

Οι Βουλευτικές Εκλογές του Σεπτεμβρίου 2015: Το μειονέκτημα των Δημοσκοπήσεων

ΤΟΥ ΒΑΣΙΛΗ Σ. ΓΑΒΑΛΑ*



Οι προεκλογικές περιόδους γίνονται αφορμή για τη διεξαγωγή δημοσκοπήσεων οι οποίες προσπαθούν να προβλέψουν το εκλογικό αποτέλεσμα. Οι περισσότερες εταιρίες δημοσκοπήσεων στην Ελλάδα έχουν στο επιτελείο τους καταρτισμένα στελέχη και διεξάγουν δημοσκοπήσεις βασιζόμενες, επί της αρχής τουλάχιστον, στην «πιθανοθεωρητική δειγματοληψία», ώστε το τελικό δείγμα να είναι αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού. Παρόλα αυτά η μέθοδος δειγματοληψίας που χρησιμοποιούν δεν εξασφαλίζει την αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος.

Η θεμελιώδης αρχή για να είναι ένα δείγμα αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού είναι η Μέθοδος Ίσης Πιθανότητας Επιλογής. Η αρχή αυτή δηλώνει ότι κάθε στοιχείο του πληθυσμού πρέπει να έχει την ίδια πιθανότητα με οποιοδήποτε άλλο στοιχείο να επιλεγεί για το δείγμα. Οι προεκλογικές δημοσκοπήσεις όμως (ή τουλάχιστον αυτές των οποίων τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στα τηλεοπτικά κανάλια και στις εφημερίδες) επιλέγουν το δείγμα τους με τηλεφωνικές συνεντεύξεις.

Το μειονέκτημα της τηλεφωνικής δειγματοληψίας είναι ότι αποκλείει από το δείγμα:

- Όσους δεν έχουν σταθερό τηλέφωνο στο σπίτι τους
- Όσους απουσιάζουν από το σπίτι τη συγκεκριμένη ώρα της ημέρας που γίνεται η δημοσκόπηση.

Συνήθως τα νοικοκυριά που δεν διαθέτουν σταθερό τηλέφωνο είναι νοικοκυριά νέων ανθρώπων (φοιτητών, σπουδαστών) και νοικοκυριά πολύ χαμηλών εισοδημάτων. Επίσης, σε ένα νοικοκυριό που διαμένουν γονείς και ενήλικα παιδιά (φαινόμενο πολύ συνηθισμένο στην Ελλάδα) είναι πιθανότερο να απαντήσουν στο σταθερό τηλέφωνο οι ηλικιωμένοι γονείς, μιας και οι νέοι εξυπηρετούνται από το κινητό τους τηλέφωνο. Πρακτικά, αυτό σημαίνει ότι στις προεκλογικές τηλεφωνικές δημοσκοπήσεις υπάρχει υπο-αντιπροσώπηση των νέων ανθρώπων και των περιθωριακών κοινωνικών ομάδων του πληθυσμού. Αν οι νέοι ψηφίζουν σε μεγαλύτερο ποσοστό από τους μεγαλύτερους «προοδευτικά» πολιτικά κόμματα που έχουν νέους σε ηλικία αρχηγούς, είναι πιθανό αυτά τα κόμματα να πάρουν μεγαλύτερα ποσοστά στις εκλογές από ό,τι φαίνεται στις δημοσκοπήσεις. Παρακάτω παραθέτουμε την ταυτότητα έρευνας τριών πρόσφατων δημοσκοπήσεων όπου φαίνεται η μέθοδος δειγματοληψίας και εκτίμησης.

Παραθέτουμε τις ταυτότητες των παρακάτω δημοσκοπήσεων:

Ταυτότητα της έρευνας

Φορέας Διεξαγωγής	Μονάδα Ερευνών Κοινής Γνώμης & Αγοράς Ερευνητικού Πανεπιστημιακού Ινστιτούτου Πανεπιστημίου Μακεδονίας (Αρ. Μητρώου ΕΣΡ 55)
Φορέας Ανάθεσης	Ραδιοτηλεοπτικός Σταθμός "ΣΚΑΙ"
Τύπος και Μέθοδος	Ποσοτική έρευνα με τηλεφωνικές συνεντεύξεις και χρήση δομημένου ερωτηματολογίου
Πληθυσμός	Γενικός πληθυσμός 18 ετών και άνω
Κάλυψη	Σύνολο της Επικράτειας
Δείγμα	Σχεδιασθέν: 2000 / Πραγματοποιηθέν: 2214
Στάθμιση	Ως προς το φύλο και την ηλικία
Εκτίμηση πρόθεσης ψήφου	Με μερική αναγωγή των αναποφάσιστων στην πρώτη δηλωθείσα πιο πιθανή τους επιλογή
Ημερομηνία Διεξαγωγής	14-15 Σεπτεμβρίου 2015
Μέθοδος Δειγματοληψίας	Πολυσταδιακή δειγματοληψία (με αναλογική αντιπροσώπευση αστικών και αγροτικών περιοχών)
Τυπικό σφάλμα	Μέγιστο +/- 2,1% σε διάστημα εμπιστοσύνης 95%
Προσωπικό έρευνας	24 ερευνητές και 3 επίπτες



Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο - Μονάδα Ερευνών Κοινής Γνώμης και Αγοράς ::

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Φορέας Ανάθεσης	ProRata A.E. Εταιρεία Ερευνών Κοινής Γνώμης και Εφαρμογών Επικοινωνίας (αρ. μητρώου ΕΣΡ: 56)
Τύπος και Μέθοδος	Ποσοτική έρευνα με τηλεφωνική συνέντευξη και χρήση δομημένου ερωτηματολογίου
Πληθυσμός	Γενικός πληθυσμός άνω των 18 ετών
Γεωγραφική Κάλυψη	Σύνολο της επικράτειας
Λείγμα	1000 ερωτηματολόγια
Στάθμιση	Ως προς το φύλο και την ηλικία
Μέθοδος Δειγματοληψίας	Στρωματοποιημένη δειγματοληψία (με αναλογική αντιπροσώπευση αστικών και αγροτικών περιοχών)
Τυπικό Σφάλμα	Μέγιστο +/-2.8% σε διάστημα εμπιστοσύνης 95%
Ημερομηνία Διεξαγωγής	15 Σεπτεμβρίου 2015
Προσωπικό Έρευνας	23 ερευνητές και 3 επόπτες

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Εταιρεία: Pulse RC – Σ. Δημητρίου & Σία Ε.Ε.

Εντολέας: Sport TV - ACTION 24

Τύπος έρευνας: Τηλεφωνική (*enhanced C.A.T.I.*) με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου.

Χρονικό Διάστημα: 14 - 15 Σεπτεμβρίου 2015

Μέγεθος δείγματος: 1.258 ενήλικοι με δικαίωμα ψήφου

Γεωγραφική κάλυψη: Πανελλαδική.

Στατιστικό Σφάλμα: Το δειγματοληπτικό σφάλμα, με διάστημα βεβαιότητας 95%, κυμαίνεται εντός του διαστήματος +/- 2.8%
 Η PULSE RC είναι μέλος της ESOMAR, του Σ.Ε.Δ.Ε.Α., του συστήματος «Ποιοτικού Ελέγχου Συλλογής Στοιχείων» και του μητρώου εταιρειών δημοσκοπήσεων του Ε.Σ.Ρ. και τηρεί τους κώδικες δεοντολογίας τους.

Πηγή:  / 

Προσέξτε ότι στις δύο από τις τρεις δημοσκοπήσεις το δείγμα είναι στρωματοποιημένο ως προς αστικές και αγροτικές περιοχές, όχι ως προς τις ηλικιακές ομάδες. Αυτό σημαίνει ότι οι αστικές και

αγροτικές περιοχές αντιπροσωπεύονται σε ίση αναλογία στο δείγμα με αυτήν του πληθυσμού (χονδρικά, 70% των ερωτηθέντων προέρχονται από αστικές περιοχές και 30% από αγροτικές). Δεν υπάρχει όπως κάποιο στοιχείο στην ταυτότητα των ερευνών που να λέει ότι οι ηλικιακές ομάδες αντιπροσωπεύονται σε ίση αναλογία στο δείγμα με αυτήν του πληθυσμού. Υπάρχει στάθμιση ως προς τον φύλο και την ηλικία, αλλά δεν δίνεται το δείγμα αναλυμένο κατά ηλικιακές ομάδες για να γνωρίζουμε πόσο αξιόπιστη είναι αυτή η στάθμιση. Στην τρίτη δημοσκόπηση (της εταιρίας Pulse RC) αναφέρεται απλώς ότι η δημοσκόπηση είναι τηλεφωνική χωρίς να αναφέρεται αν υπάρχει στρωματοποίηση ή όχι.

