

A telefonos kutatások speciális problémái*

Hmetty Zoltán,
az ELTE TÁTK Statisztika
Tanszék és a KGRE BTK
Társadalom- és Kommuniká-
ciótudományi Intézet egyetemi
tanársegéde
E-mail: zkmetty@yahoo.com

A kutatási módszer kiválasztása, és a mintavétel megtervezése minden kutatás esetében az első lépések között van. A megválasztott módszer behatárolja, hogy a kérdőívben milyen technikák használhatók fel, és meghatározza azt is, hogy milyen érvényességű lesz a kutatásunk. A tanulmány szerzője arra keresi a választ, hogy érvényességi szempontból a telefonos kutatások mennyire tekinthetők jónak a személyes felkereséssel végzett kutatásokkal szemben. Lehet-e politikai közvélemény-kutatást végezni telefonos mintákon? Erre a sok szempontból tárgyalható kérdésre keresve a választ jelen dolgozat két mozzanatra koncentrálok. Egyrészt arra, hogy a mintavétel és az elérés szempontjából milyen „torzulásokat” okoz a telefonos módszer, másrészt pedig arra, hogy egy speciális esetben, mégpedig a politikai közvélemény-kutatásoknál a személyes és a telefonos mintán végzett adatfelvételek között milyen eltérések tapasztalhatók.

A tanulmány célja „mindössze” a lehető legobjektívabb áttekintése a telefonos kutatások érvényességének, és annak, hogy ezek a társadalomtudományi kutatások között sajátosnak számító politikai adatfelvételekben milyen torzításokat okozhatnak.

TÁRGYSZÓ:
Telefonos kérdésés.
A statisztika módszertana.

* A szerző tanulmányának megírásában a TAMOP 4.2.1./B-09/1/KMR-2010-0003. program keretében kapott támogatást. A tanulmány a „Módszertani tanulmány a telefonos »követő« adatfelvételről” című DKMKA kutatási jelentés részfejezetének átdolgozása. Az eredeti tanulmány az EGT/Norvég Finanszírozási Mechanizmus program 0089/NA/2008-3/ÖP-9 referenciaszámú projektjének részeként készült. A tanulmányhoz fűzött értékes megjegyzéseikért köszönettel tartozom *Tardos Róbertnek* és *Rudas Tamásnak*.

A politikai közvélemény-kutatás piacán működő cégek vegyes stratégiát folytatnak a vizsgálati módszerek szempontjából. Egyes cégek folyamatosan személyes mintákon mérnek (Ipsos,¹ Medián, Tárci, Gallup), mások telefonos mintákon (Forsense, Nézőpont). A mérések közötti kapcsolatra egy későbbi fejezet során visszatérünk, előljáróban annyit mondhatunk, hogy „pontosság” tekintetében nehéz választani a telefonos és a személyes kutatások között. A 2010. évi országgyűlési választások során egy telefonos kutatás alapján adott becslés bizonyult a legpontosabb választási előrejelzésnek (Forsense), és egy másik telefonos pedig a legrosszabbnak (Nézőpont²) (Lakatos [2011]). Kimondva-kimondatlanul valamennyi közvélemény-kutató cég elismeri, hogy az utolsó előrejelzések nem a primer pártpreferencia-adatokon alapulnak, hanem inkább szakértői becsléseken, ami a 2002-es országgyűlési választás kapcsán készült előrejelzések kudarcának egyenes következménye. (Lásd erről például Gázsó [2003], Kolosi-Tóth [2002], Marián [2002]). A kutatási tapasztalatok arra utalnak, hogy a politikai kutatásoknál „nemcsak” a minta jóságán múlik az eredmények pontossága (természetesen a „jó” kérdéseken kívül), hanem, hogy a nemválaszolók preferenciáját mennyire jól becsülik a kutatók, illetve, hogy a választáson részt vevők körét mennyire jól tudják behatárolni.

Jelen tanulmány témája nem tekinthető úttörőnek. Az 1990-es évek közepén, a *Replika* hasábjain Tarjányi József vitaindító cikke után (Tarjányi [1995]), a közvélemény-kutató intézetek vezetői és a külső szakértők éles vitát folytattak arról, hogy lehet-e telefonon politikai közvélemény-kutatásokat végezni (Rudas [1995]). Bár akkor nem jutottak a felek dűlőre, a résztvevők többsége azon az állásponton volt, hogy a telefonos kutatásoknak Magyarországon még nem jött el az ideje. A 2000-es évek közepén is megjelent erről egy összefoglaló tanulmány (Bódi-Závecz [2006]), de ez elsősorban nem a mintatorzulási szempontokat vizsgálta.

Az első részben röviden áttekintjük a telefonos adatfelvételeknél jelentkező elérési nehézségeket, és megpróbálunk rávilágítani arra, hogy a mintavételi keret szűkülése milyen háttérváltozókkal függ össze. A második részben megvizsgáljuk, hogy egy személyes kutatás két almintája (telefonnal rendelkező és telefonnal nem rendelkező háztartások), mely háttérváltozók szempontjából különböznek egymástól, és a politikai aktivitás terén van-e az alminták között különbség. A tanulmány harmadik, befejező részében összehasonlítunk egy azonos időpontban készült politikai kérdéseket feltevő személyes, valamint egy telefonos adatfelvételt, és részletesen bemutatjuk az eredmények közötti különbségeket és okait.

¹ Bár az Ipsos havi politikai közvélemény-kutatásai a személyes omnibusz adatfelvételen kerülnek lekérdezésre, a cég az utóbbi időben számos politikai témájú telefonos gyorsmérést is végzett.

² A választások napján közzétett Nézőpont-kutatás viszont pontosnak bizonyult.

1. Problémafelvetés

Az adatfelvételek reprezentativitása (Rudas [1998]), nem csak a telefonos adatfelvételek esetében merül fel kérdésként, kétségtől azonban a telefonos adatfelvételek esetében több olyan egyedi mozzanat is megfigyelhető, ami a személyes kutatásoknál nem feltétlenül jelenik meg. A kiinduló kérdésünk az, vajon a survey-típusú felvételek megfelelően reprezentálják-e a társadalmat. Ezt a problémát részletesen elemzi Angelusz Róbert és Tardos Róbert 2009-ben közzétett tanulmánya (Angelusz–Tardos [2009]). A tanulmányból kiemeljük:

1. egyes társadalmi csoportok egyre nehezebben érhetőek el a survey-technikák által (például az elit, az aktív munkavállalók);

2. összességében csökken a válaszadási hajlandóság (ezt jól példázza, hogy a személyes kutatások során egyre rosszabb (jóval 50 százalék alatti) a főcímen lekérdezettek aránya);

3. a különböző típusú adatfelvételek esetében megfigyelhető egy „módhatás” is – tehát a demográfiai különbségek kontrolálása mellett is szignifikáns³ különbség lehet az egyes célváltozók eredményei között. Utóbbi hatás főleg az online kutatások esetében jelentős, de részben a telefonos kutatások esetében is jelentkezik. A telefonos kutatásoknál magas a válaszkonformitás esélye, más szóval a kényesebb kérdésekben a kérdezettek hajlamosabbak a társadalom elvárásának megfelelően válaszolni, mint más adatfelvételi módok esetében (Jackle–Roberts–Lynn [2006], Kreuter–Presser–Tourangeau [2008]⁴), illetve a személyes megkérdezések során jobban fenntartható a figyelem, ami csökkentheti azt a hatást, hogy a válaszadó esetenként hajlamosabb a „könnyebb ellenállás” irányában haladni, és nem átgondoltan válaszolni (Holbrook–Green–Krosnick [2003], Krosnick [1991]).

A válasz-megtagadás problémáját a statisztikai szakirodalom két külön ágra bontja. Megkülönbözteti egyrészt a teljes interjú-megtagadást (*unit non-response*), másrészt az egyes kérdésekre adott válaszok megtagadását (*item non-response*) (lásd ezzel kapcsolatban például Dixon [2005]). Előbbi probléma súlyozással (Holt–Eliot [1991]), vagy esetleg többszörös adatpótlással (Rassler–Schnell [2003]) korrigálható, utóbbi esetben pedig valamiféle adatpótlást lehet használni a válasz-megtagadás szisztematikusságának függvényében (lásd például Heitjan–Basu [1996]). Bár tematikáját tekintve az elsővel függ össze, mégis külön érdemes kezelni azokat az eseteket, amikor az adott személy a mintavételi keretbe se tud bekerülni – ezt nevezzük elérés

³ A tanulmányban a szignifikáns kifejezésen minden esetben minimum 5 százalékos szignifikanciaszinten értelmezett összefüggést értünk.

⁴ A hivatkozott tanulmánynak részben ellentmond Angelusz Róbert és Tardos Róbert 2009-es tanulmánya. Az Angelusz–Tardos szerzőpáros az online adatfelvételek esetében találta a legnagyobb esélyt a válaszadók konformizmusára, míg Kreuter, Presser és Tourangeau [2008] szerint az online módszer van legkevésbé kitéve ennek a hatásnak.

