



## **CENTRUM BADANIA OPINII SPOŁECZNEJ**

SEKRETARIAT 629 - 35 - 69, 628 - 37 - 04  
ZESPÓŁ REALIZACJI  
BADAŃ 621 - 07 - 57, 628 - 90 - 17  
INTERNET: <http://www.cbos.pl>

UL. ŻURAWIA 4A, SKR. PT.24  
00 - 503 W A R S Z A W A  
TELEFAX 629 - 40 - 89  
E-mail: sekretariat@cbos.pl

BS/191/166/95

### **SPOŁECZNE OCENY KAMPANII WYBORCZEJ'95**

KOMUNIKAT Z BADAŃ

WARSZAWA, PAŹDZIERNIK 1995

PRZEDRUK MATERIAŁÓW CBOS W CAŁOŚCI LUB W CZĘŚCI ORAZ WYKORZYSTANIE DANYCH EMPIRYCZNYCH  
JEST DOZWOLONE WYŁĄCZNIE Z PODANIEM ŹRÓDŁA

Niespełna dwa tygodnie po oficjalnym rozpoczęciu kampanii wyborczej - 9 października telewizja zaczęła nadawanie specjalnych programów wyborczych. W naszych kolejnych sondażach<sup>1</sup> (pierwszy zrealizowaliśmy przed emisją programów wyborczych, drugi - po kilku dniach jej trwania, a trzeci już w trakcie nadawania własnych programów wyborczych pretendentów do fotela prezydenckiego) pytaliśmy badanych m.in. o ocenę dotychczasowego przebiegu kampanii, stosunek mass mediów do poszczególnych kandydatów oraz opinie o ich telewizyjnych programach wyborczych.

### Ogólnikowa i pełna obietnic

Według zdecydowanej większości badanych kampania wyborcza zarówno przed emisją programów telewizyjnych, jak również tydzień po ich nadawaniu obfitowała w wiele pustych haseł i obietnic bez pokrycia.

Tabela 1 w procentach

Czy obecna kampania wyborcza jest:	Wskazania respondentów według terminów badań		
	6-10 X	12-17 X	19-23 X
- konkretna, rzeczowa	7	13	15
- ogólnikowa, pełna pustych haseł	73	71	69
Trudno powiedzieć	20	16	15
Czy w obecnej kampanii wyborczej:			
- pada wiele obietnic bez pokrycia	69	69	70
- pada mało obietnic bez pokrycia	14	15	16
Trudno powiedzieć	17	16	14

<sup>1</sup> Badanie "Aktualne problemy i wydarzenia" (65), 6-10 października '95, reprezentatywna próba losowa dorosłych mieszkańców Polski (N=1126).

Badanie "Omnibus", 12-17 października '95, reprezentatywna próba losowa dorosłych mieszkańców Polski (N=1167).

Badanie "Omnibus II", 19-23 października '95, reprezentatywna próba losowa dorosłych mieszkańców Polski (N=1311).

Podobnie postrzegali ją zarówno badani deklarujący udział w wyborach, jak i wyborczą absencję, przy czym ci ostatni zdecydowanie częściej nie mieli wyrobionej oceny. W pierwszej fazie kampanii więcej konkretów w wystąpieniach kandydatów dostrzegali prywatni przedsiębiorcy oraz zwolennicy Lecha Wałęsy, więcej rzeczowości zaś - popierający Waldemara Pawlaka.

Warto zwrócić uwagę na wzrost odsetka ankietowanych twierdzących, że kampania jest konkretna i rzeczowa. Być może telewizyjne programy wyborcze dostarczyły części respondentów konkretnych informacji o kandydatach i ich programach.

Połowa badanych oceniając dotychczasowy przebieg kampanii wyborczej twierdzi, że jest ona napastliwa i agresywna. Gdy rozpoczęły się telewizyjne programy wyborcze kandydatów, nieco zwiększył się odsetek ankietowanych, którzy tak właśnie ją postrzegają.

Tabela 2

w procentach

Czy obecna kampania wyborcza jest:	Wskazania respondentów według terminów badań		
	6-10 X	12-17 X	19-23 X
- spokojna, nieagresywna	25	32	28
- napastliwa, agresywna	51	50	55
Trudno powiedzieć	24	18	16
- żywa, interesująca	26	38	48
- nudna, nieciekawa	49	42	33
Trudno powiedzieć	24	20	18

Natomiast wyraźnie wzrósł odsetek badanych sądzących, że kampania wyborcza jest żywa i budzi ich zainteresowanie. Liczba zaś tych, którzy postrzegają ją jako spokojną i nienagresywną nie uległa większym zmianom.

Zwolennicy Jacka Kuronia i Hanny Gronkiewicz-Waltz częściej niż inni oceniali początek kampanii jako interesujący. Po emisji w mediach programów wyborczych częściej od pozostałych twierdzili tak popierający Waldemara Pawlaka.

Jedynie dla nieco ponad jednej trzeciej respondentów kwestia wyboru swojego kandydata nie stanowi w obecnej kampanii problemu.

Tabela 3

w procentach

Czy w obecnej kampanii wyborczej:	Wskazania respondentów według terminów badań		
	6-10 X	12-17 X	19-23 X
- łatwo wybrać pomiędzy kandydatami	30	27	38
- trudno wybrać pomiędzy kandydatami	58	65	55
Trudno powiedzieć	13	9	7

W pierwszym etapie najłatwiej było zdecydować się na wybór swojego kandydata zwolennikom Aleksandra Kwaśniewskiego oraz Tadeusza Zielińskiego, a spośród grup społeczno-zawodowych: badanym z wykształceniem wyższym i średnim, kadrze kierowniczej, pracownikom sfery budżetowej, osobom nie uczestniczącym w praktykach religijnych, deklarującym poglądy lewicowe; najtrudniej zaś - badanym popierającym Jacka Kuronia i Jana Olszewskiego oraz ludziom młodym, uczniom i studentom, pracującym w sektorze prywatnym, pracownikom fizyczno-umysłowym. Po rozpoczęciu emisji programów wyborczych w mediach sympatykom Jana Olszewskiego i Aleksandra Kwaśniewskiego najłatwiej było dokonać wyboru spośród wszystkich kandydatów. Zwolennicy Jacka Kuronia oraz popierający prezesa PSL deklarują zaś, że wybór spośród kandydatów jest trudny.

