

MIROSLAW SZREDER

O ROLI INFORMACJI SPOZA PRÓBY W BADANIACH SONDAŻOWYCH

W projektowaniu i realizacji badań sondażowych obserwuje się współcześnie znacznie większe i śmielsze, niż było to dotychczas, włączanie wiedzy pochodzącej z różnych źródeł. Informacja uzyskana z próby badawczej pełni wciąż zasadniczą rolę, ale uzupełniana jest i korygowana informacjami spoza próby. Istnieją, moim zdaniem, dwa ważne powody rosnącej roli informacji spoza próby (informacji *a priori* lub dodatkowej informacji) w projektowaniu i realizacji badań sondażowych.

Pierwszy, ważniejszy powód, to zapotrzebowanie na tego typu informacje po to, aby wyniki sondaży trafniej i precyzyjniej odzwierciedlały opinie i postawy badanej populacji. Czyli popyt na dodatkową informację.

Drugi powód, to istniejąca podaż najróżniejszych informacji. Rosnące współcześnie możliwości gromadzenia, przetwarzania i przesyłania ogromnych zbiorów danych każą zwrócić uwagę na fakt, że coraz rzadziej badacz znajduje się w sytuacji zupełnego braku wiedzy o badanej populacji. Najczęściej wiedzę taką, mimo że cząstkową i niedoskonałą posiada lub może osiąść. I problemem nie jest to, **czy** ją wykorzystać, lecz **jak** ją wykorzystać.

Przyjrzyjmy się najpierw stronie popytowej. W czym wyraża się zapotrzebowanie na dodatkową, pozapróbkową informację? Mówimy, oczywiście, o informacji spoza próby, a nie o zwiększaniu liczebności próby, czyli liczby obserwacji. I teoria statystyki i praktyka badań sondażowych pokazują, że zwiększanie liczebności próby jest jednym z najmniej efektywnych sposobów poprawy wyników sondaży. Przekonanie o tym, że 1000-osobowa próba jest wystarczająca do pomiaru opinii wielomilionowych populacji znajduje swoje dobre uzasadnienie analityczne, a w praktyce wyraża się w tym, że wnioskowanie zarówno o populacji 30 milionowej (dorosłej ludności Polski), jak i populacji ponad 187 milionowej (dorosłej ludności Stanów Zjednoczonych) oparte jest na próbach tej samej wielkości. Co prawda wyniki badań Instytutu Gallupa z wrześ-

nia 2005 r. pokazują, że ponad 2/3 Amerykanów, niezależnie od wykształcenia, nie podziela tej opinii, twierdząc, że tych rozmiarów próba nie może wiarygodnie odzwierciedlać opinii całego społeczeństwa. Jest jednak wiele przykładów na to, że zwiększenie liczebności próby nie prowadzi do istotnej poprawy oszacowań. W 1992 r. przy prognozowaniu wyniku wyborczego w W. Brytanii największą próbę badawczą pobrał ośrodek ICM dla *Press Association* – 10 tys. respondentów i błędnie wnioskował o 2,5 procentowej przewadze Partii Pracy nad Partią Konserwatywną [por. Broughton 1995: 59]. Dziesięciokrotnie większa od typowej próba nie uchroniła badaczy przed błędnym wskazaniem zwycięzcy wyborów¹. Nie powinno to dziwić, gdy weźmie się pod uwagę fakt, że zwiększanie liczebności próby pozwala zmniejszyć jedynie wielkość błędu statystycznego (błędu losowania), wyrażającego niedoskonałość samego aktu losowania. Tymczasem dla wiarygodności i precyzji wyników badań sondażowych kluczowe znaczenie mają inne rodzaje błędów, tj. błędy nielosowe, nie związane bezpośrednio z liczebnością próby. Dodatkowej informacji poszukiwać więc należy poza próbą.

W czym – powtórzmy – przejawia się zapotrzebowanie na dodatkową informację o innych cechach jednostek w próbie oraz na informację *stricte* aprioryczną (spoza próby)?

