

BRATISLAVSKÁ MEDZINÁRODNÁ ŠKOLA LIBERÁLNYCH ŠTÚDIÍ

**EXIT POLLY: PREČO SÚ TAKÉ NEPRESNÉ A PREČO SI NA SLOVENSKU
MYSLÍME, ŽE IM ROZUMIEME**

BRATISLAVSKÁ MEDZINÁRODNÁ ŠKOLA LIBERÁLNYCH ŠTÚDIÍ

Exit polly: Prečo sú také nepresné a prečo si na Slovensku myslíme, že im rozumieme?

Bakalárska práca

Študijný program: Liberálne štúdiá
Študijný odbor: Politológia
Školiteľ: Mgr. Pavol Hardoš, MA, PhD
Dátum odovzdania: 22. február 2016

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

Čestné vyhlásenie o originalnosti práce

Čestne vyhlasujem, že som predkladanú prácu vypracoval sám, iba s pomocou školiteľa a vedúceho bakalárskej práce a označil som všetky citácie a zdroje použité v texte.

V Bratislave, 22. február 2016

Filip Olšovský

Podpis:

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

Exit polly: Prečo sú také nepresné a prečo si na Slovensku myslíme, že im rozumieme?

Autor: Filip Olšovský

Názov práce: Exit polly: Prečo sú také nepresné a prečo si na Slovensku myslíme, že im rozumieme?

Škola: Bratislavská medzinárodná škola liberálnych štúdií

Školiteľ: Mgr. Pavol Hardoš, MA, PhD

Komisia pre obhajoby: Prof. PhDr. František Novosád, CSc., Doc. Samuel Abrahám, PhD., Mgr. Dagmar Kusá, PhD., Prof. PhDr. Silvia Miháliková, PhD

Miesto: Bratislava

Rok: 2016

Dĺžka práce: 30 strán, 54311 znakov s medzerami

Stupeň kvalifikácie: Bakalár („Bc.“)

Kľúčové pojmy: exit poll, prieskum, voľby, okrskok, vzorka, nepresnosť, Slovensko, verejná mienka

Abstrakt

Cieľom tejto práce je ozrejmiť metodológiu, špecifiká a dôvody, prečo v slovenských reáliách zlyhávajú prieskumy na ľuďoch práve vychádzajúcich z volebných miestností - tzv. exit polly.

Prvá časť práce sa venuje vysvetleniu metodológie exit pollov a ich odlišnosti od známejších a používanějších prieskumov verejnej mienky. Vysvetľuje štyri kľúčové fázy ich zhotovovania a ich odlišnosti v slovenskom a v americkom kontexte.

V druhej kapitole práce je rozobratá história exit pollov s najdôležitejšími miľníkmi v skúmanom americkom a slovenskom kontexte. Okrem analýzy dobových zdrojov a vysvetlení patria k tejto časti aj rozhovory s riaditeľmi dvojice slovenských prieskumných agentúr, ktoré uskutočňovali exit polly počas parlamentných volieb. Na ich základe je v tejto časti popísaný kontext vykonávanie exit pollov na Slovensku.

Tretia časť na základe zistených údajov sumarizuje najväčšie odlišnosti medzi americkými a slovenskými exit pollmi, z ktorých môže prameniť ich zlyhávanie.

Olišovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

Zistením tejto práce je fakt, že dôvodov, prečo exit polly na Slovensku zlyhávajú, je viac. V slovenských reáliách sa ku klasickým faktorom pridáva aj niekoľko lokálnych, ktoré iba dokresľujú obraz fenoménu, ktorý ešte nebol dostatočne popísaný a zanalyzovaný.

Olšovský: Exit poll: prečo sú take nepresné?

Exit Polls: Why Are They So Inaccurate and Why Do We in Slovakia Think We Understand Them?

Author: Filip Olšovský

Thesis title: Exit polls: Why Are They So Inaccurate and Why Do We in Slovakia Think We Understand Them?

University: Bratislava International School of Liberal Arts

Thesis Advisor: Mgr. Pavol Hardoš, MA, PhD

Defence Committee: Prof. PhDr. František Novosád, CSc., Doc. Samuel Abrahám, PhD., Mgr. Dagmar Kusá, PhD., Prof. PhDr. Silvia Miháliková, PhD

Place: Bratislava

Year: 2016

Thesis Length: 30 pages, 54311 characters with spaces

Qualification: Bachelor of Science ("Bc.")

Keywords: exit poll, poll, elections, precinct, sample, inaccuracy, Slovakia, public opinion

Abstract

The aim of this work is to clarify the methodology, the specifics and the reasons why exit polls tend to fail in the Slovak realm.

The first of the work is dedicated to the explanation of the methodology of exit polls and their difference from other opinion polls. This part explains the four key phases of exit polls and the differences of these phases in the Slovak and in the American context.

The second chapter elaborates on the history of exit polls and the most crucial milestones in their Slovak and American history. Besides the analysis of current sources and explanations this part also includes two interviews with the directors of two Slovak opinion poll agencies that made exit polls during parliamentary elections. Based on these interviews, the context of the way exit polls are made is described.

The third part tries to summarize the biggest differences between American and Slovak exit polls that might lead to their failures.

Olišovský: Exit poll: prečo sú také nepresné?

There are several reasons why exit polls tend to fail in Slovakia. The Slovak realm creates some specific reasons that add to the classic ones and only complete the image of a phenomenon that has not yet been described and analysed sufficiently.

Obsah

Čestné vyhlásenie o originalnosti práce.....	iii
Abstrakt	iv
Abstract	vi
Úvod	9
Tak prečo?	10
Zlyhávajú. No dôvodov je omnoho viac.....	11
Popísať nepopísané	12
Zaplniť dieru	12
Kapitola 1: Špecifiká a metodológia exit pollov	14
Štyri fázy.....	15
2. fáza – prieskumník-respondent	16
3. fáza – prieskumník-zobierané osobné dáta	19
4. fáza – analýza dát.....	20
Kapitola 2: História.....	22
Americké zlyhanie.....	23
Nevyužitá konkurencia	25
Dve slovenské zlyhanie	26
Kapitola 3: Možné príčiny zlyhanie	29
1. Faktor politickej scény	29
2. Faktor kontaminovaného prostredia	30
3. Faktor nedostatkov v metodológii	32
4. Faktor nedostatočnej tradície exit pollov	32
5. Faktor skrytých voličov	33
Záver.....	35
Možné nápravy.....	36
Možný ďalší výskum	37
Bibliografia	39
Prílohy	41

Úvod

Bolo krátko po desiatej večer a televízne stanice čakali na odvolenie voličov v posledných volebných miestnosťach, ktoré z rôznych dôvodov spustili hlasovanie neskôr. Moderátori, moderátorky, redaktori v teréne i hostia v štúdiu už netrpezlivo čakali na uzatvorenie voličských miestností. Čas trávili nezáväznými debatami a neustálym opakovaním toho, čo príde po očakávanom uzatvorení všetkých miestností. V réžii už mali pripravené výsledky nákladných exit pollov, na ktoré okrem nich čakali prakticky všetci diváci pred televíznymi obrazovkami sledujúci volebné spravodajstvo. Zo zákona však so zverejnením ich výsledkov museli čakať na zavretie posledných dverí oneskorenej volebnej miestnosti.

Exit polly boli stále považované za lokálnu novinku, ktorá dodala vzrušujúcu dynamiku inak nudným debatám a čakaniu na prvé spočítané okrsky. Napriek tomu, že boli uskutočňované počas každých parlamentných volieb od roku 1992, televízie dokázali vyvolať dojem jedinečnosti a exkluzivity. Najali si prieskumné agentúry, ktoré sa pýtali voličov vychádzajúcich z volebných miestností pýtali viaceré otázky, vrátane tej kľúčovej - koho práve volili. Moderátori v štúdiu dokola opakovali exkluzívnosť svojich exit pollov a prvé odhadované výsledky, ktoré načrtnú trend tých skutočných. Kľúčová otázka prieskumom tak už neznela: „Koho by ste volili, keby...“, ale „Komu ste práve odovzdali svoj hlas?“ S výnimkou zopár recesistov, ktorí by sa mali bez problémov vtesnať do kategórie „štatistická odchýlka“, by tak malo byť už krátko po desiatej v podstate jasné, ako voľby dopadli. A oficiálne výsledky vydané niekedy na ďalší deň, by mali tento výsledok iba potvrdiť, v horšom prípade iba kozmeticky modifikovať. Napriek tomu sa stalo čosi úplne iné.

„Keď v exit polle, poslednom prieskume pred vyhlásením oficiálnych výsledkov volieb, namerala agentúra MVK Smeru 28 percent, v pravicovom tábore to spôsobilo výbuch radosti“ (Haulík, 2010), spomína sa v úvode rozhovoru s Pavlom Haulíkom, riaditeľom prieskumnej agentúry MVK, ktorá tento exit poll prevádzala.

Olšovský: Exit poll: prečo sú take nepresné?

Slovensko žilo niekoľko hodín v ilúzii, že sa zopakoval rok 2002, keď sa akoby zázrakom (navzdory predvolebným prieskumom) dostala k moci opäť pravica. Potom však grafiku exit pollu na obrazovke v štúdiu začali postupne nahrádzať pribúdajúce oficiálne výsledky, ktoré ukazovali odlišné čísla a trendy. Výsledok v poradí prvého Smeru-SD sa napokon ustálil na cifre 34,79 percenta. Exit poll sa v prípade jednej strany pomýlil o vyše šesť percent. Pozitívnym bodom pre reputáciu prieskumnej agentúry bol aspoň fakt, že sa potvrdila prvotná domnienka vytvorená na základe exit pollu, ktorá hovorila o vzniku pravicovej vlády. O dva roky neskôr nevyšiel exit pollom ani takýto predpoklad.

