

Mystérium skrývania sa, alebo dodatky k volebným výsledkom Strany maďarskej koalície a strany Most-Híd

316.653
32.019.5
324:342.53(437.6)“2010“
329(=511.141)(437.6)

Kľúčové slová: prieskum verejnej mienky, ignorovanie pluralizmu, špirála mlčania

Úvod

Z hodín dejepisu zo školských čias, z historických románov, filmov je nám známe, že aj bývalí vládcovia boli neobyčajne zvedaví na to, aké majú šance na priaznivý výsledok ohľadom nejakej dôležitej udalosti. V snahe, aby to zistili, obklopili sa – dnešným výrazom – odborníkmi: okrem iného šamanmi, kňazmi, jasnovidcami, ktorých sem-tam aj skrátili o hlavu. Samozrejme, títo vládcovia si boli vedomí, že existuje akási všeobecná nálada (ktorá nebola totožná s dnešnou verejnou mienkou). Na vypátranie tejto nálady sa niekedy stalo, že sa panovníci v prestrojení zamiešali do davu (hoci rozšírenejšou metódou bolo, že medzi ľudí vyslali vyzvedačov), a to aj vtedy, keď ich štatút a moc nezáviseli od vôle ľudu.

V moderných spoločnostiach, kde vládnuce politickú elitu volí ľud v demokratických parlamentných voľbách, sa politické subjekty snažia pomocou moderných prostriedkov zistiť, aké šance majú v boji o moc. Všeobecne známou metódou zisťovania je prieskum verejnej mienky.

Verejná mienka je produktom modernej spoločnosti. Samotný pojem sa dostal do slovníka spoločenských vied v druhej polovici 19. storočia. Do dnešného dňa prebieha diskusia o tom, či verejnú mienku ako takú máme hodnotiť ako kladný alebo záporný jav, dokonca nie sú uzavreté diskusie ani o samotnej existencii verejnej mienky. Tie posledné vzplanuli vďaka štúdiu významného francúzskeho sociológa Pierra Bourdieua s názvom Verejná mienka neexistuje, ktorá vyšla v roku 1973. Bourdieu zastával stanovisko, podľa ktorého nejestvuje v objektívnej forme existujúca autonómna verejná mienka, existujú len prieskumy verejnej mienky, a tie vytvárajú fenomén, ktorý nazývame verejnou mienkou. Podľa jeho odporcov nie je verejná mienka produktom prieskumov, ale objektívne existujúcim javom, ktorý je možné vedeckými metódami a prostriedkami merať, a prieskum verejnej mienky je práve jeden z týchto prostriedkov. V tomto príspevku sa nechcem venovať tejto diskusii, spomenula som ju a len veľmi

stručne načrtla dva protichodné názory preto, lebo ony sa nevzťahujú len na verejnú mienku, ale pochopiteľne aj na prieskum verejnej mienky, a v značnej miere ovplyvňujú aj postoje voči prieskumu verejnej mienky ako činnosti. Vlastne tu korenia v súčasnosti existujúce záporné názory o prieskumoch verejnej mienky, siahajúce od nedôvery až po zakorenenú vieru, že výskumná práca tohto druhu je živnou pôdou rôznych manipulácií. Často sa to prenáša aj na výskumníkov verejnej mienky a preto mnohí – predovšetkým politici, ktorí nie sú spokojní so svojimi výsledkami, niektorí novinári, ale stáva sa, že aj kolegovia z iných oblastí spoločenských vied – sú voči nim nedôverčiví, dokonca ich obviňujú z korupcie, z toho, že za peniaze sú schopní manipulovať priebeh prieskumu verejnej mienky a najmä jeho výsledky.

Nechcem na tomto mieste diskutovať ani o týchto názoroch. Nielen preto, lebo podobne ako v iných odboroch, aj v tejto profesii môžu pôsobiť diletanti a podvodníci (kto im dá poverenie, lepších si ani nezaslúži), ale hlavne preto, lebo nie je vždy potrebné a nie vždy sa oplatí s istými postojmi polemizovať. V prvej časti môjho príspevku sa budem radšej venovať nasledujúcim otázkam: 1. prečo je možné považovať prieskum verejnej mienky za vedeckú metódu? 2. komu je určený a na čo slúži prieskum verejnej mienky? 3. do akej miery je možné považovať výsledky prieskumu verejnej mienky za „veštbu“?

V druhej časti príspevku analyzujem výsledky prieskumov verejnej mienky, ktoré sa vykonali pred slovenskými parlamentnými voľbami v roku 2010, najmä v súvislosti volebných preferencií Strany maďarskej koalície (SMK) a Most-Híd. Boli odhady správne? A na koniec, v tretej časti načrtnem niekoľko možných dôvodov na vysvetlenie rozdielov medzi volebnými preferenciami a volebnými výsledkami SMK a Most-Híd.

1. Prieskum verejnej mienky na vedeckých základoch

Nie je všetko zlato, čo sa blyští, a nie je všetko prieskumom verejnej mienky, čo sa tak nazýva. Aspoň nie vedeckým prieskumom verejnej mienky. V niektorých prípadoch už aj použitie názvu prieskum verejnej mienky je zavádzajúce. Napríklad nie je prieskumom verejnej mienky, ak sa pred Billou budeme, vybavení vzákom dotazníkov, vypytovať od zákazníkov, kedy sa podľa nich rozpadne nová vláda, ktorá sa práve dnes ujala funkcie. Otázky akéhokoľvek typu, uverejnené v denníkoch a v iných periodikách, či v ich online verziách pod názvom „prieskum verejnej mienky“ tiež nie sú prieskumami verejnej mienky. Nie preto, lebo kladú zlé otázky, nie preto, lebo neoslovia dostatočný počet ľudí (hoci obe chyby sa môžu vyskytnúť), ale preto, lebo sa pýtajú tých, ktorí nakupujú práve v ten deň, prípadne svoj názor vyjadrí iba ten, kto na to práve má náladu. Čiže odpovede na otázky sú náhodilé. Správne pomenovanie tejto formy získavania informácií je „anketa“.

Prvý vedecký prieskum verejnej mienky vykonal George Gallup v roku 1936, v Spojených štátoch amerických. Pred prezidentskými voľbami vypracoval metódu založenú na náhodnom výbere. Pomocou tejto metódy dokázal vybrať spomedzi všetkých voličov takú skupinu, pozostávajúcu z 3000 opýtaných, ktorá svojim zložením podľa určitých vopred stanovených parametrov odzrkadľovala týmto parametrom zodpovedajúce zloženie celej populácie voličov.

