

MRÁZ ÁGOSTON SÁMUEL

## *Adatok és közlemények: a közvélemény-kutatások szerepe a 2022-es választási kampányban*

### *Absztrakt*

A magyar közvélemény a 2022-es magyar országgyűlési választás után is kételkedve tekint a közvélemény-kutatások megbízhatóságára. Sokan vélik úgy, hogy az intézetek „nagyot buktak” a választás végeredményének előrejelzése kapcsán. Valójában a kutatások a kormányzó Fidesz jelentős előnyét jelezték, de tény, hogy egyik kutatásból sem olvasták ki készítőik az adatelemzéskor a régi-új kormánypárt kétharmados győzelmének lehetőségét, és az ellenzéki összefogás támogatottságát is túlbecsülték. A tanulmány vizsgálja a választás előtti közvélemény-kutatások pontosságát, a tévedések mértékét, okait és a kutatóintézetek magyarázatait. Fő tézise, hogy a nyilvános közvélemény-kutatások egyfajta márkanévversenyben állnak egymással, ezért a nyilvánosságban nem kapnak kellő figyelmet a közvélemény-kutatás módszertani korlátai. A szerző a magyar közvélemény-kutató intézetek szakmai kooperációját, a kutatási eredmények nyilvános közleményeire vonatkozó szakmai minimumkövetelmények definiálását is szükségesnek tartja.

**Kulcsszavak:** közvélemény-kutatás, magyarországi parlamenti választás 2022, választási kampány, közvélemény-kutató intézet, márkanév

### *Abstract*

Hungarian public opinion is dubious about the reliability of opinion polls after the Hungarian general election in 2022 as well. Many observers think that the opinion polling institutes hugely failed in predicting election results. In reality, polls indicated a significant advantage for the governing Fidesz party, but it is a matter of fact that none of the institutes realised the possibility of a two-third majority for the old and new governing party by analysing data from surveys and they overestimated the public support for the opposition alliance. The study examines the accuracy of polling before election, the extent and reason of their miscalculations, and the explanation of the institutes. Its main thesis is that there is a certain brand competition among public opinion polls, therefore the limitations of polling are not sufficiently addressed in public. The author urges professional cooperation among public opinion institutes and definition of minimum requirements for public press releases about opinion polls results.

**Keywords:** opinion polling, survey, general elections in Hungary 2022, election campaign, opinion polling institute, brand

## Bevezetés

A közvélemény a 2022-es országgyűlési választás után is kételkedve tekint a közvélemény-kutatások megbízhatóságára. Sokan vélik úgy, hogy az intézetek „nagyot buktak” a választás végeredményének előrejelzése kapcsán.<sup>1</sup> Valójában a legtöbb kutatás a Fidesz jelentős előnyét jelezte, de tény, hogy egyik kutatásból sem olvasták ki készítőik az adatelemzéskor a régi-új kormánypárt kétharmados győzelmének lehetőségét. Az alábbiakban a választás előtti közvélemény-kutatások pontosságáról, a tévedések mértékéről, okairól és a kutatóintézetek magyarázatairól lesz szó. Szégyellnivaló kevés akad az intézetek számára, tanulság annál több.<sup>2</sup>

A közvélemény-kutatások iránt minden választási kampány idején kiemelten magas az érdeklődés. Az utóbbi években a médiafigyelem is folyamatosan nőtt a kutatási eredmények iránt. A 2018-as, valamint a 2022-es hivatalos kampányidőszakban is nagyobb számban került említésre a közvélemény-kutatás kifejezés ugyanazokon a médiafelületeken, mint négy évvel korábban.<sup>3</sup> Az tehát elmondható, hogy a közvélemény-kutatásokra igényt tart a közvélemény. Igaz, ez az igény nem azonos azzal, amit a közvélemény-kutató intézetek elő tudnak állítani.

Minden szakmának megvannak a maga ökölszabályai. A közvéleményt vizsgáló szakemberek egyik ilyen alapelve, hogy a „kutatás pillanatfelvétel”,<sup>4</sup> nem előrejelzés, a másik alapvetésük, hogy „egy kutatás nem kutatás”. Egyetlen felmérés – akár az adatfelvétel hibájából, akár a pillanatnyi

<sup>1</sup> <https://g7.hu/kozelet/20220421/negy-even-belul-harmadszor-buktak-nagyot-a-magyar-kozvelemeny-kutatok-de-miert/> (Letöltve: 2022. június 17.)

<https://voxpopuli.444.hu/2022/04/05/valasztasi-tanulsagok-1-miert-tevedtek-a-kozvelemeny-kutatok> (Letöltve: 2022. június 17.)

<https://telex.hu/valasztas-2022/2022/04/04/kozvelemeny-kutatok-felmeres-valasztas-tevedes-zavec-zepozpont-szazadveg-idea-republikon-median> (Letöltve: 2022. június 17.)

<sup>2</sup> A tanulmány szerzője a Nézőpont Intézet vezetője, amely a kampányidőszakban az adatokat publikáló egyik közvélemény-kutató intézet volt, így a retrospektív elemzés – a szerző minden erőfeszítése ellenére – biztosan tartalmaz szubjektív elemeket.

<sup>3</sup> 2014. február 15. és április 6. között 676, 2018. február 17. és április 8. között 921, 2022. február 12. és április 3. között pedig 1092 alkalommal került említésre a közvélemény-kutatás kifejezés. A médiaszemle a hetilapok közül a *Blikk*, a *Bors*, a *Magyar Hírlap*, a *Magyar Nemzet*, a *Népszava*, a *Világgazdaság*, a hetilapok közül a *168 Óra*, az *Élet és Irodalom*, a *Heti Válasz*, a *HVG*, a *Magyar Narancs*, a televíziósatornák közül az M1, az RTL Klub, a TV2, az online oldalak közül pedig az origo.hu, az index.hu, a telex.hu, a 444.hu, a napi.hu, valamint 24.hu híryanagait vizsgálta.

<sup>4</sup> Böcskei et al. 2022.

helyzettorzító hatásából – könnyen félrevezetheti az adatalapú döntéshozókat és az adatok iránt érdeklődőket. Az adatokat publikáló, a tudomány figyelmére érdemes közvélemény-kutató intézetek<sup>5</sup> ezért rendszeresen végeznek adatfelvételt. Inkább a trendeket próbálják vizsgálni és értékelni, a hangulat és a népszerűség időbeli változásait, nem egyszerűen egyetlen pillanatfelvételtől vonnak le következtetéseket. Egy-egy kutatóintézet szakmai teljesítményét megalapozottan csak e trendek ismeretében lehetne értékelni. A közvélemény és a médianyilvánosság azonban általában nem így jár el.

## A választás előtti kutatások és objektív korlátaik

A politikai nyilvánosság általában nem törődik a szakmai szttenderdekkel. A kutatóintézetek utolsó, publikált közvélemény-kutatási adatait a médiumok mindig összevetik a választási eredményekkel, és egy nem hivatalos márkánévversenyben győztest hirdetnek. Tudják ezt az érintettek is, ezért az utóbbi években elterjedt, hogy a kutatási adatokon túlmutató, választástörténeti szempontokat és feltételezett társadalomlélektani mechanizmusokat<sup>6</sup> is figyelembe vevő, „szakértői becsléssel” szállnak be a nyilvános versenybe. Ezzel nemcsak a rejtőzködő választók beazonosítását végzik el, hanem a választók feltételezett szokásait, magatartásmintáit is megpróbálják megbecsülni. A tét nagy számukra. Tudják, hogy az adataik, bizonyos értelemben „tippjeik” pontossága a márkájuk hiteleségének fokmérője lesz a következő időszakban. Megfigyelhető azonban, hogy az adatalapú közlemények és az adatokat közlő szakértői becslések nem válnak el élesen a nyilvánosságban, sokszor a közlemények sem teszik egyértelművé, melyik műfajú adatközléssel találkozik az olvasó. Az

5 A 2022-es kampányidőszakban idesorolhatóak az alábbi kutatóintézetek: Társadalomkutató, Medián, Nézőpont Intézet, Századvég, Republikon, IDEA, Publicus, ZRI Závecz Research; ritkábban publikált, de többször megjelent a Real-PR '93 és az Alapjogokért Központ is. A korábbi években publikáló TÁRKI, Iránytű Intézet, Gallup, Ipsos és Marketing Centrum 2022-ben nem jelent meg felmérési eredményekkel.

