

ROBERT ALBERSKI, AGNIESZKA ŁUKASIK-TURECKA,
MAGDALENA MUSIAŁ-KARG, DANUTA PLECKA,
AGNIESZKA TURSKA-KAWA,
KAROLINA TYBUCHOWSKA-HARTLIŃSKA,
WALDEMAR WOJTASIK

RAPORT Z BADAŃ
W RAMACH PROJEKTU
„PREFERENCJE POLITYCZNE.
POSTAWY – IDENTYFIKACJE – ZACHOWANIA 2013”

Od 2009 roku, z inicjatywy środowisk naukowych skupionych w ośrodkach katowickim, toruńskim oraz wrocławskim, został zainicjowany ogólnopolski projekt badawczy „Preferencje polityczne. Postawy – Identyfikacje – Zachowania”. Jego pierwotnym celem była eksploracja problematyki postaw politycznych i zachowań wyborczych, szczególnie czynników determinujących identyfikacje polityczne. Wychodząc z przekonania, że stopień zaangażowania obywateli i ostatecznie podejmowane decyzje w procesie wyborczym warunkowane są wieloma czynnikami, do projektu zostali zaproszeni przedstawiciele różnych naukowych specjalności, dzięki czemu stanowił on od samego początku interdyscyplinarne studium analizy uwarunkowań postaw i zachowań wyborczych. Jego wyniki regularnie są prezentowane na łamach czasopisma „Political Preferences” oraz w innych publikacjach członków zespołu.

W listopadzie i grudniu 2013 roku projekt został zrealizowany po raz piąty. Był to rok szczególny, bowiem zdecydowanie rozszerzył się zespół, przeprowadzający badania zarówno pod względem ilościowym, jak też dyscyplin i specjalizacji prezentowanych przez badaczy. Dzięki temu badania stały się w większym stopniu interdyscyplinarne, a ich analiza uległa rozszerzeniu o kilka nowych interesujących wątków. Projekt realizowali naukowcy z wiodących ośrodków akade-

mickich w całej Polsce: Uniwersytetu Warszawskiego, Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II, Uniwersytetu Wrocławskiego, Uniwersytetu Gdańskiego, Uniwersytetu Szczecińskiego, Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach.

Podobnie jak w poprzednich latach, w 2013 roku projekt ukierunkowany został na rozpoznanie determinant zachowań wyborczych oraz identyfikacji politycznych i partyjnych. Badania uwarunkowań oraz motywacji obywateli do aktywnego udziału w życiu politycznym są istotne z punktu widzenia budowania społeczeństwa obywatelskiego, którego jednym z ważnych wymiarów jest partycypacja wyborcza. Ponadto autorzy projektu poszukiwali również czynników różnicujących elektoraty partyjne i jednostki o odmiennych deklaracjach ideologicznych w zakresie postaw wobec istotnych społecznie kwestii.

Jednym z celów metodologicznych badań było wykrystalizowanie profili społeczno-demograficznych na płaszczyźnie możliwej dywersyfikacji zachowań wyborczych i identyfikacji politycznych. Profile te objęły zmienne socjodemograficzne (płeć, stan cywilny, wiek, status zawodowy, województwo, miejsce zamieszkania: miasto-wieś), społeczno-ekonomiczny status badanych (status materialny, dochody w gospodarstwie domowym, deklarowana sytuacja materialna), identyfikacje polityczne w kategoriach preferowanej partii oraz umiejscowienia deklaracji ideologicznych i ich transpozycję na skali lewica-prawica. Zmienne społeczne są jednymi z podstawowych czynników, pozwalających indywidualizować identyfikacje polityczne wyborców. Wiedza o związkach pomiędzy czynnikami społecznymi a postawami i zachowaniami politycznymi jest istotna zarówno w wymiarze eksplanacyjnym, jak i deskryptywnym oraz prognostycznym.

Badania zostały przeprowadzone na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków, posiadających czynne prawo wyborcze (N=1039). Próba została dobrana w sposób kwotowo-warstwowy (populacja została podzielona w sposób kompletny i rozłączny na warstwy, które stanowią województwa, natomiast procedurą doboru kwotowego objęto następujące zmienne: miejsce zamieszkania (miasto-wieś), płeć oraz wiek. Badania właściwe poprzedzone zostały pilotażem (N=200), przeprowadzonym we wrześniu i w październiku 2013 roku, którego celem było zweryfikowanie narzędzia badawczego – przydatności poszczególnych kwestii pod względem ich zrozumiałości, jak również procesów organizacyjnych, związanych z procesem badawczym.

