

Łukasz Kubisz-Muła
Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku Białej

BADANIE *EXIT POLL* – HISTORIA, FUNKCJE I SPECYFIKA

W artykule Autor prezentuje historię oraz funkcje badań *exit poll*, a także zalety i wady takiego sposobu analizowania zachowań wyborczych.

Badania *exit poll* są współcześnie wykorzystywane nie tylko do predykcji wyników wyborów (do czego były pierwotnie projektowane), ale służą również weryfikacji uczciwości elekcji, analizie uwarunkowań zachowań wyborczych i wyznaczaniu kierunków działań politycznych na przyszłość.

Autor zwraca uwagę na następujące zalety *exit poll*: a) ograniczenie koniunkturalizmu deklaracji powyborczych w zakresie preferencji, opinii i deklarowanej partycypacji w wyborach; b) ograniczenie błędów wynikających z niedoskonałości pamięci; c) uodpornienie na ewentualne zmiany postaw i opinii w czasie; oraz d) zapewnienie kontaktu z wyborcami, którzy dla typowych badań sondażowych są trudno dostępni.

Autor omawia także wady interesującego go sposobu badań, do których należą: błąd pokrycia populacji, błąd nierealizowalności próby; błąd próby i błąd pomiaru.

Główne pojęcia: badania sondażowe; badania wyborcze.

Wprowadzenie

W przekazach medialnych i popularnonaukowych, a także w zdecydowanej większości prac naukowych, pod pojęciem *exit poll* rozumie się szczególnie rodzaj badania *surveyowego* przeprowadzanego wśród głosujących opuszczających lokale wyborcze (zob. między innymi: Krassowska 2004; Lavrakas i Traugott 1999; Wright 2004).

W powyższy sposób *exit poll* będzie definiowany także w prezentowanym artykule, choć należy podkreślić, że kojarzenie nazwy *exit poll* wyłącznie z badaniami zachowań wyborczych nie jest poprawne¹. Zbitka wyrazów *exit* i *poll* sugeruje bowiem, że omawiany rodzaj sondażu polega na badaniu uczestników dowolnego wydarzenia (nie tylko wyborów) w możliwie najkrótszym czasie od jego zakończenia. Takie niewyborcze badania *exit poll* (tzw. *consumer exit polls*) są zresztą z powodzeniem realizowane w celu określania opinii widzów, zwiedzających lub klientów. Co więcej, to właśnie jedno z takich badań rynkowych stanowiło najprawdopodobniej inspirację dla pomysłodawcy wyborczego *exit poll* (o czym więcej w części na temat historii omawianego typu sondażu)².

Katedra Socjologii, e-mail: lkubisz@poczta.fm

¹ Termin *exit poll* pojawił się w 1967 roku za sprawą Warrena F. Mitofsky'ego, który w ten sposób nazwał badanie wyborców opuszczających lokale wyborcze. Wskazuje się, że autor terminu *exit poll* nie lubił go za brak dostatecznej precyzji (zob. Morin 2006).

² W przyszłości przedstawiciele środowiska naukowego muszą zatem poważnie zastanowić się nad tym, czy w odniesieniu do badań *exit poll*, których celem jest określenie zachowań wyborczych,

W krajach o ugruntowanej demokracji sondaże *exit poll* są standardem przy prawie każdym wyborach ogólnokrajowych. Coraz częściej omawiany rodzaj badań jest także przeprowadzany w państwach, gdzie demokracja napotyka na problemy, takich jak na przykład Rosja lub Filipiny. *Exit poll* staje się również coraz bardziej znanym sposobem predykcji zachowań wyborczych, o czym świadczy między innymi systematycznie wzrastająca liczba publikacji w prasie o charakterze niespecjalistycznym.³ Upowszechnienie informacji o *exit poll* bez upowszechnienia wiedzy na temat jego specyfiki może jednak skutkować nadmierną krytyką lub też nadmierną admiracją badań tego rodzaju.

Nadmierna krytyka *exit poll* wynika z naiwnego przekonania, że wyniki badań społecznych winny być absolutnie dokładne, a każde ich odstępstwo od stanu faktycznego dyskwalifikuje metodę. *Exit poll* jest szczególnie narażony na krytykę tego rodzaju, gdyż jego oszacowania mogą być szybko skonfrontowane z oficjalnymi wynikami wyborów. To, co z naukowego punktu widzenia jest zaletą metody (a więc posiadanie idealnego kryterium walidacji zewnętrznej), nie musi jednak sprzyjać jej społecznemu odbiorowi. Niezgodność oszacowań sondaży przedwyborczych z ostatecznymi wynikami elekcji da się wytłumaczyć w sposób trafiający do wyobraźni przeciętnego obywatela. Można bowiem odwołać się do faktu, że część wyborców podejmuje decyzje w ostatniej chwili, czego sondaże przedwyborcze nie są w stanie uchwycić. Można także zaznaczyć, że zarówno preferencje wyborcze, jak i sytuacja polityczna zmieniają się w czasie, a przecież *surveys* opisują stan na dzień realizacji badania, a nie na dzień elekcji. Jak jednak w przekonujący dla laika sposób wytłumaczyć, że rezultaty badania prowadzonego w dniu wyborów są inne niż oficjalne wyniki przedstawione przez komisję wyborczą?

Paradoksalnie, niewiedza na temat *exit poll* może skutkować także skrajną admiracją tego rodzaju badań. Powyższe stanowisko opiera się na przekonaniu, że sondaż *exit poll* daje wyniki pewne w 100%, a w najgorszym przypadku znajdujące się w granicach błędu statystycznego. Takie przeświadczenie jest składnikiem szerszego syndromu, który Mark Lindeman nazywa *Exit Poll Fundamentalism* (Lindeman 2006) i może być pożywką dla konspiracyjnych teorii polityki, takich jak na przykład teza o sfalszowaniu w 2004 roku wyborów prezydenckich w Stanach Zjednoczonych. Dowodem na potwierdzenie fałszerstwa miały być w omawianym przypadku rozbieżności między oficjalnymi wynikami wyborów a wynikami *exit poll* przeprowadzonego przez renomowane konsorcjum badawcze National Election Pool (NEP), wedle którego prezydentem USA powinien zostać senator John Kerry, a nie George W. Bush.

Fakt występowania wyżej opisanych stanowisk, a także deficyt polskojęzycznych opracowań na temat *exit poll* zdają się wystarczająco uzasadniać konieczność

nie powinno się używać bardziej adekwatnych terminów, takich jak na przykład: *election exit poll* lub *voters exit poll*.

³ W samej tylko gazecie „The New York Times” od stycznia do kwietnia 2013 roku pojawiło się 8610 artykułów, w których znalazła się wzmianka o badaniach *exit poll* (zob. <http://www.nytimes.com>).

usystematyzowania wiedzy z tego zakresu. Celem artykułu jest zatem prezentacja historii i funkcji *exit poll*, a także zobrazowanie jego zalet i słabych stron, wzorem innych opracowań poświęconych metodom i technikom badawczym zamieszczanych na łamach „Studiów Socjologicznych” i „Przeglądu Socjologicznego”, takich jak między innymi artykuł Anny Kubiak oraz Anety Krzewińskiej na temat sondażu deliberatywnego® i opracowanie Małgorzaty Krywult-Albańskiej na temat spisu powszechnego ludności (Kubiak i Krzewińska 2012; Krywult-Albańska 2012).

