποτελεί η καθιέρωση της *αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας*, που βασίζεται στην *καθολική ψηφοφορία* και στην *ιδεολογία της κοινής γνώμης*<sup>4</sup>, ενώ οι *επιστημονικές προϋποθέσεις* ανάπτυξης και γενίκευσης της χρήσης των δημοσκοπήσεων είναι, συνοπτικά, οι εξής: 1) οι εξελίξεις στη στατιστική θεωρία, με τη διατύπωση της θεωρίας των πιθανοτήτων και την εφαρμογή της δειγματοληπτικής μεθόδου, 2) η μελέτη των συνθηκών διαβίωσης του πληθυσμού, κυρίως της εργατικής τάξης, που καθιερώνει τη χρήση του ερωτηματολογίου και η ανάπτυξη της τεχνικής των ατομικών συνεντεύξεων, 3) η ανάπτυξη των κοινωνικών ερευνών, που οδηγεί στην αυτονόμηση της κοινωνιολογίας και της πολιτικής επιστήμης και στη νομιμοποίησή τους στην εμπειρική μελέτη των κοινωνικών φαινομένων, με τη χρήση στατιστικών μεθόδων<sup>5</sup>. Καθοριστική σημασία για την ανάπτυξη των πολιτικών δημοσκοπήσεων έχει και η ανάπτυξη των μελετών πολιτικής και εκλογικής συμπεριφοράς στις ΗΠΑ,

3 Βλ. Γ. Κατζουράκης, ό π., υποσ. 2, σ. 47. / Θα πρέπει να σημειωθεί ότι δεν υφίσταται ένας γενικά αποδεκτός ορισμός της έννοιας «κοινή γνώμη». Είναι χαρακτηριστικό ότι στα μέσα της δεκαετίας του '60 ο Αμερικανός καθηγητής του Princeton H. Childs κατέγραψε περί τους πενήντα διαφορετικούς ορισμούς. Βλ. σχετικά E. Noële-Neumann, *The Spiral of Silence*, 2nd ed., University of Chicago Press, Chicago 1993, p. 58 / Επίσης, V. Price, ό π., υποσ. 2

4 Η έννοια της κοινής γνώμης είναι σε μεγάλο βαθμό δημιούργημα του Διαφωτισμού, στενά συνδεδεμένη με την πολιτική φιλοσοφία του τέλους του 17ου και του 18ου αιώνα (Locke, Rousseau), καθώς και με τη δημοκρατική θεωρία του 19ου (Bentham). Βλ. V. Price, ό π., υποσ. 2, pp. 4 etc. / Επίσης, Γ. Κατζουράκης, ό π., υποσ. 2, σσ. 28-29

5 Βλ. Γ. Κατζουράκης, ό π., υποσ. 2, σ. 21

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ

ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του '40<sup>6</sup>. Η εδραίωση της αμερικανικής σχολής επιβάλλει σχεδόν απόλυτα στην κοινωνική έρευνα τις ποσοτικές μεθόδους μέτρησης<sup>7</sup>. Όπως παρατηρεί ο ίδιος συγγραφέας, υπάρχει το παράδοξο φαινόμενο η τεχνική να επιβάλλει στην επιστήμη το αντικείμενό της<sup>8</sup>. Η ανάπτυξη της πληροφορικής, που πολλαπλασιάζει λιγγωδώς τις δυνατότητες επεξεργασίας των εμπειρικών δεδομένων με τη χρήση Η/Υ, αποτελεί, τέλος, την *τεχνολογική προνόθεση* για την «έκρηξη» του φαινομένου.

Ιστορικά, η ανάπτυξη των δημοσκοπήσεων τοποθετείται στις ΗΠΑ, στα μέσα της δεκαετίας του '30. Ακριβώς πριν από εξήντα τρία χρόνια, στην προεδρική αναμέτρηση του 1936 μεταξύ Landon και Roosevelt, ο G. Gallup, χρησιμοποιώντας ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα πέντε χιλιάδων ατόμων, θα καταφέρει να προβλέψει με ακρίβεια τις προθέσεις του εκλογικού σώματος (τη νίκη του Roosevelt). Η επιτυχία του Gallup, που θα τον καθιερώσει και ως τον πατέρα των δημοσκοπήσεων, θα αποτελέσει την αφειρητία για την άνθηση της νέας μεθόδου<sup>9</sup>. Σήμερα υπολογίζεται ότι δημοσκοπήσεις διεξάγονται σε τουλάχιστον εβδομήντα οχτώ χώρες του κόσμου, ενώ ο αριθμός των οργανισμών (εταιρειών, ή ινστιτούτων) που πραγματοποιούν δημοσκοπήσεις ανέρχεται σε πεντακόσιες με εξακόσιες<sup>10</sup>. Για να γίνει αντιληπτή η σημερινή ποσοτική διάσταση του φαινομένου, αξίζει να αναφερθεί ότι, στην τελευταία προεδρική αναμέτρηση των ΗΠΑ (Νοέμβριος 1996), μόνο το τηλεοπτικό δίκτυο CNN

---

6 Κυρίως με τις πρωτοποριακές έρευνες του P. Lazarsfeld και των συνεργατών του. Βλ. P. Lazarsfeld - R. Berelson - H. Gaudet, *The People's Choice How the voter makes up his mind in a Presidential Campaign*, New York 1944, και αργότερα τις έρευνες της ομάδας του Πανεπιστημίου του Michigan υπό τους Campbell και Converse. Βλ. σχετικά A. Campbell - Ph. Converse - W. Miller - D. Stokes, *The American Voter*, New York 1960. Βλ. επίσης, Η. Νικολακόπουλος, εισαγωγή του βιβλίου *Κόμματα και βουλευτικές εκλογές στην Ελλάδα 1946-1964*, ΕΚΚΕ, Αθήνα 1985, σσ. 27 κ.ε.

7 Βλ. Γ. Καϊζουράκης, ό.π., νηοσ. 2, σ. 115.

8 Στο ίδιο.

9 Βλ. N. M. Bradburn - S. Sudman, ό.π., νηοσ. 2, pp. 16 etc.

10 Βλ. Foundation for Information, *The Freedom to Publish Opinion Polls Report on a Worldwide Study*, ESOMAR WAPOR 1997, p. 17.

πραγματοποίησε, κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου, περίπου 200 δημοσκοπήσεις<sup>11</sup>. Είναι ακόμα χαρακτηριστικό ότι η μεγαλύτερη βάση αποδελτιωμένων ερωτήσεων κοινής γνώμης στις ΗΠΑ, που καλύπτει την περίοδο των εξήντα ετών από το 1936, περιλαμβάνει σήμερα περισσότερες από διακόσιες πενήντα χιλιάδες ερωτήσεις ερευνών για όλους τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας. Αλλά και στον ευρωπαϊκό χώρο, τα αντίστοιχα δεδομένα είναι εντυπωσιακά. Πχ. στη Γαλλία, σύμφωνα με τα στοιχεία για το 1995, οι δημοσκοπήσεις που δημοσιοποιούνται κατά μέσο όρο κάθε μήνα ανέρχονται σε 95<sup>12</sup>.

## 1.2. Επέκταση και εδραίωση

Η ανάδειξη των δημοσκοπήσεων στη θέση που κατέχουν σήμερα είναι αποτέλεσμα μιας σειράς μετασχηματισμών της πολιτικής και της μορφής της δημοκρατίας κατά τη μεταπολεμική περίοδο. Οι τρεις βασικές τάσεις που κατέστησαν δυνατή αυτή την εξέλιξη είναι οι εξής: *Πρώτον*, οι μετασχηματισμοί των πολιτικών κομμάτων που οδηγούν στη γραφειοκρατικοποίησή τους. Η υποβάθμιση του ρόλου της μαζικής οργάνωσης, ως μάντα μεταβίβασης της λαϊκής βούλησης στην πολιτική εκπροσώπηση<sup>13</sup>, επιφέρει την επαγγελματικοποίηση της πολιτικής, που επιτρέπει, με τη σειρά της, την εκχώρηση πολιτικών λειτουργιών σε ιδιωτικούς φορείς. *Δεύτερον*, η ανάδειξη των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (ΜΜΕ) και ο νέος διευρυμένος ρόλος που αναλαμβάνουν για την παραγωγή και την αναπαραγωγή της πολιτικής, που έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός νέου δημόσιου χώρου. Η πολιτική μεσολαβείται πλέον κυρίως διά των ΜΜΕ. Η δράση των κομμάτων, από παραγωγή στρατηγικής και πολιτικής, περιορίζεται όλο και περισσότερο σε «επικοινωνιακές τεχνικές»<sup>14</sup>, ενώ τα «κα-

11 Βλ. *The Wall Street Journal, Καθημερινή*, 5 11 1996.

12 Βλ. σχετικά, *Opinionmetre*, no 62, 1996. Για την επέκταση των δημοσκοπήσεων στη Δυτική και στην Ανατολική Ευρώπη, βλ. την έκθεση, «The State of the Art of Public Opinion Polling Worldwide, preliminary report», *ESOMAR WAPOR*, Μάη 1992.

13 Βλ. Α. Φεραγιόλι, *Ανταρχική Δημοκρατία και Κριτική της Πολιτικής*, Στοχαστής, Αθήνα 1985.

14 Για τη διεύρυνση του ρόλου τους στην Ελλάδα, βλ. Γ. Μαυρής, «ΜΜΕ και πολιτική προς α-

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ

θήκοντα» εκπροσώπησης των πολιτών «εκχωρούνται» άτυπα στα ΜΜΕ. Επιμέρους συνέπεια της τάσης ενίσχυσης των ΜΜΕ –αλλά με σημαντικές επιπτώσεις στις δημοσκοπήσεις– είναι ο κυρίαρχος ρόλος που αναλαμβάνει η τηλεόραση στην κάλυψη των εκλογών. Είναι χαρακτηριστική η εμπειρία των αμερικανικών τηλεοπτικών δικτύων, που οδήγησε, τις τελευταίες δύο δεκαετίες, στην ανάπτυξη νέων μορφών εκλογικών δημοσκοπήσεων, *τις δημοσκοπήσεις έξω από τα εκλογικά τμήματα*<sup>15</sup>. Τρίτον, η σύγχρονη κρίση της αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας, δηλαδή η κρίση των παραδοσιακών αντιπροσωπευτικών θεσμών (κομμάτων, συνδικάτων). *Η κρίση εκπροσώπησης ενισχύει τη θέση των δημοσκοπήσεων, ως εργαλείου αναγνώρισης των διαθέσεων της κοινωνίας. Λόγω της εντεινόμενης αποξένωσης τους από τους «από κάτω», οι δημοσκοπήσεις γίνονται όλο και πιο απαραίτητες στους «από πάνω»*<sup>16</sup>, δηλαδή στην πολιτική ελίτ που λαμβάνει τις αποφάσεις.