(coverage) típusú mintakiesésnek (Roberts [2007]). Ilyen előfordulhat a személyes kutatások során is (lásd például a hajléktalanok esetében), de hatványozottan jelentkeznek a telefonos kutatásokban. A telefonos kutatások jogi hátterével később behatóbban is foglalkozunk, előljáróban annyit érdemes megjegyezni, hogy a jogi szabályozás az elérésre kettőzve is hat a vezetékes telefonos kutatások esetében, mert azok a személyek már eleve nem kerülhetnek be a mintába, akiknek nincs otthon vezetékes telefonjuk, másrésztől a telefonnal rendelkező háztartások letilthatják a számukat, hogy ne hívhassák fel őket közvélemény-kutatási célból.

1.1. Vezetékestelefon-ellátottság és jogi háttér

A vezetékestelefon-ellátottság az 1980-as évek végén Magyarországon még 20 százalék alatt volt, a 2000-es évek elejére azonban már csaknem 70 százalékra emelkedett. Az utóbbi öt évben azonban jelentősen csökkent az elérhető háztartások száma, 2008-ban már 60 százalék volt, 2010-re, a korábbi trendekkel ellentétben, emelkedett ez az arány és a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság (NMHH) szerint, továbbra is némileg 60 százalék feletti. Az adat megbízhatósága megkérdőjelezhető, mert a bekapcsolt vonalak számában benne vannak a vállalkozások telefonjai is, ennek ellenére a magyar háztartások számával arányosítják a teljes telefonszám-állományt. Tehát a stagnálás/kis mértékű növekedés mögött nem látni azt, hogy a lakosság pontosan milyen arányban rendelkezik vezetékes telefonnal. Ennek ellenére talán élhetünk azzal a feltételezéssel, hogy a szolgáltatók azon ajánlatai, amelyek a televízió és/vagy internet mellé kedvezményesen (esetenként ingyen) ajánlanak vonalas telefont, lelassította, esetleg meg is fordította a 2000-es évek közepén tapasztalt meredeken csökkenő trendet a lakosság vezetékestelefon-ellátottságában. Ha megnézzük a telefonellátottság területi megoszlását az elérhető telefonkönyv adatok alapján (amelyekből már kiszűrtük a vállalkozások telefonszámait), szembetűnő, hogy már területileg is szisztematikus mintát mutat a településenkénti vezetékes telefonellátottság.⁵

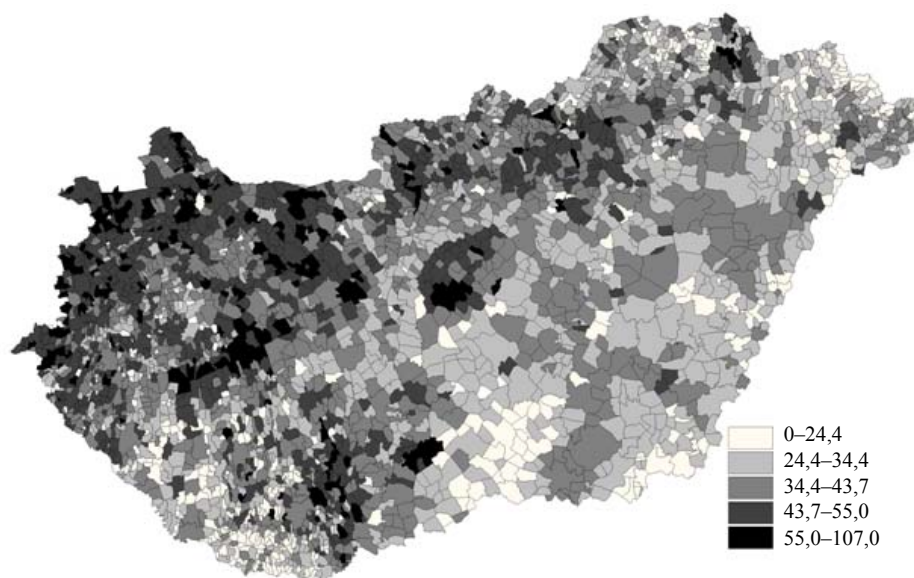
Az 1. ábrán látható, hogy észak-nyugat Magyarországon az átlagnál jobb a helyzet, de például a baranyai aprófalvas településeken, illetve a Dél-Alföldön a települések egy részén kevesebb, mint 25 telefon jut száz lakásra. Ha települési szinten vizsgáljuk az összefüggést, akkor a száz lakásra jutó vezetékes telefonszámok átlaga 37,6.⁶ Ha regionális bontásban nézzük a telefonellátottsági adatokat, akkor (száz lakásra vetítve) Észak- és Dél-Alföldön van átlagosan a legkevesebb telefon, ezt követi Budapest és Dél-Dunántúl. A településtípussal viszont nem függ össze erősen a tele-

⁵ A TELETÁR-ba azok az előfizetők nem kerülnek be, akik titkosították a számukat.

⁶ Az általunk létrehozott adatbázisban kiszűrtük a céges telefonszámokat, ezért az összes telefonszám kevesebb, mint amit az NMHH közöl.

fonellátottság, Budapesten az átlagnál alacsonyabb az érték, de a többi településtípus esetén sincs jelentős eltérés a telefonellátottságban. Budapesten belül főleg a belvárosi és az északi peremkerületek esetében alacsony a száz lakásra jutó vezetékes telefon. A telefonellátottságot összevetettük a települések fejlettségével is.⁷ A településfejlettségi mutató és a telefonellátottság között gyenge-közepes lineáris kapcsolat figyelhető meg, miszerint minél fejlettebb egy település, annál több lesz a száz lakásra jutó telefon.⁸

1. ábra. Száz lakásra jutó telefonszám településenként



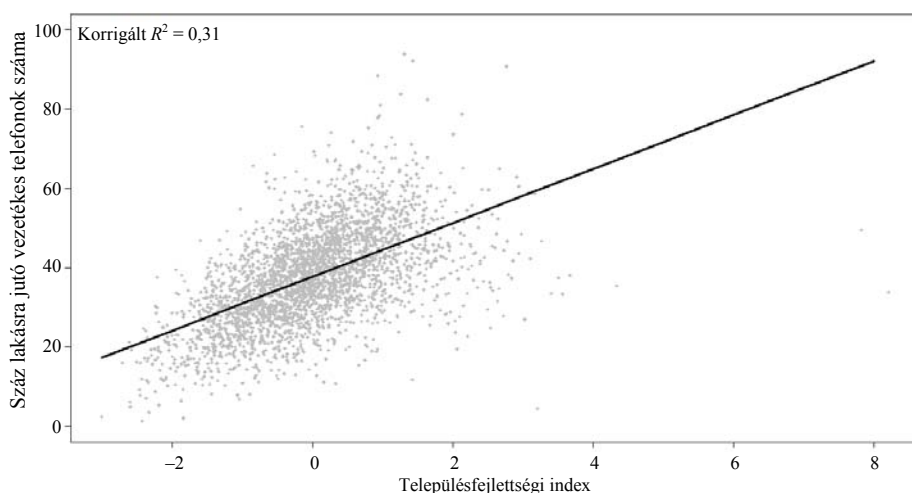
Forrás: KSH. TELETÁR 2009.⁹

⁷ A településfejlettségi mutató a KSH és az Nemzeti Adó- és Vámhivatal kiválasztott települési mutatóiból készült. A mutató előállítója Tóth Gergely. A mutató 12, lakosságra normált változóra épített, főkomponensanalízis alapján készült (infrastrukturális ellátottsági adatok, vállalászási adatok, munkanélküliségi adatok, jövedelmi adatok).

⁸ „Idősorok összehasonlítása esetén ma már senki sem kérdőjelezi meg a stacioner jelleg, az időtényező kiparciálásának fontosságát, amelynek forrása az egymást követő megfigyelések hasonlóságának, az időbeli autokorrelációnak a felismerése. A térbeli autokorreláció léte – tehát, hogy az egymáshoz közelebb álló esetek hasonlítanak egymásra (például egymáshoz közel fekvő települések társadalomstatisztikai mutatói inkább hasonlítanak, mint a távolabb fekvő településeké) – lényegében a megfigyeléseink függetlenségének cáfolata, és pontosan ugyanazon igényeket veti fel, mint az idősorok esetén: lokalizált adatok esetén a térkomponens kiparciálásának szükségességét” (Kmetty–Tóth [2011]). Ebből következően a térbeli adatokon a magas fokú autoregressziós hatás miatt, a kapcsolat erőssége valószínűleg magasabb értéket mutat, mint amennyire a két változó valóban összefügg. Ilyen esetekben lehetőségként felmerül a térbeli komponensekkel kiegészített regressziós modellek illesztése.

⁹ A térképeket Tóth Gergely szerkesztette. Ezúton is köszönöm a segítségét.

2. ábra. Településfejlettségi mutató nagysága és a száz lakosra jutó vezetéktelefon-számok közötti összefüggés



Tovább nehezíti a telefonos elérést az a tény is, hogy a felhívható számok közé csak azok kerülhetnek be, amelyek tulajdonosa nem tiltja meg a közvélemény-kutatási hívásokat. Ennek kapcsán érdemes kitérni a telefonos megkérdezések jogi szabályozására.

A kutatások jogi háttérét az 1992. évi LXIII. törvény „A személyes adatok védelméről és a közérdekű adatok nyilvánosságáról”, valamint az 1995. évi CXIX. törvény „A kutatás és a közvetlen üzletszerzés célját szolgáló név- és lakcímadatok kezeléséről” szabályozza. A telefonos minta szempontjából azonban a leginkább releváns a 2003. évi C. törvény az elektronikus hírközlésről. Ebből kiemeljük a legfontosabb részleteket.

