

Wstęp

Podajemy tu próbę omówienia nowego z punktu widzenia obecnej rzeczywistości zjawiska społecznego, jakim są sondaże opinii publicznej. Jako społeczeństwo jesteśmy uczeni czy może przyzwyczajani do korzystania z informacji o tym, co Polacy sądzą o... Taka wiedza z jednej strony staje się powoli potrzebą, czy choćby rytuałem w sytuacji podejmowania decyzji w skali makro- i mikrosocjalnej, z drugiej zaś zaczyna być włączana do podstawowego kanonu wiedzy potocznej. Na pytanie „Co tam Panie w polityce?” częstą odpowiedzią jest stwierdzenie: CBOS mówi, że..., i choć skala masowości badań, a w konsekwencji przepływu informacji do opinii społecznej nie jest jeszcze taka jak w zachodnich demokracjach, to jednak widać wyraźnie, że kierunek jest jednoznaczny.

Obecny stan „nasylenia” badaniami pozwala sformułować tezę, że ich rezultaty uzyskują status potocznej wiedzy społecznej jako jedynej wiedzy naukowej. Jeżeli dodamy do tego, że wiedza ta jest szeroko udostępniana przez wszelkie środki masowej komunikacji, to dochodzimy do stwierdzenia, iż mamy do czynienia z naukową samowiedzą społeczną. Dobrze, że jako społeczeństwo wiemy o sobie coraz więcej, poznajemy się lepiej, chodzi jednak o to, aby nie ulec złudzeniu, że samowiedza ta jest wiedzą pewną, niezawodną. W procesie jej uzyskiwania, przetwarzania czy wreszcie przekazywania istnieje bowiem wiele „filtrów” sprawiających, że przekazywane – na podstawie rezultatów badań – obrazy społecznej rzeczywistości mogą tę rzeczywistość zniekształcać, wykrzywiać.

Pytania, czym są sondaże, na jakie niebezpieczeństwa narażone są przedstawiane przez nie opisy, wydały się nam na tyle istotne, że podjęliśmy próbę przybliżenia tych problemów, które związane są z „kulisami” powstawania społecznej samowiedzy.

Studia zebrane w tym tomie powstały w większości w ramach projektu badawczego kierowanego przez Z. Gostkowskiego. Są też kontynuacją zaproponowanej przez niego idei, przy czym inspiracje, jakie na autorów tego zbioru miała ta idea, mają bardziej lub mniej pośredni charakter. Tom, ze względu na autorów i na sposób podejścia do analizowanej problematyki, pomyślany jest jako dalszy ciąg cyklu

publikacji metodologicznych ukazujących się w latach 1966–1992 „Analizy i próby technik badawczych w socjologii”. Nawiązanie to ma podtrzymać tradycję krytycznej refleksji nad stosowaniem technik badawczych i sposobów wykorzystywania wyników badań.

Tom tworzą dwie części. W pierwszej zamieszczono artykuły poruszające metodologiczne problemy związane z realizacją badań. Autorzy koncentrują się tu głównie na tych, które mogą być przyczyną deformacji wyników sondaży. W technologii badań empirycznych jest wiele potencjalnych czynników mogących być źródłem takich zniekształceń. Studia zawarte w tej części omawiają tylko niektóre z nich, jednocześnie zwracając uwagę na czynniki wpływające pozytywnie na trafność rezultatów badań sondażowych. Skupiono się na kilku obszarach problemowych.

Autorka studium „Wybrane problemy sondażowych badań opinii publicznej w okresie przełomu ustrojowego w Polsce” prezentuje obszar licznych i złożonych uwarunkowań kształtujących ewolucję i funkcjonowanie sondaży opinii publicznej, zwłaszcza od przełomowego roku 1989. Ukazuje pozytywny wpływ pluralizacji i liberalizacji życia politycznego i ograniczeń będących następstwem rozwoju systemu rynkowego (zwłaszcza popytu i podaży na usługi sondażowe, ich komercjalizację), kształtowanie się w społeczeństwie nowych postaw wobec sondaży i ucześnieństwa w nich w roli respondenta w sytuacji powstawania wolnego rynku idei, możliwości nadużyć w wykorzystywaniu wyników sondaży (problem utajniania ich wyników czy innego rodzaju manipulowania nimi), relacje między sondażami akademickimi a komercyjnymi *etc.* Wszystkie te okoliczności i uwarunkowania wiążą się ze sferą realizacji badań sondażowych.

