

Visuomenės nuomonės tyrimai besikeičiančioje visuomenėje

VLADAS GAIDYS

Socialinių tyrimų institutas, Saltoniškių g. 58, LT-08105 Vilnius

El. paštas: vladas@vilnorus.lt

Straipsnyje analizuojama visuomenės nuomonė kaip institucija, jos tyrimo ypatumai dabartiniu laikotarpiu. Pateikiama visuomenės nuomonės tyrimų Lietuvoje per dvidešimt metų periodizacija – pagal visuomenės nuomonės reikšmę, tyrimų tematiką iš viso išskiriami septyni periodai. Ši subjektyvi klasifikacija yra paremta straipsnio autoriaus praktine patirtimi visuomenės nuomonės tyrimų srityje. Aptariamos visuomenės nuomonės tyrimų funkcijos, pagrindiniai šių tyrimų kritikos tipai. Trumpai apžvelgiama apklausų rezultatų publikavimo laisvė pasaulyje, visuomenės nuomonės tyrimų globalizacija. Analizuojami per dvidešimt metų įvykę tyrimų metodikos pasikeitimai.

Raktažodžiai: visuomenės nuomonės tyrimai, tyrimų periodizacija, apklausų rezultatų publikavimo laisvė, globalizacija, tyrimų metodika

ĮVADAS

Per dvidešimt metų visuomenės nuomonės tyrimai ir jų rezultatai Lietuvoje tapo neatsiejama visuomenės gyvenimo dalimi. Per tą laiką buvo publikuota daugybė tekstų apie visuomenės nuomonės tyrimų rezultatus, tuo tarpu apie pačią visuomenės nuomonę kaip instituciją, sąveikaujančią su visuomene, apie tyrimų metodiką ir metodologiją parašyta nedaug¹. Ši tematika aktualizuojasi šiuo metu, kai sparčiai keičiasi technologijos, visuomenė, visas pasaulis. 2009 m. WAPOR (Pasaulinė visuomenės nuomonės tyrėjų organizacija) metinė konferencija taip ir vadinasi: „Visuomenės nuomonės tyrimai besikeičiančiame pasaulyje“. Konferencijoje nagrinėjamos temos: visuomenės nuomonė ir demokratija, visuomenės nuomonė ir pilietinė visuomenė, daug dėmesio skiriama tyrimų metodikai bei tyrimų kokybei.

Dvidešimt metų pakankamai ilgas laiko tarpas ir žmogaus, ir visuomenės gyvenime, taip pat ir tokiai institucijai kaip visuomenės nuomonė. Per tą laiką įvyko daug įvairiausių pokyčių, tačiau jie kol kas mažai atspindėti publikacijose. Šiame straipsnyje yra bandoma periodizuoti visuomenės nuomonės tyrimų istoriją, parodyti čia įvykusius pokyčius, atskleisti naujas ir sudėtingas tyrimų metodikos problemas, taip pat tam tikrą pasaulinį visuomenės nuomonės tyrimų kontekstą.

VISUOMENĖS NUOMONĖS TYRIMŲ LIETUVOJE PERIODIZACIJA

Per dvidešimt metų visuomenės nuomonės tyrimai turėjo keletą etapų, jų funkcijos ir vaidmuo gana sparčiai keitėsi. Pateikiame sąlygišką šio laikotarpio suskirstymą.

Vox populi – vox dei (liaudies balsas – Dievo balsas) (1989–1990). Atgimimo laikotarpiu visuomenės nuomonės tyrimai atliko ypatingą vaidmenį. Tyrimų rezultatai buvo svarus argumentas pradedant įvairias reformas, jų duomenys buvo naudojami politinėje kovoje už

¹ Pavyzdžiui: Gaidys, Tureikytė 1991; Gaidys, Tureikytė 1997.

nacionalinį išsivadavimą, už rinkos ekonomikos sukūrimą. Tai buvo „aukso amžius“ tyrėjams, nes apklausų rezultatais domėjosi beveik visi. Labai domėtasi tyrimų metodika. Atrodė, kad principo „vox populi – vox dei“ bus laikomasi visada. Tuo laikotarpiu respondentai labai noriai atsakydavo į anketos klausimus, jie tikėjo, kad jų nuomonė bus išklaudyta.

