



Η αποχή θα καθορίσει το εκλογικό αποτέλεσμα

ΟΛΥΜΠΙΟΣ ΤΟΥΜΑΖΟΣ: Οι πολιτικοί φέρνουν τη νίκη, όχι οι επικοινωνιολόγοι στις εκλογικές αναμετρήσεις

Το μήνυμα που στέλνει η νεολαία μέσω της αποχής και της απαξίωσης για τους πολιτικούς είναι μήνυμα ελπίδας, σύμφωνα με τον διευθυντή της εταιρείας ερευνών RAI, Ολύμπιο Τουμάζο. Κατηγορηματικά δηλώνει πως η χειρότερη περίοδος που περνά η βιομηχανία των δημοσκοπήσεων είναι αυτή η προεκλογική και γι' αυτό ευθύνονται οι εταιρείες των δημοσκοπήσεων, η ΜΜΕ και οι πολιτικοί.

Μέρα εκπλήξεων η σημερινή; Αν με ρωτούσε πριν ένα μήνα θα έλεγα ότι πιθανόν να ήταν. Όχι πλέον, θα έχουμε μια από τα ίδια, χωρίς μεγάλες διαφοροποιήσεις. Αναμένουμε βέβαια να δούμε τους νέους κομματικούς σχηματισμούς, οι οποίοι επειδή δεν ήταν παρόντες στις προηγούμενες εκλογές, είναι πολύ πιο δύσκολο να προβλέψουμε τα ποσοστά τους.

Η αποχή προβλέπεται να είναι ο μεγάλος νικητής; Ένα από τα πιο δύσκολα στοιχεία μέτρησης στις δημοσκοπήσεις είναι το μέγεθος της αποχής. Είναι σίγουρο ότι η αποχή θα είναι πιο μεγάλη από ό,τι ήταν στις προηγούμενες βουλευτικές. Το ενδιαφέρον είναι πόσο θα πλησιάζει το 20% που βλέπουμε στις δημοσκοπήσεις. Αυτό κάνει ακόμη πιο δύσκολες τις προβλέψεις για τα ποσοστά των κομμάτων. Η αποχή μπορεί να καθορίσει το τελικό αποτέλεσμα, από την άποψη ότι υπάρχουν πολλοί αστάθμητοι παράγοντες που την καθορίζουν.

Ποιο θα είναι το πρώτο κόμμα; Μέχρι τώρα φαίνεται να είναι ο ΔΗΣΥ με μικρή διαφορά από το ΑΚΕΛ, που είναι μέσα στα πλαίσια του στατιστικού λάθους και μπορεί να ανατραπεί.

Το μεγάλο στοίχημα είναι οι έδρες στη Βουλή ... και η εν δυνάμει προεδρία της Βουλής;

Και οι συμμαχίες για την προεδρία της Δημοκρατίας; Ας μείνουμε στις βουλευτικές εκλογές. Σίγουρα ένα από τα πιο ενδιαφέροντα στοιχεία είναι η κατανομή



ΦΩΤ. Α. ΜΑΛΙΝΔΗ

Η μεγάλη κόπωση μπορεί να οδηγήσει σε λάθος

Στις προεδρικές οι δημοσκοπήσεις δεν βρίσκουν το αποτέλεσμα, μπορεί να ζήσουμε και σε αυτές τις εκλογές κάτι ανάλογο; Υπάρχει ο αστάθμητος παράγοντας της αποχής, ένα φαινόμενο που δεν μπορεί κανείς να το αντιμετωπίσει στις δημοσκοπήσεις. Σίγουρα καταγράφεται μια τάση για μεγάλη αποχή, η οποία θα επηρεάσει το τελικό αποτέλεσμα. Υπάρχει το θέμα της κόπωσης που μπορεί να οδηγήσει ένα μέρος του εκλογικού σώματος να μην αποκαλύψει σε μια δημοσκόπηση τις πραγματικές του προθέσεις. Υπάρχει η μεγάλη κόπωση η οποία μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα στατιστικού λάθους όσον αφορά τις προβλέψεις, διότι οδηγεί σε χαμηλή ανταπόκριση, με αποτέλεσμα να μην έχουμε αντιπροσωπευτικό δείγμα. Γι' αυτό δεν μπορώ να αποκλείσω κάποιες εκπλήξεις και ελπίζω να μας γίνει μάθημα η περίοδος αυτή για το μέλλον.