Az előfizetői listák, az előfizetői névjegyzékek, címtárak

160. §

(4) Az előfizető számára külön költség nélkül biztosítani kell azt a jogot, hogy kérésére:

- a) kimaradjon a nyomtatott vagy elektronikus névjegyzékből;
- b) az előfizetői névjegyzékben feltüntessék, hogy személyes adatai nem használhatóak fel közvetlen üzletszerzés, tájékoztatás, közvélemény- vagy piackutatás céljára;
- c) lakcímét csak részben tüntessék fel az előfizetői névjegyzékben.

161. § (1) Az elektronikus hírközlési szolgáltatók az előfizetői névjegyzékben és a címtárban levő adatokat arra használhatják, hogy

szolgáltatásként tájékoztatást nyújtsanak azok adataiból. A szolgáltatás nyújtása keretében nem lehet több adatot közölni, mint amennyi az előfizetői névjegyzékben és címtárban megjelenik, kivéve, ha az érintett további adatok szolgáltatásához hozzájárult.

(2) Technikai megoldásokkal kell biztosítani az előfizetői névjegyzékből és a címtárból történő lekérdezés biztonságát és az azzal való visszaélés megakadályozását, különösen az adatok jogosulatlan vagy indokolatlan mértékű letöltését.

(3) Tilos az elektronikus előfizetői névjegyzékben és címtárakban levő adatok összekapcsolása más adattal vagy nyilvántartással, kivéve, ha az elektronikus hírközlési szolgáltató részére működtetési okokból szükséges.

Az adatok felhasználása közvetlen üzletszerzési vagy tájékoztatási célra

162. § (1) Az emberi beavatkozás nélküli, automatizált hívórendszer vagy előfizetői kapcsolat létrehozására szolgáló más automatizált eszköz az előfizető tekintetében csak akkor alkalmazható közvetlen üzletszerzés, tájékoztatás, közvélemény- és piackutatás céljára, ha ehhez az előfizető előzetesen hozzájárult.

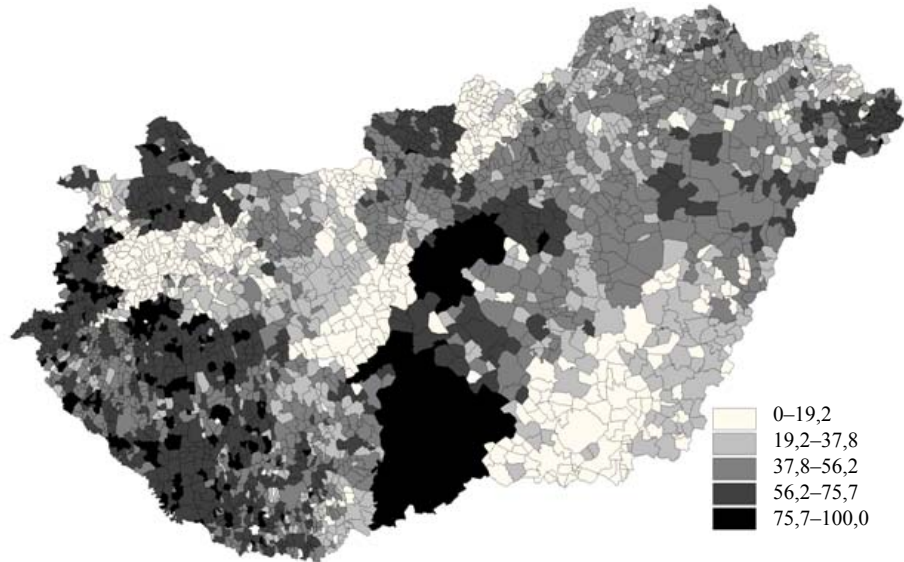
(2) Tilos közvetlen üzletszerzés, tájékoztatás, közvélemény- vagy piackutatás, valamint a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) 6. §-ának hatálya alá nem tartozó közvetlen üzletszerzés, illetve egyéb, a Grt. szerinti reklámnak nem minősülő tájékoztatás céljából olyan előfizetővel kapcsolatot kezdeményezni, aki úgy nyilatkozott, hogy nem kíván ilyen kapcsolatfelvételt fogadni.

A törvény legfontosabb mondanivalója az, hogy tilos olyan személlyel kapcsolatot felvenni közvélemény-kutatás céljából, aki ezt előzetesen megtiltotta (162. §(2)). Ez azt is jelenti, hogy csak olyan listákból lehet telefonálni, amelyekben olyan személyek vannak, akik kutatási célból felhívhatók. Ez közvetve azzal a következménnyel is jár, hogy a véletlenszám-generátorok használata tilos, mivel így olyan személyek is bekerülhetnének a kutatás mintavételi keretébe, akik amúgy megtiltották a felhívásukat.¹⁰

E rövid jogi kitérő után érdemes megvizsgálni azt, hogyan oszlik meg a hívható számok nagyságrendje területileg.

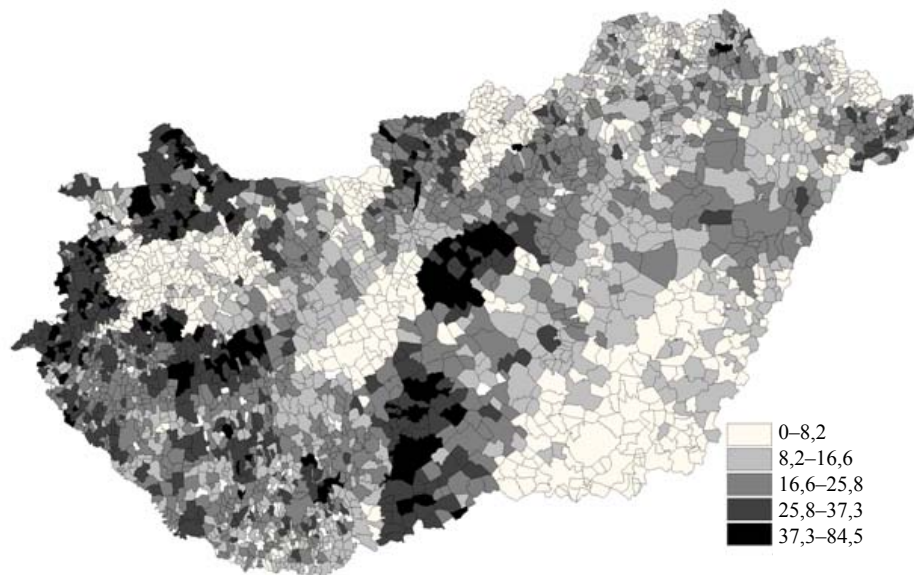
¹⁰ Ha egy olyan háztartást hívnak fel telefonos kutatás céljából, ahol ezt korábban letiltották a szolgáltatónál, a háztartásnak lehetősége van jogorvoslatért fordulni. A kutató cég ebben az esetben súlyos bírságokra számíthat.

3. ábra. A felhívható és az összes telefonszám aránya településenként (százalék)



Forrás: KSH, TELETÁR.

4. ábra. Száz lakásra jutó felhívható telefonszám településenként

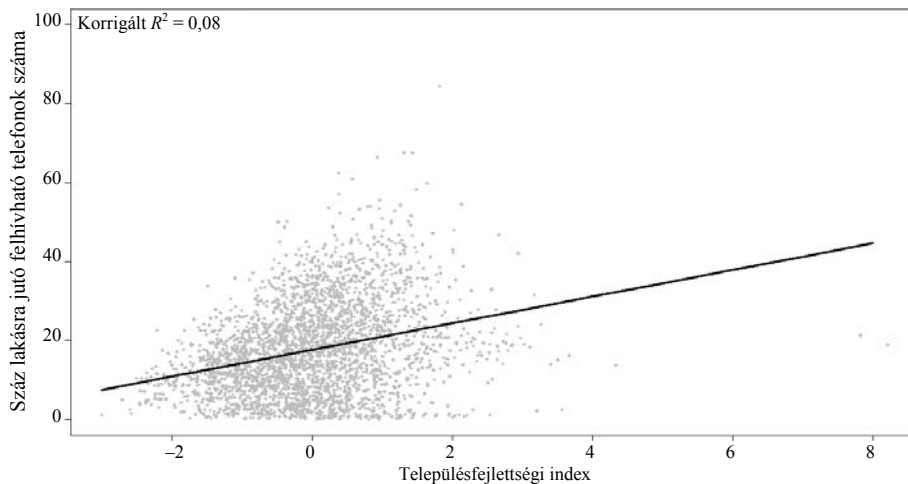


Forrás: KSH, TELETÁR 2009.