Vox populi – vox stultorum (liaudies balsas – kvailybės balsas) (1991–1992). Naujai institucionalizuota valdžia gana greitai pakeitė savo požiūrį į visuomenės nuomonę. Atsirado arogantiškų politikų, kuriems visuomenės nuomonė trukdė siekti norimų tikslų, buvo teigiama, kad Seimas ir taip yra „grynos formos“ visuomenės nuomonė, nes jį išrinko visi gyventojai, o paprastų žmonių nekompetentinga nuomonė apklausoje daugeliu atvejų yra netgi reakcinga.

Nepasitikėjimas metodologija (1993–1996). Viena užsienio bendrovė 1992 m. Seimo rinkimų dieną apklausė iš rinkiminių apylinkių išeinančius rinkėjus ir padarė neleistiną klaidą: nugalėtojas nebuvo atspėtas, o skirtumas tarp tyrimo ir rinkimų rezultato buvo labai didelis. Nors ši apklausų bendrovė nebuvo gerai žinoma, neaišku, kas ją pakvietė, kaip buvo atliekamas tyrimas, kas buvo interviuotojai, tačiau ta nesėkmė ilgam (ją prisimena ir po 15 metų) pakirto pasitikėjimą apklausomis. Tuo laikotarpiu buvo populiarūs ir kiti „klasikiniai“ nepasitikėjimo argumentai: „tūkstantis respondentų negali atspindėti visų gyventojų“, „respondentai nesako tiesos“ ir pan. Visuomenės nuomonės apklausų atlikta nedaug ir dėl ekonominių priežasčių. Kita vertus, tuo metu buvo vykdomi stambūs tarptautiniai sociologiniai tyrimai.

Visuomenės nuomonė kaip patarėja (1997–1998). Gerai atspėti 1996 m. Seimo rinkimų rezultatai ir naujos valdžios pažadas įsiklausyti į paprastų žmonių nuomonę labai padidino tyrimų paklausą iš valstybės pusės. Tačiau ne visi to laikotarpio tyrimų duomenys buvo paskelbti, juos analizuodavo ekspertai. Štai kai kurios to laikotarpio tyrinėjimų temos: požiūris į žemdirbių protesto akcijas, požiūris į reikalavimą turgaus prekiautojams turėti prekių įsigijimo dokumentus, požiūris į galimą prisiekusiųjų teismo įvedimą Lietuvoje ir t. t.

Tiesioginė demokratija? (1999–2000). Šiuo laikotarpiu sumažėjęs pasitikėjimas įvairiomis valdžios institucijomis padidino visuomenės nuomonės apklausų reikšmę. Jeigu niekas nenorėdavo imtis atsakomybės už priimamą sprendimą, būdavo užsakoma apklausa, kurios rezultatai netgi tiesiogiai paveikdavo sprendimo priėmimą. Taip buvo pakeista Lietuvos laiko juosta, keičiamas teritorijos administracinis suskirstymas, dėl apklausos rezultatų atsistatydino Ministras pirmininkas.

Dėmesio centre – euroreferendumas (2001–2003). Nepaisant to, kad pagrindinės partijos sutarė dėl Lietuvos stojimo į Europos Sąjungą ir šį tikslą palaikė didelė dalis žiniasklaidos, o apklausos rodė gyventojų palankumą narystei Europos Sąjungoje, dėl referendumo baigties abejota. Viena nerimo priežasčių – 1999 m. pabaigoje Lietuvoje buvo daugiau narystės priešinkų negu šalininkų. Sutapus tam tikroms aplinkybėms, tokia situacija vėl galėjo pasikartoti.

Kas mėnesį buvo atliekamas požiūrio į narystę monitoringas, 2003 m. vasarį ir kovą buvo atliktos beprecedentinės apklausos telefonu, kurių metu apklausta po 10 tūkstančių respondentų. Tai padėjo išsiaiškinti tautinių mažumų požiūrį į narystę, teritorinius šios problematikos ypatumus ir t. t.

Apklausos – projektų efektyvumo matuoklis (nuo 2004). Per dvidešimt metų visuomenės nuomonės apklausos užėmė solidžią vietą visuomenės gyvenime. Sunku jau įsivaizduoti, kad nebūtų reguliariai skelbiami partijų, politikų reitingai, pasitikėjimas institucijomis. Šie rodikliai jautriai reaguoja į vykstančius procesus, parodo vienų ar kitų veiksmų pasekmes. Vis dažniau visuomenės nuomonės apklausos yra naudojamos įvertinant įvairių projektų efektyvumą, pvz., Europos Sąjungos struktūrinių fondų panaudojimą, ekologinės elgsenos propagavimo efektyvumą, projektą „Vilnius – Europos kultūros sostinė“ ir pan.