Mimo wzrostu pozytywnych ocen większości aspektów kampanii wyborczej, w jej drugim etapie zwiększyła się liczba badanych twierdzących, że trudno jest im wybrać kandydata. Znalazło to również swój wyraz we wzroście (z 10% do 15%) odsetka tych, którzy nie byli zdecydowani, kogo poprzeć w wyborach. Tak więc, mimo że kampania stała się - w opinii badanych - bardziej racjonalna i merytoryczna, to proces podejmowania decyzji wyborczych nie jest łatwiejszy. Po ukazaniu się własnych programów wyborczych kandydatów wyraźnie wzrósł odsetek respondentów twierdzących, że łatwo jest im wybrać pomiędzy kandydatami. Być może programy pretendentów dostarczyły więcej przesłanek do podjęcia decyzji niż programy prowadzone przez dziennikarzy.

### Brutalna walka o władzę

Pomimo wzrostu pozytywnych ocen większości aspektów kampanii wyborczej, oceniana jest ona przede wszystkim jako walka o władzę.

Tabela 4

w procentach

Które z poniższych określeń najlepiej charakteryzuje, Pana(i) zdaniem, dotychczasową kampanię wyborczą? Obecna kampania wyborcza to:	Wskazania respondentów według terminów badań		
	6-10 X	12-17 X	19-23 X
- spokojna, poważna dyskusja nad sprawami kraju	17	19	21
- brutalna walka o władzę	44	44	46
- urozmaicenie życia politycznego	13	12	14
- w ogóle mnie to nie interesuje	15	17	12
Trudno powiedzieć	11	8	8

W opinii największej grupy badanych dotychczasową kampanię można określić jako brutalną walkę o władzę. Częściej niż inni pogląd taki podzielają respondenci interesujący się polityką oraz deklarujący udział w wyborach.

Różnice w ocenach przebiegu kampanii wyborczej wśród zwolenników czołowych kandydatów nie są znaczące.

Częściej oceniają ją krytycznie zwolennicy Tadeusza Zielińskiego, natomiast popierający Waldemara Pawlaka deklarują brak zainteresowania. Spośród grup społecznych najczęściej jako brutalną walkę o władzę postrzegają kampanię pracownicy umysłowi i fizyczno-umysłowi. Nie interesuje zaś ona przede wszystkim ludzi najstarszych, z wykształceniem podstawowym oraz robotników niewykwalifikowanych.

Tabela 5

w procentach

Które z poniższych określeń najlepiej charakteryzuje, Pana(i) zdaniem, dotychczasową kampanię wyborczą? Obecna kampania wyborcza to:		Elektoraty kandydatów						
		Hanna Gronkiewicz-Waltz	Jacek Kuroń	Aleksander Kwaśniewski	Jan Olszewski	Waldemar Pawlak	Lech Wałęsa	Tadeusz Zieliński
- spokojna, poważna dyskusja nad sprawami kraju	6-10 X	19	22	24	22	10	18	17
	12-17 X	24	15	19	27	33	22	19
- brutalna walka o władzę	6-10 X	47	41	50	45	37	47	59
	12-17 X	46	46	49	36	47	44	58
- urozmaicenie życia politycznego	6-10 X	20	19	12	9	12	11	14
	12-17 X	14	31	17	20	7	8	11
- w ogóle mnie to nie interesuje	6-10 X	8	12	11	14	26	11	4
	12-17 X	6	5	9	7	9	18	2
Trudno powiedzieć	6-10 X	7	5	4	10	16	13	6
	12-17 X	5	3	6	10	4	8	10

Tabela 6

w procentach

Czy obecna kampania wyborcza jest:		Eelektoraty kandydatów						
		Hanna Gronkiewicz--Waltz	Jacek Kuroń	Aleksander Kwaśniewski	Jan Olszewski	Waldemar Pawlak	Lech Wałęsa	Tadeusz Zieliński
żywa, interesująca	6-10 X	38	39	28	24	27	30	31
	12-17 X	46	46	46	33	50	38	43
nudna, nieciekawa	6-10 X	52	41	54	39	38	47	59
	12-17 X	38	42	38	55	35	41	45
konkretna, rzeczowa	6-10 X	5	8	7	6	4	14	8
	12-17 X	21	11	16	13	29	12	10
ogólnikowa, pełna pustych haseł	6-10 X	89	83	80	78	63	68	87
	12-17 X	68	75	75	84	69	67	78
spokojna, nieagresywna	6-10 X	30	32	26	43	35	23	34
	12-17 X	36	31	32	35	46	34	34
napastliwa, agresywna	6-10 X	53	56	62	40	35	54	58
	12-17 X	50	56	55	41	49	49	62
pada w niej wiele obietnic bez pokrycia	6-10 X	76	77	70	69	65	75	80
	12-17 X	71	75	67	64	73	66	83
pada w niej mało obietnic bez pokrycia	6-10 X	15	14	18	16	23	11	10
	12-17 X	9	14	21	21	14	18	13
łatwo wybrać między kandydatami	6-10 X	34	21	53	21	33	34	45
	12-17 X	33	29	43	49	25	38	33
trudno wybrać między kandydatami	6-10 X	60	75	43	76	57	54	51
	12-17 X	63	66	52	47	75	55	62

### Kampania wyborcza w telewizji i w radiu

Trwa kampania przedwyborcza w środkach masowego przekazu. Polacy mają okazję codziennie oglądać kandydatów w programach telewizyjnych oraz słuchać poświęconych im audycji radiowych. Telewizyjne bloki wyborcze cieszą się coraz większym zainteresowaniem - według wyników naszego ostatniego sondażu nie ogląda ich jedynie jedna piąta badanych. Znacznie mniej osób (niespełna jedna trzecia ankietowanych) słucha radiowych programów wyborczych.

				CBOS
Telewizja/radio nadaje audycje wyborcze prezentujące kandydatów na urząd prezydenta.				
	Czy ogląda Pan(i) te programy?		Radio	
	<u>12-17 X</u>	<u>19-23 X</u>	<u>19-23 X</u>	
Tak, większość	23%	32%	8%	
Tak, niektóre	47%	48%	24%	
Nie, nie oglądam (nie słucham)	30%	20%	68%	

Zainteresowanie telewizyjnymi programami wyborczymi w dużej mierze zależy od wieku badanych. Stosunkowo najmniej interesują się nimi ludzie młodzi, poniżej 34 roku życia. Rzadziej oglądane są na wsi niż w miastach, zwłaszcza wielkich.

Na początku kampanii wyborczej systematycznymi odbiorcami tych programów były w zdecydowanej większości osoby zgłaszające chęć wzięcia udziału w wyborach. Obecnie zainteresowanie nimi wzrosło także wśród badanych nie zamierzających głosować.