Ahogy a 3. ábrán látható, a hívható és az összes számok aránya területileg erős szisztematikusságot mutat. Bács-Kiskun megyében és Pest megye egyes területein viszonylag kevés számot tiltanak le, de Csongrádban ez az arány 80 százalék feletti. Ez a különbség elsősorban abból adódik, hogy az egyes területeken domináns szolgáltatók feltételezhetően más módszerrel gyűjtik az engedélyeket egy szám felhívásához. Azok a területek, ahol nagyon magas a hívásletiltás, szinte kivétel nélkül Invitel szolgáltatási területéhez tartoznak, míg a UPC által lefedett területen jellemzően kevés a hívásletiltás. Tehát az önszelekció mellett olyan hatás is érvényesül a felhívható háztartások esetében, amely a telefontársaságok eltérő hívásletiltási szabályozásából következik. Az eltérő hívásletiltási szabályozás jelentősen befolyásolja területenként az elérési lehetőségeket. Ha ezt a két hatást összeadjuk, megkapjuk a településenként száz lakásra jutó felhívható telefonszámot.

Az 1 600 ezer telefonszámból mindössze 720 ezer hívható fel kutatási célból, tehát a számok 45 százaléka. Átlagosan száz lakásra 17,6 felhívható telefonszám jut. Csongrád megyében a legrosszabb a helyzet, ott mindössze 3,7 felhívható telefon jut száz lakásra, és Békés megyében is 6,0, míg Bács-Kiskun megyében 27,0. Budapest ebből a szempontból is az országos átlag alatt van, 13,2 felhívható telefonszám jut száz lakásra. Ebben az összefüggésben már nem olyan erős a településfejlettségi mutatóval való összefüggés, de így is van a két változó között egy gyenge pozitív lineáris kapcsolat.

5. ábra. A településfejlettségi mutató nagysága és a felhívható számok közötti összefüggés



Települési szinten a telefonnal való ellátottság, tehát több háttérváltozóval is összefügg. Fontos kérdés, hogy ez a kutatások szintjén milyen torzulásokat okoz.

2. Mintavételi torzulások a telefonos közvélemény-kutatásokban

A probléma vizsgálatához először egy 2010 márciusában a Forsense által végzett személyes lakossági kutatás adatait vizsgáljuk meg részletesebben.¹¹ A kutatás azért értékes kiindulópont a telefonos minta reprezentativitásával kapcsolatban, mivel az adatfelvétel során azt is megkérdezték, hogy van-e az illető otthonában vezetékes telefon. A kutatásban többek között megkérdezésre kerültek politikai viselkedést vizsgáló kérdések is.

A kutatás szerint a mintába került háztartások 43 százalékában volt vezetékes telefon (ebben az esetben csak a telefon megléte/nemléte vizsgálható, az sajnos nem, hogy felhívható-e az adott szám kutatási célokra). Az elemzésben csupán a telefonellátottság és az egyes háttérváltozók közötti összefüggés legfontosabb eredményeit emeljük ki.

Elsőként hangsúlyozandó a telefonnal való ellátottság és a válaszadó életkora változó közötti szoros kapcsolatot. A kapcsolat lineáris mintázatot mutat, minél idősebb korosztályhoz tartozik valaki, annál valószínűbb, hogy van otthon vezetékes telefona.¹² A 30 év alatti korcsoportban 23 százalék a telefonellátottság, a 60 év felettiben viszont 63 százalék, azaz közel háromszorosa a fiatalokénak. Tehát ebből kiindulva egy 60 év feletti alanyt már a mintavételi keret alapján közel háromszor valószínűbb elérnünk, mint egy 30 év alatti válaszolót (és akkor nem is látjuk azt a hatást, hogy egy fiatalabb válaszoló, feltételezésünk szerint, valószínűbben letiltja a számát, mint egy idősebb, esetleg ilyen szempontból kevésbé tudatos személy). Az életkori dimenzióval erősen összefügg az is, hogy a nyugdíjasok körében szintén szignifikánsan felül vannak reprezentálva a vezetékes telefonnal rendelkezők.

Másodikként a kérdezettek családi állapotával (és életvitelével) függ össze erősen a telefonellátottság. A házastárssal együtt élők körében 52 százalék azok aránya, akiknek van otthon vezetékes telefonjuk, míg az élettárssal együtt élők között mindössze 17 százalék. Ez abból következhet, hogy az élettársi lét bizonytalanabb életforma, kevésbé kockáztatják meg az ilyen típusú együttélési formát választó emberek egy olyan állandó dolog előfizetését, mint a vezetékes telefon (nem szabad elfeled-

¹¹ A személyesen végzett kérdőíves közvélemény-kutatás adatfelvételét a Tudatos Vásárlók Egyesületének megbízásából a Forsense 2010 márciusában készítette. A megvalósult mintaméret 1091 fős volt. A mintába került felnőtt korú, Magyarországon élő személyeket otthonukban keresték fel a kérdezőbiztosok. A mintavétel alapjául a 18 évesnél idősebb magyar lakosság szolgált. A lakossági megkérdezés többlépcsős, rétegzett, véletlenszerű mintavételi módszert alkalmazva, az ország 80 mintavételi pontján történt. A minta összetétele reprezentatív az ország felnőtt lakosságára nézve nemre, életkori csoportokra, iskolai végzettségre, regionálisan, és a lakóhely településtípusára. A mintavételből fakadó hiba nagy valószínűséggel, legfeljebb +/-3 százalék, azaz a teljes válaszadói körre vonatkozó kérdésekre kapott válaszok arányai legfeljebb ennyivel térhettek el attól az eredménytől, amit a teljes magyarországi felnőtt népesség megkérdezése eredményezett volna.

¹² Az állítást annyival érdemes árnyalni, hogy a telefonellátottság háztartási változó, míg a kor a személyre jellemző. Ez a későbbi bontások egy részében is igaz.

keznünk az életkori hatás áttételes megjelenéséről sem). A bizonytalansági faktor hatását erősíti az is, hogy a házasok között a legmagasabb az ellátottság, míg az elváltak között a legalacsonyabb.

A harmadik különbség egyfajta jövedelem/státuszhatár mentén figyelhető meg. Minél magasabb valakinek az iskolai végzettsége, annál valószínűbb, hogy van otthon vezetékes telefonja. Az összefüggés a jövedelemmel és a szubjektív társadalmi réteg-besorolással már nem feltétlen lineáris. Utóbbi két változó esetében inkább azt mondhatjuk, hogy a leszakadt csoportokban (50 ezer forint alatti havi jövedelem, illetve alsóosztályba való önbesorolás) csökken annak a valószínűsége, hogy az illetőnek van otthon vezetékes telefonja.

Végül, de nem utolsósorban a politikai részvétel kérdését említjük meg. Az adatok alapján az mondható el, hogy a politikailag aktívabb csoportok (akik biztosra ígérnek a választási részvételt egy következő vasárnapi választáson), nagyobb arányban rendelkeznek otthoni vezetékes telefonos eléréssel, mint az átlag válaszadók. Tehát már a mintakeret szintjén a politikailag aktívabb csoportok kerülnek bele a telefonos kutatások látókörébe. Ugyanezt támasztja alá az is, ha a politikai önbesorolást vizsgáljuk egy képzeletbeli bal-jobb skálán. A telefonnal nem rendelkezők között szignifikánsan magasabb azok aránya, akik nem tudtak válaszolni erre a kérdésre. A pártválasztásban azonban nem lehetett szignifikáns különbségeket találni a két alcsoport között.

Természetesen logikus felvetés, hogy a politikai változók közötti eltérések, ami a politikai aktivitásbeli különbségekben csúcsosodik ki, elsősorban az alminták közötti iskolai végzettségbeli különbségek okozzák. A részvétellel foglalkozó kutatások megerősítik azt a tényt, hogy a választói aktivitás viszonylag erős összefüggésben van a kulturális tőkével, amelynek egyik indikátora az iskolai végzettség (*Angelusz–Tardos* [2005], *Kmetty–Tóth* [2011]). Minél magasabb valakinek a végzettsége, annál valószínűbb, hogy elmegy szavazni, és a magasabb végzettségűek nagyobb arányban rendelkeznek otthoni vezetékes telefonnal is. Ennek a hatásnak a kiszűrésére mind a két almintát (a telefonnal rendelkezők és nem rendelkezők csoportját) súlyoztuk ugyanarra a célsokaságra.¹³ A súlyozás után, bár csökkentek a különbségek a politikai részvételi dimenzióban a két alminta között, a telefonos almintán még így is szignifikánsan ma-

¹³ Ez a gyakorlatban azt jelentette, hogy a két almintára úgy tekintettünk, mint két különálló adatfelvételre. Mind a két almintán az itt ismertetett változók mentén súlyozás segítségével beállítottuk a populációs arányszámokat. Mivel a mintavételi design hatás nem volt beépíthető ezzel a módszerrel, nem tekinthető a két alminta a teljes sokaság két reprezentatív mintájának, de a célunk mindössze annyi volt, hogy a legfontosabb demográfiai alapkategóriák mentén ne legyen különbség az alminták között. A súlyozásnál egy többszemponútú iteratív módszert használtunk fel. A célváltozók a következők voltak: háztartásnagyság(2), településtípus*lakástípus(6), régió(8), iskolai végzettség(4), teltip*kor(12), nem*kor(6). A súlyozás során első lépésben beállítottuk az első változó arányát a mintában, majd a második változó arányát, és így tovább. Miután az utolsó változó arányát is beállítottuk, az első változó aránya már nem illeszkedett jól, ezért újra kezdtük a folyamatot. Addig iteráltuk a súlyszámokat, amíg cellánként a maximális projektált különbség száz alá csökkent.

gasabb volt a magukat biztos választási részvevőknek mondók aránya, és kisebb volt a bizonytalanok aránya is a bal-jobb skála kérdés megválaszolásakor.