Kolejne studium „Jednostki niedostępne w sondażach” autorstwa K. Grzeszkiewicz-Radulskiej wykazuje, że w okresie 1992–1998 występował ciągły wzrost liczby takich jednostek – co oznaczało słabnącą reprezentatywność rezultatów badawczych: Przyczyną tego niekorzystnego dla badań zjawiska okazał się wzrost odmów wpuszczania ankietatorów do mieszkań oraz wzrost wskaźnika niechętnego postawy wobec uczestnictwa w badaniach. Warto zauważyć, że autorka oparła swe studium na wcześniejszych badaniach łódzkich metodologów nad zjawiskiem niedostępności, w których wypracowano matematyczny wzór pozwalający oszacować rozmiary szczególnego błędu tendencyjności w tak uszczuplonych próbach. Problem ten jest dotąd nie zauważany przez realizatorów badań.

Dalsze studium w tej części autorstwa Z. Gostkowskiego „O społecznym zakotwiczeniu aktów wygłaszania opinii” podejmuje również problem dotąd niedostatecznie uwzględniany w interpretacji wyników sondaży. Chodzi bowiem o wpływ, jaki na treść odpowiedzi respondentów wywiera ich świadomość rzeczywistego adresata wygłaszanych w wywiadzie opinii, jakim jest sponsor sondażu, użytkownik jego wyników. Autor wykorzystując materiał z sondażu sponsorowanego przez Komisję Krajową „Solidarności” porównał odpowiedzi na różne pytania udzielane

przez respondentów związkowców wiedzących i nie wiedzących o tym, że wyniki wykorzysta „Solidarności”. Okazało się, że wystąpiły między nimi różnice wskazujące, że czynnik wiedzy o sponsorze w określony sposób wpływa na treść wygłaszanych opinii o kierownictwie związku, między innymi wiedza o sponsorze zastrza – wśród „solidarnościowców” – negatywne oceny tego kierownictwa, co korespondowało z negatywnymi dla „Solidarności” wynikami wyborów parlamentarnych w 1993 roku.

Ostatnie studium A. Krzewińskiej „Metodologiczne problemy badania grup mniejszościowych. (Na przykładzie badań nad lesbijkami)” ukazuje bariery obyczajowe i psychospołeczne, jakie napotyka badacz chcąc uzyskać wiedzę o tak szczególnym środowisku, sposoby ich przewycięzania oraz ograniczenia materiału empirycznego.

W drugiej części tomu zamieszczone są trzy prace ukazujące sposoby przekazywania wyników sondaży do szerokiego upowszechniania w prasie; chodzi tutaj o analizę przekazywanych treści i porównanie ich z pełnymi relacjami z tych wyników publikowanymi w biuletynach CBOS-u i OBOP-u. Pozwala to udzielić odpowiedzi na pytanie, jakie informacje będące rezultatem przeprowadzanych badań docierają do społeczeństwa, jakie są mechanizmy ich selekcji. Wychodzimy bowiem z założenia, że poznanie rzeczywistości społecznej to dopiero pierwszy z etapów pozyskiwania samowiedzy społeczeństwa, równie ważnym – choć wtórnym – etapem jest przekazanie opinii publicznej wiedzy uzyskanej z sondaży, czyli właściwy proces „samopoznania społecznego”. Zdajemy sobie przy tym sprawę, że wiedza docierająca do społeczeństwa ma charakter fragmentaryczny, nie może być bowiem kompletnym opisem rezultatów całego badania. Pozbawiona jest więc siłą rzeczy nie tylko otoczki metodologicznej, ale również, ze zrozumiałych względów, istotnych często kontekstów. Taka kondensacja przekazywanych informacji wymaga od autora doniesienia prasowego sporych kompetencji, rzetelności i odpowiedzialności, jaką musi wykazać, aby przekazywane treści były autentycznym i obiektywnym zarazem obrazem przeprowadzonego badania.

Omawianą część tomu otwiera studium A. Wierzbickiej „Badanie sondażowe jako narzędzie manipulacji opinią społeczną. Analiza wystąpień Jerzego Urbana 1981–1989.” Opierając się na tekstach doniesień CBOS-u i OBOP-u z badań, autorka dokonała porównania ich z treścią wypowiedzi rzecznika rządowego. Analiza ta ujawnia forsowanie tez propagandowych wygodnych dla reżimu po wprowadzeniu stanu wojennego.

Kolejne dwa studia dotyczą sposobów wykorzystywania treści raportów badawczych w prasowych doniesieniach o wynikach sondaży zamieszczanych w najbardziej poczytnych gazetach i tygodnikach od 1989 do 1995 roku. Ewaluacja doniesień prasowych oparta jest tu na zaleceniach międzynarodowych kodeksów etyki i praktyki badawczej.