Vytvoril teda reprezentatívnu vzorku, a vďaka nej sa výsledky prieskumu verejnej mienky zhodovali s výsledkami volieb. V tom istom čase, na tom istom mieste rozoslal časopis Literary Digest 10 miliónov dotazníkov. Respondenti vrátili skoro 2

a pol milióna vyplnených dotazníkov, čiže podstatne viac, ako v prípade Gallupa, ale predsa bol odhad Literary Digest nesprávny: predpovedal pravý opak. Dôvodom bol nesprávny výber vzorky.

Odvtedy je jedným zo základných atribútov vedeckého prieskumu verejnej mienky správny výber vzorky.

Ďalším dôležitým hľadiskom je, že prieskum verejnej mienky – ako istý druh aplikovaného spoločenskovedného výskumu – nikdy neposkytne výsledky so stopercentnou platnosťou. Jednoducho preto, lebo podstata spoločenských javov to neumožňuje. Prieskumy verejnej mienky sa zvyčajne vyhotovujú s 95 percentnou spoľahlivosťou. Ale to ešte nie je všetko. Ak napríklad 19 percent respondentov odpovie, že by volili stranu XY, tak neklameme, ak povieme, že spoľahlivosť tejto odpovede je 95 percentná, ale musíme vedieť aj to, že tento 19-percentný údaj nie je celkom presný. To, že nakoľko je presný, a v akom intervale platí, udáva hodnota tzv. prípustnej chyby, ktorú je potrebné vypočítať ešte pred výberom vzorky. Ak napríklad hodnota prípustnej chyby je 1,3 %, tak môžeme povedať, že stranu XY by volilo 19 % +/- 1,3 %, čiže tzv. interval spoľahlivosti (konfidenčný interval) sa pohybuje medzi 17,7 % a 20,3 %. Pokiaľ pomer voličov strany XY vo voľbách sa nachádza v tomto intervale (napríklad 18,8 %), tak bol odhad správny.

Vedecký prieskum má aj ďalšie charakteristiky, ale tie sú menej dôležité pre pochopenie druhej časti príspevku, a tak sa tu nimi nezaobieram. Teraz si v krátkosti povedzme, komu sú určené prieskumy verejnej mienky, na čo slúžia a čo môžu odhaliť. Tieto tri otázky úzko spolu súvisia.

Z poverenia Fórum inštitútu pre výskum menším robím prieskumy verejnej mienky od roku 2001. Spočítala som, že počas tohto obdobia sme uskutočnili 13 prieskumov. Vďaka tomu mám bohaté skúsenosti, aj pokiaľ ide o odpovede na vyššie uvedené otázky. Sústredím sa len na podstatu. Odpoveď na otázky, komu sú určené a na čo slúžia prieskumy verejnej mienky, zásadne závisí od toho, komu kladieme tieto otázky (samozrejme tieto neodznjú ako súčasť prieskumu, skôr ide o súkromné rozhovory, alebo reakcie z médií, avšak v žiadnom prípade ich nemožno považovať za reprezentatívne názory). Ľudia, ktorí sa nezaobierajú spoločenskými vedami alebo politikou, obvykle hovoria, že prieskum verejnej mienky je určený politikom, lebo predovšetkým oni chcú vedieť, aký vzťah k nim majú voliči. Ale tieto prieskumy sú užitočné aj pre tých, ktorí nie sú síce politikmi z „povolania“, no na istej úrovni ich politika zaujíma, a chcú byť informovaní ohľadom šancí politických strán. Avšak od nikoho som ešte nepočula, že prieskum verejnej mienky je vo všeobecnosti určený všetkým voličom, a medzi nimi konkrétne aj osobe, ktorá sa práve nad touto otázkou zamýšľa. Z toho je možné usúdiť, že si myslí, že ho výsledky prieskumov neovplyvňujú pri volebnom rozhodovaní. Aký je názor novinárov? Podľa nich prieskum verejnej mienky je určený každému: politikom, publiku médií, ale aj novinárom, čiže aj „výrobcom“ mediálneho obsahu. Pre politikov slúži ako zrkadlo, pre obecnstvo je zdrojom informácií, pre médiá zase materiálom na spracovanie a uverejnenie. Názory politikov sú najzaujímavejšie: vo všeobecnosti pohľadujú prieskumami verejnej mienky. Kľúčovým slovom ich stanovísk je nespoľahlivosť: prieskumy nie sú spoľahlivé, ich stranu nikto nedokáže spoľahlivo merať, ich osobné skúsenosti získané priamo z okruhu voličov sú oveľa spoľahlivejšie, pred uverejnením svojho stanoviska o výsledkoch daného prieskumu najprv musia zistiť, kto ten prieskum robil atď. Najviac odmietavým názorom za posledné štyri roky bolo jednoznačné vyhlásenie, že prieskumy sú ako ženské spodné prádlo.¹ Ale musela som sa zamyslieť aj

nad výrokom istého politika, keď tesne pred voľbami povedal, že on a jeho strana vôbec nepotrebujú prieskum verejnej mienky. Ten je určený jedine voličom, aby vedeli, koho majú voliť (dodnes celkom nerozumiem, čo tým chcel povedať).

Ako výskumníčka si myslím, že prieskum verejnej mienky je určený predovšetkým tomu, kto si ho objedná. V opačnom prípade by prečo platil za niečo, čo nepotrebuje? A nie je tajomstvom, že vo volebnom období sú najčastejšími objednávateľmi politické strany. Majú pravdu, lebo dobrý prieskum verejnej mienky môže byť neobyčajne užitočný. Jeho osoh spočíva v tom, že

1. pomôže spoznať voličov;
2. pomôže zmapovať pomery politických síl v určitom období;
3. poskytne oporné body k plánovaniu a vedeniu volebnej kampane;
4. ukazuje aktuálnu náladu obyvateľstva v čase prieskumu;
5. má kontrolnú funkciu: objednávateľ si môže porovnať svoju predstavu o voličoch s mozaikou, ktorá sa rysuje na základe odpovedí voličov.

Teda z dobrého prieskumu verejnej mienky môžu politici veľa čerpať, ale iba vtedy, ak výsledkom rozumejú. Zdá sa ale, že nie vždy rozumejú, čo potvrdzujú aj názory iných kolegov – výskumníkov. V podstate to ani nevádi, veď od politika neočakávame, aby bol odborníkom na prieskum verejnej mienky (leďaže by to bolo jeho pôvodným remeslom). V tomto smere sú odborníkmi výskumníci, a oni všetko radi vysvetlia. Problémy začínajú tým, že existujú politici, ktorí si myslia, že sa vo všetkom vyznajú, a nepotrebujú pomoc či radu. Prvú chybu spravia, keď namiesto dôkladného preštudovania údajov, ktoré slúžia na spoznanie voličov (pokiaľ sú takéto uvedené v prieskume), sledujú magické percentá volebných preferencií. Zaujímajú ich iba to, koľkí by volili ich stranu. Avšak práve platnosť týchto údajov je najviac „chvíľková“, veď volebné preferencie sa v závislosti od diania v spoločnosti môžu rýchlo meniť, môžu kolísať. Ale údaje smerujúce k poznaniu voličov odzrkadľujú také hlbšie štruktúry, ktoré sa menia ťažšie a ich platnosť je trvalejšia. Preto je možné stavať na ne viac ako na volebné preferencie.

