

STEFKOVICS ÁDÁM¹

Hova tovább választáskutatás? Gondolatok a választási előrejelzések módszertani problémáiról

Absztrakt

Az elmúlt évek választási előrejelzéseinek fiaszkói világszerte, így Magyarországon is felerősítették a közvélemény-kutatások létjogosultságát megkérdőjelező véleményeket. Bár a választáskutatások teljes diszkreditálása kétségkívül túlzó álláspont, a szakma egyértelmű válságtüneteket mutat, és joggal merülhet fel a kérdés: mennyire hihetünk még ma a választási előrejelzéseknek? Jelen tanulmány arra tesz kísérletet, hogy bemutassa, milyen feltételek mellett készülnek ma választáskutatások, hogyan érdemes értelmezni az előrejelzéseket, és milyen út állhat a választáskutatók előtt. Összegzésem rávilágít, hogy a választáskutatások során potenciálisan felmerülő hibaforrások nagy száma és az elmúlt húsz-harminc évben jelentősen romló kutatói környezet (például a drámaian csökkenő válaszadási arányok) miatt a választási előrejelzések szükségszerűen törékenyek. Ennek ellenére összességében még ma is meglehetősen pontosak a predikciók világszerte. Annak érdekében, hogy a politikai közvélemény-kutatások továbbra is meghatározó szerepet töltsenek be a politikai döntéshozásban és általában a politikai közvéleményben, módszertani fejlesztésekre, szakmán belüli összefogásra, a felhasználók, olvasók pontos tájékoztatására, tudatosítására van szükség.

Kulcsszavak: survey, közvélemény-kutatás, választás, módszertan

Abstract

Recent failures of election forecasting have reinforced opinions questioning the legitimacy of pre-election polls all around the world, including in Hungary. Although the complete discrediting of election polls is undoubtedly an exaggerated position, the polling industry is clearly showing signs of crisis, and the question may rightly be raised: can we still believe election forecasts today? This paper attempts to show the conditions under which election research is conducted today, how the forecasts should be interpreted, and what the way ahead might be for election researchers. I conclude that the large number of potential sources of error in pre-election polling and the increasing burdens in the research environment over the

¹ A szerző a Századvég közvélemény- és piackutatási igazgatója, több mint tíz éve dolgozik a szakmában. Mivel a szerző a közvélemény-kutatási iparág egy fontos és prominens szereplőjéhez kötődik, a tanulmányban megfogalmazott reflexiók tehát önreflexiók is egyben. A tanulmányban legjobb tudása szerint igyekezett objektíven és kritikailag megközelíteni a problémakört.

last 20-30 years (e.g., the dramatically declining response rates) make election forecasts necessarily fragile. Nevertheless, on the whole, predictions worldwide are still reasonably accurate today. In order to ensure that political opinion polls continue to play a decisive role in political decision-making and public sphere in general, methodological improvements, cooperation between pollsters, accurate information, and awareness-raising among users and readers of the statistics are needed.

Keywords: survey, pre-election polling, election, methodology

Bevezetés²

A közvélemény-kutatások, és azokon belül is a választáskutatások a demokrácia fontos építőkövei, hiszen olyan információkat áramoltatnak a politikai nyilvánosságba, amelyek előremozdíthatják a racionális politikai vitákat, valamint segíthetik a politikusok döntéseit megbízható, tényszerű adatok szolgáltatásával. A választáskutatásokat ugyanakkor komoly kritikák érték az elmúlt években.³ A legutóbbi, 2020-as egyesült államokbeli elnökválasztáson az elmúlt negyven évben nem látott mértékűt tévedtek a közvélemény-kutatók,⁴ Franciaországban szintén történelmi méretű hibáknak lehettünk tanúi 2017-ben,⁵ és nagyon hasonló tévedéseket láthattunk Nagy-Britanniában,⁶ Indiában⁷ vagy éppen Magyarországon⁸. A választási előrejelezések fiaskói nagy visszhangot kapnak a médiában, egyre többen kérdőjelezik meg a politikai közvélemény-kutatások megbízhatóságát, annak ellenére, hogy egy, a *Nature Human Behaviour* című folyóiratban megjelent tanulmány⁹ longitudinális elemzése alapján a vá-

2 A tanulmány a 2022-es magyarországi országgyűlési választások előtt született. A tanulmány-nak nem célja részletesen elemezni konkrét magyarországi választási közvélemény-kutatásokat. A 2022-es országgyűlési képviselőválasztás közvélemény-kutatási adataival, dilemmáival a folyóiratban Mráz Ágoston tanulmánya foglalkozik. (A szerk.)

3 Savage–Burrows 2007.

4 AAPOR 2020.

5 Enten 2017.

6 Sturgis et al. 2016.

7 Philippou 2021.

8 Miklósi 2019; Tóth–Kolosi 2002.

9 Jennings–Wlezien 2018.

lasztási előrejelzések minősége összességében nem romlott 1942 és 2017 között világszerte.

Mindazonáltal mind a politikusok, mind a közvélemény joggal veti fel a kérdést: miért tévednek ekkorákat a közvélemény-kutatók? A közvélemény-kutatások száma radikálisan megnőtt az elmúlt évtizedben,¹⁰ a 2020-as amerikai elnökválasztást megelőzően az Amerikai Közvélemény-kutatók Szövetsége (AAPOR) több mint 2800 felmérés eredményeit vonta be elemzésébe. Ez azt is jelenti, hogy az iparágba óriási összegek érkezenek, azonban úgy tűnik, sem a források jelentős mértéke, sem a nagyobb mennyiségű adat (sok mérés) nem eredményez pontosabb, megbízhatóbb előrejelzéseket. Amint említettem, a közvélemény-kutatási adat potenciálisan fontos közvélemény-formáló eszköz, amiből az is következik, hogy a téves, félrevezető eredmények káros hatással lehetnek a nyilvánosságra, és erodálhatják a tudományos módszerekbe vetett bizalmat.

Jelen tanulmány arra tesz kísérletet, hogy felvázolja, milyen tényezők állnak a választáskutatások hibás előrejelzései mögött. A tanulmány a magyarországi helyzetre helyezve a hangsúlyt olyan kérdésekre keresi a választ, mint hogy mennyire jellemzőek a tévedések, mik lehetnek az okai, hogyan próbálják meg innovatív megoldásokkal kezelni a kutatók készítői a hibákat, és milyen jövő állhat a politikai közvélemény-kutatások előtt. Megítélésem szerint¹¹ a közvélemény-kutatásokat nemcsak a médiában, de még a tudományos diskurzusban is számos tévhit, mítosz övezi. A kutatások körüli feszültségek egyik lényegi eleme az, hogy a kutatások felhasználói és olvasói nincsenek megfelelően tájékoztatva, és így nincsenek kellően tudatában annak, hogy mi várható el reálisan egy kérdőíves választáskutatástól.

¹⁰ Uo. 2018.

¹¹ Stefkovics 2021a.

Tévednek-e egyáltalán a közvélemény-kutatók?

Közel egy évszázada használnak közvélemény-kutatásokat politikai választások kimenetelének előrejelzésére. A közvélemény-kutatók tévedéseivel kapcsolatos legközismertebb, klasszikus eset az 1936-os amerikai elnökválasztáshoz kapcsolódik. A *Literary Digest* az előfizetői körében készített nagymintás felmérés alapján 38 ponttal mérte alul Rooseveltt Landonnal szembeni előnyét, míg George Horace Gallup egy jelentősen kisebb, ám valószínűségi, országos lefedésű mintán pontosan jelezte előre a győztest. A választáskutatások módszertana azóta jelentősen fejlődött, a választási fiaskók azonban továbbra is gyakoriak.

Az egyik legjobban dokumentált, és egyúttal a legnagyobb számú kutatást realizáló ország az Egyesült Államok. A 2016-os amerikai elnökválasztáson a közvélemény-kutatók ritkán látott támadásoknak voltak kitéve, miután tévesen Hillary Clintont jelezték előre győztesként. Tegyük hozzá, az előrejelzések nagyon pontosan becsülték a Hillary Clinton személyére leadott szavazatok arányát, a végső győzelemre vonatkozó torzítást néhány kulcsállambeli tévedés okozta.¹² A legutóbbi, 2020-as előrejelzések ugyanakkor az Egyesült Államokban negyven éve nem látott mértékű hibával becsülték az országos elnökpreferenciát, és húszéves negatív rekorddal az államszintű elnökpreferenciát. Ezek az adatok még akkor is elkésérítőek, ha figyelembe vesszük, hogy hosszú távon a hibák inkább csökkentek, mint nőttek az Egyesült Államokban.

Nagy-Britanniában a két legelhíresebb elmúlt időszakbeli tévedés a 2015-ös választásokhoz és a Brexit-népszavazáshoz köthető. Előbbi esetén a közvélemény-kutatók szoros versenyt vártak a konzervatívok és a munkáspárt között, míg a valóságban a konzervatívok több mint 6 százalékkal verték a Munkáspártot. A Brexit-népszavazás előtt szinte minden közvélemény-kutató bennmaradáspárti előnyt jósolt, szemben a végső, 52-48 százalékos kilépéspárti győzelemmel.¹³ Ezek a hibák Nagy-Britanniában nem egyediek.¹⁴

Magyarországon a rendszerváltást követően alakultak meg az első közvélemény-kutató cégek, és azóta rendszeresen készülnek pártprefe-

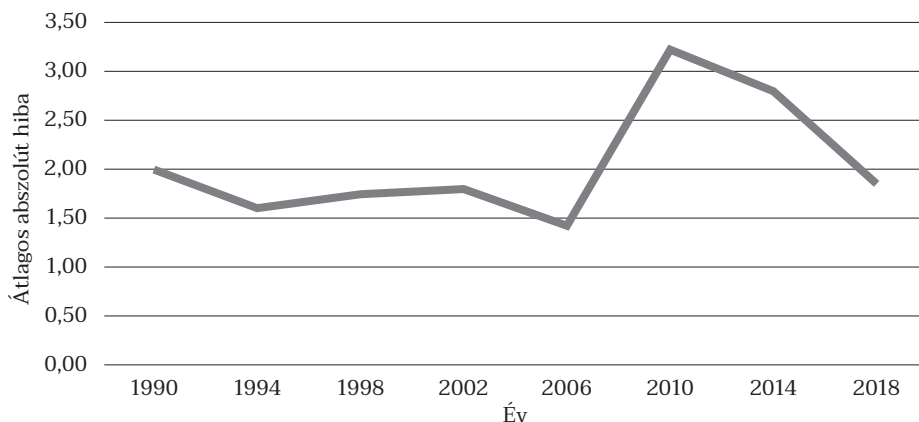
¹² Kennedy et al. 2018.