Badania w poszczególnych regionach Polski koordynowane były przez osoby biorące udział w projekcie. Zostały one poinformowane o procedurze przeprowadzania badań oraz znały istotę pomiaru narzędziem badawczym. Osoby badane

informowane były, że badania przeprowadzane się przez zespół pracowników wyższych uczelni, a ich wyniki posłużą wyłącznie celom naukowym. Dodatkowo podkreślana była informacja o pełnej anonimowości wypełnianego kwestionariusza, na każdym etapie procedury opracowywania i publikacji wyników badań.

Badania zostały zrealizowane przy wykorzystaniu skonstruowanego dla celów badawczych kwestionariusza. Narzędzie składało się z trzech części. Część pierwsza została ukierunkowana na rozpoznanie socjoekonomicznych i demograficznych charakterystyk wyborców. W drugiej części badaczy interesowały preferencje polityczne respondentów operacjonalizowane przez pytanie o deklaratywną gotowość do aktywności wyborczej i o kierunek alokacji głosu w wyborach, gdyby miały miejsce w najbliższą niedzielę. Respondenci byli również proszeni o zadeklarowanie miejsca w ramach jednowymiarowej przestrzeni politycznej lewica-prawica. Część trzecia miała na celu eksplorację różnych obszarów zachowań społecznych, postaw, wartości, przekonań, które mogą istotnie różnicować zachowania wyborcze. Respondenci proszeni byli w niej o ustosunkowanie się do szeregu twierdzeń na pięciostopniowej skali z kafeterią odpowiedzi od „zdecydowanie się nie zgadzam” do „zdecydowanie się zgadzam”.

Wśród wielu wątków badawczych ważnym poruszonym obszarem była komunikacja wyborcza. Jednym z tematów eksploracyjnych w tym zakresie stała się weryfikacja poziomu skuteczności reklamy wyborczej emitowanej w radiu. Autorów projektu interesowało to, czy słuchacze rozgłośni radiowych w trakcie kampanii wyborczych zwracają uwagę na to narzędzie komunikowania i czy radiowe reklamy wyborcze wpływają na ich decyzje wyborcze. Wyniki analiz wyraźnie wskazują, że zdecydowana większość ankietowanych nie traktuje radiowej reklamy wyborczej jako źródła wiedzy na temat partii czy kandydatów, biorących udział w wyborach. Zdecydowany prym w tej grupie wiodą ankietowani, określający swoje poglądy jako lewicowe, zwłaszcza sympatycy Sojuszu Lewicy Demokratycznej. Autorzy interpretują tę sytuację jako wynik zarówno wad radia jako nośnika reklam – chodzi tu głównie o nietrwałość przekazu czy trudności w wychyceniu reklamy w trakcie słuchania radia, ale może wynikać również z nieatrakcyjnej formy reklam wyborczych emitowanych w radiu, w tym w ramach nieodpłatnych audycji wyborczych na antenie radia.

Inną płaszczyznę badawczą wypełniały kwestie postaw wobec środowiska naturalnego oraz społeczna percepcja konieczności uwzględnienia tych kwestii wśród priorytetów aktywności partii politycznych. Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że zdecydowana większość społeczeństwa przywiązuje wagę do kwestii ochrony środowiska naturalnego. Wśród elektoratów wszystkich partii relewantnych przeważają odpowiedzi pozytywne, a największe znaczenie do tych

kwestii przywiązują wyborcy Polskiego Stronnictwa Ludowego oraz Twojego Ruchu. Na przeciwległym biegunie znajdują się sympatycy Prawa i Sprawiedliwości, a także osoby deklarujące absencję wyborczą. Ochronie środowiska naturalnego większe znaczenie przypisują osoby deklarujące swe poglądy ideologiczne jako lewicowe. Ponad połowa ankietowanych zgadza się z postawionym w badaniu twierdzeniem, że politycy w swych działaniach powinni w większej mierze uwzględniać zagadnienia ochrony środowiska naturalnego. W znacznej liczbie są to również wyborcy PSL oraz TR, jak też jednostki deklarujące poglądy lewicowe. Otrzymane wyniki badań nie wskazują jednak na generowanie równoczesnego poparcia dla partii „Zielonych” w Polsce. Przyczyn tego stanu autorzy upatrują m.in. w historii, głównie podziale Europy na dwa antagonistyczne bloki polityczno-militarne w drugiej połowie XX wieku, co przyniosło narzucenie państwowym, będącym w obszarze wpływów Związku Radzieckiego, niedemokratycznego systemu politycznego. W momencie, gdy na zachodzie Europy powstawały partie Nowej Lewicy, w Polsce oraz innych państwach środkowoeuropejskich miało miejsce tworzenie pierwszych zrębów opozycji antykomunistycznej. Wpływ na marginalny charakter partii ekologicznych w Polsce miała również działalność samych ugrupowań, które nie potrafiły przebić się ze swą ofertą do opinii publicznej, pomimo że, jak wskazują przedstawione badania, większość Polaków przywiązuje wagę do kwestii ochrony środowiska oraz uważa, że powinny stać się one w większym stopniu obszarem działania polityków.