Tabela 7

w procentach

Czy Pan(i) pójdzie głosować czy też, jak wiele innych osób, nie weźmie udziału w wyborach?	Czy ogląda Pan(i) telewizyjne programy wyborcze?					
	Większość		Niektóre		Nie oglądam	
	12-17 X	19-23 X	12-17 X	19-23 X	12-17 X	19-23 X
Na pewno wezmę udział	27	37	51	49	22	15
Jeszcze nie wiem, waham się	9	11	41	46	50	43
Nie wezmę udziału	8	11	29	46	63	43

Respondentów oglądających programy wyborcze w telewizji i słuchających audycji radiowych prezentujących kandydatów zapytaliśmy o najważniejsze powody tego postanowienia. Z wypowiedzi badanych wynika, że znacznie częściej szukają oni w telewizyjnych programach wyborczych potwierdzenia powziętej już decyzji co do wyboru "swojego" kandydata niż przesłanek do jej podjęcia. Do oglądania tych programów najczęściej skłania bowiem chęć dowiedzenia się czegoś więcej o poglądach wybranego kandydata bądź też porównania programów innych pretendentów do fotela prezydenckiego.

	CBOS		
Jaki jest najważniejszy powód, dla którego ogląda (słucha) Pan(i) te (tych) programy(ów)? Czy ogląda (słucha) je (ich) Pan(i) dlatego, że:	telewizja		radio
	12-17 X	19-23 X	19-23 X
- chce Pan(i) dowiedzieć się czegoś więcej o poglądach wybranego kandydata	35%	34%	32%
- chce Pan(i) porównać programy wyborcze różnych kandydatów	25%	25%	23%
- jest to okazja do posłuchania ciekawych dyskusji politycznych	14%	15%	15%
- jest włączony telewizor (radio) - oglądam (słucham) mimochodem	13%	12%	18%
- chce Pan(i) zdecydować się, na kogo głosować	11%	10%	9%
- dla odprężenia, rozrywki	2%	3%	2%
	<b>N=817</b>	<b>N=1046</b>	<b>N=417</b>

Mimo że tylko co dziesiąty badany stwierdza, iż ogląda telewizyjne programy wyborcze po to, aby zdecydować, na kogo oddać głos, to jednak kilkakrotnie więcej osób przyznaje, że programy te wpłyną na jego decyzję wyborczą. Co więcej, odsetek badanych stwierdzających, że telewizyjne programy wyborcze wpłyną na jego decyzję, wzrasta w miarę rozwoju kampanii.

			CBOS
Jak Pan(i) s dzi, czy telewizyjne programy wyborcze wpłyn czy te nie wpłyn na to, jak Pan(i) post pi w dniu wyborów?			
	<u>12-17 X</u>		<u>19-23 X</u>
Zdecydowanie będą miały wpływ	9%		12%
Raczej będą miały wpływ	25%		34%
Raczej nie będą miały wpływu	26%		26%
Zdecydowanie nie będą miały wpływu	32%		24%
Trudno powiedzieć	8%		4%
	<b>N=817</b>		<b>N=1046</b>

Warto dodać, iż osoby, które jako swoich kandydatów wskazały Aleksandra Kwaśniewskiego, Lecha Wałęsę i Tadeusza Zielińskiego znacznie częściej niż ci, którzy zamierzają głosować na Hannę Gronkiewicz-Waltz lub Jacka Kuronia, twierdzą, że telewizyjne programy wyborcze nie wpłyną na ich decyzję w dniu wyborów.

Tabela 8

w procentach

W wyborach prezydenckich zamierza głosować na:	Telewizyjne programy wyborcze na decyzję w dniu głosowania		
	19-23 X		
	wpłyną	nie wpłyną	Trudno powiedzieć
Aleksandra Kwaśniewskiego	39	58	3
Tadeusza Zielińskiego	52	44	5
Lecha Wałęsę	40	57	3
Jacka Kuronia	37	60	3
Hannę Gronkiewicz-Waltz	39	55	6

Interesowało nas, jak badani oceniają audycje wyborcze poszczególnych kandydatów.

CBOS		
Którzy kandydaci mają, Pana(i) zdaniem, najciekawsze, najlepsze audycje wyborcze?*		
	<u>12-17 X</u>	<u>19-23 X</u>
▶ Aleksander Kwaśniewski	33%	43%
▶ Jacek Kuroń	18%	19%
▶ Hanna Gronkiewicz-Waltz	16%	14%
▶ Tadeusz Zieliński	16%	16%
▶ Lech Wałęsa	12%	16%
▶ Jan Pietrzak	12%	8%
▶ Janusz Korwin-Mikke	5%	11%
▶ Waldemar Pawlak	5%	8%
▶ Leszek Moczulski	5%	5%
▶ Andrzej Lepper	4%	9%
▶ Marek Markiewicz	3%	6%
▶ Tadeusz Koźluk	2%	2%
▶ Jan Olszewski	2%	5%
▶ Lech Kaczyński	1%	1%
Żaden	4%	2%
Trudno powiedzieć	24%	17%
	<b>N=817</b>	<b>N=1046</b>
* Suma odsetek przekracza 100, ponieważ badani mogli wskazać kilku (nie więcej niż trzech) kandydatów.		

Spośród elektoratów pięciu czołowych kandydatów<sup>2</sup> najbardziej zadowoleni z audycji swojego faworyta okazali się zwolennicy Aleksandra Kwaśniewskiego.

<sup>2</sup> Liczebność zwolenników pozostałych kandydatów wśród oglądających wyborcze audycje telewizyjne była zbyt mała, by poddać ich opinii analizie korelacyjnej.

Tabela 9

12-17 X

w procentach

W wyborach prezydenckich zamierza głosować na:	Jako najlepsze wskazuje audycje				
	Aleksandra Kwaśniewskiego	Lecha Wałęsy	Hanny Gronkiewicz-Waltz	Jacka Kuronia	Tadeusza Zielińskiego
Aleksandra Kwaśniewskiego	75	4	15	17	24
Lecha Wałęsę	9	38	15	14	12
Hannę Gronkiewicz-Waltz	18	2	40	13	9
Jacka Kuronia	19	12	29	47	10
Tadeusza Zielińskiego	42	4	7	16	46

Zapytaliśmy również badanych oglądających telewizyjne audycje wyborcze o ich ogólną ocenę. Interesowało nas, jaką wnoszą one wiedzę o kandydatach i ich poglądach oraz czy pozwalają lepiej zrozumieć problemy kraju. Ocena ta wypadła nie najlepiej. Połowa odbiorców tych programów stwierdziła, że nie dowiedziała się niczego nowego ani ważnego o kandydatach i ich poglądach. Opinię, że audycje te pozwalają lepiej zrozumieć problemy kraju wyraża tyle samo badanych, co twierdzi, iż wprowadzają tylko zamęt (po 42%).