¹³ British Polling Council 2016.

¹⁴ Sturgis et al. 2016

rencia-kutatások, előrejelzések, jelenleg mintegy nyolc cég publikál ilyen adatokat valamilyen rendszerességgel.¹⁵ Az 1. ábra a magyarországi országgyűlési képviselő választásokat megelőző közvélemény-kutatások átlagos abszolút hibáját mutatja az 1990 óta lezajlott nyolc országgyűlési választás során. Látható, hogy 1990 és 2006 között egyre jobbak lettek a becslések,¹⁶ a 2010-es és a 2014-es választásokon nagyobbakat tévedtek a közvélemény-kutatók, ám a 2018-as választás kimenetelét viszonylag pontosan jelezték előre. A legismertebb fiasco mégis a 2002-es országgyűlési választásokhoz kötődik, amelyet a közvélemény-kutatás fekete napjaként is szokás emlegetni.¹⁷ Az összes közvélemény-kutató intézet 2-8 százalék közötti Fidesz–MDF-győzelmet prognosztizált, szemben a választásokon megvalósult MSZP-győzelemmel. A legutóbbi, 2019-es

1. ábra: A közvélemény-kutatási és választási eredmények közötti átlagos abszolút eltérések évenkénti átlagos nagysága 1990 és 2018 között Magyarországon



Forrás: Závecz G. 2018, 463.

Megjegyzés: Az ábrán a választásokat megelőző két hónapban készült mérések eredményeinek intézetre és hónapokra átlagolt átlagos abszolút eltérései láthatók. A bevont kutatásokat és azok forrásait lásd: Závecz G. 2018.

15 Ezek a cégek: Medián, Závecz Research, Nézőpont Intézet, Publicus Intézet, Iránytű Intézet, Századvég, IDEA Intézet, Republikon Intézet. Rendszeresség alatt azt értem, hogy bármilyen gyakorisággal közöl pártpreferencia-adatokat.

16 Karácsony–Lakatos 2006.

17 Bodor 2012; Tóth–Kolosi 2002; Gallup 2002.

önkormányzati választásokon nagy meglepetésre, a közvélemény-kutatók előrejelzéseivel szemben, Karácsony Gergely legyőzte Tarlós Istvánt, a korábbi főpolgármestert.

A fenti példákon túl számos esetet lehetne idézni más országokból, ami arra utal, hogy ezek a problémák általánosak. Will Jennings és Christopher Wlezien tanulmánya¹⁸ ugyanakkor árnyalja a képet. A szerzők 30 916 választáskutatás adatait vizsgálták 45 országból 1942 és 2017 között, és arra jutottak, hogy a felmérések átlagos abszolút hibája összességében meglehetősen stabil volt az elmúlt hetven évben, semmiképpen sem romlott. A kutatás arra is rámutat, hogy a hibák tipikusan a nagyobb, kompetitívebb pártoknál nagyobbak. Ezt Závecz Gergő (2018) adatai is megerősítették magyar kontextusban. Márpedig éppen ezek azok a tévedések, amelyek sokat számítanak, hiszen a győzelemért versengő pártokról szólnak, így jó eséllyel nagy médiafigyelmet is kapnak. Az idézett amerikai vagy brit hibák történelmileg nem voltak igazán különlegesek, azért esik sok szó róluk, mert egy nagyon szoros küzdelemben rendkívül sokat számítottak. A 2017-es francia elnökválasztásról keveset beszélünk, annak ellenére, hogy soha nem tévedtek akkorát a francia közvélemény-kutatók, mint akkor (10 százalékpontos hiba), ám a győztest eltalálták. Magyarországon a 2002-es választást szokás a közvélemény-kutatók fekete napjaként emlegetni, annak ellenére, hogy 2010-ben tévedtek a legnagyobbat a felmérések (ám szintén eltalálták a győztest).¹⁹

Miért nehéz becsülni a választások kimenetelét?

Az 1936-os *Literary Digest*-fiaskó óta tudjuk, hogy a közvélemény-kutatások eredményei akkor általánosíthatóak egy nagyobb populációra, ha a mintákba véletlenszerűen kerülnek be a mintatagok.²⁰ A valószínűségi mintavétel és a hozzá kapcsolódó statisztikai elmélet teszi lehetővé, hogy kis mintákból következtessünk a célpopulációs trendekre. A vélet-

¹⁸ Jennings–Wlezien 2018.

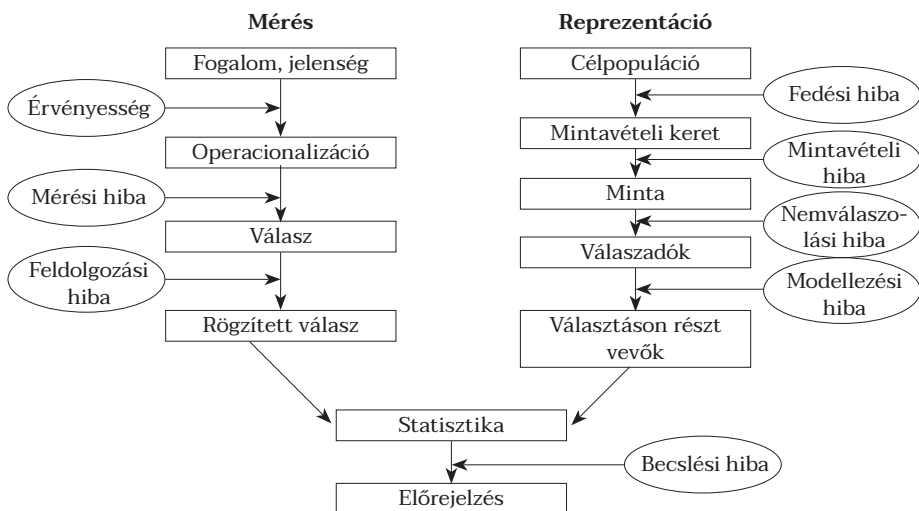
¹⁹ Závecz G. 2018. Vö.: a 2022-es adatok a kézirat készítésének idején még nem álltak rendelkezésre. A részletes 2022-es adatokra vonatkozóan lásd Mráz Ágoston tanulmányát. (A szerk.)

²⁰ Kish 1965.

len mintavétel lehetővé teszi, hogy kiszámítsuk, adott megbízhatósági szinten maximum mekkora mértékben térnek el becsléseink a valós populációs számoktól pusztán annak köszönhetően, hogy mintát vettünk, és nem kérdeztünk meg mindenkit a populációban.²¹ Ezt másként *mintavételi hibának* hívjuk, amelyet a választáskutatók gyakran közölnek, ám ahogy arra később utalni fogok, a mintavételi hiba értelmezése körüli félreértések nagy figyelmet igényelnek.

A választáskutatásoknak és a közvélemény-kutatásoknak általában az ma a legnagyobb problémája, hogy a klasszikus valószínűségi mintavétel feltételei egyre kevésbé teljesülnek. A becslések *megbízhatóságának* feltételei, hogy a célpopuláció minden tagjának azonos, nem nulla esélye legyen bekerülni a mintába, a minta jól reprezentálja a célpopulációt bizonyos jellemzők mentén, a mintába beválasztott egyének mindegyike kitöltse a kérdőívet, illetve válaszoljon az összes kérdésre. Ezen feltételek sérülése tipikusan a mintavételi hiba emelkedésével jár. A becslések érvényessége ugyanakkor elsősorban a mérés minőségén múlik. A rossz

2. ábra: A választási előrejelzések során felmerülő hibák a Total Survey Error (TSE) paradigma alapján



Megjegyzés: Az ábra Groves és Lyberg (2010) ábrájának a szerző által módosított, kiegészített verziója.

21 Rudas 1998.

kérdésfeltevés, a kérdezőbiztosok, vagy éppen a válaszadók „hibái”, illetve az elemzési, statisztikai hibák a *nem mintavételi hibák* számát gyarapítják és gyengítik a becslések érvényességét.²² A következő fejezetben azt tekintem át, hogy mindezek a feltételek milyen mértékben teljesülnek ma a politikai közvélemény-kutatásokra vonatkoztatva. Áttekintésemben az úgynevezett *Total Survey Error (TSE)*²³ paradigmát követem, illetve vonatkozatom a választáskutatásokra. Ennek lényege, hogy a kérdőíves felmérések minőségének javításához a felmerülő különböző hibaforrásokat egy keretben vizsgálja és értelmezi a kutató. A 2. ábra a választáskutatásokra alkalmazva illusztrálja a különböző típusú hibaforrásokat.

A mintavételi keretek hibái és a választópopuláció modellezése

A közvélemény-kutatások minőségét illetően általában sok múlik azon, hogy milyen mértékben sikerül lefedni a célpopulációt a mintavétel során, azaz milyen a *mintavételi keret* minősége. Mivel a választáskutatások a szavazókorú népességre vonatkozóan kívánnak adatokat gyűjteni, a reprezentativitás kulcskérdés. Egyes válaszadói csoportok szisztematikus alulreprezentálása a mintákban könnyen torzításokhoz vezethet, különösen, ha az a jellemző, amely mentén nem sikerül leképezni a populációs arányokat, összefügg azzal, amit a kutatás mérni kíván. Éppen ez az eset állt fent a 2016-os amerikai elnökválasztáskor. Az utólagos elemzések arra mutattak rá, hogy a tévedések nagy részben magyarázhatóak voltak az alacsonyabb végzettségűek alulreprezentálásával, és az ezt a hibát utólagos, súlyozással történő korrigálás elmaradásával.²⁴

A leggyakoribb mintavételi mód a laccímalapú kiválasztás és az úgynevezett véletlenszám-tárcsázás (*random-digit dialing, RDD*), mivel ezek biztosítják a célpopuláció legszélesebb lefedését. Magyarországon a laccímalapú kiválasztás hagyományosan kérdezőbiztosok segítségével történik.