Dvojica rôznych exit pollov, prevádzaných tentokrát okrem MVK aj agentúrou Focus, predpovedala Smeru 37,3, respektíve 39,6 percenta hlasov. Pri preklade do reči parlamentných mandátov by takýto výsledok znamenal 69, respektíve 75 kresiel a opätovnú šancu pre vznik pravicovej vlády (*Election 2012: Exit polls: Smer leads; KDH in second*, 2012). Konečný oficiálny výsledok pre Smer však znel 44,4 percenta a 83 poslaneckých mandátov. To, s čím exit poll MVK prakticky nepočítal a ten z Focusu rátal iba ako s jednou z možností, sa stalo skutočnosťou. Z potenciálnej vlády pravicovej koalície, ktorú predpovedali exit polly, sa stala jednofarebná vláda ľavicového Smeru. Exit polly aj po dvoch rokoch zlyhali, tentokrát ešte výraznejšie.

Tak prečo?

Okamžite sa začalo pátrať po príčinách zlyhania. Bez veľkej debaty a akejkolvek hlbšej analýzy sa zažila jedna dominantná interpretácia, s ktorou sa odvtedy pravidelne operuje. V rozhovore ju spomína aj Pavel Haulík, ktorý opakuje tézu, podľa ktorej sa „voliči Smeru sa často vyhýbali ankete alebo neuviedli správny údaj“ (Haulík, 2010). Inými slovami, voliči Smeru sa hanbili za svoje volebné preferencie, a preto na otázky členov prieskumnej agentúry odpovedali klamne alebo pre istotu prieskumníkov obchádzali a neodpovedali vôbec. Tento faktor opakuje aj o takmer šesť rokov neskôr, keď upozorňuje na to, že „voliči istej strany odmietajú účasť v exit polloch vtedy, pretože majú pocit, že ich hlas nie je

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

považovaný za rovnocenný“ (Osobný rozhovor s Pavlom Havlíkom, 5.1.2016).
Zodpovednosť za takéto vnímanie exit pollov zo strany dopytovaných pripisuje v prvom rade politikom, ktorí podľa neho vo väčšine prípadov vnímajú prieskumy verejnej mienky ako manipulácie, proti ktorým je najlepšie bojovať (Osobný rozhovor s Pavlom Havlíkom, 5.1.2016).

Takýto postoj voličov sa v odbornej literatúre nazýva fenoménom tzv. hanblivého či skrytého voliča (*shy voter*). Ide však iba o jeden z mnohých aspektov, ktoré môžu vplývať na veľkú odchýlku exit pollu od konečných výsledkov. Kľúčové premenné, ktoré zvyknú spôsobovať rozdiely vo výsledkoch exit pollov sú detailne popísané v práci *Elections and exit polling* (Scheuren & Alvey, 2008). Ide pojmy ako okrskok (*precinct*), rozvrstvenie (*stratification*), vzorkovanie (*sampling*) či jednotky (*units*). Takmer každý z týchto pojmov obsahuje ďalšie podmnožiny, ktoré rozlišujú konkrétny spôsob narábania s premennými. Práve preto je opakované argumentovanie iba jedným z nich skresľovaním reality, ktorá je, ako vždy, komplikovanejšia.

Zlyhávajú. No dôvodov je omnoho viac

Exit polly na Slovensku často zlyhávajú. Vplýva na to množstvo faktorov. Miera ich skutočného vplyvu však doteraz nebola v lokálnych podmienkach testovaná, a preto sa pri každom exit polle často uchýľujeme k zjednodušeniu na jediný faktor. Vo svetovom kontexte pritom existujú detailné analýzy skúmajúce zlyhania exit pollov (napríklad pri amerických prezidentských voľbách v roku 2000). Aj na ich základe a porovnávaní so slovenskou realitou by sa postupnými krokmi malo dať aspoň priblížiť k zisteniu, aká je skutočná podstata zlyhávania exit pollov na Slovensku a ktoré premenné sú kľúčové.

Za preskúmanie určite stojí vplyv spomínaných hanblivých či skrytých voličov, ktorý sa v konečnom dôsledku môže zdať ako rozhodujúci. Neznamená to však, že žiadny z ostatných vplyvov nebude stáť za pozornosť. Do akej miery rozhoduje výber vzorky, na akej je prieskum vykonávaný? Ako presne takýto výber vzorky prebieha vo

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

vnútri prieskumnej agentúry? Ako sa reálne dá stihnúť vyhodnotenie výsledkov prieskumu, ktorý musí byť spracovaný a pripravený na prezentáciu ešte v ten istý deň?

Popísať nepopísané

Exit polly zlyhávajú. No nie je to iba problémom hanblivých voličov, ktorí by sa báli „priznať farbu“. Je to spôsobené viacerými dôvodmi. Niektoré z nich vyplývajú zo samotnej podstaty exit pollov, ktoré sa v mnohom líšia od tradičných prieskumov verejnej mienky. Najmä preto, že ich výroba je oveľa finančne nákladnejšia a náročnejšia aj z hľadiska spracovania dát. V tomto bode prichádza k časovému i logistickému stresu, ktorý sa pravdepodobne môže prejaviť aj na výsledku.

Druhým často diskutovaným dôvodom je vzťah prieskumných agentúr s televíziami, ktoré sú zadávateľmi prieskumov (Best & Krueger, 2012, str. 11). Z takéhoto vzťahu pramení hneď viacero rizík. Podriadený vzťah prieskumnej agentúry k televízii môže motivovať k úmyselnému skresľovaniu výsledkov. Či už vplyvom zamerania daného televízneho kanálu alebo prostou ambíciou o „dramatizáciu“ inak dlhého čakania na volebné výsledky.

Dôležitým faktorom môže byť aj tradícia, ktorú exit polly na Slovensku majú. Zatiaľ čo napríklad v Spojených štátoch prešli dlhým vývojom sprevádzaným bohatou debatou a kritikou, v našich končinách boli pred pár rokmi jednoducho iba zavedené do praxe a odvtedy kritizované na základe jediného faktoru. Aj tento samotný faktor nebol nijak hlbšie preskúmaný a analyzovaný.

Zaplniť dieru

Preskúmaním týchto faktorov by som mal byť schopný priblížiť sa odpovedi na kľúčovú otázku mojej práce – prečo vlastne exit polly zlyhávajú? Existuje v ich prevádzaní častá chyba, ktorá sa dá odstrániť alebo ide o prirodzenú vlastnosť exit pollov, ktoré nikdy iné nebudú?

Je totiž možné, že pri skúmaní dospejem k záveru, že zlyhávanie exit pollov je prirodzená vec, ktorá sa jednoducho nedá odstrániť. Aj v takom prípade je však zaujímavé zhodnotiť klady a zápory tohto fenoménu, ktoré ovplyvnia aj jeho budúcnosť a frekvenciu použitia (aj) v lokálnych podmienkach. Patrí exit pollom, berúc do úvahy všetky ich zlyhania, budúcnosť? Alebo patrí budúcnosť iným meraniam voličských preferencií?

Mojou ambíciou preto bude popísať vplyv všetkých faktorov vplývajúcich na zlyhávanie exit pollov na Slovensku a určenie miery ich vplyvu na celkový obraz exit pollov. Keďže sa zásluhou stále väčšieho dopytu po informáciách a dátach zo strany voličov, ako politických strán zdá, že využívanosť exit pollov v budúcnosti iba porastie (Greiner & Quinn, 2012, str. 17), takáto analýza by mohla ozrejmiť doteraz veľmi nepopísanú problematiku fenoménu, s ktorým sa na Slovensku ešte stále iba zoznamujeme.

Kapitola 1: Špecifiká a metodológia exit pollov

Exit polly sú špecifickou formou prieskumov verejnej mienky. Rovnako ako ostatné prieskumy verejnej mienky nedokážu predpovedať budúcnosť, no dokážu zachytiť preferencie voličov počas daného víkendu (Glenday, 2013). Od klasických a oveľa častejšie používaných prieskumov sa líšia v niekoľkých kľúčových bodoch, z ktorých ten najvýraznejší popisuje časové ohraničenie, v ktorom sú vykonávané. Definícia exit pollov je sčasti obsiahnutá už v ich anglickom názve, ktorý postupom času prenikol aj do slovenčiny – exit poll (doposiaľ nevznikol slovenský ekvivalent tohto termínu), teda prieskum či dotazník uskutočňovaný pri odchode. Konkrétne pri odchode voličov z volebných miestností. Základnou črtou exit pollov je podľa ich definície fakt, že „skúmajú vzorku voličov, ktorá vychádza z volebných miestností v deň volieb“ (Grimshaw et al., 2004, str.32). Nepýtajú sa tak na potenciálne volebné preferencie alebo hypotetické situácie, no dopytujú sa na konkrétne a čerstvé konanie voliča, ktorý práve odvolil.

