



CENTRUM BADANIA OPINII SPOŁECZNEJ

SEKRETARIAT 629 - 35 - 69, 628 - 37 - 04 UL. ŻURAWIA 4A, SKR. PT.24
ZESPÓŁ REALIZACJI 00 - 503 W A R S Z A W A
BADAŃ 621 - 07 - 57, 628 - 90 - 17 TELEFAX 629 - 40 - 89
INTERNET: <http://www.cbos.pl> E-mail: sekretariat@cbos.pl

BS/206/181/95

TELEWIZJA W KAMPANII WYBORCZEJ

KOMUNIKAT Z BADAŃ

WARSZAWA, LISTOPAD'95

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

Do zadań telewizji publicznej w czasie wyborów prezydenckich należy udostępnianie anteny wszystkim kandydatom na równych prawach. Zainteresowanie telewizyjnymi blokami wyborczymi może być miarą zainteresowania wyborami. Równocześnie przestrzeganie zasady bezstronności jest jednym ze wskaźników prawidłowości funkcjonowania tej instytucji publicznej. Przedstawione tu wyniki badań przeprowadzonych w okresie wyborów dotyczą tych dwóch zagadnień.

Zainteresowanie telewizyjnymi programami wyborczymi

Zainteresowanie telewizyjnymi programami wyborczymi przed I turą wyborów bardzo szybko ustabilizowało się na dość wysokim poziomie. W ostatnim tygodniu przed 5 listopada wzrosło już nieznacznie¹.

Tabela 1 w procentach

Telewizja nadaje audycje wyborcze prezentujące kandydatów na urząd prezydenta. Czy ogląda Pan(i) te programy?	Wskazania respondentów według terminów badań			
	12-17 X	19-23 X	26-29 X	9-12 XI
Tak, większość	23	32	32	35
Tak, niektóre	47	48	45	49
Nie, nie oglądam	30	20	23	16

Osoby, które w ogóle nie oglądały telewizyjnych programów wyborczych przed I turą, stanowią mniej niż jedną piątą ogółu badanych, co świadczy o bardzo dużym zainteresowaniu wyborami.

¹ Badanie "Aktualne problemy i wydarzenia" (66) zrealizowano w dniach 9-12 listopada '95 na reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski (N=1254).

Jeśli oglądanie telewizyjnych programów wyborczych traktować jako wskaźnik zainteresowania wyborami, to warto podkreślić, że bezpośrednio przed I turą wyraźnie wzrosło zainteresowanie nimi wśród młodzieży, która poprzednio zdecydowanie rzadziej oglądała telewizyjne audycje wyborcze.

Tabela 2 w procentach

Wiek badanych	Telewizja nadaje audycje wyborcze prezentujące kandydatów na urząd prezydenta. Czy ogląda Pan(i) te programy?					
	Tak, większość		Tak, niektóre		Nie, nie oglądam	
	19-23 X	9-12 XI	19-23 X	9-12 XI	19-23 X	9-12 XI
do 24 lat	16	28	54	57	30	15
25-34 lata	21	23	58	59	20	17
35-44	31	29	52	55	17	16
45-54	37	46	47	43	16	12
55-64	45	48	38	40	17	13
65 lat i więcej	39	39	37	35	24	26

Telewizyjne programy przed I turą oglądali także ci, którzy nie wzięli udziału w wyborach. Wśród tych osób zainteresowanie audycjami wyborczymi było wprawdzie mniejsze, jednak aż niemal trzy czwarte spośród nich oglądało przynajmniej niektóre audycje wyborcze.

Tabela 3 w procentach

Czy brał(a) Pan(i) udział w I turze wyborów prezydenckich 5 listopada?	Czy oglądał(a) Pan(i) audycje wyborcze prezentujące kandydatów na urząd prezydenta?		
	Tak, większość	Tak, niektóre	Nie, nie oglądał(a)m
Tak	39	49	12
Nie	23	49	28

Wyborcy - według własnych deklaracji - oglądali audycje przede wszystkim po to, by wybranego przez siebie kandydata porównać z innymi, dowiedzieć się o nim lub jego kontrkandydatach czegoś więcej, w mniejszym zaś stopniu po to, by podjąć decyzję, na kogo głosować².