Historia *exit poll*

Historia *exit poll* jest nieodłącznie związana z postacią Warrena F. Mitofsky’ego (1934–2006) – propagatora i animatora omawianego rodzaju badań⁴. Mitofsky, obok George’a Gallupa i Elmo Ropera, jest dobrym przykładem badacza umiejętnie łączącego działalność na rynku badań komercyjnych z aktywnością na polu naukowym i organizacyjnym, o czym świadczą liczne publikacje, między innymi w „Public Opinion Quarterly”, a także wieloletnie przewodnictwo American Association for Public Opinion Research (AAPOR) i National Council on Public Polls (NCPP).

Początki poważnych badań *exit poll* sięgają drugiej połowy lat sześćdziesiątych XX wieku. W 1967 roku Mitofsky, jako osoba odpowiedzialna w telewizji CBS za analizy wyborcze, wynajął do pomocy badacza rynku George’a Fine’a, który w tamtym okresie prowadził badanie opinii widzów bezpośrednio opuszczających sale kinowe. Mitofsky podchwycił ten szczególny pomysł i wykorzystał go podczas wyborów gubernatora stanu Kentucky (Brick i Tucker 2007: 711)⁵.

Choć bez wątplenia Mitofsky’ego można uznać za pierwszego badacza, który przeprowadził zakrojony na szeroką skalę *exit poll*, zgodny z wymogami metodologii nauk społecznych, to nie był on jednak osobą, która jako pierwsza zastosowała omawiany rodzaj sondażu.

Zdaniem Kathleen A. Frankovic pierwszy *exit poll* zrealizowano już w 1940 roku w Denver, a jego koordynatorem był Irvin A. „Bud” Lewis (1921–1990), późniejszy długoletni dyrektor The Los Angeles Times Poll (Frankovic 1992: 33). David Moore, a także Sheldon Gawiser i Evans Witt wskazują natomiast, że w 1964 roku telewizja NBC przeprowadziła *exit poll* podczas prawyborów w Kalifornii. Było to jednak przedsięwzięcie o małej skali, bez dobranej losowo próby punktów wyborczych, i z małą ich liczbą, a wyniki badania nie zostały upublicznione (Moore 1995: 255; Gawiser i Witt 1994: 134).

Pierwszy *exit poll* Mitofsky’ego z 1967 roku stanowił jedynie uzupełnienie metody *late poll* (zwanej też *quick count*), której istotą jest predykcja wyników elekcji oparta na protokołach z losowo wybranych komisji wyborczych. Wspomniany *survey* swoim zasięgiem obejmował jedynie zachodnie części stanu Kentucky, w których lokale

⁴ Nie do przecenienia jest także wkład Mitofsky’ego w rozwój metod doboru próby w wywiadach telefonicznych (zob. Brick, Tucker 2007).

⁵ Wedle innych źródeł (w opinii autora artykułu, mniej godnych zaufania), to Mitofsky miał podrzucić Fine’owi pomysł badania osób wychodzących z kina (Morin 2006).

wyborcze były zamykane później niż w częściach wschodnich, gdzie zastosowano tradycyjną metodę *late poll*. Następnie wyniki z obu badań (*exit poll* i *late poll*) były łączone i podawane do publicznej wiadomości (Brick i Tucker 2007: 711).

W 1968 roku telewizja CBS ponownie wykorzystwała *exit poll*, tym razem w wyborach ogólnokrajowych, wpisując omawiany rodzaj badań w stały pejzaż ogólnonarodowych elekcji w USA. W tym też roku kwestionariusz *exit poll* (badający dotychczas jedynie decyzje wyborcze) został uzupełniony o pytania dotyczące rasy i płci respondenta, dzięki czemu w ograniczonym zakresie można było określić także uwarunkowania decyzji elektoratów.

Kolejne elekcje przyniosły liczny wzrost pytań wykorzystywanych w *exit poll*, obejmując takie zmienne pozademograficzne jak między innymi: identyfikacja partyjna; powody głosowania; ocena kandydatów; ocena polityki państwa. W ten sposób *exit poll* przestał służyć wyłącznie przewidywaniu wyników wyborów i zyskał nową funkcję – funkcję określania uwarunkowań preferencji wyborczych (o pozostałych funkcjach *exit poll* w dalszej części artykułu).

Omawiając historię *exit poll* warto wspomnieć także o doświadczeniach polskich, które bezpośrednio wiążą się z procesem demokratyzacji naszego kraju. Pierwsze polskie badanie *exit poll* przeprowadzono w 1990 roku podczas wyborów prezydenckich i realizował je Ośrodek Badania Opinii Publicznej we współpracy z firmą INFAS (Krassowska 2004: 54). Od tego też czasu *exit poll* towarzyszy wszystkim polskim elekcjom parlamentarnym i wyborom Prezydenta RP. Należy przy tym podkreślić, że pomimo względnie krótkiej tradycji mierzenia zachowań wyborczych, działające w Polsce ośrodki badawcze nie zanotowały dotychczas żadnej spektakularnej porażki w zakresie poprawności wyników *exit poll*, a predykcja firmy TNS OBOP z dnia drugiej tury wyborów prezydenckich z roku 2010 okazała się bliska ideału (błąd oszacowania wyniósł 0,09%) (<http://obop-arch.tnsglobal.pl/wybory2010>).

Przegląd międzynarodowych doświadczeń z zakresu stosowania *exit poll* pozwala na stwierdzenie, że sondaże tego typu wykorzystywane są współcześnie na trzy sposoby: jako samodzielny sposób badania; jako uzupełnienie badań *late poll/quick count* oraz jako składowa systemów, które można nazwać hybrydowymi, gdyż łączącymi *exit poll* z innymi typami sondaży.

To, w jaki sposób *exit poll* zostanie wykorzystany, zależy od wielu czynników. Do najważniejszych z nich należą przepisy określające sposób głosowania w danym kraju (np. dopuszczające wcześniejsze głosowanie), możliwości finansowe oraz organizacyjne instytucji sponsorującej sondaż, zakładana dokładność wyników, a także funkcje, jakie ma spełnić realizowane badanie.

Funkcje *exit poll*

Jak już wspomniano, współcześnie *exit poll* nie służy wyłącznie szybkiej predykcji wyników wyborczych i diagnozie ich społeczno-demograficznych uwarunkowań. Do dodatkowych funkcji omawianego rodzaju badań należą również zadania takie jak: weryfikacja uczciwości elekcji i wyznaczanie kierunków działań politycznych na przyszłość.

Exit poll jest oczywiście jednym ze sposobów kontrolowania władzy i budowania zaufania obywateli do procesu wyborczego, jednakże w krajach o ugruntowanej demokracji badania wspomnianego rodzaju nie są podejmowane z myślą o sprawdzaniu uczciwości elekcji. *Exit poll* był tworzony po to, by stacjom telewizyjnym dostarczyć szybkiej i rzetelnej informacji (co gwarantowało większą oglądalność) i w tym też celu jest wykorzystywany tam, gdzie ustroj demokratyczny jest zakorzeniony i bezpieczny.

Z inną sytuacją mamy natomiast do czynienia w przypadku państw, którym daleko do standardów demokracji zachodnioeuropejskich lub północnoamerykańskich. W krajach tych badania *exit poll* mogą być podejmowane z intencją „patrzania rządzącym na ręce”, a szybka predykcja wyników wyborów ma drugorzędne znaczenie. Tak ukierunkowane badania *exit poll* przeprowadzono między innymi w Rosji w roku 1996, w Azerbejdżanie w roku 2005 i w Gruzji w roku 2007. Najczęściej wyniki badań *exit poll* są konfrontowane z oficjalnymi wynikami wyborów i na tej podstawie ocenia się, czy nie doszło do fałszerstw wyborczych. Rządziej uczciwość elekcji sprawdza się przy wykorzystaniu percepcji samych głosujących, co uczyniono między innymi w Republice Południowej Afryki w 1999 roku. Uczestnicy badania *exit poll* nie są wtedy pytani o ich preferencje wyborcze, lecz o fakty mogące świadczyć o naruszeniu zasady wolności, tajności i uczciwości głosowania (O'Donovan 1999).