		CBOS	
Czy dowiedział(a) si Pan(i) z tych audycji wyborczych czego nowego i wa nego o kandydatach i ich pogl dach czy te nie?			
		<u>12-17 X</u>	<u>19-23 X</u>
Tak		41%	46%
Nie		53%	50%
Trudno powiedzieć		6%	4%
Czy, Pana(i) zdaniem - ogólnie rzecz bior c - nadawane w telewizji audycje wyborcze:			
		<u>12-17 X</u>	<u>19-23 X</u>
- pozwalają ludziom lepiej zrozumieć problemy kraju		43%	42%
- wprowadzają tylko zamęt		42%	42%
Trudno powiedzieć		15%	16%
		<b>N=817</b>	<b>N=1046</b>

Interesujące, że wśród badanych z wyższym wykształceniem w obu przypadkach przeważają oceny pozytywne.

Wiele sztabów wyborczych zgłaszało zastrzeżenia, a nawet formalne protesty, dotyczące przestrzegania przez telewizję publiczną obowiązku bezstronności w czasie kampanii wyborczej. Wśród badanych przeważa jednak pogląd, że telewizja zachowuje neutralność.

	CBOS
Czy uważa Pan(i), że telewizja:	<u>19-23 X</u>
- popiera niektórych kandydatów	30%
- nie popiera żadnego z kandydatów	44%
Trudno powiedzieć	26%
	<b>N=1311</b>

Opinię, że telewizja ma swoich faworytów wyrażają przede wszystkim osoby z wyższym wykształceniem, o poglądach lewicowych, przedstawiciele kadry kierowniczej i inteligencji, zwolennicy Aleksandra Kwaśniewskiego, Tadeusza Zielińskiego, a także Jana Olszewskiego.

Tabela 10 19-23 X w procentach

Elektoraty kandydatów	Czy uważa Pan(i), że telewizja:		
	popiera niektórych kandydatów	nie popiera żadnego z kandydatów	Trudno powiedzieć
Hanna Gronkiewicz-Waltz	32	47	21
Jacek Kuroń	29	47	24
Aleksander Kwaśniewski	39	43	18
Jan Olszewski	39	39	22
Waldemar Pawlak	25	53	22
Lech Wałęsa	23	51	26
Tadeusz Zieliński	42	50	8
Inni kandydaci	38	39	23
Trudno powiedzieć	20	55	25

Badanych wyrażających pogląd, że telewizja popiera niektórych kandydatów, zapytaliśmy, którego z nich faworyzuje. Niemal połowa wskazała na Lecha Wałęsę, co piąty - na Aleksandra Kwaśniewskiego, a 15 % na Hannę Gronkiewicz-Waltz. Pozostali uzyskali znikomy odsetek wskazań.

Ankietowani na ogół uważają, że telewizja popiera kandydatów zdecydowanie opozycyjnych wobec ich własnego kandydata, a jednocześnie będących najpoważniejszymi pretendentami do fotela prezydenckiego. Blisko dwie trzecie badanych zamierzających głosować na Aleksandra Kwaśniewskiego twierdzi, że telewizja popiera Lecha Wałęsę. Wśród zwolenników Jacka Kuronia prawie połowa sądzi, że faworytem programów telewizyjnych jest lider SLD. Podobny trend utrzymuje się wśród osób popierających Hannę Gronkiewicz-Waltz. Wyjątkiem są zwolennicy urzędującego prezydenta - prawie połowa z nich uważa, że to ich kandydat jest faworyzowany przez telewizję.

Z powyższym zagadnieniem łączy się także drugie, nie mniej ważne. Chodzi mianowicie o to, czy dziennikarze prowadzący rozmowy z poszczególnymi kandydatami ujawniają swoje sympatie czy też zachowują bezstronność. Wśród badanych przewagę, choć niewielką, uzyskuje opinia, że są oni bezstronni. Przekonanie o stronniczości dziennikarzy telewizyjnych nieco wzrosło w miarę rozwoju kampanii.

Zarzut braku obiektywizmu pojawia się tym częściej, im wyższy poziom wykształcenia badanych.

			CBOS
Jak Pan(i) ocenia, czy dziennikarze prowadzący w telewizji rozmowy z kandydatami na prezydenta:			
	<u>12-17 X</u>	<u>19-23 X</u>	
- są bezstronni	49%	46%	
- są stronniczy, ujawniają swoją swoją sympatię bądź niechęć w stosunku do kandydatów	37%	41%	
Trudno powiedzieć	14%	13%	
	<b>N=817</b>	<b>N=1046</b>	

Jak zapatrują się na tę kwestię elektoraty kandydatów należących do pierwszej piątki<sup>3</sup> w naszym rankingu?

Tabela 11 w procentach

W wyborach prezydenckich zamierza głosować na:	Dziennikarze prowadzący w telewizji rozmowy z kandydatami na prezydenta są:					
	bezsronni		stronniczy		Trudno powiedzieć	
	12-17 X	19-23 X	12-17 X	19-23 X	12-17 X	19-23 X
Aleksandra Kwaśniewskiego	46	44	44	47	10	9
Lecha Wałęsę	54	51	29	38	17	10
Hannę Gronkiewicz-Waltz	41	44	46	40	13	16
Jacka Kuronia	52	32	40	50	8	19
Tadeusza Zielińskiego	37	29	54	64	9	7

Przekonanie o stronniczości dziennikarzy telewizyjnych wzrosło szczególnie w elektoratach Jacka Kuronia, Tadeusza Zielińskiego i Lecha Wałęsy. O tym, że dziennikarzom telewizyjnym brak obiektywizmu, najbardziej przeświadczeni są zwolennicy Tadeusza Zielińskiego, natomiast najmniej zarzutów stronniczości znajdujemy wśród elektoratu Lecha Wałęsy.

★

★ ★

Dotychczasowy przebieg kampanii wyborczej negatywnie oceniany jest przez większość badanych. Wydaje się, że przedwyborcze zmagania kandydatów postrzegane są przez pryzmat ogólnej niechęci i dystansu do polityki - postawy dominującej wśród szerokich rzesz społeczeństwa polskiego. Kampania stała się w opinii badanych bardziej racjonalna i merytoryczna.

<sup>3</sup> Patrz przypis 2.

Zainteresowanie telewizyjnymi programami wyborczymi można ocenić jako duże. Mimo że nie są one najlepiej oceniane - połowa badanych twierdzi, że nie dowiedziała się z nich niczego ważnego ani nowego o kandydatach i ich poglądach. Opinie, że pozwalają one lepiej zrozumieć problemy kraju wyraża tyle samo ankietowanych, co sądzi, że wprowadzają tylko zamęt.