Wydaje się, że przejawy tego zapotrzebowania widoczne są przede wszystkim w następujących okolicznościach i tendencjach.

1. Coraz częstszych zastosowaniach takich schematów wyboru próby, które w swoich najważniejszych założeniach mają posiadanie pozapróbkowej informacji i które wielokrotnie w praktyce okazywały się efektywniejsze od prostych schematów probabilistycznych.

2. Przejawem zapotrzebowania na dodatkowe informacje jest dążenie do dobrego przewidywania wyniku wyborczego, niezależnie od frekwencji w dniu wyborów. Badacze podzielają na ogół pogląd, że łatwiej jest określić preferencje wyborcze upoważnionych do głosowania, trudniej zaś przewidzieć, kto będzie głosował.

3. Silnym przejawem zapotrzebowania, wręcz wołania o dodatkową informację jest problem odmów i braków odpowiedzi (*non-response* i *not at home problems*).

Klasyczna Neymanowsko-Pearsonowska teoria wnioskowania statystycznego oparta jest na założeniu posiadania próby losowej prostej – ciągu niezależnych

¹ Wszystkie najważniejsze ośrodki badawcze w W. Brytanii, w tym MORI, Harris i ICM, prognozowały zwycięstwo Partii Pracy z przewagą 2–3 pkt. procentowych, gdy w rzeczywistości zwyciężyła Partia Konserwatywna wynikiem 35,2% do 42,8%

zmiennych losowych o identycznym rozkładzie prawdopodobieństwa, tożsamym z rozkładem analizowanej cechy w populacji. Z teorii tej wywodzą się wszystkie najważniejsze metody i techniki wnioskowania statystycznego. Stanowi ona także punkt wyjścia do opracowania metod wnioskowania dla prób nieprostych, tj. takich, w których poszczególne zmienne generujące obserwacje w próbie, nie są stochastycznie niezależne i mogą nie mieć jednakowych rozkładów. Wśród technik doboru próby bezpośrednim odpowiednikiem i konsekwencją definicji próby losowej prostej jest schemat losowania prostego indywidualnego. Schemat ten – jak wiadomo – bardzo dobrze nadaje się do wszelkiego rodzaju analitycznych rozważań. W praktyce, szczególnie w badaniach sondażowych dużych liczebnie populacji, schemat ten nie cieszył się nigdy popularnością. Jednym z powodów tego, być może nie najważniejszym, jest trudność z wykorzystaniem na etapie próbkowania wiedzy *a priori* o badanej populacji. Stosowane są raczej takie schematy doboru próby, które dają możliwość wykorzystania całej przydatnej (relewantnej) wiedzy *a priori*. Wiedzy, której współcześnie posiadamy coraz więcej. Coraz bogatsze i łatwiej dostępne stają się w naszej „globalnej wiosce” informacje o wielu cechach najróżniejszych populacji. O ile w przeszłości dodatkowa informacja była zaledwie skromnym uzupełnieniem informacji próbkowej, o tyle teraz staje się ona podstawą nie tylko wyboru odpowiedniej techniki próbkowania, ale także ważnym elementem pozwalającym korygować oceny próbkowe na etapie wnioskowania o populacji. Dzięki gromadzonej wiedzy o populacji badacz coraz silniej ingeruje w mechanizm losujący.

Ingerowanie zaś w ten mechanizm, to nic innego, jak stopniowe jego zastępowanie wyborem opartym na informacjach apriorycznych o badanej zbiorowości. Stąd tak ważna rola informacji spoza próby.