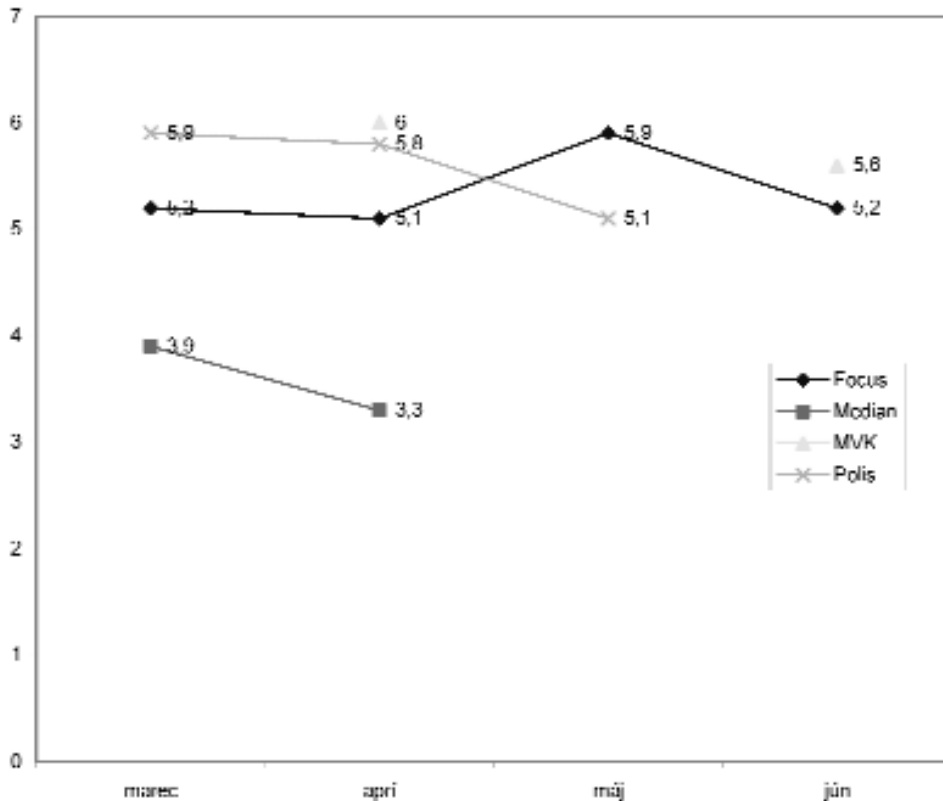
Z uvedených skutočností vyplýva, že tretia otázka – nakoľko je možné považovať prieskum verejnej mienky za predpovede – je zlou otázkou, ak od volebných preferencií očakávame jednoznačnú predpoveď výsledkov volieb, čiže to, presne koľko percent jednotlivé strany dosiahnú vo voľbách. Môže sa to občas podariť (ako napríklad Gallupovi v spomínanom prieskume verejnej mienky, no nie je to typické, lebo prieskum verejnej mienky nie je veštenie. Nedokáže veštiť nie preto, lebo jeho metóda na spoznávanie spoločnosti je nedokonalá, ale preto, lebo podstata spoločenského diania to nedovoľuje, hlavne nie mesiace vopred (výskumník, ktorý tvrdí opak, nestojí na vysokej profesionálnej úrovni). Údaj, podľa ktorého by stranu XY volilo v januári 37 percent voličov, teda vypovedá iba o tomto fakte a o ničom inom. Ak máme takéto údaje aj z nasledovných mesiacov, už vieme o čosi viac, lebo vidíme, ako sa menia volebné preferencie v danom období. Toto nás však stále neopravňuje, aby sme vyvodili jednoznačné závery ohľadne volebného výsledku strany XY. Ak teda prieskum verejnej mienky obmedzíme na volebné preferencie, tak jednoznačne môžeme vyhlásiť, že vypovedá o súčasnosti, nie o budúcnosti (ale mať spoľahlivé údaje o súčasnosti nie je málo!). Pokiaľ však v prieskume položíme aj otázky ohľadom vyššie spomínaných hlbších štruktúr voličského správania, (napríklad hodnotové orientácie, vzťahy sympatie, medziskupinové vzťahy atď.), tak z nich môžeme vyvodiť určité ponaučenia, ktoré môžu v značnej miere pomôcť pri vysvetlení volebných preferencií a volebných výsledkov.

Kto chápe tieto skutočnosti, asi chápe aj to, prečo nemá rád výskumník nasledovnú otázku: ako je to možné, že keď istá strana mala také či onaké volebné preferencie, vo voľbách dostala viac/menej hlasov? Nuž tak, že volebné preferencie a samotný volebný akt sú dve rozdielne veci. Volebné preferencie znamenajú odhad hlasovania voliča v konkrétnom hypotetickom okamihu, pričom ide o odvolateľné a zmeniteľné hlasovanie. Volebný akt je konkrétny, reálny, neodvolateľný čin s konečným výsledkom. Spomenuté súvislosti však nevylučujú snahy výskumníkov verejnej mienky poskytovať čím presnejšie odhady, veď údaje o volebných preferenciách populácie môžu poskytnúť len oni. Bez nich by sa politické strany, médiá a všetci tvorcovia verejnej mienky – a aj samotná verejná mienka – mohli opierať len o svoje predtuchy a osobné, nie reprezentatívne skúsenosti.