### 1.3. Η σύζευξη δημοσκοπήσεων και ΜΜΕ

Το ποιοτικό στοιχείο που διαφοροποιεί, τη σημερινή ανάδειξη των δημοσκοπήσεων είναι η *απορρόφησή τους από τα ΜΜΕ*. Η μαζική χρήση των

---

ναζήτηση νέας ισορροπίας», *Καθημερινή* 30.1.1994 · Επίσης, του ίδιου, εισήγηση, στο Συνέδριο του ΙΝΕΡΙΠΟΣΤ (ειπιμ.), *Τα κόμματα μπροστά στη νέα εποχή*, Γνώση, Αθήνα 1996, σσ 38 κ ε

15 *Οι δημοσκοπήσεις έξω από τα εκλογικά τμήματα (exit polls, sortie des urnes)* είναι δειγματοληπτικές έρευνες που πραγματοποιούνται την ημέρα των εκλογών έξω από τα εκλογικά τμήματα, κατά τη διάρκεια της ψηφοφορίας, και χρησιμοποιούνται για την πρόβλεψη του εκλογικού αποτελέσματος. Το πρώτο πειραματικό exit poll πραγματοποιήθηκε υπό τη διεύθυνση του W. Mitofsky, από το αμερικανικό τηλεοπτικό δίκτυο CBS, στις εκλογές του Κεντάκι, το Νοέμβριο του 1967, και στις δημοτικές της Νέας Υόρκης το 1969. Ακολούθησε η χρήση της νέας μεθόδου και από άλλα δίκτυα (NBC 1973, ABC 1980, κ.ά.), πλην όμως *μόνο για την ανάλυση του εκλογικού αποτελέσματος*. Από το 1982 τα exit polls θα χρησιμοποιηθούν και ως *μεθόδος πρόβλεψης του εκλογικού αποτελέσματος*. Βλ. σχετικά, W. J. Mitofsky, «A Short History of Exit Polls», στο P. Lavrakas - J. Hollev (eds.), *Polling and Presidential Election Coverage*, Sage-Focus, London 1991, pp 83-99 · M. Levn, «The methodology and Performance of Election Day Polls», *Public Opinion Quarterly*, 15 47, 1983, pp 54-67 · Επίσης, Α. Δρεμιώτης - Η. Νικολακόπουλος, «Μέθοδοι για την πρόβλεψη των εκλογικών αποτελεσμάτων», *Κοινοβουλευτική Επιθεώρηση*, τχ 3, 1989, σσ 16-29

16 Για τα συμπτώματα της σημερινής κρίσης εκπροσώπησης, βλ. Γ. Μαυρή, εισήγηση στο Συνέδριο του ΙΝΕΡΙΠΟΣΤ, ό π., υποσ 14

## ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

δημοσκοπήσεων από τα ΜΜΕ έχει οδηγήσει στη *σύζευξή* τους σε αυτά. Στις περισσότερες χώρες, ευρήματα ερευνών κοινής γνώμης δημοσιεύονται σε τακτική βάση, περισσότερο συχνά (σχεδόν καθημερινά) στις εφημερίδες και στα περιοδικά, λιγότερο συχνά στην τηλεόραση<sup>17</sup>. Πρόκειται για μια τάση που ανταποκρίνεται πλήρως στη διττή λειτουργία των ΜΜΕ: αφενός μέσω πληροφόρησης, αφετέρου ιδιωτικών εταιρειών που υπόκεινται στον ανταγωνισμό. Τα ΜΜΕ τεκμηριώνουν, αλλά και νομιμοποιούν το λόγο τους με το (επιστημονικό/ή μη) κύρος των δημοσκοπήσεων, διευρύνοντας ταυτόχρονα τα όρια επιρροής τους. Χρησιμοποιούν εκτεταμένα τις δημοσκοπήσεις, όχι μόνο στις προεκλογικές περιόδους, αλλά για την κάλυψη οποιουδήποτε ζητήματος αναδεικνύει η επικαιρότητα. Είναι οι καλύτεροι πελάτες των εταιρειών δημοσκοπήσεων<sup>18</sup>, αν και στην Ελλάδα αυτή η τάση βρίσκεται ακόμα στην αρχή.

17 Βλ. Foundation for Information, ό.π., σποσ 10, π. 5

18. Σύμφωνα με τα σχετικά στοιχεία που διατίθενται για τη Γαλλία, το 1995 πραγματοποιήθηκαν συνολικά 1.139 δημοσκοπήσεις, δηλαδή περισσότερες από 95 έρευνες κοινής γνώμης το μήνα. Από αυτές, 698, δηλαδή το 61,3%, πραγματοποιήθηκαν για λογαριασμό των ραδιοτηλεοπτικών μέσων και του Τύπου

### ΠΙΝΑΚΑΣ

ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΕΝΕΣ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΙΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΑ, 1992-1995

	1995	1994	1993	1992
Δημοσκοπήσεις	1 139	1053	1021	979
Εξ αυτών για ΜΜΕ	698	647	523	492
Ποσοστό %	61,3%	61,4%	51,2%	50,3%
Την ημέρα	3	2,9	2,8	2,7
Το μήνα	95	88	85	82

## 2. Οι δημοσκοπήσεις στην Ελλάδα

Κατά την *προδικτατορική περίοδο*, η πραγματοποίηση πολιτικών και εκλογικών δημοσκοπήσεων είναι εξαιρετικά περιορισμένη. Η μορφή του μετεμφυλιακού κράτους και του πολιτικού συστήματος, η μορφή οργάνωσης των κομμάτων και του Τύπου, καθώς και η (παράγωγή) υπανάπτυξη των κοινωνικών επιστημών και της έρευνας, ως ιδεολογική συνέπεια αυτής της ελληνικής πολιτικής ιδιομορφίας, δεν επέτρεπαν ούτε καθιστούσαν δυνατή την ανάπτυξη των δημοσκοπήσεων. Η απαρχή εμφάνισης του φαινομένου στην Ελλάδα συνδέεται με εξωγενείς παράγοντες. Οι πρώτες δημοσκοπήσεις διενεργήθηκαν κατά τη διάρκεια του εμφυλίου πολέμου, από τη «Συμμαχική Αποστολή για την παρακολούθηση των Ελληνικών Εκλογών» (Allied Mission to Observe the Greek Elections – AMFOGE), η οποία είχε έρθει στην Ελλάδα το Φεβρουάριο του 1946 για να επιβλέπει τη διεξαγωγή των πρώτων μεταπολεμικών εκλογών της 31ης Μαρτίου 1946. Η συμμαχική αποστολή πραγματοποίησε συνολικά 6 δειγματοληπτικές έρευνες, οι πιο σημαντικές από τις οποίες ήταν, σύμφωνα με τον Η. Νικολακόπουλο, «η έρευνα Β, που αποτελεί την πρώτη πανελλαδική δειγματοληπτική έρευνα (με μέγεθος δείγματος 2.000 νοικοκυριά κατανεμημένα σε 150 σημεία δειγματοληψίας), και η έρευνα F (για το μέγεθος της «πολιτικής αποχής»), η πρώτη πολιτική δημοσκόπηση στην Ελλάδα. Η έρευνα F πραγματοποιήθηκε την επομένη των εκλογών (δηλαδή την 1η Απριλίου του 1946), με προσωπικές συνεντεύξεις από 1.345 άτομα, επιλεγμένα με βάση τους εκλογικούς καταλόγους 113 εκλογικών τμημάτων»<sup>19</sup>. Σύμφωνα με τον ίδιο συγγραφέα, η παρου-

19. Βλ. Η. Νικολακόπουλος, «Οι πολιτικές δημοσκοπήσεις στην Ελλάδα – κριτήρια αξιολόγησης και απαιτούμενες θεσμικές ρυθμίσεις», *Κοινοβουλευτική Επιθεώρηση*, τχ. 21-22, 1995, σσ. 28-34. Επίσης, Γ. Κατζουράκης, ό.π., υποσ. 2, σ. 115. Για τις πρώτες δημοσκοπήσεις της συμμαχικής αποστολής, βλ. αναλυτικά, R. J. Jessen - R. H. Blythe - O. Kempthorne - W. E. Deming, «On a Population Sample for Greece», *Journal of the American Statistical Association*, vol. 42, is. 239, 1947, pp. 357-384. Ακόμα, R. J. Jessen, O. Kempthorne, J. F. Dalrymple - W. E. Deming, «Observations on the 1946 Elections in Greece», *American Sociological Review*, vol. 14, is. 1, 1949, pp. 11-16.

σίαση των αποτελεσμάτων λίγες ημέρες μετά τις εκλογές, που υπολόγιζε το ποσοστό της αποχής σε 9,3%, «αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα για την απόλυτα χειραγωγική χρησιμοποίηση που μπορεί να γίνει στα στατιστικά ευρήματα μιας πολιτικής δημοσκόπησης»<sup>20</sup>.

Η επόμενη δημοσκόπηση θα πραγματοποιηθεί σχεδόν δέκα χρόνια αργότερα, το 1957, ενώ παραμονές των εκλογών του 1961 πραγματοποιείται στο πολεοδομικό συγκρότημα της πρωτεύουσας η πρώτη μεταπολεμικά πειραματική έρευνα για την πρόβλεψη του εκλογικού αποτελέσματος<sup>21</sup>. Παρόμοιες δημοσκοπήσεις πραγματοποιήθηκαν κατά τις παραμονές των εκλογών του 1963-1964 καθώς, επίσης, και πριν από τις προγραμματισμένες εκλογές του Μαΐου 1967, τις οποίες ματαιώσε η επιβολή της δικτατορίας. Καμιά από αυτές τις έρευνες δε δημοσιοποιήθηκε εκείνη την περίοδο ούτε και στη μεταπολίτευση, με μία εξαίρεση<sup>22</sup>.

Η συστηματική ανάπτυξη των δημοσκοπήσεων στην Ελλάδα αρχίζει μετά το 1974. Μια πρώτη δημοσιοποίηση αποτελεσμάτων πολιτικών δημοσκοπήσεων καταγράφεται τις παραμονές των βουλευτικών εκλογών του 1977. Σε αυτή την περίοδο, η αιχμή τους παραμένει περιορισμένη, όπως επίσης και η προβολή τους από τα ΜΜΕ. Η αλλαγή του κλίματος θα συντελεστεί κατά τη δεκαετία του '80. Σε αυτό συνεισφέρει η σχετική επιτυχία των δημοσκοπήσεων στις ευρωεκλογές του 1984, ενώ η επιστημονική διερεύνηση της ελληνικής κοινής γνώμης εμπλουτίζεται σημαντικά: α) με τη διεξαγωγή και στην Ελλάδα από το 1981 του Ευρωβαρόμετρου, των τακτικών ερευνών κοινής γνώμης που πραγματοποιεί η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε όλες τις χώρες-μέλη, και β) με τη διεξαγωγή από το *Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών* (ΕΚΚΕ) επιστημονικών ερευνών

20 Βλ. Η. Νικολακόπουλος, ό.π., επίστ. 19, σ. 29. Επίσης, του ιδίου, ό.π., επίστ. 6, σσ. 120-146.

21 Βλ. αναλυτικά για το θέμα, Η. Νικολακόπουλος, ό.π., επίστ. 19, σ. 29.

22 Ορισμένα τμήματα της μοναδικής γνωστής δημοσκόπησης εκείνης της εποχής θα δημοσιευτούν μετά τις εκλογές του 1977 από το περιοδικό *Απύ*. Βλ. σχετικά τχ. 87, 1977, σσ. 6-11.