Čia išvardytos laikotarpių ribos nėra griežtos, be to, vienas periodas galėjo turėti pačių įvairiausių bruožų: ir nepasitikėjimo, ir domėjimosi, ir efektyvaus visuomenės nuomonės tyrimų panaudojimo. Vis tik, manyčiau, kad čia pateiktos periodų charakteristikos nusako naujus ar būdingus laikotarpio bruožus.

VISUOMENĖS NUOMONĖS TYRIMŲ FUNKCIJOS

Visuomenės nuomonės tyrimai ir jų rezultatai tapo neatsiejama demokratinių šalių gyvenimo dalimi. Visuomenės nuomonė atlieka keletą funkcijų ir yra svarbi dėl daugelio priežasčių.

Visuomenės savirefleksija. Visuomenės nuomonės tyrimų rezultatai – tarsi veidrodis, kuriame atsispindi ir teigiamos, ir neigiamos jos charakteristikos, nuomonių įvairovė ir t. t. Sava pažinti būtina, kad geriau įvertintum savo galimybes sparčiai besikeičiančiame pasaulyje. Politikai, neretai ir socialinių mokslų atstovai nevengia pateikti spekuliatyvias, sensacingas visuomenės charakteristikas. Apklausų rezultatai ugdo didesnę atsargumą darant išvadas, sumažina neįprastų vertinimų tiražavimą.

Visuomenės nuomonė – vienas iš demokratinės visuomenės institutų. Totalitariniuose režimuose visuomenės nuomonė netiriama arba skelbiami tik režimui palankūs rezultatai. Vienas iš demokratinės visuomenės požymių – visuomenės nuomonės tyrimų laisvė ir jų gausa. Skelbiami visuomenės nuomonės tyrimų rezultatai leidžia stebėti partijų ir politikų populiarumo kitimą, sužinoti, kokios nuomonės yra būdingos vienai ar kitai socialinei demografinėi grupei, kokios socialinės, ekonominės ar politinės problemos tuo metu yra aktualiausios šalyje. Visuomenės nuomonės apklausų tarprinkiminiu periodu dėka „balsą“ turi ne tik šalies elitas, žurnalistai, bet ir paprasti žmonės.

Grįžtamasis ryšys – tai ryšys tarp visuomenės, atskirų gyventojų grupių ir daugelio valstybės institucijų. Iš visuomenės nuomonės tyrimų institucijos sužino apie gyventojų lūkesčius, nuomones įvairiais klausimais, taip pat įvairių sprendimų vertinimą. Štai keletas tokio pobūdžio tyrimų, atliktų 2008 m: požiūris į genetiškai modifikuotus organizmus, požiūris į alaus reklamos uždraudimą sporto varžybų metu, požiūris į LAE uždarymą ir naujos atominės elektrinės statybą, požiūris į paramą besivystančioms šalims, požiūris į abortų uždraudimą, požiūris į partijų finansavimą iš valstybės biudžeto, Seimo darbo vertinimas.

Nepaisant visuomenės nuomonės tyrimų gausos, jų populiarumo ir, sakytume, neginčijamos naudos visuomenei, neretai galima išgirsti ir priekaištų dėl visuomenės nuomonės kaip institucijos. Dažniausia kritika:

1. Tyrimai neatspindi realybės (tendencingi, netikslūs ir t. t.)

Į šį priekaištą trumpai galima būtų atsakyti taip: tyrimai neturi būti tendencingi, ir daugelį metų (ar dešimtmečių) dirbančios firmos tokių klaidų negali sau leisti; atrankos metodas taikomas ne tik visuomenės nuomonės apklausose, bet ir ekonomikoje, fizikoje, žemės ūkyje ir įrodė savo patikimumą.

2. Dauguma yra nekompetentinga.

Bet yra prezumpcija, kad dauguma yra kompetentinga renkant Seimą ar Prezidentą, todėl ji gali reikštis ir svarstant kai kuriuos kitus klausimus. Yra problemų, kurių visuomenės nuomonė nepretenduoja nagrinėti, yra problemų, kurias turi vertinti ekspertai, tačiau visuomenės nuomonė gali būti kontekstas, gali turėti patariamąjį balsą.