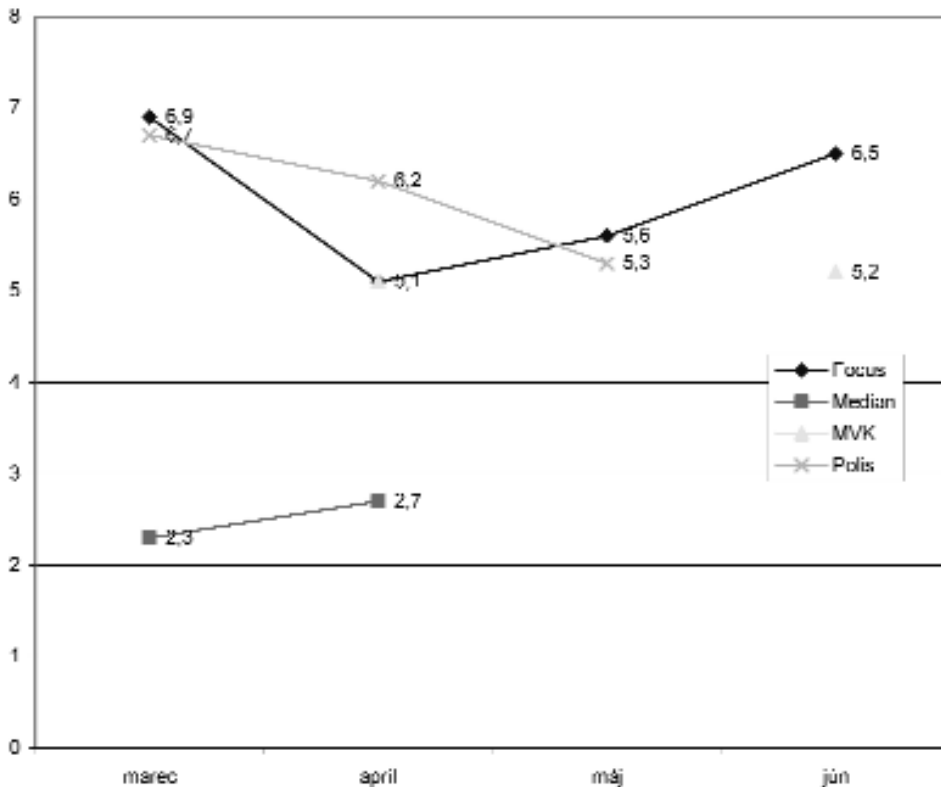
2. Volebné preferencie a volebné výsledky v roku 2010

Na základe doteraz poskytnutých informácií porovnajme predvolebné odhady s výsledkami volieb. Najprv si pozrieme volebné preferencie namerané štyrmi agentúrami – Focus, Median, MVK a Polis – v období od marca do júna 2010. 1. graf znázorňuje volebné preferencie SMK, 2. graf volebné preferencie strany Most-Híd.

Graf č. 1. Volebné preferencie Strany maďarskej koalície (zdroj: http://spravy.pravda.sk/politicke-prieskumy-agentur-focus-median-a-mvk-fl7-/sk-volby.asp?c=A100421_160242_sk-volby_p126%)



Graf č. 2. Volebné preferencie strany Most-Híd (zdroj: http://spravy.pravda.sk/politicke-prieskumy-agentur-focus-median-a-mvk-fl7-/sk-volby.asp?c=A100421_160242_sk-volby_p12)



Štyrmi agentúrami odhadované volebné preferencie SMK sa pohybovali medzi 3,3 % a 6 %, preferencie strany Most-Híd medzi 2,3 % a 6,9 %. Júnové údaje poskytli len Focus a MVK, údaje MVK pochádzajú zo dňa volieb. Číže MVK v deň volieb namerala 5,6 % pre SMK, a 5,2 % pre Most-Híd.

Ak si pozrieme celok skúmaného obdobia, volebné preferencie SMK podľa troch agentúr ukazovali klesajúcu tendenciu (Polis, Median, MVK). Oproti tomu odhady Focusu hovorili o stabilite, okrem mesiaca máj, keď prudko stúpol pomer voličov SMK. V júni sa opäť vrátil na pôvodnú, 5,2-percentnú úroveň.

V prípade strany Most-Híd agentúra Median oproti ostatným trom agentúram vykázala nižšie, ale stúpajúce volebné preferencie. Od týchto boli podstatne vyššie preferencie namerané agentúrou Polis, ale tieto postupne klesali. Podľa odhadov MVK sa strana cez celé obdobie nachádzala blízko prahu zvoliteľnosti. Focus, podobne agentúra Polis, najprv namerala vyššie hodnoty, potom v apríli nastal veľký pokles, ale následne volebné preferencie strany Most-Híd ukazovali nepretržite stúpajúcu tendenciu.

Porovnajúc trendy volebných preferencií oboch strán sú dobre viditeľné dve opačné tendencie – klesanie v prípade SMK a stúpanie v prípade Most-Híd.

Ako som spomínala, z mesiaca jún disponujeme len s údajmi MVK a Focusu, ale len agentúra Focus zverejnila hodnotu prípustnej chyby (1,5 %). Preto volebné výsledky viem porovnať len s posledným odhadom Focusu. Teda: SMK v parlamentných

voľbách získala 4,33 % hlasov. Odhad Focusu bol 5,2 %, ale počítajúc s prípustnou chybou toto zodpovedá intervalu spoľahlivosti 3,7 % – 6,7 %. Stranu Most-Híd zvolilo 8,1 percent z tých, ktorí pristúpili k urnám. Odhad Focusu bol 6,5 %, čo znamená interval spoľahlivosti 5 % – 8 %. Číže odhady Focusu ohľadne SMK môžeme považovať za korektné, a v prípade Most-Híd sa tiež pohybovali na hranici reality.

Fórum inštitút pre výskum menšín v tomto volebnom období uskutočnil jeden prieskum verejnej mienky, konkrétne v marci 2010. Podľa zmeraných volebných preferencií, keby sa parlamentné voľby uskutočnili v marci, SMK by dostala 5,1 % a Most-Híd 2,8 % hlasov. Keďže prípustná chyba bola 1,3 %, pomer hlasov SMK by sa pohyboval v rozmedzí 3,8 % – 6,4 % a pomer hlasov Most-Híd medzi 1,5 % – 4,1 %. Ak by teda parlamentné voľby boli v marci, a obe strany by dosiahli taký výsledok, aký v júni, tak by aj odhad Fórumu ohľadne SMK bol správny. Avšak odhad v súvislosti so stranou Most-Híd by neobstál. Musíme ale k tomu dodať, že vo volebných preferenciách strany Most-Híd, nameranými Fórum inštitútom, nie sú obsiahnuté hlasy slovenských voličov. Ani ich nemôže obsahovať, lebo prieskum bol zameraný len na maďarskú populáciu južného Slovenska.