Drugą z funkcji dodatkowych *exit poll* jest dostarczanie informacji, na podstawie której politycy podejmują lub korygują swoje działania. Wyniki *exit poll* z wyborów roku 1992 uzmysłowiły sztabowcom Billa Clintona konieczność poprawienia wizerunku ich kandydata pod kątem cech takich, jak szczerowość i uczciwość (Frankovic 2005: 686). Politycy rządzącej meksykańskiej Partii Rewolucyjno-Institucjonalnej (PRI) zlecali natomiast *exit poll* w celu pozyskiwania danych niezbędnych do późniejszych decyzji o charakterze personalnym (Bautista, Morales, Abundis i Callegaro 2008).

Co ciekawe, od funkcji przypisywanych badaniu *exit poll* zależą źródła jego finansowania. Media – tradycyjny i najczęstszy fundator *exit poll* – finansują omawiany rodzaj badań głównie z intencją pozyskania szybkiej informacji, podczas gdy koszty badań zorientowanych na kontrolę uczciwości wyborów pokrywają przede wszystkim różnego rodzaju organizacje międzynarodowe i pozarządowe, a czasami nawet agencje innych państw⁶. Wewnętrzni aktorzy polityczni (na przykład partie polityczne lub urzędujący politycy) zlecają natomiast omawiany rodzaj sondażu, aby profilować swoje działania i programy polityczne.

Warto również wspomnieć, że *exit poll* może być wykorzystywany także do zadań niezwiązanych z jego stałymi funkcjami. Tak na przykład w roku 2007 w hrabstwie Cook County w stanie Illinois badaniem *exit poll* diagnozowano stosunek wyborców do nowej metody głosowania za pomocą ekranu dotykowego⁷.

⁶ Tak na przykład, *exit poll* przeprowadzony w Azerbejdżanie w 2005 był współfinansowany przez United States Agency for International Development (azerbaijan.usembassy.gov/uploads/images/7379zxytH5cq4zFkaIPwTA/PR-092605-Eng.pdf).

⁷ Zob. [www.voterinfonet.com/pdf/Exit Poll Report.pdf](http://www.voterinfonet.com/pdf/Exit%20Poll%20Report.pdf).

Zalety *exit poll*

Możemy powiedzieć, że *exit poll* rejestruje postawy, opinie i zachowania wyborców *in flagranti*. Wspomniane badanie jest bowiem realizowane bezpośrednio po głosowaniu i odbywa się w naturalnym (lub prawie naturalnym) do głosowania otoczeniu (tzn. w budynku, wyjątkowo przed budynkiem, gdzie znajduje się lokal wyborczy). Powyższe cechy decydują o tym, że na tle typowych sondażowych badań powyborczych, tj. takich które realizowane są w dniach następujących po dniu elekcji⁸, *exit poll* charakteryzują następujące zalety: 1) ograniczenie koniunkturalizmu deklaracji powyborczych w zakresie preferencji, opinii i deklarowanej partycypacji w wyborach; 2) ograniczenie błędów wynikających z niedoskonałości pamięci; 3) uodpornienie na ewentualne zmiany postaw i opinii w czasie oraz 4) zapewnienie kontaktu z grupami wyborców, które dla typowych badań sondażowych są trudno dostępne.

Szczegółowe omówienie wskazanych zalet zamieszczono poniżej.

Ograniczenie koniunkturalizmu deklaracji powyborczych w zakresie preferencji, opinii i deklarowanej partycypacji w wyborach

W literaturze zwraca się uwagę, że w typowych badaniach powyborczych respondenci często podają nieprawdziwe informacje na temat ich wcześniejszych zachowań elektoralnych. (Atkeson 1999; Najdowski 1994; Presser i Traugott 1992). Typowe *surveys* powyborcze mogą nie tylko wyraźnie przeszacowywać frekwencję, ale także wykazywać większe poparcie dla komitetów, które zwyciężyły w wyborach (Najdowski 1994; Wright 1990, 1993).

Możemy zatem powiedzieć, że część respondentów cechuje szczególny rodzaj koniunkturalizmu, tj. koniunkturalizm deklaracji powyborczych. Wyraża się on w deklarowaniu takich zachowań, a najprawdopodobniej również i opinii politycznych, które w danym momencie wydają się człowiekowi dominujące i społecznie aprobowane, zaś informacją, na podstawie której dokonuje się takiej oceny, są między innymi wyniki wyborów.

Zjawisko przeszacowywania poparcia dla zwycięzców przez typowe sondaże powyborcze można zobrazować na przykładzie polskich elekcji parlamentarnych i prezydenckich z lat 1997–2005 (patrz tabela 1). W tabeli 1 uwzględniono ponadto wyniki sondaży *exit poll*, dzięki czemu oba rodzaje badań będzie można skonfrontować pod kątem wspomnianego koniunkturalizmu deklaracji w zakresie poparcia wyborczego.

⁸Należy bowiem pamiętać, że sondażem powyborczym jest także *survey* telefoniczny przeprowadzany w dniu wyborów (w Polsce badania tego rodzaju zrealizowały w 2010 roku firmy Homo Homini i SMG/KRC), a teoretycznie nawet sondaż na próbie adresowej może być przeprowadzany w dniu głosowania.

Tabela 1. Rozbieżność między faktycznymi wynikami wyborów a wynikami szacowanymi na podstawie sondaży powyborczych PGSW i badań *exit poll*. Poparcie dla ugrupowań i kandydatów zwycięskich. Przykład polskich elekcji z lat 1997–2005

Wybory	Zwycięskie ugrupowanie lub zwycięski kandydat	Sondaż powyborczy PGSW*	<i>Exit poll</i>	Poparcie faktyczne	Różnica między sondażem powyborczym a poparciem faktycznym	Różnica między <i>exit poll</i> a poparciem faktycznym
Wybory sejm 1997	AWS	38,2%	34,2% ^a	33,8%	4,4%	0,4%
Wybory prezydenckie 2000	Kwaśniewski A.	59,2%	56,1% ^b	53,9%	5,3%	2,2%
Wybory sejm 2001	SLD-UP	43,6%	44,0% ^c	41,0%	2,6%	3,0%
Wybory sejm 2005	PiS	35,2%	28,3% ^d	27,0%	8,2%	1,3%
Wybory prezydenckie 2005 I tura	Tusk D.	38,0%	38,7% ^e	36,3%	1,7%	2,4%
II tura	Kaczyński L.	56,3%	53,5% ^e	54,0%	2,3%	-0,5%
Średni błąd przeszacowania zwycięzcy					4,1%	1,5%

Źródła: 1) PGSW z lat: 1997, 2000, 2001, 2005; 2) PBS i TNS OPOP; 3) PKW.

*Obliczenia własne na podstawie danych PGSW. Z podstawy procentowania usunięto osoby, które w chwili badania nie były uprawnione do głosowania lub nie pamiętały jak głosowały. ^a projekcja PBS na godzinę 19:30; ^b projekcja PBS na godzinę 18:00; ^c projekcja PBS na godzinę 17:00; ^d projekcja GFK Polonia na godzinę 17:00; ^e projekcja GFK Polonia na godzinę 20:00⁹.