6 Ennek egyik szemléletes példája, hogy az orosz–ukrán háború kitörését megelőzően kezdődő, de a háború első napjaiban véget érő Medián-kutatás eredményeit a háború kormánypártokat erősítő hatásával magyarázták. [https://hvg.hu/360/20220302\\_Median\\_felmeres\\_kozvelemeny-kutatas](https://hvg.hu/360/20220302_Median_felmeres_kozvelemeny-kutatas) (Letöltve: 2022. június 17.)

alábbiakban ezért mi sem teszünk különbséget a kizárólag adatfelvételen és a szakértői becslésen alapuló adatok között.

A márkanévverseny azonban még a szakértői becslésen is túlmutató elvárásokat fogalmaz meg a kutatóintézetekkel szemben a választás előtti utolsó közlemények irányába. Gyakorlattá vált, hogy a közzétett kutatási számokat választási előrejelzéseként mutatják be, átértelmezve vagy félreértve a kutatóintézetek közleményeit. Történik mindez annak ellenére, hogy a közvélemény-kutatók minden esetben hangsúlyozzák, hogy az adatokból kiolvasott pártversenyállás az adatfelvétel óta eltelt időben történt eseményeket nem veszi, nem veheti figyelembe, és hogy a pártpreferencia-adatokból az egyéni választókerületek eredménye automatikusan nem olvasható ki. Joggal merül fel a kérdés: valóban elvárható-e, hogy a kutatási adatokból „jósolni” lehessen, s ha igen, milyen feltételek teljesülése mellett várható el a választási eredmények előrejelzése. Az alábbiakban azt próbáljuk összefoglalni, miért nem alkalmasak még a legmegbízhatóbb közvélemény-kutatások sem a választási előrejelzésre.

### *Korlátozott közvélemény-kutathatóság*

Létezik egy mítosz, miszerint a közvélemény-kutatásoknak volt egy aranykora, amelyet követően, az idő előrehaladtával egyre pontatlanabb eredmények születnek, ugyanakkor a történeti áttekintések azt mutatják, hogy a korlátozott előrejelző képesség nem korszakos, hanem műfaji hiányosság.<sup>7</sup> A közvélemény-kutatások hitelességét mégis megkérdőjelezték a politikai, az akadémiai és a szélesebb média nyilvánossága előtt egyaránt. Egyesek szerint a politikai döntéshozóknak is inkább figyelmen kívül kellene hagyniuk az efféle kutatásokat,<sup>8</sup> mások szerint azonban lehetséges a tapasztalatokból okulni.<sup>9</sup>

Alighanem tökéletes közvélemény-kutatás nem volt és nem is lesz. A vizsgált sokaságot reprezentáló minták megkérdésének tudományos alkalmazhatóságával szemben megfogalmazott kritikák jól ismertek.<sup>10</sup>

7 Prosser et al. 2018.

8 Weissberg 2001.

9 Tóka [é. n.].

10 Vö.: Bourdieu 1973.

Idesorolható például, hogy a feltett kérdések gyakran a politikusok, és nem a választók problémáival foglalkoznak; az „átlagemberek” véleményüket más véleményekkel szemben, s nem semleges terminusokkal megfogalmazott kérdésekre válaszolva szokták megfogalmazni; a kutatás során a válaszadók mesterséges helyzetben alkotnak véleményt, nem pedig önként a választófülke magányában.

Bourdieu kritikái korlátozottan érvényesek a mai pártpreferencia-felmérésekre, hiszen azok nem mesterséges, hanem valós problémákkal foglalkoznak, s az országgyűlési választások hetvenszázalékos részvétele alapján elmondható, hogy az „átlagembereket” is érdekli. Ugyanakkor egyre elterjedtebb, hogy még a magukat aktívnek mondó, a választási részvételüket biztosra ígérő szavazók jelentős hányada sem árulja el a pártpreferenciáját. Akár taktikai megfontolás, akár bizalmatlanság lapul a válasz elhallgatása mögött, a közvélemény-kutatók számára komoly kihívást jelent e szűrkezőna megvilágítása. Általában segédkérdésekkel próbálkoznak, amelyek esetében már joggal merülhet fel, hogy a választói döntés szempontjából mennyire fontos egy-egy kiválasztott ügy a politikai osztályon kívüli társadalmi csoportokban.<sup>11</sup> A 2022-es választások előtti heteket meghatározó pedagógusbér ügyében például a pártpreferenciájukat eltitkolók közül olyanok is kormánykritikus álláspontra helyezkedtek, akik később a kormánypartokat támogatták a választás napján.<sup>12</sup>

Az itt alkalmazott módszerek és segédkérdések, illetve azok későbbi figyelembevétele egy-egy kutatóintézet autonóm döntései. A közvélemény tudományos kutathatóságát korlátozó nehézségről van szó, de a közvélemény-kutató intézetek márkanévversenyét ez nem érinti. Az alkalmazott segédkérdések inkább érthetőek e versenyben az egyes intézetek kockázatvállalásaiként.

11 Például a miniszterelnök-jelöltek népszerűségével vagy egy-egy kiemelt szakpolitikai téma megítélésének vizsgálatával.

12 A Nézőpont Intézet nem nyilvános kutatási alapján, 2022. március.

## *A kutatási adatok eltérő bázisai*

A választás előtti kutatások mesterséges versenyhelyzetét tovább bonyolítja, hogy a pártpreferencia-méréseknek sem a bázisa, sem pedig adatfelvételi módszere nem egységes. A Nézőpont Intézet,<sup>13</sup> a Századvég,<sup>14</sup> a Závecz Research (ZRI),<sup>15</sup> az IDEA<sup>16</sup> és a Publicus<sup>17</sup> egyaránt a biztos szavazó pártválasztók, tehát a részvételt biztosra ígérők és a pártot választani tudók bázisán mutatta be utolsó közleményeiben a pártverseny általuk feltételezett állását. Ezzel szemben a Republikon<sup>18</sup> és a Medián<sup>19</sup> a pártot választani tudók körén belül, azaz a részvételi aktivitástól függetlenül, egy adott pártlistára szavazati hajlandóságot mutatók bázisán készítette el utolsó mérését. A részvétel megbecslésének módja és annak szerepe szintén vitatott téma, azonban az előrejelzési hiba mértéke és a részvétel közötti összefüggést nemcsak elméleti, de empirikus módon is megkérdőjelezték.<sup>20</sup> A márkanévversenyben az eltérő bázison mért adatok összehasonlíthatóak, de tudományos igényű vizsgálat esetén az összehasonlíthatóság korlátait mindenképpen jelezni kell.

## *Az adatfelvételek eltérő módszerei*

A négy évvel korábbi kampányidőszakkal ellentétben csak a Závecz Research készített nyilvános személyes közvélemény-kutatást, a többi intézetre a telefonos adatfelvétel volt jellemző. Az IDEA önkitöltős online

13 <https://nezopont.hu/a-nezopont-intezet-valasztasok-elotti-utolso-nyilvanos-meresi-eredmenye/> (Letöltve: 2022. május 3.)

14 <https://szadveg.hu/hu/2022/03/31/fidesz-kdnp-49-szazalek-ellenzeki-osszefogas-44-szazalek~n2637> (Letöltve: 2022. május 3.)

15 <https://index.hu/belfold/2022/03/29/zavec-kutatas-a-fidesz-kdnp-listaja-vezet-sok-mulhat-a-bizonytalanokon/>

16 <https://www.ideaintezet.hu/hu/hirek-aktualis/82/zarult--de-nem-csukodott-be-az-fidesz---ellenzek-ollo---2022--marcius-vege> (Letöltve: 2022. május 3.)

17 <https://publicus.hu/blog/partok-tamogatottsaga-2022-marcius-vege/> (Letöltve: 2022. május 3.)

18 <http://republikon.hu/elemzesek,-kutatasok/22-03-23-kvk-marcius.aspx> (Letöltve: 2022. május 3.)

19 [https://hvg.hu/360/20220330\\_Median\\_valasztas\\_2022\\_Fidesz\\_ellenzek\\_mandatumbecsles\\_kozvelemeny\\_kutatas](https://hvg.hu/360/20220330_Median_valasztas_2022_Fidesz_ellenzek_mandatumbecsles_kozvelemeny_kutatas) (Letöltve: 2022. május 3.)