Pozrime si ďalšie porovnanie. V 1. tabuľke porovnávam volebné výsledky strán, ktoré sa dostali do parlamentu, s júnovými volebnými preferenciami. V 3. stĺpci tabuľky sa nachádza na prvom mieste preferencia meraná agentúrou, ktorá stála najbližšie k volebnému výsledku danej strany. Okrem toho všade uvediem výsledky Focusu, lebo ich údaje sa dajú presnejšie interpretovať, keďže poznáme prípustnú chybu. Číže nachádzajú sa v tabuľke aj vtedy, ak ich hodnoty nie sú najbližšie k volebným výsledkom, ako napríklad v prípade SDKÚ, Smer a SNS. V prípade strany Most-Híd a SMK som uviedla všetky tri údaje, ktoré boli k dispozícii, veď čitateľa pravdepodobne zaujímajú najviac práve tieto dve strany. V 4. stĺpci tabuľky môžeme vidieť rozdiel medzi volebným výsledkom a poslednou volebnou preferenciou. V 5. stĺpci je uvedený rozdiel medzi volebným výsledkom a júnovou preferenciou, ktorú namerala agentúra Focus.

1. tabuľka. Porovnanie volebných výsledkov a volebných preferencií (zdroj: <http://volby.sme.sk/c/5306992/ako-dopadli-volby-a-co-ukazovali-prieskumy.html>)

Strana	Volebný výsledok strany(%)	Júnové preferencie, ktoré boli najbližšie k volebným výsledkom (%)	Rozdiel (%)	Rozdiel Focus (%)
KDH	8,5	9,2 (Focus)	+0,7	+0,7
Most-Híd	8,1	7,1 (Polis) 6,5 (Focus) 5,2 (MVK)	-1 -1,6 -2,9	-1,6
SaS	12,1	12,4 (Focus)	+0,3	+0,3
SDKÚ	15,4	15,9 (Polis) 12,1 (Focus)	+0,5 -3,3	-3,3
Smer	34,8	32,3 (MVK) 29,5 (Focus)	-2,5 -5,3	-5,3
SNS	5,1	6,2 (MVK) 7,7 (Focus)	+1,1 +2,6	+2,6
SMK	4,3	5 (Polis) 5,2 (Focus) 5,6 (MVK)	+0,7 +0,9 +1,3	+0,9

Najmenšie rozdiely sa ukázali u SaS a KDH. Čo sa týka intervalu spoľahlivosti, odhady Focusu v prípade KDH, SaS a SMK sú správne, a aj v prípade strany Most-Híd sa pohybujú na hranici (ako som to už vyššie spomínala). Avšak v prípade SDKÚ, SNS, a hlavne Smeru sa nachádzajú mimo intervalu spoľahlivosti. Keďže hodnotu prípustnej chyby pri meraní ostatných agentúr nepoznáme, môžeme dodať len toľko, že odhady Polisu sú presnejšie, ako odhady MVK. A čo sa týka SMK a strany Most-Híd, SMK všetky agentúry precenili, a stranu Most-Híd všetky podcenili. Podobnú tendenciu si môžeme všimnúť aj u SNS (precenená) a u Smeru (podcenená). Tí, ktorí sledovali televízne volebné štúdiá v deň parlamentných volieb, si určite pamätajú, že po porovnaní výsledkov exit pollu (prieskum verejnej mienky v deň volieb) agentúry MVK s konečnými volebnými výsledkami, sa moderátor opýtal riaditeľa agentúry, ako si vysvetľuje tento rozdiel. On sa odvolával na skrytých voličov. Naozaj existuje niečo také? Čo je to, presnejšie: kto je to? Alebo sú to len odpútačacie manévry, aby výskumníci verejnej mienky nemuseli uznať svoj omyl? Je pre výsledky SMK a Most-Híd vysvetlením ten istý fenomén?

3. Špirála mlčania

Odborná literatúra považuje za skrytých (latentných) tých voličov, ktorí počas prieskumu verejnej mienky z nejakého dôvodu nepriznajú, koho by volili. Ale vo volebnej miestnosti, keď za plentou stoja sami, sa odvážia prejavíť svoju voľbu. Dôvodom tohto ukrývania sa je domnienka, že sú so svojim názorom osamotení, boja sa, že sa v prípade verejného prihlásenia sa k svojej preferencii spoločensky izolujú. Tento proces opisuje teória nazývaná špirála mlčania (NOELLE-NEUMANN 1993), ako i teória ignorancie pluralizmu (FISCHER 2001). Špirála mlčania znamená, že čím sa zdá byť väčšia nejaká skupina podľa prieskumov verejnej mienky, tým viac sa stiahne skupina, ktorá sa zdá byť menšia. Dôsledkom toho sa v nasledujúcom prieskume väčšia skupina zdá byť ešte väčšia, menšia sa zdá byť ešte menšia, a reálne pomery síl vyjdú najavo len v hlasovacích miestnostiach. Táto teória zároveň dokazuje, že prieskumy verejnej mienky aj konštruujú verejnú mienku, hoci podľa autorky teórie, Elisabeth Noelle-Neumannovej nesú prvoradú „zodpovednosť“ médiá. Podľa nej práve médiá vytvárajú obraz, na základe ktorého ľudia predpokladajú, ktorá skupina je vo väčšine. Následne (aj) v súlade s týmto predpokladom vyjadria svoj názor počas prieskumu vyššie uvedeným spôsobom. Napokon aj výsledky prieskumu sa dostanú na verejnosť prostredníctvom médií.

Teória ignorancie pluralizmu hovorí o tom, že ľudia môžu rozdielnym spôsobom vnímať svoju situáciu, pokiaľ ide o ich (politický) názor. Napríklad existujú dve strany, obe majú svojich sympatizantov. Ktorý tábor je väčší, vysvitne až z volebných výsledkov, ale už aj pred voľbami majú oba tábory názory, pocity o tom, či sú v menšine alebo väčšine. Sú možné štyri situácie. Prvá je reálna percepcia, čo znamená, že obidva tábory vnímajú svoju situáciu správne, čiže väčšina si myslí že je vo väčšine, a menšina, že je v menšine. Zrkadlovou percepciou nazývame tú situáciu, keď obe skupiny, čiže aj väčšina, aj menšina si myslí že je vo väčšine. O obrátenej percepcii hovoríme vtedy, keď si väčšina myslí, že je v menšine, a menšina, že je vo väčšine. Poslednou možnosťou je paralelné podcenenie, keď sa oba tábory domnievajú, že sú v menšine.

Je možné, že sa skrývali aj maďarskí voliči? Jedným z možných znamení, ktoré poukazujú na tento jav – prirodzene okrem volebných výsledkov – je vysoký podiel neistých odpovedí (nie len „neviem“, „neviem odpovedať“, ale všetky tie odpovede, ktoré svojím obsahom naznačujú neistotu). Nie je totiž obvyklé, aby ľudia v prieskume verejnej mienky masovo naschvál klamali. Oveľa viac sa stáva, že ak nechcú „vyjsť s farbou“, tak si nasadia masku neistoty.