3. Apklausos atspindi ne visuomenės nuomonę, bet individualias nuomones, kurios dažnai yra nesusiformavusios, neturinčios komunikatyvinio konteksto.

Nevalidūs klausimai neturi būti pateikiami. Rengiant referendumą taip pat nenumatyta procedūra, įvertinanti, ar visuomenės nuomonė yra susiformavusi, ar tokia nuomonė egzistuoja.

4. Daugumos despotija.

Nėra šalies, kurioje apklausos būtų prilygintos referendumui (gal ir dėl to, kad jos yra palyginti pigios ir politikams kiltų pagunda per dažnai apeliuoti į visuomenės nuomonę). Demokratijos esmė yra ne daugumos valdymas, bet daugelio interesų suderinimas. Demokratija efektyvi ten, kur mažuma nesijaučia pralaimėjusi, izoliuota. Visuomenės nuomonės apklausoje retesni atsakymai tiek pat svarbūs, kiek ir vyraujantieji.

Taigi, kalbant apie visuomenės nuomonės funkcijas ir reikšmę, reikia vengti kraštutinių: nereikia menkinti visuomenės nuomonės ar jos absoliutinti.

APKLAUSŲ REZULTATŲ PUBLIKAVIMO LAISVĖ

Visuomenės nuomonės apklausos yra neatsiejama laisvų ir demokratiškų visuomenių gyvenimo dalis. Tačiau visgi ar yra temų, kurių apklausų rezultatai yra nepageidaujami netgi demokratiškoje šalyje?

Nuo 1984 m. WAPOR (*World Association for Public Opinion Research*) ir ESOMAR (rinkos ir visuomenės nuomonės tyrėjus jungianti tarptautinė organizacija) atlieka savo narių apklausas apie tyrimų duomenų publikavimo laisvę įvairiose šalyse. 2002 m. buvo atliktas ketvirtas tyrimas (ESOMAR / Wapor 2003), kuriame dalyvavo 233 ekspertai iš 66 šalių.

Apklausa rodo, kad nemažai šalių ribojamas priešrinkiminių apklausų rezultatų skelbimas. Tai deklaravo 30 šalių atstovai. Ilgiausias publikavimo moratoriumas yra Liuksemburge – 30 dienų, Korėjoje – 23 dienos, Graikijoje – 15 dienų, Italijoje – 15 dienų. Per šešerius metus 15-oje šalių draudimo laikotarpis sutrumpėjo, tačiau 9 šalyse jis pailgėjo. Pagrindinė priežastis, kodėl nenorima skelbti apklausų rezultatus prieš rinkimus – baimė, kad apklausų rezultatai paveiks rinkėjų nuomonę. Iš tikrųjų ši pavojų neigė ir G. Gallupas (Gallup 1948: 92), ir pastarųjų metų tyrinėjimų rezultatai. Žymus šiuolaikinis tyrimų metodikos specialistas W. Donsbachas pabrėžia, kad galimos įtakos yra minimalios, jas pervertina politikai ar patys tyrėjai (Donsbach 2001: 1).

Apklausoje įvairiose šalyse rodo, kad daugelis gyventojų nesutinka su visuomenės nuomonės rezultatų skelbimo draudimu rinkiminės kampanijos metu (Smith 2004: 218).

Lietuvoje nėra ypatingesnių ribojimų skelbti priešrinkiminių apklausų rezultatus, tačiau yra nerašytinis susitarimas, kad duomenys nebepublikuojami tada, kai yra nutraukiama priešrinkiminė agitacija. Nėra ribojimų ir tematiniu požiūriu. Žinoma, egzistuoja tyrėjų savikontrolė, padedanti išvengti neetiškų, provokuojančių klausimų.

VISUOMENĖS NUOMONĖS TYRIMŲ GLOBALIZACIJA

Pirmiausia globalizuojami rinkos tyrimai, nes globaliems prekiniam ženklu ir gamintojams būtina žinoti rinkos ypatumus įvairiose šalyse ir regionuose. Šis procesas yra lėtesnis visuomenės nuomonės ir sociologiniuose tyrimuose, nes šie sektoriai turi mažesnius finansinius resursus. Ir visgi tarptautinių ir netgi globalių tyrimų daugėja. Paminėsime kai kuriuos iš jų.