Jak wynika z tabeli 1, badania *exit poll* są o wiele bardziej trafne niż typowe sondaże powyborcze. *Surveye* Polskiego Generalnego Studium Wyborczego (PGSW), które wybrano jako materiał porównawczy ze względu na ich niezaprzeczalne walory metodologiczne (duża liczebność próbek, realizacja w krótkim odstępie czasu od dnia głosowania, doświadczony zespół) przeszacowywały wyniki zwycięzców średnio o 4,1%, podczas gdy *exit polls* „myliły się” tylko o 1,5%.

Trzeba jednak zaznaczyć, że *exit poll* może w niektórych przypadkach również zaniżać wyniki zwycięzcy. Z taką sytuacją mieliśmy do czynienia podczas drugiej tury wyborów prezydenckich z roku 2005, kiedy *exit poll* realizowany przez firmę GFK Polonia nieznacznie niedoszacował rezultat Lecha Kaczyńskiego. Wspomniana pomyłka mogła być konsekwencją częstszych odmów udziału w badaniu wyborców kandydata PiS niż sympatyków Donalda Tuska. Trudno jednak jednoznacznie rozstrzygnąć o przyczynach wspomnianego błędu bez dostępu do danych surowych i dokładniejszych analiz.

Wydaje się, że większa precyzja *exit poll* nie wynika wyłącznie z tego, że próby w badaniach tego rodzaju są wyraźnie liczniejsze od prób typowych *surveyów* powyborczych. *Exit poll* wyraźnie ogranicza zjawisko koniunkturalizmu w zakresie

⁹ Wszystkie wyniki badań *exit poll* za: dziennik „Rzeczpospolita” z 22.09.1997; 9.10.2000; 24.09.2001; 26.09.2005; 10.10.2005; 24.10.2005.

dokonanych wyborów i opinii politycznych, gdyż jest przeprowadzany w dniu elekcji, gdy respondenci nie mają wiedzy na temat wyników głosowania. W ten sposób istotnie zmniejsza się ryzyko, że podczas badania ankietowani będą udzielali odpowiedzi koniunkturalnej (choć oczywiście niektórzy z nich mogą antycypować rezultaty wyborów na podstawie sondaży przedwyborczych).

Jak wspomniano, jednym z błędów sondaży powyborczych jest również to, że notują one frekwencję wyższą od rzeczywistej. Wspomnianą prawidłowość dokumentują wyniki badań Polskiego Generalnego Studium Wyborczego, które zaprezentowano w tabeli 2.

Tabela 2. Rozbieżność między frekwencją faktyczną a frekwencją wyborczą szacowaną na podstawie sondaży powyborczych. Przykład polskich elekcji z lat 1997–2005

Wybory	Frekwencja z badań powyborczych PGSW*	Frekwencja faktyczna	Różnica (sondaż – frekwencja faktyczna)
Wybory parlamentarne 1997	57,7%	47,9%	9,8%
Wybory prezydenckie 2000	75,4%	61,1%	14,3%
Wybory parlamentarne 2001	58,7%	46,3%	12,4%
Wybory parlamentarne 2005	52,6%	40,6%	12,0%
Wybory prezydenckie 2005			
I tura	73,6%	49,7%	23,9%
II tura	69,4%	51,0%	18,4%
Średni błąd przeszacowania frekwencji			15,1%

Źródła: 1) PGSW z lat: 1997, 2000, 2001, 2005; 2) PKW.

*Obliczenia własne na podstawie danych PGSW. Z podstawy procentowania usunięto osoby, które w chwili badania nie były uprawnione do głosowania

W związku z tym, że *exit poll* realizowany jest na próbie obywateli wychodzących z lokali wyborczych, niebezpieczeństwo wejścia do próby osób, które faktycznie nie głosowały, jest wyraźnie ograniczone (choć oczywiście nie ma stu procentowej pewności, że ankietrzy nie dobiorą do próby osoby towarzyszącej głosującemu, która będzie skłonna udzielić informacji nieprawdziwych). Między innymi z tego powodu oszacowania dokonywane na podstawie *exit poll* są dokładniejsze od oszacowań sondaży przeprowadzanych w kolejnych dniach po wyborach.

Ograniczenie skutków błędów pamięci ludzkiej

Realizowany w 2005 roku sondaż Polskiego Generalnego Studium Wyborczego ujawnił, że ponad jedna piąta ankietowanych (21,8%) nie była w stanie przypomnieć sobie, czy i jak głosowała rok wcześniej w wyborach do Parlamentu Europejskiego, a blisko 4% (3,9%) z nich nie potrafiło określić, jak zagłosowało niecałe dwa tygodnie wcześniej w elekcjach do Sejmu (obliczenia własne).

Opisany wyżej przypadek nie jest odosobniony. Zjawisko zapominania występuje w każdym typowych badaniach powyborczych, a jego rozmiary zależą między

innymi od tego, czego dotyczy pytanie. Tak na przykład, w sondażu PGSW z roku 2001 respondenci, którzy nie potrafili przypomnieć sobie, na kogo zagłosowali w wyborach do Sejmu RP, stanowili 1,7% próby, podczas gdy w przypadku pytania o głosowanie do Senatu było to już 12,6% (obliczenia własne).

Trzeba zaznaczyć, że powyżej opisano sytuację, gdy respondenci zdają sobie sprawę z luk swojej pamięci i świadomie odpowiadają, że nie pamiętają pewnych faktów. Błędy pamięci występują jednak na pewno o wiele częściej niż same odpowiedzi „nie pamiętam”. Możemy mieć bowiem do czynienia także z odpowiedziami nieprawdziwymi, wynikającymi z błędów nieświadomych, których liczba niestety nie jest możliwa do oszacowania bez radykalnego rozwoju instrumentarium badań sondażowych.

Dzięki temu, że *exit poll* jest realizowany bezpośrednio po opuszczeniu przez wyborcę lokalu wyborczego wyraźnie zmniejszone zostaje ryzyko, że respondenci zapomną, jak i dlaczego głosowali w wyborach. Choć *exit poll* nie eliminuje błędów pamięci w bardziej skomplikowanych głosowaniach (na przykład w kilkuszczelbnych polskich wyborach samorządowych¹⁰), to może całkowicie im zapobiegać w głosowaniach prostszych (tj. w wyborach prezydenckich i parlamentarnych oraz w referendum). Znamienne jest, że w USA, gdzie przecież z największą starannością prowadzi się sondaże wyborcze i najintensywniej rozwija się ich metodologię, kwestionariusze badań *exit poll* nie zawierają odpowiedzi „nie pamiętam” w pytaniach o dokonane wybory.

Ograniczenie skutków ewentualnych zmian postaw i opinii w czasie

W 1924 roku amerykański socjolog polityki Stuart Rice wykonał najprawdopodobniej pierwsze badanie panelowe na świecie (Levenson 1969). Metoda panelu (potem rozwijana intensywnie przez Paula Lazarsfelda w latach czterdziestych XX wieku) ujawniła, że ludzie zmieniają swe preferencje wyborcze w czasie, a tym samym pośrednio dostarczyła dowodów na to, że poglądy i postawy obywateli (które przecież określają preferencje wyborcze) także nie są stałe.

Fluktuacja opinii, dyspozycji i predylekcji politycznych jest stałą cechą człowieka, niezależną od tego, czy właśnie trwa kampania wyborcza czy też nie. Fakt ten potwierdzają nie tylko badania panelowe i badania trendów przeprowadzane przed wyborami, ale także sondaże niezwiązane z kalendarzem wyborczym (tak na przykład, cykliczne badania zaufania do konkretnych polityków ujawniają wyraźną dynamikę wyników).