Pierwszy z artykułów tej części autorstwa Z. Gostkowskiego i J. Kowalskiego „Adekwatność informacyjna i stopień tendencyjności doniesień prasowych o wynikach sondaży opinii w latach 1989–1995”, zawiera relacje z wyników aż sześciu badań z zastosowaniem ilościowo-jakościowej analizy treści. Autorom chodziło przede wszystkim o zademonstrowanie użyteczności tej metody w badaniach ewaluacyjnych prasy codziennej i periodycznej. Pierwsze relacje dotyczą analizy 132 doniesień prasowych o przedwyborczych sondażach opinii zamieszczanych w „Trybunie”, „Gazecie Wyborczej”, „Rzeczpospolitej” i „Życiu Warszawy” w latach 1989–1990; przedstawione zostały definicje zastosowanych w analizie kategorii treści tych doniesień (takie jak: ich formy, sposoby prezentacji formalnych parametrów badania, style prezentacji. Szczególnie istotny jest tu styl „pod tezę” polegający na takiej selekcji treści i ich modyfikacji, aby przeforsować określoną ideologicznie czy politycznie tezę, będącą zafalszowaniem – czy nadinterpretacją – autentycznego sensu zawartego w komunikacie badawczym). W oparciu o te kategorie scharakteryzowana jest treść doniesień prasowych, zrelatywizowana do trzech elekcji (parlamentarnej w roku 1989, wyborczej samorządowej w 1990 i pierwszej tury wyborów prezydenckich pod koniec tego samego roku). Te same kategorie treści zastosowano we wszystkich pozostałych pięciu badaniach. Druga relacja odnosi się do okresu 1991–1992 i dotyczy ogółu około 900 doniesień dziennikarskich zamieszczonych w tym okresie w tychże gazetach, a opartych na danych z sondaży wszystkich agencji badawczych. Do bardziej szczegółowej analizy porównawczej (komunikat badawczy a doniesienie dziennikarskie) wylosowano tylko doniesienia oparte na komunikatach CBOS-u i OBOP-u; ukazano również stosunek ilościowy między doniesieniami opartymi na sondażach tych dwu i innych ośrodków badawczych. Trzecia relacja dotyczy tylko doniesień wyraźnie tendencyjnych, „pod tezę”. W czterech dziennikach („Trybunie”, „Gazecie Wyborczej”, „Rzeczpospolitej” i „Życiu Warszawy”) w okresie 1991–1997 na 864 było 7,8% (68) takich doniesień. Wyodrębniono siedem rodzajów zafalszowań w nich występujących i stwierdzono, że najczęściej doniesienia pod tezę wystąpiły w „Trybunie” (21%) oraz „Gazecie Wyborczej” (8%); w pozostałych dwu gazetach wystąpiły śladowe procenty takich doniesień. Najczęściej zafalszowania wystąpiły w doniesieniach odnoszących się do partii politycznych i osobistości politycznych (51%). W czwartej relacji autorzy zajmują się sposobem przedstawiania wyników sondaży w trzech polskich tygodnikach w roku 1993 – a w piątej dokonują porównania między polskimi a czołowymi zachodnimi dziennikami pod względem nasycenia doniesieniami sondażowymi i podawaniem w nich formalnych parametrów badania. Ostatnia szósta relacja przynosi wyniki porównania między trzema polskimi a czterema zachodnimi tygodnikami. Ujawnia ona, że na Zachodzie wielokrotnie częściej niż w Polsce doniesienia sondażowe podają istotne formalne parametry badania – zwłaszcza tak ważne jak treść zadawanych respondentom pytań czy określenie uniwersum.

Kolejne studium A.W. Rostockiego „Relacje dziennikarzy dotyczące zasad redagowania doniesień prasowych o wynikach sondaży w prasie ogólnopolskiej” ukazuje, w jaki sposób pełne wyniki badania sondażowego są przekształcane w informację prasową. Autor prowadzi swe analizy wedle czterech pytań problemowych, jakie wyznaczały tematykę jego wywiadów z dziennikarzami. Dotyczyły one: współpracy dziennikarza z agencjami badawczymi; wewnętrznych zasad pracy redakcyjnej nad treścią doniesień sondażowych; kryteriów oceny wiarygodności wyników sondażu; stosunku do metodologicznych i etycznych standardów przedstawiania ich w prasie.

Ostatnie studium nawiązuje do poruszanego w poprzednim problemie kryterium wiarygodności wyników sondaży, jakim jest między innymi trafność prognoz przedwyborczych. A. Kubiak i I. Przybyłowska piszą o tym w artykule „O trudnościach w formułowaniu sondażowych prognoz przedwyborczych”. Autorki wiążą je z właściwościami metody badawczej, jej zależności od kontekstu społeczno-politycznego, poziomu akulturacji sondaży i braku wyraźnych wzorów zachowań wyborczych.

Z. Gostkowski
P. Daniłowicz