Exit polly sú teda v ideálnom prípade prieskumami konkrétneho konania voličov, nie iba modelovaním hypotetickej situácie, ktorá sa má čo najviac priblížiť realite. Práve preto sú dáta z exit pollov presnejšie a táto presnosť často opodstatňuje ich nákladnejšiu existenciu u objednávateľov. Elementárnou a pre objednávateľov, ktorými sú v drvivej väčšine prípadov spravodajské médiá (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016) aj kľúčovou úlohou exit pollov, je na základe zozbieraných dát zistiť, koho spytovaní volili. „Toto zistenie neskôr umožní prieskumným agentúram predpovedať víťazov rôznych politických súbojov a záujmov bez potreby čakať na finálny výsledok“ (Grimshaw et al., 2004, str.32). Okrem toho sú však exit polly súborom sociologických dát, ktoré svojím rozsahom a hĺbkou nemajú v danej sfére konkurenciu. Voličov sa dopytujú na niekoľko údajov, ktoré sa nedajú vyčítať ani zo samotných volebných výsledkov. Dotazník sa na priestore dvadsiatich až tridsiatich otázok (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016) dopytuje okrem demografických údajov napríklad aj na predchádzajúce voličské preferencie ľudí. Jedine vďaka exit pollom sa tak dajú mapovať voličské prechody

Olišovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

medzi jednotlivými stranami či vekové alebo vzdelanostné zloženie voličských táborov.

V niektorých prípadoch môže byť vplyv exit pollov dokonca až taký veľký, že ovplyvnia samotnú volebnú účasť – či už jedným alebo druhým smerom (Andersen & Jensen, 2010, str. 129). V drvivej väčšine prípadov však ide o prípady, keď sú výsledky exit pollov zverejnené skôr, než príde k uzavretiu volebných miestností. Takýto čin môže vo výnimočných prípadoch spôsobiť aj zmenu voličských preferencií. Napriek tomu je takáto situácia vysoko nepravdepodobná a z definície exit pollov by k nej ani nemalo dochádzať (Morton, Muller, Page, & Torgler, 2013, str. 3).

Štyri fázy

Proces uskutočňovania exit pollu sa skladá zo štyroch kľúčových fáz. Prvou je fáza takzvaného „vzorkovania“ (*sampling*), pri ktorej sa určujú podmienky výberu opytovaných. Podľa toho, či je cieľom exit pollu skúmať voličské správanie voličov v konkrétnych regiónoch alebo v celom voličskom obvode sa vyberajú okrsky, v ktorých príde počas volebného dňa k zberu dát. Dôležitý je vhodný mix elektorátu, v ktorom by mal mať v ideálnom prípade každý volič rovnakú šancu byť spytovaný (Best & Krueger, 2012, str. 11). Pre vyhnutie sa chybe v tejto fáze prebieha v ideálnom prípade k zdvojenému procesu výberu vzorky.

V prvom kroku takéhoto procesu sa vyberú určité geografické regióny, ktoré by mali reprezentovať všetky významné voličské skupiny. Odpovede z vybraných regiónov sa ideálne v druhom kroku prehodnocujú s prihliadnutím na pravidlo, podľa ktorého by mali mať všetci voličsky aktívni občania rovnakú šancu zúčastniť sa na exit polle. Ak vzorka naozaj kopíruje najvýraznejšie trendy voličských preferencií, malo by sa to odzrkadliť aj na kontrolných výsledkoch po prvom kroku (Best & Krueger, 2012, str. 12). Takáto dvojité kontrola zabráni vybraniu geograficky rozdielných, no voličsky nežiadúco podobných regiónov, ktoré by v konečnom dôsledku nekorelovali s výsledkom volieb a znehodnotili by výsledky exit pollu.

Olšovský: Exit poll: prečo sú take nepresné?

Takýto postup potvrdzuje aj Martin Slosiarik zo slovenskej pobočky prieskumnej agentúry Focus, ktorá robila exit poll počas parlamentných volieb v rokoch 1998 a 2012: „Urobíte si náhodný výber. (...) Ten je dôležité si overiť - zobrať si vybraný počet okrskov, spočítať v nich výsledky pre jednotlivé strany a porovnať výsledok s celkovými výsledkami za krajinu,“ (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016) popisuje princíp dvojitej kontroly. V prvom kroku náhodným výberom vyberie stovku okrskov, ktoré prechádzajú spomínanou dvojitou skúškou. Najprv sú takéto simulované voľby vo vybraných okrskoch porovnávané s výsledkami volieb v ostatných parlamentných voľbách. Ak sú rozdiely malé, prichádza druhé kolo kontroly s prihliadnutím na výsledky predchádzajúcich volieb v tých istých okrskoch (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016). Iba potom je možné uzavrieť prvú fázu exit pollu a do vybraných okrskov vyslať počas volieb anketárov s vopred danými úlohami a presnými pravidlami zberu a odosielania dát.

Riaditeľ prieskumnej agentúry MVK Pavel Haulík je voči druhému spomínanému kroku skeptický a nepokladá ho za užitočný. Podľa jeho slov „nemusi byť vytváranie modelov na základe predošlých volieb zmysluplné“ (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016). Argumentuje príkladom, keď v polovici prvej vlády Mikuláša Dzurindu jeho agentúra uskutočnila simulované voľby v obci, ktorá v predchádzajúcich voľbách najlepšie kopírovala celoštátne preferencie. Keď výsledky takéhoto jedinečného prieskumu agentúra MVK konfrontovala s výsledkami nasledujúcich parlamentných volieb v roku 2002, predpoklad sa nepotvrdil. Daná obec už nebola najbližšie k celoslovenskému priemeru (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016).

2. fáza – prieskumník-respondent

Druhou fázou je takzvaná fáza „prieskumník-respondent“ (*interviewer-respondent phase*). Pozostáva z výberu každého n-tého respondenta, ktorému je kladený vopred určený okruh otázok. Frekvencia zastavovanie respondentov (premenná „n“) je vopred zvolená a prísne dodržiavaná (Scheuren & Alvey, 2008, str. 10). Premenná „n“ väčšinou osciluje v rozmedzí „každý volič“ a „každý n-tý volič

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

z desiatich“ v závislosti od očakávanej účasti a veľkosti okrsku (Best & Krueger, 2012, str. 12). Pri určovaní premennej „n“ by sa malo prihliadať na očakávanú voličskú účasť v danom okrsku - vzťah medzi rozhodnutím voliť a rozhodnutím voliť za určitú stranu (Patnam, 2012, str. xx).

Respondentom sú buď kladené otázky alebo podávané papierové dotazníky. Možná je aj akákoľvek kombinácia týchto dvoch spôsobov (Scheuren & Alvey, 2008, str. 10). Pre lepšie zachovanie anonymity je najvhodnejší jednostranový papierový dotazník, ktorý volič vypíše sám a vhodí do simulovanej urny. Takýto spôsob by mal podľa Martina Slosiarika čo najviac minimalizovať prípady úmyselného neodpovedania voličov obávajúcich sa o svoju anonymitu (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016).

Napriek pomerne jednoduchej metodológii druhej fázy existuje viacero problémov, ktoré sa počas nej môžu vyskytnúť. Väčšina z nich pramení z neschopnosti zachytiť všetkých voličov, ktorí opúšťajú volebnú miestnosť a dodržať tak premennú „n“. Príčiny takéhoto problému môžu byť často úplne prozaické - viacero vchodov do volebných miestností, voliči pohybujúci sa vo väčších hlúčkoch alebo voliči neochotní odpovedať na otázky prieskumníkov. Takáto neochota môže prameniť z viacerých, často ešte prozaickejších dôvodov – nedostatku času, nedôvery v objektivitu prieskumu či médií, ktoré ich zadávajú, nepriaznivého počasia alebo nízkeho veku prieskumníka, ktorý v očiach opytovaných nevzbudzuje dostatok dôvery či potrebného rešpektu (Best & Krueger, 2012, str. 13).

Prvou z možných prevencií neschopnosti zachytiť všetkých vychádzajúcich voličov je včasná komunikácia s okrskovou komisiou, ktorá by mala byť upovedomená o dôvodoch prítomnosti anketárov. V ideálnom prípade by s nimi mala spolupracovať a vyhradiť im čo najvhodnejšie miesto, na ktorom nenarušia priebeh volieb, no zachytia všetkých ľudí vychádzajúcich z miestností, ideálne ešte vo vnútri budovy, v ktorej sa voľby konajú (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016).

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

Spôsobov, ako sa vyrovnáť s problémom voličov, ktorí nie sú ochotní odpovedať je viacero. Ide približne o desatinu všetkých opýtaných (Scheuren & Alvey, 2008, str. 10). Okrem špecifického tréningu prieskumíkov ide najmä o nastavenie prísnych mantinelov na podobné prípady odmietnutia odpovede. Prieskumníci sú často inštruovaní zaznamenať pohlavie, rasu a približný vek daného vybraného „n-tého“ voliča. Konečný výsledok je potom buď upravený o tieto nazbierané údaje alebo je vykonané dodatočné dopytovanie, ktorého vzorka je už určená takouto nazbieranou vzorkou ľudí, ktorí neodpovedali. Ak sa dôsledne splní tento postup, mal by byť zaručený pôvodný pomer a určená vzorka exit pollu (Best & Krueger, 2012, str. 13).