¹⁰ Badanie *exit poll* przeprowadzone w Bielsku-Białej podczas wyborów samorządowych w 2006 roku ujawniło, że respondenci bardzo często nie potrafili wskazać nazwiska kandydata, na którego zagłosowali w wyborach do rady gminy (26,95% badanych) i w wyborach do sejmiku (40,68% badanych), natomiast dobrze pamiętali nazwisko osoby, na którą zagłosowali w wyborach prezydenta miasta (100%).

Próbę respondentów do badania dobierano na zasadzie systematycznego doboru losowego (ankietowano co czwartą wychodzącą z lokalu osobą dorosłą). Punkt startowy i lokale wyborcze (16 z 91 Okręgowych Komisji Wyborczych) wylosowano wcześniej (na zasadzie prostego doboru losowego). Ankieterzy i koordynatorzy pracowali od otwarcia do zamknięcia lokali wyborczych. W ten sposób zebrano materiał empiryczny obejmujący 1769 ankiet.

Wydaje się, że ludzie mogą zmieniać swoje poglądy i sympatie polityczne nawet w bardzo krótkich odstępach czasu. W dobie sprawnie działających mediów masowych obywatele otrzymują informacje szybko i szybko też mogą zmieniać swój stosunek do kwestii politycznych oraz podmiotów konkurujących o władzę. Istnieje zatem ryzyko, że w przypadku niektórych respondentów badanie przeprowadzone po dniu wyborów nie diagnozuje opinii i preferencji politycznych z dnia głosowania, lecz z dnia, w którym wywiad jest realizowany.

Exit poll eliminuje wskazane wyżej niebezpieczeństwo, gdyż jest przeprowadzany bezpośrednio po głosowaniu, toteż respondenci nie mają czasu na zmianę swych postaw i poglądów politycznych.

Wyżej wspomniania cecha *exit poll* decyduje jednak nie tylko o przewadze charakteryzowanego badania nad porównywalnymi sondażami powyborczymi (porównywalnymi, gdyż zorientowanymi na opis już dokonanych wyborów), ale także nad *surveyami* przedwyborczymi, których podstawową słabością jest diagnozowanie wyłącznie planów wyborczych obywateli (nie zaś faktycznych ich decyzji) oparte na próbie prawdopodobnych wyborców (tzw. *likely voters*), a nie próby wyborców rzeczywistych.

Zapewnienie lepszego dostępu do badanych

W literaturze metodologicznej zwraca się uwagę, że w typowych *surveyach*, ale także w coraz bardziej dominujących sondażach telefonicznych, mamy do czynienia z dwoma głównymi typami osób nieuczestniczących w badaniach. Typ pierwszy reprezentują osoby, które odmawiają udziału w badaniach. Do typu drugiego zalicza się osoby, z którymi ankieterzy nie nawiązali kontaktu.

Analizy ujawniają, że wywiady, które nie zostały przeprowadzone z powodu absencji w domu potencjalnych respondentów, mogą stanowić do kilkunastu procent wszystkich ankiet niezrealizowanych. Przykładowo w badaniach PGSW z 1997 roku odsetek ten wynosił 11,2%, a w sondażu The American Time Use Survey – 6,8% (Abraham, Maitland i Bianchi 2006; Żebrowska 1999).

Opisane wyżej zjawisko ma istotne znaczenie dla precyzji sondaży, ponieważ często zaburza reprezentatywność prób w nich wykorzystywanych. Badania wskazują, że szanse kontaktu ankietera z potencjalnym respondentem są przede wszystkim skorelowane z wiekiem (im niższy wiek, tym mniejsza szansa kontaktu z ankieterem) i z czasem pracy (im dłuższy czas pracy, tym mniejsza szansa kontaktu z ankieterem) [Abraham, Maitland i Bianchi 2006: 693–694]. W ten sposób próby mogą być niedoreprezentowane przez kategorie osób młodszych i/lub dłużej pracujących.

Należy zauważyć, że omawiany problem nie dotyczy *exit poll*, gdyż dzięki temu, że jest on realizowany w lokalu wyborczym, ankieterzy mają zapewniony kontakt z osobami, z którymi styczność w innych okolicznościach byłaby utrudniona.

* * *

W przedstawionych wyżej punktach omówiono przewagę *exit poll* nad sondażami powyborczymi realizowanymi w dniu innym niż dzień elekcji. Przypadek ostatnich wyborów Prezydenta RP ujawnił jednak przewagę *exit poll* także nad *surveyami* telefonicznymi z dnia wyborów, co szczegółowo obrazuje tabela 3.

Tabela 3. Rozbieżność między oficjalnymi wynikami pierwszej tury wyborów Prezydenta RP z roku 2010 a wynikami sondażu *exit poll* i sondażami telefonicznymi (wszystkie dane sondażowe na godzinę 20:00)

Kandydat	Poparcie faktyczne (PKW)	Exit poll (OBOP)		Sondaż telefoniczny (SMG/KRC)		Sondaż telefoniczny (Homo Homini)	
		wynik	rozbieżność z danymi PKW*	wynik	rozbieżność z danymi PKW*	wynik	rozbieżność z danymi PKW*
Bronisław Komorowski	41,5%	40,7%	0,8%	45,7%	4,2%	46,2%	4,7%
Jarosław Kaczyński	36,5%	35,8%	0,7%	33,2%	3,3%	32,8%	3,7%
Grzegorz Napieralski	13,7%	14,0%	0,3%	13,4%	0,3%	12,4%	1,3%
Janusz Korwin-Mikke	2,5%	3,0%	0,5%	2,3%	0,2%	1,9%	0,6%
Waldemar Pawlak	1,8%	1,9%	0,1%	1,8%	0,0%	2,5%	0,7%
Andrzej Olechowski	1,4%	1,6%	0,2%	1,2%	0,2%	2,3%	0,9%
Marek Jurek	1,1%	1,3%	0,2%	0,7%	0,4%	0,9%	0,2%
Andrzej Lepper	1,3%	1,2%	0,1%	1,4%	0,1%	1,0%	0,3%
Bogusław Ziętek	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,2%
Kornel Morawiecki	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%
Suma błędów oszacowania dla wszystkich kandydatów			3,1%		8,8%		12,7%

Źródło: <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/exit-poll-precyzyjniejsze-od-telefonow-branza-o-sondazach>

*Obliczenia własne.

Jak się zatem okazuje, fakt realizacji sondażu w terminie głosowania nie gwarantuje wysokiej precyzji jego wyników, nawet przy uwzględnieniu względnie dużej liczebności próby. Zdaniem przedstawicieli firm SMG/KRC i Homo Homini, które realizowały wspomniane *surveye* telefoniczne, na sześć- i pięciotysięcznych próbach respondentów, głównym powodem niedokładności oszacowań był wysoki odsetek

odmów udziału w tych badaniach (<http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/exit-poll-precyzyjniejsze-od-telefonow-branza-o-sondazach>). Tak więc, w porównaniu do sondaży telefonicznych *exit poll* nie tylko zapewnia lepszy dostęp do respondentów, ale także istotnie zmniejsza ryzyko odmowy przez wyborcę udziału w badaniu.