Globalbarometer (www.globalbarometer.net). Tiriama demokratizacijos ir modernizacijos procesai, politinė kultūra besivystančiose šalyse: Afrikoje, Rytų ir Pietų Azijoje, Vidurio ir Pietų Amerikoje, Viduriniuose Rytuose, Karibų regione. Globalų barometrą sudaro keturi atskiri projektai: *Asian Barometer*, *Afro Barometer*, *Latino Barometer* ir *Arab Barometer*. Šis projektas neturi griežtos organizacinės struktūros.

Gallup World Poll (www.gallup.com). Nuo 2005 m. viena garsiausių visuomenės nuomonės tyrimų centrų *Gallup* atlieka tyrimus 140 šalių; anketoje yra šimtai indikatorius, iš kurių

konstruojami įvairūs indeksai: Darbo indeksas, Ekonomikos, Gerbūvio, Religinumo, Korupcijos, Tolerancijos ir kiti indeksai.

The Voice of the People (www.voice-of-the-people.net). Nuo 2002 m. *Gallup International* atlieka tyrimus 60 šalių. Klausimai liečia įvairias problemas: aplinkosaugą, terorizmą, globalizaciją, valstybės valdymą ir t. t. Tyrimas atliekamas kartą per metus.

Eurobarometras (ec.europa.eu/public_opinion/index.en.htm) nėra globalus projektas, tačiau jis ypač svarbus Europos Sąjungoms šalims. Visuomenės nuomonės tyrimai Europos Bendrijos šalyse buvo pradėti 1973 m., juos finansavo ir finansuoja Europos Komisija. Standartinis Eurobarometras atliekamas du kartus per metus, klausimai kartojasi, todėl galima matyti nuomonių kaitą. Specialūs Eurobarometrai yra skirti kokiai nors aktualiai temai, pvz., požiūriui į klimato kaitą, į Europarlamento rinkimus, vartotojų teisių apsaugą ir pan., ir yra gana išsamūs. Dar viena Eurobarometrų rūšis apima nedaug klausimų, todėl apklausama labai operatyviai telefonu („flash eurobarometer“). Eurobarometras yra turtingiausias informacijos šaltinis apie Europos Sąjungos šalių gyventojų nuomones.

Daugelyje pasaulio šalių atliekami ir akademinio pobūdžio tyrimai: Pasaulinis vertybių tyrimas (www.worldvaluessurvey.org), Palyginamasis rinkiminių sistemų tyrimas (www.umich.edu/~cses), Europos socialinis tyrimas (www.issp.org), *Transparency International Global Corruption barometer* (www.transparency.org).

Palyginamųjų tarptautinių ir globalių tyrimų nauda yra akivaizdi: tokių tyrimų duomenys padeda įvertinti situaciją pasaulyje, geriau pažinti savo šalies problemas. Tačiau atliekant globalizuotus tyrimus susiduriama su metodinio palyginimo, anketoje vartojamų žodžių / sąvokų prasminio konteksto ir vertimo problemomis (Heath, Fisher, Smith 2005: 321). Metodiniu požiūriu tyrimai skiriasi pagal atlikimo būdą – akivaizdinis ar telefoninis interviu (telefoninis interviu neaprepia visos tiriamųjų aibės).

2007 m. „Vilmorus“ *Transparency International* užsakymu atliko gyventojų apklausą apie korupciją. Nemažas klausimų blokas buvo skirtas kyšiams už vandenį. Tai aktualu trečiojo pasaulio šalims, tačiau Lietuvoje tokie klausimai kėlė nuostabą. Vienas iš vandens tiekimo būdų – vandens nešiotojai gatvėje – buvo tiesiog sunkiai išverčiamas ir sunkiai suprantamas.

Problemų kyla verčiant kiekvieną anketą. Tarptautiniame kontekste netikslus vertimas gali lemti klaidingus šalies vertinimus. Pvz., kažkada Eurobarometro apklausose Lietuva pirmavo pagal didelių mokesčių problemos minėjimą. Daugeliui užsieniečių atrodė, kad Lietuvos gyventojai yra labai liberalūs ir siekia sumažinti verslo mokesčius. Iš tikrųjų angliškas „tax“ yra verčiamas kaip „mokesčiai“, bet lietuviškame kontekste šio žodžio pirma reikšmė (jei tai problemų sąrašas) yra „komunaliniai mokesčiai“ už dujas, elektrą, vandenį.