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ

πολιτικής κουλτούρας και συμπεριφοράς, στην περίοδο 1985-1990<sup>23</sup>. Η άνθηση των πολιτικών δημοσκοπήσεων εγκαινιάζεται ουσιαστικά την περίοδο αυτή, οπότε οι δημοσκοπήσεις αρχίζουν να καθίστανται απαραίτητες, τόσο στα πολιτικά κόμματα, όσο και στα ΜΜΕ. Σε αυτή τη μεταβολή συντελούν τόσο οι αλλαγές στο μεταπολιτευτικό κομματικό σύστημα –η διαδικασία αποδόμησης μετασχηματισμού που εγκαινιάζεται από το 1989–, όσο και η ανάπτυξη της ιδιωτικής τηλεόρασης και η ένταξη του ανταγωνισμού μεταξύ των ηλεκτρονικών ΜΜΕ που προκλήθηκε.

Στις εκλογές του Σεπτεμβρίου 1996, εγκαινιάζεται η χρησιμοποίηση δημοσκοπήσεων έξω από τα εκλογικά τμήματα, για την πρόβλεψη του εκλογικού αποτελέσματος σε βουλευτική αναμέτρηση, όχι όμως χωρίς κάποιες παρενέργειες<sup>24</sup>. Έχει προηγηθεί η εφαρμογή της μεθόδου στις ευρωεκλογές του 1994 και στις δημοτικές εκλογές του ίδιου έτους στους τρεις μεγαλύτερους δήμους της χώρας (Αθήνα, Πειραιάς, Θεσσαλονίκη). Το γεγονός συνιστά σημαντική αλλαγή, καθότι ανατρέπει ριζικά τον παραδο-

---

23 Για τις δημοσκοπήσεις της πρώτης μεταπολιτευτικής περιόδου (1974-1990), βλ. αναλυτικά, Η. Νικολακόπουλος, ό.π., σποσ. 19 – Γ. Καϊζουράκης, ό.π., σποσ. 2 – Π. Δημητράς, *Πολιτικός περιγίγρος, κομμάτια και εκλογές στην Ελλάδα*, Β' τόμ., Λύχνος, Αθήνα 1991 – Επίσης, τα περιοδικά *ΕΠΙΧΕΝΤΡΑ*, *Επιθεώρηση Πολιτικής* και *Greek Opinion* – Για τις έρευνες πολιτικής κουλτούρας του ΕΚΚΕ, βλ. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, ειδικά τχ. 69Α (1988) και 75Α (1990) – Για τις έρευνες του *Ευρωβαρομετρου*, αναφορικά με τις στάσεις της ελληνικής κοινής γνώμης απέναντι στην ΕΟΚ και την ΕΕ, βλ. τα τεύχη της περιοδικής έκδοσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *ΕΥΡΩΒΑΡΟΜΕΤΡΟ, Η κοινή γνώμη στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα*, εκδ. της 10ης Γενικής Διεύθυνσης, 1981 κ.ε.

24 Εξαιτίας του εντονότερου ανταγωνισμού, ορισμένα τηλεοπτικά δίκτυα ανακοίνωσαν εκτιμήσεις του εκλογικού αποτελέσματος, βάσει των exit polls, λίγο πριν από τη λήξη της ψηφοφορίας. (Το φαινόμενο επαναλήφθηκε και στις δημοτικές εκλογές του Οκτωβρίου 1998.) Το πρόβλημα που δημιουργήθηκε από την απαράδεκτη δημοσιοποίηση προβλέψεων πριν από τη λήξη της ψηφοφορίας δεν αφορά βέβαια την ίδια τη νέα μέθοδο, που κατά γενική ομολογία εφαρμόστηκε επιτυχώς, αλλά την κακή χρήση της από τα ΜΜΕ. Επιπλέον, δε θα πρέπει να διαφύγει της προσοχής μας ότι οι πολιτικές συνέπειες από αυτή την παραβίαση (ο επηρεασμός του εκλογικού σώματος) υπήρξαν μάλλον περιορισμένες – σύμφωνα με τα δεδομένα του exit poll της ΕΡΤ, στις βουλευτικές εκλογές του 1996, μεταξύ 18.00 και 19.00 ψήφισε μόλις το 2,3% του εκλογικού σώματος, ενώ μετά τις 19.00, όπου σημειώθηκε και η παραβίαση, μόνο το 0,2% – (βλ. και την επισήμανση του συμβούλου Επικρατείας Φ. Στεργιόπουλου προς το Εκλογοδικείο, που προτείνει να απορριφθεί η ένσταση του βουλευτή της ΝΔ Μ. Κεφαλογιάννη, ο οποίος ζητούσε ακύρωση των εκλογών, υποστηρίζοντας ότι από τη γνωστοποίηση των προβλέψεων επηρεάστηκαν ψηφοφόροι που δεν είχαν ψηφίσει (*Τα Νέα*, 24.3.1997).)

σιακό τρόπο μετάδοσης και κάλυψης των εκλογών, ολοκληρώνοντας την κυριαρχία της τηλεόρασης πάνω σε αυτή.

### 3. *Επιρροή και χειραγωγική χρήση*

Η ραγδαία ανάπτυξη των δημοσκοπήσεων και η ενίσχυση του ρόλου τους έχει θέσει –εύλογα– εδώ και καιρό το ερώτημα *αν αυτές αποτυπώνουν απλώς ή χειραγωγούν την κοινή γνώμη, ιδίως κατά την προεκλογική περίοδο*. Πριν επιχειρηθεί η απάντηση σε αυτό το ερώτημα, είναι απαραίτητο να διακριθεί: *Πρώτον*, η παραγωγή από τη χρήση των δημοσκοπήσεων· και *δευτερον*, η ορατή χειραγωγική χρήση από την εγγενή πολιτική-ιδεολογική τους λειτουργία. Η πρώτη διάκριση είναι αναγκαία, διότι υπάρχει και η επιστημονική διάσταση των ερευνών: στο μέτρο που αποτελούν τμήμα της εμπειρικής πολιτικής και κοινωνικής έρευνας, αποτυπώνουν την πραγματικότητα και συνεισφέρουν στην επιστημονική κατανόησή της. Με άλλους όρους, *αποτελούν πηγή πληροφόρησης των πολιτών* και, επομένως, είναι επικίνδυνες αυτές καθεαυτές όσο επικίνδυνη είναι και η κοινωνική-πολιτική έρευνα εν γένει. Θα πρέπει να σημειωθεί, εντούτοις, ότι αυτή η επιστημονική πλευρά είναι μεν υπαρκτή, δεν είναι, όμως, η κυρίαρχη. Θα πρέπει, επίσης, να διακριθεί *η ορατή διά γυμνού οφθαλμού χειραγωγική χρήση*, που αγγίζει τα όρια της «κακοποίησης» των δημοσκοπήσεων και η οποία μπορεί να αποδυναμωθεί με θεσμική ρύθμιση, από τη λιγότερο εμφανή αλλά εγγενή πολιτική-ιδεολογική λειτουργία τους, που απαιτεί περισσότερο διεισδυτική κριτική και η οποία *δεν μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο* θεσμικής ρύθμισης. Στοιχεία της πρώτης μορφής εμφανούς χειραγωγικής χρήσης συνιστά, πριν από όλα, η ίδια η *υπερβολική χρήση ή κατάχρηση* των δημοσκοπήσεων, η διόγκωση της σημασίας τους και η υπερεκτίμηση των δυνατοτήτων που προσφέρουν ως επιστημονικό εργαλείο. Επιπλέον, η επιλογή του χρόνου πραγματοποίησης των μετρήσεων, η επιλεκτική χρήση με ανάλογη δημοσιοποίηση ή αποσιώπηση των αποτελεσμάτων, καθώς και η αυθαίρετη ερμηνεία που εξυπηρε-

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ

τεί πολιτικές γραμμές. Ιδίως στην Ελλάδα, το πρόβλημα αυτό οξύνεται, καθότι *δεν υφίσταται –πέραν της αυτοδέσμευσης των οργανισμών δημοσκοπήσεων– οποιαδήποτε θεσμική ρύθμιση και οποιοσδήποτε έλεγχος της μεθοδολογίας και της δεοντολογίας των ερευνών*<sup>25</sup>.

### 3.1. Εκλογικές και πολιτικές δημοσκοπήσεις

Μια επιπλέον απαραίτητη διάκριση που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη είναι ανάμεσα στις *πολιτικές και στις εκλογικές δημοσκοπήσεις*. Μέχρι σήμερα η κριτική στην Ελλάδα έχει εστιάσει –ίσως εσφαλμένα– στις εκλογικές δημοσκοπήσεις και έχει αφήσει εκτός της οπτικής της τις καθαυτό πολιτικές δημοσκοπήσεις. Οι εκλογικές δημοσκοπήσεις αποτελούν τις πλέον δημοφιλείς, και στην Ελλάδα ως σήμερα τις περισσότερο γνωστές, αλλά, όπως ήδη αναφέρθηκε, όχι και τη μοναδική μορφή πολιτικών ερευνών. Διεθνώς, αντιπροσωπεύουν ένα μικρό ποσοστό των πολιτικών ερευνών κοινής γνώμης<sup>26</sup>. Ενώ ένας σημαντικός αριθμός ερευνών έχει ως στόχο να καταγράψει τις γνώμες των ερωτωμένων πάνω σε θέματα που *ορίζονται ως πολιτικά*, οι εκλογικές δημοσκοπήσεις, που αποτελούν μια εντελώς ιδιαίτερη κατηγορία, καταγράφουν κυρίως ή και αποκλειστικά την πρόθεση ψήφου των ερωτηθέντων (οι προεκλογικές) ή την *πράξη της ψήφου* (οι δημοσκοπήσεις έξω από τα εκλογικά τμήματα), κατά τον ίδιο τρόπο που οι εκλογές καταγράφουν την ψήφο των εκλογέων<sup>27</sup>. Στην Ελλάδα, οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται από τις εταιρείες ερευνών στις εκλογικές έρευ-

25 Οι εταιρείες μέλη του Συλλόγου Εταιρειών Δημοσκοπήσεων και Ερευνών Αγοράς (ΣΕΔΕΑ) εφαρμόζουν τους Διεθνείς Κώδικες Δεοντολογίας για τη διεξαγωγή, τη δημοσίευση και την ερμηνεία των ερευνών της ESOMAR ICC (European Society of Market Research - International Chamber of Commerce), καθώς και τους κώδικες Δεοντολογίας και Επαγγελματικής Πρακτικής του Συλλόγου Βλ σχετικά ESOMAR, *Guide to Opinion Polls 1996* και ΣΕΔΕΑ, *Οδηγός Δημοσκοπήσεων 1996*. Επιπλέον, από το Σεπτέμβριο του 1997 έχει τεθεί σε εφαρμογή ο κανονισμός Ποιοτικού Ελέγχου Συλλογής Στοιχείων (ΠΕΣΣ), την τήρηση του οποίου, από τα μέλη του ΣΕΔΕΑ, παρακολουθούν ανεξάρτητοι ελεγκτές.

26 Στοιχεία από απάντηση στην Εποχή + Report ESOMAR. Επίσης, βλ Γ Καζουράκης, ό π., επίσ 2, σ 88.

27 Βλ Α Δρυμιώτης - Η Νικολακόπουλος, ό π., επίσ 15.