22 Minderről bővebben lásd például: Groves 2005.

23 Biemer 2010; Groves–Lyberg 2010.

24 Kennedy et al. 2018. Tegyük hozzá, nem egyértelmű, hogy lefedési típusú problémáról van szó, vagy nemválaszolási problémáról. Utóbbiról rövidesen részletesen értekezem.

A hazai választáskutatások többnyire a mai napig ilyen módszerrel készülnek.²⁵ A személyes, kérdezőbiztossal történő módszer hagyományosan a legjobb minőségű mintákat biztosította,²⁶ ám ezekkel az adatfelvételekkel egyre komolyabb probléma, hogy jelentős áremelkedés zajlott le a piacon, nagyon kevés szereplő tudja megfizetni ezt a költséges adatfelvételi módot. A klasszikus címlistas megkérdezés Magyarországon lényegében már a 2000-es évek elejére ellehetetlenült.²⁷ A koronavírus-járvány is nagy hatással volt a kérdőíves adatfelvételekre. A járvány alatt a személyes kapcsolatfelvételt igénylő módszereket nem lehetett alkalmazni, így számos olyan kutatás, amely ilyen módokon vett fel adatokat, kénytelen volt váltani, méghozzá nagyon rövid idő alatt.²⁸ A koronavírus-járvány hosszú távú hatásait még nem látjuk, de könnyen lehet, hogy felgyorsítja az online világba mozdulás általános trendjeit.

A telefonos mintavétel rendkívül elterjedt Magyarországon. Elméletileg nagyon jó lefedést biztosíthat ma Magyarországon egy telefonos mintavétel, hiszen az NMHH adatai alapján 2019-ben „a teljes hazai lakosságra vetített 100 főre jutó aktivált SIM-kártyák száma [...] 114,1 darab volt”.²⁹ Azonban szemben más országokkal, Magyarországon jogi akadályokba ütközik a véletlenszám-tárcsázás. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy az adatfelvevő cégek marketingalapú mobiltelefon-adatbázisokat vásárolnak, és ezek az adatbázisok képezik a mintavételi kereteket. Arról, hogy ezek az adatbázisok milyen minőségűek és vajon milyen torzulásokat implikálnak, nem áll rendelkezésre adat, mindazonáltal jó okkal feltételezhető, hogy tartalmaznak szisztematikus torzulásokat.³⁰

Az online mintavétel évek óta nagyon gyorsan terjed világszerte, és a választáskutatások egy része is ma már ilyen módszerrel készül. Magyarországon az IDEA Intézet készít közösségimédia-alapú pártpreferencia-kutatásokat. Látni kell azonban, hogy az online mintavétel torzulásokat okozhat a minták összetételében, ezekben a mérésekben jellemzően felülreprezentáltak a magasabb végzettségű, városi, politikailag érdeklő-

25 Böcskei–Szabó 2018.

26 Karácsony–Lakatos 2006.

27 Závecz T. 2000.

28 Lásd például az amerikai General Social Survey-t (GSS; Bautista 2021.)

29 Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság 2020.

30 Kmetty 2012.

döbb lakosok, sőt az internethasználat összefügghet bizonyos tartalmi politikai kérdésekkel is. Magyarországon ráadásul jelenleg a 16 és 74 év közötti lakosság 15 százaléka egyáltalán nem internetezik,³¹ tehát nulla esélye van bekerülni egy online mintába. Az elérési nehézségek kezelésére mindazonáltal a nyugati-európai és amerikai országokban régóta hibrid, azaz többféle adatfelvételi módot keverő technikákkal készülnek a közvélemény-kutatások.³²

A különböző módok keverése mellett az elérési problémákat a minták utólagos súlyozásával, azaz a populációs arányokhoz való igazítással szokás kezelni. Mint említettem, az Egyesült Államokban 2016-ban ennek hiánya részben magyarázta a tévedéseket, azonban olyan példa is akad, amikor éppen ez az utólagos korrekció vitte félre a becsléseket. A 2015-ös brit választások közvélemény-kutatói kudarcra nagyrészt a minták reprezentativitási deficitjének volt betudható. Konkrétan abban hibáztak a kutatók, hogy a mintákat a populációs arányokhoz súlyozták, és mivel a mintákban felülreprezentáltak voltak a politikailag aktív választók, ezért a súlyozás felnagyította azon mintatagok válaszait, akik demográfiaiilag hasonlítottak a nem szavazókra. Ezek a szavazók történetesen munkáspártiak voltak.³³

A választáskutatásoknál a célpopuláció lefedésének problémáját tetézheti, hogy gyakran nem a teljes populációról kívánnak adatot gyűjteni, hanem a választásokon ténylegesen részt vevőkről. Lévéen azonban egy jövőbeni eseményről szó, ennek tökéletes leképezése sohasem lesz lehetséges, sok válaszadó maga sem tudja biztosan a kérdés pillanatában, hogy részt fog-e venni a választásokon.³⁴ Ráadásul „a pártpreferencia valójában vélemény jellegű érzelmi viszonyulás, nem pedig tényleges döntési, viselkedési szándék”.³⁵ Ez önmagában egy nagyfokú ismeretelméleti bizonytalanságot jelent. Jellemzően a politika iránt kevésbé érdeklődők, stabil pártpreferenciával nem rendelkezők szavazási szándékait sok olyan, a kutatás és a választás között lezajló jövőbeni esemény befolyásolhatja, amelyet sem a vá-

31 https://www.ksh.hu/stadat_files/ikt/hu/ikt0029.html

32 Stefkovics 2021b.

33 Mellon–Prosser 2017.

34 Karácsony–Lakatos 2006.

35 Marián 2006, 142.

laszadó, sem a kutató nem képes figyelembe venni.³⁶ Érvelhetnénk úgy, hogy a választás napjához minél közelebb érdemes felvenni az adatokat, egy-két nap alatt már úgysem változtatnak az emberek a szándékaikon. Závecz Gergő³⁷ elemzése alapján a rendszerváltás óta lezajlott választások kimenetére vonatkozó közvélemény-kutatói becslések átlagos hibáját szignifikánsan javította, ha közelebb volt a mérés a választás napjához. Azonban sokan ténylegesen az utolsó napon határozzák el, hogy elmennek-e szavazni, és sokan a szavazófülkében döntenek el, hogy mire adják a szavazatukat (*impulzív szavazók*).³⁸ Ha szerencséje van a közvélemény-kutatónak, ez a szavazótípus hasonlóan oszlik meg a különböző pártok táborában.

Az előrejelzések sikerének kulcskérdése, hogy mennyire sikerül pontosan leválogatni a választásokon ténylegesen szavazó populációt. A 2002-es magyarországi tévedésekre a TÁRKI abban látta a magyarázatot, hogy „a számítottnál mintegy félmillióval többen mentek el szavazni, és az ő többségük, valamint annak a szintén több mint félmillió embernek a többsége, akikről sejtettük, hogy elmennek, de nem ismertük a pártpreferenciáikat, az MSZP listájára (és egyéni jelöltjére) szavazott.”³⁹ Karácsony és Lakatos⁴⁰ elemzése alapján a részvételnek direkt hatása van a becslések pontosságára: mind az átlagosnál kisebb, mind az átlagosnál nagyobb részvétel negatív hatással van a pontosságra.

A problémának nagy a szakirodalma, számos különböző metódus létezik, amit jelen tanulmányban nem kívánok részleteiben ismertetni. Az úgynevezett biztos szavazó pártválasztók válaszáinak figyelembevétele régen elavult módszer,⁴¹ míg az úgynevezett Perry–Gallup-modellezés jóval kifinomultabb.⁴² A kutatók gyakran az előző választási részvételi adatokat használják akár súlyozásra is, ami segíthet, ha a korábbihoz hasonlóak a részvételi mintázatok, avagy még nagyobb torzításokat eredményezhet, ha változnak a részvételi szokások.⁴³

36 Erikson et al. 2004.

37 Závecz G. 2018.

38 Vaskor 2022.

39 Tóth–Kolosi 2002, 343.

40 Karácsony–Lakatos 2006.

41 Marián 2006.

42 Rentsch et al. 2019.

43 Fraga et al. 2017.

A válaszmegtagadás

Amennyiben sikerült pontosan lefedni a célpopulációt, minden tagjának egyenlő esélyt biztosítani, és precíz mintát venni, szembe találjuk magunkat a modern kori kérdőívezés legmarkánsabb problémájával: a *válaszmegtagadással*. Williams és Brick (2018) összesítése alapján a nagymintás amerikai, személyes megkérdezéssel operáló felmérések válaszadási arányai a kilencvenes évekre jellemző 80 százalék feletti arányokról 2014-re 70 százalék körülire csökkentek. Hasonlóak a trendek Európában is.⁴⁴ Az ESS átlagos válaszadási aránya 2002 és 2016 között 69 százalékról 50-55 százalékra esett⁴⁵, az International Social Survey Programme (ISSP) felmérésének válaszadási arányai pedig 1996 és 2016 között 69 százalékról 44 százalékra.⁴⁶ Magyarországon a nyolcvanas-kilencvenes évekig hasonlóan magas (70-80 százalék körüli) volt a válaszadási hajlandóság, azóta évről évre csökken. Angelusz Róbert és Tardos Róbert⁴⁷ 2006-ban hívta fel a figyelmet arra, hogy Magyarországon is megfigyelhető a főcímen elért megkérdezettek arányának csökkenése: 1994 és 2003 között mintegy 10 százalékot esett (63 százalékról 54 százalékra) a szerzők által vezetett választáskutatások során főcímen elért megkérdezettek aránya. Angelusz és Tardos 2009-ben⁴⁸ informális forrásból további 10-15 százalékos csökkenésről, azaz 40-45 százalékra süllyedő elérési arányokról számoltak be. Egy nemrégiben készített személyes megkérdezésen alapuló választáskutatás 32 százalékos válaszadási arányt produkált.⁴⁹ Míg 1996-ban a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) 16 százalékos visszautasítást rögzített a mikrocenzus során, addig 2016-ban már csak 63 százalékos volt a válaszadási arány.⁵⁰

A telefonos méréseknél ennél jóval drámaibb a helyzet. A *Pew Research Center* amerikai kutatóintézet saját adatai alapján 1997 és 2018 között 36

44 De Heer – De Leeuw 2002.

45 Beullens et al. 2018; Szeitl–Tóth 2020.

46 Szeitl–Tóth 2020.

47 Angelusz–Tardos 2006b.

48 Angelusz–Tardos 2009.

49 Stefkovics 2021b.

50 Szeitl–Tóth 2020.

százalékról 6 százalékra estek a telefonos válaszadási arányok.⁵¹ Magyarországról pontos adataim nincsenek, de adatfelvevő cégekkel folytatott beszélgetéseim alapján nagyon hasonlóak a válaszadási arányok hazánkban is.