Kolejnym badanym wątkiem była diagnoza postaw wyborców wobec lidera Platformy Obywatelskiej oraz ocena słuszności w opinii społecznej decyzji J. Gowina o odejściu z PO i utworzeniu nowego ugrupowania. Wyniki przeprowadzonych badań potwierdzają, że według polskich wyborców D. Tusk jest niekwestionowanym liderem PO. Szczególnie wysokie poparcie dla partyjnego przywództwa premiera notowane jest w grupie zwolenników PO, co wydaje się być naturalnym. Aż dziewięciu na dziesięciu wyborców tego ugrupowania nie widzi potrzeby zmiany na czele struktur partyjnych. W odniesieniu do J. Gowina zarówno wyniki badań jak i efekty tegorocznej elekcji do Parlamentu Europejskiego, skłaniają do negatywnej oceny szans ugrupowania Polska Razem na powtórzenie sukcesu Ruchu Palikota z wyborów parlamentarnych 2011. Po pierwsze, Polska Razem nie generuje takiej możliwości przejęcia elektoratu innych partii jak partia J. Palikota. Przeprowadzone badania wskazują na wąskie grono zwolenników Gowina wśród wyborców PO, co znacząco utrudnia wygenerowanie poparcia, potrzebnego do uzyskania parlamentarnej reprezentacji. Po drugie, błędem J. Gowina wydaje się być włączenie do swoich struktur przedstawicieli rozwiązanego ugrupowania

Polska Jest Najważniejsza. Polska Razem utraciła tym samym ważną broń w politycznej rywalizacji, a więc możliwość wykazania swojej personalnej i organizacyjnej odrębności względem ugrupowań od lat tworzących polski system partyjny. Ponadto, identyfikowanie P. Kowala, M. Migalskiego czy A. Bielana z funkcjonowaniem w strukturach PiS mogło znacząco ograniczyć i tak niewystarczające poparcie dotychczasowego elektoratu PO. Po trzecie, szanse Polski Razem wydają się być ograniczone liczebnością wyborców o poglądach konserwatywno-liberalnych. Tegoroczna elekcja do Parlamentu Europejskiego pokazała również, że ta grupa elektoratu (szczególnie jej najmłodszy członkowie) w większym stopniu popiera Kongres Nowej Prawicy, utożsamiany z wyrazistym liderem J. Korwin-Mikkem. Wydaje się, że w obliczu porażki w wyborach do PE oraz stopniowego wycofywania się z życia politycznego części członków, ugrupowania szanse na przetrwanie PRJG w obecnej formie są niewielkie.

Innym obszarem badawczym, podjętym przez autorów projektu, była weryfikacja społecznego zapotrzebowania na nowe partie wśród polskich wyborców oraz zbadanie warunków uzyskania przez nie relewantnej pozycji w systemie partyjnym. W pierwszej kolejności analizie poddano zapotrzebowanie na nowe ugrupowania w odniesieniu do identyfikacji partyjnej wyborców. Potrzebę utworzenia nowej inicjatywy politycznej najczęściej wyrażają wyborcy *innych partii* oraz Twojego Ruchu. Takie stanowisko prezentuje ponad połowa ich wyborców. Wynik ten nie jest zaskoczeniem w przypadku *innych partii*, gdyż do tej właśnie grupy zalicza się elektorat niedawno powstałych formacji – Kongresu Nowej Prawicy, Polski Razem oraz Solidarnej Polski. Wysokie poparcie względem powstawania nowych ugrupowań w przypadku wyborców Twojego Ruchu może wynikać z dwóch kwestii: zmęczenia sceną polityczną i niechęci wobec partii parlamentarnych w tej grupie elektoratu, która wpłynęła na dobry wynik partii Janusza Palikota w wyborach z 2011 roku oraz słabej identyfikacji partyjnej wyborców tego ugrupowania. Może to skutkować większą chwiejnością wyborczą, a co z tym związane, możliwością przepływu preferencji tej grupy elektoratu do innych, także nowych inicjatyw politycznych. Najbardziej sceptycznie do tworzenia nowych ugrupowań odnosi się elektorat Platformy Obywatelskiej. Do wyborców kontestujących zasadność powstawania nowych inicjatyw politycznych należą również osoby deklarujące poparcie względem Prawa i Sprawiedliwości, Sojuszu Lewicy Demokratycznej oraz Polskiego Stronnictwa Ludowego. Wynikać to może z założenia, że elektorat tych partii jest zadowolony z istniejącego układu sił na polskiej scenie politycznej.