Μαγειρεύονται δημοσκοπήσεις; Οποιαδήποτε εταιρεία δημοσκόπηση, ξέρει ότι αυτό θα είναι το τέλος της εμπορικής. Εκείνο που δημιουργεί πρόβλημα είναι η ξαφνική παρουσία εταιρειών λίγο πριν τις εκλογές ή η παρουσίαση δημοσκοπήσεων χωρίς να αναφέρονται τα στοιχεία που είπαμε πιο πριν.

Το Wikileaks υποστηρίζει ότι οι δημοσκοπήσεις των προεδρικών ήταν μαγειρεμένες. Έστειλε ο πρόεδρος της Αμερικής στο Στέιτ Ντιπάρτμεντ αναφορά για τις προεδρικές και την αποτυχία Τάσου Παπαδόπουλου να περάσει στο δεύτερο γύρο. Τα σχόλια έχουν στίγματα αλήθειας αλλά και μεγάλης υπερβολής. Κάποια από τα δεδομένα που αναφέρθηκαν, όπως το φαινόμενο της κουρτίνας, που λέμε εμείς οι δημοσκόποι, την ώρα που κλείνεις την κουρτίνα για να ψηφίσεις, τότε αποφασίζεις. Το φαινόμενο της αποχής, το γεγονός ότι σε καθοριστικές περιόδους όπως το δημοψήφισμα οδήγησε πολύ κόσμο να μην αποκαλύπτει τις προθέσεις του στις δημοσκοπήσεις, μπορεί να δυσκολέψουν την πρόγνωση. Την περίοδο των προεδρικών υπήρξε πληθώρα δημοσκοπήσεων, αυτές που δεν διεξάγονταν με τον πιο επιστημονικό τρόπο ακολουθούσαν αυτούς που καθορίζουν την ατζέντα των δημοσκοπήσεων, τις μεγάλες εταιρείες, γι' αυτό παρατηρήθηκε το φαινόμενο πολλές να συγκλίνουν.

Δεν έχουν βρει το κουμπί που θα συγκινήσει τους νέους για να μετέχουν στο πολιτικό γίγνεσθαι

των εδρών, και μια βδομάδα πριν τις εκλογές φαίνεται ότι πιθανόν να έχουμε μια «κρεμσμένη» Βουλή, όπου οι δυο εν δυνάμει μεγάλοι σχηματισμοί να έχουν περίπου ίσο αριθμό εδρών. Σε τέτοια περίπτωση αναβαθμίζεται ο ρόλος των μικρών κομμάτων, Οικολόγων και ΕΥΡΩΚΟ, που ουσιαστικά θα κρίνουν προς τα πού θα γυρίσει η πλάστιγγα για την εκλογή του νέου προέδρου της Βουλής.

Η αποχή, η απαξίωση για την πολιτική, η άρνηση πολλών νέων ψηφοφόρων να γραφτούν στους εκλογικούς καταλόγους, είναι χαρακτηριστικά αυτής της προεκλογικής. Το ενδιαφέρον για τις εκλογές περιορίζεται κάτω από το 50%, ένα φαινόμενο που πρώτη φορά παρουσιάζεται τόσο έντονα στην Κύπρο. Το ενδιαφέρον των νέων για τις εκλογές είναι μηδαμικό και έχουν αποστασιοποιηθεί και απαξιωθεί την πολιτική σε βαθμό εκπληκτικά υψηλό, που ξεπερνά το 70%.

Τι ενδιαφέρει τους νέους; Μια σειρά από άλλα θέματα, και ίσως αυτό να εξηγήσει την απαξίωση της πολιτικής. Κάποιοι ενδιαφέρονται για την επαγγελματική τους αποκατάσταση, για θέματα περιβάλλοντος, για διατήρηση της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς. Με τα επόμενα ενδιαφέροντα των νέων δεν καταπίπτει κανένας πολιτικός, και δεν έχουν βρει το κουμπί που θα συγκινήσει τους νέους για να μετέχουν στο πολιτικό γίγνεσθαι.