20 Daoust 2021.

kérdőíve, valamint a kampányidőszakban alkalmazott nagyobb, 1800-2000 fős adatfelvételi minta képviselte a legnagyobb módszertani változatosságot. Annak ellenére, hogy módszertanuk szerint „az internet- és Facebook-felhasználási szokások kontrollálásra kerülnek”,<sup>21</sup> és ezzel is ki kellett egészíteni a reprezentativitást biztosító súlyozási eljárást, az IDEA mérései a Publicus, a Republikon és a Závecz Research utolsó publikált számainál is közelebb álltak a választási eredményhez.

Az egyes adatfelvételi módok mellett és ellen szóló érvek visszatérő elemei a közvélemény-kutatásokról szóló vitáknak.<sup>22</sup> Az adatfelvétel módszereinek jelentőségét sokan hajlamosak túlértékelni, s egyik vagy másik módszer felsőbbrendűségében hinni. Valójában egyedül azt kellene vizsgálni, hogy melyik kérdezéstechnikával van a vizsgált populáció legtöbb tagjának esélye bekerülni a mintába, s melyik adatfelvétel képes a lehető leggyorsabban, az esetleges eredménytorzító külső hatásokat megelőzve, eredményre vezetni. Mivel a közvélemény-kutatás költséges tevékenység, a kérdezéstechnika kiválasztásakor az ár-érték arány is fontos szempont lehet. Tekintve, hogy a válaszadók bizalmatlansága általános érvényű, a személyes pártpreferencia-kutatások korábban feltételezett elérési előnye ma már nem igazolható. Különösen a lakcímnnyilvántartáson alapuló mintavételt felváltó, több-kevesebb sikerrel betartott „véletlen séta” módszere rontotta a személyes adatfelvételek minőségét. Ezzel szemben a több esetben véletlenszám-generálással előállított telefonos minták elérési mutatója nem rosszabb, az adatfelvétel sebessége és költsége viszont kedvezőbb. A súlyozott mintájú online kérdezéstechnika fentebb rögzített relatív előnye a márkanévversenyben nem jelenti azt, hogy a közeljövőben ez az adatfelvételi módszer elterjedne Magyarországon. Ugyan feltételezhetően olcsóbb eljárás, mint akár a telefonos, akár a személyes kérdés, de elérése a nem internetezőkhöz kihagyása miatt szükségszerűen kisebb, mint a hagyományos technikáké. Emellett az internetes adatfel-

21 IDEA Intézet módszertana, <https://www.ideaintezet.hu/hu/hirek-aktualis/82/zarult--denem-csukodott-be-az-fidesz---ellenzek-ollo---2022--marcius-vege> (Letöltve: 2022. június 17.)

22 A 2016-os amerikai egyesült államokbeli elnökválasztás és az Egyesült Királyságban tartott EU-népszavazás során is jelentős eltérés mutatkozott az előrejelzések és a valós eredmény között, amelyet egyes szerzők a telefonos válaszadók társadalmilag elfogadottabbnak tartott választáshoz való húzásával magyaráztak. Lásd: Ljepava–Marko 2017. A telefonon megkérdezettek mérsékeltebb együttműködési kedvéről, gyanakvóbb attitűdjéről és a társadalmi elvárásoknak való megfelelési kényszeréről lásd: Holbrook et al. 2003; az online politikai kutatás mintavételi torzításáról: Hargittai–Karaoglu 2018.

vétel relatív lassúsága sem javítja a helyzetet. Az IDEA intézetnek általában 8-10 napra volt szüksége egy kutatáshoz, míg az telefonon 2-3 nap alatt lezajlott, amely egy kiélezett, háborúval terhelt kampányhelyzetben, amilyen a 2022-es volt, a szükségszerűnél nagyobb mértékben korlátozhatja a közvélemény-kutatás megbízhatóságát.

Az adatfelvételi módszerek objektív korlátai közé tartozik, hogy a 2011-es népszámlálás és részleges frissítése, a 2016-os mikrocenzus már meglehetősen régen történt, így a népszámlálási adatok alapján készült reprezentatív minták szükségszerűen eltérnek a valóságtól, igaz, ennek mértékét nem lehet értelemszerűen meghatározni. Jelentőségére csak az egyes választókerületekben választásra jogosultak számának néhol jelentős változásából lehet következtetni: a Budapest VII. kerületéből álló 5. számú választókerület lélekszáma például 9,2 százalékkal csökkent 2018-ról 2022-re. Ebből a szempontból sajnálatos, hogy a népszámlálást a koronavírus miatt 2022 őszére kellett halasztani.

### *Jelenkutatás és jövőjóslás*

Már említettük, hogy a közvélemény-kutatások csak pillanatfelvételek. Hiába a trendszerűen végzett kutatások láncolata és a valóságértelmezésben ennek előnye, egy-egy felmérés önmagában csupán az annak adatfelvételi időpontjában létező közvéleményt tudja tükrözni, nem a jövőbelit. Még egy minden egyéb hibától mentes közvélemény-kutatás is csak egy adott időszak közvéleményét képes mérni, nem pedig a majdani, például a választásnapján közvéleményt előre jelezni. A közvélemény-kutatás jelenkutatás, minden jövőre vonatkozó állítás, azaz jövőjóslás, idegen a közvélemény-kutatástól, akkor is, ha annak nevében is végzik. Ez még akkor is igaz, ha a választások előtt készült adatfelvétel során a feltett kérdés a majdani választói magatartásra és döntésre is vonatkozik. A tervezett vagy bevallott majdani választói magatartás alapján már csak azért sem lehet megbízható előrejelzést adni a majdani választói preferenciákra, mert az adatfelvétel és a választás napja között eltelő időszak befolyásolhatja a válaszadókat is. Csak látszólag cáfolja mindezt, ha később a választás előtti adatfelvételtől kiolvasott pártverseny állása megegyezik a választásnapival. Egy ilyen esetben valószínűleg nem történt semmi olyan esemény, amely a preferenciára vagy részvételi szándékokra hatással lett



volna. Attól még, hogy utólag úgy tűnik, egy kutatás előre jelezte a választási eredményt, előzetesen hiba lett volna előrejelzésnek tekinteni. A 2019-es önkormányzati választási kampány hajrájában az akkori győri polgármester, Borkai Zsolt magánéletével kapcsolatos videofelvétel hatása jól példázza, hogy egy váratlan esemény hogyan képes megváltoztatni a kontextust és megtörni az addig biztosnak vélt trendeket.<sup>23</sup>

### *Az időtényező*

Mivel a közvélemény nem állandó, hanem dinamikus jelenség, nemcsak az adatfelvétel módja, de annak ideje, illetve az eredmények közzétételének időpontja is meghatározó. A Medián 2022. február végi mintafelvétele alatt tört ki például az orosz–ukrán háború, amely a kutatóintézet közleménye szerint is befolyásolhatta a kutatás kimenetelét.<sup>24</sup> A felmérés az orosz invázió előtt kitöltött kérdőívek szerint a Fidesz–KDNP mindössze 4, majd a háború kezdete utáni adatfelvétel alapján már 12 százalékpontos előnyéről számolt be, mely különbség természetesen eredhet a reprezentativitáshoz szükséges demográfiai kvóták adatfelvétel eleji hiányosságából is.

Az adatfelvétel időszaka – jelentőségéhez képest – nem kap megfelelő figyelmet, pedig a kutatási közlemények apró betűs részében feltüntetik a kutatóintézetek az adatfelvétel idejét. Nincs azonban szabály arra, hogy az intézetek ezt hogyan teszik meg. Előfordult a 2022-es választás előtt is, hogy egy-egy intézet csak az adatfelvétel hónapját jelölte meg, nem annak pontos napjait.<sup>25</sup> Feltételezhető ugyanakkor, hogy a kutatóintézetek tisztában vannak az adatfelvétel idejének jelentőségével, s ha azt nem is hangsúlyozzák vagy publikálják, az adatelemző közleményeikben figyelembe veszik. A kontextus ismerete és az ezt figyelembe vevő elemzői értékelés nélkül nem vonható le megbízható következtetés sem a jelenre, sem a jövőre vonatkozóan, a kontextus pedig az adatfelvétel időpontjában

<sup>23</sup> Mráz 2019.

<sup>24</sup> [https://hvg.hu/360/20220302\\_Median\\_felmeres\\_kozvelemenykutatas](https://hvg.hu/360/20220302_Median_felmeres_kozvelemenykutatas) (Letöltve: 2022. május 3.)