Wynika to zapewne stąd, że widzami telewizyjnych programów wyborczych były przede wszystkim osoby interesujące się polityką na co dzień. Wśród systematycznych odbiorców tych audycji³ zdecydowaną większość stanowiły osoby określające swoje zainteresowanie polityką jako co najmniej średnie. Zrozumiałe, że w przeważającej części mieli oni już przed kampanią wyborczą wyrobione zdanie na temat poszczególnych kandydatów.

Tabela 4 w procentach

Czy oglądał(a) Pan(i) audycje wyborcze prezentujące kandydatów na urząd prezydenta?	Zainteresowanie polityką			
	duże	średnie	nikłe	żadne
Tak, większość	26	56	12	6
Tak, niektóre	8	51	27	14
Nie, nie oglądał(a)m	3	25	31	41

Powyższy wniosek potwierdza fakt, że najczęściej odbiorcami telewizyjnych programów wyborczych byli badani, którzy deklarowali dużą pewność głosowania na określonego kandydata.

Tabela 5 w procentach

Pewność głosowania na określonego kandydata	Czy oglądał(a) Pan(i) audycje wyborcze prezentujące kandydatów na urząd prezydenta?		
	Tak, większość	Tak, niektóre	Nie, nie oglądał(a)m
Mała	18	47	35
Średnia	20	61	19
Duża	41	44	15

² Por. komunikat CBOS "Społeczne oceny kampanii wyborczej '95", październik '95.

³ To znaczy tych, którzy przed I turą wyborów oglądali większość nadawanych w telewizji programów wyborczych.

Najczęstszym oglądaniem telewizyjnych programów wyborczych wyróżniali się zwolennicy Tadeusza Zielińskiego oraz kandydatów mało liczących się, natomiast najrzadziej czynili to sympatycy Jana Olszewskiego i Waldemara Pawlaka oraz niezdecydowani. To, że ci ostatni należeli do widzów najrzadziej oglądających programy wyborcze, potwierdza tezę, że w audycjach tych rzadko szukali przesłanek do podjęcia decyzji, na kogo oddać głos.

Tabela 6

w procentach

W wyborach prezydenckich zamierza głosować na:	Czy oglądał(a) Pan(i) audycje wyborcze?		
	Tak, większość	Tak, niektóre	Nie, nie oglądał(a)m
Hannę Gronkiewicz-Waltz	36	38	26
Jacka Kuronia	38	45	17
Aleksandra Kwaśniewskiego	39	47	15
Jana Olszewskiego	24	60	16
Waldemara Pawlaka	22	41	38
Lecha Wałęsę	34	49	18
Tadeusza Zielińskiego	44	49	7
pozostałych kandydatów	50	39	11
Niezdecydowani	21	47	32

Za dość ograniczonym wpływem telewizyjnych audycji wyborczych na decyzję, którego kandydata poprzeć, przemawia także fakt, iż osoby, które rozważały różne kandydatury, oglądały te audycje niewiele częściej niż ci, którzy od początku byli zdecydowani, na kogo głosować.

Tabela 7

w procentach

Czy podejmując decyzję na kogo głosować:	Czy oglądał(a) Pan(i) audycje wyborcze?		
	Tak, większość	Tak, niektóre	Nie, nie oglądał(a)m
- rozważał(a) Pan(i) także inne kandydatury	41	50	9
- od początku zamierzał(a) Pan(i) poprzeć tego właśnie kandydata	37	47	16

Okazało się też, że wyborcy, którzy w I turze wyborów byli do końca niezdecydowani, a decyzję, na kogo głosować, podjęli w ostatniej chwili, rzadziej oglądali telewizyjne programy wyborcze niż ci, którzy mieli "swojego" kandydata już przed rozpoczęciem kampanii wyborczej lub podjęli decyzję co najmniej dwa tygodnie przed wyborami.