## A N E K S

### PODZIAŁ NA REGIONY W BADANIACH CBOS

#### 1. Region północny:

09 woj. elbląskie  
10 woj. gdańskie  
17 woj. koszalińskie  
26 woj. olsztyńskie  
39 woj. słupskie  
41 woj. szczecińskie

#### 2. Region zachodni:

11 woj. gorzowskie  
12 woj. jeleniogórskie  
20 woj. legnickie  
45 woj. wałbrzyskie  
47 woj. wrocławskie  
49 woj. zielonogórskie

#### 3. Region środkowozachodni:

05 woj. bydgoskie  
13 woj. kaliskie  
16 woj. konińskie  
21 woj. leszczyńskie  
29 woj. pilskie  
32 woj. poznańskie  
44 woj. toruńskie  
46 woj. włocławskie

#### 4. Region środkowy:

01 woj. warszawskie  
07 woj. ciechanowskie  
24 woj. łódzkie  
30 woj. piotrkowskie  
31 woj. płockie  
34 woj. radomskie  
37 woj. sieradzkie  
38 woj. skierniewickie

#### 5. Region wschodni:

02 woj. białkopodlaskie  
03 woj. białostockie  
06 woj. chełmskie  
22 woj. lubelskie  
23 woj. łomżyńskie  
28 woj. ostrołęckie  
36 woj. siedleckie  
40 woj. suwalskie  
48 woj. zamojskie

#### 6. Region południowo-wschodni:

15 woj. kieleckie  
18 woj. krakowskie  
19 woj. krośnieńskie  
25 woj. nowosądeckie  
33 woj. przemyskie  
35 woj. rzeszowskie  
42 woj. tarnobrzeskie  
43 woj. tarnowskie

#### 7. Region południowo-zachodni:

04 woj. bielskie  
08 woj. częstochowskie  
14 woj. katowickie  
27 woj. opolskie

Tabela 1. Telewizja nadaje audycje wyborcze prezentujące kandydatów na urząd prezydenta. Czy ogląda Pan(i) te programy? (%)

	Tak, większość	Tak, niektóre	Nie, nie oglądam	Liczba osób
Ogółem	31	48	20	1311
Płeć				
Mężczyźni	36	46	18	620
Kobiety	28	50	22	691
Wiek				
do 24 lat	16	54	30	178
25-34	21	58	20	235
35-44	31	52	17	284
45-54	37	47	16	221
55-64	45	38	17	187
65 lat i więcej	39	37	24	206
Miejsce zamieszkania				
Wieś	25	51	24	484
Miasto do 20 tys.	29	55	16	171
od 21 do 100 tys.	34	45	21	262
101-500 tys.	38	46	16	265
501 tys. i więcej mieszk.	39	42	18	129
Region				
Północny	33	50	17	184
Zachodni	25	55	20	131
Środkowo-zachodni	35	47	18	199
Środkowy	35	42	23	221
Wschodni	27	47	26	142
Południowo-wschodni	27	49	24	214
Południowo-zachodni	34	51	15	221
Wykształcenie				
Podstawowe	26	42	32	462
Zasadnicze zawodowe	31	52	17	339
Średnie	36	50	15	402
Wyższe	40	57	4	109
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	42	52	6	73
Prac. umysł. niż. szczebla	26	56	18	112
Pracownicy fiz. - umysł.	24	50	26	64
Robotnicy wykwalifikowani	26	58	16	160
Robotnicy niewykwalifik.	12	58	30	70
Rolnicy	33	44	23	84
Prywatni przedsiębiorcy	26	57	17	59
Bierni zawodowo				
Renciści	37	38	25	194
Emeryci	48	37	16	242
Uczniowie i studenci	30	51	19	44
Bezrobotni	21	52	27	114
Gospodynie domowe i inni	20	56	23	94
Pracujący poza rolnictwem				
Sfera budżetowa	29	61	10	111
Sektor państwowy	27	51	22	161
Sektor prywatny	23	56	21	236
Spółdzielczość	39	46	15	31
Dochody na jedną osobę				
Poniżej 125 zł	21	52	27	221
125 - 199	21	53	27	191
200 - 274	32	49	19	326
275 - 324	34	47	19	174
325 i powyżej	44	44	12	331
Ocena własnych war. mater.				
Złe	26	45	29	458
Średnie	34	48	18	566
Dobre	35	53	11	287
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	32	40	28	75
Raz w tygodniu	30	50	20	722
Kilka razy w roku	32	49	19	392
W ogóle nie uczestniczy	35	43	22	120
Poglądy polityczne				
Lewica	44	43	13	227
Centrum	31	50	19	385
Prawica	35	53	12	426
Trudno powiedzieć	18	43	39	272

Tabela 2. Radio nadaje programy wyborcze prezentujące kandydatów na urząd prezydenta. Czy słucha Pan(i) tych audycji?

(%)

	Tak, wię- kszość	Tak, nie- które	Nie, nie słucham	Liczba osób
Ogółem	8	24	68	1309
Płeć				
Mężczyźni	10	25	65	620
Kobiety	6	23	71	689
Wiek				
do 24 lat	2	17	81	178
25-34	6	20	75	235
35-44	7	29	64	284
45-54	9	23	68	221
55-64	14	23	63	185
65 lat i więcej	12	28	60	206
Miejsce zamieszkania				
Wieś	8	22	70	483
Miasto do 20 tys.	11	23	66	171
od 21 do 100 tys.	8	23	69	262
101-500 tys.	9	25	66	265
501 tys. i więcej mieszk.	7	28	65	129
Region				
Północny	6	22	72	184
Zachodni	3	17	80	130
Środkowozachodni	10	23	67	199
Środkowy	7	23	70	221
Wschodni	6	23	71	142
Południowo-wschodni	11	30	60	214
Południowo-zachodni	12	24	64	221
Wykształcenie				
Podstawowe	7	21	72	460
Zasadnicze zawodowe	9	21	70	339
Średnie	9	26	65	402
Wyższe	9	33	58	109
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	2	43	54	73
Prac. umysł. niż. szczebla	5	28	67	112
Pracownicy fiz. - umysł.	11	23	66	64
Robotnicy wykwalifikowani	4	26	70	160
Robotnicy niewykwalifik.	6	11	82	70
Rolnicy	9	17	74	84
Prywatni przedsiębiorcy	11	20	69	59
Bierni zawodowo				
Renciści	14	15	71	194
Emeryci	11	29	59	241
Uczniowie i studenci	0	17	83	44
Bezrobotni	9	20	71	114
Gospodynie domowe i inni	5	25	70	94
Pracujący poza rolnictwem				
Sfera budżetowa	4	34	62	111
Sektor państwowy	5	25	70	161
Sektor prywatny	6	23	70	236
Spółdzielczość	16	16	68	31
Dochody na jedną osobę				
Poniżej 125 zł	7	20	73	219
125 - 199	8	20	71	191
200 - 274	9	21	70	326
275 - 324	7	23	70	174
325 i powyżej	10	31	59	331
Ocena własnych war. mater.				
Złe	8	18	74	456
Średnie	8	28	64	566
Dobre	9	24	67	287
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	8	22	70	74
Raz w tygodniu	7	27	66	721
Kilka razy w roku	9	19	72	392
W ogóle nie uczestniczy	15	20	65	120
Poglądy polityczne				
Lewica	12	23	64	227
Centrum	8	24	68	385
Prawica	8	27	65	425
Trudno powiedzieć	5	19	76	271