<sup>25</sup> Például <https://szadveg.hu/hu/2022/03/14/miniszterelnok-preferenciak-orban-viktor-62-szazalek-marki-zay-peter-32-szazalek~n2558> (Letöltve: 2022. május 14.)

vizsgálendő. A márkanévversenyben ettől függetlenül a publikált adatok számítanak, nem azok értelmezése, így az adatfelvétel időpontjának elhallgatása vagy elnagyolása a márkanévverseny iratlan szabályainak megsértése. Igaz, senki és semmi nem kötelezi a kutatóintézeteket e szabályok betartására.

Nemcsak az adatfelvétel, de a közlemény publikálás időpontja is fontos. A Republikon kutatóintézet március 1-jén, a háború ötödik napján számolt be egy, éppen az orosz invázió első napján végződött adatfelvétel eredményéről, kiegyensúlyozott erőviszonyt láttatva a kormánypártok és az ellenzéki összefogás között.<sup>26</sup> Mivel feltételezhető, hogy a háború kitörése hatással volt a politikai kontextusra, s akár a pártpreferenciákra is, mindenképpen indokolt lett volna a háború előtti adatfelvétel tényének hangsúlyozása. Mindez megerősíti korábbi felvetésünket, hogy a kutatási közlemények helyett az adatfelvételi időszakokra és a publikált adatokra, nem az üzenetekre kell fókuszálnia a tudományos igényű elemzésnek.

Bár a 2022-es kampány hajrájában újabb válságot vagy politikai botrányt kavarázó esemény nem történt, a választás előtti utolsó nyilvános kutatások időzítésére is érdemes kitérni. Ebből a szempontból a Medián, a Publicus és a Társadalomkutató utolsó adatfelvétele volt a legnaprakészebb, felmérésük a választás hetében készült. A Nézőpont Intézet, a Századvég, a Závecz Research és az IDEA utolsó nyilvános kutatása a választást megelőző héten, a Republikon intézeté pedig a választást megelőző második héten készült.<sup>27</sup> Noha nem ismerünk olyan kontextusbefolyásoló eseményt, amely a kutatási adatokra jelentős, módosító hatást gyakorolt volna a választás előtti hetekben, mégis kérdéses, hogy az eltérő időpontban készült adatfelvételek adatai milyen mértékben hasonlíthatóak össze. Tudományos igénnyel kevésbé, amely megerősíti, hogy bármilyen „eredményhirdetés” csak a márkanévek versenyének tükrében értelmezhető.

<sup>26</sup> <http://republikon.hu/elemezsek-kutatasok/22-03-01-kvk-feb.aspx> (Letöltve: 2022. május 3.)

<sup>27</sup> Vö.: 1. ábra

## A kutatási adatok és kutatási közlemények

Szintén a médiafigyelemnek, illetve az adatok mindig kontextusban való értelmezésének köszönhető, hogy a kutatási adatok közlésének módja üzenetközpontúvá<sup>28</sup> vált. Részben emiatt, részben a média félreértésé-  
től-félreértelmezésétől való félelem miatt sokszor nem ismerhetők meg egyértelműen a kutatási adatok a publikációkból. Előfordul, hogy lényeges adatok maradnak ki, de az is, hogy a közlemény szövege szubjektív félmondatokkal relativizálja, vagy felnagyítja egy-egy adat valódi jelentőségét. Ennek köszönhetően csökkentik bizonyos fejlemények súlyát, vagy éppen hibahatáron belüli különbségeket állítanak be trendszerű változásként. Az IDEA kutatóintézet például 2022 januárjában 1-2 százalékpontos „átrendeződés”-ről számolt be, mely különbség saját módszertanuk szerint is hibahatáron belüli értéknek számít.<sup>29</sup> A Publicus kutatóintézet pedig nem sokkal később, februárban, két hónap után publikált újra pártpreferencia-mérést amelyben csak visszamenőleg, a februári ellenzéki előnyt mutató érték mellett tüntették fel a januári, még kormánypárti előnyt mutató eredményt.<sup>30</sup> A Fidesz–KDNP-nek kedvező, köztes adat év eleji közzétételének elmaradása felveti a gyanút, hogy az adatok időzítését a kutatóintézet számára kedvezőbb napirend-alakítási lehetőség befolyásolta. Tény, hogy egyetlen intézet sem publikált rendszeres időközönként pártpreferencia-adatokat az előző parlamenti ciklusban, utólagos publikációra azonban – ismereteink szerint – csak ebben az esetben került sor.

A Publicus egy másik, március végi kutatási közleményében nem elrejtette egy adat jelentőségét, hanem éppen felnagyította azáltal, hogy alacsony elemszámú adatbontásokból formált politikai üzeneteket. A növekvő ellenzéki aktivitás bizonyítása során az 1025 fős mintán végzett kutatás 27 százalék bizonytalan pártpreferenciával rendelkezőt azonosított be (kerekítve 277 fő). Ebből 7 százalékpontnyi bizonytalan szavazót vélt aktívnak (kerekítve 72 fő), akik között 61–39 arányban található az ellenzéki és a kormánypárti szavazótábor tartaléka. Márpedig egy 72 fős

28 A legtöbb közlemény egy teljes kutatásnak csak egy szeletét, akár csak egyetlen kérdését emeli ki, például: <https://szazadveg.hu/hu/2022/03/09/orban-viktor-alkalmasabb-magyarorszag-biztonsaganak-megorzesere-mint-marki-zay-peter-n2504> (Letöltve: 2022. június 19.)

29 <https://www.ideaintezet.hu/hu/hirek-aktualis/77/kismerteku--de-fontos-valtozasok-a-preferenciakban-----2022--januar> (Letöltve: 2022. május 3.)

30 <https://publicus.hu/blog/partok-tamogatottsaga-2022-februar/> (Letöltve: 2022. május 3.)

almintán beazonosított csoportmegosztás információtartalma inkább szuggesztív, s nem informatív, különösen az elemszámok feltüntetése, illetve hangsúlyozása nélkül. Ugyanígy egy országos kutatásból nehézkesen lehet például a fővárosiak véleményére következtetni, ahol a megkérdezetteknek csak 17,5 százaléka él egy reprezentatív minta esetében.

A közlemények elemzői értékeléseinek hasznossága megkérdőjelezhetetlen, ha az adatok jobb megértését szolgálják. Abban az esetben azonban, ha az adatokból nem, vagy csak erősen korlátozottan olvasható ki a közlemények üzenete, érdemes helyettük az adatokra nagyobb figyelmet fordítani. A közlemények devalválódására vezethető vissza a 2022-es választási kampány közvélemény-kutatói újdonsága, a kutatási adatok másodelemzésének megjelenése is. A szakma iránti médiafigyelmet kihasználva, sőt azt tovább növelve, Tóka Gábor 2019-ben hozta létre a Vox Populi – Választási kalauz nevű oldalt azzal a céllal, hogy választásokkal kapcsolatos adatokat és elemzéseket közöljön „pártoktól és pénzbevétel-től függetlenül, a demokratikus politikai eszmék és gyakorlatok terjesztése mellett elkötelezetten”.<sup>31</sup> Az oldal egy évvel az országgyűlési választás előtt saját felületet kapott a kormánykritikus 444.hu portálon.<sup>32</sup>

Kihasználva, hogy a kutatóintézetek közleményeikben nem térnek ki a kutatások módszertanának minden elemére, a magyar nyelvű közvélemény-kutatási szakirodalom egyik tekintélyének számító Tóka Gábor rendszeresen saját meggyőződésével, sejtéseivel helyettesítette a nyilvánosság előtt fel nem tárt részleteket, majd hosszú logikai okfejtés útján jutott el a nyilvánosság ingerküszöbét elérni kívánó állításokig.<sup>33</sup> Mindez aligha tekinthető tudományos tevékenysége részének, olykor személyeskedő megjegyzésekkel karöltve támadta<sup>34</sup> a szakma képviselőit. Érvelés-

31 <https://kozvelemeney.org/> (Letöltve: 2022. május 4.)

32 <https://voxpopuli.444.hu/> (Letöltve: 2022. május 4.)

33 „Rendkívüli bravúr a Nézőpont Intézet, illetve a 24.hu választások utáni első pártpreferencia-posztja! Az egészen elképesztően összevissza fordított adatok szerint választói támogatottságban a Momentum megelőzte, Márki-Zay Péter még létre se jött pártja pedig beérte a DK-t. [...] Ha jól értem, három teljesen különböző kérdésre adott válaszokból faragták ki ezt a közvélemény-kutatás szatírát.”

