

Demokracja potrzebuje sondaży

Nie ma innego, lepszego narzędzia poznawania nastrojów i opinii między wyborami niż sondaże. Dlatego politycy powinni o tym pamiętać i nie podważać ich wyników, jeśli im nie pasują - pisze

Janusz Durlik*

Wyniki wyborów do europarlamentu zostały przyjęte przez wszystkie cztery największe partie polityczne właściwie z zadowoleniem. Gdy europosłowie udali się w pierwsze podróże do Brukseli, warto spokojnie zastanowić się nad obrazem, jaki zostanie nam w pamięci z 7 i 8 czerwca 2009 r. Chodzi w szczególności o niedzielny wieczór wyborczy i dzień następny. Dominujące wrażenie to chaos informacyjny w mediach, nerwowe rozmowy z politykami niepewnymi mandatów, szukanie winnych i przegranych.

Rzecznik PiS Adam Bielan uznał, że największą porażkę w tych wyborach poniosły firmy sondażowe. Jako reprezentant organizacji społecznej zrzeszającej większość najdłużej działających i największych instytutów badawczych w Polsce czuję się zobowiązany do odpowiedzi na ten zarzut. Dla klarowności opisu należy wyraźnie oddzielić sondaże przedwyborcze realizowane do ciszy przedwyborczej od tych prezentowanych w różnych stacjach telewizyjnych po zamknięciu lokali.

„Kapryśny” wyborca psuje sondaże

Analiza przedwyborczych preferencji partyjnych w badaniach firm członkowskich Organizacji Firm Badania Opinii i Rynku - OFBOR (CBOS, PBS DGA, TNS OBOP) - realizowanych na dużych, liczących ok. 1000 osób próbach reprezentatywnych w formie bezpośredniego wywiadu ankietarskiego nie upoważnia do takiej krytyki.

Przypominam, że bardzo trafnie jak na deklaracje szacowana była frekwencja, która, niestety, okazała się niska. Porównanie z rzeczywistymi

Preferencje przed eurowyborami

Data sondażu	PO	PiS	SLD-UP	PSL
CBOS (1 czerwca)	49,3 proc.	21,4 proc.	12,7 proc.	8,5 proc.
PBS DGA (5-7 czerwca*)	48 proc.	28 proc.	7 proc.	7 proc.
TNS OBOP (7-10 maja)	48 proc.	25 proc.	8 proc.	5 proc.
średnia	48,43 proc.	24,8 proc.	9,23 proc.	6,83 proc.
Wyniki wyborów (7 czerwca)	44,43 proc.	27,4 proc.	12,34 proc.	7,01 proc.

Wyniki wśród osób, które deklarowały gotowość („zdecydowanie” lub „raczej”) wzięcia udziału w wyborach, po WYŁĄCZENIU z podstawy procentowania osób niezdecydowanych, jak głosować. Metoda badawcza: wywiady bezpośrednie face-to face na próbie 1000 osób.

*Badanie niepublikowane

zachowaniami wyborczymi także wypadła nie najgorzej (patrz tabelka).

Analizowałem przykłady Niemiec i Wielkiej Brytanii - dużych krajów o ustabilizowanym systemie partyjnym i dłuższej tradycji badań. Na tle zachodnich kolegów wypadamy lepiej. Realny wynik niemieckich socjaldemokratów w eurowyborach (SPD) był dużo niższy od zapowiadanego w sondażach. Niektóre z nich dawały im 28 proc. wobec 21 proc. uzyskanych w wyborach.

W Wielkiej Brytanii nie przewidziano, że drugi wynik wyborczy uzyska Partia Niepodległości Zjednoczonego Królestwa (UKIP), a nie Partia Pracy (Labour Party). Tej ostatniej w majowych badaniach dawano nawet 22 mandaty, a zdobyła jedynie 13.

Pamiętajmy, że wyniki badań obarczone są błędem pomiaru wynikającym nie z winy firm, ale ze złożonego charakteru rzeczywistości społecznej. W starej Europie następuje erozja tradycyjnych elektoratów partyjnych, a w Polsce z kolei zawsze mieliśmy do czynienia z bardzo dużą zmiennością postaw i opinii społeczeństwa. Wyborca, który jest coraz bardziej kapryśny, decyduje się

w ostatniej chwili i często ukrywa swoje poglądy przed aktem głosowania, nie ułatwia pracy instytutom sondażowym. W badaniu CBOS realizowanym na przełomie maja i czerwca 2009 r. wciąż 22 proc. respondentów nie było zdecydowanych, na kandydata którego komitetu zamierza oddać głos.

Jeżeli dodamy do tego coraz większe trudności z realizacją reprezentatywnych prób z powodu niedostępności respondentów i odmowami odpowiedzieć, to od przyszłych prognoz trudno oczekiwać dużej dokładności.