Tabela 3. Czy, Pana(i) zdaniem, ogólnie rzecz biorąc nadawane w telewizji audycje wyborcze: 1 - pozwalają ludziom lepiej zrozumieć problemy kraju; 2 - wprowadzają tylko zamęt

(%)

	1	2	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	42	42	16	1307
Płeć				
Mężczyźni	44	43	13	618
Kobiety	40	41	18	688
Wiek				
do 24 lat	42	46	12	177
25-34	42	43	15	233
35-44	45	43	12	284
45-54	48	39	13	221
55-64	35	48	17	185
65 lat i więcej	40	34	26	206
Miejsce zamieszkania				
Wieś	42	38	20	482
Miasto do 20 tys.	38	48	15	171
od 21 do 100 tys.	44	44	12	262
101-500 tys.	45	41	14	263
501 tys. i więcej mieszk.	40	48	11	129
Region				
Północny	39	44	17	183
Zachodni	33	53	14	130
Środkowozachodni	36	47	17	199
Środkowy	42	41	17	221
Wschodni	45	36	19	140
Południowo-wschodni	45	41	14	214
Południowo-zachodni	51	35	14	221
Wykształcenie				
Podstawowe	37	39	24	460
Zasadnicze zawodowe	47	44	10	339
Średnie	44	44	12	401
Wyższe	42	42	15	107
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	45	44	11	72
Prac.umysł.niż.szczebła	39	44	17	112
Pracownicy fiz.- umysł.	45	48	7	64
Robotnicy wykwalifikowani	47	46	8	160
Robotnicy niewykwalifik.	41	46	13	70
Rolnicy	53	28	18	84
Prywatni przedsiębiorcy	46	42	12	59
Bierni zawodowo				
Renciści	38	43	19	194
Emeryci	39	40	21	241
Uczniowie i studenci	38	43	19	44
Bezrobotni	45	41	14	114
Gospodynie domowe i inni	39	40	21	94
Pracujący poza rolnictwem				
Sfera budżetowa	50	38	12	109
Sektor państwowy	45	46	9	161
Sektor prywatny	42	49	10	235
Spółdzielczość	35	48	17	31
Dochody na jedną osobę				
Poniżej 125 zł	38	44	19	219
125 - 199	34	48	18	191
200 - 274	43	41	16	326
275 - 324	44	43	13	174
325 i powyżej	49	38	13	331
Ocena własnych war. mater.				
Złe	35	47	18	456
Średnie	45	38	17	563
Dobre	48	41	11	287
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	40	34	26	74
Raz w tygodniu	46	40	14	720
Kilka razy w roku	40	43	17	392
W ogóle nie uczestniczy	30	53	17	118
Poglądy polityczne				
Lewica	41	48	10	226
Centrum	47	41	11	385
Prawica	46	41	13	423
Trudno powiedzieć	30	39	31	271

Tabela 4. Czy dowiedział(a) się Pan(i) z tych audycji wyborczych czegoś nowego i ważnego o kandydatach i ich poglądach czy też nie?

(%)

	Zdecydowa- nie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowa- nie nie	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	8	38	40	10	4	1044
Płeć						
Mężczyźni	7	37	42	10	4	507
Kobiety	10	38	38	10	5	536
Wiek						
do 24 lat	9	44	38	6	3	125
25-34	9	35	42	9	5	187
35-44	11	41	37	10	2	237
45-54	8	40	44	5	4	185
55-64	7	38	38	14	3	154
65 lat i więcej	7	28	40	16	9	156
Miejsce zamieszkania						
Wieś	5	41	43	6	5	364
Miasto do 20 tys.	11	40	35	11	3	144
od 21 do 100 tys.	11	35	38	13	3	207
101-500 tys.	8	36	42	9	5	223
501 tys. i więcej mieszk.	15	29	37	18	1	105
Region						
Północny	8	26	49	11	6	153
Zachodni	5	39	36	15	5	105
Środkowozachodni	10	36	42	8	3	163
Środkowy	13	39	33	13	2	169
Wschodni	6	33	44	11	5	105
Południowo-wschodni	7	42	39	7	6	163
Południowo-zachodni	8	45	37	8	3	187
Wykształcenie						
Podstawowe	5	36	40	12	8	315
Zasadnicze zawodowe	8	44	38	7	3	282
Średnie	10	35	44	10	2	343
Wyższe	16	36	31	15	3	105
Grupa społ.-zaw. pracujący						
Kadra kier., inteligencja	16	42	34	9	0	69
Prac. umysł. niż. szczebla	11	30	44	10	5	91
Pracownicy fiz. - umysł.	10	45	40	5	0	47
Robotnicy wykwalifikowani	8	38	39	10	5	135
Robotnicy niewykwalifik.	1	34	52	11	3	49
Rolnicy	8	38	35	10	9	65
Prywatni przedsiębiorcy	10	38	43	9	0	49
Bierni zawodowo						
Renciści	5	39	40	10	5	144
Emeryci	7	32	41	16	5	204
Uczniowie i studenci	17	53	25	5	0	36
Bezrobotni	7	43	41	5	4	83
Gospodynie domowe i inni	10	41	37	7	5	72
Pracujący poza rolnictwem						
Sfera budżetowa	9	40	36	11	3	100
Sektor państwowy	9	41	37	8	5	126
Sektor prywatny	7	35	47	9	2	187
Spółdzielczość	15	26	55	4	0	26
Dochody na jedną osobę						
Poniżej 125 zł	5	37	41	11	5	160
125 - 199	10	34	47	7	3	139
200 - 274	8	42	39	7	4	264
275 - 324	7	35	41	12	5	141
325 i powyżej	9	38	36	13	4	291
Ocena własnych war. mater.						
Złe	7	35	41	12	6	325
Średnie	9	37	42	9	3	464
Dobre	9	43	34	11	3	255
Udział w prakt. religijnych						
Kilka razy w tygodniu	10	35	42	9	4	54
Raz w tygodniu	8	40	39	9	4	577
Kilka razy w roku	8	36	39	12	5	318
W ogóle nie uczestniczy	9	33	46	11	1	93
Poglądy polityczne						
Lewica	12	39	37	9	3	197
Centrum	7	38	44	7	5	309
Prawica	10	39	37	11	2	374
Trudno powiedzieć	3	33	42	16	6	164