METODIKOS IR METODOLOGIJOS KAITA

Klasikinis reprezentatyvus visuomenės nuomonės tyrimas – tai akivaizdinė apklausa, kai tikimybiškai atrenkamas namų ūkis, o jame – respondentas. Dėl didelės savikainos Vakarų šalyse šis metodas naudojamas vis rečiau. Atliekant tokias apklausas nemažai problemų kyla ir Lietuvoje. Paminėsime tas, kurios tapo aktualiomis ne taip ir seniai.

Pirmiausia – interviuotojų problema. Jei prieš dešimtmetį į vieną laisvą interviuotojo vietą pretendavo dešimtys kandidatų ir tai leido atrinkti tinkamiausią šiam darbui, tai 2007–2008 m. dėl išnykusios bedarbystės buvo sunku rasti interviuotojų, pablogėjo apklausų kokybė. 2009 m. ekonominė krizė vėl pakeitė situaciją. Antra problema – gyvenamųjų rajonų decentralizacija. Šalia miestų kuriasi nauji rajonai, statomi būstai priemiesčio soduose. Tokiose vietovėse atlikti apklausą yra kur kas sunkiau negu miegamuosiuose daugiabučių rajonuose.

Trečia problema taip pat susijusi su butais: daugelyje daugiabučių įrengtos kodinės spynos gerokai apsunkina patekimą į laiptinę.

Šios palyginti nesenos, taip pat ir seniai žinomos problemos (pvz., interviuotojų saugumas vakarais, darbas lyjant ar sningant) verčia ieškoti alternatyvių apklausų būdų.

Viena iš alternatyvų – telefoninės apklausos. Šis apklausų metodas labai senas, tačiau ir čia vyko ir vyksta pokyčiai, nes atsirado mobilieji telefonai. 1995 m. fiksuoto ryšio telefonus turėjo apie 70 % šeimų („Vilmorus“ apklausa, 1995 m. vasaris, n = 974). Eurobarometro duomenimis (Special Eurobarometer № 293), fiksuoto ryšio telefonus 2007 m. lapkritį turėjo tik 33 % respondentų². Tai vienas mažiausių fiksuoto ryšio telefonizacijos lygių Europos Sąjungoje (vidurkis – 70 %, Švedijoje – 96 %, Nyderlanduose – 91 %, Prancūzijoje – 82 %, Vokietijoje – 81 %). Esant tokiai žemai skvarbai, tradicinės telefoninės gyventojų apklausos nebeįmanomos, nes ne tik neužtikrinama vienoda tikimybė patekti į atranką, bet ir fiksuojamos didelės sisteminės paklaidos: tradicinius telefonus dažniau turi pagyvenę ir turintys didesnes pajamas konservatyvūs gyventojai.

Kita vertus, Lietuva 2005 m. Europos Sąjungoje užėmė antrąją vietą po Liuksemburgo pagal naudojamų mobiliųjų telefonų kortelių skaičių: 100 gyventojų tenka 127 aktyvios kortelės. Eurobarometro duomenimis (Special Eurobarometer № 293), 83 % namų ūkių Lietuvoje turėjo bent vieną mobilųjį telefoną (2007 m. lapkritis). 2008 m. rugsėjį atlikta apklausa atskleidė, kad 79 % respondentų yra pasiekiami mobiliuoju telefonu („Vilmorus“ apklausa, n = 1000). Taigi šiuo metu mobiliaisiais telefonais galima atlikti pakankamai reprezentatyvias apklausas. Siekiant dar labiau padidinti reprezentatyvumą, papildomai galima apklausti nedidelę dalį respondentų, kurie naudojami fiksuoto ryšio telefonu ir nesinaudoja mobiliuoju.

Apklausų mobiliaisiais telefonais privalumas – respondentai praktiškai visada yra pasiekiami. Žinoma, kaip ir tradicinio telefono atveju, vertėtų skambinti nedarbo metu ir ne per vėlai. Galima susitarti dėl patogaus respondentui interviu laiko.