[https://www.facebook.com/valasztasi.kalauz/posts/pfbid02ARZT31LGW2oTVF8KqPYw-9X3UTghqZxXmVzwVrywUzJwvrt53Jyb8E2ibAXWBXDM3?\\_cft\\_\[0\]=AZWVxtWgOUHlg-Zguij0-t6yOYrDRXEQebxiTplyfc-nHvo\\_90aijXQkNrpgzEh8-g5qUm-jV3TyEg4zOlm8tUn\\_OogvExUL\\_nLv-8mDXBW4xGdywmKtFs\\_AJt9BdjgUb6YWQHp7s8mfl0MqMV-9AVntR8EAP4f7R-VOLZGDz3vNoFg&\\_tn\\_=%2CO%2CP-R](https://www.facebook.com/valasztasi.kalauz/posts/pfbid02ARZT31LGW2oTVF8KqPYw-9X3UTghqZxXmVzwVrywUzJwvrt53Jyb8E2ibAXWBXDM3?_cft_[0]=AZWVxtWgOUHlg-Zguij0-t6yOYrDRXEQebxiTplyfc-nHvo_90aijXQkNrpgzEh8-g5qUm-jV3TyEg4zOlm8tUn_OogvExUL_nLv-8mDXBW4xGdywmKtFs_AJt9BdjgUb6YWQHp7s8mfl0MqMV-9AVntR8EAP4f7R-VOLZGDz3vNoFg&_tn_=%2CO%2CP-R) (Letöltve: 2022. június 17.)

34 <https://168.hu/itthon/a-szorongas-motival-230781> (Letöltve: 2022. május 4.)

technikájának tipikus eljárása volt, hogy először hipotéziseket állított fel egy-egy nyilvános közvélemény-kutatás elkészítésének módjáról vagy a mögötte húzódó, általa feltételezett politikai szándékról, majd azt szakmaiatlannak minősítette. Egy, a választási kampányban írt bejegyzésben így juthatott el attól a bizonyíthatatlan sejtetéstől, hogy a kutatók „többé-kevésbé titkolt segédeszközt vetnek be” a mintavételhez, addig az abszurd állításig, hogy a „fideszes meg az ellenzéki lista szavazataránya közti különbségekre vonatkozó mozgóátlag valódi hibahatára nagyságrendileg úgy  $\pm 21$  százalékpont”.<sup>35</sup> A gyakorlat cáfolta ennek a hatalmas elvi hibahatárnak a valóságát. Valójában a kutatási közlemények helyett a kutatási adatokra fókuszáló szemlélettel ellentétben a másodelemzés műfaja, amely a kutatási adatok nélküli közleményíráshoz hasonlítható.

## A valós és a mért közvélemény

Összességében elmondható, hogy 2022 januárjától kezdve a biztos szavazók bázisán készített és nyilvánosságra hozott 24 különböző kutatást alapul véve, a hazai közvélemény-kutató cégek ismét ellátták a rendszeres közvélemény-monitorozás feladatát. A választás napjához közeledve egyre több pártpreferencia-közlemény látott napvilágot, januárban négy, februárban hat, márciusban tíz, a választás előtti utolsó három napban pedig további négy.

A kampány előrehaladtával a legtöbb kutatócég kinyíló – vagy már kinyílt – ollót jelzett, amelyek februártól szinte mindenhol a Fidesz vezetését mutatták. Az ebből a szempontból kivételt jelentő, a választási eredményt döntetlenre mérő Publicus kutatóintézet is, még ha közleményében ezt nem is emelte ki, a Fidesz számára kedvező trendet jelzett az utolsó pillanatban, figyelembe véve, hogy a legutolsó 47-47 százalékos erőviszony előtt még ellenzéki vezetést mutattak. Igaz azonban az is, hogy egyedül a Publicus idézett, február közepi adatfelvétellel készített kutatása mutatott ki ellenzéki előnyt az összes kutatóintézet összes 2022-es kutatása közül. Február második hetében a legmagabiztosabb Fidesz-ve-

<sup>35</sup> <https://voxpopuli.444.hu/2022/02/20/valasztasi-meglepetes-keszul-1-resz> (Letöltve: 2022. május 3.)

zetést a Real-PR 93. kutatása szolgáltatta az 54 százalékos kormánypárti támogatottságot jelezve, amely visszatekintve legkevésbé maradt el a tényleges eredménytől.

A Fidesz–KDNP támogatottsága már az év elejétől kezdve valamennyi kutatócégnél 46 és 52 százalékpont között mozgott. A kormánypárti tábor beazonosítása szinte az összes kutatónak sikerült hibahatáron belül: a 49-50 százalékos eredmények épphogy elmaradnak a tényleges hazai eredménytől – figyelembe véve, hogy a tartósan külföldön élő, de lakcímmel rendelkező magyarok elérhetetlenek a minták szempontjából –, azaz a kormánypártok újrázásának nagy valószínűsége minden kutatóintézet adataiból jól látható volt.

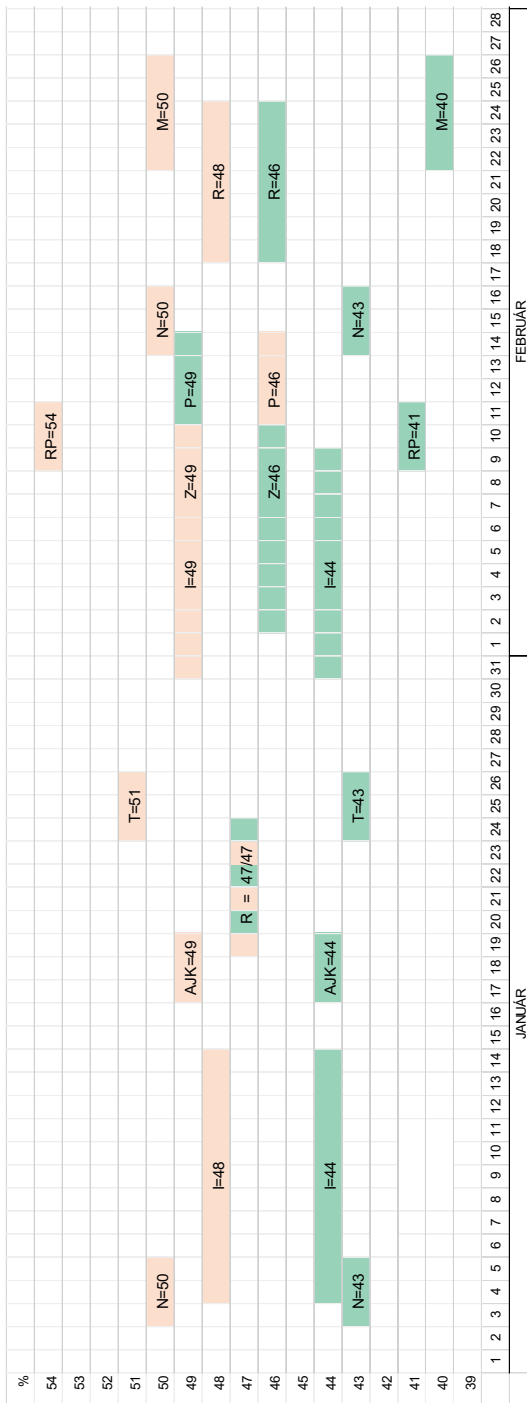
A 2022-es választási kampányidőszak egyik érdekessége, hogy az Egységben Magyarországért támogatottságának kimutatása láthatóan kihívás elé állította a kutatóintézeteket.<sup>36</sup> Ezt jól mutatta már a kampányidőszak közepén is, hogy a választani tudók bázisán az ellenzéki összefogás támogatottságát a Medián két, a háború kitörését követő kutatásban<sup>37</sup> is 40-41 százalékosra mérte, míg a Republikon 46, a Publicus 47 százalékos támogatói kört mutatott ki.<sup>38</sup> Az utolsó kutatási eredmények közelebb álltak egymáshoz, ugyanakkor az ellenzéki pártok tényleges választási eredményétől ezek is távol estek. Az Egységben Magyarországért lista eredményeit a biztos pártválasztók bázisán a Társadalomkutató (40 százalék) utolsó felmérésének eredményei közelítették meg a leginkább, azonban itt is hibahatáron túli eltérésekről beszélhetünk a valós eredményhez viszonyítva. Összességében elmondható, hogy az ellenzéki közös lista támogatottságát minden közvélemény-kutatás túlbecsülte, a márkanévversenyben legfeljebb ennek a túlbecslésnek a mértéke lehet mérvadó.

<sup>36</sup> Lásd: 1. ábra.