Tabela 5. Jak Pan(i) sądzi, czy telewizyjne programy wyborcze wpłyną czy też nie wpłyną na to, jak Pan(i) postąpi w dniu wyborów? 1 - Zdecydowanie będą miały wpływ; 2 - Raczej będą miały wpływ; 3 - Raczej nie będą miały wpływu; 4 - Zdecydowanie nie będą miały wpływu (%)

	1	2	3	4	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	12	34	26	24	4	1044
Płeć						
Mężczyźni	10	33	26	27	4	507
Kobiety	14	35	26	21	5	536
Wiek						
do 24 lat	11	46	21	19	3	125
25-34	12	38	25	23	2	187
35-44	12	32	28	26	2	237
45-54	13	36	25	23	4	185
55-64	12	26	27	28	7	154
65 lat i więcej	12	29	28	22	9	156
Miejsce zamieszkania						
Wieś	10	41	26	17	6	364
Miasto do 20 tys.	9	28	31	29	2	144
od 21 do 100 tys.	18	31	19	26	5	207
101-500 tys.	10	33	29	25	3	223
501 tys.i więcej mieszk.	14	25	25	35	2	105
Region						
Północny	16	35	23	27	0	153
Zachodni	13	28	24	31	4	105
Środkowozachodni	7	38	24	25	5	163
Środkowy	14	32	23	27	5	169
Wschodni	11	33	25	25	5	105
Południowo-wschodni	13	29	28	24	5	163
Południowo-zachodni	11	39	32	13	5	187
Wykształcenie						
Podstawowe	12	34	27	20	8	315
Zasadnicze zawodowe	9	41	26	21	3	282
Średnie	15	31	26	26	2	343
Wyższe	12	26	23	36	4	105
Grupa społ.-zaw. pracujący						
Kadra kier., inteligencja	7	30	29	31	3	69
Prac.umysł.niż.szczębła	12	26	29	32	2	91
Pracownicy fiz.- umysł.	13	37	30	20	0	47
Robotnicy wykwalifikowani	5	40	29	24	2	135
Robotnicy niewykwalifik.	4	50	26	19	0	49
Rolnicy	20	34	31	10	6	65
Prywatni przedsiębiorcy	8	30	23	35	3	49
Bierni zawodowo						
Renciści	14	31	20	25	11	144
Emeryci	11	29	30	25	5	204
Uczniowie i studenci	12	41	20	27	0	36
Bezrobotni	17	41	17	18	6	83
Gospodynie domowe i inni	24	34	21	19	1	72
Pracujący poza rolnictwem						
Sfera budżetowa	9	26	32	31	2	100
Sektor państwowy	7	39	34	20	1	126
Sektor prywatny	10	34	24	30	2	187
Spółdzielczość	0	52	20	27	0	26
Dochody na jedną osobę						
Poniżej 125 zł	11	42	22	20	6	160
125 - 199	10	44	19	21	6	139
200 - 274	14	33	28	22	3	264
275 - 324	6	29	38	24	3	141
325 i powyżej	16	28	23	30	4	291
Ocena własnych war. mater.						
Złe	10	33	29	24	5	325
Średnie	13	36	23	23	4	464
Dobre	13	33	27	25	3	255
Udział w prakt. religijnych						
Kilka razy w tygodniu	20	31	24	20	5	54
Raz w tygodniu	12	37	25	21	5	577
Kilka razy w roku	13	31	28	24	3	318
W ogóle nie uczestniczy	4	27	21	43	5	93
Poglądy polityczne						
Lewica	12	31	24	29	4	197
Centrum	14	40	24	19	2	309
Prawica	10	31	30	26	2	374
Trudno powiedzieć	12	32	22	21	13	164

Tabela 6. Czy uważa Pan(i), że telewizja: 1 - popiera niektórych kandydatów w obecnych wyborach prezydenckich; 2 - nie popiera żadnego z kandydatów

	(%)			
	1	2	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	30	44	26	1310
Płeć				
Mężczyźni	34	46	20	620
Kobiety	26	43	31	690
Wiek				
do 24 lat	33	44	23	177
25-34	26	45	29	235
35-44	37	41	21	284
45-54	29	48	23	221
55-64	25	49	26	187
65 lat i więcej	24	41	35	206
Miejsce zamieszkania				
Wieś	27	45	28	483
Miasto do 20 tys.	31	40	29	171
od 21 do 100 tys.	33	45	23	262
101-500 tys.	33	39	28	265
501 tys. i więcej mieszk.	25	57	18	129
Region				
Północny	35	43	23	183
Zachodni	31	40	29	131
Środkowo-zachodni	32	40	28	199
Środkowy	27	51	23	221
Wschodni	27	43	34	142
Południowo-wschodni	27	49	24	214
Południowo-zachodni	33	42	25	221
Wykształcenie				
Podstawowe	23	41	36	461
Zasadnicze zawodowe	31	48	21	339
Średnie	33	45	22	401
Wyższe	45	45	10	109
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	48	41	10	73
Prac. umysł. niż. szczebla	37	43	20	112
Pracownicy fiz. - umysł.	31	48	21	64
Robotnicy wykwalifikowani	31	47	22	160
Robotnicy niewykwalifik.	29	37	34	70
Rolnicy	33	37	30	84
Prywatni przedsiębiorcy	32	40	28	59
Bierni zawodowo				
Renciści	23	40	37	194
Emeryci	24	50	26	242
Uczniowie i studenci	22	58	20	44
Bezrobotni	31	45	24	114
Gospodynie domowe i inni	27	45	28	94
Pracujący poza rolnictwem				
Sfera budżetowa	42	46	12	111
Sektor państwowy	38	47	20	161
Sektor prywatny	32	40	28	235
Spółdzielczość	39	40	21	31
Dochody na jedną osobę				
Poniżej 125 zł	31	40	30	220
125 - 199	18	46	36	191
200 - 274	30	44	26	326
275 - 324	34	42	24	174
325 i powyżej	33	50	18	331
Ocena własnych war. mater.				
Złe	28	39	32	458
Średnie	29	47	25	565
Dobre	34	48	18	287
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	23	37	41	74
Raz w tygodniu	28	47	26	721
Kilka razy w roku	32	44	24	392
W ogóle nie uczestniczy	39	37	24	120
Poglądy polityczne				
Lewica	44	41	15	226
Centrum	28	49	23	385
Prawica	31	50	19	426
Trudno powiedzieć	18	34	49	271

Tabela 7. Jak Pan(i) ocenia, czy dziennikarze prowadzący w telewizji rozmowy z kandydatami na prezydenta: 1 - są bezstronni; 2 - są stronnicy, ujawniają swoją sympatię bądź niechęć w stosunku do kandydatów