Összefoglalva azt mondhatjuk, hogy az életkor, az életvitel, és a kérdezettek státusa is meghatározza, hogy milyen valószínűséggel kerülnek bele egy vezetékes telefonos kutatás mintavételi keretébe. A telefonos és a nem telefonos alminta között szignifikáns különbség van a politikai részvétel dimenzióban, még abban az esetben is, ha mindkét almintát újrásúlyoztuk a magyar lakosság demográfiai összetételére.

Az elérés (*coverage*) típusú mintaszelekció után érvényesül egy másik mintaszelekciós hatás, amit a korábban komplett megtagadás (*unit non-response*), címkével illetünk. Ennek a mintaszelekciós hatásnak is minimum két dimenziója van. Az első részben egy átmeneti szintnek is tekinthető, hiszen abból adódik, hogy bizonyos embereknek bár van otthon vezetékes telefonjuk, de viszonylag kevés időt töltenek otthon, ezért nehéz őket elérni. Ilyen csoportok például a fiatalok, akik kevesebb időt töltenek otthon, de ide sorolhatjuk azokat az embereket is (például a vállalkozókat), akik a megnyújtott munkanapok miatt nem tartózkodnak otthon a kérdezési időszakokban (ami általában este 8-ig tart). Ezzel szemben megnő azoknak a személyeknek a mintába kerülési valószínűsége, akik sokat vannak otthon (például idősek, nyugdíjasok), illetve azoknak is, akik nagyobb háztartásokban élnek (lehet tájékozódni arról, hogy mikor lehet elérni a keresett személyt, így későbbi visszahívással sikerülhet az interjú). A másik dimenzió pedig a tényleges válaszmegtagadásból következik, azaz a felhívott személy kijelenti, hogy nem szeretne részt venni semmilyen közvélemény-kutatásban. Az alapvető torzító mechanizmusok ellen lehet kvótázással¹⁴ is védekezni. Ez, bár nélkülözhetetlen eszköz a telefonos kutatások esetében, több fontos módszertani kérdést is felvet. Anélkül, hogy ezeket részletesen kifejtetnénk, röviden utalunk a szerintünk legfontosabbra. A kvótázásnál élünk azzal az igen erős feltevéssel, hogy azok a személyek, akik a nem válaszoló emberek „helyébe” bekerülnek, ugyanazt válaszolják, amit a nem bekerült személyek válaszoltak volna. Ez a feltevés nagy valószínűséggel nem tartható. Továbbá azt is ki kell emelni, hogy a kvótázásnál használható változók száma véges és igencsak behatárolt. Általában a telefonos közvélemény-kutatásokban regionális, életkori, nemi, és települési változók kerülnek be a kvótakritériumok közé, illetve egyes esetekben az iskolai végzettség változót is szokták szerepeltetni. A kvótázásnál az is kérdés, hogy a felhasznált változók egymás mellett szerepeljenek-e (peremeloszlás), vagy esetleg interakciós változókként. Összefoglalva azt mondhatjuk, hogy a kvótázás, mint eszköz jelenleg elengedhetetlen a telefonos kutatásokban, azonban sok problémára nem tud megoldást kínálni, sőt egyes esetekben újabb problémák forrása lehet.

¹⁴ Bár kvótázásnak nevezzük ezt a módszert, valójában, ha a tárcsázás a kérdezőtől független, akkor gyakorlatilag rétegzett mintavételről beszélhetünk ebben az esetben.

3. Egy telefonos és egy személyes kutatás összehasonlítása demográfiai szempontból

A további vizsgálódásainkban összehasonlítunk egy azonos időszakban végzett személyes és telefonos kutatást. A személyes kutatást már korábban bemutattuk, a telefonos felvétel szintén egy Forsense-kutatás, amit 2010 márciusában készített a kutató cég, a DKMKA (Demokráciakutatások Magyarországi Központja Alapítvány) megbízásából.¹⁵ A telefonos kutatás kvóta kritériumai között a nem, a korcsoport, és a településtípus interakciós változó együttese szerepelt. A telefonos kutatás súlyozatlan megoszlásait érdemes összehasonlítani, a magyar felnőtt lakosság adataival. A sokasági adatokhoz a legfrissebben elérhető adatbázisokat vettük figyelembe, melyek a KSH mikrocenzusadatai voltak. Azoknál a változóknál, ahol a mikrocenzus óta eltelt időben jelentékenyebb módosulást feltételeztünk, szakértői becsléssel módosítottuk a sokasági adatokat (például az iskolai végzettség).

1. táblázat

A 18 évesnél idősebb magyarországi lakosság adatai

Változó	18 éves és idősebb magyar lakosság	Forsense telefonos adatfelvétel (súlyozatlan N=944) kerekített	χ^2 illeszkedés-vizsgálat (p-értékek)
	százalék		
Háztartásnagyság	1 fő	13	0,12
	Több fő	87	
Családi állapot	Nőtlen, hajadon vagy olyan házaspár, aki nem a házastársával él	38	0,00
	Házaspár, házastárssal él	45	
	Özvegy	10	
	Elvált	7	
Lakástípus	Panel	19	0,00
	Családi ház	41	
	Egyéb lakás	40	
Iskolai végzettség	8 általános vagy kevesebb	27	0,00
	Szakképzés	28	
	Középiskolai érettség	29	
	Felsőfokú végzettség	16	

Forrás: KSH, Forsense (DKMKA).

¹⁵ Az adatgyűjtés EGT/Norvég Finanszírozási Mechanizmus program 0089/NA/2008-3/ÖP-9 referenciaszámú projektjének keretén belül történt.

A háztartásnagyság esetében nincs szignifikáns torzulás a lakossági adatokhoz képest. Ez természetesen nem azt jelenti, hogy a változó interakciós összehasonlításban is jól illeszkedik (feltételezhetően az idősebb egyedül élők felül vannak reprezentálva, míg a fiatal egyedül élők inkább alul). A családiállapot-változó esetében a házások jelentősen felülreprezentáltak a telefonos kutatásokban, ezt a típusú torzító hatást már a telefonellátottság adatainak elemzésekor is láhattuk. Ezt korábban életmódhatásként azonosítottuk. A lakástípus szintén ezzel függ össze, a mintába kerültek 65 százaléka élt családi házban, míg a lakosság esetében ez „mindössze” 41 százalék. Az iskolai végzettség szerinti különbség szintén látható volt korábban, a személyes adatfelvétel telefonos almintájának elemzésekor, de korántsem olyan élesen, mint a telefonos mintában. Ebből az látszik, hogy a mintakeretből következő szelekciós hatáson felül, a nemválaszolás megerősíti ezt a trendet, tehát a 8 általánost vagy kevesebbet végeztek, illetve a szakmunkások alulreprezentálódnak a mintában, szemben az érettségizettekkel, illetve a diplomásokkal.

3.1. Politikai aktivitás

A politikai közvélemény-kutatásoknál igen fontos kérdés, hogy miként módosítja a mintatorzulás az eredményeket. Mivel a politikai háttérváltozók szempontjából nincsenek releváns sokasági adatok (illetve a választások nyújtanak négy évente összehasonlítási lehetőséget), ezért a telefonos kutatás eredményeit a hasonló időszakban lekérdezett személyes kutatás adataival vetettük össze.

A politikai kérdések esetében az előbb említetteken kívül egy további probléma is felléphet. Korábban ezt neveztük az egyes kérdésekre történő válaszmegtagadásnak (*item non-response*). Főleg a kényesebb, illetve nehezebb kérdések esetében merülhet fel problémaként, hogy a kérdezettek az egyes kérdésekre nem válaszolnak (a politikai kutatások kapcsán lásd: *Angelusz–Tardos* [2006a]). A kérdezéstechnikai különbségekből következően más-más nehéz kérdésnek személyes kutatásban és más telefonos kutatásban, illetve más-más technikákkal lehet kezelni a kérdezettek bizalmatlanságát is. Csak megemlítjük, hogy a kérdések helye is szignifikánsan befolyásolja a válaszadási arány nagyságát (*Angelusz–Tardos* [2006b], *Jelenfi–Kmetty–Rosta* [2008]). A hivatkozott személyes kutatásban a kérdőív legvégén szerepeltek a politikai kérdések, míg a telefonos kutatásban a kérdőív közepén. A személyes kutatásban semmilyen különleges technikát nem alkalmaztak a válaszadási arány növelése érdekében (például boríték). A strukturális különbségek ellenére érdemes összehasonlítani a részvételt, a politikai önbesorolást és a pártválasztási kérdést.