Tabela 8

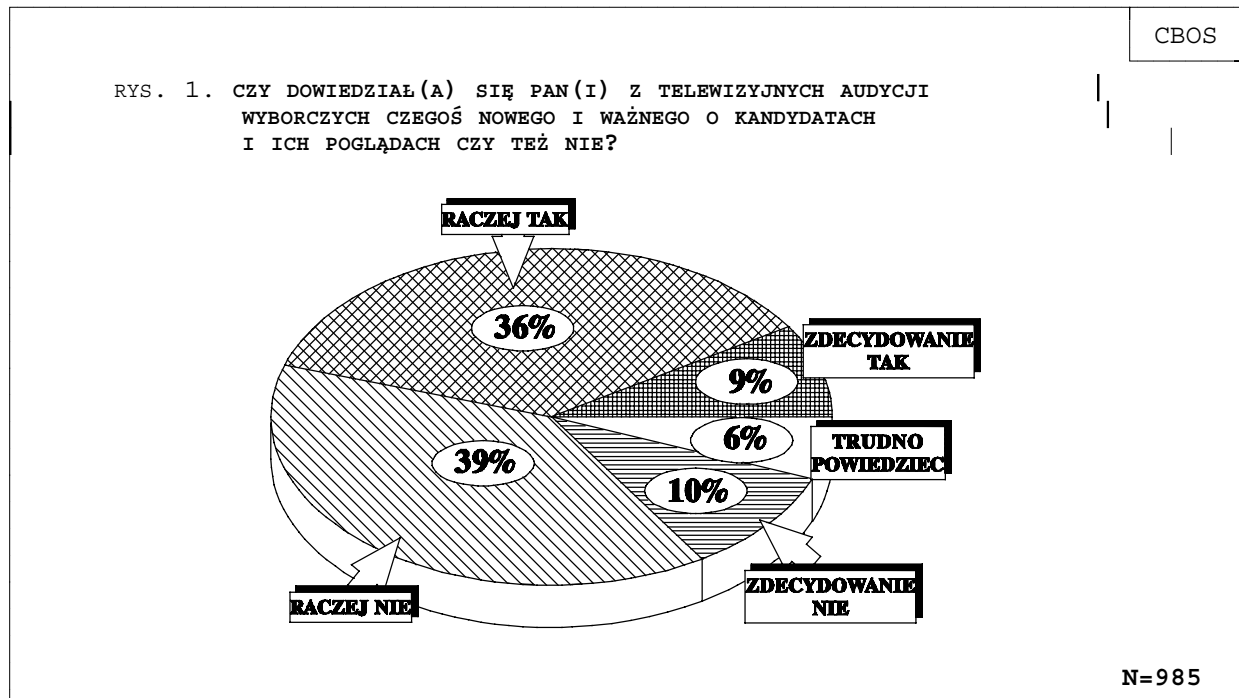
w procentach

Czy podjął(ęła) Pan(i) decyzję na kogo głosować:	Czy oglądał(a) Pan(i) audycje wyborcze?		
	Tak, większość	Tak, niektóre	Nie, nie oglądał(a)m
- w dniu wyborów lub w przeddzień wyborów	29	54	17
- w ostatnim tygodniu przed wyborami	29	61	10
- od 2 tygodni do 2 miesięcy przed wyborami	43	44	13
- jeszcze wcześniej	43	47	11

Wyraźnie widać, że wyborcy, którzy przed rozpoczęciem kampanii byli zdecydowani, na kogo oddać głos, jak i ci, którzy zdecydowali się już w pierwszej fazie kampanii wyborczej, byli uważniejszymi widzami telewizyjnych bloków wyborczych niż niezdecydowani. Zgodnie z własnymi deklaracjami⁴, szukali tam dodatkowych informacji o wybranym kandydacie, jego poglądach i programie. Natomiast niezdecydowani dość rzadko oczekiwali przesłanek do podjęcia decyzji, na kogo głosować.