A válaszadási arányok csökkenéséből azonban nem feltétlenül következik a mérések megbízhatóságának romlása. A válaszmegtagadás akkor jelent problémát, ha a válaszadók és a választ megtagadók érdemben különböznek egymástól, és ez a különbség összefügg a kutatásban vizsgált jelenséggel. A 2020-as amerikai elnökválasztást megelőzően a demokráta és a republikánus szavazók különböző válaszadási hajlandósági mintázatai miatt a közvélemény-kutatásokba kevesebb republikánus került be, mint ahányan végül elmentek szavazni.⁵² Nem világos, hogy Magyarországon ez mekkora probléma. Egy 2000-es TÁRKI-tanulmány szerint „miközben a válaszmegtagadók táborá társadalmi-gazdasági jellemzői alapján nem különbözik jelentősen az átlagtól (valójában a pártpreferenciával rendelkezők és a bizonytalanok között helyezkedik el), politikai attitűdjeik tekintetében is inkább a középhez sorolják magukat.”⁵³ A 2002-es fiaskót elemző Tóth–Kolosi-tanulmány közvetett bizonyítékok alapján elvetette annak a lehetőségét, hogy az eltérő válaszadási hajlandóságnak lettek volna betudhatóak a hibák.⁵⁴

Torzításokat nem csak az okozhat azonban, ha direkt politikai preferenciák tekintetében különböznek a válaszadók és a válaszmegtagadók, ennél egyszerűbb probléma, ha például iskolai végzettség mentén eltérő a válaszadási hajlandóság. Az alacsony végzettségűek körében tipikusan alacsonyabbak a válaszadási arányok, márpedig a végzettség jellemzően korrelál a pártválasztással. Ez a probléma nagymértékben magyarázta a 2016-os amerikai hibákat.⁵⁵ Az iskolai végzettség Magyarországon is fontos összefüggéseket mutat a politikai attitűdökkel.⁵⁶

A választáskutatók számára mindazonáltal jól ismert a nemválasztás lehetséges káros hatása, így sokan súlyozással korrigálják a nemvá-

51 Kennedy–Hartig 2019.

52 AAPOR 2020.

53 Tóth–Kolosi 2002, 342; TÁRKI 2000.

54 Tóth–Kolosi 2002.

55 Kennedy et al. 2018.

56 Makay–Stefkovic 2021; Enyedi–Tardos 2018.

laszólást. A nehézség az, hogy nem lehet pontosan megbecsülni, milyen faktorok befolyásolják a nemválaszólást, ez ugyanis akár választásonként változhat.⁵⁷

Mérhető-e a pártválasztás?

A mintavételi keretek és a nemválaszolásból fakadó torzítások mellett a mérés során is adódhatnak problémák. Az egyik lehetséges hibaforrás a mérési eszköz, azaz a kérdések. Az ötvenes évek óta készülnek kutatások, amelyek bizonyítják, hogy a kérdések megfogalmazása, a kérdések helye a kérdőívben, a megelőző kérdések vagy a válaszlehetőségek sorrendje mind hatással lehetnek a válaszokra. Nincs igazán sztenderd kérdés sem a részvétel, sem a pártpreferencia mérésére; vannak, akik nagymintás kutatások által használt jól bevált kérdéseket használnak, mások saját eszközöket dolgoznak ki. Az is jellemző, hogy nem egy kérdéssel mérik a pártpreferenciát, hanem például egy másodlagos kérdéssel próbálnak másképpen rákérdezni a válaszmegtagadók, bizonytalanok preferenciáira.

Ha jól is van feltéve a kérdés, a megkérdezettek egy része gyakran vagy nem hajlandó válaszolni (*válaszmegtagadó, rejtőzködő*), vagy egész egyszerűen nem tudja a választ (*bizonytalan, impulzív szavazó*). Szenzitív kérdések esetén általában, és a pártpreferenciát mérő kérdéseknél különösen magas szokott lenni a hiányzó válaszok aránya. A probléma ezzel egyrészt az, hogy az ezekre a kérdésekre vonatkozó becslések hibája – egy 1000 fős sztenderd +/- 3,2 százalékhöz képest – jelentősen megnő, hiszen a kérdésre nem a teljes minta válaszolt.⁵⁸ Másrészt a kérdésekre nem válaszoló vagy pártválasztásukban bizonytalan válaszadók egy része végül szavaz a választásokon. A választási előrejelzések emiatt megpróbálják figyelembe venni ezen megkérdezetteket úgy, hogy becslik, pótolják a válaszaikat, például más, hozzájuk sok szempontból nagyon hasonló válaszadók vála-

⁵⁷ AAPOR 2021.

⁵⁸ Rudas 2006.

szainak felhasználásával.⁵⁹ Ez javíthatja a fent említett mintavételi hibát érintő gondokat, a kérdés, hogy mennyire sikeresek ezek a becslések.

A kutatásban való részvétel politikai jellemzőkkel való összefüggése könnyen lehet, hogy a részleges nemválaszoláshoz is megjelenik, és egyes pártok támogatói kisebb valószínűséggel vallják be politikai hovatartozásukat, mint más pártoké. Emögött állhat például a *hallgatás spirálja*⁶⁰ jelenség, amelynek lényege, hogy a közvélemény eloszlásáról való kvázistatisztikai percepció hatással lehet az egyének véleményeinek kinyilvánítási hajlandóságára. Kisebb, társadalmilag kevésbé elfogadott pártok (például szélsőjobboldali pártok) támogatói az izolációtól való félelem miatt eltitkolhatják hovatartozásukat. Bodor (2012) a 2002-es magyarországi választásokat megelőző mérésekben azt találta, hogy az MSZP szavazói vélhetőleg eltitkolhatták véleményüket a közvélemény és pártjuk megítélésének fényében. A Gallup abban látta a tévedések fő okát, hogy „a válaszmegtagadók között sokkal több MSZP-szavazó volt, mint Fidesz–MDF-szavazó.”⁶¹ 2010-ben a Gallup szintén az MSZP és a Jobbik szavazóinál látott hasonló válaszmegtagadási tendenciákat.⁶² Róna elemzése pedig arra enged következtetni, hogy az LMP sikere 2010-ben legalább részben magyarázható volt azzal, hogy milyen esélyeket tulajdonítottak a pártnak a választások előtti kutatások, illetve a média.⁶³ Gyakran merül fel az is Magyarországon, hogy a közvélemény-kutatók jellemzően felülmérik a Fidesz–KDNP-t. Ez olyannyira elterjedt, hogy sokan utólag, például súlyozással, kompenzálják ezt a vélt torzítást, ami végül 2018-ban túlzónak bizonyult.⁶⁴ Róna⁶⁵ elemzése ráadásul azt mutatja, hogy a felülmérés jellemzően hibahatáron belüli.

Sokak által hangoztatott hipotézis volt az Egyesült Államokban az úgynevezett *shy Trump voters* jelenség, ami arra utal, hogy az interjúhelyzetekben Trump támogatóinak egy része nem merete bevallani a támogatását,

59 Az úgynevezett imputálási módszerek ismertetésére jelen tanulmányban nem térek ki. Remek magyar nyelvű összefoglalást nyújt például Máder (2005) tanulmánya.

60 Noelle-Neumann 1974.

61 Gallup 2002.

62 Portfolio 2010.

63 Róna 2011.

64 Závecz G. 2018.

65 Róna 2017.

mert például úgy élték meg, hogy az nem a társadalmilag elvárt válasz.⁶⁶ Minderre azonban kevés bizonyítékot találtak a választásokat követő elemzések, mind 2016-ban, mind 2020-ban.⁶⁷ Egy elemzés arra mutat rá, hogy a közvélemény-kutatások valójában Európa-szerte meglehetősen pontosan becslik a populista vagy szélsőjobboldali pártok támogatottságát.⁶⁸

Ami a válaszadói hibákat illeti, szenzitív kérdéseknél a társadalmilag elvárt válaszadás torzíthatja a méréseket. Számos korábbi politikai témájú kutatás talált bizonyítékot arra, hogy a válaszadók gyakran hajlamosak magukat jobb színben feltüntetni: a rájuk nézve pozitív dolgokat felnagyítani, a negatívakat pedig kicsinyíteni, akár le is tagadni.⁶⁹ Politikai témában feltételezhetjük, hogy az emberek hajlamosak szavazási hajlamukat felülriportálni, mivel a szavazás aktusához mint állampolgári jogaink gyakorlásához, a demokrácia szimbólumához alapvetően pozitív dolgok társulnak; szavazni egy pozitív aktus. Ennek megfelelően a közvélemény-kutatások rendre felülmérik a részvételt. Magam⁷⁰ éppen a kérdezőbiztossal operáló, telefonos mérésekben találtam túlzóan magas várható részvételi hajlandóságot a 2018-as országgyűlési választások előtt. A pártpreferencia mérésénél, mint említettem, a válaszmegtagadás torzíthat, de akár az is előfordulhat, hogy a válaszadók szándékosan megpróbálják félrevezetni a közvélemény-kutatókat azzal, hogy valótlan válaszokat adnak, azt remélve, hogy így befolyásolhatják a közvéleményt, a győzelmi esélyek percepcióját.