Η επιλεκτική δειγματοληψία λοιπόν αποτελεί ένα από τα συνηθέστερα σφάλματα στην επιλογή του τυχαίου δείγματος. Η πιο τρανταχτή ίσως περίπτωση δειγματοληπτικού σφάλματος είναι αυτή που συνέβη στις Η.Π.Α. το 1936. Την αναφέρουμε εδώ ως ιστορικό παράδειγμα για το πόσο αναξιόπιστη μπορεί να είναι μία δημοσκόπηση. Το 1936, 7 χρόνια μετά το μεγάλο «κραχ» του 1929 και μεσοσύσης της οικονομικής κρίσης, οι υποψήφιοι για τις προεδρικές εκλογές των Η.Π.Α. ήταν ο Franklin D. Roosevelt από τη μεριά των Δημοκρατικών και ο Alf Landon από τη μεριά των Ρεπουμπλικανικών. Το εβδομαδιαίο περιοδικό «Literary Digest», διεξήγαγε δημοσκόπηση στέλνοντας ερωτηματολόγια σε 2 εκατομμύρια ανθρώπους, τους οποίους επέλεξε από τον τηλεφωνικό κατάλογο και από καταλόγους με τους ιδιοκτήτες αυτοκινήτων ιδιωτικής χρήσης. Τα αποτελέσματα της δημοσκόπησης έδειξαν νικητή τον Landon με 57% των ψήφων. Στις εκλογές όμως ο Roosevelt νίκησε με τη συντριπτική πλειοψηφία του 60.8%, ενώ ο Landon απέσπασε μόνο το 36.5% των ψήφων. Τι είχε πάει στραβά με τη δημοσκόπηση; Βασίστηκε σε λανθασμένο δειγματικό πλαίσιο. Την εποχή της μεγάλης ύφεσης (Great Depression) δεν είχαν όλοι αυτοκίνητο ή τηλέφωνο. Αυτοί που διέθεταν αυτοκίνητο και τηλέφωνο ήταν συνήθως οι πιο ευκατάστατοι και γι' αυτό και οι λιγότερο πιθανοί να ευνοηθούν από την πολιτική του «New Deal» που εφάρμοζε ο Roosevelt. Η πληθυσμιακή ομάδα που ευνοούσε η πολιτική του Roosevelt υπο-αντιπροσωπευόταν στη δημοσκόπηση.

Φυσικά το βιοτικό επίπεδο στην Ελλάδα του 21^{ου} αιώνα δεν έχει καμία σχέση με αυτό της Αμερικής του μεσοπολέμου, και η επιστήμη των δημοσκοπήσεων έχει κάνει άλματα από τότε μέχρι σήμερα. Παρά τις προσπάθειες των εταιριών που διενεργούν τις δημοσκοπήσεις, όμως, το μειονέκτημά τους παραμένει το ίδιο: βασίζονται σε ένα μέρος του πληθυσμού, το οποίο δύσκολα αντιπροσωπεύει όλο τον πληθυσμό.

Βιβλιογραφία

Healey, J. (2006) The Essentials of Statistics: A Tool for Social Research. Wadsworth.

Ζαχαροπούλου Χ. (1998) Στατιστική, μέθοδοι εφαρμογές, τόμος Α', Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ζυγός.

Πηγές για τις δημοσκοπήσεις:

http://www.skai.gr/files/1/aalex7/final_postdebate_14-15sep15.pdf (πρόσβαση: 17/9/2015)

<http://www.efsyn.gr/arthro/provadisma-4-monadon-o-syriza> (πρόσβαση: 17/9/2015)

<http://www.action24.gr/politics/item/61123> (πρόσβαση: 17/9/2015)

**Επίκουρος καθηγητής, Τμήμα Γεωγραφίας, Πανεπιστήμιο Αιγαίου*