Źródła nieścisłości wyników *exit poll*

Na tle innych powyborczych badań sondażowych *exit poll* ma wiele niezaprzeczalnych zalet. Nie ma jednak w naukach społecznych metody lub techniki idealnej. *Exit poll* znacznie ogranicza koniunkturalizm deklaracji i błędy pamięci, ale tych zjawisk nie eliminuje. Ponadto, jak słusznie zauważają Daniel M. Merkle i Murray Edelman, *exit poll* towarzyszą błędy typowe dla badań *surveyowych*, takie jak: błąd pokrycia (*coverage error*); błąd nieralizowalności próby (*nonresponse error*); błąd próby (*sampling error*) oraz błąd pomiaru (*measurement error*) [Merkle i Edelman 2000: 71–72].

Wszystkie wskazane wyżej błędy są źródłem nieścisłości wyników *exit poll*, a ich naturę omówiono poniżej.

Błąd pokrycia (*coverage error*) w *exit poll*

O tzw. *coverage error* mówimy wtedy, gdy część osób należących do interesującej badacza populacji pozbawiona jest szans znalezienia się w próbie. Przykładowo, sondaże z próbami adresowymi pomijają bezdomnych, odbywających służbę wojskową i hospitalizowanych, a *surveys* telefoniczne nie badają opinii i zachowań osób pozbawionych telefonu.

Niestety, w przypadku *exit poll* również mamy do czynienia z błędem pokrycia. Próby interesującego nas sondażu nie obejmują bowiem osób głosujących w lokalach wyborczych szczególnego rodzaju, tj. znajdujących się na przykład w szpitalach, aresztach, więzieniach i na statkach. Trzeba przy tym podkreślić, że opisana wyżej praktyka pomijania tzw. specjalnych obwodów głosowania przy projektowaniu prób *exit poll* wynika jedynie z przyczyn organizacyjnych, wspartych najprawdopodobniej przeświadczeniem, że nawet wyraźne odstępstwa od ogólnych wzorów głosowania, jakie mogą wystąpić w specjalnych lokalach wyborczych, nie wpłyną na precyzję przewidywanych wyników.

Ponadto, w niektórych krajach błąd pokrycia w *exit poll* jest również konsekwencją nieobecności w próbie tych wyborców, którzy zdecydowali się głosować poza lokalami wyborczymi (tzw. *absentee voters*) lub przed dniem elekcji (tzw. *early voters*).

Możemy zatem powiedzieć, że skoro *exit poll* polega na ankietowaniu wyborców opuszczających lokale wyborcze, to w rzeczywistości populacją w omawianych badaniach nie są wszyscy wyborcy, a jedynie ci z nich, którzy głosowali w lokalach typowych.

Wielkość błędu pokrycia w *exit poll* jest silnie uwarunkowana ordynacją wyborczą. W krajach, w których nie dopuszcza się głosowania wcześniejszego i/lub za pośrednictwem (poczty, Internetu czy innej osoby) *coverage error* jest konsekwencją pomijania jedynie tych wyborców, którzy głosują w lokalach szczególnego typu.

W państwach, gdzie można głosować wcześniej i/lub pośrednio zakres *coverage error* w badaniach *exit poll* jest szerszy, gdyż dodatkowo występują tam wspomniane wcześniej dodatkowe typy wyborców, tj. *absentee voters* i *early voters*.

Co oczywiste, pominięcie wyborców wyżej wymienionych typów skutkuje nie-reprezentatywnością próby. Badania amerykańskie wykazują między innymi, że na tle obywateli głosujących w lokalach wyborczych tzw. *absentee voters* i *early voters* są starsi, lepiej wyedukowani, bardziej interesują się polityką i mogą mieć inne preferencje wyborcze (Barreto, Streb, Marks i Guerra 2006; Karp i Badducci 2001; Stein 1998). Dlatego też w celu ograniczenia błędu pokrycia tworzy się, wspomniane wcześniej, systemy hybrydowe łączące *exit poll* z *late poll* lub z sondażem telefonicznym.

Błąd nierealizowalności próby (*nonresponse error*) w *exit poll*

O nierealizowalności próby mówimy wtedy, gdy badanie nie dostarcza informacji od wszystkich osób, które zostały wylosowane do próby.

W *exit poll* omawiany rodzaj błędu ma dwie przyczyny. Po pierwsze, ludzie odmawiają udziału w badaniu. Po drugie, ankieterzy mogą pomijać niektóre wylosowane do badania osoby z powodu błędnej organizacji pracy lub nieuwagi. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, że od 30% do 50% osób, które zostały wylosowane do *exit poll*, jest traconych z próby na skutek odmów lub pominięć (Frankovic 1992: 37). Szczegółowe analizy Merkle i Edelmana wykazują, że około $\frac{3}{4}$ wszystkich utraconych elementów próby jest konsekwencją odmów udziału w sondażu, a około $\frac{1}{4}$ wynika ze złej pracy ankieterów (Merkle i Edelman 1999).

Co zrozumiałe, utrata elementów próby może mieć negatywny wpływ na jej reprezentatywność. Doświadczenia amerykańskie pokazują bowiem, że tzw. jednostki niedostępne mogą istotnie różnić się od osób uczestniczących w *exit poll* pod względem zmiennych, takich jak: płeć, wiek i rasa. Merkle i Edelman ujawniają, że w przypadku *exit poll* częściej z próby „wypadają” mężczyźni i osoby w wieku powyżej 59 lat, natomiast przynależność do rasy białej czasami zmniejsza, a czasami zwiększa prawdopodobieństwo „wypadnięcia” z próby) [Merkle i Edelman 2000: 74].

Negatywny wpływ *nonresponse error* na precyzję wyników *exit poll* zidentyfikowano już w 1978 roku. Zgodnie z sugestią współpracującego z Mitofskym statystyka polskiego pochodzenia Josepha Waksberga (1915–2006) problem utraty elementów próby rozwiązano za pomocą ważenia wyników opartych na informacjach od ankieterów na temat płci, wieku i rasy osób, które zostały pominięte lub odmówiły udziału w badaniu (Brick i Tucker 2007: 711). Można się oczywiście zastanawiać, czy oceny ankieterów na temat wieku wyborców mogą być rzetelne i dają dobre podstawy do dokonywania procedury ważenia, jednak jest to problem na inny artykuł.

Nonresponse error można ograniczyć także za sprawą odpowiedniego doboru ankieterów, właściwej formy kwestionariusza i dobrej lokalizacji stanowisk ankieterskich. Badania wykazują (Bishop i Fisher 1995; Merkle i Edelman 1999), że mniej odmów notują ankieterzy starsi, lepiej wykształceni i bardziej doświadczeni w badaniach *exit poll*. Ponadto, zauważono, że odsetek odmów uzależniony jest od

formy pozyskiwania danych i liczby pytań w ankiecie. *Exit poll*, w których ankietarzy wypełnia kwestionariusz, mają większą liczbę odmów niż te badania, w których respondenci wypełniają ankietę samodzielnie. Co więcej, im więcej pytań na pierwszej stronie ankiety, tym więcej odmów. Liczba pominięć dodatnio zależy natomiast od dystansu między stanowiskiem ankietarskim a lokalem wyborczym oraz od liczby wyjść z lokalu wyborczego.

Przedstawione powyżej wyniki analiz metodologicznych sugerują, że *nonresponse error* można skutecznie ograniczać nie tylko *post factum* – za pomocą procedury ważenia, ale także *ex ante* – dzięki poprawnemu przygotowaniu ludzi oraz narzędzi i stanowisk badawczych.

Błąd próby (*sampling error*) w *exit poll*

Błąd próby jest konsekwencją wnioskowania o cechach populacji na podstawie wybranych jej fragmentów, a jego zakres jest pochodną liczebności próbki i sposobu jej doboru.