Tento krok sa pri exit polloch uplatňuje najmä v skúmanom kontexte amerických volieb. Pri tých slovenských je výrazne problematickejší. „Ani cez takúto korekciu nedokážete úplne eliminovať všetky nedostatky. Dalo by sa to vtedy, keby ste vedeli, že všetci muži v určitom veku volia jednu stranu,“ popisuje úskalie podobného štatistického upravovania nazbieraných údajov Martin Slosiarik. V porovnaní so Spojenými štátmi je lokálnym problémom najmä pestré politické spektrum, pri ktorom je takáto spätná úprava dát takmer nemožná. Desiatky politických strán a rozštiepené pravicové spektrum takémuto postupu prakticky úplne znemožňujú jeho použitie. Až na základe oficiálnych výsledkov sa dá zistiť, koho „podozrivá“ skupina voličov odmietajúcich účasť na exit polle volila (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016). Pre sociologické potreby exit pollu je vhodná aj takáto neskoršia korekcia, ktorá však nijakým spôsobom nepomôže objednávateľom – médiám, ktoré potrebujú exit poll zverejniť čo najskôr, ešte pred takouto spätnou kontrolou dát.

Objem dát, na základe ktorého by sa dalo s premennou skytého voliča operovať v exit polloch vopred a štatisticky tak upraviť ich výsledky ešte pred zverejním, je podľa Martina Slosiarika zatiaľ malý. Podľa neho sa ešte nedá povedať, či je tento jav pravidelným faktorom, s ktorým treba začať štatisticky rátať (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016). Inými slovami, fenomén skrytého voliča nie je natoľko silný a jasne čitateľný, aby sa mohol stať jednou z premenných, o ktoré

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

sa budú slovenské exit polly automaticky upravovať. Rovnako premýšľa aj Pavel Haulík, ktorý na bohatšej histórii exit pollov svojej agentúry vysvetľuje, že fenomén hanblivého voliča počas parlamentných voliev v rokoch 2002 a 2006 takmer úplne zmizol a objavil sa až pri exit polloch v rokoch 2010 a 2012 (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016).

Druhú spomínanú možnosť využívanú v Spojených štátoch – dodatočné dopytovanie na ľuďoch spĺňajúcich odpozerateľné demografické parametre (pohlavie, vek, rasa), vylučujú obidvaja dopytovaní riaditelia slovenských prieskumných agentúr. Martin Slosiarik z agentúry Focus si nie je istý, či by takýto spôsob fungoval a opäť naráža na kontext politickej scény. V systéme dominantnej dvojice politických strán, aký funguje v USA, je takýto postup oveľa jednoduchší a môže prinášať žiadané výsledky. Na slovenskej scéne je však prakticky nepoužiteľný (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016).

Pavel Haulík z MVK rovnako tvrdí, že takýto postup nefunguje a môže dokonca ešte viac znehodnotiť nazbierané dáta: „To isté sa môže zopakovať aj pri opravnom kole. Odmietne vám odpovedať volič HZDS či Smeru a vy začnete hľadať iného, no nenájdete ho. S oveľa väčšou pravdepodobnosťou nájdete voliča opozície, čím vlastne ešte viac znehodnotíte svoje dáta,“ (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016). Jeho agentúra takýto model vraj testovala, no ukázalo sa, že minimálne v lokálnych podmienkach nefunguje. Aj preto dnes ani jedna zo slovenských agentúr uskutočňujúcich exit polly tento krok využívaný v americkom kontexte nepoužíva.

3. fáza – prieskumník-zozbierané osobné dáta

Treťou fázou vykonávania exit pollu je takzvaná fáza prieskumník-zozbierané osobné dáta (*interviewer-data entry personal phase*). Počas nej prieskumníci vo vopred určených časoch (väčšinou trikrát za deň) odosiľajú zozbierané údaje do centrál svojich prieskumných agentúr. Po odoslaní dát pokračujú v prevádzaní fázy

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

„prieskumník-respondent“ (zbieraní údajov na základe vopred určených pravidiel) až do uzatvorenia volebných miestností (Scheuren & Alvey, 2008, str. 10).

V prestávkach získavajú od členov volebných komisií údaje o aktuálnej volebnej účasti, ktoré takisto odosielajú do centrálnych prieskumných agentúr (Best & Krueger, 2012, str. 17).

V centrálnych sú dáta kumulované a priebežne analyzované. K finančnej náročnosti exit pollov prispieva aj tento fakt – nevyhnutnosť zabezpečeného online zhromažďovania a spracovania údajov pre prieskumníkov z celej krajiny (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016).

4. fáza – analýza dát

Štvrtou a poslednou fázou je fáza analýzy dát (*data analysis phase*). Po prijatí dát od prieskumníkov sú tieto v centrálnych analyzované pomocou vopred určených mechanizmov. Spôsob ich spracovania sa líši v závislosti od konkrétnej prieskumnej agentúry. V ideálnom prípade sú zozbieraným dátam pridávané rôzne koeficienty „závažnosti“ v závislosti od volebnej účasti v danom okrsku (Best & Krueger, 2012, str. 17). Tento krok je však možný až po vyhlásení oficiálnych výsledkov, s ktorými sa nazbierané dáta dajú sociologicky konfrontovať. Takýto postup je možný napríklad pri dvojdňových voľbách, keď sa nazbierané prieskumné dáta z prvého dňa dajú konfrontovať s tými reálnymi a spresniť tak celkové dáta exit pollu (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016). Finálne dáta sú v ideálnom prípade podrobené štatistickým skúškam správnosti a konfrontované s výsledkami predchádzajúcich exit pollov alebo volieb (Scheuren & Alvey, 2008, str. 10).

Kľúčovým znakom exit pollov je časové rozmedzie, v ktorom sú prevádzané. Všetky štyri fázy (minimálne posledné tri) sa spravidla uskutočňujú v priebehu necelých dvadsiatich štyroch hodín. Tento fakt vplýva na množstvo premenných, ktoré patria k ďalším faktorom odlišujúcim exit polly od klasických prieskumov

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

verejnej mienky. Zber dát prebieha od momentu otvorenia volebných miestností do niekoľkých hodín pred ich zavretím, keďže hlavným zmyslom exit pollu je zverejniť nazbierané dáta v momente uzatvorenia všetkých volebných miestností. Niekedy zber pokračuje až do úplne zavretia miestností či ešte krátko po ňom, kvôli ľuďom vychádzajúcim z miestností. Takéto dáta však majú svoju hodnotu len pre sociologické účely – televízie už v tomto čase dávno operujú s uzavretými dátami a číslami prieskumu.

Exit polly sú z princípu aj oveľa finančne nákladnejšie. Na tento faktor vplýva okrem jednorazovej časovej a personálnej náročnosti najmä počet respondentov, ktorí sú v nich dopytovaní. Zatiaľ čo typický prieskum verejnej mienky na Slovensku je vykonávaný na vzorke okolo tisíc respondentov, v prípade exit pollov sa táto vzorka môže rovnať až dvadsať či tridsaťnásobku tejto cifry (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016). Z toho vyplýva fakt, že exit poll je v porovnaní s bežným prieskumom verejnej mienky násobne drahší (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016), čo okrem iného aj značne zužuje skupinu jeho potenciálnych objednávateľov.

Kapitola 2: História

Prvé pokusy o prevádzanie exit pollov siahajú až do štyridsiatych rokov minulého storočia, keď sa o podobné zmapovanie voličských preferencií pokúsili v americkom Denveri. Historický kontext (dosah médií a schopnosť vyhodnocovať dáta) však nebol takémuto prieskumu príliš naklonený kvôli viacerým okolnostiam (Scheuren & Alvey, 2008, str. 5).

Prvé veľké zlyhanie exit pollov sa datuje už do roku 1948, keď vyšli noviny Chicago Tribune s titulkom hlásajúcim nesprávneho víťaza volieb (Hruška, 2014). Z tohto omylu sa stala jedna z najznámejších politických fotografií, na ktorej americký prezident Harry S. Truman oslavuje svoje znovuzvolenie do úradu víťazoslávne držiac výtlačok novín Chicago Tribune s dominantnou trojicou jednoduchých slov: Dewey poráža Trumana (Cosgrove, 2014). Išlo o obrovské zlyhanie novín, ktoré podľahli prvotným prieskumom a do hlavného titulku vpísali informáciu, ktorá sa už onedlho ukázala ako chybná. Napriek tomu, že opravená verzia novín nahradila v tlači tú chybnú už o niekoľko hodín, do obehu sa dostalo približne stopäťdesiat tisíc chybných výtlačkov. Jeden z nich sa dostal o dva dni neskôr do rúk aj samotnému prezidentovi Trumanovi, ktorý ho využil na symbolickú fotografiu zdôrazňujúcu jeho víťazstvo (Jones, 2016). Okrem Chicago Tribune sa tak opätovná dávka zosmiešnenia ušla aj exit pollom, ktoré mali na svedomí prvé zlé odhady výsledkov volieb. Exit polly si možno aj preto na výraznejší prielom (minimálne v americkom prostredí) museli počkať ďalšie dve dekády.

Rozšíreným spôsobom zberu dát sa exit polly stali začiatkom 70-tych rokov. „V roku 1968 televízna stanica CBS počas prezidentských volieb rozšírila používanie exit pollov do dvadsiatich štátov. V roku 1973 uskutočnila svoj prvý exit poll aj televízna stanica NBC“ (Scheuren & Alvey, 2008, str. 5-6). Frekvencia využívania exit pollov začala rásť najmä vďaka rozšírenej prístupnosti a pokrytiu médií. Novinárov motivovala snaha čo najlepšie priblížiť a interpretovať volebné zápolenia, ktoré sa stávali jedným z ťahákov ich pracovného cyklu. Exit polly sa ukázali ako skvelá príležitosť priniesť divákovi aktuálne informácie o voľbách ešte skôr, než budú

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

zrátané a vyhodnotené prvé oficiálne výsledky. Exit polly sa zdali byť vhodné pre éru čo najrýchlejších informácií. Aj preto sa „postupom času zo skromného pokusu (...) vyvinuli v multimiliónový biznis sponzorovaný konzorciom televízií“ (Best & Krueger, 2012, str. 2).