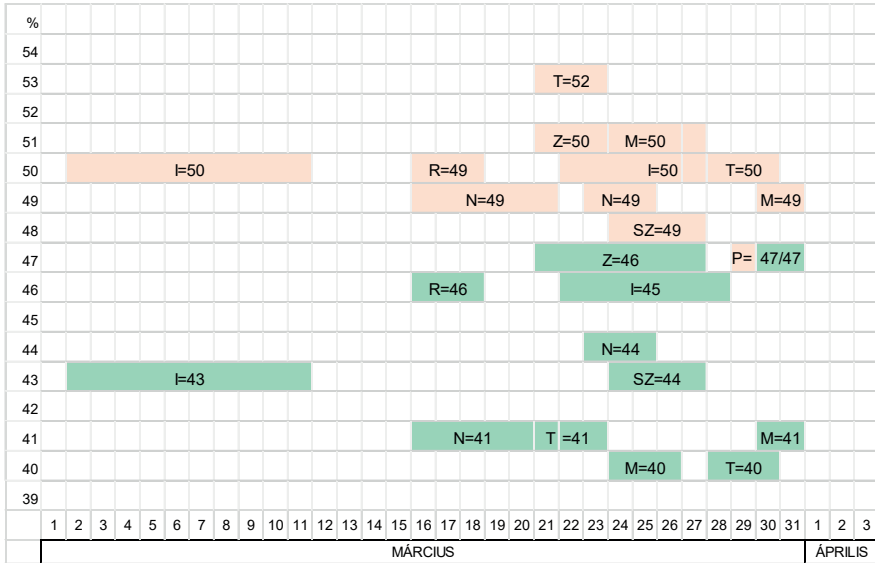
<sup>37</sup> Március 24–26. [https://hvg.hu/360/20220330\\_Median\\_valasztas\\_2022\\_Fidesz\\_ellenzek\\_mandatumbecsles\\_kozvelemeney\\_kutatas](https://hvg.hu/360/20220330_Median_valasztas_2022_Fidesz_ellenzek_mandatumbecsles_kozvelemeney_kutatas); március 30–31. (Letöltve: 2022. május 3.). <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20220403/itt-a-median-utolso-felmerese-a-fidesz-nyerhette-a-valasztast-537285> (Letöltve: 2022. május 3.)

<sup>38</sup> Március 16–18. (Letöltve: 2022. május 3.)

1. ábra: A 2022-es kampányidőszakban publikált pártpreferencia-felmérések a Fideszre és az Egységben Magyarorszáért közös ellenzéki listára vonatkozó adatai, az adatfelvétel időpontját jelző időtengelyen  
 (AJK = Alapjogokért; M = Medián; N = Nézőpont; R = Republikon; RP = Real-PR '93; I = Idea;  
 P = Publicus; SZ = Századvég; T = Társadalomkutató)



1. ábra: A 2022-es kampányidőszakban publikált pártpreferencia-felmérések a Fideszre és az Egységben Magyarországért közös ellenzéki listára vonatkozó adatai, az adatfelvétel időpontját jelző időtengelyen (AJK = Alapjogokért; M = Medián; N = Nézőpont; R = Republikon; RP = Real-PR '93; I = Idea; P = Publicus; SZ = Századvég; T = Társadalomkutató)



## Az eltérések mértéke és okai

### Az eltérések mértéke

Amikor a kutatóintézetek kutatási adatai és a választási eredmények közötti különbségek mértékét megpróbáljuk meghatározni, különösen fontos, hogy a választási eredmények megfelelő bázisát vegyük alapul. A nyilvánosságban sokféle százalékos megoszlás látott napvilágot, a választások utáni napokban még a Nemzeti Választási Iroda honlapja is az összes listás szavazathoz viszonyítva vizsgálta a pártlistás szavazatok arányát. A táblázat bemutatja a hazai és külhoni párt- és nemzetiségi listás szavazatok számát, s azok arányait a hazai, az összes pártlistás, valamint az összes szavazathoz viszonyítva.

Können belátható, hogy egyetlen közvélemény-kutatáson sem lehet számonkérni a külhoni magyarok pártpreferencia-adatait, a kutatási ada-



tokat ezért csak a hazai választási eredményekkel összevetve indokolt vizsgálni. Az már izgalmasabb módszertani kérdés, hogy a nemzetiségi identitás és a pártpreferencia milyen viszonyban áll egymással, a kutatóintézetek pártpreferenciát vizsgáló kérdésére egy nemzetiségi szavazó hogyan válaszol. Feltételezhető, hogy van pártpreferenciája is a nemzetiségi identitása mellett, de érvényesen mégsem fog szavazni pártlistákra. Mivel jelenleg a nemzetiségi szavazók száma elhanyagolható (az összes érvényes, hazai listás szavazat 0,55 százaléka), a módszertani dilemma elméleti jelentőségű, az alig harmincezer nemzetiségi szavazat egyszerűen az egyéb kategóriába sorolható vagy a hibahatár fogalmával eltakarható. Ugyanakkor emlékeztetés, hogy a cigányság nem tudott 2022-ben nemzetiségi listát állítani, így nem zárható ki, hogy az elméleti kérdésből még keletkezhet gyakorlati probléma a közvélemény-kutatók számára. Mindent egybevetve azonban elmondható, hogy a 2022-es választások során a közvélemény-kutatási adatokat a hazai, érvényes, pártlistás szavazatok arányával indokolt összevetni. A kutatási adatok a választási eredmény ezen bázisához állnak a legközelebb.

*1. táblázat: Az országos listás szavazatszámok és szavazati arányok különböző bázisokon a 2022-es országgyűlési választás hivatalos végeredménye szerint*

	<i>Hazai listás szavazatok (belföldön és külföldön leadott)</i>	<i>Listás levélszavazatok (külföldi magyarok)</i>	<i>Minden listás szavazat</i>	<i>Hazai pártlista érvényes szavazat</i>	<i>Összes pártlista érvényes szavazat</i>	<i>Összes lista érvényes szavazat</i>
Fidesz–KDNP	2 809 238	251 468	3 060 706	52,45%	54,42%	54,13%
Egységben Mo.-ért	1 936 297	11 034	1 947 331	36,15%	34,62%	34,44%
Mi Hazánk	329 651	2 836	332 487	6,15%	5,91%	5,88%
MKKP	183 416	1 636	185 052	3,42%	3,29%	3,27%
Megoldás M.	58 670	259	58 929	1,10%	1,05%	1,04%
NEP	39 119	601	39 720	0,73%	0,71%	0,70%
Pártlista összesen	5 356 391	267 834	5 624 225			
Nemzetiségi	30 635		30 635			0,54%

Forrás: Nemzeti Választási Iroda (valasztas.hu)

A kutatóintézetek utolsó mérési adatainak eltérését a választási eredmény kiválasztott bázisával összevetve vizsgálja a 2. táblázat. Ezen jelöltük a kutatóintézetek által publikált adatok bázisát (a teljes szavazókorú népességből kiválasztottak körét), az adatfelvétel idejét, pártpreferencia-adatait, valamint a választási eredménytől való eltérés érzékeltetésére az átlagos négyzetes hiba gyökét. Mindezek alapján a 2022-es országgyűlési választás nem hivatalos, kutatói márkanévversenyét a Társadalomkutató nyerte meg, 2,3-as eltérési mutatóval, amely ugyan a legjobb, de mégsem kevés. A 2018-as országgyűlési választáson három kutatóintézet is kisebb, 2-es érték alatti eltérési mutatóval került ki a márkanévversenyből.<sup>39</sup>

A legnagyobb eltérést, nem meglepő módon, a választás vasárnapja előtti szombaton döntetlen pártversenyállásról publikáló Publicus esetében lehet kimutatni, hiszen a választási eredmény több mint 16 százalékpontos Fidesz-előny lett. Érdekesség, hogy 2018-ban egyik kutatási adat eltérése sem érte el a 4-es értéket, 2022-ben viszont nyolcból hat intézet is meghaladta.

*2. táblázat: A kutatóintézetek utolsó, publikált kutatási adatainak eltérése a 2022. április 3-ai országos listás választási eredménytől, a márciusi közleményeket figyelembe véve*

	<i>Bázis</i>	<i>Adatfelvétel ideje</i>	<i>Fidesz-KDNP</i>	<i>Egységben Magyarorszáért</i>	<i>Mi Hazánk</i>	<i>MKKP</i>	<i>Átlagos négyzetes hiba gyöke</i>
Választás 2022	Érvényesen szavazók	04. 03.	52,45	36,15	6,15	3,42	0
Társadalomkutató	Biztos szavazók	03. 28–30.	50	40	6	4	2,3
Medián	Választani tudók	03. 30–31.	49	41	4	4	3,18

<sup>39</sup> A Medián, a Nézőpont és a ZRI adatainak átlagos abszolút eltérése volt kisebb 2-nél: <https://kozvelemenykutatok.hu/wp-content/uploads/2018/04/K%C3%B6zvelem%C3%A9nykutat%C3%B3k.hu-%C3%B6sszeg%C3%A9s-2018-v%C3%A9gs%C5%91.pdf> (Letöltve: 2022. május 15.)