Istnieją sytuacje, kiedy mechanizm losowania zostaje w całości zastąpiony wyborem celowym, opartym na znajomości populacji. Tak jest m.in. w typowaniu miast, w których organizuje się w Polsce prawybory. Poszukuje się takich miejscowości, które można byłoby uznać za „miniaturę” całego kraju ze względu na rozkład preferencji politycznych wyborców. Charakterystyki, które decydują o wyborze danego miasta lub okręgu, to przede wszystkim niewielkie odchylenia pomiędzy wynikami w danym mieście (lub okręgu) a ogólnokrajowymi wynikami w ostatnich kilku powszechnych wyborach. Te informacje, a więc informacje spoza próby, zdecydowały o tym, że za najlepszych w tym względzie reprezentantów kraju uznawano przez ostatnich kilka lat Nysę i Bochnię. Wyniki prawyborów w tych miastach, zorganizowane w 2001 r. z kilkumiesięcznym (w Nysie) i kilkutygodniowym (w Bochni) wyprzedzeniem w stosunku do dnia

wyborów należy uznać za satysfakcjonującą, chociaż nie precyzyjną prognozę wyborczą (por. Tablice 1 i 2).

TABLICA 1. Wyniki prawyborów w Nysie na tle ogólnokrajowego wyniku wyborczego do Sejmu w 2001 roku

Komitety wyborcze	Procent głosów w prawyborach w Nysie (22.04.2001r.)	Procent głosów w powszechnych wyborach w Polsce (23.09.2001r.)	Różnice (w punktach proc.) między prawyborami i powszechnymi wyborami
SLD-UP	46,5	41,0	+5,5
PO	16,6	12,7	+3,9
Samoobrona	6,7	10,2	-3,5
PiS	.	9,5	.
PSL	4,4	9,0	-4,6
LPR	.	7,9	.
AWSP	7,6	5,6	+2,0
UW	3,0	3,1	-0,1

Źródło: „Rzeczpospolita” z 24.04.2001 oraz z 11.09.2001

TABLICA 2. Wyniki prawyborów w Bochni na tle ogólnokrajowego wyniku wyborczego do Sejmu w 2001 roku

Komitety wyborcze	Procent głosów w prawyborach w Bochni	Procent głosów w powszechnych wyborach w Polsce (23.09.2001r.)	Różnice (w punktach proc.) między prawyborami i powszechnymi wyborami
SLD-UP	39,5	41,0	-1,5
PO	13,5	12,7	+0,8
Samoobrona	9,8	10,2	-0,4
PiS	14,0	9,5	4,5
PSL	4,9	9,0	-4,1
LPR	6,3	7,9	-1,6
AWSP	8,2	5,6	+2,6
UW	3,7	3,1	+0,6

Źródło: „Rzeczpospolita” z 24.04.2001 oraz z 11.09.2001

Trudno byłoby wskazać na inny schemat wyboru próby, w szczególności probabilistyczny, który pozbawiony informacji o wynikach wcześniejszych gło-

sowań w wyborach powszechnych, dawałby szansę na wytypowanie lepszego przedstawiciela populacji miast do przeprowadzenia prawyborów.

Wykorzystanie w schematach próbkowania coraz bogatszych informacji o populacji staje się obecnie powszechne. Rosnąca popularność losowania warstwowego, jako techniki probabilistycznej, a także wyboru kwotowego, jako jego nieprobabilistycznego odpowiednika, są dowodem na to, że wysiłek badaczy będzie się także w przyszłości koncentrował na jak najlepszym poznaniu populacji i skutecznym włączaniu tej wiedzy do mechanizmu próbkowania. Zdanie się wyłącznie na mechanizm losowego generowania jednostek do próby byłoby w istocie przyznaniem się badacza do braku wartościowej wiedzy a priori o badanych cechach populacji. Gdy po porażkach sondaży, takich jak we Francji w wyborach prezydenckich 2002 roku², czy w W. Brytanii w wyborach parlamentarnych 1992 roku, apeluje się [por. Jowell et al. 1993: 258]: „*Sampling methods need to be improved, and the rather primitive methods of forecasting employed by the polls need to be supplemented by more sophisticated techniques that draw on the massive body of data about voting behavior and political attitudes that is freely available*”, to jest to – moim zdaniem – apel o szersze i lepsze wykorzystanie informacji spoza próby.