Η χρήση των νέων μέσων όπως facebook κλπ δεν βοηθά; Για τα κακά νέα ουδέποτε ευθύνεται ο ταχυδρόμος. Αν τα μηνύματα δεν είναι σωστά, δεν ευθύνονται τα μέσα. Σε δέκα χρόνια το ποσοστό αποχής θα είναι ακόμα πιο υψηλό. Καιρός να προβληματίσει τους πολιτικούς τι πρέπει να γίνει για να έχουμε ενεργούς πολίτες, διαφορετικά θα εναποθέσουμε τη μοίρα του τόπου σε ανθρώπους που είναι επαγγελματίες πολιτικοί, με όλα τα αρνητικά επακόλουθα. Τα οικονομικά προβλήματα, την ανεργία, των μεταναστών, οδηγούν συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές και δημογραφικές ομάδες σε κάποια απαξίωση. Παραδοσιακά όλη η συζήτηση των πολιτικών

Πολυδάπανες εκστρατείες οδηγούν στην απαξίωση

Ένα άλλο χαρακτηριστικό αυτής της προεκλογικής είναι οι πολυδάπανες εκστρατείες. Υπάρχουν 2-3 σημεία στις προεκλογικές των υποψηφίων. Το θετικό είναι ότι σε προηγούμενες προεκλογικές περιόδους είχαμε αρκετή αφισκόλληση, πράγμα που δεν υπάρχει σήμερα. Το αρνητικό είναι οι τεράστιες σφισές, που πιστεύω ότι δεν κάνουν τόση μεγάλη διαφορά, αντίθετα κοστίζουν πολλά λεφτά. Εκτός από την αισθητική, υπάρχει και το οικονομικό. **Πόσα ξοδεύει μέσο όρο ένας υποψήφιος;** Γύρω στις εκατόν χιλιάδες ευρώ. Υπάρχουν υποψήφιοι που θα ξεπεράσουν τις 200 χιλιάδες. Τι μας λέει αυτή η συμπεριφορά για τους υποψηφίους; Ότι είναι άνθρωποι συγκεκριμένου οικονομικού βελτοκούς ή θα έχουν εξαρτήσεις, οι οποίες αυτή τη στιγμή δεν αναδεικνύονται και πιθανόν να φανούν αν εκλεγούν μέσα από τη δράση τους στη Βουλή. Και τα δύο δεν είναι καθόλου θετικά.

Υπάρχει νομοθεσία που λέει 30 χιλιάδες ευρώ. Ναι, αλλά εγώ πιστεύω ότι πρέπει να υπάρξει περισσότερη διαφάνεια, εθελοντικά από τους ίδιους τους πολιτικούς, διότι είναι ένα από τα θέματα που οδηγούν στην απαξίωση της πολιτικής.

Μήπως είναι ουτοπία αυτό που ζητάτε; Όχι, είναι ο μόνος τρόπος. Αν 3-4 σσοί πολιτικοί δημοσιοποιήσουν τα έξοδά τους, θα βάλουν πίεση και στους υπόλοιπους. Γι' αυτό δεν είναι θέμα νομοθεσίας αλλά αυτορρύθμισης, και εγώ θα χειροκροτώ τους πολιτικούς που θα τολμήσουν να δώσουν τα έξοδά τους στη δημοσιότητα.

Βλέπεται να έχουμε τέτοιους πολιτικούς; Ο χρόνος θα το δείξει. Προσδοκώ. **Εκλέγεται κάποιος με τέτοιες δαπάνες εκστρατείας;** Όταν σε μια επαρχία εκλέγεται κάποιος με 500 σταυρούς προτίμησης, ναι, τα ποσά που ξοδεύει κάποιος μπορούν να κάνουν τη διαφορά.



περιοριζόταν στα θέματα του κυπριακού προβλήματος. Για πρώτη φορά φέτος είδαμε να συζητούνται θέματα οικονομίας, αλλά με ένα τρόπο γενικό, χωρίς να προτείνονται συγκεκριμένες λύσεις, και αυτό οδηγεί σε περισσότερη απογοήτευση και αύξηση της αποχής.