	<i>Bázis</i>	<i>Adatfelvé- tel ideje</i>	<i>Fidesz- KDNP</i>	<i>Egység- ben Ma- gyaror- szágért</i>	<i>Mi Hazánk</i>	<i>MKKP</i>	<i>Átlagos négyze- tes hiba gyöke</i>
Nézőpont	Biztos sza- vazó párt- választók	03. 23–25.	49	44	3	3	4,57
Századvég	Biztos sza- vazó párt- választók	03. 24–27.	49	44	3	3	4,57
IDEA	Biztos sza- vazó párt- választók	03. 22–28.	50	45	3	2	4,91
ZRI	Biztos sza- vazó párt- választók	03. 21–27.	50	46	3	1	5,45
Republikon	Pártot választók	03. 16–18.	49	46	3	2	5,5
Publicus	Biztos sza- vazó párt- választók	03. 29–31.	47	47	3	2	6,31

Forrás: a közvélemény-kutató intézetek közleményei alapján, saját összeállítás

### *Az eltérések szubjektív okai*

A négy évvel korábbihoz képest nagymértékűnek tűnő eltérés egyik fontos oka a két pártlista versenyében és további két pártlista küszöb közeli eredményében keresendő. Míg 2018-ban sokkal tagoltabb verseny volt, s az egyes pártok népszerűségi mutatói hosszabb trendek fényében voltak vizsgálhatók, addig 2022-ben az ellenzéki közös lista hatásmechanizmusát senki nem ismerte, hívei felhajtóerőt reméltek tőle, kritikusai hangsúlyozták a súrlódási költségét, de a közös lista kevésbé ismert elnevezése (Egységben Magyarországért) miatt a kutatóintézetek számára is komoly kihívás volt, milyen néven is vizsgálják pontosan a támogatottságát. Szakmai fórumokon elhangzott, de írásos forrásokkal nem alátámasztható értesülések, szakmai beszélgetések alapján az egyes, résztvevő pártok felsorolásától az „ellenzék közös listája” elnevezésig minden előfordult, csak a hivatalos közös elnevezés nem. Ugyan igaz, hogy a kuta-

tóintézetek elsősorban az ellenzéki szavazótábor túlbecslésével tévedtek, de hiba lenne csupán az ellenzéki közös lista nevére visszavezetni ezt.

A márkanevverseny fogalmát és a kutatások előrejelzésre való alkalmazhatóságát részletező fejezetben már bemutattuk, milyen korlátai vannak általánosságban a közvélemény-kutathatóságnak. Az objektív akadályok mellett azonban az eredmények összevetésekor ki kell térnünk a szubjektív szempontokra is. Az ezekből adódó hibák, tévedések és hiányosságok eltérő mértékben terhelik az egyes kutatóintézeteket, de az információk hiányában nem egy intézeti bűnlajstrom, hanem a tévedési lehetőségek általános, s bizonyára nem is teljes körű felsorolása következik.

Mindenekelőtt a telefonszámok minőségét kell kiemelni a telefonos kutatások esetében, amellyel a személyes kutatások lakcímnnyilvántartásból származó adatai ekvivalensek. Telefonos közvélemény-kutatások esetében, amennyiben a kutatást végző cég adatbázisból dolgozik, annak forrása lehatárolhatja a válaszadók körét, ezzel befolyásolva az eredményt. Ennek kiküszöbölésére egy lehetséges módszer a véletlen telefonszámok generálása, így elméletileg minden, hazai hívószámmal rendelkező személynek ugyanakkora esélye van a mintába kerülésre. Ennek legalitása azonban vitatott.

Kevesebb szó esik a nyilvánosság előtt az olyan gyakorlati kérdésekről, mint az operátorok munkája, akik a kérdéseket és válaszlehetőségeket olvassák fel. Az elemzőkhöz és kutatókhoz hasonlóan esetükben is számolni kell a politikai hovatartozás esetleges hatásával, ami befolyással lehet a válaszadóra. Az emberi tényező okán nem lehet eltekinteni a hibázás lehetőségétől sem, hiányosan és rosszul felolvasott kérdések lassíthatják a kutatást, és torzíthatják az eredményeket. Az operátorok ellenőrzése minden kutatóintézetben alapvető feladat.

További szubjektív hiba lehetősége, ha az adatfelvétel során az ún. „kvótázás” módszerével dolgozik egy intézet, azaz a demográfiai szempontok alapján kvótákra osztja a mintát, és a potenciális interjúpartnerekkel csak akkor beszélget, ha abban a kvótában, amelybe tartoznak, még hiányoznak az interjúalanyok. Bár mindez módszertanilag nem hibás eljárás, de a kvótákból hiányzó utolsó néhány százaléknyi interjú elkészítése rengeteg időt és így pénzt emésztene fel, ha nem lenne elfogadott a kvótaszempont elengedése az adatfelvétel végén. Az ebben a fázisban, a kvótaszempont elengedése után lefolytatott beszélgetéseket aztán súlyozva veszik figyelembe a kutatóintézetek, helyreállítva a kvótaszemléle-

tet. Ugyanakkor akár jelentős tévedéshez is vezethet, ha a gyorsaság vagy a költségek lefaragása érdekében a kvótaszempontot túl korán engedi el az adatfelvétel során a kutatóintézet, s ezért többszörös súlyszámokkal kénytelen utólag megdolgozni az adatokat a kvóták helyreállítása érdekében. A súlyozáson belül az is izgalmas kérdés, hogy a mintának pontosan mire is kell reprezentatívnak lennie. A nem, az életkori csoportok vagy a településtípus biztosan idetartozik, de például ritkán nyilvános, hány életkori csoporttal is dolgoznak az intézetek, vagy hogy régiókra és az iskolázottság kategóriáira is reprezentatív-e a mintájuk. Bármilyen meglepő első hallásra, de a túl sok szempont alapján súlyozott minta nem lesz automatikusan jobb is. Az egyes szempontok esetében ugyanis biztosnak kell lennie a kutatóintézetnek a helyes válaszokban és a teljes populációra vonatkozó statisztikai adatok megbízhatóságában.

Korábban már volt szó a válaszmegtagadás jelenségéről. A kutatási közleményekből nem derül ki, hányan zárkóznak el az egy-egy kutatásban való részvételtől, vagy egy-egy kutatási kérdés esetében a válaszadástól. Előbbi mértéke szinte üzleti titok, de nem téved a külső szemlélő, ha azt feltételezi, hogy húsz megszólítottból egy személy válaszája is sikernek tekinthető. Különösen a fiatal választók elérése okozhat nehézséget. Egy-egy kérdés – akár éppen a pártpreferenciára vonatkozó – megválaszolásától való elzárkózás esetében már említettük a kockázatos segédkérdések alkalmazását.

Az elérési nehézségek egy közvetett következménye, hogy az elért válaszadók az átlagosnál aktívabbak politikailag. A kampányidőszakban folytatott kutatások esetében általánosságban tapasztalható a válaszadók politika iránti érdeklődésének növekedése, az átlagosnál szívesebben vesznek részt ilyen jellegű kutatásokban. Ennek hátulütőjeként ebben az időszakban lényegesen magasabb azok aránya, akik a választáson biztosra ígértek részvételüket – a bizonytalanság forrása ebben az esetben az, hogy mennyire hihetünk egy olyan minta eredményeinek, amelyben akár 85-90 százalék a választáson részt venni szándékozók aránya.

Szintén komoly szubjektív hibaforrás lehet, ha egy kutatóintézet rosszul állítja össze kérdőívét. A kiegyensúlyozottság hiánya esetén, legyen szó sok egy irányba mutató megelőző kérdés hatásáról vagy a konkrét kérdés megfogalmazásának pártosságáról, a megkérdezett megsejti, mi az elvárt helyes válasz, s ez tudatosan vagy tudat alatt befolyásolja is válaszait, amelyek ebben az esetben nem tükrözik a valós véleményét, azaz

a kutatás szempontjából értéktelenek. Az operátorok ugyan megérezhetik, ha egy-egy válasz nem őszinte, de egy ilyen szűrési eljárás is igen csak szubjektív, azaz nem elegendő. Szintén elterjedt szakmai hiba, ha a kérdőív nem egyértelmű, a kérdések nem érthetőek, vagy ha egyszerűen a megkérdezettnek nincs is véleménye a témáról, ahogy azt Bourdieu-től már korábban idéztük.