Najlepszym sposobem ograniczenia tzw. *sampling error* jest losowy dobór próby. Pozwala on na wyznaczenie granic ewentualnie popełnionych pomyłek i zapewnia największą reprezentatywność ze wszystkich znanych dotychczas metod próbkowania.

Losowy dobór próby wykorzystuje się również w *exit poll*, przy czym nie ma on charakteru jednostopniowego losowania (wybór jednostek bezpośrednio z pełnej listy elementów populacji), lecz jest wielostopniowy (w pierwszej kolejności losowane są lokale wyborcze, a następnie losowani są wyborcy z tych lokali). Taki sposób doboru próby skutkuje teoretycznie większym *sampling error*, gdyż każdy stopień losowania jest obciążony własnym błędem statystycznym. Badacze zajmujący się tą problematyką (Merkle i Edelman) wskazują, że błąd oszacowania w badaniach *exit poll* (z losowaniem dwustopniowym) jest większy o około 30% od błędu, jaki przy tej samej liczebności próby wystąpiłby przy jednostopniowym doborze losowym (Merkle i Edelman 2000: 73).

Należy jednak podkreślić, że choć teoretycznie badania *exit poll* charakteryzują się większym błędem statystycznym niż sondaże powyborcze oparte na jednostopniowym losowaniu, to w większości przypadków dają one zdecydowanie bardziej precyzyjne wyniki. Nie ma tu jednak żadnego paradoksu. Precyzyjność *exit poll* jest bowiem pochodną wielkości prób (które w przypadku omawianego typu badań liczą z reguły kilkadziesiąt tysięcy osób) i zalet, o których wspomniano wcześniej.

Błąd pomiaru (*measurement error*) w *exit poll*

Błąd pomiaru jest najszerszą kategorią błędów badań sondażowych. Wywołują go zróżnicowane i liczne czynniki, takie jak między innymi: wpływ ankietarza; kolejność i brzmienie pytań; kolejność i liczba odpowiedzi w kafeterii; forma prezentacji kafeterii (ustna *versus* wizualna); efekt odpowiedzi „nie wiem”, a także forma pytań (zamknięte *versus* otwarte).

Źródła *measurement error* są powszechnie znane, a badacze społeczni zajmują się wspomnianą kwestią przynajmniej od lat trzydziestych XX wieku (za: Groves

2004: 3). Literatura z omawianego zakresu jest więc bogata i nie ma sensu jej tu szczegółowo omawiać, a jej doskonałe *resume* przedstawia na rodzimym gruncie Antoni Sułek (2001).

Exit poll, jako jeden z rodzajów badań sondażowych, z definicji obarczony jest błędem pomiaru. Autorowi artykułu nie są znane opracowania, które analizowałyby różnice *measurement error* między *exit poll* a pozostałymi rodzajami badań *survey-owych*. Można jednak przypuszczać, że jeżeli zakres omawianego błędu nie jest taki sam we wszystkich rodzajach sondaży, to w *exit poll* błąd ten będzie większy niż w przypadku pozostałych typów. Zauważmy, że okoliczności realizacji *exit poll* nie sprzyjają spokojnemu i uważnemu wypełnianiu kwestionariusza – badanie przeprowadzane jest często pod presją czasu (podlegają jej zarówno ankieterzy, jak i respondenci) i w sytuacji, w której z reguły trudno o ciszę (z lokalu wychodzą inni wyborcy; w okolicy stanowiska ankietarskiego ludzie mogą toczyć dyskusje; spokój mogą zakłócać odgłosy ruchu ulicznego itp.). Należy również pamiętać, że interesujący nas rodzaj badań realizowany jest najczęściej technikami zakładającymi bezpośredni kontakt ankietera z respondentem (PAPI, CAPI) ograniczając poczucie anonimowości badanych i sprzyjając udzielaniu przez nich społecznie akceptowanych odpowiedzi (Sztabiński i Żmijewska-Jędrzejczyk 2012: 38–39). Wspomnianym wyżej problemem efektu techniki (tzw. *mode effects*) w *exit poll* należy bez wątpienia zająć się w przyszłości. Jeżeli okaże się, że stosowanie technik PAPI i CAPI ma negatywny wpływ na precyzję wyników *exit poll*, wymienione sposoby pozyskiwania danych można próbować zastąpić techniką CASI, szczególnie w sytuacji systematycznego wzrostu liczby obywateli zaznajomionych z technologiami informatycznymi.

Uwagi końcowe

Exit poll jest badaniem wykorzystywanym współcześnie nie tylko przez media, ale także przez organizacje innego typu, między innymi przez partie polityczne, instytucje pozarządowe i ośrodki akademickie¹¹. Choć interesujący nas rodzaj sondażu nadal służy przede wszystkim przewidywaniu wyników wyborczych i deskrypcji ich uwarunkowań¹², to nie sposób pominąć jego funkcji dodatkowych, do których należą weryfikacja uczciwości wyborów i wyznaczanie kierunków przyszłych działań politycznych. Bez wątpienia możemy zatem mówić o systematycznie wzrastającej popularności *exit poll* i szerokim zakresie jego społecznego zastosowania.

Doświadczenie kolejnych elekcji pokazuje, że mimo pewnych problemów metodologicznych, na które zwrócono uwagę w artykule, *exit poll* jest aktualnie najlepszym sposobem jednoczesnego określania zachowań wyborczych i ich uwarunkowań. Należy podkreślić, że żaden inny rodzaj badań wyborczych nie zapewnia tylu precyzyjnych informacji jednocześnie w tak szybkim czasie. *Late poll* – poprzednik

¹¹ Na przykład Katedrę Socjologii ATH w Bielsku-Białej i Wydział Politologii Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie.

¹² Czasami nawet w bardzo małej skali – na przykład w wyborach plemiennych (zob. Russell i Henderson 1999).

interesującego nas badania, pozwala na szybką i względnie tanią predykcję wyników elekcji, lecz nie dostarcza wiedzy na temat psychospołecznych i demograficznych uwarunkowań decyzji wyborców. Sondaże powyborcze przeprowadzane po dniu wyborów pozwalają na dogłębną analizę przyczyn i korelatów głosowania, ale ich wyniki dostępne są z istotnym opóźnieniem, a ponadto mogą być wypaczone przez koniunkturalizm deklaracji powyborczych oraz błędy pamięci. Telefoniczne sondaże powyborcze realizowane w dniu wyborów oferują szybkie rezultaty i wskazują na korelaty głosowania, ale ich precyzja jest znacznie mniejsza od precyzji *exit poll*. Sondaże przedwyborcze określają natomiast jedynie plany elektoralne respondentów, nie zaś faktyczne zachowania w dniu głosowania.

Wyniki wyborów są najokrutniejszym ze sposobów sprawdzania jakości metody. Jak dotychczas, na tle innych sondaży wyborczych *exit poll* najlepiej zdaje ten egzamin. Precyzyjność *exit poll* ma istotne znaczenie dla budowania społecznego zaufania do badań opinii publicznej i może przeciwdziałać destrukcji procesu akulturacji badań sondażowych, o którym w kontekście Polski wspomina Anna Kubiak (2007). Możemy zatem powiedzieć, że *exit poll* służy nie tylko celom w oczywisty sposób związanym z istotą badań powyborczych, ale także przyczynia się do budowania pozytywnego wizerunku socjologii i dziedzin pokrewnych.