Apklausų mobiliaisiais telefonais trūkumai:

1. Skambutis gali trikdyti respondentą, jei jis automobilyje, bendrauja su draugais ir pan. Sunku pasakyti, kuris telefonas – fiksuoto ryšio ar mobilusis – yra didesnė privačios erdvės dalis, tačiau būna situacijų, kai skambutis į mobilųjį telefoną labiau trikdo nei skambutis į fiksuoto ryšio telefoną. 2. Skirtingai nuo fiksuoto ryšio abonentų, mobiliojo ryšio telefonų numeriai neskelbiami telefonų knygoje, todėl naudojamas atsitiktinių skaičių generatorius, o tokiu atveju dalis numerių priklausys įmonėms ar įstaigoms. Be to, tikimybė patekti į atranką respondentui, turinčiam du mobiliuosius telefonus, padvigubėja. 3. Nėra galimybės atrinkti konkretaus miesto ar rajono numerius. Įmanomos tik visos šalies apklausos. Šiuo atveju atranka yra paprasta tikimybinė, o ne proporcinė (kai teritoriniai objektai patenka į atranką), suteikianti didesnę tikslumą.

Kita sparčiai besivystanti technologija – vartotojų internetiniai paneliai (ESOMAR 2005). Jų esmė yra ta, kad respondentas klausimus gauna internetu, taip pat siunčiami ir atsakymai. Pirmiausia yra suformuojamas respondentų panelis. Praktiškai visais atvejais panelio nariai už atsakymus gauna atlygį, atsiskaitymo formos labai įvairios – dovanos ar piniginis atlygis. Respondentas gali užsiregistruoti įvairių tyrimo firmų portaluose pats, tačiau vertingesni yra tie respondentai, kurie buvo surasti pačių tyrėjų, pvz., telefonu (jie yra kiek arčiau vidutinio respondento).

² Viena sumažėjusios skvarbos priežasčių buvo ryškus kainų už pokalbius kilimas privatizavus Telekomą 1998 m. (Žukas 2000: 147).

Tokiems tyrimams yra labai svarbus internetizacijos lygis šalyje. Eurobarometro duomenimis, 2007 m. lapkritį 36 % šeimų Lietuvoje turėjo interneto prieigą (Special Eurobarometer, No 293); daugelyje šalių interneto prieigą turi kur kas daugiau žmonių (Nyderlanduose – 86 %, Danijoje – 80 %). Taigi interneto skvarbos šiuo metu nepakanka gyventojus reprezentuojantiems tyrimams Lietuvoje. Tačiau rinkos tyrimuose yra kitų uždavinių, kuriems nebūtinai reikalingas reprezentatyvumas, todėl vartotojų internetiniai paneliai sparčiai plėtojasi, yra jų ir Lietuvoje.

Pagrindiniai šio metodo privalumai: 1) žema apklausų kaina, 2) operatyvumas, 3) galimybė rodyti vaizdinę informaciją. Tačiau yra ir labai svarbus trūkumas, būdingas visiems paneliniams tyrimams, – apmokymo efektas. Tai reiškia, kad nuolat klausinėjamas žmogus tampa įvairių sričių žinovu, jo nuomonė vis labiau skiriasi nuo vidutinio respondento. Kad atsipirktų respondento rekrutavimo kaštai, apmokėjimo logistika, tas pats respondentas apklausiamas gana dažnai. Šiuo metu vartotojų paneliai yra labai populiarūs internetizuotose šalyse. Dažniausiai taip atliekami rinkos tyrimai, tačiau tokiu metodu tiriama ir visuomenės nuomonė.

IŠVADOS

Per dvidešimt metų visuomenės nuomonės tyrimų rezultatai tapo neatsiejama Lietuvos visuomeninio ir politinio gyvenimo institucija. Pagrindinės tyrimų funkcijos – visuomenės savirefleksija, demokratiška paprastų žmonių nuomonės išraiška, grįžtamasis ryšys tarp gyventojų ir valstybės institucijų – per du dešimtmečius nepakito, tačiau tyrimų svarba ir požiūris į juos įvairiais periodais keitėsi: 1989–1990 m. buvo labai pasitikima tyrimų duomenimis, jais remiamasi; 1991–1992 m. įvyko tam tikras nusivylimas, nes rezultatai jau nebebuvo idealizuoti kaip anksčiau; 1993–1996 m. vyravo kritiškas požiūris į tyrimų metodiką ir metodologiją; 1997–1998 m. išaugo tyrimų reikšmė priimant svarbius sprendimus; 1999–2000 m. visuomenės nuomonės tyrimų rezultatų vaidmuo kartais būdavo ir pervertinamas; 2001–2003 m. ypač daug dėmesio buvo skiriama euroreferendumo tematikai, vėliau – didelių projektų, ypač iš ES struktūrinių fondų finansuojamų, efektyvumo matavimui.

