

Odgłupiacz – 2

5 kwietnia 2016

Manipulacja sondażami jest jednym z częściej używanych narzędzi sterowania zachowaniami ludzi, które to ma wpływ zarówno na wynik wyborów, jak też podejmowanie bieżących decyzji na temat poparcia, lub braku poparcia jakiegoś działania – np. dziś sprawy aborcji, czy imigrantów.

Sondaże mogą przynieść efekt wprost – na zasadzie społecznego dowodu słuszności omówionego w książce Roberta Cialdiniego „Wywieranie wpływu na ludzi”. Człowiek zakłada, że skoro duża grupa ludzi jest „za”, to najprawdopodobniej większość ma rację i dołącza się do tej grupy. Ten trick jest wykorzystywany zarówno komercyjnie w reklamie np. „Nasze produkty kupuje już ponad połowa Polaków” jak i w pokrewnym mu marketingu politycznym.

Za pomocą odpowiednich sondaży można w polityce wywołać 4 rzeczy:

- Poparcie na poziomie grubo powyżej granicy progu – np. powyżej 10% daje wyborcy pewność, że nie „straci głosu” i zachęca do głosowania na to ugrupowanie. Następuje marginalizacja mniejszych. Przykładem może być tu powstanie partii Nowoczesna, która była mało komu znana w pierwszym sondażu, który ją uwzględnił uzyskała od razu poparcie rzędu 10%.

- Poparcie oscylujące wokół progu wyborczego powoduje, że wyborcy są łatwym łupem dla „partii drugiego wyboru”. Partia drugiego wyboru to taka na którą wyborca by zagłosował, gdyby podstawowa nie startowała. Większa partia tradycyjnie będzie kraść głosy mniejszych apelując: „nie marnuj głosu” i przyczyniając się do betonowania sceny politycznej.

- Ciekawym przypadkiem użycia sondaży jest zmotywowanie elektoratu negatywnego publikując sondaże, w których konkurent

ma poparcie nieznacznie wyższe. Wtedy jest większa szansa, że ludzie pójdą głosować ze strachu, żeby przeciwnik nie wygrał.

– Mniejsze ugrupowania można wreszcie w sposób bezczelny w sondażu pominąć, aby nikt przypadkiem się o nich nie dowiedział.

Oto przykłady wykorzystania sondaży:

– W badaniu TNS widzimy, że partia KORWiN nie istnieje wcale (patrz Newsweek.pl).

– W grudniu 2015 z badania IBRiS dowiedzieliśmy się, że Nowoczesna przegoniła PiS i ma 30% (patrz Newsweek.pl).

– Z kolejnego badania IBRiS dowiadujemy się, że PiS-owi w kwietniu się zmniejszyło (patrz Fakt.pl). Biorąc pod uwagę, że w grudniu 2015 ten sam IBRiS przewidywał PiS-owi przegraną z Nowoczesną i 27%, to 29% 1 kwietnia to chyba wzrost, a nie spadek?

– Badania CBOS z 21.03.2016 r. pokazują 16% dla Nowoczesnej i 34% dla PiS (patrz TVPParlament.pl).

Zgodnie z badaniami poparcie Nowoczesnej w grudniu 2015 wynosiło 30%, następnie spadło 21 marca 2016 według CBOS do 16%. Następnie w rekordowym czasie 10 dni Nowoczesna odzyskała 11% i dostała 27,3%. Czy to jest możliwe? Nie – nie jest! Tak samo jak nie jest możliwe, aby ugrupowanie, o którym nikt nie słyszał w pierwszym sondażu uzyskało poparcie rzędu 10%. Dobrze przeprowadzone badania preferencji wyborczych są obarczone błędem statystycznym rzędu 2,5%. Rozstrzał na poziomie 10%, czy 15% nie mogą być wytłumaczone inaczej jak tym, że sondaż jest przekłamany.

Możemy jedynie zastanowić się, czy przekłamanie wynika z celowego fałszerstwa, czy z niekompetencji. Dobrania złej próby, czy pisania na kolanie odpowiedzi przez nie pilnowanych przez nikogo ankieterów. Ponieważ nie mam własnych sondaży nie

jestem też w stanie powiedzieć która firma sondażowa sfałszowała badania, a która jest w miarę rzetelna. Nie mam też dowodów na to, że ktoś badania celowo fałszuje. Mam tylko mocne poszlaki.