Práve do tohto obdobia siahajú aj korene jedného z najväčších problémov exit pollov, ktoré sú skúmané a analyzované najmä v americkom kontexte. Začiatkom deväťdesiatych rokov vznikla v Spojených štátoch organizácia Voter News Service (VNS), ktorá združovala kľúčové televízne stanice (ABC, CBS, CNN, Fox, NBC), agentúru AP, ako i devätnásť tlačných médií (Scheuren & Alvey, 2008, str. 6). Jej cieľom bolo znížiť náklady potrebné na separátne exit polly, ktoré si médiá zadávali jednotlivo. Tento cieľ sa podarilo splniť, no automaticky vyvstal iný problém, s ktorým sa exit polly (minimálne v zámorskom kontexte) pasujú dodnes – absencia vzájomnej kontroly. Neexistencia „exit pollovej“ konkurencie výrazne sťažila možnosť klasickej matematickej skúšky správnosti a vyústila v niekoľko skutočných zlyhaní exit pollov.

Americké zlyhanie

Dôležitým míľnikom v procese tvorby dnešnej metodológie exit pollov sa stalo veľké zlyhanie exit pollov v Spojených štátoch amerických v roku 2000. Práve po ňom bolo do praxe uvedených množstvo kontrolných mechanizmov (zaznamenávanie voličov, ktorí sa odmietli zúčastniť, spätná kontrola, porovnávanie výsledkov exit pollov s výsledkami predchádzajúcich volieb...), ktorých cieľom je spätná kontrola údajov a takmer úplná eliminácia možného zlyhania. Tieto zmeny sa stali súčasťou prepracovanejšej metodológie exit pollov opísanej v prvej kapitole tejto práce.

Je pravdou, že pri spätnom pohľade na americké prezidentské voľby v roku 2000 sa v prvom rade spomína zlyhanie pri sčítavaní reálnych hlasov, nie tých „exit pollových“. Pri tomto sčítavaní prišlo k viacerým výrazným chybám, ktoré viedli k chybným záverom. Vďaka nim až päť rôznych médií vyhlásilo za víťaza volieb

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

v spornom štáte Florida predčasne Georga W. Busha (Scheuren & Alvey, 2008, str. 18). Išlo o obrovské zlyhanie, na ktoré doplatili najmä tlačené médiá, ktoré nasledujúce ráno vyšli s chybnou titulkou, ktorá značne poškodila ich reputáciu. „Nielen, že máme na tvári vajce. My na nej máme celú omeletu,“ zhodnotil mieru zlyhania médií vedúci spravodajstva americkej stanice NBC Tom Brokaw (Best & Krueger, 2012, str. 8). V tejto fáze však už výsledky exit pollov nahradili reálne sčítané okrsky, na základe ktorých prišlo k unáhleným a chybným záverom. No aj keď by sa mohlo zdať, že exit polly v tomto prípade neboli na vine, nie je to tak celkom pravda.

Neskoršie závery boli totiž postavené na základoch exit pollov, ktoré viedli k prvým predčasným záverom, ktoré sa príliš nelíšili od tých, ktoré neskôr ukazovali prvé sčítané okrsky (Best & Krueger, 2012, str. 8). Inými slovami, napriek tomu, že najväčší „neporiadok“ narobili až druhotné odhady na základy reálnych dát, zdanlivá istota v ich zverejnení a operovaní s nimi pramenila už z prvotných exit pollov. Tie teda v tomto prípade taktiež zlyhali – z viacerých dôvodov, ktorým sa neskôr venovala analýza organizácie RTI (Research Triangle Institute), ktorú si pre tento účel objednal zadávateľ prieskumu - spoločnosť VNS (Best & Krueger, 2012, str. 8). VNS vznikla krátko predtým zlúčením spoločnosti VRS (Voter Research and Surveys) a National Election Service s vidinou zmenšenia nákladov pri zadávaní exit pollov.

Spoločnosť RTI teda vykonala skúšobný test spôsobu zberu a vyhodnocovania dát VNS, po ktorom prišla s niekoľkými závermi. Síce neodhalila zásadné chyby vo fáze vzorkovanie (*samplingu*), no prišla s viacerými nedostatkami vo fáze zberu a vyhodnocovania dát. Metodológia VNS napríklad nedostatočne narábali s premennou voličov, ktorí volili predčasne alebo zo zahraničia. V projekciách VNS sa podiel takýchto voličov odhadoval na 7%, napriek tomu, že v ich konečnom pomere bolo až 12% (Best & Krueger, 2012, str. 8). Všeobecným záverom a odporúčaním RTI pre VSN bol väčší dôraz na overovanie dát a kontrolu chýb, ktoré sa pri analýze dát môžu objaviť (Best & Krueger, 2012, str. 8). Na základe týchto odporúčaní prišlo k prebudovaniu metodológie exit pollu VSN, ktorá sa do praxe dostala už o dva roky neskôr.

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

VSN pristúpila k prebudovávaniu metodológie dôsledne a úplne od základov. Vylepšila svoje technické vybavenie, prekopala modely a vzorce, na základe ktorých predpovedala výsledky volieb – oveľa viac sa napríklad sústredila na staršie dáta, ktoré začala vyžívať ako vhodné porovnanie nazbieraných čerstvých dát (Best & Krueger, 2012, str. 8). Rovnako prišlo k dôslednejšiemu skúmaniu vo fáze vzorkovania, keď sa viac prihliadalo na očakávanú mieru ľudí, ktorí budú voliť predčasne. Taktiež bol vypracovaný softvér na notifikáciu pracovníkov prieskumných agentúr, ktorý ich mal upozorniť na náhle zmeny v údajoch o účasti alebo ščitavaní hlasov (Best & Krueger, 2012, str. 8).

Nevyužitá konkurencia

Zaujímavé je, že v slovenskom kontexte sa vzťah medzi prieskumnými agentúrami a objednávateľmi exit pollov – televíznymi stanicami, zatiaľ ani nepriblížil popisovanej situácii zo Spojených štátov. Televízne stanice si exit polly stále objednávajú samostatne a doposiaľ neprišlo k žiadnemu spojeniu staníc za účelom zníženia nákladov. Že by teoreticky mohlo ísť o jednu z ciest do budúcnosti priznáva aj Martin Slosiarik z agentúry Focus. Pri nákladnosti exit pollov a ich krátkej životnosti by bol takýto krok logický a dokázal by televíziám ušetriť výraznú časť nákladov (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016). Exit poll má pre televíziu, ako prakticky pre každé iné spravodajské médium, zmysel iba v pomerne krátkom časovom rozmedzí medzi uzatvorením volebných miestností a zrátaním volebných výsledkov v dostatočnom počte volebných okrskov. Akonáhle začnú „tvrdé“ dáta nahrádzať výsledky exit pollu, je jeho zmysel vyčerpaný a pre médium nemá žiadne ďalšie využitie – nemá žiaden zmysel ho reprízovať či predávať iným médiám (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016).

Napriek tomu sa dá v slovenskom kontexte len ťažko operovať s argumentom, podľa ktorého by absencia združenia televízií objednávajúcich si exit poll produkovala konkurenčnejšie či zdravšie prostredie pre exit polly. K možnosti porovnávať dva od seba nezávislé exit polly prišlo na Slovensku iba v roku 2012, keď

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

ich pre rôzne médiá uskutočňovala aj agentúra MVK, aj Focus. Inak sa táto zdanlivá výhoda v porovnaní s americkou dilemou objektívnosti zatiaľ svojho využitia nedočkala. Dôvodom by mohol byť konkurenčný boj a rozdielne nastavenie televízií (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016), ktoré ich nenúti do podobných riešení, ako v Spojených štátoch.

Dve slovenské zlyhania

V slovenskom kontexte sa pri zlyhávaní exit pollov najviac spomínajú dva doposiaľ posledné príklady – exit polly uskutočňované počas parlamentných volieb v rokoch 2010 a 2012. V oboch prípadoch exit polly predpovedali vyšší podiel hlasov pravice a menší ľavice. V konečnom výsledku pri porovnaní s reálnymi dátami sa však pomýlili o niekoľko percentuálnych bodov. Najčastejšie sa toto zlyhanie interpretovalo ako dôsledok fenoménu hanblivých či skrytých voličov, ktorí nemali motiváciu podeliť sa o svoje voličské preferencie s anketármi.

V roku 2010 nameral exit poll agentúry MVK víťaznému Smeru-SD 28 percent, zatiaľ čo finálny výsledok ľavicovej strany dosiahol až 34,79 percenta (Haulík, 2010). V povolebnom rozhovore s riaditeľom tejto agentúry Pavlom Haulíkom, sa opakovala téza, podľa ktorej sa „voliči Smeru často vyhýbali ankete alebo neuviedli správny údaj“ (Haulík, 2010). Voliči Smeru sa podľa neho hanbili za svoje volebné preferencie, a preto na otázky členov prieskumnej agentúry odpovedali klamne alebo sa prieskumníkom úmyselne vyhýbali.