νες στοχεύουν στην όσο το δυνατό πιστότερη αναπαράσταση των πραγματικών συνθηκών της ψηφοφορίας<sup>28</sup>. Σε γενικές γραμμές, η εκλογική δημοσκοπήση δε διατρέχει τους μεθοδολογικούς και επιστημονικούς κινδύνους που αντιμετωπίζουν οι πολιτικές έρευνες και γενικότερα οι έρευνες κοινής γνώμης. Άλλωστε, το αποτέλεσμά της δοκιμάζεται άμεσα και δημόσια μόλις γνωστοποιηθεί το εκλογικό αποτέλεσμα. Όπως αναφέρει ο Γ. Κατζουράκης, η διατύπωση της γνώμης του ερωτωμένου δεν επηρεάζεται σχεδόν καθόλου από την υποβολή των ερωτήσεων, εφόσον η επιλογή γίνεται ανάμεσα από εναλλακτικές λύσεις που είναι γνωστές και προϋπάρχουν της σφυγμομέτρησης<sup>29</sup>. Οι κίνδυνοι είναι ακόμα πιο περιορισμένοι στην περίπτωση των *δημοσκοπήσεων έξω από τα εκλογικά τμήματα*, όπου καταγράφεται όχι πλέον η πρόθεση, αλλά η πράξη της ψήφου. Η μέχρι σήμερα πρακτική των εκλογικών δημοσκοπήσεων αποδεικνύει ότι, στο βαθμό που η μέτρηση πραγματοποιείται κοντά στην ημερομηνία της εκλογικής αναμέτρησης, τότε είναι βάσιμη η υπόθεση ότι ο ψηφοφόρος θα ψηφίσει τελικά όπως απάντησε και στην έρευνα<sup>30</sup>, χωρίς ωστόσο να εξαλείφεται η πιθανότητα του «λάθους»<sup>31</sup>. *Επομένως, σε σύγκριση με τις πολιτι-*

28 Η χρήση ψηφοδελτίου και ομοιώματος κάλπης, που αποτελεί τον κανόνα στην Ελλάδα, δε στανανάται συχνά στη διεθνή πρακτική των εκλογικών ερευνών. Έχει λειτουργήσει, εντούτοις, θετικά, εξασφαλίζοντας υψηλότερα ποσοστά απαντήσεων (response rate) των ερωτωμένων, σχετικά με τις κομματικές τους προτιμήσεις.

29 Βλ Γ Κατζουράκης, ό π., υποσ 2, σ 89

30 Οι ελληνικές προεκλογικές και εκλογικές δημοσκοπήσεις τόσο των βουλευτικών εκλογών της 22ας Σεπτεμβρίου 1996, όσο και των δημοτικών νομαρχιακών του Οκτωβρίου 1998, αποτύπωσαν με μεγάλη ακρίβεια το εκλογικό αποτέλεσμα. Θα πρέπει δε να σημειωθεί γενικότερα ότι, παρά την περιορισμένη επιστημονική και επαγγελματική παράδοση στην οποία βασιζόνται, οι ελληνικές δημοσκοπήσεις δεν μπορούν να θεωρηθούν υποδεέστερες των αντίστοιχων ευρωπαϊκών ή αμερικανικών, ως προς το βαθμό αξιοπιστίας τους. Η ερμηνεία θα πρέπει να αναζητηθεί στις ιδιομορφίες του κομματικού συστήματος, αλλά και στα χαρακτηριστικά της ελληνικής πολιτικής κουλτούρας.

31 Η έννοια του (αποδεκτού) δειγματοληπτικού «λάθους» (σφάλματος) διαφέρει από το «λάθος» που οφείλεται σε (μη-αποδεκτή) «μεροληψία» (bias). Οι εκλογές του 1992 στη Μ. Βρετανία και του 1996 στην Ισπανία και στο Ισραήλ, αποτέλεσαν, ενδεικτικά, σχετικά πρόσφατα παραδείγματα, για την αποτυχία των δημοσκοπήσεων να προβλέψουν με ακρίβεια το εκλογικό αποτέλεσμα. Για την έννοια του «λάθους», βλ Ν Μ Bradburn - S Sudman, ό π., υποσ 2, pp 179-193. Επίσης, Α Δρεμιώτης - Η Νικολακόπουλος, ό π., υποσ 15. Για την αποτυχία των βρετανικών δημοσκοπήσεων του 1992, βλ Ν Moon, ό π., υποσ 2, ch 6 «What went wrong in 1992?», pp 108-133, και R Worcester, «Political Opinion Polling in Modern Democratic Societyn», paper prepared for Hearing on Public Opinion Polling (EC & ESOMAR), 6th May 1992.

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ

*κές δημοσκοπήσεις, οι καθεαυτο εκλογικές δημοσκοπήσεις, όντας περισσότερο «τεχνικού χαρακτήρα», διακρίνονται σαφώς από μικρότερο βαθμό ιδεολογικής επιβολής. Οι προηγούμενες διαπιστώσεις ισχύουν σε μεγαλύτερο βαθμό όταν ο κομματικός ανταγωνισμός διεξάγεται υπό συνθήκες σχετικά παγιωμένων κομματικών ταυτίσεων και, προφανώς, σε μικρότερο όταν εμφανίζονται τα φαινόμενα της απαξίωσης της πολιτικής και της ψήφου, της ρευστότητας και της έντονης κινητικότητας των ψηφοφόρων.*

Σε αυτό το σημείο, θα πρέπει να ξεκαθαριστεί ότι οι προκατασκευασμένες ή πλαστές δημοσκοπήσεις που εμφανίζονται σε ορισμένες περιπτώσεις δε συνιστούν το μείζον πρόβλημα. Για να καταστεί εφικτός ο επηρεασμός της κοινής γνώμης μέσω δημοσίευσης παρόμοιων δημοσκοπήσεων, θα πρέπει ο επηρεάζων να εξασφαλίσει τη «συνενοχή» των διάφορων ανταγωνιστικών οργανισμών δημοσκοπήσεων, καθώς και τη «συνενοχή» των πολλών ανταγωνιζόμενων ΜΜΕ, των οποίων η αξιοπιστία διακυβεύεται ευθέως. Η ύπαρξή τους είναι μάλλον *συμπληρωματική* και σημαδεύει κατά κανόνα την πρόωμη φάση ανάπτυξης του φαινομένου ή αφορά λιγότερο αναπτυσσόμενα και νεοαναδυόμενα πολιτικά συστήματα. Η συγκρότηση της αγοράς των δημοσκοπήσεων αποβάλλει αργά ή γρήγορα τους οργανισμούς που πραγματοποιούν προκατασκευασμένες δημοσκοπήσεις, καθιστώντας τους πλήρως αναξιόπιστους. Το ίδιο το εκλογικό αποτέλεσμα –η δοκιμασία της πραγματικότητας στην οποία υποβάλλονται αναγκαστικά οι εκλογικές δημοσκοπήσεις– λειτουργεί μακροπρόθεσμα ως «εκκαθαριστικός μηχανισμός» κυριολεκτικά. Εντούτοις, αυτή η αντικειμενική και μακροπρόθεσμη λειτουργία της «αγοράς» δε θα πρέπει να εκληφθεί ως η μοναδική μέθοδος «αυτορρύθμισης», που δήθεν καθιστά περιττή την ανάγκη θεσμικού ελέγχου. Αντίθετα, η θεσμική ρύθμιση και απαραίτητη είναι και λειτουργεί συμπληρωματικά και υποβοηθητικά (βλ. και παρακάτω). Κατά συνέπεια, *η ουσιαστική κριτική θα πρέπει να επικεντρωθεί στις επιστημονικά άριστες δημοσκοπήσεις.*

Μπορεί να φανεί παράδοξο, αλλά, παρά τη δημοσιότητα αυτής της διαμάχης, η πολιτική επιστήμη δεν παρέχει ως σήμερα συστηματικές απαντήσεις στα κομβικά ερωτήματα που αφορούν τις δημοσκοπήσεις, όπως, π.χ., σε ποιο βαθμό και μέσω ποιου μηχανισμού επηρεάζουν τα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων, κατά την προεκλογική περίοδο, τη διαμόρφωση του πολιτικού κλίματος ή πόσο επιδρά η δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων τους στην απόφαση του ψηφοφόρου σχετικά με τις κομματικές του προτιμήσεις και, κατά συνέπεια, στη διαμόρφωση του εκλογικού αποτελέσματος. Οι διαθέσιμες επιστημονικές απαντήσεις είναι ως σήμερα *αμφιλεγόμενες*.

Προφανώς, αν η κριτική περιοριστεί μόνο στη διαπίστωση ότι οι δημοσκοπήσεις δημιουργούν *εντυπώσεις*, τότε παραμένει σίγουρα επιφανειακή, διότι εντυπώσεις, και μάλιστα πολύ ισχυρότερες, δημιουργούν και άλλοι παράγοντες επηρεασμού της κοινής γνώμης, όπως, π.χ., μια πολιτική συγκέντρωση, ένα αρνητικό διαφημιστικό μήνυμα, μια επιτυχημένη ή αποτυχημένη τηλεοπτική συζήτηση, ένα πρωτοσέλιδο του Τύπου, ακόμα και οποιοδήποτε άλλο επεισόδιο ή περιστατικό της προεκλογικής περιόδου. Η διαφορά βέβαια των δημοσκοπήσεων έγκειται στη νομιμοποιητική λειτουργία που παρέχουν στα ΜΜΕ, λόγω του επιστημονικού ή ενίοτε επιστημονικοφανούς χαρακτήρα που διαθέτουν. Σε γενικές γραμμές, οι μορφές επιρροής και οι συνέπειες που έχουν αποδοθεί στις εκλογικές δημοσκοπήσεις μπορούν να συνοψιστούν στα ακόλουθα: 1) Παρακινούν τους εκλογείς που είχαν σκοπό να απόσχουν να συμμετέχουν στην ψηφοφορία. 2) Παρακινούν τους εκλογείς που είχαν σκοπό να ψηφίσουν να απόσχουν. 3) Παρακινούν τους εκλογείς να ψηφίσουν την παράταξη που προηγείται. (Η πιθανή επίδραση των δημοσκοπήσεων υπέρ της παράταξης που εμφανίζεται να διαθέτει την πλειοψηφία στις προτιμήσεις των εκλογέων είναι γνωστή ως «*bandwagon effect*».) 4) Παρακινούν τους εκλογείς να ψηφίσουν την παράταξη που χάνει έδαφος («*underdog effect*»). 5) Δεν ασκούν καμιά επίδραση<sup>32</sup>. Το εν λόγω ζή-

32 Βλ. Γ. Κατζουράκης, όπ. π., υποσ. 2, σ. 124

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ

τημα έχει τεθεί πρώιμα, ιδίως στην αμερικανική βιβλιογραφία. Η πλειονότητα των σχετικών ερευνών στη διεθνή βιβλιογραφία αποδέχεται ότι η ανακοίνωση των αποτελεσμάτων των δημοσκοπήσεων *επηρεάζει, πλην όμως δεν είναι εκείνη που καθορίζει κατά κύριο λόγο την τελική απόφαση των ψηφοφόρων*. Επιπλέον, δεν είναι καθόλου βέβαιο προς ποια κατεύθυνση ασκείται αυτή η επιρροή ή αν η συνισταμένη των αντιθετικών επιρροών οδηγεί στην αλληλοεξουδετέρωσή τους<sup>33</sup>.