Και για το Κυπριακό υπάρχει μια αδιαφορία; Θα έλεγα μια μεγάλη απαισιοδοξία παρά αδιαφορία. Μόνο ένας στους πέντε Κύπριους αναμένει ότι η παρούσα διαδικασία θα οδηγήσει σε λύση. Ακόμα και μια ενδεχόμενη λύση έχει εντελώς απαξιωθεί, είτε λόγω των προβλημάτων που μπορεί να υπάρχουν, είτε λόγω του ότι υπάρχει η εντύπωση ότι μια λύση μπορεί να μην είναι προς όφελος της Κύπρου τη δεδομένη στιγμή. Ακόμα και η συζήτηση για το Κυπριακό, λόγω του ότι δεν υπάρχουν συγκεκριμένες προτάσεις για να βγούμε από το αδιέξοδο που βρισκόμαστε, οδηγεί στην απαξίωση, την αδιαφορία και την αποχή.

Ο τρόπος που μιλούν οι πολιτικοί δεν αγγίζει τον κόσμο; Δεν είναι θέμα γλώσσας, αλλά θέσεων. Υπάρχει μια σειρά από προβλήματα τα οποία αντιμετωπίζει ο μέσος Κύπριος. Πάρα πολλά από αυτά δεν έχουν συζητηθεί ούτε έχουν προταθεί συγκεκριμένες λύσεις. Αντίθετα επικεντρωθήκαμε σε θέματα Κυπριακού που δεν αγγίζουν την καθημερινή μας

ζωή και παράλληλα οι προτάσεις που υπάρχουν για τα προβλήματα της καθημερινότητας είναι γενικόλογες, και ως εκ τούτου δεν είναι κάτι το οποίο μπορεί να δημιουργήσει ένα αίσθημα αισιοδοξίας.

Ο ψηφοφόρος έγινε πιο απαιτητικός; Εδώ ταιριάζει ένας παραλληλισμός πολιτικής και ποδοσφαίρου. Ενώ προηγουμένως οι ποδοσφαιριστές έπαιζαν για τη φανέλα, έχουμε φτάσει σε ένα στάδιο όπου η πολιτική, όπως και το ποδόσφαιρο, είναι επαγγελματική ενασχόληση. Τα θέματα που συζητούσαν τους φιλάθλους στο παρελθόν, αλλά και τους πολιτικούς, είχαν να κάνουν με τη φανέλα, την ιδεολογία, με την ψυχική, ενώ σήμερα είναι πολύ πιο πραγματιστική η προσέγγιση. Δεν λέω ότι αυτό είναι κατ' ανάγκη κακό, απλώς είναι διαφορετικό το πλαίσιο μέσα στο οποίο ασκείται η πολιτική και παίζεται το ποδόσφαιρο.

Έχουμε πολιτική ελαστικότητα μέσω επικοινωνιολόγων; Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι οι επικοινωνιολόγοι παίζουν καθοριστικό ρόλο, όχι μόνο στην έκφραση της πολιτικής αλλά και στον καθορισμό των θεμάτων τα οποία θα προβάλλουν προς τα έξω οι κομματικοί σχηματισμοί. Από τη μια είναι θετικό διότι οι επικοινωνιολόγοι προσπαθούν να δουν τι ζητά η κοινή γνώμη και να επικεντρωθούν σε αυτό. Αλλά από την άλλη αφαιρούν το αυθεντικό κομμάτι που μπορεί να αναδείξει τη δυνατότητα ελπίδας μιας ιδεολογίας ή τη διορατικότητα ενός πολιτικού.

Ένας καλός επικοινωνιολόγος μπορεί να φέρει τη νίκη; Πιστεύω πως όχι. Είναι οι πολιτικοί που φέρνουν τη νίκη, όχι οι επικοινωνιολόγοι. Το τι μπορεί να κάνει ένας καλός επικοινωνιολόγος είναι να βελτιώσει τον τρόπο που εκφράζονται οι συγκεκριμένες πολιτικές θέσεις για να είναι πιο αποτελεσματικές. Αλλά αν δεν υπάρχει ουσία σε μια θέση, ένας επικοινωνιολόγος δεν μπορεί να κάνει θαύματα.