O dva roky neskôr, sa zlyhanie slovenských exit pollov zopakovalo. Dvojica exit pollov, prevádzaných tentokrát okrem MVK aj agentúrou Focus, odhadla víťaznému Smeru-SD 37,3, respektíve 39,6 percenta hlasov. Konečný oficiálny výsledok pre Smer však znel 44,4 percenta. Zlyhanie exit pollov zvýraznil fakt, že hranica medzi exit pollmi a reálnymi výsledkami bola rovnako hranicou medzi vládnutím a existenciou v opozícii. Po dvoch rokoch sa teda opäť hovorilo o zlyhaní exit pollov, tentokrát ešte výraznejšom, ktorému nezabránila ani konkurencia dvojice prieskumných agentúr. Dáta ukazujú, že voličov, ktorí odmietli odpovedať na otázky

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

anketárov, mohlo byť v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi naozaj viac, keďže Smer-SD volilo s porovnaním s predchádzajúcimi parlamentnými voľbami až 13 % bývalých voličov SDKÚ-DS a 11,6 % bývalých voličov SaS (Rybař et al., 2014, s.38).

V reakciách sa nepodarené exit polly sa hlavný argument opakoval so skrytým voličom opakoval, no pribudli k nemu dva ďalšie. Riaditelia prieskumných agentúr tentokrát nevinili iba voličov Smeru, ale „desať až pätnásť percent ľudí, ktorí odmietali odpovedať“ (Krempaský, 2012). Riaditeľ MVK Pavel Haulík, ako i riaditeľ Focusu Martin Slosiarik okrem nich vinili aj politikov, ktorí svojimi vyhláseniami údajne motivovali voličov, aby exit polly ignorovali (Krempaský, 2012). Túto tézu opakuje aj po štyroch rokoch riaditeľ MVK Pavel Haulík, ktorý vníma rétoriku politikov, ktorí „niekedy aj exit polly považujú za niečo, čo ich má ohroziť“ (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016). Politici podľa neho pokazujú v kazení priestoru pre exit polly, ktorý úmyselne kontaminujú tvrdeniami o ich neobjektívnosti a účelovosti (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016).

Medzi dlhodobých kritikov prieskumov verejnej mienky patrí napríklad slovenský premiér Robert Fico. Podľa neho sú „ako ženské plavky – zakrývajú to, čo by sme všetci chceli vidieť“ (Kern, 2016). Fico v rozhovore z roku 2013 zaútočil rovnako na Focus, ako aj na MVK. O Focuse povedal, že sa „pred tým, ako uverejní prieskum, vždy ide do centrály KDH sa poradiť, či je v poriadku ten prieskum“ (SITA, 2013). O MVK pre zmenu obvinil z toho, že robí prieskumy na objednávku a „keď chcete akýkoľvek odhad, choďte do MVK a oni vám ho urobia“ (SITA, 2013). Podobné výhrady vyjadrila aj bývalá premiérka Iveta Radičová, ktorá kritizuje aj veľkosť a kvalitu priestoru, ktorý rôznym prieskumom venujú médiá (Kern, 2016).

Ďalšiu možnú príčinu zlyhania lokálnych exit pollov spomína riaditeľ agentúry Focus Martin Slosiarik v rovnakom kontexte exit pollu počas parlamentných volieb 2012. Podľa jeho slov mala „agentúra len 15 minút, ktoré uplynuli medzi získaním výsledkov a prezentáciou v RTVS“ (Krempaský, 2012). Práve preto nemohlo dôjsť k dodatočnému prehodnoteniu nazbieraných dát a výsledkov, ktoré boli prezentované v televíznom vysielaní. Pri osobnom rozhovore Martin Slosiarik tento

Olišovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

problém popisuje z iného hľadiska. Problémom vraj nie je televízny deadline, ktorému sa dá prispôbiť uzavretím zberu dát okolo dvadsiatej hodiny večer bez výraznejšieho vplyvu na kvalitu dát či ich spracovania (Osobný rozhovor s Martinom Slosiarikom, 5.1.2016). Ak teda existuje v súvislosti s prezentovaním výsledkom v televízii nejaký problém, súvisí s nemožnosťou spätnej úpravy dát s prihliadnutím na skutočné volebné výsledky. Teda spôsobom, ktorý bol možný v čase, keď boli voľby dvojdňové.

Kapitola 3: Možné príčiny zlyhania

V metodológii a procese vypracovania exit pollov existuje viacero premenných, ktoré vplyvajú na finálny stav ich súladu s reálnym výsledkom skúmaných volieb. V zahraničnom (najmä americkom) kontexte došlo k ich analýze a zhodnoteniu ich vplyvov. V slovenských reáliách sa operovalo s viacerými premennými, ktoré boli striedavo označované za kľúčové pri zlyhaniach exit pollov v rokoch 2010 a 2012. Ani jedna z nich však nebola dostatočne skúmaná a zasadená do kontextu všeobecnej metodológie exit pollov, ako ani do kontextu slovenských reálií na poli mediálneho či politického trhu.

Pri pátraní po najpravdepodobnejších možných príčinách zlyhaní exit pollov sa v americkom kontexte najčastejšie spomína práve monopolné postavenie agentúry, od ktorej je exit poll objednávaný. V slovenskom kontexte však tento argument nie je príliš dobre aplikovateľný – doteraz platí prax, pri ktorej jednotlivé médiá (televízne stanice) zadávajú exit polly prieskumným agentúram samostatne. Aj preto je potrebné pátrať po príčinách častého zlyhávania inde. Po analýze pomerne malého počtu lokálnej literatúry na túto tému, ako i rozhovorov s dvojicou riaditeľov slovenských prieskumných agentúr, ktoré vykonávali exit polly, nie je možné určiť jeden výrazný a prevažujúci faktor. Zlyhávanie exit pollov na Slovensku je pravdepodobne zapríčinené kombináciou nasledujúcich aspektov, z ktorých každý vplýva na výsledný stav takéhoto typu prieskumu verejnej mienky.

1. Faktor politickej scény

Z porovnávania s americkým kontextom sa ako jedna z najvýraznejších odlišností pri zhotovovaní exit pollov javí odlišný stav politickej scény. Prevažne americký systém dvoch strán je len ťažko porovnateľný so slovenskou realitou desiatok politických strán, z ktorých najmä na pravícovom spektre nie je ani jedna dominantná. Keďže prakticky väčšina vylepšení metodológie exit pollov po zlyhaní v americkom kontexte bola prispôbená lokálnej scéne, málokto z nich by vôbec mohli byť aplikovateľné v slovenských podmienkach. Spomínané spätné dopytovanie

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

voličov na základe odpozorovaných demografických údajov alebo štatistická úprava výsledkov o určité konštanty, nie je v kontexte slovenských exit pollov prakticky vôbec využiteľná.

Ďalším špecifikom slovenskej politickej scény je neustále vznikanie a zanikanie politických strán. Prakticky v každých parlamentných voľbách sa objaví subjekt bez skúsenosti a tým pádom i akýchkoľvek dát z predchádzajúcich volieb, ktorý dokáže nazbierať niekoľko percent hlasov a dostať sa do parlamentu. Napríklad pri parlamentných voľbách 2012 hlasovalo za tú istú stranu, ako v roku 2010, iba 57% voličov (Rybař et al., 2014, s.38). Keďže tým pádom nejde len o štatisticky nepodstatné malé strany s minimom preferencií a treba s nimi reálne počítať, značne sťažujú situáciu lokálnym prieskumným agentúram. Tento fakt opäť len komplikuje vykonávanie exit pollov a možnosť ich vopred naplánovanej štatistickej úpravy ešte pred ich zverejnením.

2. Faktor kontaminovaného prostredia

Druhým aspektom, spomínaným najmä v rozhovoroch s riaditeľmi prieskumných agentúr, je faktor kontaminovaného prieskumného prostredia. Na vine ho podľa šéfov agentúr majú v prevažnej miere politici, ktorí úmyselne „kazia pôdu pre prieskumy, keď smerom k voličom komunikujú spôsobom, že prieskumy sú čosi zlé“ (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016). Dôvodov takéhoto správania politikov môže byť viacero. Okrem možnosti pomerne jednoducho sa vyhraniť voči prieskumu, ktorý nebol k danej strane priaznivý, môže ísť aj o spôsob ako čo najviac zdiskreditovať povesť agentúr a v konečnom dôsledku aj samotných verejných dát vhodných na ďalšie skúmanie.

Politikom by určite oveľa viac vyhovovali dáta iba pre vlastné použitie, ktoré by nepodliehali verejnej kontrole. Na jednej strane síce tvrdia, že sa o výsledky prieskumov príliš nezaujímajú, na druhej sú ochotní investovať veľké prostriedky do interných prieskumov pre vlastné účely (Glenday, 2013). Prieskumné agentúry, ktoré nezapadajú svojím zverejňovaním dát do ich predstavy, sú preto podrobované

Olšovský: Exit poll: prečo sú take nepresné?

neustálej kritike a zľahčovaniu ich odbornosti. V takomto prípade sa preto slovenské prieskumné agentúry so stále pomerne krátkou históriou, môžu stať ich ľahkým terčom v očiach voliacej verejnosti.