Po preštudovaní výsledkov dvoch posledných prieskumov verejnej mienky Fórum inštitútu (august 2009 na vzorke 800, a marec 2010 na vzorke 1022 respondentov) môžeme povedať, že neistota prejavujúca sa vo volebných preferenciách sa znížila, veď v auguste 2009 odpovedalo 22 percent respondentov, že nevie, koho by volilo, a v marci 2010 už len sotva 10 percent (2. tabuľka).

2. tabuľka. Volebné preferencie SMK a Most-Híd na základe prieskumu Fórum (%) (zdroj: Mészáros 2009, s. 40.)

	august 2009*	marec 2010
SMK	49,4	50,7
Most-Híd	23,2	28,1
Nevie	22,1	9,4

Avšak v iných otázkach, týkajúcich sa vyslovene týchto dvoch strán, bol podiel neistých respondentov vysoký. Napríklad v auguste 2009 na otázku, ktorá strana najviac vyhovuje ich očakávaniam, 40 % označilo SMK, 20 % Most-Híd, a 40 % odpovedalo, že ani jedna z nich. Na otázku, prečo by dali hlas nimi zvolenej strane, 23 % odpovedalo „neviem“ (MÉSZÁROS 2009, s. 41.). Tento prieskum verejnej mienky nebol vyhotovený vo volebnom období, ale dva mesiace po založení strany Most-Híd, čiže môžeme predpokladať, že túto nadmernú neistotu zapríčinila nová situácia. A z toho môžeme usúdiť aj to, že tu ešte nejde o skrývanie sa, o vnímanie väčšinového alebo menšinového voličského štatútu. Neistota však nevymizla ani do marca 2010, práve naopak, naďalej pretrvávala. Vidíme na to dva príklady v 3. a v 4. tabuľke. Tieto údaje prezrádzajú aj to, že z respondentov ani zďaleka toľkí neodmietli stranu Most-Híd, ako sme to mohli predpokladať na základe 51-percentnej preferencie SMK a 28-percentnej preferencie Most-Híd.

3. tabuľka. Považujete za dobré rozhodnutie, že niektorí politici vystúpili z SMK? (%)

Áno	25
Nie	43
Nevie	32

4. tabuľka. Je Vám sympatická strana Most-Híd? (%)

Áno, natoľko, že by som ju aj volil(a)	30
Sympatická, ale nevolil(a) by som ju	18
Nie je sympatická	27
Neviem	25

Čiže vo volebných výsledkoch oboch strán mohlo zohrať úlohu predchádzajúce skrývanie sa voličov. A v ich pozadí môžeme objaviť mechanizmus ignorancie pluralizmu a špirály mlčania. Čiže istá časť voličov – celkom presne istá časť voličov

strany Most-Híd, veď keby sa neukrývali oni, tak by sa výsledky volieb dozaista vyvíjali opačne – pociťovala, že so svojou skutočnou preferenciou strany je v menšine, a preto s ňou nechcela verejne vyjsť. Veru áno, lenže okrem Medianu podľa predpovede ostatných agentúr mali obe strany šancu dostať sa do parlamentu, veď pre SMK namerali 5 – 6 percent, pre Most-Híd 5 – 6,9 percent. Nebol medzi nimi taký veľký rozdiel, z ktorého by voliči jednoznačne mohli usúdiť, že Most-Híd je na tom horšie, že tvorí menšinu. Z analýzy tendencie skúmaného obdobia vyplýva, že bol na tom dokonca lepšie, ako SMK. Samozrejme voliči (tí, ktorí sledovali tieto údaje)² sa cez médiá nestretli s trendom vývoja preferencií, ale s práve aktuálnymi preferenciami, a na ich základe – aspoň do konca mája, keď boli zverejnené marcové výsledky Fórumu – sa im mohlo zdať, že súperenie týchto dvoch strán je vyrovnané. Tak prečo si mnohí sympatizanti strany Most-Híd mysleli, že sú v menšine? Podľa môjho názoru tu svoju úlohu zohrala súčinnosť viacerých faktorov.

Čo sa týka volebných výsledkov SMK a Most-Híd, nebol prekvapením fakt, že sa strana Most-Híd dostala do parlamentu, ale fakt, že SMK sa nedostala. Toto prekvapilo aj výskumníkov verejnej mienky, napriek tomu, že ako som to opísala, na základe volebných preferencií bolo možné rátať aj s touto alternatívou. Ihneď po voľbách sa začali špekulácie, čo bolo príčinou neúspechu SMK. Boli takí, ktorí obviňovali maďarských zradcov, ale väčšina ľudí pripísala výsledok kampani. Boli takí, ktorí obviňovali kampaň SMK, iní kampaň Most-Híd, lebo pretromfli (podľa ich názoru v posledných dvoch týždňoch) kampaň SMK.³

O kampaniach obidvoch strán, o ich obsahových, vizuálnych a komunikačných aspektoch by bolo možné napísať ďalšiu štúdiu – o oboch kampaniach osve, ale najmä o interakcii týchto dvoch kampaní. Teraz sa však budem zaoberať kampaňou len do tej miery – a to kampaňou SMK, veď výsledky sa vyvinuli v neprospech SMK –, koľko bude potrebné k načrtnutiu možných dôvodov skrývania sa voličov strany Most-Híd.

Prvým faktorom, ktorý je potrebné vziať do úvahy je nasledovný: SMK napriek tomu, že mala k dispozícii dostatočné množstvo informácií, viedla kampaň, ako by nepoznala Maďarov žijúcich na Slovensku, čiže komunitu vlastných potenciálnych voličov. Akoby zabudla na to, že Maďari žijúci na Slovensku z pohľadu systému národných a politických hodnôt tvoria heterogénnu populáciu, nehovoriac už o typoch, ktoré vzniknú prepletením týchto dvoch druhov hodnôt. Je celkom isté, že kampaň nebola založená na týchto poznatkoch. Z čoho presne vychádzala SMK, to naisto môže vedieť len jej volebný štáb, ale pozorujúc ich kampaň vidím nasledovné tri možnosti:

1. kampaň bola založená na tom, že Maďari žijúci na Slovensku tvoria homogénnu populáciu, čiže prakticky sú všetci rovnakí, v súvislosti s politikou majú rovnaké očakávania, a tieto očakávania vie prijať a splniť jedine SMK;

2. SMK zakladala na tom, že Maďari žijúci na Slovensku netvorí homogénnu populáciu, ale stačí osloviť iba ich časť – SMK to iste myslela tak, že táto časť tvorí väčšinu Maďarov na Slovensku;

3. prípadne vychádzala z toho, že Maďari žijúci na Slovensku sú mnohorakí, ale predsa všetci sú Maďari, preto strana chcela osloviť všetkých Maďarov, a myslela si, že sa to podarí nezávisle od toho, že nie všetci Maďari sú rovnakí.