Η παρουσία στα ΜΜΕ φέρνει ψήφους, ή ο Κύπριος θέλει την προσωπική επαφή; Σε μια από τις πρόσφατες δημοσκοπήσεις μας θέσαμε το ερώτημα πόσο θα επηρέαζε η προσωπική επαφή την απόφαση τους να ψηφίσουν το συγκεκριμένο άτομο. Μέσα από τις απαντήσεις καταγράφουμε τις αλλαγές που υπάρχουν στην συμπεριφορά του εκλογικού σώματος. Πολύ μικρό ποσοστό, κάτω από 10%, είπε ότι θα επηρέαζε. Σίγουρα σε σχέση με το παρελθόν βλέπουμε ένα περιορισμό της σημασίας που έχουν οι προσωπικές επαφές. Είναι τρομερά αναβαθμισμένος ο ρόλος των ΜΜΕ, γι' αυτό και βλέπουμε πολιτικούς που λόγω της τριβής τους στα ΜΜΕ πριν την έναρξη της προεκλογικής περιόδου, έχουν ένα πλεονέκτημα. Κατά την προεκλογική περίοδο η παρακολούθηση των πολιτικών προγραμμάτων είναι πολύ περιορισμένη, έτσι και να έχεις ουσιαστική πα-

ρουσία τους τελευταίους μήνες, δεν κάνει τόση διαφορά όσο η αναγνωσιμότητα και η παρουσία στα μέσα πριν την προεκλογική.

Μετακινείται ο Κύπριος ψηφοφόρος; Είχαμε μια επανάσταση όσον αφορά την απελευθέρωση του Κύπριου ψηφοφόρου από τους κομματικούς μηχανισμούς την περίοδο του δημοψηφίσματος το 2004. Βλέπουμε ότι ναι, με αφετηρία το 2004 υπάρχει μια αλλαγή, αλλά δεν υπήρξε άλλο καθοριστικό γεγονός το οποίο να εμβάθυνει αυτή την τάση απελευθέρωσης των ψηφοφόρων από τους κομματικούς σχηματισμούς που ανήκουν παραδοσιακά. Αντίθετα, υπήρξε μια επιστροφή στην παραδοσιακή συμπεριφορά. Όμως σε σχέση με τη δεκαετία του '90, σήμερα έχουμε μετακινήσεις ψηφοφόρων και καθοριστικούς παράγοντες είναι οι νέοι ψηφοφόροι, οι οποίοι ήδη με τις πράξεις τους αναδεικνύουν τη συγκεκριμένη αλλαγή. Οι μισοί από τους νέους δεν γράφτηκαν στους εκλογικούς καταλόγους και από αυτούς που έχουν γραφτεί, πολύ μεγάλο μέρος δεν θα πάει να ψηφίσει, όπως καταγράφουν οι δημοσκοπήσεις. Το μεγάλο ποσοστό αποχής το οποίο διαφοροποιεί τα αποτελέσματα στις ευρωεκλογές, πιθανόν να είναι αυτό που θα καθορίσει τα αποτελέσματα των βουλευτικών, τα οποία πιθανόν να προσεγγίζουν τα αποτελέσματα που είχαμε στις ευρωεκλογές.

Δημοσκοπική βουλιμία από τους υποψηφίους

Πόσο επηρεάζουν οι δημοσκοπήσεις το εκλογικό σώμα; Όσον αφορά τις δημοσκοπήσεις θα είμαι κατηγορηματικός. Είναι η χειρότερη περίοδος που περνά η βιομηχανία των δημοσκοπήσεων αυτή η προεκλογική περίοδος, και γι' αυτό ευθύνονται και οι τρεις συνιστάμενες των δημοσκοπήσεων που είναι οι εταιρείες των δημοσκοπήσεων, η ΜΜΕ και οι πολιτικοί. Από τα ΜΜΕ υπάρχει μια φρενιτιδα δημοσκοπήσεων, με κάποιες όμως εξαιρέσεις, όπως αυτή του Φιλελεύθερου με το Mega, που αποφάσισαν να μοιραστούν μια κοινή δημοσκόπηση.