Okrem spomínaných príkladov kontinuálnej kritiky zo strany premiéra Roberta Fica pribúdajú útoky na prieskumné agentúry aj z prostredia menších strán pohybujúcich sa okolo alebo pod päťpercentnou hranicou zvoliteľnosti. Pordpredseda politickej strany SaS Ľubomír Galko zaútočil vo svojom blogu krátko pred nadchádzajúcimi voľbami na agentúry MVK a Polis, ktorých prieskumy sú podľa neho „manipuláciou ako prasa“ (Galko, 2016).

Okrem priameho vplyvu politikov však môže mať na kontaminované prostredie vplyv aj opačná strana tohto vzťahu – prieskumné agentúry. „Krátko pred voľbami sa s prieskumami hlásia neznáme agentúry, alebo agentúry, ktoré ich zvyknú robiť len raz či dvakrát za štyri roky“ (Kern, 2016). Každé ich zlyhanie či verejné obvinenie zo „zapredanosti“ pôsobí na verejnosť rovnako kontaminačným spôsobom, ako vyjadrenia politikov. Z tejto situácie sa tak v konečnom dôsledku stáva bludný kruh, v ktorom sa ťažko špecifikuje jednoznačný vinník, ako aj jasná cesta k zlepšeniu súčasného stavu.

Za zmienku stojí aj množstvo agentúr bez dohľadateľnej tradície a kredibility, ktoré najmä v predvolebnom období zverejňujú rôzne pochybné prieskumy. „Na telefonický prieskum, aké zverejňuje časť zavedených i čudných agentúr, stačia peniaze. Dajú sa totiž objednať v niektorom z desiatok slovenských call centier, ktoré takéto služby poskytujú popri iných marketingových prieskumoch“ (Kern, 2016). Tie rovnakým dielom ako politici znižujú kredibilitu zavedeným prieskumným agentúram, ktoré svoju metodológiu či objednávateľa zverejňujú a komunikujú aj navonok.

3. Faktor nedostatkov v metodológii

Napriek spomínaným odlišnostiam v kontexte amerických a slovenských exit pollov, môžu za zlyhávaním lokálnych exit pollov stáť aj nedostatky v aplikovaní ich metodológie do prieskumnej praxe. Viditeľný je napríklad jasný rozdiel medzi metodológiou agentúry Focus a MVK v prvej fáze exit pollu – takzvanom vzorkovaní. Zatiaľ čo Focus napodobňuje zahraničné modely a okrsky pre exit poll vyberá v dvoch odlišných kolách, ktorých cieľom je vzájomná spätná kontrola, MVK si vystačí s náhodným jednokolovým výberom. Na základe zozbieraných dát ťažko špecifikovať, či v tomto prípade naozaj stačí iba jednokolový výber. Napriek tomu ide o vychýlenie voči americkej metodológii, ktoré nemá primárny pôvod v odlišnosti slovenského politického prostredia.

Za podobný nesúlad so zažitou metodológiou sa dá považovať aj absencia spätného dopytovania voličov, ktorá bola v tejto práci už niekoľkokrát spomenutá. Na jednej strane ide s najväčšou pravdepodobnosťou naozaj o nemožnosť uskutočňovať tento krok v prostredí toľkých politických strán, ktoré pôsobia na slovenskej politickej scéne. Na druhej strane ide bez pochyb o odchýlenie sa od metodológie, ktorá reagovala práve na podobné problémy v Spojených štátoch amerických.

4. Faktor nedostatočnej tradície exit pollov

Objektívnym faktorom je aj stále pomerne krátka história uskutočňovania exit pollov na Slovensku. Napriek tomu, že MVK exit poll uskutočňovala pri každých parlamentných voľbách od roku 1992 (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016), stále ide iba o niečo vyše dvadsaťročnú tradíciu testovanú komplikovaným prostredím politických strán a neustálym vznikáním a zanikáním nových politických subjektov.

Tento fakt môže vplývať v prvom rade na dopytovaných voličov, ktorí môžu byť oveľa náchylnejší nezveriť sa anketárom so svojimi preferenciami. Napriek

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

využívaniu všetkých dostupných foriem motivujúcich ľudí k účasti na exit polle tak slovenskí anketári zápasia s problémom, ktorý sa v americkom kontexte skloňuje v oveľa menšej miere. Rozštiepenosť domácej politickej scény najmä na pravicovej časti spektra je ťažko porovnateľná aj s okolitými krajinami, ktoré taktiež nevyžívajú model dvoch strán. Práve preto je náročné hľadať akékoľvek vhodné porovnanie za hranicami Slovenska.

5. Faktor skrytých voličov

Posledný možný faktor zlyhávania exit pollov je ten azda najdiskutovanejší. Vo väčšinovej miere sa mu pripisovala vina na zlyhaní exit pollov počas parlamentných volieb v rokoch 2010 a 2012. Ide o faktor skrytých alebo hanblivých voličov (*shy voters*), s ktorým v rozhovoroch často operujú aj šéfovia prieskumných agentúr. Na nepresných exit polloch v spomínaných rokoch mal bez pochyb veľký vplyv. Podľa Pavla Haulíka z MVK môžu mať takíto voliči, ktorí sa odmietli zúčastniť na exit polle a anketárov radšej obišli pocit, „že ich hlas nie je považovaný za rovnocenný“ (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016). V konečnom dôsledku je však faktor skrytého voliča len dôsledkom vyššie spomenutých nedostatkov, ktoré motivujú či demotivujú voličov k neúčasti na exit polle. Či už ide o systematické kontaminovanie prostredia na vykonávanie exit pollov a akýchkoľvek prieskumov verejnej mienky, zlú reputáciu prieskumných agentúr alebo krátku históriu ich existencie a nedostatočnú mieru oboznámenosti voličov či celej spoločnosti s fenoménom exit pollov.

Spomínaný fenomén však podľa slov Pavla Haulíka prakticky vymizol počas exit pollov konaných počas parlamentných volieb v rokoch 2002 a 2006 a objavil sa až opätovne pri exit polloch v rokoch 2010 a 2012 (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016). Dokonca sa s výhľadom marcových parlamentných volieb zdá, že by tento fenomén mohol opäť z verejného diskurzu spojeného s exit pollmi aspoň na nejaký čas takmer úplne vymiznúť. Skrytých voličov by zásluhou oveľa menej vyhrotenej predvolebnej kampane pred nasledujúcimi parlamentnými voľbami v marci 2016 a nespochybniteľnej letargii na politicky rozštiepenom pravicovom spektre mohlo výrazne ubudnúť. Voliči Smeru by už nemali mať pocit „druhoradých“

Olišovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

voličov, ktorí by sa za svoje preferencie mali pred ostatnými voličmi, ako i pred anketármi agentúr hanbiť a vo väčšej miere by mali odpovedať na otázky anketárov (Osobný rozhovor s Pavlom Haulíkom, 5.1.2016). Pokiaľ sa tento predpoklad naplní, celkové výsledky exit pollov by mali byť presnejšie a zlyhanie z ostatných dvoch prípadov by sa nemalo opakovať.

Záver

V slovenských reáliách sa pri ostatných dvoch zlyhaniach exit pollov zažila interpretácia faktorom takzvaných skrytých voličov. Voliči Smeru-SD odmietli anketárom hovoriť, koho volili a tým pádom boli exit polly mylné a značne odlišné od finálnych výsledkov. Na neúspech exit pollov však vplyva väčšie množstvo faktorov, ktoré sú medzi sebou previazané. Metodológia exit pollov je rokmi budovaný systém, ktorý napriek úpravám a prispôsobovaniu nedokáže reflektovať všetky premenné závislé či už od krajiny alebo od okolností, v ktorých sa daný exit poll uskutočňuje. Každá jedna z premenných sa svojou mierou prejavuje na výsledku exit pollu a práve preto je opakované argumentovanie iba jedným z nich miernym skresľovaním reality, ktorá je komplikovanejšia.

Zistením tejto práce je aj fakt, do akej veľkej miery je metodológia exit pollu závislá na stave politickej scény v danej krajine. Nejde pritom len o tradíciu politického systému ako takého, ale aj o stabilitu jednotlivých strán na politickom spektre krajiny. Možnosti aplikácie prepracovanej zahraničnej metodológie majú značné limity, ktoré sú často len ťažko prekonateľné. V mnohých prípadoch tak pri absencii niektorých prvkov metodológie nejde o jasné nedostatky prieskumných agentúr, ako skôr o prispôsobenie sa špecifikám lokálnej politickej scény. Je preto odvážne tvrdiť, že slovenské prieskumné agentúry zlyhávajú v aplikovaní metodologických modelov exit pollov na slovenských voličov. Vo väčšine prípadov je ich miera zavinenia „zlyhania“ exit pollu menšia, než miera „kontaminovaného“ prostredia, v ktorom sa exit poll vykonáva.

Existujú faktory, ktoré sa dajú v súvislosti so slovenskými exit pollmi ovplyvniť len veľmi ťažko. Je veľmi náročné predstaviť si zmenu systému politických strán a celej politickej scény, ktorá by bez výrazných zásahov do podstaty celého zriadenia dokázala vygenerovať priaznivejšie prostredie pre exit polly. Rovnako ťažko si predstaviť umelé urýchlenie prirodzeného zoznamovania sa s fenoménmi spojenými so slobodnými voľbami, medzi ktoré patria aj exit polly. Napriek tomu bez pochyb existuje niekoľko faktorov, ktoré sa ovplyvniť dajú a nedá sa pri nich jednoducho

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

vyhovárať iba na krátku tradíciu demokracie, volieb či samotných exit pollov v tunajšom prostredí.