## A márkanévverseny résztvevőinek magyarázatai

A választás óta viszonylag kevés idő telt el, és egyelőre viszonylag kevés szakmai válasz született a hazai közvélemény-kutatások kampányidőszakban mutatott teljesítményére és a szakma jövőjére. A kevés nyilvános kommentár azonban már sejteti, hogy a kutatóintézetek útelágazódáshoz érkeztek. Két magyarázatkísérlettel találkozhatott az érdeklődő olvasó a nyilvánosságban.

Az egyik lehetőség, hogy a mérések és a választási eredmény közötti különbségek okát a kutatásoktól független folyamatokban keressük. Závecz Tibor és Pulai András elsősorban efféle utóértelmezéssel védte korábbi pártpreferencia-kutatásait. Előbbi szerint „az utolsó pillanatban bizonytalan szavazók inkább a Fideszre húztak, ez az, amit nem láttak előre”.<sup>40</sup> Ez az állítás kutatói szemmel talán igazolható, elemzői szemmel azonban látható volt a háborúval kapcsolatos kutatásokból, hogy a lakosság körében a kormánypártok támogatottságánál is nagyobb mértékben értenek egyet a kormány álláspontjával az orosz–ukrán háború sarkalatos kérdéseiben.<sup>41</sup>

Pulai András, a Publicus vezetője a választás után úgy nyilatkozott, hogy „[...] az olló tényleg zárult, aztán a végén kinyílt. Az a helyzet, hogy az ollók már csak ilyenek, hogy ki-be nyitódnak.” Később már ő is megállapította, hogy „le kell vonni a tanulságokat és újra kell kalibrálni a műszereket”.<sup>42</sup>

40 <https://168.hu/itthon/ennek-koszonheto-a-ketharmad-zavec-tibor-szerint-231509> (Letöltve: 2022. május 11.)

41 *Nem ellenezzük az orosz gáz vásárlását.* <https://nezopont.hu/nem-ellenezzuk-az-orosz-gaz-vasarlasat/> (Letöltve: 2022. május 11.)

42 Németh Péter beszélgetése Pulai Andrással a *Mélyvíz* című műsorban: <https://hirklikk.hu/klikktv/pulai-andras-ha-ma-mernenk-kozvelemenyt-mar-nem-lenne-nyero-a-propagan->

Ezzel gyakorlatilag elismerte a márkaversenyben nyújtott rossz teljesítményének szubjektív okait is. Ezzel egy időben azonban azt is hangsúlyozta, hogy a választás előtt négy nappal még tényleg döntetlen vagy döntetlen közeli volt a pártverseny állása szerinte, vagyis továbbra is kitart saját, nyilvánosságra hozott kutatási adatainak akkori pontossága mellett. Mindez inkább márkanévvédelmi kommunikációs stratégiának, mint szakmai magyarázatnak tűnik. Különösen, hogy Pulai András az idézett, választás utáni interjúban azt is kifejtette, hogy volt egy másik, egy biztonságpolitikai tárgyú nemzetközi projekt keretei között végzett pártpreferencia-kutatása is, amelyben 16 százalékos Fidesz-előnyt mért, azaz éppen a választási eredménynek megfelelőt, de azt a szerződése miatt nem publikálhatta.<sup>43</sup>

A másik lehetőség az önvizsgálat irányába mutat. Hann Endre, a Medián vezetője a választást követő napon még nem kívánt nyilatkozni, de előrevetítette, hogy „a szakmának nagyon komoly önvizsgálatra van szüksége”,<sup>44</sup> amely reményei szerint hamarosan bekövetkezik. A pálya bizonyos szereplői tehát a szakma önvizsgálatát tartják jelen helyzetben fontosnak, s jelen írás is ezen út mellett érvel. A szakmának számos feladata van a jövőre nézve: javítania kell a kutatások reputációját a nyilvánosság előtt, a közvélemény-kutatóknak őszintén szembe kell nézniük eddigi gyakorlatuk szubjektív hibáival és objektív korlátaival, s többet kell tenni annak érdekében, hogy a média a kutatók megalapozott következtetéseit közvetítse, s ne pedig a kutatói közlemények pontatlanságára alapozva vonjon le saját következtetéseket. Jelen írás is e célok elérését akarta segíteni.

da/1081 (Letöltve: 2022. április 23.)

43 Lásd: fenti beszélgetés.

44 [https://nepszava.hu/3152596\\_valasztas-kozvelemenykutatok-tevedes](https://nepszava.hu/3152596_valasztas-kozvelemenykutatok-tevedes) (Letöltve: 2022. május 15.)

## Irodalom

- Bourdieu, Pierre 1973: *A közvélemény nem létezik.* (Ford. Léederer Pál.) <http://www.c3.hu/~szf/Szofi97/Sz97-03/Sz97-03-Area-8.htm> (Letöltve: 2022. május 3.)
- Böcskei, Balázs – Szabó, Andrea – Závecz, Tibor 2022: *Kihívások és kutatói „vakfoltok” a választás előtti közvélemény-kutatásokban.* <https://24.hu/belfold/2022/03/31/valasztas-2022-kozvelemeny-kutatas-bizonytalansag/> (Letöltve: 2022. június 19.)
- Daoust, Jean-Francois 2021: Blame it on turnout? Citizens's participation and polls' accuracy. *The British Journal of Politics and International Relations*, Vol. 23(4) 736–747. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1369148120986092> (Letöltve: 2022. június 17.)
- Goodwin, Matthew 2016: Polls apart: why we need to treat all EU referendum polling with caution. <http://eprints.lse.ac.uk/73298/1/blogs.lse.ac.uk-Polls%20apart%20why%20we%20need%20to%20treat%20all%20EU%20referendum%20polling%20with%20caution.pdf> (Letöltve: 2022. június 17.)
- Hargittai, Eszter – Karaoglu, Gokce 2018: Biases of Online Political Polls: Who Participates? *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2378023118791080> (Letöltve: 2022. június 17.)
- Holbrook, Allyson L. – Green, Melanie C. – Krosnick, Jon A. 2003: Telephone versus Face-to-Face Interviewing of National Probability Samples with Long Questionnaires: Comparisons of Respondent Satisficing and Social Desirability Response Bias. *Public Quarterley*, Vol. 67, Issue 1, March, 79–125.
- Ljepava, Nikolina – Selakovic, Marko 2017: Trends and Challenges of Political Polling and Research in a Digital Age. *Digital Spaces, Challenges and Expectations*. [https://www.researchgate.net/publication/323389175\\_Trends\\_and\\_Challenges\\_of\\_Political\\_Polling\\_and\\_Research\\_in\\_a\\_Digital\\_Age](https://www.researchgate.net/publication/323389175_Trends_and_Challenges_of_Political_Polling_and_Research_in_a_Digital_Age)
- Mráz, Ágoston Sámuel 2019: *A közvélemény-kutatásról őszintén.* <https://magyarnemzet.hu/velemeny/2019/10/a-kozvelemeny-kutatasrol-oszinten> (Letöltve: 2022. május 3.)
- Prosser, Christopher – Mellon, Jonathan 2018: The Twilight of the Polls? A Review of Trends in Polling Accuracy and the Causes of Polling Misses. *Government and Opposition*, 1–34. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3184232](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3184232) (Letöltve: 2022. június 17.)
- Tóka, Gábor [é. n]: *If Polls Are so Wrong about US Elections (as You Think They Are), then Are They Good for Anything at All?* [https://www.osaarchivum.org/blog/if-polls-are-so-wrong-about-us-elections\\_as-you-think-they-are\\_then-are-they-good-for-anything-at-all](https://www.osaarchivum.org/blog/if-polls-are-so-wrong-about-us-elections_as-you-think-they-are_then-are-they-good-for-anything-at-all) (letöltés: 2022. június 17.)
- Weissberg, Robert 2001: Why Policymakers Should Ignore Public Opinion Polls. *Policy Analysis*, May 29, No. 402. <https://www.uvm.edu/~dguber/POLS234/articles/weissberg.pdf> (Letöltve: 2022. június 17.)