W aspekcie pozytywnym natomiast, kiedy brytyjski ośrodek MORI stwierdza, że wybór kwotowy jest nie tylko najpowszechniej stosowany w Wielkiej Brytanii (“*most polls in Britain use quota sampling which pre-determines the demographic make-up of the sample to ensure it matches the profile of the whole adult population*”), ale także efektywność tej techniki wyboru okazywała się dotychczas większa niż efektywność technik probabilistycznych („*Historically in Britain, the record of quota samples in predicting elections has been better than that of random samples*”),³ to stanowi to potwierdzenie tego, że dobre rozpoznanie populacji i umiejętne wykorzystanie wiedzy o niej w technice wyboru kwotowego (nielosowego) prowadzić może do lepszych wyników wnioskowania, aniżeli wnioskowanie oparte na losowym doborze jednostek do próby.

Wydaje się, że zgłębianie i gromadzenie wiedzy o badanych populacjach, wsparte technicznymi możliwościami jej przetwarzania, prowadzić będzie w przyszłości do przenikania się elementów obu grup technik wyboru próby, a może nawet do stopniowego wypierania technik losowych przez techniki nielosowe. To z kolei, powodowałoby konieczność większego zainteresowania

² Prawie żaden z sondaży nie przewidział przejścia do drugiej tury wyborów prezydenckich przywódcy Frontu Narodowego Jean-Marie Le Pena. Sondaże przewidywały, że w drugiej turze obok Jacques’a Chiraca znajdzie się socjalista Lionel Jospin.

³ Fakt ten potwierdza także Worcester R.M. [1991], s. 154.

się statystyków procedurami wnioskowania opartymi na próbach nielosowych, w szczególności zaś zwrócenia większej uwagi na możliwości szacowania całkowitego błędu wnioskowania. Błąd ten w technikach nielosowych nie zawiera tego składnika, który w dotychczasowym rozwoju statystyki został najlepiej poznany i opisany – błędu losowania (nazywanego też błędem losowym). Pozostałe składniki błędu całkowitego, jak wiadomo, o wiele trudniej poddają się pomiarowi. Ilustracją tego faktu może być twierdzenie niektórych znanych statystyków, iż błąd losowy jest nadmiernie badany („*sampling error is «over-researched»*”⁴). Tymczasem przyjąć by raczej trzeba, że relatywnie zbyt mały postęp dokonał się w analitycznych badaniach nad innymi błędami, związanymi z: technikami doboru próby, problemami niedostępności do niektórych jednostek próby, brakiem odpowiedzi, stosowaniem różnych technik imputacji, z zagadnieniami złego formułowania pytań, celowego podawania przez respondentów nieprawdziwych danych, niewłaściwego uogólniania wyników, itp. Kontrolowanie i pomiar tylko jednego, zwykle nie najważniejszego składnika błędu całkowitego nie są wystarczające⁵. Warto raz jeszcze uświadomić sobie, że jedynym źródłem błędu losowania, wyrażonego zwykle liczbą +/-3% jest niedoskonałość mechanizmu generującego losowe obserwacje do próby, albo inaczej – niedoskonałość samego aktu losowania. Wyrażone liczbą 3% odchylenie nie jest całkowitym odchyleniem od szacowanych parametrów populacji, gdyż nie obejmuje ono żadnych innych, oprócz losowych, błędów obecnych w badaniu sondażowym. I mimo że dla wielu ośrodków badawczych wskazywanie na wielkość błędu losowania stało się wygodnym i łatwym sposobem informowania o precyzji własnych wyników, to wkrótce okaże się to niewystarczającą dla odbiorców informacją. O konieczności kwantyfikacji i informowania o innych możliwych błędach świadczyć mogą niezrozumiałe w powszechnym odbiorze duże różnice w sondażach wykonywanych na ten sam temat przez różne ośrodki badań opinii publicznej.