Možné nápravy

Pri skúmaní možných priestorov na vylepšenie exit pollov a zabránenie ich budúcemu zlyhávaniu v slovenských podmienkach je v prvom rade potrebné venovať sa priestoru, v ktorom sú vykonávané. A ten je, podľa názoru odborníkov uskutočňujúcich exit polly, kontaminovaný najmä politikmi. Ich úlohou by teda malo byť zabránenie ďalšiemu znehodnocovaniu prostredia pre prieskumy, ktoré je citlivé na všetky odsúdenia akýchkoľvek prieskumov. Je potrebné rozlišovať medzi skutočne manipulatívnymi formami, ktoré sa tvária ako prieskumy verejnej mienky a ozajstnými sociologickými prieskumami, ktoré prinášajú dôležité dáta pre všetky zúčastnené strany – agentúry, politikov, voličov a najmä sociológov.

Priestor na zlepšenie sa je samozrejme aj na strane prieskumných agentúr. Tie by mali časom vycizelovať metodológiu exit pollov, ktorá by dokázala lepšie zapadnúť do kontextu slovenskej politickej reality a vhodnejšie na ňu reagovať. Pomôcť by im pritom mal aj jeden nevyhnutný faktor – čas. S každým ďalším exit pollom by malo prichádzať k spoznávaniu voličských skupín a ich špecifik a aspoň do istej miery by sa malo dať do budúcnosti zabrániť zlyhaniu prameniáciom z nesprávneho odhadnutia či akéhokoľvek podcnenia elektorátu v slovenskej spoločnosti.

Čas by mal rovnako pomôcť aj pri kryštalizovaní scény samotných prieskumných agentúr. Čím ďalej, tým viac by sa mali prejavovať rozdiely medzi agentúrami s dostatočnou tradíciou a transparentným prístupom k prieskumom verejnej mienky, v porovnaní s narýchlo vzniknutými pseudoagentúrami konajúcimi na jasnú objednávku zadávateľa. Tento rozdiel by si mali čím ďalej, tým viac uvedomovať aj hlavní prijímatelia prieskumov – voliči. Tí by mali byť v konečnom

Olšovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

dôsledku oveľa menej náchylní naletieť na netransparentné a manipulatívne prieskumy.

Svoju rolu vo vylepšení výsledkov exit pollov by mali jeho koneční zákazníci – voliči, zohrať aj po inej, možno ešte dôležitejšej stránke. Nemali by sa vyhýbať anketárom a úprimne odpovedať na ich otázky, ktoré môžu v konečnom dôsledku každej zo strán iba pomôcť. Anketári a prieskumné agentúry získajú dôležité a čo najpresnejšie sociologické dáta o slovenských voličoch a voliči získajú na oplátku čo najpresnejšie predbežné výsledky volieb prakticky ihneď po uzatvorení volebných miestností.

Možný ďalší výskum

Fenomén exit pollov je na Slovensku stále pomerne neprebádaný a závislý od metodológie úzkej skupiny prieskumných agentúr, ktoré sú schopné exit polly v aspoň primeranej kvalite uskutočňovať. Každá agentúra operuje na základe vlastnej metodológie, ktorá je v niečom špecifická. Doposiaľ napríklad neprišlo k hlbšej analýze rôznych prístupov agentúr pri uskutočňovaní exit pollov v slovenských podmienkach. Rovnako neprišlo k porovnaniu týchto prístupov s geograficky či politicky bližšou krajinou. Podľa organizácie ESOMAR existuje niekoľko pravidiel, podľa ktorými by sa mali prieskumné agentúry pri zverejňovaní svojich prieskumov riadiť (Hruška, 2014). Za pozornosť by určite stálo konfrontovať etablovanejšie slovenské prieskumné agentúry s týmito pravidlami a byť tak lepšie schopný odlišiť aj medzi nimi.

Zo sociologického hľadiska by stálo za pozornosť venovať sa fenoménu skrytého voliča a pátrať po jeho skutočných motiváciách. Je za odmietnutím vyplnenia dotazníka pri exit polle strach, nechota alebo čistá a politicky apatická ignorácia zo strany voliča? Aký vplyv na takéto správanie majú politici a aký médiá či samotné prieskumné agentúry? Mení sa takýto postoj voličov v čase a čo ho najviac ovplyvňuje?

Olišovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

V prípadnej ďalšej časti práce by sa dalo prípadne zamerať aj na budúcnosť exit pollov v dobe internetu a stále rýchlejších informácií. Bude využiteľnosť exit pollov (a prieskumov verejnej mienky ako takých) narastať alebo nie? Aký zmysel a úlohu majú exit polly v čase stále rýchlejších informácií a internetu s veľkou rolou sociálnych sietí?

Bibliografia

- Andersen, A. L., & Jensen, T. (2010). Exit Polls and Voter Turnout. Department of Economics, University of Copenhagen
- Best, S. J., & Krueger, B. S. (2012). Exit polls: Surveying the American electorate, 1972-2010. Retrieved from http://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/47512_ch_1.pdf
- Cosgrove, B. (2014, May 4). 'Dewey Defeats Truman': The Story Behind a Classic Political Photo. Retrieved January 31, 2016, from <http://time.com/3879744/dewey-defeats-truman-the-story-behind-a-classic-political-photo/>
- Galko, Ľ. (2016, January 14). Čo má spoločné MVK a Polis? Čísla vycucané z prsta | HNblogy. Retrieved January 31, 2016, from <http://blogy.hnonline.sk/lubomir-galko/co-ma-spolocne-mvk-a-polis-cisla-vycucane-z-prsta-3>
- Glenday, J. (2013, March 11). Opinion polls explained: How to read them and why they matter. Retrieved January 17, 2016, from <http://www.abc.net.au/news/2013-03-11/opinion-polls-explained-how-to-read-them/4561332>
- Gravetter, F. J., & Wallnau, L. B. (2002). Essentials of statistics for the behavioral sciences (8th ed.). Pacific Grove, CA: Wadsworth
- Greiner, D. J., & Quinn, K. M. (2012). Long Live the Exit Poll. *Dædalus, the Journal of the American Academy of Arts & Sciences*. doi:10.1162/DAED_a_00170
- Grimshaw, S. D.; Christensen, H. B.; Magleby, D. B.; and Patterson, K. D. (2004). Twenty Years of the Utah Colleges Exit Poll: Learning by Doing, *Chance*, 17 (2), 32-38
- Haulík, P. (2010, July 10). Haulík: Exit poll bol najväčší omyl kariéry. Interview by M. Jaslovský. Retrieved September 19, 2015, from <http://www.sme.sk/c/5458972/haulik-exit-poll-bol-najvacsi-omyl-kariery.html>
- Hruška, M. (2014, January 13). *Sme.sk*. Retrieved January 17, 2016, from <http://domov.sme.sk/c/6986521/co-potrebuju-vediet-o-prieskumoch-verejnej-mienky.html>
- Jones, T. (2016). Dewey defeats Truman - Chicago Tribune. Retrieved January 31, 2016, from <http://www.chicagotribune.com/news/nationworld/politics/chicagodays-deweydefeats-story-story.html>
- Kern, M. (2016, January 24). Neverte všetkým prieskumom, niektoré sú uletené. Retrieved January 31, 2016, from <https://dennikn.sk/347570/neverte-vsetkym-prieskumom-niektore-nich-su-uletene/?ref=top>

Olšovský: Exit poll: prečo sú take nepresné?

- Krempaský, J. (2012, March 11). sme.sk. Retrieved from <http://www.sme.sk/c/6295617/exit-polly-boli-velmi-nepresne-americanovi-vysli.html>
- Morton, R. B., Muller, D., Page, L., & Torgler, B. (2013). Exit polls, turnout, and bandwagon voting: evidence from a natural experiment
- Patnam, M. (2012). Learning from exit polls in sequential elections. Retrieved from Center for Research in Economics and Statistics website: http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/economics/events/seminars-workshopsconferences/conferences/mysore/programme/election_mpatnam.pdf
- Ritomský, A. (2011). Procedúry výberu respondentov v kvantitatívnom výskume (Master's thesis, Ústav aplikovanej psychológie FSEV UK, Bratislava). Retrieved from http://sapa.ff.upjs.sk/images/files/88_1521655355_71_Ritomsky.pdf
- Rybař, M., Baboš, P., Gál, Z., Mišík, M., Plenta, P., Kluknavská, A., & Tóth, G. (2014). Politická participácia na slovensku v kontexte parlamentných volieb 2012. Retrieved from https://fphil.uniba.sk/fileadmin/fif/katedry_pracoviska/kpol/Publikacie/Publikacie/Vol__by_2012_cele.pdf
- Scheuren, F., & Alvey, W. (2008). Elections and exit polling. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons
- SITA. (2013, September 15). Sme.sk. Retrieved January 31, 2016, from <http://domov.sme.sk/c/6935067/fico-focus-sa-radi-s-kdh-mvk-urobi-odhad-na-zelanie.html>
- The Slovak Spectator. (2012, March 11). Election 2012: Exit polls: Smer leads; KDH in second. Retrieved from <http://spectator.sme.sk/c/20042735/election-2012-exit-polls-smer-leads-kdh-in-second.html>

Olišovský: Exit polly: prečo sú take nepresné?

Prílohy

1. Rozhovor s riaditeľom agentúry Focus Martinom Slosiarikom
2. Rozhovor s riaditeľom agentúry MKV Pavlom Haulíkom