Az összehasonlításnál a két adatfelvétel súlyozatlan és súlyozott adatait is összevetettük. A súlyozásnál a már személyes adatfelvételnél ismertített iterációs súlyozási módszert használtuk. Az első vizsgált kérdés a részvételt érintette. A különbség je-

lentős volt mind a súlyozott, mind a súlyozatlan adatok között (és szignifikáns is a χ^2 -próba alapján). A biztosan részt vevők aránya a súlyozott személyes mintában 49 százalék volt, míg a telefonos mintában 79 százalék. Ez megerősíti azt a korábbi megállapításunkat, hogy a telefonos kutatásokba már eleve politikailag aktívabb csoportok kerülnek, sőt jelentősen fel is erősödik ez a hatás (Tardos [2009]). Az is figyelemre méltó, hogy a telefonos kérdezés esetén ebben a kérdésben gyakorlatilag nincs válaszhány. A különbség nem lepi meg azokat, akik minden hónapban böngészik a különböző közvélemény-kutatók pártpreferencia-adatait. Jellemző módon, a telefonos mintákon mindig magasabb a résztvevő aránya. Az itt bemutatott különbség azonban igen szélsőséges. Ez elsősorban azzal hozható összefüggésbe, hogy a telefonos mérés a választás előtti hetekben készült, amikor még inkább fel erősödött az a hatás, hogy csak a politikailag aktív szavazók kerültek bele a telefonos mintába.

2. táblázat

2010 márciusban lebonyolított telefonos és személyes adatfelvételek összehasonlítása
a részvételi szándék alapján

„Elmenne-e szavazni?”	Személyes		Telefonos	
	kutatás (százalék)			
	Súlyozatlan	Súlyozott	Súlyozatlan	Súlyozott
Teljesen biztos, hogy elmenne	50	49	83	79
Valószínűleg elmenne	22	20	11	13
Valószínűleg nem menne el	7	7	2	3
Biztosan nem menne el	9	11	4	4
Nem tudja/Nem válaszol	12	13	1	1
<i>Összesen</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>101</i>	<i>100</i>

Megjegyzés. Itt és a következő táblázatokban az összesen rovatok a kerekítések miatt térhetnek el a száztól.
Forrás: Forsense-DKMKA.

A pártválasztás kérdését ajánlott óvatosan kezelni. Egyfelől a személyes kutatások esetében általában sokkal alacsonyabb a válaszmegtagadás aránya. Az általunk hivatkozott kutatásban ez a hatás csak korlátozottan érvényesült. Ennek több lehetséges magyarázata is van. Ahogy már korábban utaltunk rá, a személyes adatfelvételben nem használtak fel semmilyen speciális technikát a válaszadás növelésére. Másfelől a kérdőív végére kerültek ezek a kérdések, ami tovább növeli a válaszhány valószínűségét, továbbá egy nem politikai adatfelvétel végén került megkérdezésre a párthovatartozás. A másik különbség az adatfelvételek eltérő idejéből adódik. A

személyes kutatást 2010 március elején, míg a telefonos kutatást 2010 március közepétől elnyújtva, több héten át bonyolították le. Ebből is következik, hogy a telefonos kutatásban már jelentkeztek azok a kampányhatások, amelyek a személyes adatfelvételben nem, például a Jobbik szavazóinak növekvő látenciája, vagy az LMP szavazótáborának fokozatos növekedése (*Kern–Szabó [2011]*). Ezt figyelembe véve megállapítható, hogy valójában jelentős különbség csak a Jobbik esetében tapasztalható a két minta között, a személyes mintán jóval magasabb támogatottságot ért el a radikális párt. Ez igaz mind a súlyozatlan, mind a súlyozott minta esetében. Egyébként a súlyozás valamelyest csökkentette a két minta közötti különbséget, de nem jelentősen. Ez nem is meglepő, hiszen az utóbbi években több tanulmányban megjegyzik, hogy a hagyományos demográfiai háttérváltozók egyre kevésbé határozzák meg a pártpreferenciát. Így az ezeket a változókat mozgató súlyváltozóknak sem lehet jelentős szerepük a preferenciák megváltozásában.

3. táblázat

2010. márciusi telefonos és személyes adatfelvételek összehasonlítása
a pártpreferencia bontásban

Preferált párt	Személyes		Telefonos	
	kutatás (százalék)			
	Súlyozatlan	Súlyozott	Súlyozatlan	Súlyozott
MSZP (Magyar Szocialista Párt)	7	7	9	8
FIDESZ–MPSZ–KDNP	30	27	29	27
Jobbik Magyarországért Mozgalom	8	9	4	4
MDF (Magyar Demokrata Fórum)	1	0	0	1
LMP (Lehet Más a Politika)	1	1	2	2
Egyéb párt	2	1	0	0
Nem tudja/nem válaszol, nem szavazna	52	55	55	58
<i>Összesen</i>	<i>101</i>	<i>100</i>	<i>99</i>	<i>100</i>

Forrás: Forsense (DKMKA).

Végül az ideológiai önbesorolást vizsgáljuk. A személyes mintán igen magas volt a válaszmegtagadás ebben a kérdésben (ez ismét a személyes minta bemutatott jellemzőiből következik). Mind a két mintára igaz, hogy inkább jobbra tolódott, de ezeket az adatokat más adatfelvételek is megerősítik (*Enyedi–Benoit [2011]*). Ha adathiányként kezeljük a válaszmegtagadást és csak az érvényes válaszokat vizsgáljuk, akkor azt láthatjuk, hogy a személyes mintában szignifikánsan magasabb a magukat inkább jobboldalinak vallók aránya, mint a telefonos mintában.

Tehát a legfontosabb különbség az volt a két vizsgált minta között, hogy a telefonos minta a politikailag aktívabb csoportokat mérte, míg a személyes mintában nagyobb volt a jobboldali túlsúly. Felmerülhet a kérdés, hogy ez az eredmény csak egyedileg erre a két mintára értendő, vagy általánosabb érvényű. Ezúttal hely hiányában nem mutatunk be részletes táblákat, de a nagyobb érvényesség érdekében megvizsgáltuk azt is, hogy egy közvetlenül a 2010-es választás előtt készült Ipsos-Medián személyes adatfelvétel ($N=1500$),¹⁶ mennyiben módosítja az eddigi kapott eredményeinket. Ebben a személyes adatfelvételben a részvétel 60 százalék volt, ami bár nagyobb, mint a bemutatott másik személyes minta adata, de jóval kisebb, mint a telefonos mintán mért érték. A pártválasztási kérdésben a válaszmegtagadás „mindössze” 20 százalék volt az Ipsos-Medián mintáján – ami jól mutatja azt is, hogy két személyes minta között is milyen nagy különbségek lehetnek akár a kérdezéstechnikai különbségek miatt is. A jóval kisebb adathiány miatt nehezen összehasonlítható az Ipsos-Medián adatfelvétele a telefonos méréssel, mindössze annyit jegyeznék meg, hogy a pártválasztók között a Jobbik és az MSZP ebben az esetben szignifikánsan erősebb volt a személyes mintán. Ez az eredmény azt sugallja, hogy a látens, rejtőzködő szavazóbázisokat a személyes minta talán valamivel jobban méri.

4. táblázat

2010. márciusi telefonos és személyes adatfelvételek összehasonlítása
a bal-jobb önbesorolás dimenzióban

Saját ideológiai állásfoglalás	Személyes		Telefonos	
	kutatás (százalék)			
	Súlyozatlan	Súlyozott	Súlyozatlan	Súlyozott
1 – bal	4	4	8	7
2	7	6	10	9
3	28	27	42	44
4	13	11	15	15
5 – jobb	18	19	15	15
Nem tudja/nem válaszol	30	33	9	11
<i>Összesen</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>99</i>	<i>101</i>

Forrás: Forsense (DKMKA).

A tanulmány eddigi részében azzal foglalkoztunk, hogy a telefonos kutatás milyen hibalehetőségeket rejt magában. Hipotézisünk az volt, hogy a legproblematiku-

¹⁶ Az adatgyűjtés EGT/Norvég Finanszírozási Mechanizmus program 0089/NA/2008-3/ÖP-9 referenciaszámú projektjének keretén belül történt.

sabb az elérés típusú mintatorzulás, mert ez a hatás sokkal korlátozottabban jelenik meg a személyes kutatásokban. A többi torzító probléma, kisebb vagy nagyobb mértékben, a személyes kutatásokban is megjelenik. Az eredmények azonban inkább abba az irányba mutatnak, hogy a válaszmegtagadási és módhatásbeli különbségek legalább akkora arányban okozzák a különböző adatfelvételek között tapasztalható különbségeket, mint az elérésben tapasztalható eltérések.

Az összehasonlítást leszűkítettük a mintaproblémára, de természetesen részletesen lehetne elemezni az ár/idő/ellenőrizhetőség kérdéskörét is, amely szempontok szerint a telefonos kutatások előnnyel indulnak a személyes kutatásokkal szemben. Bár a kutatócégek nem szívesen adják ki az áraikat, amelyekkel dolgoznak, de hüvelykujj-szabályként megfogalmazhatjuk, hogy egy személyes minta minimálisan kétszer annyiba kerül, mint egy azonos méretű telefonos minta. Tehát, ha fix összegből gazdálkodva kell döntenünk egy telefonos, illetve egy személyes minta mellett, akkor a személyes mintát választva nagyobb mintavételi hibával kell számolnunk a kisebb mintatorzulásért cserébe. Ezzel szemben a minták összetétele egyre problematikusabb a személyes kutatások esetében is (*Angelusz–Tardos* [2009]). Tehát a politikai közvélemény-kutatási piacon a személyes kutatások „előnye” mára már nem annyira egyértelmű a telefonos kutatásokkal szemben.