Sondażownie działają sprytnie. Im bliżej dnia wyborów tym badania są bliższe prawdziwemu wynikowi wyborów, aby nikt nie mógł zarzucić fałszerstwa, lub niekompetencji. Ale przez wiele poprzedzających miesięcy badania te miały wpływ na kształtowanie się postaw wyborców.

Sondażownie mogą sfałszować badania preferencji na wiele różnych sposobów – bardziej bezczelnych i bardziej wyrafinowanych. Mogą wziąć, lub nie wziąć pod uwagę ludzi, którzy nie poszliby głosować. Mogą przeprowadzić badania w miejscu, gdzie tradycyjnie jest większe poparcie dla danej partii. Mogą przyjąć metodę badania, która wprowadzi błąd – np. ankietując ludzi na przystanku autobusowym wykluczamy użytkowników samochodów. Ankietera można postawić w niedzielę przed kościołem, albo przed centrum handlowym – wynik będzie zupełnie inny. Można zrobić sondaż telefoniczny i wyłączyć z badania ludzi nie posiadających telefonu, albo dzwonić do tych, którzy wiadomo kogo popierają. Można wyczytywać nazwy partii bez zmiany kolejności wyczytywania i zawsze pierwsza wyczytana partia dostanie więcej. Można w końcu po prostu sfałszować badanie dorzucając do ankiet prawdziwych garść sfałszowanych, bo nikt tego i tak nie sprawdza.

Następnie sfabrykowane badania są wykorzystywane przez dziennikarzy i media masowego rażenia do sterowania ciemnym ludem, który daje się wodzić za nos. Na rynku badania opinii jest taki bałagan, że za odpowiednią cenę możemy sobie praktycznie kupić badania takie, jakie nam odpowiadają.

Jeszcze zabawniejsze jest publikowanie sond na stronach internetowych oraz sondy SMS w stacjach TV. Na ich podstawie budowane są potem artykuły, czy reportaże i dowiadujemy się, że „większość naszych czytelników/widzów twierdzi, że...”.

Po pierwsze właściciel strony lub redaktor stacji TV może ustawić sobie dowolny odpowiadający mu docelowy wynik badania. Po drugie brygady aktywistów konkretnej partii mogą sztucznie „nabić” wynik. Po trzecie w końcu zależnie gdzie zamieszczony będzie ten sondaż taki będzie wynik. Korwin będzie miał 95% poparcia na swojej stronie, Zandberg będzie miał 95% poparcia na stronie Partii Razem, Jarosław Kaczyński będzie miał 95% poparcia na frondzie, czy Gazecie Polskiej, a w „Neewsweeku” 95% będzie go nienawidziło.

Na pytanie „Czy wędkujesz?” zamieszczonej na stronie Polskiego Związku Wędkarskiego 95% odpowie, że wędkuje, co nie będzie oznaczało, że 95% Polaków wędkuje, tylko 95% członków PZW to robi.

Tzw. badania sondażowe są najczęściej tylko „podkładką” do wygenerowania odpowiedniego leadu. Lead to tytuł artykułu, który pojawia się na stronie głównej portalu dezinformacyjnego, czy jako plansza w TV. Wiele osób nie wchodzi nawet w taki artykuł, ale zapamiętuje sam lead. Badania sondażowe pozwalają wygenerować leady typu: „Nowoczesna triumfuje nad PiS”, „Platforma tonie”, „Partia Razem bez szans”, „Kukiz’15 się skończył”, „Przedwczesny pogrzeb SLD” (bo im wzrosło z 3 na 4%) itp.

Jeśli chcesz zachować czystość umysłu nie czytaj, nie oglądaj wyników sond i sondaży, albo przyjmij z góry założenie, że jest zupełnie na odwrót. I nie przyswajaj leadów bez czytania treści, bo często są fałszywe – ale o tym w innym odcinku.

Autorstwo: Oszołom Jeden

Źródła: Gazecia.pl, WolneMedia.net