Interesujący, z punktu widzenia badaczy zajmujących się przyczynami wyborczej absencji, jest wynik wyborców, deklarujących brak uczestnictwa w elekcji do

Sejmu. Okazuje się bowiem, że niemal co druga osoba w tej grupie oczekuje powstania nowej partii. Może to oznaczać, że jednym z powodów bierności wyborczej tej części elektoratu jest niezadowalająca oferta partyjna, a utworzenie nowej partii o odpowiednim profilu programowym może spowodować jej wyborczą aktywizację.

Ankietowanych zapytano również o możliwość osiągnięcia sukcesu wyborczego przez nowe partie polityczne. Większość polskiego elektoratu jest nastawiona sceptycznie wobec tego zagadnienia. Wyjątkiem w tym względzie są, po raz kolejny, wyborcy *innych partii* oraz Twojego Ruchu. Przeciwnie zdanie w tej sprawie reprezentuje elektorat partii, których przedstawiciele od wielu lat zasiadają w polskim parlamencie. Największymi sceptykami względem sukcesu nowych ugrupowań są wyborcy PO i PiS.

Kolejny interesujący wątek badawczy wynikał z postawionej przez badaczy hipotezy o upodabnianiu się elekcji parlamentarnych do stylu kampanii prezydenckich. Celem eksploracji było zbadanie poziomu prezydenjalizacji zachowań elektoratu w roku niewyborczym. Za wskaźniki służące pomiarowi natężenia tego procesu obrano dwa najbardziej istotne komponenty prezydenjalizacji: personalizację wyborów parlamentarnych oraz debaty liderów dwóch największych partii. W badaniu tym porównano wyniki z 2013 roku z odpowiedziami na takie same pytania w 2012 roku.

Zarówno w badaniu z 2012 i 2013 r. zdecydowana większość badanych zadeklarowała, że profil partii stanowi główną determinantę ich decyzji w wyborach do Sejmu. Jednakże w obu tych sondażach przeważają zwolennicy instytucjonalizacji debat telewizyjnych. W 2013 r. odsetek osób opowiadających się za tymi opcjami, w porównaniu do sondażu z poprzedniego roku, uległ zmniejszeniu. Te spostrzeżenia ogólne pozostają tożsame dla oceny zachowań elektoratów poszczególnych partii. W tej materii wyjątek stanowi jedynie PO, gdzie proporcjonalnie wzrósł odsetek traktujących profil partii jako determinantę swoich decyzji, przy równoległym spadku odsetka opowiadających się za debatami liderów. W każdym z pięciu analizowanych podmiotów jest więcej zwolenników *opcji partyjnej* oraz obligatoryjnego charakteru debat. Jednakże zestawienie rezultatów proporcji odpowiedzi na oba pytania oraz odniesienie ich do wyników z poprzednich badań w przypadku trzech podmiotów (PO, SLD, PSL) doprowadziło do zaskakujących konkluzji. Najbardziej wyrazisty przykład w tej materii stanowi Sojusz. Na tle innych podmiotów, występuje proporcjonalnie najwięcej zwolenników *opcji partyjnej i debat*. To jest oczywiście możliwe, lecz z punktu społecznego postrzegania wyborów parlamentarnych wydaje się ze sobą sprzeczne. Z drugiej strony warto zaznaczyć, że elektorat SLD okazał się najbardziej stabilny

w swoich postawach. W obu sondażach odsetki odpowiedzi na poszczególne pytania są najbardziej ze sobą zbliżone. W 2013 r. za najbardziej sprezydencjalizowane trzeba uznać deklaracje wyborców PiS. W zasadzie nazbyt ze sobą różniczne deklaracje ankietowanych (na przestrzeni dwóch badań) nie dają możliwości określenia takim mianem żadnej z analizowanych grup wyborców. Z kolei elektorat TR okazał się w swoich decyzjach bardziej konsekwentny.

Wskazane wątki to tylko nieliczne obszary badań z tych poruszonych w 2013 roku. Znalazły się wśród nich także analizy postaw wobec udziału kobiet w polityce, celebrytyzacji życia politycznego, poczucia reprezentacji interesów obywatelskich na arenie politycznej, percepcji rzetelności działań politycznych, aktywności obywateli na płaszczyźnie lokalnej i wiele innych. Każdy z nich został przeanalizowany w odniesieniu do preferencji partyjnych oraz autoidentyfikacji ideologicznych. Jednocześnie wszystkie zostały poddane refleksji przez specjalistów, co zaowocowało nie tylko wyczerpującą deskrypcją, ale również próbą dotarcia do przyczyn zdiagnozowanego stanu oraz prognozą możliwych konsekwencji. Zgromadzone analizy przedstawione zostaną na łamach czasopisma „Political Preferences” nr 8/2014 oraz na stronie internetowej www.badania-elektoratu.us.edu.pl, gdzie dostępne są także artykuły z lat wcześniejszych.