### *Οι προσδιοριστικοί παράγοντες της ψήφου και της εκλογικής συμπεριφοράς*

Η κριτική που αναγορεύει τις δημοσκοπήσεις σε κύριο ή καθοριστικό παράγοντα διαμόρφωσης του εκλογικού αποτελέσματος στην ουσία τείνει μάλλον να υπερεκτιμά την εμβέλειά τους. Αποδίδει σε αυτές ιδιότητες που παραπέμπουν στην πραγματικότητα, και πάλι, στο βαθμό επιρροής των ΜΜΕ. Από την άλλη πλευρά, η υπερβολική επιμονή στη σημασία της προεκλογικής περιόδου για τον προσδιορισμό του εκλογικού αποτελέσματος τείνει να αναιρέσει τα θεωρητικά κεκτημένα της πολιτικής επιστήμης. Διότι το θεωρητικό πρόβλημα που τίθεται είναι *οι προσδιοριστικοί παράγοντες της εκλογικής συμπεριφοράς, της ψήφου, και* επέκταση, *της ανάλυσης της κοινωνικής βάσης των κομμάτων και γενικότερα του κομματικού φαινομένου*. Είναι δε γνωστό ότι οι επιλογές των εκλογέων, οι κομματικές ταυτίσεις ή οι σχέσεις εκπροσώπησης, που αποτελούν το θεωρητικό αντικείμενο της κοινωνιολογίας της πολιτικής ή της πολιτικής κοινωνιολογίας, συνιστούν εξαιρετικά σύνθετο κοινωνικό φαινόμενο, που σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να αποδοθεί απλώς στην επίδραση των ερευνών κοινής γνώμης. Η μεταπολεμική ανάπτυξη των ε-

---

33 Για τις επιδράσεις των προεκλογικών ερευνών και των δημοσκοπήσεων έξω από τα εκλογικά τμήματα στις αποφάσεις των ψηφοφόρων και στο εκλογικό αποτέλεσμα (*bandwagon underdog effects*), βλ αναλυτικά P. Lavrakas - J. Hollev (eds), *όπ.*, σποσ 15. R. Schmitt-Beck, «Mass Media, The electorate, and the Bandwagon: A study of communication effects on vote choice in Germany», *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 8, no 3 (1996), pp. 266-291. N. M. Bradburn - S. Sudman, *όπ.*, σποσ 2, ch. 10 and 11, pp. 194 etc. Γ. Καζουράκης, *όπ.*, σποσ 2, σσ. 124-127.

κλογικών μελετών, ήδη από τη δεκαετία του '50, έχει περιγράψει επαρκώς τη σημασία των επιμέρους παραγόντων επηρεασμού της ψήφου: της ταξικής και γενικότερα της κοινωνικοοικονομικής θέσης των εκλογέων, της θρησκευτικής ταυτότητας, των τοπικών ιδιαιτεροτήτων, της εθνικής και εθνοτικής ταυτότητας (με ανερχόμενη σημασία), του φύλου, των φυλής, των ιστορικών διαιρετικών τομών κ.ο.κ.<sup>34</sup>. Στη θεωρητική παραγωγή της μεταπολεμικής πολιτικής επιστήμης θα πρέπει να προστεθούν και οι νεότερες εργασίες που έχουν ως αντικείμενο διερεύνησης αφενός μεν τις ευρύτατες μεταβολές που έχουν επισυμβεί στους κεντρικούς αξιακούς προσανατολισμούς των πολιτών τις δύο τελευταίες δεκαετίες, αφετέρου δε την ανάδυση των νέων ιδεολογικών ρευμάτων και κινημάτων. Οι έρευνες αυτές ερμηνεύουν σε σημαντικό βαθμό τις νέες μορφές των στάσεων των πολιτών απέναντι στην πολιτική, στο κράτος και στη διακυβέρνηση<sup>35</sup>.

### *3.2. Απαγόρευση δημοσίευσης δημοσκοπήσεων κατά την προεκλογική περίοδο: υπέρ και κατά*

Ανεξάρτητα από τις θεωρητικές διαστάσεις του ζητήματος, σε αρκετές εθνικές νομοθεσίες έχει υπεριοχύσει η προβληματική ότι οι δημοσκοπήσεις *αλλοιώνουν την ελεύθερη και ανόθευτη εκδήλωση της λαϊκής βούλησης του εκλογέα*. Σύμφωνα με μια μελέτη που διεξήχθη το 1996 από το Ίδρυμα για την Πληροφόρηση, έναν ανεξάρτητο οργανισμό που δημιουργήθηκε από την ESOMAR και την WAPOR<sup>36</sup>, σε τριάντα μία χώρες από εβδομήντα οχτώ που εξετάστηκαν (40%) και σε *επί* από τις δεκαπέντε χώρες

34 Πρόκειται για τις «κλασικές» εργασίες των Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, Campbell, Converse, Lipset, Stem-Rokkan, Lijphart, Rose, Urvim, Janda, Powell, Inglehart, Alford, Ersson κ.ά.

35 Βλ., αντί πολλών, H. D. Klingemann - D. Fuchs (επιμ.), *Citizens and the State*, Oxford University Press, Oxford 1995 - J. W. van Deth - E. Scarbrough, *The Impact of Values*, Oxford University Press, Oxford 1995 - P. Norris (eds.), *Critical Citizens - Global Support for Democratic Government*, Oxford University Press, Oxford-New York 1999.

36 ESOMAR - European Society of Market Research, WAPOR - World Association for Public Opinion Research - Βλ. ομοίως Foundation for Information, όπ. π., σ. 10.

της Ευρωπαϊκής Ένωσης ισχύουν κάποιοι περιορισμοί στη δημοσίευση δημοσκοπήσεων. Οι περιορισμοί ποικίλλουν από απλή εικοσιτετράωρη απαγόρευση ως τριάντα ημέρες στο Λουξεμβούργο και στην Τουρκία<sup>37</sup>. Στις τελευταίες βουλευτικές εκλογές του 1996 ίσχυσε, για πρώτη φορά και στην Ελλάδα, απαγόρευση δημοσίευσης αποτελεσμάτων δημοσκοπήσεων το τελευταίο δεκαήμερο προ των εκλογών<sup>38</sup>, ενώ με νεότερη ρύθμιση, που περιελήφθη στο Ν. 2623/98 για την «ανασύνταξη των εκλογικών καταλόγων κ.λπ.», η απαγόρευση δημοσίευσης επεκτάθηκε από δέκα σε δεκαπέντε ημέρες και –το κυριότερο– *απαγορεύτηκε η διενέργεια δημοσκοπήσεων για την πρόθεση ψήφου των εκλογέων*<sup>39</sup>. Θα πρέπει να σημειωθεί παρενθετικά ότι η πρώτη εμπειρία από την εφαρμογή της σχετικής ρύθμισης στην πρόσφατες ευρωεκλογές (13.6.1999) απέδειξε το αδύνατο της εφαρμογής της: όχι μόνο δεν αποτράπηκε η διενέργεια δημοσκοπήσεων, αλλά ούτε καν εμποδίστηκε και η δημοσιοποίηση αποτε-

37 Στη Γαλλία είναι εφτά ημέρες, στο Βέλγιο είκοσι οχτώ, στο Λουξεμβούργο είκοσι, στην Πορτογαλία εφτά, στην Ισπανία πέντε, στην Ιταλία είκοσι οχτώ και στην Ελλάδα δεκαπέντε. Απαγορεύσεις ισχύουν και στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης: στη Ρωσία τρεις ημέρες, στην Ουγγαρία εφτά, στην Πολωνία δώδεκα, στην Τσεχοσλοβακία εφτά, στην Κροατία μία και στη Σλοβενία μία. Βλ. σχετικά Foundation for Information, όπ., υποσ. 10, p. 18. *WAPOR Newsletter*, August 1992, p. 5.

38. Η κοινή απόφαση υπουργών Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης και Τύπου και ΜΜΕ της 30ής Αυγούστου 1996 ορίζει στο άρθρο 8 ότι «οι κρατικοί και ιδιωτικοί ραδιοτηλεοπτικοί σταθμοί υποχρεούνται να μην προβάλλουν, μεταδίδουν ή αναμεταδίδουν οποιαδήποτε δημοσκόπηση, πανελλήνια ή τοπική, σχετική με τις πολιτικές τάσεις, απόψεις και προτιμήσεις της κοινής γνώμης για πολιτικά κόμματα, πολιτικές θέσεις και πρόσωπα, κατά το τελευταίο δεκαήμερο της προεκλογικής περιόδου και έως την ημέρα διεξαγωγής των εκλογών της 22ας Σεπτεμβρίου 1996» (ΦΕΚ, τχ Β', φ. 795 30 8 96). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η εν λόγω απαγόρευση εξαιρούσε τον Τύπο από την υποχρέωση μη δημοσίευσης αποτελεσμάτων δημοσκοπήσεων, εισάγοντας μια αμφιλεγόμενη και ανατιολόγητη διάκριση μεταξύ Τύπου και Ραδιοτηλεόρασης. Επιπλέον, η ρύθμιση δεν αντιμετώπιζε ούτε τη νέα μορφή διάδοσης των πληροφοριών (άρα και της διάθεσης αποτελεσμάτων δημοσκοπήσεων) που εισάγει το Διαδίκτυο (Ίντερνετ).

39. Βλ. σχετικά Ν. 2623 98, ΦΕΚ, τεύχος Α', φ. 139 25 6 98 («Ανασύνταξη των εκλογικών καταλόγων, οργάνωση και άσκηση του εκλογικού δικαιώματος των ετεροδημοτών, εκουγχρονισμός της εκλογικής διαδικασίας και άλλες διατάξεις»). Το άρθρο 6, παρ. 1, προβλέπει ότι «Δεκαπέντε (15) ημέρες πριν από τη διενέργεια των εκλογών και ως την 19 00 ώρα της ημέρας ψηφοφορίας, απαγορεύεται η διενέργεια δημοσκοπήσεων για την πρόθεση ψήφου των εκλογέων στις βουλευτικές εκλογές και ευρωεκλογές, η δημοσίευση και η καθ' οιονδήποτε τρόπο μετάδοση αποτελεσμάτων των δημοσκοπήσεων, καθώς και η καθ' οιονδήποτε τρόπο μετάδοση και αναμετάδοσή τους από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης».

λεσμάτων. Κατά το τελευταίο δεκαπενθήμερο της προεκλογικής περιόδου, αναρίθμητα δημοσίευματα του Τύπου περιείχαν εκτενείς πληροφορίες για τα «απόρρητα γκάλοπ» των κομμάτων (!).