⁴ Por. komunikat CBOS "Społeczne oceny kampanii wyborczej", październik '95.

Oczekiwania widzów, by lepiej poznać sylwetki kandydatów, dowiedzieć się o nich czegoś nowego, zostały zaspokojone w dość umiarkowanym stopniu. Według sondażu przeprowadzonego tydzień przed I turą wyborów⁵, blisko połowa oglądających przynajmniej niektóre audycje wyborcze nie dowiedziały się niczego ważnego o kandydatach i ich poglądach.



Opinie o obiektywizmie telewizji publicznej

Powinnością telewizji publicznej - szczególnie w czasie kampanii wyborczej - jest bezstronność, obiektywizm w prezentowaniu wszystkich kandydatów. Dotyczy to nie tylko audycji wyborczych, ale całego programu - audycji informacyjnych, publicystycznych itp.

Jednak już przed I turą wyborów prezydenckich wiele sztabów zgłaszało zastrzeżenia, a nawet formalne protesty w tej sprawie.

⁵ Badanie "Sprawy Polski i Polaków (12)", 26-29 października '95, reprezentatywna próba losowa dorosłych mieszkańców Polski (N=1281).

Wśród badanych jeszcze dwa tygodnie przed I turą dość wyraźnie dominował pogląd, że telewizja zachowuje neutralność. Jednak do dnia wyborów (5 listopada) nasiliło się przekonanie o stronniczości telewizji. W sondażu przeprowadzonym po I turze opinia o jej bezstronności już tylko bardzo nieznacznie przeważała nad poglądem przeciwnym.

Podobnie podzielone są opinie o bezstronności dziennikarzy telewizyjnych, prowadzących rozmowy z kandydatami. Tylko niewielką przewagę ma pogląd, że zachowali oni obiektywizm⁶.

Tabela 9

w procentach

Czy uważa Pan(i), że telewizja publiczna:	Wskazania respondentów według terminów badań	
	19-23 X	9-12 XI
- popiera niektórych kandydatów	30	39
- nie popiera żadnego z kandydatów	44	42
Trudno powiedzieć	26	19

Przeświadczenie o braku obiektywizmu telewizji publicznej nasiliło się przede wszystkim wśród wyborców Aleksandra Kwaśniewskiego, Jacka Kuronia, Hanny Gronkiewicz-Waltz i Waldemara Pawlaka. W pozostałych elektoratach nie odnotowaliśmy zmian bądź też były one niewielkie.

⁶ Por. komunikat "Społeczne oceny kampanii wyborczej '95", październik '95.

Tabela 10

w procentach

Elektoraty kandydatów	Czy uważa Pan(i), że telewizja publiczna:					
	popiera niektórych kandydatów		nie popiera żadnego z kandydatów		Trudno powiedzieć	
	19-23 X	9-12 XI	19-23 X	9-12 XI	19-23 X	9-12 XI
Hanna Gronkiewicz-Waltz	32	43	47	45	21	12
Jacek Kuroń	29	41	47	45	24	14
Aleksander Kwaśniewski	39	52	43	33	18	15
Jan Olszewski	39	36	39	50	22	14
Waldemar Pawlak	25	36	53	41	22	23
Lech Wałęsa	23	24	51	51	26	25
Tadeusz Zieliński	42	43	50	41	8	16
Pozostali kandydaci	38	43	39	47	23	10

Badanych, którzy byli przekonani o braku obiektywizmu telewizji publicznej, pytaliśmy przed I turą wyborów, kogo - ich zdaniem - faworyzuje telewizja. Ponad dwie piąte z nich wskazało na Lecha Wałęsę, jedna piąta - na Aleksandra Kwaśniewskiego, a 15% na Hannę Gronkiewicz-Waltz. Pozostali uzyskali znikomy odsetek wskazań. Ujawniła się przy tym pewna prawidłowość - ankietowani na ogół uważali, że telewizja popiera polityków zdecydowanie opozycyjnych wobec ich własnego kandydata⁷.