Tovább nehezíti a szavazási események előrejelzését a stratégiai vagy *taktikai szavazás*.⁷¹ Ez a tudatos választói magatartás a rendszerváltás óta nagy hangsúlyt kapott Magyarországon, mind a 2011 előtti, mind az új választási rendszerben. Mérési szempontból az a probléma a racionális, taktikai szavazással, hogy – szemben a hagyományos, ideológia- vagy értékalapú szavazással – a pillanatnyi politikai erőviszonyok fényében gyorsan és könnyedén változik. Karácsony a 2006-os országgyűlési választások kapcsán az SZDSZ és az MDF alulmérését annak tulajdonította,

66 Enns et al. 2017.

67 AAPOR 2021; Kennedy et al. 2018.

68 Silver 2017.

69 Liao 2016; Voogt–Saris 2003.

70 Stefkovics, 2021b.

71 Harkányi 2018.

hogy a taktikai szavazás kedvezett ezeknek a pártoknak, és ezzel nem tudtak számolni a felmérések.⁷² 2010-ben hasonló történhetett az LMP és az MDF esetében,⁷³ és 2018-ban is döntő jelentősége volt a taktikai szavazásnak a választási eredményre vonatkozóan.⁷⁴

A részvételi és pártpreferencia-kérdésekre adott válaszokat nem csak a válaszadók, a kérdezőbiztosok is torzíthatják.⁷⁵ Egyrészt, mint említettem, a társadalmilag elvárt válaszadást a kérdezőbiztos személye, magatartása befolyásolhatja. Németh és Luksander⁷⁶ egy magyarországi személyes adatfelvételnél találtak összefüggést a válaszadó és a kérdezőbiztos pártpreferenciája között. Különösen az MSZP-szavazóknál találták azt, hogy a kérdezőbiztos MSZP-szimpatíája előre jelezte a válaszadó affinitását a szocialista párt irányába. A szerzők úgy érveltek, hogy a kérdezőbiztos hatása különösen azon pártok szavazóinál lehet magas, akik kevésbé merik vállalni a pártválasztásukat. Az éppen csúfos választási vereséget szenvedett MSZP 2010-ben jól lehet, éppen ilyen párt volt.

Bizalom

Ahogy arra fentebb utaltam, a közvélemény-kutatások méréseit torzíthatja, ha a szféra erősen átpolitizált, és a válaszadók politikai alapon vesznek/nem vesznek részt a kutatásokban, módosítják/elhallgatják válaszaikat. A megbízható közvélemény-kutatási adatok gyűjtésének egyik alapfeltétele a lakosság kutatókba vetett *bizalma*. A Századvég 2014 óta vizsgálja a közvélemény-kutatók megítélését Magyarországon. A 3. ábra és az 1. számú melléklet azt mutatja, hogy erősen megosztják a magyar társadalmat a közvélemény-kutatások, a felnőtt korú lakosság többsége azonban megbízik a közvélemény-kutatók eredményeiben. A 2018-as választásokkor ez a mutató mélypontra került (többen voltak azok, akik nem bíztak az ered-

72 Karácsony 2006.

73 Róna–Sós 2011.

74 Kmetty 2018; Tóka 2018.

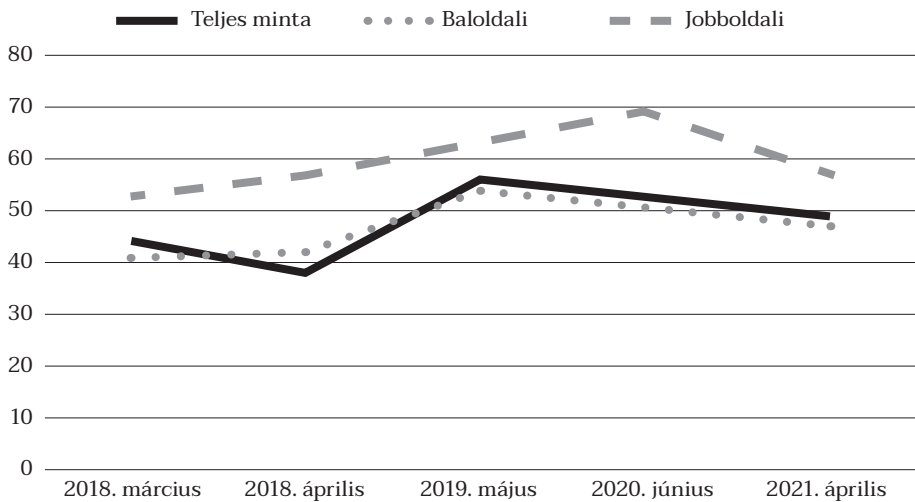
75 Itt most nem részletezem, de a kérdezőbiztosok valójában a mérés mellett a kutatás korábbi szakaszaiban a mintavétel és a rekrutáció során is befolyásolják a kutatás minőségét, és potenciális szisztematikus torzítások forrásai lehetnek.

76 Németh–Luksander 2018.

ményekben), annak ellenére, hogy ebben az évben viszonylag pontosak voltak az előrejelzések⁷⁷, azóta azonban stabilnak tekinthető. A 3. ábrán az is látható, hogy hogyan különbözik a közvélemény-kutatási eredmények megítélése baloldali és jobboldali szavazók között. A jobboldaliak sokkal inkább (átlagosan 13 százalékkal nagyobb arányban) bíznak ezekben az eredményekben, mint a baloldaliak, éppen ellenkezőleg, mint az Egyesült Államokban. A kutatásokból az is kiderült, hogy nagyjából ugyanekkora (50 százalék körüli) azok aránya, akik szerint a közvélemény-kutatások tudományos módszerekkel dolgoznak, ezért megbízhatóak az eredményeik, azonban az is látszik, hogy 2020-ban minden második válaszadó egyetértett azzal, hogy 1000 megkérdezettből nem lehet általánosítani az egész társadalomra (lásd: 2–3. számú melléklet).

Egy kapcsolódó jelenség, hogy akár a közvélemény-kutatást végző cég neve is hatással lehet a válaszokra (*house effect*), ha a mintába kerültek

3. ábra: A közvélemény-kutatási eredményekbe vetett lakossági bizalom 2014 és 2021 között. Azok aránya, akik bíznak az eredményekben (%)



Forrás: Századvég

Megjegyzés: A pontos kérdésmegfogalmazás: *Mennyire bízik Ön a közvélemény-kutató cégek eredményeiben?* A felmérések 1000 fős telefonos (CATI), országos kutatások voltak a felnőtt korú magyar lakosság körében. A minták nem, életkor, végzettség és településtípus szerint reprezentatívnak tekinthetők (hibahatár +/-3,2%). A populációs arányoktól való eltéréseket utólag iteratív súlyozás segítségével korrigáltuk.

77 Závecz G. 2018.

a céghez való viszonyulásuk alapján válaszolnak, avagy nem válaszolnak a kérdésekre. Nemzetközileg erre több kutatás talált bizonyítékot.⁷⁸ Hazánkban nincs erre adat, azonban az közismert, hogy nagy a szórás a közvélemény-kutatók eredményei között. A Szonda Ipsos és a TÁRKI egy korábbi kísérletükben megváltoztatták a bejelentkező cég nevét, és az eredmények cáfolták, hogy például a TÁRKI akkori vélt jobboldalra húzása hatással lett volna a válaszokra.⁷⁹ A Századvég adataiból ugyanakkor az is látszik, hogy a választók mindössze negyede látja úgy, hogy a közvélemény-kutató cégek függetlenek lennének a politikai oldalaktól (lásd: 4. számú melléklet).

Válaszokból választási eredmény

Ha pontosan is sikerült mérni a részvételi hajlandóságot és a pártpreferenciákat, a kérdőíves válaszokból nem feltétlenül lehet direkt módon következtetni a választás kimenetelére. Például Magyarországon az „előrejelzések a listás szavazatok várható eloszlására vonatkoznak, amelyekből nem feltétlenül lehet következtetni a választás politikai eredményére, a parlamenti mandátumarányokra.”⁸⁰ A 2016-os amerikai elnökválasztást megelőző mérések országos eredményekre vonatkozó becslései a legpontosabbak között voltak 1936 óta, ám az állami szintű méréseken elcsúsztak a predikciók.⁸¹ A válaszokból készülő, úgynevezett szakértői becslések a nyers adatok és a tényleges választási eredmény közötti diszkrpanciát igyekeznek áthidalni. Ez jellemzően egyrészt a szavazási hajlandóság, valamint a bizonytalan és rejtőzködő választók preferenciáinak becslését jelenti a korábbi választások mintázatai és a kutatók tapasztalatai alapján. A szakértői becslések általánosságban egyrészt jellemzően pontosabbak, mint a tiszta – például biztos szavazókon alapuló – megoszlások,⁸² egyúttal azonban újabb potenciális hibaforrást jelentenek, és akár az is

⁷⁸ Bon et al. 2019.

⁷⁹ Tóth–Kolosi 2002.

⁸⁰ Karácsony–Lakatos 2006, 190.

⁸¹ Kennedy et al. 2018.

⁸² Karácsony–Lakatos 2006.

előfordulhat, hogy a nyers számok ugyan relatíve pontosak, ám éppen a hibás kutatói becslések viszik félre a predikciókat.

Magyarországon a választási eredmények becslései – már amennyire ezek módszerei nyilvánosak – meglehetősen konzervatívak. Jellemzően a biztos szavazók preferenciáit közlik az intézetek, a szakértői becslések módszertanát azonban homály fedi. Závecz Gergő⁸³ egy frekventista és egy bayesi becslésen mutatja be, hogy alternatív modellek pontosabban jelezhetik előre a választási eredményeket, mint a hagyományos szakértői becslések.

Hova tovább? Összegzés és javaslatok

Tanulmányom célja az volt, hogy bemutassam a választáskutatások, választási előrejelzések kutatási környezetét, illetve a mérések nehézségeit, különös figyelemmel magyarországi helyzetre. A választásokat megelőző közvélemény-kutatásokat világszerte nagy figyelem kíséri, fontos közvélemény-formáló erejük van, és ezzel összefüggésben komoly kritikák is érik készítőiket, amennyiben a becslések félremennek. A szakma bizonyos szempontokból valóban válságtüneteket mutat. Úgy látom azonban, hogy sok félreértés, tévhit, téves információ jelenik meg ezekben a diskurzusokban, amiről nemcsak a média vagy a kutatási adatok olvasóinak ismerethiánya, hanem maguk a kutatások készítői is tehetnek. Tanulmányom zárófejezetében néhány javaslatot fogalmazok meg, amelyek megfontolása, úgy vélem, legalábbis enyhíthetné a választáskutatások körüli feszültségeket.