Kolejnym, wskazanym wyżej przejawem zapotrzebowania na dodatkową informacją jest dążenie do możliwie najlepszego prognozowania wyniku wyborczego. Nie ma innego wydarzenia, które by w równie jednoznaczny sposób, jak czynią to powszechne wybory, weryfikowało trafność sondaży, a przez to i kompetencje wykonujących je ośrodków. Na wynik wyborów, a przez to i trafność prognoz wyborczych wpływa m.in. frekwencja. Tak jest w Polsce i tak jest

⁴ Sformułowanie to pojawiło się m.in. w interesującym artykule znanych statystyków Richarda Platka i Carla-Erika Särndala pt. „*Can a statistician deliver?*” opublikowanym w jęz. polskim wraz z dyskusją przez miesięcznik „Wiadomości Statystyczne” nr 4, 2001 r.

⁵ „W ogólnym błędzie badania największy udział mają błędy nielosowe, w stosunku do których błąd losowania jest zwykle niewielki” – H. Asssaël i J. Keon [1982], s. 114.

w wielu innych krajach. Słowacki politolog Marian Leszko komentując wynik wyborów prezydenckich w swoim kraju w kwietniu 2004 r. stwierdził: „*Porażka Kukana to grom z jasnego nieba. Wszystkie sondaże a analizy politologów zakładały jego sukces. Okazało się, że apatia wyborców przekroczyła najbardziej pesymistyczne prognozy. Nikt nie przewidywał frekwencji mniejszej niż 50%*”⁶.

Istotną kwestią jest więc określenie, którzy wyborcy, niezależnie od deklarowanego zainteresowania wyborami, wezmą w nich rzeczywiście udział. Za pomocą dodatkowych informacji o respondentach można starać się przypisać im subiektywne (personalistyczne) rozkłady prawdopodobieństwa, wyrażające przekonanie badacza co do ich udziału w wyborach⁷. W ostatnich latach najsukceszniej chyba rozwinął i zastosował tę technikę (tak zwaną „*likely voter technology*” – wg R.S. Erikson et al. [2004]) Instytut Gallupa. Spektakularnym jego sukcesem w tym względzie jest prawie bezbłędna prognoza wyborcza w wyborach do Kongresu USA dnia 5 listopada 2002 r. (por. Tablica 3).

TABLICA 3. Prognoza wyborcza Instytutu Gallupa i rzeczywisty wynik wyborów do Kongresu USA dnia 5 listopada 2002 r.

	Prognoza na podstawie badania sondażowego 715 respondentów	Rzeczywisty wynik wyborów
Kandydaci Partii Republikańskiej	51%	51,7%
Kandydaci Partii Demokratycznej	45%	45%

Źródło: F. Newport [2002]

W oparciu o badanie sondażowe 715 respondentów, wyłonionych w wyniku zastosowania techniki „*likely voters*”⁸, udało się z dużą dokładnością przewidzieć postawy wyborcze ponad 75 milionów wyborców. Istotne jest tutaj to, że w oparciu o dodatkowe informacje, a także wiedzę i doświadczenie badaczy można było skonstruować niezwykle wiarygodną prognozę wyborczą. Ale tak jak do każdej techniki badawczej tak i do tej, należy podchodzić z należytą ostrożnością. Nie jest to bowiem ani idealny, ani jedyny sposób konstrukcji prognoz wyborczych. W artykule R.S. Eriksona et al. [2004] autorzy zwracają uwagę na niebezpieczeństwa zbyt wczesnego określania rozkładów bardziej i mniej prawdopodobnych uczestników wyborów. Dynamika kampanii wyborczej ma to do

⁶ Por. „Rzeczpospolita” z 5 kwietnia 2004 r.

⁷ Szerzej na temat definicji i zastosowań personalistycznej (subiektywnej) interpretacji prawdopodobieństwa por. M. Szreder [1994].

⁸ Szczegółowo technika ta została opisana przez F. Newporta [2002], a w tłumaczeniu na jęz. polski przedstawiona przez M. Szredera [2003].

siebie, że zmieniają się nie tylko preferencje wyborców, ale także ich skłonność do uczestniczenia w akcie wyborczym. Autorzy konkludują: „*When polling on the eve of an election, estimating which respondents are likely to vote is an essential aspect of the art*” (s. 600).