A több irányú, és gyakran ellentétes hatású mintatorzulások kapcsán érdemes megnézni, hogy hosszú távon hogyan illeszkednek egymáshoz a személyes és a telefonos kutatások. Az összehasonlítás céljából megvizsgáltuk, hogy a Szonda-Ipsos (továbbiakban Ipsos) (mintaméret 1500 fő) és a Forsense/Századvég havi omnibusz-kutatásiban (mintaméret 1000 fő) a két nagy párt (Fidesz, MSZP) támogatottsága hogyan változott a biztos szavazó pártválasztók csoportjában 2005 eleje óta. A 6. ábrán, a két kutatócég havi adatai alapján a Fideszre és MSZP-re biztosan szavazó pártválasztók különbségét rajzoltuk fel. Az összehasonlítás azért érdekes a tanulmány szempontjából, mert a Szonda-Ipsos személyes, míg a Forsense/Századvég telefonos adatfelvételekkel vizsgálta a politikai preferenciákat az elmúlt években.

Egy féléves időszak kivételével az adatok egybeesnek. A Forsense/Századvég adatfelvételekben a Fidesz támogatottsága általában néhány százalékponttal alacsonyabb, míg az MSZP támogatottsága néhány százalékponttal magasabb. Ha ábrázolnánk a grafikonokon a mintavételi hibát is, akkor látható lenne, hogy az időszak nagy részében nincs szignifikáns különbség a személyes és a telefonos adatfelvétel eredményei között. A Fidesz esetében a két kutatócég eredményei közötti korreláció rang-korrelációs (*Spearman-együttható*) együttható 0,816, az MSZP esetében pedig 0,77 – tehát mindkét esetben igen magas. Mivel idősoros adatok esetében a magas autoregressziós hatás torzítja (erősíti) a korreláció értékét, ezért az összefüggés erősségét valószínűleg túlbecsüli ez a mutató. A differenciált idősorok esetében is megvizsgáltuk az összefüggést. Bár ebben a kontextusban már gyengébb a hatás, de szignifikáns pozitív korreláció van a személyes és a telefonos kutatás eredményei között

(0,3 a korreláció mind az MSZP, mind a Fidesz esetében). Ezek az adatok azt támasztják alá, hogy a jelentős módszertanbeli különbségek ellenére a személyes és a telefonos kutatások hasonló dinamikával mérik a nagyobb pártok támogatottságát. A telefonos kutatások esetében nagyobb a szórás a differenciált idősoros eredmények között, ami azt mutathatja, hogy ez a kutatás érzékenyebben reagál a változásokra, míg a személyes kutatások robusztusabbak ilyen szempontból. A személyes és a telefonos minták ilyen pontos együtt járása valószínűleg abból következhet a biztos szavazó pártválasztók csoportjában, hogy a politikailag aktív csoportokat a telefonos mintákban is jól el lehet érni (sőt a telefonos mintákban őket nagyon jól el lehet érni), ezért ebben a dimenzióban nem torzít jelentősen a személyes mintához képest a telefonos kérdés.

6. ábra. Személyes és telefonos kutatások összehasonlítása a pártpreferencia vizsgálatában



Forrás: Szonda-Ipsos, Forsense/Századvég.

3.2. Lehetőségek

Végezetül azt vizsgáljuk röviden, hogyan lehet javítani a telefonos kutatások mintatorzulásait. Kézenfekvő lehetőségnek tűnik, hogy a vezetékes telefonszámok mellé mobilszámokat is bevonjanak a kutatócégek. Bár ez a mintavételi keret szempontjából kétségtelenül üdvözítően hatna, gyakorlati szempontból több problémát is felvet. Egyrészt a kérdezési szituáció jelentősen megváltozik. A vezetékes hívásoknál a kérdezt otthon van, többnyire nincsenek körülötte külső zavaró hatások. A mobilhívá-

sok esetében nem tudni, hol sikerül elérni a kérdezettet, ezért az interjúszituáció nehezebben jön létre, a lekérdezhető kérdőív hosszúsága is sokkal inkább korlátozott, mint egy személyes kutatásban.

Az előzőnél sokkal jelentősebb probléma a mintavételi keret kialakítása. Bár ma Magyarországon a mobiltelefon-ellátottság 90 százalék felett van, de a vezetékestelefon-listával szemben, a három nagy mobilszolgáltatónak nincs egységes, elérhető listája a mobiltelefonnal rendelkezőkről (ki milyen számon érhető el). Ugyan a nyilvános telefonkönyv tartalmaz mobilszámokat, de csak jelentéktelen mértékben. Akárcsak a vezetékes számoknál, a véletlen hívás nem lehetséges (lásd korábbi jogszabályi rész), ezért a kutatócégek különböző marketing adatbázisok mobiltelefonszámait tudják felhasználni a hívásokhoz.¹⁷ Akik ezeken a listákon szerepelnek, valamilyen nyereséget fejében adják meg a mobiltelefon-számukat. Nincs szükség hosszabb bizonyításra ahhoz, hogy az ilyen típusú listák egyáltalán nem reprezentálják a magyar lakosságot, sőt egyes szeleteit sem, annyira speciális a bekerülési mintázatuk. Még egy lehetőség a mobiltelefonos hívásokra, ha felhívunk olyan háztartásokat, ahol van vezetékes telefon, és elkérjük a mintánkba jobban illeszkedő személy mobilszámát (többnyire ez a háztartás fiatal tagja) (*Bódi-Závecz* [2006]). Ez bizonyos szempontból javítja a telefonos minták illeszkedési problémáit, de távolról sem oldja meg azokat.

Egy másik lehetőség a minták minőségének javítására az úgynevezett „mixed” kutatások (*Roberts* [2007]). A telefonos kutatásokkal párhuzamosan, illetve kiegészítésként végzett online kutatások jövőbeli alkalmazása érdekes lehetőségeket rejtenek. Az online minták torzulására, illetve a mintavételi keret problémájára ezúttal nem térünk ki hosszabban, illetve a kérdőív „módhatása” kapcsán (*Angelusz-Tardos* [2009]), azt azonban kiemeljük, hogy egyes csoportok esetében (például Budapesti fiatalok), az online minták jelenleg sokkal jobb elérési lehetőséget nyújtanak, ami legalább elvi szinten megfontolandóvá teszi a kombinált minták kialakítását. E mellett azonban továbbra is maradnak olyan csoportok (például a 8 általánost végzettek), amelyek mindkét kutatási módszerben erősen alulreprezentálódnak, eléricsükre nem nyújt megoldást a kombinált telefonos/online minta sem. Ettől függetlenül a jövőben ezek a kombinált módszerek lehetséges megoldást nyújthatnak a hagyományosnak mondható telefonos és személyes kutatások mellett. Erre jó példa az NRC online piackutató cég 2010-es választások előtt végzett „hibrid” politikai kutatása, amelyben egy 1050 fős online mintát kiegészítettek egy 150 fős telefonos mintával, és ezek alapján adtak „meglepően pontos” becslést a választások kimenetelére (*Lakatos* [2011]).

Röviden utalnék arra is, hogy a választások előtt a kampánydinamika alakulásának mérésére a telefonos kutatások alkalmasabbak lehetnek, mint a személyes min-

¹⁷ A jelenlegi piacon 4-5 nagyobb marketing lista létezik, amiben mobil számok is elérhetők. Ilyen például a Magyar Posta Zrt. marketing adatbázisa, amiből megvehető az azon személyek adatai, akik engedélyezik a kutatási célú felkeresést.

ták (*Johnston–Brady* [2002]). A görgetett mintás (*Kish* [1990], *Chand–Alexander* [2000], *Alexander* [2001]) adatfelvételek lehetőséget nyújtanak arra, hogy a részvétel alakulását, és az egyes pártok támogatottságát dinamikai szempontból is vizsgálhassuk. Bár mintavételi szempontból nem javít a görgetett mintás adatfelvétel a telefonos kutatásokon, de az időben elnyújtott terepmunka csökkenti annak az esélyét, hogy az 1-2 napra besűritett adatfelvétel során „belemérjen” a kutató cég egy preferencia-kilengésbe (például egy botrány, vagy nyilatkozat rövid távú hatásába).

*

A tanulmányban azt vizsgáltuk, hogy a telefonos közvélemény-kutatások érvényességi és megbízhatósági szempontból milyen torzító hatásoknak vannak kitéve. Kiemelten foglalkoztunk a mintavételi keret problémájával. Figyelmünket a demográfiai változók mellett, a politikai viselkedést leíró alapkérdésekre irányítottuk. A kérdést azért tartjuk érdekesnek, mert a jelenlegi magyarországi politikai közvélemény-kutatási vizsgálatokban mind a két módszernek vannak „képviselői”, de a szűk szakmán kívül, az érdeklődők nem igazán látják át a módszerek közötti különbségeket. A telefonos minták kapcsán a vezetékes telefonokat vizsgáltuk, mivel a mobilos megkeresést reprezentativitási szempontból még problémásabbnak érezzük a jelenlegi magyarországi helyzetben (nincs mintavételi keret, és nem lehet véletlen tárcsázást sem alkalmazni). A telefonos kutatásoknál igen erős az elérés típusú mintaszekleció, a különböző szűkítések után településenként száz lakásra kevesebb, mint tizenyolc felhívható telefonszám jut. A személyes és a telefonos minták elemzése után azt mondhatjuk, hogy a fiatalok, a bizonytalanabb kapcsolati helyzetben levők, és az alacsonyabb végzettségűek szignifikánsan kisebb arányba kerülnek be a telefonos kutatásokba.

