Реакција на текст Ђорђа Вукадиновића

Пише: Срђан Богосављевић
петак, 20 јануар 2012 00:12

Ђорђе Вукадиновић у тексту „Огледалце, огледалце…", објављеном у „Политици", од 17. јануара 2012, инсинуира да је Канцеларије за придруживања Европској унији наручила резултате – а не истраживање о ставу грађана према ЕУ. Мени то изгледа да каже да је канцеларија некога подмитила, и да је подмићена истраживачка кућа која је спровела то истраживање – а то је „Ипсос стратеџик маркетинг".

Пожурио сам пре Милице Делевић, директорке канцеларије, која је на службеном путу, да одговорим, као директор агенције која је радила истраживање. Најежим се када се, као између редова, а заправо олако, квалификује озбиљан посао као некаква мутна радња.

Боже, како се лако игра аргументацијом. Наведени аргументи не заслужују пажњу – напросто зато што аутор тог текста и сам наводи како су субјективни утисци непоуздани, али његов субјективан утисак је такав да „нема апсолутно никакве сумње да је тренутна подршка уласку Србије у ЕУ пала испод 50 одсто". И наравно ауторово „искусно око већ при летимичном погледу на неке резултате доста лако може да реконструише, не само наручиоца него и степен евентуалног закривљења". Могао бих веома дуго и веома детаљно показивати колико је све што је речено нетачно, исконструисано, можда и злонамерно, а уз мало сопствене злурадости се запитати да ли неко ко се „делимично и сам упустио у те воде" има таква лична искуства да му све што је рекао не пара уши и да му делује сасвим природно да неко даје, а неко прима новце да би фалсификовао резултате истраживања?! Па, ако неко хоће да лаже и конструише, неће ваљда да троши новац на истраживања, то може и без спровођења истраживања.

Нећу дуго и детаљно – јер, напросто није тачна реченице из које је све изведено о кључном налазу „да је подршка уласку у ЕУ 'порасла у односу на претходно

истраживање од пре шест месеци'". Пала је! Значајно је пала! Порасла је у односу на мерење које је обављено непосредно после боравка канцеларке Меркел у Србији, њених порука и медијске кампање која је те поруке пратила.

О томе да ли је наше измерено на 51одсто на основу методологије, која је и научно јасна и искуствено проверена и лако објашњива, или ауторовог немања сумње да је „тренутна подршка уласку Србије у ЕУ пала испод 50 одсто", тек нема смисла дискутовати. И површни познавалац статистике зна да узроци ове величине имају статистичку грешку већу од 3 одсто и да, на пример, наше измерено 51одсто и 49 одсто (што је мање од 50 одсто) нису статистички значајно различити. Ма не треба ни велико статистичко знање да се може рећи и за једно и за друго да је „негде око половине". Међутим, трендови су и много поузданији и много илустративнији. А трендови показују веома логично кретање (о овоме другом приликом).

Нећу се бавити тиме како ми није јасно да неко ко зна како се ради једно истраживање, и ко зна колико је људи умешано у тај рад, може да помисли да се могу „фабриковати" подаци; да неко ко зна колико је важно знати такве податке помисли да је неко хтео да његово истраживање буде „закривљено". Нећу се чак позивати на чињеницу да је „Ипсос стратеџик маркетинг" већ 15 година убедљиво највећа агенција на Балкану која се бави тржишним, медијским и друштвеним истраживањима и да ради искључиво на тржишту које процењује вредност тог рада тако што је фирма не само стално највећа него расте из године у годину. Али хоћу да поручим нешто као човек који је цео свој дуги стручни живот посветио статистичким истраживањима: ако аутор текста „Огледалце, огледалце…" узима себи улогу арбитра о истраживањима и са стручне и са моралне тачке гледишта, и ако већ делимично и сам спроводи истраживања, иако пре текста није нашао за потребно да провери своја сазнања о истраживању које критикује – спреман сам да му покажем на којим теоријским и практичним основама се раде узорачка истраживања, као и да му покажем детаље истраживања које није разумео или видео, али је искористио за промоцију сопствених теза, и о истраживањима, и о подршци коју ужива ЕУ. Ја стварно не верујем да је гледао себе у огледалу, већ да је брзоплето и неопрезно написао текст с којим невољно полемишем.

(Аутор је директор Ипсос Стратеџик Маркетинга)