Sądzę, że i nasze ośrodki badania opinii publicznej powinny się poddać ocenie w zakresie trafności szacunków preferencji wyborczych. Nie przekonują mnie stwierdzenia, że sondaże tych ośrodków opisują tylko preferencje na określony dzień badania i że nie jest to prognoza wyborcza. Stwierdzenia takie oznaczają, ni mniej ni więcej, tylko ucieczkę ośrodków badawczych przed poddaniem się wyborczej weryfikacji. Nie ma innego wydarzenia, które by w równie jednoznaczny sposób, jak czynią to powszechne wybory, weryfikowało trafność sondaży, a przez to i kompetencje wykonujących je ośrodków. Setki innych badań, które rocznie wykonuje każda z tych firm, nie zostają nigdy w pełni zweryfikowane. Nie po to bowiem bada się próbę jednostek, aby nazajutrz badać całą populację. A tylko takie działania pozwalałoby ostatecznie ocenić prawdziwość wyników badania sondażowego (próbkowego). Odbiorcy chcą i będą interpretować wyniki sondaży, zwłaszcza wielokrotnie powtarzanych, tak jak miało to miejsce w kampaniach wyborczych w roku 2005, jako antycypację wyniku wyborczego. W większości krajów ostatni sondaż (*final survey*) jest traktowany jako przewidywany wynik wyborczy (prognoza wyborcza), niezależnie od tego, czy taką mu się nazwę przypisze, czy nie.

Do konstrukcji prognozy wyborczej można by wykorzystać m.in. te techniki i doświadczenia innych ośrodków, o których wyżej wspomniałem. Ale wymagałoby to poświęcenia większej ilości czasu każdemu badaniu. Mam nadzieję, że nie upowszechni się tegoroczna praktyka codziennych prawie sondaży, męcząca zarówno dla wykonawców, jak i odbiorców⁹. Są powody, aby podejrzewać, że ceną za tak dużą liczbę badań było niejednokrotnie ich niedopracowanie. „Podczas tej kampanii przeprowadziliśmy ponad 50 sondaży. To przynajmniej pięć razy więcej niż podczas jakiegokolwiek kampanii w przeszłości” – stwierdza przedstawicielka TNS OBOP. „Obowiązywała zasada: dziś badanie, jutro wyniki.” „Zdarzało się, że w pracowni dzwonił naraz ankieterzy z siedemdziesięciu stanowisk! Kolejnych 70 ankieterów czekało w rezerwie...”. (wszystkie cytaty z artykułu pt. „Żniwa sondaży – kto wygrał wybory”, *Gazeta Wyborcza* z 31.10.2005 r.) Trudno sobie wyobrazić, aby w tych warunkach możliwe było staranne, profesjonalne sporządzenie wyborczych sondaży, uwzględniające całą ich złożoność, w tym

⁹ O niebezpieczeństwach zbyt dużej liczby sondaży w odniesieniu do polityków, mediów i wyborców, por. m.in. M. Szreder [2005].

brak kontaktu z częścią wylosowanych do próby respondentów, odmowy udziału w badaniu, celowe wprowadzanie w błąd ankietera poprzez ukrycie swoich sympatii politycznych, i inne. Trudno zgodzić się z tym, co sugerowały niektóre ośrodki badawcze po wyborach prezydenckich jesienią 2005 r., że rezultat ich sondaży to jedynie wierne odzwierciedlenie struktury uzyskanych w próbie odpowiedzi. Albo, że odbiorca sam powinien ekstrapolować zaobserwowane w czasie tendencje rozwojowe (odnosząc to do rosnącego trendu popularności *Prawa i Sprawiedliwości* przed wyborami parlamentarnymi). Moim zdaniem, **sondaż, a tym bardziej prognoza wyborcza, stanowić powinny starannie opracowany wynik wnioskowania statystycznego na podstawie próby respondentów, uwzględniający także inne informacje o próbie i spoza próby, które przyczynić się mogą do zwiększenia wiarygodności tego wyniku lub zwiększenia jego precyzji.** Deklaracje wyborcze uzyskane od dostępnych w próbie respondentów muszą być poddane dalszej analizie i weryfikacji w oparciu o doświadczenie badaczy i wszelkie użyteczne informacje pozapróbkowe.