Υπάρχει μια δημοσκοπική βουλιμία, όχι από τα κόμματα, αλλά από τους υποψηφίους. Ο κάθε υποψήφιος θέλει να έχει κάθε βδομάδα μια έκθεση για το πόσο καλά πηγαίνει. Λόγω του μεγέθους δείγματος οι κυλιόμενες δημοσκοπήσεις ουσιαστικά δεν μπορούν να αναδείξουν σημαντικές διαφορές, γίνονται περισσότερο για θέμα εντυπωσιασμού. Η τρίτη συνιστώσα είναι οι εταιρείες δημοσκοπήσεων, που πιστεύω ότι πρέπει να αντισταθούν στον πειρασμό να τρέχουν δημοσκοπήσεις σε βαθμό που να δημιουργούν προβλήματα στο θεσμό.

Ποια είναι τα προβλήματα; Η στατιστική είναι αδύσπλητη. Είτε στην Κύπρο του μισού εκατομμυρίου ψηφοφόρων κάνω δημοσκόπηση, είτε στην Αμερική με 250 εκατομμύρια ψηφοφόρους, το μέγεθος του δείγματος

για να έχω ένα στατιστικό λάθος 2,5% - 3% πρέπει να είναι χίλια άτομα. Ως εκ τούτου, το να τρέχω στην Αμερική 100 δημοσκοπήσεις τη βδομάδα δεν είναι πρόβλημα, διότι είναι μεγάλος ο πληθυσμός. Σε ένα όμως μικρό πληθυσμό όπως την Κύπρο, να τρέχουν ταυτόχρονα δέκα δημοσκοπήσεις τη βδομάδα, για 20-30 βδομάδες, δημιουργεί τεράστια προβλήματα στη μεθοδολογία των δημοσκοπήσεων και στην ανταπόκριση που υπάρχει από το κοινό. Το πιο μεγάλο δυστύχημα αυτών των εκλογών είναι η ταλαιπωρία που έχει υποστεί το εκλογικό σώμα λόγω των δημοσκοπήσεων. Εμείς προτείνουμε στο Μέγα και στον Φιλελεύθερο να μοιραστούν το κόστος της δημοσκόπησης, διότι περνάμε περίοδο κρίσης και είναι μεγάλο το κόστος. Εκτός από τις εταιρείες δημοσκοπήσεων στην Κύπρο, υπήρχαν

ακόμη 4-5 ελληνικές εταιρείες οι οποίες έτρεχαν δημοσκοπήσεις. Υπάρχει κόπωση στο εκλογικό σώμα και στο να ανταποκριθεί αλλά και να ακούσει τα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων, γι' αυτό τα ποσοστά αυτών των προγραμμάτων καταγράφουν χαμηλά ποσοστά τηλεθέασης. Στο παρελθόν συζητούσαμε δημοσκοπήσεων κατέγραφαν πολύ πιο ψηλά ποσοστά από σήμερα.

Οι δημοσκοπήσεις γενικά συγχλίνουν... αυτό από μόνο του μπορεί να δημιουργήσει πρόβλημα διότι λόγω

του ότι γίνονται πάρα πολλές δημοσκοπήσεις και από εταιρείες που δεν είναι εταιρείες ερευνών αλλά από τηλεφωνικά κέντρα, είτε εταιρείες οι οποίες δεν ακολουθούν τους κανόνες που καθορίζει η ESOMAR και το Σώμα Εταιρειών Δημοσκοπήσεων, δημιουργούνται προβλήματα αξιοπιστίας.

Γιατί το Σώμα Εταιρειών Δημοσκοπήσεων δεν κάνει έλεγχο, δεν καταγγέλλει; Εγώ πιστεύω στην αυτορρύθμιση. Το να επιβάλω με νομοθεσία ότι ο άλφα μπορεί να κάνει δημοσκόπηση και ο βήτα δεν μπορεί, δεν θα πετύχω τίποτα. Υπάρχουν ορισμένοι κανόνες που λένε ότι σε κάθε δημοσκόπηση πρέπει να αναφέρονται διάφορα δεδομένα, ποιος είναι ο πελάτης, η μεθοδολογία, η περίοδος που έγινε, το στατιστικό λάθος. Από τις δέκα δημοσκοπήσεις που πιθανόν να τρέχουν τώρα, οι 5-7 παρουσιάζονται χωρίς να αναφέρονται τα πιο πάνω στοιχεία που είναι θέματα δεοντολογίας. Δεν θα τους απαγορεύσω να το κάνουν, είναι θέμα επιλογής μέσα από τη διαδικασία θα αναδειχθούν εκείνοι που δουλεύουν ουσιαστικά.