Αν και πρόκειται για ένα θέμα που κατεξοχήν προϋποθέτει τη διεξαγωγή ευρύτατου δημόσιου διαλόγου, που θα αξιοποιεί τη συσσωρευμένη εμπειρία της επιστημονικής έρευνας, αλλά και τη διεθνή εμπειρία από την εφαρμογή περιορισμών, η ελληνική Βουλή ψήφισε το καλοκαίρι του 1998 με συνοπτικές διαδικασίες, και μάλιστα ως τροποποίηση στο αρχικό σχέδιο νόμου, την προαναφερθείσα ρύθμιση, που αποτελεί μοναδικό προηγούμενο σε διεθνές επίπεδο και εκθέτει αναμφίβολα τη χώρα. Πράγματι, παρόμοια απαγόρευση δεν υφίσταται σήμερα σε καμιά χώρα του κόσμου όπου πραγματοποιούνται δημοσκοπήσεις<sup>40</sup>, ενώ η *απαγόρευση διενέργειας* δημοσκοπήσεων ελέγχεται και ως αντισυνταγματική και αντιβαίνουσα τόσο στο ελληνικό, όσο και στο ευρωπαϊκό δίκαιο<sup>41</sup>.

Δεν είναι όμως μόνο η περιφρόνηση της διεθνούς εμπειρίας και της σχετικής συζήτησης που προκαλεί εντύπωση, αλλά και η προχειρότητα στην αντιμετώπιση ενός τόσο σοβαρού για τη δημοκρατία ζητήματος. Η εν λόγω ρύθμιση είναι κάτι παραπάνω από βέβαιο ότι δεν πρόκειται να

40 Διεθνώς, νομοθετική απαγόρευση διενέργειας δημοσκοπήσεων ισχύει μόνο στην Κίνα, όπου όμως το εκλογικό σύστημα (έμμεση εκλογή) διαφέρει ριζικά και επομένως δεν υφίσταται η ίδια η έννοια της κοινής γνώμης

41 Εκφράζεται η άποψη ότι η απαγόρευση αυτή έρχεται σε αντίθεση με τις διατάξεις των άρθρων 5 παρ. 1, 14 παρ. 1 του Συντάγματος και το άρθρο 10 της Ευρωπαϊκής Σύμβασης των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, διότι παραβιάζει το δικαίωμα του πολίτη να διαμορφώνει, να εκφράζει, να λαμβάνει και να διαδίδει πληροφορίες, ιδέες και γνώμες, καθώς και το δικαίωμά του να συμμετέχει ελεύθερα στην οικονομική ζωή της χώρας. Βλ. σχετικά Π. Δαγκιόγλου, *Συνταγματικό Δίκαιο. Ατομικά δικαιώματα*, εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή 1991, τόμ. Α', κεφ. ενδέκατο «Ελευθερία γνώμης και πληροφορίας», σσ. 401 κ.ε. Χ. Ανθόπουλος: «Το δικαίωμα για πλουραλιστική πληροφόρηση: Συνταγματικές όψεις», στο περιοδικό *Το Σύνταγμα*, ό.π., νηοσ. 1, 1998, σσ. 1-25. Επίσης, ESOMAR, ό.π., νηοσ. 25, pp. 2-4

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ

εφαρμοστεί, αφού εμπεριέχει ταυτόχρονα και διάταξη με την οποία *αυτοκαταργείται*. Στην τρίτη παράγραφο του ίδιου άρθρου, ο νόμος εξαιρεί από την απαγόρευση τα πολιτικά κόμματα, διαφυλάττοντας το εξαιρετικό δικαίωμα πραγματοποίησης δημοσκοπήσεων μόνο γι' αυτά!<sup>42</sup> Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι κατά το διάστημα της απαγόρευσης είναι δυνατό να πραγματοποιηθούν δημοσκοπήσεις τουλάχιστον για λογαριασμό των έξι επίσημων πολιτικών κομμάτων (εδώ θα επανέλθουμε).

Η νομοθετική ρύθμιση που προωθήθηκε είναι αποτέλεσμα μιας αντιφατικής τάσης που χαρακτηρίζει τις σημερινές σχέσεις πολιτικών κομμάτων/ηγέσιών και δημοσκοπήσεων. Από τη μια μεριά, συνιστά ρητή και δημόσια ομολογία της «εξάρτησης» των πολιτικών και των κομμάτων από τις δημοσκοπήσεις, οι οποίες έχουν πλέον καταστεί εντελώς απαραίτητες για τους ίδιους και αποτελούν το βασικό εργαλείο που διαθέτουν για την αντίχρεωση των διαθέσεων της κοινωνίας. Για τούτο και δεν είναι δυνατό να απαγορευτούν εντελώς. Από την άλλη όμως, αποτελεί και σαφέστατη απόδειξη της βαθύτατης εχθρότητας που αισθάνονται, ενός φετιχιστικού μένους των ιδίων κατά των δημοσκοπήσεων, στις οποίες αποδίδουν υπερφυσικές ικανότητες<sup>43</sup>. Το μένος αυτό είναι εύκολα ερμηνεύσιμο. Οι σύγχρονοι πολιτικοί ολοένα και περισσότερο καθορίζουν την πρακτική τους με βάση τις δημοσκοπήσεις, υποκλινόμενοι σε έναν εμπειρισμό που τείνει να τους αυτοκαταργεί ως πολιτικούς. Είναι προφανές ότι η «καλή» ή η «κακή» εικόνα ενός πολιτικού διαμορφώνεται με άλλους τρόπους και όχι από τις δημοσκοπήσεις, όπου απλώς αποτυπώνεται εμπειρικά. Οι ίδιοι εντούτοις επιμένουν να χρεώνουν στις δημοσκοπήσεις την πώση της δημοτικότητάς τους ή την επιδείνωση της δημόσιας εικόνας τους και να μεταθέτουν (να «προβάλλουν») σε αυτές την ευθύνη. Κατά συνέπεια, η δημοσιοποίηση των μετρήσεων εκλαμβάνεται από τους ίδιους ως δαρμόκλειος σπάθη. Πρόκειται για τη λεγόμενη «τυ-

---

42 «Επιτρέπεται κατά το τελευταίο δεκαπενθήμερο πριν από τις εκλογές η διενέργεια δημοσκοπήσεων κατ' εντολήν των κομμάτων για δική τους αποκλειστική χρήση (sic)» (Ν. 2623/98, άρθρο 6, παρ. 3)

43 Από αυτή την άποψη είναι χαρακτηρισικά τα πρακτικά της σχετικής συζήτησης στη Βουλή

ρανία» που ασκούν οι δημοσκοπήσεις στους πολιτικούς. Ορισμένοι πολιτικοί συμπεριφέρονται ως εξής: προσπαθούν να αποφύγουν την καταγίδα φυλακίζοντας τους μετεωρολόγους!

Είναι προφανές ότι η ρύθμιση που προκρίθηκε όχι μόνο δεν επιλύει το πρόβλημα (άλλωστε, όπως προαναφέρθηκε, αυτό αποδείχτηκε και στην πρώτη εφαρμογή της στις ευρωεκλογές), αλλά *θέτει πολλαπλάσια ζητήματα δημοκρατίας*. Σε γενικές γραμμές, η εμπειρία από την εφαρμογή της σχετικής νομοθεσίας (αναφερόμαστε στην απαγόρευση δημοσίευσης, όχι διενέργειας που αφορά μόνο την Ελλάδα) έχει εγείρει ορισμένα *κρίσιμα ερωτηματικά* και έχει θέσει τις απαγορεύσεις αυτού του τύπου σε *αμφισβήτηση*. Οι αρνητικές επιπτώσεις της απαγόρευσης διενέργειας και δημοσιοποίησης εντοπίζονται τουλάχιστον σε *πέντε σημεία*.

*Πρώτον*, στο γεγονός ότι *πληνται ευθέως το δικαίωμα της πληροφόρησης και η αρχή της ισότητας μεταξύ των πολιτών* (άρθρο 4, παρ. 1 του Συντάγματος). Εισάγεται μια ανεπίτρεπτη και αντισυνταγματική διάκριση μεταξύ πολιτών και των κοινωνικών φορέων, από τη μια πλευρά, από τους οποίους αφαιρείται το δικαίωμα της πρόσβασης στα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων, και πολιτικών κομμάτων, από την άλλη, στα οποία παρέχεται από το νόμο το εξαιρετικό δικαίωμα να παραγγέλλουν τη διενέργεια δημοσκοπήσεων. Διαφιλάντων αποκλειστικά για τα κόμματα το προνόμιο της πληροφόρησης και αποκλείοντας τους πολίτες, καθιερώνει «*δύο ταχύτητες*» στην πληροφόρηση. Στην ουσία απαγορεύει τις δημοσκοπήσεις «για όλους» και καθιερώνει τις δημοσκοπήσεις «για τους λίγους». Με δεδομένες τις σχέσεις πολιτικών και Τύπου, είναι βέβαιο ότι οι δημοσιογράφοι θα μάθουν «τι λένε οι δημοσκοπήσεις». Οι ίδιοι με τη σειρά τους θα μεταβιβάσουν την πληροφορία στους επιχειρηματίες με τους οποίους διατηρούν επαφές και σύντομα σχεδόν το σύνολο των κοινωνικών ελίθ θα γνωρίζει τι δείχνουν οι μετρήσεις, ενώ οι απλοί πολίτες *όχι*<sup>44</sup>.

Αλλά, και αν παραβλεφθεί η εξαιρετική περίπτωση απαγόρευσης

44 Βλ. Ν. Moon, όπ. , υποσ. 2, pp 212-213

διενέργειας (πλην κομμάτων), που ισχύει μόνο στην Ελλάδα, η ίδια κριτική ισχύει και στη γενικότερη περίπτωση της απαγόρευσης δημοσιοποίησης. Κανείς δεν μπορεί να εμποδίσει εκείνους που διαθέτουν τα οικονομικά μέσα να παραγγείλουν δημοσκοπήσεις και να καταστούν πληροφοριακά «προνομιούχοι», ως αποκλειστικοί κάτοχοι μιας παρόμοιας πληροφόρησης. Είναι εξάλλου γνωστό ότι, κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου των τελευταίων βουλευτικών εκλογών του 1996 (όπου δεν ίσχυε η απαγόρευση διενέργειας), όπως και παλαιότερα, είχαν πραγματοποιηθεί «απόρρητες» δημοσκοπήσεις, για λογαριασμό κομμάτων, μεγάλων τηλεοπτικών σταθμών, αλλά και ξένων πρεσβειών.

*Δεύτερον*, στο γεγονός ότι η έλλειψη πληροφόρησης επιρρέπει και νομιμοποιεί την παραπληροφόρηση, με προφανείς πολιτικές (ή και οικονομικές) συνέπειες. Στο διάστημα των δεκαπέντε ημερών, οποιαδήποτε ψευδής φήμη σχετικά με το εκλογικό αποτέλεσμα δε θα είναι δυνατό να διαψευστεί και να αποδυναμωθεί με βάση επιστημονικά δεδομένα. Από αυτή την άποψη, το παράδειγμα του Βελγίου είναι χαρακτηριστικό<sup>45</sup>.

Κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου, οι ψηφοφόροι εκτίθενται σε ένα σημαντικό όγκο πολιτικών πληροφοριών και μηνυμάτων, το μεγαλύτερο ποσοστό του οποίου έχει κομματική προέλευση. Αυτό συμβαίνει με την πολιτική διαφήμιση που χρησιμοποιούν κατά κόρον τα κόμματα στην προεκλογική τους εκστρατεία, ενώ δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις όπου και τα ΜΜΕ εκδηλώνουν κομματικές «προτιμήσεις». Σε αντίθεση με τα παραπάνω, οι δημοσκοπήσεις αντιπροσωπεύουν, κατά κανόνα, μια ανεξάρτητη πηγή και από τις ελάχιστες περιοχές μη κομματικής πληροφόρησης.