Potrzeba posiadania dodatkowych, poza próbą statystyczną informacji jest silnie odczuwalna w sytuacjach odmów części respondentów, albo udziału w badaniu, albo odpowiedzi na niektóre pytania. W dzień po wyborach parlamentarnych *Gazeta Wyborcza* z 26.09.2005 r. opublikowała wywiad z R. Pieńkowskim (PBS), który mówiąc o badaniu *exit poll* w wylosowanych lokalach wyborczych stwierdził m.in.: „Naszą zmorą są odmowy. Około 10 proc. osób, do których zwracają się ankieterzy, odmawia odpowiedzi. I nic o tej grupie nie wiemy, bo po prostu nie chce z nami rozmawiać”. O tym, że PBS i inne ośrodki próbują sobie jakoś radzić z tym problemem, świadczy dalsza część wypowiedzi R. Pieńkowskiego: „Wśród odmawiających może być spora grupa zwolenników LPR. [...] W konsekwencji wynik LPR w naszym sondażu może być niższy niż w wyborach”. W rzeczywistości, prognozowany wynik nie okazał się niższy, lecz wyższy i to aż o 2,5 pkt. proc. (10,4% - prognozowany, 7,9% - faktyczny). Wskazuje to na zastosowanie przez PBS pewnych technik korekty (*adjustments*), przy czym nie wiemy jakich technik i w oparciu o jakie informacje (zmiennie). Także i tu – jak widać – pojawia się problem pozyskania i wykorzystania właściwej informacji spoza próby. Bez niej byłyby niemożliwe korekty i imputacje. „*An analysis of those who did not respond to a survey or a treatment can sometimes be as informative, as or more informative than, the survey itself*” – piszą P.I. Good i J.W. Hardin [2003: 31].

Praktyką wielu ośrodków badawczych we Francji jest stosowanie technik korekty w stosunku do każdej warstwy populacji, niezależnie od liczby odmów w próbie. Celem jej jest skorygowanie rozbieżności pomiędzy deklarowanymi

intencjami wyborczymi respondentów a późniejszym ich głosowaniem. Najpowszechniej stosuje się wagi z wcześniejszych wyborów (*diverse weights*) oparte na porównaniach deklaracji wyborczej z rzeczywistymi wynikami głosowania w danej warstwie. Przy zmiennej scenie politycznej, takiej jak w Polsce, rodzić to może szereg problemów, ale na pewno postępowanie takie nie jest niemożliwe. Przeciwnie, 16 lat funkcjonowania w Polsce demokracji pozwoliło ośrodkom badawczym na dość dokładne poznanie postaw politycznych wyborców w bardzo różnych przekrojach. Wspomniane korygujące wagi można by oszacować dla wyodrębnionych grup respondentów i dla poszczególnych ugrupowań politycznych, konfrontując uzyskiwane w sondażach deklaracje wyborcze z wynikami *exit poll*'u otrzymanymi w dniu wyborów. Zastosowanie tych wag mogłoby pomóc w zmniejszeniu błędów sondaży związanych, z jednej strony, z niechęcią do przyznawania się niektórych respondentów do swoich sympatii politycznych, a z drugiej, z dążeniem do okazywania modnej lub poprawnej politycznie postawy. Zjawiska te mają różną intensywność w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych i regionach kraju, stąd wymagają badań dla najważniejszych warstw respondentów.

W ustabilizowanych demokracjach natomiast, używanie wag korygujących w prognozach wyborczych powoduje niekiedy, że wiele ośrodków badawczych stosuje podobne techniki korekty, a w rezultacie wyniki tych ośrodków mogą być do siebie bardzo podobne [por. Durand i inni 2004: 613]. Warto ponadto wziąć pod uwagę fakt, że każdy kraj ma swoją specyfikę i jeżeli jakaś technika korekty sprawdza się w jednym kraju, to nie znaczy, że tak samo będzie w innych. H. Taylor [1995] stwierdza, że gdyby dla prognoz wyborczych w USA zastosować korektę w oparciu o wcześniejsze wyniki głosowań, to działanie takie znacznie pogorszyłoby jakość sformułowanych prognoz wyborczych.