Literatura

- Abraham, Katherine G., Aaron Maitland i Suzanne M. Bianchi. 2006. *Nonresponse in The American Time Use Survey. Who is missing from the data and how much does it matter?* „Public Opinion Quarterly” 5: 676–703.
- Atkeson, Lonna R. 1999. „Sure, I Voted for the Winner!” *Overreport of the Primary Vote for the Party Nominee in the National Election Studies.* „Political Behavior” 3: 197–215.
- Barreto, Matt A., Matthew J. Streb, Mara Marks i Fernando Guerra. 2006. *Do Absentee Voters Differ from Polling Place Voters? New Evidence from California.* „Public Opinion Quarterly” 2: 224–234.
- Bautista, Rene, Marco A. Morales, Francisco Abundis i Mario Callegaro. 2008. *Exit Poll as Valuable Tools to Understand Voting Behavior: Using an Advanced Design in Mexico.* W: W. Sheuren i F. Scheuren (red.). *Election and Exit Polling.* New York: John Wiley&Sons.
- Bishop, George F. i Bonnie S. Fisher. 1995. *“Secret Ballots” and Self-Reports in an Exit-Poll Experiment.* „The Public Opinion Quarterly” 4: 568–588.
- Brick, Michael J. i Clyde Tucker. 2007. *Mitofsky–Waksberg: Learning from the Past.* „Public Opinion Quarterly” 5: 703–716.
- Frankovic, Kathleen A. 1992. *Technology and the Changing Landscape of Media Polls.* W: T. E. Mann i G. R. Orren (red.). *Media Polls in American Politics.* Washington: Brookings Institution Press, s. 32–54.
- Frankovic, Kathleen A. 2005. *Reporting „the polls” in 2004.* „Public Opinion Quarterly” 5: 682–697.
- Gawiser, Sheldon R. i Evans G. Witt. 1994. *A Journalist’s Guide to Public Opinion Polls.* Westport, Connecticut, London: Greenwood Publishing Group.
- Groves, Robert M. 2004. *Survey Errors and Survey Costs.* New Jersey: John Wiley&Sons.
- <http://obop-arch.tnsglobal.pl/wybory2010>, dostęp: 24.09.2013.
- <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/exit-poll-precyzyjniejsze-od-telefonow-branza-sondazach>, dostęp: 26.09.2013.

- Karp, Jeffrey A. i Susan A. Banducci. 2001. *Absentee Voting, Mobilization, and Participation*. „American Politics Research” 2: 183–195.
- Krassowska, Urszula. 2004. *Dzień próby. Przedwyborcze sondaże, powyborcze badania, exit-poll i late-poll w Polsce – w doświadczeniu OBOP*. W: P.B. Sztabiński, F. Sztabiński i Z. Sawiński (red.). *Nowe metody, nowe podejścia badawcze w naukach społecznych*. Warszawa: Wydawnictwo IFIS PAN, s. 47–56.
- Krywult-Albańska, Małgorzata. 2012. *Spis powszechny jako źródło informacji o ludności*. „Studia Socjologiczne” 4: 87–107.
- Kubiak, Anna. 2007. *Destrukcyjność procesu akulturacji badań sondażowych w Polsce*. „Przegląd Socjologiczny” LXVI/1: 61–78.
- Kubiak, Anna i Aneta Krzewińska. 2012. *Sondaż deliberacyjny® – inwentarz problemów*. „Przegląd Socjologiczny” LXI/1: 9–30.
- Lavrakas, Paul J. i Michael W. Traugott. 1999. *The Voter's Guide to Election Polls*. New York: Chatham House Publishers.
- Levenson, Bernard. 1968. *Panel Studies*. W: D. L. Sills (red.). *International Encyclopedia of Social Sciences*. Vol. 11. New York: Macmillan, s. 371–379.
- Lindeman, Mark. 2006. *Beyond Exit Poll Fundamentalism: Surveying the 2004 Election Debate*, Referat wygłoszony na: 61st Annual Conference of the American Association for Public Opinion Research, Montreal, 18–21 V 2006.
- Merkle, Daniel M. i Murray Edelman. 1999. *Nonresponse in Exit Polls: A Comprehensive Analysis*. Referat wygłoszony na: International Conference on Survey Nonresponse, Portland, 28–31 IX.
- Merkle, Daniel M i Murray Edelman 2000. *A Review of the 1996 Voter News Service Exit Polls from a Total Survey Error Perspective*. W: P. J. Lavrakas i M. W. Traugott (red.). *Election Polls, the News Media and Democracy*. New York: Seven Bridges Press LLC, 2000, s. 68–92.
- Moore, David W. 1995. *The Superpollsters. How They Measure and Manipulate Public Opinion in America*. New York: Four Walls Eight Windows.
- Morin, Richard. 2006. *The Pioneer Pollster Whose Credibility You Could Count On*. The Washington Post, 6. 10. 2006.
- Najdowski, Jarosław. 1994. *Wiarygodność deklaracji przedwyborczych i relacji powyborczych*. „Kultura i Społeczeństwo” 3: 85–101.
- O'Donovan, Michael. 1999. *Election Day Exit Poll*. W: Y. G. Muthien (red.). *Democracy South Africa: Evaluating the 1999 Election*. Pretoria: HSRC Publishers.
- Presser, Stanley i Michael Traugott, 1992. *Little White Lies and Social Science Models: Correlated Response Errors in a Panel Study of Voting*. „The Public Opinion Quarterly” 1: 77–86.
- Russell, Scott C. i Eric Henderson. 1999. *The 1994 Navajo Presidential Election. Analysis of the Election and Results of an Exit Poll*. „American Indian Quarterly” 2: 23–37.
- Stein, Robert M. 1998. *Introduction: Early Voting*. „Public Opinion Quarterly” 1: 57–69.
- Sulek, Antoni. 2001. *Sondaż polski: przygarść rozpraw o badaniach ankietowych*. Warszawa: Wydawnictwo IFIS PAN.
- Sztabiński, Franciszek i Teresa Żmijewska-Jędrzejczyk. 2012. *Mixed Mode Survey Design: problem efektu techniki*. „Przegląd Socjologiczny” 1: 29–63.
- Wright, Gerald C. 1990. *Misreports of Vote Choice in the 1988 NES Senate Election Study*. „Legislative Studies Quarterly” 4: 543–563.
- Wright, Gerald C. 1993. *Errors in Measuring Vote Choice in the National Election Studies, 1952–88*. „American Journal of Political Science” 1: 291–316.
- Wright, Gerald C. 2004. *Are Exit Polls Bad for Democracy?* W: M. A. Genovese, M. J. Streb (red.), *Polls and Politics: The Dilemmas of Democracy*, New York: State University of New York Press, s. 117–143.

Żebrowska, Ewa. 1999. *Polski Generalny Sondaż Wyborczy – opis procedury doboru próby, realizacji badań i metody ważenia*. W: R. Markowski (red.). *Wybory parlamentarne 1997. System partyjny, postawy polityczne, zachowania wyborcze*. Warszawa: ISP PAN, Fundacja im. Friedricha Eberta, s. 273–278.

Exit poll – Its History, Function and Specificity

Summary

In the article the Author presents history and functions of *exit poll* and also advantages and disadvantages of such a method of analysing voting behaviour.

Nowadays *exit poll* is used not only to predict voting results (as it was originally meant to), but also to verify transparency of election, to analyse conditioning of voting behaviour and to specify directions of future political actions.

The Author draws attention to the following advantages of exit poll: a) limiting opportunism of post-poll declarations within the range of preferences, opinions and declared participation in polls; b) limiting the range of mistakes resulting from the deficiency of memory; c) resisting possible changes of attitudes and opinions in time; and d) ensuring contact with electorate who are hardly accessible for typical opinion poll.

The Author also discusses disadvantages of the method of study in question, among them: *coverage error, nonresponse error, sampling error and measurement error*.

Key words: survey research; election polls.