Elsőként, le kell szögezni, hogy „*módszeresebb*” kutatásokra van szükség. Mind az amerikai, mind a brit választásokat követő elemzések – és jó esély van rá, hogy a magyar helyzet sem kivétel – arra jutottak, hogy a tévedések okai döntően a kutatások módszertani hiányosságaira vezethetők vissza, és nem valamilyen külső tényezőre. Az okok, jóllehet többbretűek, akár választásonként eltérhetnek. Ebből az következik, hogy a szakmának folyamatosan fejlesztenie kell az eszközeit, és keresni az innovatív

⁸³ Závecz G. 2012, 2018.

megoldásokat a problémák kezelésére. A válaszadási trendek jó eséllyel nem fognak megfordulni a közeljövőben, és a valószínűségi mintavétel feltételeitől örökre elbúcsúzhatunk, ez azonban nem jelenti azt, hogy a jó minőségű kérdőíves adatoktól is el kellene búcsúznunk. A nemzetközi tapasztalatok egyrészt azt mutatják, hogy a *kérdőbiztossal történő kérdés vissza fog szorulni*, és egyre több adatfelvétel online fog történni.⁸⁴ Ez a csökkenő válaszadási hajlandóság, a növekvő árak és az online kérdés vonzó paramétereinek együttes hatása. Ugyanakkor online egyelőre a legtöbb országban nem lehet pontos mintákat venni, így a *hibrid*, különböző adatfelvételi módokat ötvöző méréseké a jövő.⁸⁵ Az is valószínűsíthető, hogy a jövőben inkább olyan „ösztönzőalapú” felmérések fognak készülni, mint a ma még talán furcsának ható Amazon MTurk,⁸⁶ hiszen látható, hogy önkéntesen egyre kevesebben hajlanak a részvételre. Egyre többen fognak felhasználni *adminisztratív adatokat* a kérdőíves adatok korrigálására,⁸⁷ és végül a közvélemény-kutatások további *digitalizálódása*, technológizálódása is megkérdőjelezhetetlen. A szakirodalom számos jógyakorlatot kínál, a korábbi választásokból, a korábbi hibákból sokat lehet tanulni, és ezt sokan meg is teszik, azonban a rossz minőségű, gyors, kényelmi minták egyértelműen terjednek. Érvelhetnénk úgy, hogy azok az oldalak, amelyek aggregálják a kutatási adatokat, mint az Egyesült Államokban a FiveThirtyEight vagy Magyarországon a kozvelemeny-kutato.hu és a Vox Populi, pontos becsléseket adhatnak, hiszen a nagyszámú adatpont „kisimítja” a hibákat. A valóságban azonban az aggregáló oldalakon felhasznált, nagy mennyiségű közvélemény-kutatási adat mögött többségében egy-két napos telefonos és gyenge minőségű online mérések vannak, nem csoda, hogy az aggregált becslések is szisztematikusan torzítanak, sőt valójában csak felnagyítják a hibákat. Bradley és munkatársainak⁸⁸ elemzése éppen arra utal, hogy nem a mintaelemszám növelésébe érdemes invesztálni, hanem az adatminőség javításába. Sokan úgy érvelnek, hogy a jövőben a kérdőíves adatok marginalizálódása várható,

84 Olson et al. 2021.

85 Uo.; Stefkovics 2021b.

86 Az Amazon MTurk egy olyan felület, ahol bárki felbérelhet „munkásokat” kérdőív kitöltésére. A felület egyre népszerűbb, különösen kísérleti megközelítések körében.

87 Krueger–West 2014.

88 Bradley et al. 2021.

és az organikus, digitálisadat-alapú előrejelzéseké a jövő. A közösségimédia-alapú becslések eredményei igen vegyesek, Magyarországon például Facebook-lájkok alapján csak nagyon bizonytalan előrejelzések adhatók.⁸⁹ A big data kétségkívül fontos szerephez fog jutni a politikai elemzésekben a jövőben (illetve már ma is fontos a szerepe), ám kis esély van arra, hogy kiváltaná a kérdőíves adatok használatát.

A módszertani fejlesztésekhez, a hibákból való okuláshoz azonban adatra, módszertani kutatásokra, szisztematikus, a hibák okait feltáró elemzésekre van szükség, amelyekre Magyarországon régóta nincs példa.⁹⁰ A kutatóintézetek vélhetőleg kísérleteznek házon belül saját módszerekkel, ennek azonban nyilvános nyoma nincs, ahogy az innovatív megoldásoknak sem. A kevés innováció inkább az áremelkedésre való kényszerű reakcióként nyilvánul meg (lásd a Závecz Research *Interactive Voice Response [IVR]* megoldását).

Egy további határozott benyomásom, hogy a választási előrejelzésekkel szemben támasztott elvárások *irreálisak*. Összegzésem azt illusztrálja, hogy mennyire törekenyek ezek a becslések, hiszen számos különböző ponton csúszhat be hiba a mintavételtől az adatfelvételen át a becslésekig. Ráadásul a kutatói környezet számottevően romlott az elmúlt húsz-harminc évben, tehát a múltbéli megbízhatósági szintek megőrzése is kihívás. Az elvárások azonban, úgy látom, inkább nőttek, mint csökkentek. Mind ez persze érthető. Óriási összegeket költenek világszerte közvélemény-kutatásokra politikai és nem politikai szereplők, érthető, hogy a valósághoz leginkább közelítő adatokat szeretnének cserébe kapni. A választási előrejelzések ráadásul speciálisak, hiszen szoros versenyben apró tévedések is súlyosnak tűnhetnek. Mégis, úgy gondolom, fontos tudatosítani a közvélemény-kutatási adatokat felhasználók és fogyasztók/olvasók körében, hogy pontosan mit várhatnak ezektől az adatoktól. A mérések pontosabb ismeretében vélhetőleg kevésbé hatnának drámaian a pár százalékos tévedések.

A tudatosítás egyrészt a kutatást végzők felelőssége. Nagyon fontosnak tartom az átláthatóságot. Minden választásokat megelőző politikai felméréssel szemben elvárható, hogy részletesen ismertesse kutatási jelenté-

⁸⁹ Koltai–Stefkovics 2018.

⁹⁰ A kétezres években Angelusz Róbert és Tardos Róbert vezetésével több ilyen igényű, ígéretes kutatás készült, azóta azonban nem tudok hasonlóról.

seiben a kutatás módszertani részleteit, és különösen (!) a becslésekhez tartozó hibahatárokat. Nate Silver, a FiveThirtyEight elemzője a 2020-as amerikai elnökválasztást követő, választási előrejelzések kapcsán fellépő támadások fő okát abban látta, hogy az olvasók számára nem volt világos az általuk kalkulált lehetséges kimenetek valószínűsége. Hasonlóra jutott Boros és Medvegyev a Brexit kapcsán.⁹¹ A médiában felerősített pontbecslések alapján mindenki benmaradás győzelmet várt, azonban a becsült konfidenciaintervallum alsó és felső határát figyelembe véve a korrekt predikció az lett volna, hogy *nem tudják*, ki fog győzni. Az Egyesült Államokban az AAPOR *Átláthatósági Kezdeményezése (Transparency Initiative)*⁹² sztenderdek, checklistet állít a közvélemény-kutatók elé, amelyeket a szövetség tagjainak követniük kell. Magyarországon sajnos nincs ilyen szervezet, sem ilyen egységes sztenderd. Egy ilyen szervezet sokat tudna segíteni abban is, hogy a tagvállalatok közösen kommunikálják iparági érdekeiket, módszertani kihívásaikat stb. a közvélemény felé.

A médiának legalább ekkora felelőssége van a tudatosításban, illetve az elvárások lejjebb srófolásában. A közvélemény-kutató cégek elleni támadásokban számottevő szerepe volt az újságíróknak az elmúlt időszakban. „A média a közvélemény-kutatások »tőkeáttételeként« működik, hiszen gyakran felnagyítja az eredmény relevanciáját, miközben a részleteket eltörpíti.”⁹⁴ Ráadásul rendkívül átpolitizált a szcena, károsnak tartom, amikor közvélemény-kutatási adatokat politikai alapon diszkreditálnak, azzal az érveléssel, hogy az adott cég valamilyen politikai oldalhoz tartozik. A közvélemény-kutatásokba vetett bizalom megőrzése a médiának is érdeke, a médiacégek, csakúgy, mint a politikai szereplők, nap mint nap használnak közvélemény-kutatási adatokat. A közvélemény-kutatások és a kutatási adatok helyes, pontos értelmezésére és a becslések potenciális ingadozásáról való pontosabb tájékoztatásra lenne szükség. Mint azt bemutattam, a választók egy jelentős része nem bízik a közvélemény-kutatások eredményeiben, politikailag elfogultnak tartja a cégeket, és megkérdőjelezi a tudományos megalapozottságukat.

91 Boros–Medvegyev 2017.

92 <https://www.aapor.org/Standards-Ethics/Transparency-Initiative/FAQs.aspx> Letöltve: 2022. január 6.

93 Nagy–Britanniában a *British Polling Council*.

94 Boros–Medvegyev 2017, 1266.

Hihetünk-e még a közvélemény-kutatásoknak? Szükség van-e még egyáltalán választási előrejelzésekre? Meggyőződésem, hogy a válasz mindkettőre igen. A választási előrejelzések, mint láttuk,⁹⁵ összességében éppen olyan pontosak, mint húsz-harminc évvel ezelőtt, annak ellenére, hogy jóval nehezebb dolguk van ma a közvélemény-kutatóknak. Arról is meg vagyok győződve, hogy a közvélemény-kutatásokból származó adatok ma is ugyanolyan fontosak mind a politikai szereplők, mind a média, mind általában a politikai közvélemény számára, mint korábban. A jó hír, hogy a közvélemény-kutatások nem csak választások előrejelzésére alkalmasak, sőt elsősorban nem arra. Politikai intézkedések mögötti tervezés során kulcsfontosságú, hogy a döntéshozók kezében kurrens adatok legyenek a társadalomról; számos példát lehetne hozni arra, milyen jótékony hatása volt például a koronavírus-járvány adatvezérelt kezelésének.⁹⁶ Ezeknél a méréseknél ráadásul jóval kisebb problémát jelenthet a célpopuláció modellezése, a vélemények képlékenysége, vagy éppen egy hibahatár körüli ingadozás.