Podsumowując, wydaje się, że większy wysiłek ośrodków badawczych w kierunku poznania badanych populacji, jej cech i zachowań, w powiązaniu z doskonaleniem metod i technik wykorzystania tego typu informacji *a priori* może zmienić coraz bardziej krytyczne postrzeganie sondaży przez wiele środowisk. Ośrodki badawcze są zapewne świadome tego, że źle lub niedopracowane sondaże podważają nie tylko wiarygodność ich wykonawców, ale źle służą samej idei badań sondażowych, wprowadzają w błąd polityków i wyborców. Ważną – jak sądzę – lekcją są doświadczenia z obu kampanii wyborczych 2005 roku.

BIBLIOGRAFIA

- Assael H., Keon J. [1982], *Nonsampling vs. Sampling Errors in Survey Research*, "Journal of Marketing" no. 46.
- Broughton D. [1995], *Public Opinion Polling and Politics in Britain*. PrenticeHall/Harvester Wheatsheaf, London.
- Durand C., Blais A., Larochelle M. [2004], *The Polls in the 2002 French Presidential Election: An Autopsy*, "Public Opinion Quarterly", vol. 68, p. 602-622.
- Erikson R., Panagopoulos C., Wlezien Ch. [2004], *Likely (and Unlikely) Voters and the Assessment of Campaign Dynamics*, "Public Opinion Quarterly", vol. 68, p. 588-601.
- Good P.I., Hardin J.W. [2003], *Common Errors in Statistics (And How to Avoid Them)*. Wiley-Interscience, New Jersey.
- Jowell R., Hedges B., Lynn P., Farrant G., Heath A. [1993], *The 1992 British Election: The Failure of the Polls*, "Public Opinion Quarterly", vol. 57, p. 238-263.
- Newport F. [2002], *Yes, Polling Works*, "The Gallup Poll", November 11.
- Plątek R., C.E. Särndal [2001], "Can a statistician deliver?" (artykuł przetłumaczony na jęz. polski), „Wiadomości Statystyczne” nr 4, GUS, Warszawa.
- Szreder M. [2005], *Niebezpieczny wyścig. Czemu służą sondaże przedwyborcze?*, „Tygodnik Powszechny” nr 36 (2930), 4 września 2005 r., s. 4.
- Szreder M. [2004], *Metody i techniki sondażowych badań opinii*, PWE, Warszawa.
- Szreder M. [2003], *Bezblędna prognoza*, (Omówienie opracowania F. Newporta, *Yes Polling Works*, „The Gallup Poll”, 2002, November 11), "Marketing i Rynek", nr 11, 2003 r., s. 38-40.
- Szreder M. [1994], *Informacje a priori w klasycznej i bayesowskiej estymacji modeli regresji*. Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Taylor H. [1995], *Horses for Courses: How Survey Firms in Different Countries Measure Public Opinion with Different Methods*, "Journal of the Market Research Society", vol. 37, p. 211-219.
- Winkler R. [1967], *The quantification of judgment: Some methodological suggestions*, „Journal of the American Statistical Association", vol. 62.
- Worcester R.M. [1991], *British Public Opinion. A Guide to the History and methodology of Political Opinion Polling*. Basil Blackwell, London.

Mirosław Szreder
Univeristy of Gdańsk

SURVEYS AND INFORMATION BEYOND THE SAMPLING FRAME

(Summary)

Knowledge from various sources is currently more extensively and boldly used to design and carry out surveys. Formerly additional information acted as a modest supplement to the sampled responses whereas nowadays it governs the choice of a sampling design per se and helps rectify elicited findings while extrapolating answers to the whole population. It seems that acquisition and advancement of knowledge about populations of concern assisted by state-of-the-art data processing will subsequently lead to permeation of both sampling designs or even gradual substitution of random sampling by non-probability sampling. Hence the growing importance of information beyond samples.