*Τρίτον*, στο γεγονός ότι, χωρίς προφανώς να είναι στις προθέσεις του νομοθέτη, η ρύθμιση επεμβαίνει στο εσωτερικό των κομμάτων, ενισχύοντας περαιτέρω την τάση γραφειοκρατικοποίησής τους. Και τούτο διότι δημιουργεί διάκριση ανάμεσα στην ηγεσία (που θα γνωρίζει) και στα μέλη του

45 Στις βουλευτικές εκλογές του 1985 στο Βέλγιο, όπου εφαρμόστηκε για πρώτη φορά απαγόρευση δημοσίευσης, σημειώθηκε ζοφερή κερδοσκοπία στο χρηματιστήριο αξιών κατά την περίοδο απαγόρευσης, διότι άτομα που είχαν πρόσβαση στις αδημοσίευντες δημοσκοπήσεις απέκτησαν ένα προτέρημα έναντι εκείνων που κρατήθηκαν σε άγνοια. Βλ. σχετικά ESOMAR, ό.π., υποσ. 25, p. 3

κόμματος που δε θα έχουν πρόσβαση. Τα πρακτικά ερωτήματα που προκύπτουν είναι προφανώς αδύνατο να απαντηθούν. Καταρχάς η ίδια η αναφορά του νομοθέτη στα «κόμματα» δημιουργεί πολλαπλά ερωτηματικά ως προς τον ορισμό του «κόμματος». Ποιοι θα παραλαμβάνουν τα αποτελέσματα; Τα μέλη των καθοδηγητικών οργάνων, τα μεσαία στελέχη ή τα απλά μέλη θα έχουν πρόσβαση στα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων που παραγγέλλουν οι ηγεσίες; Με ποια λογική θα αποκλείονται; Με δεδομένο το υφιστάμενο πλαίσιο σχέσεων ανάμεσα στα κόμματα, στα ΜΜΕ και στους οικονομικούς παράγοντες, πώς διασφαλίζεται ότι οι ηγεσίες των κομμάτων και τα στελέχη δε θα κοινοποιούν επιλεκτικά τα αποτελέσματα σε γνωστούς τους δημοσιογράφους ή επιχειρηματίες; Αν τα μέλη έχουν δικαίωμα, και προφανώς έχουν, διότι διαφορετικά καταστρατηγείται η ισότητα των μελών που προβλέπεται σε όλα τα καταστατικά των κομμάτων, τότε ποια είναι η πρακτική χρησιμότητα της ρύθμισης, αν λάβει κανείς υπόψη του ότι τα μέλη των ελληνικών πολιτικών κομμάτων υπολογίζονται αθροιστικά περίπου σε 900.000; Στην περίπτωση αυτή, η ανισότητα των πολιτών θα αφορά τη διάκριση μελών/μη μελών κομμάτων.

*Τέταρτον*, στο γεγονός ότι αυξάνει την εξάρτηση των οργανισμών δημοσκοπήσεων από τα κόμματα («κομματικοποίηση»), αφού τους εξαναγκάζει, στο βαθμό που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν προεκλογικές έρευνες, να αναζητήσουν στα κόμματα την «άδεια» πραγματοποίησης δημοσκοπήσεων.

Και, *πέμπτον*, στο γεγονός ότι συνιστά προσβολή της προσωπικότητας του πολίτη, ο οποίος θεωρείται ανίκανος να κρίνει και να λάβει αποφάσεις<sup>46</sup>.

Είναι γεγονός ότι οι εκλογικές δημοσκοπήσεις θέτουν σε δοκιμασία την ως σήμερα αποδεκτή έννοια της *ελευθερίας της ψήφου* που προβλέπει το άρθρο 52 του Συντάγματος και αναδεικνύουν το αίτημα του επαναπροσδιορισμού της. Αρκετοί υποστηρίζουν ότι *η ενημέρωση του ψηφοφόρου περιλαμβάνει και τη γνώση των δεδομένων συσχετισμού πολιτικών δυνάμεων*<sup>47</sup>. Αν

46 Πρβλ. και τις απόψεις της ESOMAR *Guide to Opinion Polls*, ιδίως το δεύτερο κεφάλαιο «Opinion Polls and Democracy», pp. 2-4 (ελληνική μτφρ. ΣΕΔΕΑ 1996), που αποδέχεται και ο ΣΕΔΕΑ 47 Βλ. ενδεικτικά, Ph. Meyer, «Do the Polls Help or Hinder?», *Dialogue*, is. 3, 1992, pp. 44-46

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ

οι δημοσκοπήσεις απουσιάσουν, τότε θα αντικατασταθούν από διαισθητικές, μη ορθολογικές κρίσεις, γενικές εντυπώσεις που θα προξενήσουν η προεκλογική εκστρατεία και οι θετικές ή αρνητικές «τεχνικές της πολιτικής επικοινωνίας». Αν κριθούν από αυτή την πλευρά, οι εκλογικές δημοσκοπήσεις είναι όχι μόνο θεμιτές, αλλά και σκόπιμες: απομυθοποιούν ένα θεολογικό πολιτικό λόγο, υπονομεύουν αναπόδεικτα ή σκόπιμα διοχετευμένα επιχειρήματα και πληροφορίες. Ως τέτοιες, συνεισφέρουν στην ελεύθερη πληροφόρηση των πολιτών. Επομένως, το ερώτημα το οποίο καλείται σήμερα να επεξεργαστεί η Συνταγματική Θεωρία (και όχι η Πολιτική Επιστήμη) εντοπίζεται στο κατά πόσο η επιστημονική πληροφόρηση για τις προτιμήσεις του εκλογικού σώματος και η ορθολογική κρίση των ψηφοφόρων για την ψήφο τους, με βάση τα δεδομένα των επιστημονικά άριτων δημοσκοπήσεων, συνάδει ή όχι με την ελεύθερη και ανόθευτη εκδήλωση της λαϊκής βούλησης που κατοχυρώνει το άρθρο 52.

### *3.3. Ανάγκη θεσμικής ρύθμισης των σχέσεων δημοσκοπήσεων/δημοκρατίας*

Η ανάπτυξη των δημοσκοπήσεων, η αύξηση της χρήσης τους από τα ΜΜΕ και η διαπλοκή τους με αυτά έχει ορατές επιπτώσεις στη λειτουργία του πολιτικού συστήματος. Είναι σαφές ότι το θέμα δημοκρατίας που τίθεται σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να αφεθεί στη «δημοκρατική εναισθησία» των φορέων της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι «παρενέργειες» που έχουν ήδη εμφανιστεί από την ανεξέλεγκτη επέκταση του φαινομένου καθιστούν εντελώς αναγκαία την κρατική παρέμβαση στο συγκεκριμένο ζήτημα. *Το περιεχόμενο και η κατεύθυνση, εντούτοις, μιας θεσμικής ρύθμισης δεν είναι ούτε δεδομένα ούτε αντιονόητα*<sup>48</sup>. Επιπλέον, ούτε η απαγόρευση επιλύει το πρόβλημα, ιδίως με τον τρόπο που επιχειρείται να υλοποιηθεί στην Ελλάδα.

Για την αρμονική ένταξη των δημοσκοπήσεων στο πολιτικό σύστημα απαιτείται πριν απ' όλα η απομυθοποίησή τους. Ταυτόχρονα χρειάζεται η

---

48 Αν και εκ των υστέρων, με πρωτοβουλία του υπουργού Τύπου έχει ξεκινήσει και βρίσκεται σε εξέλιξη σχετικός διάλογος ανάμεσα στους αρμόδιους φορείς, σχετικά με τη μορφή που θα πρέπει να λάβει η θεσμική ρύθμιση

διαμόρφωση ενός *τριπλού συστήματος* εγγυήσεων, με διπλό στόχο: αφενός, την αποδυνάμωση της χειραγωγικής χρήσης τους και, αφετέρου, την εγγύηση του δικαιώματος των πολιτών στην ολοκληρωμένη πληροφόρηση, η οποία –υπό ορισμένες προϋποθέσεις– παρέχεται μέσω των δημοσκοπήσεων. Η ευθύνη επιμερίζεται σε *τρεις* βασικούς παράγοντες, που εμπλέκονται άμεσα στην παραγωγή και στη διάδοση των αποτελεσμάτων των δημοσκοπήσεων: τις εταιρείες δημοσκοπήσεων, τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και, τέλος, τους πολιτικούς και τα κόμματα. Η θέση, η ευθύνη και ο ρόλος των παραγόντων αυτών επιβάλλεται να αποσαφηνιστεί και θεσμικά.

#### 3.4. Στοιχεία κριτικής των πολιτικών δημοσκοπήσεων

Όπως ήδη επισημάνθηκε, στο δημόσιο διάλογο αναφορικά με τις δημοσκοπήσεις, η κριτική έχει εστιάσει σχεδόν αποκλειστικά στις προεκλογικές και εκλογικές έρευνες, περιορίζοντας και το αντικείμενό της, αλλά και το βάθος της. Σύμφωνα με όσα εκτίθενται στα προηγούμενα, *οι πολιτικές δημοσκοπήσεις* δεν πρέπει να συγχέονται με τις *εκλογικές έρευνες* ούτε με τις *έρευνες πολιτικής κουλτούρας και συμπεριφοράς* που πραγματοποιούν πανεπιστημιακά και επιστημονικά ιδρύματα. Αποτελούν την πλειοψηφία των ερευνών κοινής γνώμης, με πολύ ευρύτερο αντικείμενο από το αντίστοιχο των εκλογικών και αυτές είναι που θα πρέπει να αποτελέσουν, κυρίως, αντικείμενο συζήτησης. Συνήθως, η κριτική που ασκείται στις πολιτικές και, εν γένει, στις δημοσκοπήσεις επικεντρώνεται σε τεχνικού τύπου ζητήματα με δευτερεύουσα σημασία, όπως: α) το μέγεθος του δείγματος, ή β) η μεροληψία των ερωτήσεων που τίθενται στις έρευνες. Η κριτική αυτή δεν είναι ουσιαστική. Ως προς παρόμοιες ενστάσεις, οι τεχνικές δειγματοληψίας και οι τεχνικές διατύπωσης αμερόληπτων ερωτήσεων που χρησιμοποιούνται σήμερα από τους οργανισμούς ερευνών, καθώς και η συσσωρευμένη διεθνής εμπειρία δεκαετιών, έχουν καλύψει σε μεγάλο βαθμό το πρόβλημα. Τα ουσιαστικά προβλήματα που σχετίζονται με τις πολιτικές δημοσκοπήσεις πρέπει να αναζητηθούν στα ακόλουθα:

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Πρώτον, στα τρία θεμελιώδη αξιώματα στα οποία βασίζεται αδιαφιλονίκητα η έρευνα κοινής γνώμης και τα οποία έχει διακρίνει εδώ και μια εικοσιπενταετία ο Γάλλος κοινωνιολόγος P. Bourdieu. Σύμφωνα με αυτά, που βέβαια δεν είναι καθόλου αυτονόητα: 1) Όλος ο κόσμος μπορεί να έχει μια γνώμη, 2) Όλες οι γνώμες είναι ισοδύναμες, 3) Το γεγονός ότι τίθεται η ίδια ερώτηση σε όλους προϋποθέτει ότι υπάρχει συναίνεση για τα προβλήματα, με άλλα λόγια υπάρχει συμφωνία για τις ερωτήσεις που αξίζει να τίθενται<sup>49</sup>. Δεύτερον, στο γεγονός ότι οι πολιτικές δημοσκοπήσεις εμφανίζονται, αλλά στην πραγματικότητα *δεν είναι ουδέτερες*. Ανεξάρτητα από την επιστημονική ή μη αρτιότητά τους, σενιστούν από τη φύση τους εργαλεία πολιτικής δράσης. Είναι εμφανής η διαίχθη της χρήσης ή της κατάχρησης που τους γίνεται με πολιτικά συμφέροντα. Η ίδια η προϊστορία του φαινομένου στην Ελλάδα επιβεβαιώνει το χαρακτήρα των δημοσκοπήσεων ως εργαλείων πολιτικής δράσης<sup>50</sup>. Τρίτον, στη νομιμοποιητική λειτουργία που επιτελούν. Όπως σημειώνει εύστοχα και πάλι ο Bourdieu, «κατά το γνωστό: «Ο Θεός είναι μαζί μας», οι πολιτικοί και τα κόμματα εισάγουν το: «Η κοινή γνώμη είναι μαζί μας», ως πιστοποιητικό εξασφάλισης της κοινωνικής συναίνεσης<sup>51</sup>. Τέταρτον, στην επιβολή της προβληματικής τους, που αποτελεί και τη σημαντικότερη πτυχή του ζητήματος, διότι εκεί αποκαλύπτεται η ιδεολογική λειτουργία των δημοσκοπήσεων. Η επιβολή μιας προβληματικής επιτυγχάνεται: α) με τον καθορισμό του τι είναι πρόβλημα και για ποιον, β) με τον ορισμό του τι είναι «πολιτικό» και του πώς εκλαμβάνεται το πολιτικό από τις διάφορες κοινωνικές κατηγορίες, γ) με τον καθορισμό της θεματολογίας των ερευνών που επιβάλλεται αποκλειστικά από τα ΜΜΕ ή την επικαιρότητα και όχι άλλες κοινωνικές ή επιστημονικές προτεραιότητες. (Το περίφημο agenda setting<sup>52</sup>.) Και νέ-

49 Βλ P Bourdieu, «L'opinion publique n'existe pas», *Les Temps Modernes*, is 318 (1973), pp 1 292-1 309. Ελληνική μτφρ Ν. Παναγιωτόπουλος, Β Σ Ταμπούρακης, *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, τχ 77 1990, σσ. 3-14. P. Champagne, *Faire l'opinion, le nouveau jeu politique*, Minuit, Paris 1990

50 Βλ Η Νικολακόπουλος, ό π , εποσ 19, σ 29

51 Βλ P Bourdieu, ό π , εποσ 40

52 Το γενικότερο αλλά εξίσου σημαντικό πρόβλημα της «μέτρησης» στις κοινωνικές επιστήμες, δηλαδή το αν είναι εφικτή και σε τι συνίσταται η «μέτρηση» των κοινωνικών και πολιτικών φαινομένων, δεν μπορεί να τεθεί στα πλαίσια της παρούσας εισήγησης

μπτον, στην υπεραπλούστευση των κοινωνικών προβλημάτων που κατασκευάζουν, με βάση τη διχοτομική λογική (συμφωνώ/διαφωνώ, εγκρίνω/δεν εγκρίνω) ή τη δημοψηφισματική λογική της δημοκρατίας του «ναι» και του «όχι»<sup>53</sup>. Η υπόθεση πάνω στην οποία έχει στηριχτεί επί μακρόν το συγκεκριμένο μοντέλο και το οποίο εκλαμβάνει τις δημοσκοπήσεις ως «άτυπα δημοψηφίσματα» θα πρέπει να επανεξεταστεί. Η λειτουργία της δημοκρατίας δε βοηθάται κάθε φορά που απλώς εντοπίζεται πού μπορεί να υπάρχει πλειοψηφία και για ποιο λόγο. Αντίθετα, απαιτεί από τους πολίτες πολύ περισσότερα από την ψήφο τους: ανταλλαγή απόψεων, διαρκή διάλογο, σύνθεση και συμβιβασμό των αντιθέσεων.

### Βιβλιογραφία

- BBC, *Guidelines on Reporting Opinion Polls*, 1993.
- Bourdieu P., «L'opinion publique n'existe pas», *Les Temps Modernes*, is. 318 (1973), pp. 1.292-1.309. Ελληνική μτφρ.: Ν. Παναγιωτόπουλος - Β. Σ. Ταμπουράκης, *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, τχ. 77/1990, σσ. 3-14.
- Bradburn N. M. - Sudman S., *Polls and Surveys*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco-London 1988.
- Campbell A. - Converse Ph. - Miller W. - Stokes D., *The American Voter*, New York 1960.
- Champagne P., *Faire l'opinion, le nouveau jeu politique*, Minuit, Paris 1990.
- Champagne P., «Πώς οι δημοσκοπήσεις μάς λένε ψέματα», *Monde Diplomatique* (ελληνική έκδοση του *Manière de voir*), τχ. 8 (1996), σσ. 95-97
- Corbett M., *American Public Opinion. Trends, Processes and Patterns*, Longman, New York 1991.
- Deth J. W. van - Scarbrough E., *The Impact of Values*, Oxford University Press, Oxford 1995.

53 Βλ την αρθρογραφία του καθηγητή και πρώην προέδρου της WAPOR Ph Meyer, «It is Time to Re-Evaluate the Referendum Model», *WAPOR Newsletter* is. 2, 1994 · Επίσης, του ιδίου, «The Question Has There Been Any Progress in Public Opinion Research?», *WAPOR Newsletter*, is. 4, 1994

## ΠΟΛΙΤΙΚΗ

- Δημητράς Π., *Πολιτικός περίγυρος, κόμματα και εκλογές στην Ελλάδα*, Β' τόμ., Λύχνος, Αθήνα 1991.
- Δρυμιώτης Α. - Νικολακόπουλος Η., «Μέθοδοι για την πρόβλεψη των εκλογικών αποτελεσμάτων. Η εμπειρία από τις εκλογές της 5ης Νοεμβρίου 1989», *Κοινοβουλευτική Επιθεώρηση*, τχ. 3 (11-12/1989 - 1/1990), σσ. 16-29.
- ESOMAR ICC, *International Code of Marketing and Social Research Practice*, 1995.
- ESOMAR, *Guide to Opinion Polls*, 1996.
- ESOMAR/WAPOR, «The State of the Art of Public Opinion Polling Worldwide, preliminary report», ESOMAR/WAPOR, May 1992.
- Φεραγιόλι Α., *Ανιταρχική Δημοκρατία και Κριτική της Πολιτικής*, Στοχαστής, Αθήνα 1985.
- Foundation for Information, *The Freedom to Publish Opinion Polls, Report on a Worldwide Study*, ESOMAR/WAPOR 1997.
- Jessen R. J. - Blythe R. H. - Kempthorne O. - Deming W. E., «On a Population Sample for Greece», *Journal of the American Statistical Association*, vol. 42, is. 239, 1947, pp. 357-384.
- Jessen R. J. - Kempthorne O. - Daly J. F. - Deming W. E., «Observations on the 1946 Elections in Greece», *American Sociological Review*, vol. 14, is. 1, 1949, pp. 11-16.
- Κατζουράκης Γ., *Η σφαιρομέτρηση, μνθος της κοινής γνώμης και ιδεολογική επιβολή*, Καστανιώτης, Αθήνα 1985.
- Klingemann H. D. - F. D. (eds.), *Citizens and the State*, Oxford University Press, Oxford 1995.
- Lavrakas P. - Holley J. (eds.), *Polling and Presidential Election Coverage*, Sage-Focus, London 1991.
- Lazarsfeld P. - Berelson R. - Gaudet H., *The People's Choice How the voter makes up his mind in a Presidential Campaign*, New York 1944.
- Levy M., «The methodology and Performance of Election Day Polls», *Public Opinion Quarterly*, is. 47, 1983, pp. 54-67.
- Μαυρής Γ., «ΜΜΕ και πολιτική: προς αναζήτηση νέας ισορροπίας», *Καθημερινή*, 30.1.1994.
- Μαυρής Γ., εισήγηση στο: ΙΝΕΠΙΟΣΤ (επιμ.), *Τα κόμματα μπροστά στη νέα εποχή*, Γνώση, Αθήνα 1996, σσ. 38-49.
- Meyer P., «Do the Polls Help or Hinder?», *Dialogue*, is. 3, 1992, pp. 44-46.
- Meyer P., «It is Time to Re-Evaluate the Referendum Model», *WAPOR Newsletter*, is. 2, 1994.
- Meyer P., «The Question: Has There Been Any Progress in Public Opinion Research?», *WAPOR Newsletter*, is. 4, 1994.
- Mitofsky W., «A Short History of Exit Polls», στο P. Lavrakas - J. Holley (επιμ.), *Polling and Presidential Election Coverage*, Sage-Focus, London 1991, pp. 83-99.
- Moon N., *Opinion polls. History, theory and practice*, Manchester University Press, Manchester and New York 1999.

## ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

- Νικολακόπουλος Η., *Κόμματα και βουλευτικές εκλογές στην Ελλάδα 1946-1964*, ΕΚΚΕ, Αθήνα 1985
- Νικολακόπουλος Η., «Οι πολιτικές δημοσκοπήσεις στην Ελλάδα: κριτήρια αξιολόγησης και απαιτούμενες θεσμικές ρυθμίσεις», *Κοινοβουλευτική Επιθεώρηση*, τχ. 21-22, 1995, σσ. 28-34.
- Noëlle-Neumann E., *The Spiral of Silence*, 2nd ed., University of Chicago Press, Chicago 1993.
- Norrander B. - Wilcox C. (επιμ.), *Understanding Public Opinion*, Congressional Quarterly Press, Washington DC 1997.
- Norris P. (επιμ.), *Critical Citizens. Global Support for Democratic Government*, Oxford University Press, Oxford-New York 1999.
- Price V., *Public Opinion*, Sage Publications, London 1992.
- ΣΕΔΕΑ, *Κώδικας για Δημοσκοπήσεις*, Αθήνα 1996.
- Schmitt-Beck R., «Mass Media, The electorate, and the Bandwagon. A study of communication effects on vote choice in Germany», *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 8, no 3, 1996, pp. 266-291.
- Το Σύνταγμα, Τα εικοσάχρονα του Συντάγματος 1975*, επιστημονικά συνέδρια 1, εκδ. Σάκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή 1998.
- Weisberg H. F. - Krosnick J. A. - Bowen B. D., *An introduction to Survey Research, Polling, and Data Analysis*, 3rd ed., Sage Publications, London 1996.
- Worcester R., *British Public Opinion: A Guide to the History and Methodology of Political Opinion Polling*, Blackwell, London 1991.
- Worcester R., «Political Opinion Polling in Modern Democratic Society», paper prepared for Hearing on Public Opinion Polling (EC & ESOMAR), 6th May 1992.