Charakterystyczne, że pogląd o braku obiektywizmu telewizji publicznej zdecydowanie przeważa wśród osób deklarujących duże zainteresowanie polityką, a więc także baczniej śledzących inne telewizyjne programy publicystyczne, a także informacyjne⁸, tym samym bardziej kompetentnych.

⁷ Patrz komunikat CBOS "Społeczne oceny kampanii wyborczej", październik '95.

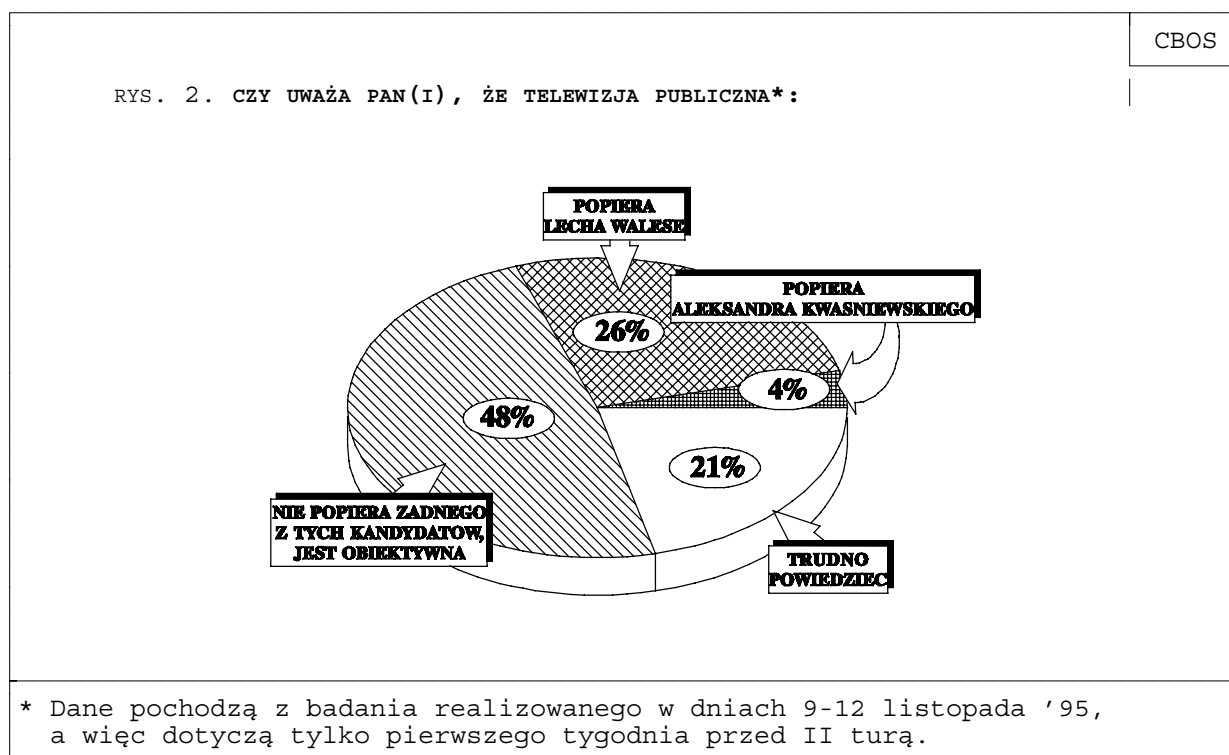
⁸ Deklaracja dotycząca dużego zainteresowania polityką jest w ankiecie uzupełniona stwierdzeniem: "Uważnie śledzę to, co się dzieje w polityce".