Pasaulyje mažėja visuomenės nuomonės tyrimo draudžiamų tematikų. Pagrindiniai draudimai liečia priešrinkiminių rezultatų skelbimą. Lietuvoje nėra jokių ribojimų tyrimams ar publikavimui, pagal nerašytą susitarimą duomenys nėra skelbiami parą iki rinkimų ir rinkimų dieną.

Visuomenės nuomonės tyrimai globalizuojami, duomenys iš Lietuvos pateikiami daugelyje tarptautinių projektų, iš kurių išsamiausias yra Eurobarometras.

Per dvidešimt metų kito galimybės vykdyti tyrimus ir tie pokyčiai neretai buvo neigiami: respondentai mažiau domisi tyrimais, sumažėjo interviuotojų darbo prestižas, sunkiau patekti pas respondentą. Dėl iš esmės sumažėjusios laidinių telefonų skvarbos telefoninės apklausos pasižymi nemenkomis sisteminėmis paklaidomis, o apklausos mobiliisiais telefonais patiria sunkumų. Populiarijanti internetinė apklausa šiuo metu yra nereprezentatyvi.

Literatūra

1. Donsbach, W. 2001. *Who's Afraid of Election Polls?* Amsterdam: ESOMAR / WAPOR.
2. ESOMAR / WAPOR. 1996. *The Freedom to Publish Opinion Poll Results*. Amsterdam: ESOMAR / WAPOR.
3. ESOMAR / WAPOR. 2003. *The Freedom to Publish Opinion Poll Results*. Amsterdam: ESOMAR / WAPOR.
4. ESOMAR. 2005. *Conducting Market and Opinion Research Using the Internet*. Amsterdam: ESOMAR.
5. Gaidys, V.; Tureikytė, D. 1994. *Nuomonės 1989–1994*. Vilnius: Viešosios nuomonės tyrimų centras.
6. Gaidys, V.; Tureikytė, D. 1991. Viešoji nuomonė: tyrimo problemos, *Filosofija, sociologija* 1(4): 100–111.
7. Gaidys, V.; Tureikytė, D. 1997. Visuomenės nuomonės tyrimai, *Sociologija. Mintis ir veiksmas* 1: 115–124.
8. Gaidys, V. 2003. „Vilmorus“ visuomenės nuomonės tyrimai 1993–2003 m.“, in *Iš Lietuvos sociologijos istorijos*, 4 kn., red. A. Vosyliūtė. Vilnius: Socialinių tyrimų institutas, Lietuvos sociologų draugija.
9. Gallup, G. 1948. *A Guide to Public Opinion Polls*. Princeton: Princeton University Press.
10. Heath, A.; Fisher, S.; Smith, Sh. 2005. “The Globalization of Public Opinion Research”, *Working paper* 109. Oxford: University of Oxford, Centre for Research into Elections and Social Trends.
11. Smith, T. 2004. “Freedom to conduct public opinion polls around the world”, *International Journal of Public Opinion Research* 16(2).
12. Žukas, S. 2000. „Pasitikėjimas – vieno privatizavimo istorija“, in *Socialiniai pokyčiai: Lietuva, 1990–1998*. Vilnius: Garnelis.

VLADAS GAIDYS

Public opinion polls in a changing society

Summary

Public opinion as an institution and the methodological peculiarities of research in the present time are analysed. A periodisation of public opinion polls for 20 years is proposed – seven periods in total. The periods are distinguished according to the role of public opinion, attitudes towards public opinion, the contents of polls. The classification is subjective; it is based on the practical author's experience in public opinion research. The functions of public opinion research are discussed, the typology of the clients of public opinion polls is presented, the main directions of criticism of public opinion polls are shown. Also, the freedom to publish the results of public opinion polls and the globalization of public opinion research are discussed. Changes in the research methodology over 20 years and the problems of compiling data archives are explored.

Key words: public opinion polls, periodisation of research, freedom to publish results of polls, globalisation, research methodology