

# Közvéleménykutatási módszerek új technológiai és társadalmi környezetben

**Kutatásvezető: Szeitl Blanka**

ELTE Társadalomtudományi Kar  
Empirikus Tanulmányok Intézete  
szeitl.blanka@tatk.elte.hu



ELTE | TáTK  
TÁRSADALOMTUDOMÁNYI KAR

## Milyen problémára keres megoldást?

A *survey*-típusú, azaz *kérdőíves adatgyűjtések*nek központi szerepük van a kvantitatív társadalomkutatásban. Egyre többször találkozhatunk azzal, hogy a kutatók egyszerű online (például *Facebook*-on terjesztett) adatgyűjtés alapján jutnak konklúziókra vagy interpretálják adataikat megbízható, pontos vagy tényszerű eredményként.

Az online adatgyűjtések viszont nem teljesítik azokat a matematikai-statisztikai feltételeket, amik alapján az ilyen adatgyűjtésből származó eredményeket megbízhatónak lehetne tekinteni.

## Milyen módon oldja meg a problémát?

1. Kutatási kérdés: Milyen arányban kerülnek közlésre valóban megbízható adatgyűjtésekre alapozott eredmények a tudományos folyóiratokban, illetve az online sajtóban?

*Módszer:* Tartalomelemzés. Előre kiválasztott tudományos folyóiratokban és a legnépszerűbb online híroldalakon megjelent cikkekben/közlésekben vizsgáltuk meg a kérdést és elemeztük az eredményeket.

2. Kutatási kérdés: Milyen problémákkal szembesül az adatgyűjtési piac a változó technológiai és társadalmi környezetben?

*Módszer:* Kérdőíves adatgyűjtés. A piaci szereplők részére eljuttattuk kérdőívünket a saját kérdéseinkkel, majd elemeztük az eredményeket.

3. Kutatási kérdés: Milyen torzításokhoz vezet Magyarországon az egyre népszerűbb online adatgyűjtés?

*Módszer:* Szimuláció. Adminisztratív adatok (KSH) és korábbi *survey* felmérések felhasználásával szimuláljuk az online felmérések pontosságát.

## Kutatási eredmények

Magyarországon az adatgyűjtési piac jelentősen vesztett méretéből, és e szegmensben drasztikus minőségromlás ment végbe.

A kérdőíves adatokra a társadalomkutatás egyre erősebben támaszkodik, és nagy arányban jelennek meg a nem valószínűségi mintán készített, statisztikai értelemben megbízhatatlannak minősülő adatforrások a tudományos közlésekben is.

Az online felmérések aránya drasztikusan nő itthon is, amit leginkább az emelkedő internetpenetráció tesz lehetővé. Eredményeink alapján jelenleg Magyarországon a kutatások 60%-a online felmérés.

Egy online, kvótás felmérésből származó becslés csupán az összes lehetséges forgatókönyv negyedében (25%-ában) eredményez „jó” becslést, minden további esetben az eredmény téves.

Részletek:

#### 1. Kutatási eredmény:

Magyarországon az adatgyűjtési piac jelentősen vesztett a méretéből, és e szegmensben drasztikus minőségromlás ment végbe.

A 2017. évi becsült 107 millió dolláros piacméret 2021-re 63 millió dolláros piacméretre zsugorodott, a hivatalos IMDP (*Insight Market Development Index*) mérőszám alapján pedig a második leggyengébb fejlettségű iparral rendelkezünk.

#### 2–3. Kutatási eredmény:

A kérdőíves adatokra a társadalomkutatás egyre erősebben támaszkodik, és nagy arányban jelennek meg a nem valószínűségi mintán kérdezett, statisztikai értelemben megbízhatatlannak minősülő adatforrások tudományos közlésekben is.

Növekszik a statisztikai értelemben megbízhatatlan adatforrások előfordulása tudományos közleményekben (30%-os arányban), míg az online sajtóban még nagyobb ez az arány: eléri az 50%-ot.

Az online felmérések aránya drasztikusan nő itthon is, jelenleg Magyarországon a kutatások 60%-a online felmérés.

A tudományos közegnek jobban ragaszkodnia kell ahhoz, hogy a felvett vagy felhasznált adatokról minden releváns információt (adatfelvételi mód, mintavételi keret, válaszadási arányok és súlyozási paraméterek) megkapjanak, valamint hogy az adott kutatás statisztikai szempontból is korrekt legyen, máskülönben önálló kutatás lebonyolítása felesleges.

#### 4. Kutatási eredmény:

Egy online, kvótás felmérésből származó becslés csupán az összes lehetséges forgatókönyv negyedében (25%-ában) eredményez „jó” becslést, minden további esetben az eredmény téves.

Főleg, ha a vizsgált populáció esetében az internetet nem használó alpopuláció mérete relatíve nagy, vagyha az internethasználó és a nem internethasználó populáció véleménye eltér. Szimulációs munkánk eredménye az, hogy már 0,2-es szintű összesített súlyozott különbség is szignifikánsan eltérő becslést eredményez, azaz már ilyen esetekben is torz eredményt kapunk online mintából.

## Társadalmi innovációs vonatkozások

Az online adatgyűjtésekre való áttérés az empirikus társadalomkutatás egy kurrens jelensége, ennek vizsgálata és kiértékelése önmagában is újszerű.

A pontos, tényszerűen felhasználható adatok igénye egyre erősebb mind a társadalomtudományi, mind a politikai, illetve közéleti diskurzusban.

A projekt során készített elemzések a jelenség matematikai hátterét érthetően és a későbbi kutatási tervekbe könnyen integrálhatóan teszik közzé, ami így fejleszti a kutatási szféra ide vonatkozó szegmensét.

A projektben innovatív módon egyesítjük az adatgyűjtéshez kapcsolódó piaci, tudományos és lakossági vonatkozásokat, és mindhárom csoport irányába értékes eredményeket közlünk.