Nie oszczędzać na exit poll

Wieczór wyborczy przygotowany w telewizji publicznej rozpoczął się od krytycznych uwag ekspertów pod adresem TVP. Zaproszeni do studia TVP goście nie wiedzieli, jakie wyniki mają komentować. Po godz. 22.00 w trzech stacjach telewizyjnych prezentowano bardzo różne wyniki badań o odrębnych metodologiach i na ich podstawie dokonywano podziału poselskich foteli. Mieszały się obco brzmiące nazwy, jak: CATI, exit poll, sondaże PAPI, łączone z danymi z PKW. Niestety, w tym roku żąd-

Co to jest exit poll?

Exit poll to badanie przeprowadzane w dniu głosowania z osobami opuszczającymi lokale wyborcze. Osoby wychodzące z wylosowanego do badania lokalu wyborczego są proszone o zaznaczenie w ankiecie - odwróconej kartę do głosowania - na kogo oddały swój głos. Informacje są zbierane przez cały dzień i systematycznie przesyłane do centrum obliczeniowego. Szacunkowe wyniki wyborów uzyskuje się tuż po zamknięciu lokali wyborczych. ●

ne z wielkich mediów ani też rząd nie zlecił przeprowadzenia jednego ogólnopolskiego, reprezentatywnego badania dającego prawie stuprocentową zgodność wyników z późniejszymi, oficjalnymi. Wydarzyło się to po raz pierwszy w krótkiej historii naszej demokracji i uważam, że stało się bardzo źle. Dotychczasowe doświadczenia były u nas pozytywne, a różne ośrodki realizujące te ogromne przedsięwzięcia logistyczne-badawcze tzw. exit poll (kilkaset tysięcy ankietów pracuje przed zwykłym tysiącem wybranych lokali) wywiązywały się z tego zadania bardzo dobrze.

Po części można zrozumieć przyczyny tego rodzaju oszczędności: kryzys ekonomiczny, spodziewana niska frekwencja, późne zamknięcie lokali wyborczych. Jednak edukacja i zachęcanie obywateli do głosowania przez niemal niezwłoczne pokazanie wiarygodnego efektu aktu wyborczego warte są ceny tego jednego specyficznego pomiaru. Z powodu jego braku doszło do pomieszenia wszystkich możliwych języków opisujących dane z badań. W TVP prezentowano zamówione w TNS OBOP badanie typu exit poll, ale TVP zamówiła jedynie ba-

danie w pięciu wybranych okręgach wyborczych. TNS OBOP precyzyjnie oszacował wyniki głosowania na zamówionych obszarach. Natomiast zupełnie niepoprawne i wprowadzające w błąd było porównywanie częściowych rezultatów z wynikami ogólnopolskimi ogłoszonymi przez PKW lub inne ośrodki.

Na zlecenie TVN 24 firma Millward Brown SMG/KRC przeprowadziła badanie telefoniczne w dniu wyborów z 7 tys. posiadaczy telefonów stacjonarnych i komórkowych. W skali kraju osiągnęła bardzo zbliżony rezultat do oficjalnego dla partii. Niestety, potem dobrze wytypowano nazwiska tylko 36 z 50 zdobywców mandatów, ponieważ rozdzielanie mandatów (dla partii, które otrzymały co najmniej 5 proc. ważnych głosów w skali kraju) odbywa się ostatecznie w okręgach za pomocą skomplikowanej procedury rachunkowej. Ten typ badania nie daje więc podstaw do ogłaszania zwycięstwa bądź porażki konkretnych kandydatów.

W wyborczy poniedziałek uszliśmy dobrze znaną mantrę polityków, jak to znów zawiodły firmy sondażowe. Te nieuprawnione sądy zwiększają nieufność do badań, co przekłada się na wzrost liczby odmów udziału wywiadu ankietom i pogarszanie reprezentatywności próby. W rezultacie obniża się jakość wyniku. Od naszych politycznych reprezentantów oczekujemy zupełnie innych zachowań. Powinni oni zachęcać respondentów do brania udziału w badaniach profesjonalnych instytutów.

Partie są i będą chętnymi konsumentami sondaży. W demokratycznych społeczeństwach nie ma innego, lepszego narzędzia poznawania nastrojów i opinii między wyborami. Od doświadczonej rodzimej klasy politycznej oczekujemy zrozumienia, że przedwyborcze sondaże dają dobry obraz stanu opinii publicznej przed aktem wyborczym. Jednak rzeczywisty rezultat nie zależy od sondaży, ale od aktywności polityków i jakości ich kampanii.

Natomiast w dniu każdorazowego święta demokracji, w wyborczy wieczór, jeżeli wiarygodne wyniki mają się ukazać przed konferencją PKW, musi być zamówione i zrealizowane ogólnopolskie badanie wyborców wychodzących z lokali. ●



*Janusz Durlik

- socjolog, prezes zarządu OFBOR

(Organizacja Firm

Badania Opinii i Rynku),

zastępca dyrektora fundacji CBOS (Centrum Badania Opinii Społecznej)