Πρώτη φορά συμβαίνει αυτό στην Κύπρο; Ναι, δεν έχει ξανα συμβεί. **Λόγω της απληστίας των υποψηφίων;** Τα ΜΜΕ επιδεικνύουν μια φρενιτιδα λόγω του έντονου ανταγωνισμού που υπάρχει, αλλά και οι υποψήφιοι επιδεικνύουν βουλιμία όσον αφορά τις δημοσκοπήσεις διότι έχουν αυξηθεί και τα ποσά που ξοδεύονται. Όταν κάποιος επενδύει 100-200 χιλιάδες ευρώ, σίγουρα θέλει να μειώσει το ρίσκο της μη εκλογής του.

... εάν δεν αλλάξουν οι πολιτικοί

Τα exit poll θα είναι πιο κοντά στην πραγματικότητα; Οι δημοσκοπήσεις εξόδου είναι ένας πετυχημένος θεσμός. Μέχρι τώρα στην Κύπρο δεν έχουν αποτύχει όσον αφορά τις προβλέψεις γιατί δεν έχουν όλο τους αστάθμητους παράγοντες που έχουν οι δημοσκοπήσεις. Οι δημοσκοπήσεις καταγράφουν τάσεις, δεν καταγράφουν αποτέλεσμα. Δυστυχώς από επιστημονικό εργαλείο έχουν κατατίσει εργαλείο επικοινωνιακής. Ουσιαστικά χρησιμοποιούνται λανθασμένα, για να περάσουν συγκεκριμένα μηνύματα, γι' αυτό βλέπουμε διαρροές δημοσκοπήσεων για σταυρούς προτίμησης, που μπορεί να πω με σιγουριά ότι δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Αυτό είναι αντίθετο. Δεν μπορείς να βδομάδα πριν τις εκλογές να προβλέψεις το τελικό αποτέλεσμα, υπάρχουν τόσο αστάθμητοι παράγοντες που μπορεί να ανατρέψουν το αποτέλεσμα. Το είδαμε να γίνεται.

Το πιο θετικό μήνυμα που έχουμε από αυτές τις βουλευτικές εκλογές... είναι το μήνυμα που στέλνει η νεολαία μέσω της αποχής και απαξίωσης που εκφράζει για τους πολιτικούς. Αυτό είναι μήνυμα ελπίδας. **Γιατί;** Διότι προβλέπει το τι θα γίνει στο μέλλον αν δεν αλλάξουν οι πολιτικοί. Το μήνυμα των νέων είναι ότι έχουν προβλήματα και απαιτούν από τους πολιτικούς να καθορίσουν μια ατζέντα συζήτησης που να καταπνέει με τα πραγματικά προβλήματα της νεολαίας, του τόπου, του περιβάλλοντος. Οι πολιτικοί που θα πάρουν αυτό το μήνυμα είναι εκείνοι που θα διαπρέψουν στο μέλλον. Όσοι δεν το πάρουν θα καταδικαστούν σε λήθη. Παρόλο που παραδοσιακά οι Κύπριοι είναι λωτοφάγοι και ξεχνούν πολύ εύκολα, πιστεύω ότι η νεολαία μας είναι διαφορετική. Ήδη καταγράφονται διαφορετικές νοσηρώσεις. Είναι μια νεολαία που τολμά να διαφωνήσει με τις παραδοσιακές θέσεις των γονιών της, τολμά να διαφωνήσει με το τι θεωρείται πολιτικά σωστό, τολμά να κάνει τομές όπως είναι η αποχή, όχι γιατί δεν θέλει να εμπλακεί στα πολιτικά δράματα αλλά γιατί θέλει να αλλάξει την ατζέντα της πολιτικής συζήτησης. Είμαι πολύ αισιόδοξος ότι η νέα γενιά θα καθορίσει και την πολιτική ατζέντα αλλά και ποιι θα είναι οι πολιτικοί του μέλλοντος.