Írásommal nem az volt a célom, hogy megvédjem a választáskutatókat. Mégis, úgy látom, hogy kérdőívalapú választáskutatásokra továbbra is nagy szükség van, és osztom Gelman véleményét, miszerint a „közvélemény-kutatások teljesítménye összességében valójában nagyon is meggyőző.”⁹⁷ Talán csak az változott, hogy a polarizálódó társadalmunkban a közvélemény-kutatók is más megvilágításba kerülnek. Akárhogy is, a választáskutatók előtt az egyetlen út az innováció, a módszerek fejlesztése, ha továbbra is pontos adatokat kívánnak gyűjteni. Ezt a leghatékonyabban úgy tehetik meg, ha a cégek összegyűjtik tudásukat és erőforrásaikat. Az adatok felhasználóinak és olvasóinak pedig fontos megértenie, hogy ezek a választási predikciók törékeny adatokon alapuló számítások eredményei, s mint a dartsversenyző nyilai – időnként telibe találják a célkeresztet, máskor azonban félremennek.

95 Jennings–Wlezien 2018.

96 Gelman 2021.

97 Uo. 70.

Irodalom

- AAPOR 2020: *Task Force on 2020 Pre-Election Polling: An Evaluation of the 2020 General Election Polls*. https://www.aapor.org/AAPOR_Main/media/MainSiteFiles/AAPOR-Task-Force-on-2020-Pre-Election-Polling_Report-FNL.pdf
- Angelusz, R. – Tardos, R. 2006a: A kérdőíves kontextushatás – a nem mintavételi hibák egy efemer, mindennapos esete. In Angelusz, R. – Tardos, R. (szerk.) *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 163–184.
- Angelusz, R. – Tardos, R. 2006b: Az elérhetőség és a válaszadói készség gyenge közegei – mintalemorzsolódás és trendszerű erózió panelfelvételek példáján. In Angelusz, R. – Tardos, R. (szerk.) *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 41–66.
- Angelusz, R. – Tardos, R. 2009: Demoszkópiai reprezentativitás, és demokratikus reprezentáció. Módszertani problémák és tartalmi dilemmák. In Enyedi, Zs. (szerk.) *A népakarat dilemma*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány – Századvég, 293–327.
- Bautista, R. 2021: Conducting the General Social Survey (GSS) during a Pandemic—Interview with René Bautista. *Survey Practice*, 25661. <https://doi.org/10.29115/SP-2021-0007>
- Beullens, K. – Loosveldt, G. – Vandenplas, C. – Stoop, I. 2018: Response Rates in the European Social Survey: Increasing, Decreasing, or a Matter of Fieldwork Efforts? *Survey Methods: Insights from the Field SMIF*. <https://doi.org/10.13094/SMIF-2018-00003>
- Biemer, P. P. 2010: Total survey error: Design, implementation, and evaluation. *Public opinion quarterly*, 745, 817–848.
- Bodor, T. 2012: Hungary’s “Black Sunday” of Public Opinion Research: The Anatomy of a Failed Election Forecast. *International Journal of Public Opinion Research*, 24(4), 450–471. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edr039>
- Bon, J. J. – Ballard, T. – Baffour, B. 2019: Polling bias and undecided voter allocations: US presidential elections, 2004–2016. *Journal of the Royal Statistical Society: Series A Statistics in Society*, 1822, 467–493. <https://doi.org/10.1111/rssa.12414>
- Boros, P. – Medvegyev, P. 2017: Közvélemény-kutatások statisztikai szemszögből – ahol biztosan hibáztak. *Közgazdasági Szemle*, 64(12), 1265–1284. <https://doi.org/10.18414/KSZ.2017.12.1265>
- Böcskei, B. – Szabó, A. (szerk.) 2018: *Várákozások és valóságok. Parlamenti választás 2018*. MTA TK PTI – Napvilág Kiadó.
- Bradley, V. C. – Kuriwaki, S. – Isakov, M. – Sejdinovic, D. – Meng, X. L. – Flaxman, S. 2021: Unrepresentative big surveys significantly overestimated US vaccine uptake. *Nature*, 600(7890), 695–700.
- British Polling Council 2016: *Performance of the polls in the EU referendum*. <https://www.britishtpollingcouncil.org/performance-of-the-polls-in-the-eu-referendum/>
- De Heer, W. – De Leeuw, E. 2002: Trends in household survey nonresponse: A longitudinal and international comparison. In Groves, R. M. – Dillman, D. A. – Eltinge, J. L. – Little R. J. A. (eds.) *Survey nonresponse*. John Wiley, 41–54.
- Enns, P. K. – Lagodny, J. – Schuldt, J. P. 2017: Understanding the 2016 US Presidential Polls: The Importance of Hidden Trump Supporters. *Statistics, Politics and Policy*, 81, 41–63. <https://doi.org/10.1515/spp-2017-0003>

- Enten, H. 2017: Macron Won, But The French Polls Were Way Off. *FiveThirtyEight*. <https://fivethirtyeight.com/features/macron-won-but-the-french-polls-were-way-off/>
- Enyedi, Zs. – Tardos, R. 2018: A magyar választók társadalmi beágyazottsága és ideológiai tagoltsága. In Böcskei, B. – Szabó, A. (szerk.) *Várakozások és valóságok. Parlamenti választás 2018*. Napvilág Kiadó – MTA TK PTI, 43–75.
- Erikson, R. S. – Panagopoulos, C. – Wlezien, C. 2004: Likely and Unlikely Voters and the Assessment of Campaign Dynamics. *Public Opinion Quarterly*, 68(4), 588–601. <https://doi.org/10.1093/poq/nfh041>
- Fraga, B. L. – McElwee, S. – Rhodes, J. – Schaffner, B. 2017: Why Did Trump Win? More Whites—And Fewer Blacks—Actually Voted. *Washingtonpost.com*. <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2017/05/08/why-did-trump-win-more-whites-and-fewer-blacks-than-normal-actually-voted/>
- Gaia, A. 2020: *Social Desirability Bias and Sensitive Questions in Surveys*. SAGE Publications Limited.
- Gallup 2002: *A közvélemény-kutatás fekete napja*. <http://keszei.chem.elte.hu/statisztika/Vote-Poll.htm>
- Gelman, A. 2021: Failure and Success in Political Polling and Election Forecasting. *Statistics and Public Policy*, 8(1), 67–72. <https://doi.org/10.1080/2330443X.2021.1971126>
- Groves, R. M. 2005: *Survey errors and survey costs*. John Wiley – Sons.
- Groves, R. M. – Lyberg, L. 2010: Total survey error: Past, present, and future. *Public Opinion Quarterly*, 74(5), 849–879.
- Harkányi, Á. M. 2018: A stratégiai szavazás arcai. *Politikatudományi Szemle*, 27(1), 115–140.
- Jennings, W. – Wlezien, C. 2018: Election polling errors across time and space. *Nature Human Behaviour*, 2(4), 276–283. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0315-6>
- Karácsony, G. 2006: Árkok és légvárak. A választói viselkedés stabilizálódása Magyarországon. In Karácsony, G. (szerk.) *Parlamenti választás 2006. Elemzések és adatok*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 59–103.
- Karácsony, G. – Lakatos, Zs. 2006: Választási előrejelzések Magyarországon, 1990–2006. Sikerrek, tévedések és tanulságok. In Angelusz, R. – Tardos, R. (szerk.) *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 185–220.
- Kende, G. 2013: A közvélemény-kutatások hatása a politikai közvéleményre és a választói viselkedésre. *Szociológiai Szemle*, 23(2), 6–30.
- Kennedy, C. – Blumenthal, M. – Clement, S. – Clinton, J. D. – Durand, C. – Franklin, C. – McGeehey, K. – Miringoff, L. – Olson, K. – Rivers, D. – Saad, L. – Witt, G. E. – Wlezien, C. 2018: An Evaluation of the 2016 Election Polls in the United States. *Public Opinion Quarterly*, 82(1), 1–33. <https://doi.org/10.1093/poq/nfx047>
- Kennedy, C. – Hartig, H. 2019: Response rates in telephone surveys have resumed their decline. *pewresearch.org*. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/02/27/response-rates-in-telephone-surveys-have-resumed-their-decline/>
- Kish, L. 1965: *Survey Sampling*. Wiley-Interscience.
- Kmetty, Z. 2012: A telefonos kutatások speciális problémái. *Statistikai Szemle*, 90, 41–63.
- Kmetty, Z. 2018: Sok volt az ellenzéki átszavazás, különben még jobban nyert volna a Fidesz. *index.hu*. https://index.hu/velemeny/olvir/2018/04/10/ellenzeki_atszavazas_elemzes/
- Koltai, J. – Stefkovics, Á. 2018: A Big Data lehetséges szerepe a pártpreferencia becslésekben magyarországi pártok és politikusok Facebook-oldalainak adatai alapján. *Politikatudományi Szemle*, 27(2), 87–120. <https://doi.org/10.30718/POLTUD.HU.2018.2.87.120>