To, že SMK počas kampane nebrala do úvahy heterogenitu Maďarov, a v rámci toho názor väčšiny, potvrdzujú aj nasledujúce údaje.

Na otázku, čo najviac trápi opýtaných ohľadne blízkej budúcnosti, sme dostali výsledky uvedené v 5. tabuľke. Z 29 okruhov problémov (tu uvádzam len prvých

dvadsaťdva) ich trápila najviac sociálna, zdravotná a hospodárska situácia, postavenie menšiny nasledovalo len po týchto.

5. *tabuľka.* Čo Vás najviac trápí ohľadne blízkej budúcnosti?

1. Nezamestnanosť	39 %
2. Situácia v zdravotnej, sociálnej starostlivosti	37 %
3. Chudoba	28 %
4. Situácia v hospodárstve	19 %
5. Verejná bezpečnosť, kriminalita, bezpečnosť obyvateľstva	16 %
6. Situácia mladých ľudí	16 %
7. Životná úroveň	15 %
8. Situácia Maďarov žijúcich na Slovensku	13 %
9. Deti maďarských rodičov chodia do slovenskej školy	11 %
10. Zníženie počtu Maďarov žijúcich na Slovensku	10 %
11. Situácia absolventov škôl	10 %
12. Situácia Rómov	9 %
13. Slovensko-maďarské spolužitie	9 %
14. Situácia starých ľudí	7 %
15. Asimilácia	7 %
16. Právne istoty	6 %
17. Poľnohospodárstvo	5 %
18. Osídlenie maďarských dedín Slovákmi	5 %
19. Ochrana životného prostredia	4 %
20. Bytová situácia	4 %
21. Stav cestných komunikácií na južnom Slovensku	3 %
22. Celková nálada spoločnosti	3 %

V inej otázke sme boli zvedaví na to, nakoľko sú respondenti spokojní s vymenovanými 19 oblasťami (6. tabuľka).

6. *tabuľka.* Nakoľko ste spokojný s nasledovnými oblasťami?

Skôr nespokojný	Čiastočne spokojný	Skôr spokojný
1. So súčasťou vládou	1. S tým, ako politici z Maďarska zaobchádzajú so slovensko-maďarskými vzťahmi	1. So svojou prácou
2. S politikmi všeobecne	2. So slovensko-maďarskými vzťahmi na Slovensku	2. So svojim zdravotným stavom
3. S hospodárskou situáciou krajiny	3. S SMK	3. S medziľudskými vzťahmi vo svojom bydlisku
4. So vzťahom Slovenska a Maďarska	4. S politikmi strany Most-Hlid	4. So spozitím Slovákov a Maďarov vo svojom bydlisku
5. So životnou úrovňou ľudí	5. So svojim príjmom	5. So svojou bytovou situáciou
	6. S vývojom svojho bydliska v posledných štyroch rokoch	6. So svojím rodinným životom
	7. So svojimi životnými vyhliadkami	
	8. So svojou životnou úrovňou	

Na otázku, ktoré problémy bude musieť riešiť budúca vláda ako prvé, 72 percent respondentov uviedlo nezamestnanosť, 28 percent situáciu hospodárstva a zdravotníctva a 25 percent nápravu situácie Maďarov žijúcich na Slovensku.

V 7. tabuľke vidíme názory ohľadne zasahovania politikov z Maďarska do diania na Slovensku, z augusta 2009.

7. *tabuľka.* Do akej miery považujete za správne, aby Maďarsko zasahovalo do problematiky Maďarov žijúcich na Slovensku?

Neschvaľujem, aby zasahovalo	31
Môže komentovať dianie	45
Môže aktívne zasahovať do vecí, ktoré sú spojené s Maďarmi žijúcimi na Slovensku	24

V marci 2010 súhlasilo 79 percent respondentov s tým, že je dôležité, aby menšinová maďarská politika mala dobrý vzťah s politikmi z Maďarska. Zároveň 55 percent odpovedalo, že súhlasí s tým, že udržanie kontaktov s materským národom a s maďarskými politikmi je prijateľné len do tej miery, kým neuráža Slovákov a slovenských politikov. 45 % s tým nesúhlasilo.

Nakoniec v 8. tabuľke sú uvedené odpovede na otázku, akú koalíčnú vládu by vítali respondenti najviac.

8. *tabuľka*. Z vymenovaných koalíčných vlád by ste sa ktorej tešili najviac?

SDKÚ, KDĽ, HZDS, SMK	38
SDKÚ, KDĽ, HZDS, Most	27
Smer, HZDS, SNS	1,6
SDKU, Smer	3
Smer, KDĽ, SMK	20
Smer, Most, HZDS	6,8
Smer, HZDS, SMK	3,4

Z viacerých postojov SMK bolo možné usúdiť, že nevychádza z toho, čo väčšina Maďarov žijúcich na Slovensku považuje za najdôležitejšie, ale z toho, čo sama chcela (čo však nevedela efektívne „predať“). V dôsledku toho mnohým voličom sa zdalo, že ich názor nie je pre SMK dôležitý, stále viac a viac ich to odďaľovalo od strany, a mohli si myslieť, že so svojím názorom sú v menšine. Veď SMK až do samého konca kampane (v závere kampane propagovaním pomeru 62 : 28 ešte viac; o tomto ešte bude reč) im viacerými spôsobmi vsugerovala práve tento pocit.

Súčasne pôsobil aj druhý faktor. Kampaň SMK sa nezačala pred voľbami, ale po vystúpení Bugárovcov z SMK, a po založení strany Most-Híd. Najdôležitejším odkazom tejto kampane pre voličov bolo najprv to, že existujú dobrí a zlí maďarskí politici (ak je možné ich vôbec považovať za Maďarov). Neskôr už aj to, že existujú dobrí a zlí maďarskí voliči, a z nich tí prví sú rozumní a zodpovední ľudia. A toto je už ozaj vážny dôvod na skrývanie sa. Veď mnohí sa nielen mohli domnievať, že patria k názorovej menšine, ba navyše boli oznámkovaní ako zlí Maďari a hlúpi, nezodpovední ľudia. Kto má rád, ak ho takto označia, a kto prijme takéto označenie verejne? Skrytí voliči mali dobrý dôvod, aby takéto nálepkovanie neprijali.