	(%)			
	1	2	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	46	41	13	1044
Płeć				
Mężczyźni	49	41	10	507
Kobiety	44	40	16	536
Wiek				
do 24 lat	56	31	13	125
25-34	48	37	15	187
35-44	48	42	10	237
45-54	42	51	7	185
55-64	37	45	18	154
65 lat i więcej	47	35	18	156
Miejsce zamieszkania				
Wieś	49	35	16	364
Miasto do 20 tys.	47	41	12	144
od 21 do 100 tys.	46	43	11	207
101-500 tys.	45	43	11	223
501 tys. i więcej mieszk.	37	49	14	105
Region				
Północny	56	37	6	153
Zachodni	28	60	12	105
Środkowozachodni	41	46	13	163
Środkowy	43	43	14	169
Wschodni	54	26	21	105
Południowo-wschodni	51	34	15	163
Południowo-zachodni	48	40	12	187
Wykształcenie				
Podstawowe	46	32	22	315
Zasadnicze zawodowe	57	35	8	282
Średnie	45	45	11	343
Wyższe	24	69	8	105
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	29	60	12	69
Prac.umysł.niż.szczebła	43	51	6	91
Pracownicy fiz.- umysł.	52	34	15	47
Robotnicy wykwalifikowani	60	34	6	135
Robotnicy niewykwalifik.	52	32	16	49
Rolnicy	47	35	18	65
Prywatni przedsiębiorcy	47	46	8	49
Bierni zawodowo				
Renciści	42	39	18	144
Emeryci	42	43	15	204
Uczniowie i studenci	52	40	8	36
Bezrobotni	45	44	11	83
Gospodynie domowe i inni	47	30	23	72
Pracujący poza rolnictwem				
Sfera budżetowa	47	47	7	100
Sektor państwowy	48	43	9	126
Sektor prywatny	50	39	11	187
Spółdzielczość	34	55	11	26
Dochody na jedną osobę				
Poniżej 125 zł	53	34	13	160
125 - 199	56	31	13	139
200 - 274	46	41	13	264
275 - 324	42	37	21	141
325 i powyżej	39	53	9	291
Ocena własnych war. mater.				
Złe	48	35	18	325
Średnie	49	40	11	464
Dobre	39	49	12	255
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	38	36	25	54
Raz w tygodniu	48	40	12	577
Kilka razy w roku	44	42	14	318
W ogóle nie uczestniczy	48	45	7	93
Poglądy polityczne				
Lewica	41	46	13	197
Centrum	48	39	13	309
Prawica	48	41	11	374
Trudno powiedzieć	46	35	19	164



Tabela 7. Jaki jest najważniejszy powód, dla którego słuca Pan(i) tych audycji? Czy słuca ich Pan(i) dlatego, że: 1 - chce Pan(i) zdecydować się na kogo głosować w wyborach; 2 - chce Pan(i) dowiedzieć czegoś więcej o poglądach wybranego kandydata; 3 - chce Pan(i) porównać programy wyborcze różnych kandydatów; 4 - jest to okazja do posłuchania ciekawych dyskusji politycznych; 5 - dla odprężenia, rozrywki; 6 - jest włączone radio - słuca je mimochodem

	1	2	3	4	5	6	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	9	32	23	15	2	18	1	416
Płeć								
Mężczyźni	6	39	25	13	2	14	1	215
Kobiety	13	23	21	18	2	23	0	200
Wiek								
do 24 lat	13	33	18	16	6	13	0	34
25-34	10	37	25	6	2	20	0	59
35-44	6	34	25	16	0	18	0	100
45-54	13	25	23	22	1	16	0	72
55-64	9	31	18	19	3	19	1	69
65 lat i więcej	9	29	26	11	4	19	2	81
Miejsce zamieszkania								
Wieś	9	39	21	11	4	15	1	143
Miasto do 20 tys.	11	26	18	16	2	27	0	59
od 21 do 100 tys.	10	25	25	22	1	17	0	81
101-500 tys.	10	33	29	12	1	16	0	89
501 tys. i więcej mieszk.	8	22	24	22	1	22	1	45
Region								
Północny	19	29	7	23	4	17	0	51
Zachodni	9	42	20	5	0	23	2	27
Środkowo-zachodni	8	28	29	2	1	12	0	65
Środkowy	6	27	25	16	3	20	1	67
Wschodni	10	36	26	10	0	15	3	41
Południowo-wschodni	8	36	26	9	4	18	0	86
Południowo-zachodni	9	30	24	14	1	22	0	78
Wykształcenie								
Podstawowe	11	29	17	16	3	23	1	127
Zasadnicze zawodowe	9	36	30	10	4	11	0	102
Średnie	9	28	28	17	1	16	0	141
Wyższe	7	39	13	15	0	26	0	45
Grupa społ.-zaw. pracujący								
Kadra kier., inteligencja	0	37	22	15	0	26	0	33
Prac.umysł.niż.szczebla	8	28	22	18	0	25	0	37
Pracownicy fiz.-umysł.	26	26	27	4	0	16	0	22
Robotnicy wykwalifikowani	7	31	36	8	0	19	0	48
Robotnicy niewykwalifik.	0	46	5	24	0	26	0	12
Rolnicy	16	49	16	13	0	6	0	21
Prywatni przedsiębiorcy	0	41	20	20	0	16	4	18
Bierni zawodowo								
Renciści	5	42	25	8	1	19	1	56
Emeryci	10	26	24	19	5	15	1	100
Uczniowie i studenci	0	31	28	21	0	21	0	8
Bezrobotni	9	27	21	20	11	12	0	31
Gospodynie domowe i inni	32	17	12	20	0	20	0	28
Pracujący poza rolnictwem								
Sfera budżetowa	2	41	22	17	0	17	0	42
Sektor państwowy	3	31	36	10	0	20	0	49
Sektor prywatny	11	26	19	14	0	29	1	70
Spółdzielczość	15	43	9	33	0	0	0	10
Dochody na jedną osobę								
Poniżej 125 zł	9	30	29	13	4	15	0	59
125 - 199	22	23	18	9	5	24	0	55
200 - 274	3	39	17	20	2	19	0	97
275 - 324	6	34	28	18	1	12	2	52
325 i powyżej	10	31	25	15	1	18	1	133
Ocena własnych war. mater.								
Złe	10	31	24	12	3	19	1	118
Średnie	11	32	22	15	3	17	0	205
Dobre	5	31	24	21	1	19	1	93
Udział w prakt. religijnych								
Kilka razy w tygodniu	5	52	15	10	0	18	0	22
Raz w tygodniu	12	27	26	15	2	18	0	242
Kilka razy w roku	9	32	22	19	3	14	2	107
W ogóle nie uczestniczy	2	43	12	11	0	32	0	42
Poglądy polityczne								
Lewica	4	34	35	7	3	16	1	81
Centrum	9	31	23	12	3	21	0	122
Prawica	8	36	22	18	1	14	0	147
Trudno powiedzieć	20	18	9	24	2	23	2	66