- Krueger, B. S. – West, B. T. 2014: Assessing the potential of paradata and other auxiliary data for nonresponse adjustments. *Public Opinion Quarterly*, 78(4), 795–831.
- Liao, P. 2016: Social desirability bias and mode effects in the case of voting behavior. *Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 132(1), 73–83.
- Máder, M. P. 2005: Az imputálási eljárások hatékonysága. *Statisztikai Szemle*, 83(7), 628–643.
- Makay, M. – Stefkovics, Á. 2021: Mi oszt meg minket? Politikai törésvonalak vizsgálata Magyarországon. In Barthel-Rúzsa, Zs. – Fűrész, G. – Pillók, P. – Stefkovics, Á. (szerk.) *Magyarország 2021: Társadalom, gazdaság és politika napjainkban*. Századvég, 241–277.
- Marián, B. 2006: A várható választási eredmények modellezése. In Angelusz, R. – Tardos, R. (szerk.) *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 135–162.
- Mellon, J. – Prosser, C. 2017: Missing Nonvoters and Misweighted Samples: Explaining the 2015 Great British Polling Miss. *Public Opinion Quarterly*, 81(3), 661–687. <https://doi.org/10.1093/poq/nfx015>
- Messing, V. – Ságvári B. 2020: *ESS Kutatási Infrastruktúra Magyarország. Éves összefoglaló*. https://tk.hu/uploads/files/ess/ESS_2020-as_beszamolo.pdf
- Miklósi, G. 2019: Hogyan tévedhettek ekkorát a közvéleménykutatás partpreferencia/ https://index.hu/belfold/2019/10/31/toka_gabor_kozvelemenykutatas_partpreferencia/
- Németh, R. – Luksander, A. 2018: Strong Impact of Interviewers on Respondents' Political Choice: Evidence from Hungary. *Field Methods*, 30(2), 155–170. <https://doi.org/10.1177%2F1525822X18769502>
- Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság 2020: *Mobilpiaci jelentés – 2020. II. félév*. https://nmhh.hu/dokumentum/220055/NMHH_mobilpiaci_jelentes_2017Q1_2020Q4.pdf
- Noelle-Neumann, E. 1974: The Spiral of Silence a Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>
- Olson, K. – Smyth, J. D. – Horwitz, R. – Keeter, S. – Lesser, V. – Marken, S. – Mathiowetz, N. A. – McCarthy, J. S. – O'Brien, E. – Opsomer, J. D. – Steiger, D. – Sterrett, D. – Su, J. – Suzer-Gurtekin, Z. T. – Turakhia, C. – Wagner, J. 2021: Transitions from Telephone Surveys to Self-Administered and Mixed-Mode Surveys: AAPOR Task Force Report. *Journal of Survey Statistics and Methodology*, 9(3), 381–411. <https://doi.org/10.1093/jssam/smz062>
- Philippou, A. N. 2021: Why Do Polls Fail? The Case of Four US Presidential Elections, Brexit, and Two India General Elections. *arXiv:2107.14166 [stat]*. <http://arxiv.org/abs/2107.14166>
- Portfolio 2010: Az MSZP és a Jobbik fej-fej mellett küzdhet a második helyért. Gallup. *portfolio.hu*. <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20100326/az-mszp-es-a-jobbik-fej-fej-mellelt-kuzdhet-a-masodik-helyert-gallup-130682>
- Rentsch, A. – Schaffner, B. F. – Gross, J. H. 2019: The elusive likely voter: Improving electoral predictions with more informed vote-propensity models. *Public Opinion Quarterly*, 83(4), 782–804.
- Róna, D. 2011: Önbeteljesítő profécia? Az esélyességgel kapcsolatos várakozások hatása a pártválasztásra az LMP és az MDF 2010-es példáján keresztül. In Tardos, R. – Enyedi, Zs. – Szabó, A. (szerk.) *Részvétel, képviselet, politikai változás*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 383–407.
- Róna, D. 2017: Felülbecslik-e a Fidesz támogatottságát? *24.hu*. <https://24.hu/kozelet/2017/12/19/felubecslik-e-a-fidesz-tamogatottsagat/>
- Róna, D. – Sós, I. 2011: A térmodellen túl. Másodlagos preferenciák a 2010-es országgyűlési választáson. *Politikatudományi Szemle*, 20(4), 113–137.
- Rudas, T. 1998: *Hogyan olvassunk közvélemény-kutatásokat?* Új Mandátum Könyvkiadó.

- Rudas, T. 2006. A hibahatár a becslt mennyiség függvényében – a mért pártpreferenciák téves értelmezésének egyik forrása. In Angelusz, R. – Tardos, R. (szerk.) *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 17–40.
- Savage, M. – Burrows, R. 2007: The coming crisis of empirical sociology. *Sociology*, 41(5), 885–899.
- Silver, N. 2017: Marine Le Pen Is In A Much Deeper Hole Than Trump Ever Was. *FiveThirtyEight*. <https://fivethirtyeight.com/features/le-pen-is-in-a-much-deeper-hole-than-trump-ever-was/>
- Stefkovics, Á. 2021a: Hinni vagy nem hinni? Még egyszer arról, hogy hihetünk-e a közvélemény-kutatásoknak. *origo.hu*. <https://www.origo.hu/nagyvilag/20201203-hinni-vagy-nem-hinni-hihetunke-a-kozvelemenykutasoknak.html>
- Stefkovics, Á. 2021b: Keverni vagy nem keverni? A hibrid adatfelvételekben rejlő lehetőségek politikai témájú kérdőívek esetén. *Statistikai Szemle*, 99(12), 1127–1155. <https://doi.org/10.20311/stat2021.12.hu1127>
- Sturgis, P. – Baker, N. – Callegaro, M. – Fisher, S. – Green, J. – Jennings, W. – Kuha, J. – Lauderdale, B. – Smith, P. 2016: *Report of the inquiry into the 2015 British general election opinion polls*. <http://eprints.ncrm.ac.uk/3789/>
- Szeidl, B. – Tóth, I. G. 2020: Hova tovább a nemválaszolókka? A European Social Survey alapján végzett módszertani kísérlet eredményei. *Szociológiai Szemle*, 30(3), 96–114. <https://doi.org/10.51624/SzocSzemle.2020.3.5>
- TÁRKI 2000: *A pártválasztásukban bizonytalan szavazók összetételének elemzése*. TÁRKI.
- Tóka, G. 2018: A centrális erőter bomlása. In Böcskei, B. – Szabó, A. (szerk.) *Várakozások és valóságok. Parlamenti választás 2018*. MTA TK PTI – Napvilág Kiadó, 78–101.
- Tóth, I. G. – Kolosi, T. 2002: Egy tévedés története. In Kolosi, T. – Tóth, I. G. – Vukovich, Gy. (szerk.) *Társadalmi Riport*. TÁRKI, 339–367.
- Vaskor, M. 2022. IDEA Intézet: Több tízezeren csak a választás napján dönthetik el, kire szavaznak. *24.hu*. <https://24.hu/belfold/2022/04/02/valasztas-2022-bizonytalanok-titkolozok-szavazas-idea-intezet-felmeres/>
- Voogt, R. J. – Saris, W. E. 2003: To participate or not to participate: The link between survey participation, electoral participation, and political interest. *Political Analysis*, 11(2), 164–179.
- Závecz, G. 2012: The Black Day of Public Opinion Research Revisited. *Review of Sociology*, 22(4), 4–16.
- Závecz, G. 2018: A 2018-as magyarországi országgyűlési választást megelőző közvélemény-kutatások. In Böcskei, B. – Szabó, A. (szerk.) *Várakozások és valóságok. Parlamenti választás 2018*. MTA TK PTI – Napvilág Kiadó, 455–480.
- Závecz, T. 2010: A személyes, a telefonos és az online adatfelvétel módszertani összehasonlítása, a hibrid adatfelvétel lehetőségei. In *Magyar Választáskutatási Program „Részvétel és képviselet” kutatás*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány.

Melléklet

Forrás: AAPOR 2020

1. számú melléklet: A közvélemény-kutatási eredményekbe vetett lakossági bizalom 2014 és 2021 között (%)

	<i>Egyáltalán nem</i>	<i>Inkább nem</i>	<i>Inkább igen</i>	<i>Teljes mértékben</i>	<i>Nem tudja/ Nem válaszol</i>
2014. aug.	6,6	27	54,2	10,3	1,8
2018. márc.	14,2	29,4	38,4	5,6	12,4
2018. ápr.	15,4	36,7	35,2	3,7	9
2019. máj.	12,8	24,7	47,1	8,5	6,8
2020. jún.	11,8	31,3	46,6	6	4,2
2021. ápr.	13,6	29,1	38	11,1	8,2

Forrás: Századvég

Megjegyzés: A pontos kérdésmegfogalmazás:

Mennyire bízik Ön a közvélemény-kutató cégek eredményeiben?

A felmérések 1000 fős telefonos (CATI), országos kutatások voltak a felnőtt korú magyar lakosság körében. A minták nem, életkor, végzettség és településtípus szerint reprezentatívnak tekinthetők. A populációs arányoktól való eltéréseket utólag iteratív súlyozás segítségével korigáltuk. Az adatok legfeljebb plusz-mínusz 3,2 százalékkal térhetnek el attól, amit akkor kaptunk volna, ha minden választókorú személyt megkérdeztünk volna az országban.

2. számú melléklet: Ön szerint a közvélemény-kutató cégek inkább köthetők valamilyen politikai oldalhoz, vagy inkább függetlenek? (%)

	<i>Nagymértékben kötődnek egy politikai oldalhoz</i>	<i>Inkább kötődnek egy politikai oldalhoz</i>	<i>Inkább függetlenek</i>	<i>Teljes mértékben függetlenek</i>	<i>Nem tudja/ Nem válaszol</i>
2014. aug.	11,8	44,9	30,3	5,4	7,7
2018. márc.	15,2	38,5	24	5,2	17,1
2018. ápr.	19,6	46,5	21,8	2,5	9,7
2019. máj.	15,2	38,6	29,1	8,9	8,1
2020. jún.	20	47,2	22,2	4,8	5,7
2021. ápr.	17,5	49	20,3	5,7	7,4

Forrás: Századvég

Megjegyzés: A kutatások megegyeznek a 4. számú mellékletben idézetekkel.

3. számú melléklet: Mennyire ért egyet Ön a következő állításokkal?
A közvélemény-kutatások tudományos módszerekkel dolgoznak,
ezért megbízhatóak az eredmények (%)

	<i>Egyáltalán nem</i>	<i>Inkább nem</i>	<i>Inkább igen</i>	<i>Teljes mértékben</i>	<i>Nem tudja/ Nem válaszol</i>
2014. aug.	7	25,8	43,3	18,4	5,5
2018. márc.	12,3	29,2	29,8	7,8	20,9
2018. ápr.	6,6	28,8	39,8	8,6	16,2
2019. máj.	6,8	20,2	43,7	19,7	9,6
2020. jún.	10,3	32,6	35,5	13,5	8,1

Forrás: Századvég

Megjegyzés: A kutatások megegyeznek a 4. számú mellékletben idézettekkel.

4. számú melléklet: Mennyire ért egyet Ön a következő állításokkal?
1000 megkérdezettből nem lehet általánosítani az egész társadalomra (%)

	<i>Egyáltalán nem</i>	<i>Inkább nem</i>	<i>Inkább igen</i>	<i>Teljes mértékben</i>	<i>Nem tudja/ Nem válaszol</i>
2014. aug.	6,6	15,2	32,6	41,5	4
2018. márc.	9,5	15,9	24,5	38,5	11,5
2018. ápr.	9,5	18,1	26,5	37,6	8,3
2019. máj.	10,1	19,5	24	40	6,3
2020. jún.	8,4	14,7	22,1	50,8	4

Forrás: Századvég