A nakoniec tretí faktor. V čase vyššie uvedených procesov na konci mája, čiže skoro dva mesiace po uskutočnení prieskumu, boli zverejnené volebné preferencie podľa Fórumu, ktoré sa vzťahovali na marec. V nich SMK s 51 percentami vysoko viedla oproti 28 percentám strany Most-Híd. V materiáloch pre médiá bolo zdôraznené, a aj v správach to takto figurovalo, že sú to marcové výsledky. Avšak tesne pred voľbami uzrel svetlo sveta⁴ inzerát SMK, ktorý vyzdvihol pomer 62 : 28 medzi SMK a Most-Híd, zahmlievajúc, že nejde o preferencie všetkých respondentov. Dôležitý fakt, že údaj pochádza z marca, úplne opomenuli. V dôsledku toho sa istá časť sympatizantov strany Most-Híd mohla ešte viac považovať za menšinu, a teda ešte viac sa mohol posilniť mechanizmus špirály mlčania, z ktorej ich „vyslobodilo“ súkromie hlasovacej kabíny.

V súvislosti s účinkami prieskumu verejnej mienky je ďalším dôležitým javom „bandvagon efekt“ – efekt príviesného voza –, ktorý objavil jeden z veľkých majstrov sociológie, Paul F. Lazarsfeld, keď v roku 1940 skúmal voličské správanie v amerických prezidentských voľbách. Vo svojej knihe s názvom *The People's Choice* v roku 1944 napísal, že voliči podporujú radšej tú stranu, ktorá má väčšiu šancu na víťazstvo. Myslím si, že vo volebných výsledkoch SMK a Most-Híd tento jav nezohral žiadnu úlohu, práve kvôli spomínaným vyváženým šanciam. Ak by voliči brali do úvahy len pomer 62 : 28, tak v súlade s teóriou bandvagon by museli ešte viac podporovať SMK.

Táto úvaha vznikla mesiac po voľbách, čiže 12. júla 2010. V uplynulých týždňoch som sa stretla s takými názormi, mediálnymi vyhláseniami politikov a politológov, že politici SMK precenili volebné šance strany, nepretržite hovorili o 10 percentách,

a týmto si spôsobili skazu. Mnohí, ktorí pôvodne chceli voliť SMK, v domnení, že sa strana aj bez ich hlasov dostane do parlamentu, volili radšej stranu Most-Híd. Nech dostane šancu aj ona.

Ako výskumníčka si myslím, že sa mohol odohrať aj takýto scenár, ale nie v miere ovplyvňujúcej volebné výsledky týchto dvoch strán. Z teórie prieskumov verejnej mienky je známy aj jav, keď voličov mobilizuje skutočnosť, že ich strana „prehráva“, a to takým spôsobom, že volia aj tí, ktorí pôvodne nechceli. Len preto, aby ich strana dostala väčšiu podporu. Kľúčovým slovom je: VLASTNÁ strana! Čiže nikto nepôjde voliť len preto, aby podporoval inú stranu oproti vlastnej, hlavne keď táto protistrana je predstavená vo farbách, akými prezentovala SMK stranu Most-Híd. To by jednoducho protirečilo zdravému rozumu. A ak sa to predsa stane, tak to znamená, že danú stranu nepovažujú za protistranu, ale s ňou sympatizujú. Viem si predstaviť, že sa tak stalo aj v prípade strany Most-Híd, no to opäť posilňuje domnienku, že strana bola sympatická viacerým ľuďom,⁵ než by sa dalo vyvodiť z volebných preferencií. Čiže oni opäť len rozširovali rady skrytých voličov.

Poznámky

- 1 „Neverím prieskumom, podľa mňa sú také, ako ženské nohavičky: raz také, inokedy onaké.“ Vyhlásenie Dušana Čaploviča bývalého podpredsedu vlády SR pre vedomostnú spoločnosť, európske záležitosti, ľudské práva a menšiny. *Új Szó*, 8. novembra 2008, 61. roč. č. 259. s.1.
- 2 Podľa údajov z marca 2010, 27 percent Maďarov žijúcich na Slovensku sa zaujíma o politiku, 35 percent sa aj zaujíma, aj nezaujíma a 38 percent sa nezaujíma. Otázky súvisiace s Maďarmi žijúcimi na Slovensku zaujímajú oveľa viacerých: 61 percent sa o ne zaujíma, 25 percent niekedy áno, niekedy nie, 11 percent sa zaujíma menej, 3 percentá vôbec táto problematika nezaujíma. Na otázku, do akej miery sledujú volebnú kampaň, sme dostali nasledovné odpovede: 12,3 % priebežne, 14,2 % len kampaň jemu sympatickej strany, 39 % nesledovalo kampaň, ale nevedelo sa od nej oslobodiť, lebo „nás natofko obklopuje, že nie je možné sa jej vyhnúť“, 28 % sa nezaujíma o kampaň, 5 % ignorovalo kampaň.
- 3 Napríklad: <http://uj szo.com/napilap/kozelet/2010/06/14/villaminterju>; <http://uj szo.com/napilap/kozelet/2010/06/14/az-arviz-elmosta-a-magyarkartyat>; <http://uj szo.com/napilap/kozelet/2010/06/14/villaminterju-1>; <http://uj szo.com/napilap/kozelet/2010/06/14/velemenyek-a-valaszta sokrol>; <http://uj szo.com/napilap/kozelet/2010/06/14/villaminterju-0>
- 4 *Új Szó*, r. 63, č. 28, 5. júna 2010.
- 5 Okrem sympatie jeden údaj o vnímaní dôveryhodnosti strán: v marci 2010 SMK považovalo za spoľahlivú 55 percent respondentov, stranu Most-Híd 46 percent.

Literatúra

- ANGELUSZ, Róbert 2000. *A láthatóság görbe tükrei*. Budapest: Új Mandátum Kiadó.
- BOURDIEU, Pierre 1987. A közvélemény nem létezik. In Bourdieu, P.: *A társadalmi egyenlőtlenségek újratemlődése*. Budapest : Gondolat.
- FISCHER, György 2001. *Hihetünk-e a közvélemény kutatásoknak?* Budapest: Bagolyvár Kiadó.
- KUNCIK, Michael 1995. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum.
- LAMPL, Zsuzsanna 2007. A stabil magyar választópolgár portréja. In Lampl, Z: *Magyarnak lenni*. Somorja: Fórum Kisebbségkutató Intézet, 2007.
- MÉSZÁROS, Magdolna 2009. A szlovákiai magyarok politikai orientációja. *Fórum Társadalomtudományi Szemle*, 2009, č. 4, s. 33 – 49.
- MÉSZÁROSOVÁ-LAMPLOVÁ, Zuzana 2006. Lazarsfeld dvoch svetadielov. *Antropos*, 2006, č. 1. s. 53 – 57.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth 1993. *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*. Chicago: University of Chicago Press.