A politikai aktivitás szempontjából érdeklődőbbek nagyobb arányban kerülnek be a telefonos mintákba, ráadásul ez a hatás erősebben jelentkezik a választás előtti felfokozott hangulati helyzetben. Ennek ellenére trendszerűen a személyes és a telefonos mintán mért kutatási eredmények a pártválasztás kérdésében erősen (és pozitívan) korrelálnak.

Bár a 2000-es évek elején tapasztalható nagyfokú előretörés után sokan gondolták, hogy 2010 közeledtével a telefonos politikai közvélemény-kutatások ideje lejár, ez azonban egyelőre nem történt meg, aminek számos oka lehet. Egyfelől a nagymértékű mintatorzulás ellenére is, a kutatások gyorsasága és ára még mindig a telefonos kutatás oldalára billenti a mérleg nyelvét akkor, ha „gyors mérésre” van szükség. Másfelől a személyes kutatási környezet is gyengül, az elérés egyre problematikusabb, és a nemválaszolás jelentősen növekszik. Noha jelenleg a politikai kutatási piac szereplői még bizalmatlanok az online mintákkal szemben, a következő évtizedben minden bizonnyal ebbe az irányba mozdul el a kutatás módja.

Irodalom

- ALEXANDER, CH. H. [2001]: *Still Rolling: Leslie Kish's "Rolling Samples" and the American Community Survey*. Statistics Canada Symposium 2001. 16–19 October. Hull. <http://www.statcan.gc.ca/pub/11-522-x/2001001/session4/6241-eng.pdf>
- ANGELUSZ R. [1973]: Választói magatartás, véleménynyilvánítás, közvélemény. *Valóság*. 16. évf. 10. sz. 35–41. old.
- ANGELUSZ R. – TARDOS R. [2005]: A választási részvétel hazai atlaszához. In: *Mészáros J. – Szakadát I.* (szerk.): *Magyarország politikai atlasza 2004*. Gondolat Könyvkiadó. Budapest.
- ANGELUSZ R. – TARDOS R. [2006a]: „Rejtőzködő szavazatok” és a társadalmi-politikai miliő – a láteciaprobléma vizsgálatának egy megközelítése. In: *Angelusz R. – Tardos R.* (szerk.): *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. DKMKA. 111–134. old.
- ANGELUSZ R. – TARDOS R. [2006b]: A kérdőíves kontextushatás – a nem mintavételi hibák egy efemer, mindennapos esete. In: *Angelusz R. – Tardos R.* (szerk.): *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. DKMKA. 163–184. old.
- ANGELUSZ R. – TARDOS R. [2009]: Demoszkópiai reprezentativitás, és demokratikus reprezentáció. Módszertani problémák és tartalmi dilemmák. In: *Enyedi Zs.* (szerk.): *A népakarat dilemma*. DKMK. Századvég. Budapest. 293–327. old.
- BÓDI A. – ZÁVE CZ T. [2006]: A telefonos kérde zés, mint a választói viselkedés megismerésének eszköze. In: *Angelusz R. – Tardos R.* (szerk.): *Mérésről mérésre. A választáskutatás módszertani kérdései*. DKMKA. 269–292. old.
- CHAND, N. – ALEXANDER, CH. [2000]: *Multi-Year Averages from a Rolling Sample Survey*. Proceedings of the American Statistical Association Survey Research Methods Section. pp. 301–306. http://www.amstat.org/sections/srms/proceedings/papers/2000_047.pdf
- GAZSÓ T. [2003]: A 2002-es országgyűlési választások előrejelzésének problémái. In: *Kurtán S. – Sándor P. – Vass L.* (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 2003*. Budapest. DKMKA. 1503–1508. old.
- DIXON, J. [2005]: *Comparison of Item and Unit Nonresponse in Household Surveys*. <http://www.bls.gov/osmr/pdf/st050080.pdf>
- ENYEDI ZS. – BENOIT K. [2011]: Kritikus választás 2010. A magyar pártrendszer átrendeződése a bal-jobb dimenzióban. In: *Enyedi Zs. – Szabó A. – Tardos R.* (szerk.): *Új Képlet. A 2010-es választások Magyarországon*. DKMKA. Budapest. 17–43. old.
- HEITJAN, D. F. – BASU, S. [1996]: Distinguishing “Missing at Random” and “Missing Completely at Random”. *The American Statistician*. Vol. 50. No. 3. pp. 207–213.
- HOLBROOK A. L. – GREEN, M. – KROSNICK, J. 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 Opinion Quarterly*. Vol. 67. No. 1. pp. 79–125.
- HOLT, D. – ELLIOT, D. [1991]: Methods of Weighting for Unit Non-Response. *Journal of the Royal Statistical Society. Series D. (The Statistician)*. Vol. 40. No. 3. pp. 333–342.
- JÄCKLE, A. – ROBERTS C. – LYNN, P. [2006]: *Telephone versus Face-to-Face Interviewing: Mode Effects on Data Quality and Likely Causes. Report on Phase II of the ESS-Gallup Mixed Mode Methodology Project*. ISER Working Paper 2006-41. University of Essex. Colchester.

- JELENFI, G. – KMETTY, Z. – ROSTA, G. [2008]: Effect on Question Structure on Survey Results of Sensitive Questions. *7th International Conference on Social Science Methodology*. 1–5 September. Naples.
- JOHNSTON, R. – BRADY, H. E. [2002]: The Rolling Cross-Section Design. *Electoral Studies*. Vol. 21. No. 2. pp. 283–295.
- KERN T. – SZABÓ A. [2011]: A politikai közéleti részvétel alakulása Magyarországon, 2006–2010. In: *Tardos R. – Enyedi Zs. – Szabó A. (szerk.): Részvétel, képviselet, politikai változás*. DKMKA. Budapest. 17–56. old.
- KISH, L. [1990]: Rolling Samples and Censuses. *Survey Methodology*. Vol. 16. No. 1. pp. 63–79.
- KMETTY Z. – TÓTH G. [2011]: A politikai részvétel három szintje. In: *Tardos R. – Enyedi Zs. – Szabó A. (szerk.): Részvétel, képviselet, politikai változás*. DKMKA. Budapest. 75–115. old.
- KOLOSÍ T. – TÓTH I. GY. [2002]: Egy tévedés története. In: *Kolosí T. –Tóth I. Gy. – Vukovich Gy. (szerk.): Társadalmi Riport 2002*. Társi. Budapest. 339–367. old.
- KREUTER, F. – PRESSER, S. – TOURANGEAU, R. [2008]: Social Desirability Bias in CATI, IVR, and Web Surveys. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 72. No. 5. pp. 847–865.
- KROSNICK, J. A. [1991]: Response Strategies for Coping with the Cognitive Demands of Attitude Measures in Surveys. *Applied Cognitive Psychology*. Vol. 5. No. 3. pp. 213–236.
- LAKATOS ZS. [2011]: Választási előrejelzések. In: *Enyedi Zs. – Szabó A. – Tardos R. (szerk.): Új Képlet. A 2010-es választások Magyarországon*. DKMKA. Budapest. 241–269. old.
- MARIÁN B. [2002]: Fekete nap? – A közvélemény-kutatók mellélövésének szakmai és politikai tanulságai. *Jel-Kép*. 3. sz. 3–16. old.
- RASSLER, S. – SCHNELL, R. [2003]: *Multiple Imputation for Unit-Nonresponse versus Weighting Including a Comparison with a Nonresponse Follow-Up Study*. <http://www.statistik.wiso.uni-erlangen.de/forschung/d0065.pdf>
- ROBERTS, C. [2007]: *Mixing Modes of Data Collection in Surveys: A Methodological Review*. NCRM Methods Review Papers. ESRC National Centre for Research Methods. <http://eprints.ncrm.ac.uk/418/1/MethodsReviewPaperNCRM-008.pdf>
- RUDAS T. [1995]: Vita a telefonos közvélemény-kutatásokról. *Replika*. 19–20. sz. 181–196. old.
- RUDAS T. [1998]: *Hogyan olvassunk közvélemény-kutatókat*. Új Mandátum. Budapest.
- TARDOS R. [2009]: Ötven: ötven. Részvétel és távolmaradás a 2008-as népszavazáson. In: *Enyedi Zs. (szerk.): A népakarat dilemma*. DKMK. Századvég. Budapest. 133–197. old.
- TARJÁNYI J. [1995]: Módszertani problémák a telefonos közvélemény-kutatásokban. *Replika*. 19–20. sz. 197–212. old. <http://www.c3.hu/scripta/scripta0/replika/1920/13tar.htm>

Summary

In this study we examine, relying on telephone polls and particularly on political surveys, how the sample biases affect the coverage and indirectly influence the results of the research.

In the case of sample selection with a fixed-line phone basis, the coverage is under 20 percent and excludes mostly those who are in a lower status, whose network position is more insecure and who are politically less active. Because of the high rates of non-answering which are also typical of the personal researches, in the next few years the fixed-line phone researches can survive in the ‘market of the political polls’, eventually completed with other (online) methods.