Tabela 11

w procentach

Czy uważa Pan(i), że telewizja publiczna:	Zainteresowanie polityką			
	duże	średnie	nikłe	żadne
- popierała niektórych kandydatów	51	40	32	32
- nie popierała żadnego z kandydatów	37	46	42	33
Trudno powiedzieć	12	14	26	35

Jak natomiast oceniony został obiektywizm telewizji publicznej po I turze wyborów, gdy pozostało już tylko dwóch kandydatów?



Okazuje się, że w stosunku do kandydatów, którzy przeszli do II tury, nieco większy odsetek badanych - w porównaniu z kampanią przed I turą - nie dostrzegł braku obiektywizmu telewizji publicznej. Natomiast olbrzymia część tych, którzy twierdzili, że telewizja nie jest obiektywna, wskazywała na popieranie przez nią Lecha Wałęsy.

Tabela 12

w procentach

Na którego z kandydatów najchętniej oddał(a)by Pan(i) głos w II turze wyborów prezydenckich?	Czy uważa Pan(i), że telewizja publiczna:			
	popiera Aleksandra Kwaśniewskiego	popiera Lecha Wałęsę	nie popiera żadnego z tych kandydatów, jest obiektywna	Trudno powiedzieć
Na Aleksandra Kwaśniewskiego	3	44	39	15
Na Lecha Wałęsę	6	12	61	21
Jeszcze nie wiem	5	25	42	28

O obiektywizmie telewizji przekonana była większość zwolenników Lecha Wałęsy, choć co dziesiąty spośród nich przyznawał, że jego kandydat jest popierany przez telewizję. Natomiast wśród zwolenników Aleksandra Kwaśniewskiego nieco przeważała opinia, że telewizja publiczna jest nieobiektywna i popiera jego kontrkandydata.



Zainteresowanie telewizyjnymi programami wyborczymi było bardzo duże. Telewidzowie szukali w nich w większym stopniu dodatkowych informacji o kandydacie, którego zamierzali poprzeć niż inspiracji do podjęcia decyzji.

Obiektywizm telewizji w trakcie kampanii oceniony został surowo. Wprawdzie nieco przeważa opinia, że telewizja publiczna nie popierała żadnego z kandydatów, niemniej znaczący odsetek badanych jest zdania, że telewizja nie zachowała obiektywizmu.

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. wrocławskie

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. Przed I turą wyborów telewizja nadawała audycje wyborcze prezentujące kandydatów na urząd prezydenta. Czy oglądał(a) Pan(i) te programy?
1 - Tak, większość; 2 - Tak, niektóre 3 - Nie, nie oglądał(a)m (%)

	1	2	3	Liczba osób
Ogółem	35	49	17	1252
Płeć				
Mężczyźni	37	51	13	593
Kobiety	33	47	20	659
Wiek				
do 24 lat	28	57	15	171
25-34	23	59	17	225
35-44	29	55	16	282
45-54	46	43	12	206
55-64	48	40	13	164
65 lat i więcej	39	35	26	204
Miejsce zamieszkania				
Wieś	29	51	20	473
Miasto do 20 tys.	37	45	18	150
od 21 do 100 tys.	34	55	11	252
101-500 tys.	44	41	14	247
501 tys. i więcej mieszk.	37	47	16	131
Region				
Północny	37	52	10	157
Zachodni	30	53	17	145
Środkowozachodni	34	45	21	181
Środkowy	33	53	14	228
Wschodni	45	38	16	130
Południowo-wschodni	28	52	20	204
Południowo-zachodni	38	46	16	207
Wykształcenie				
Podstawowe	29	49	22	427
Zasadnicze zawodowe	28	56	16	356
Średnie	42	44	13	380
Wyższe	57	39	3	89
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	45	44	11	73
Prac. umysł. niż. szczebla	42	48	10	102
Pracownicy fiz. - umysł.	20	54	26	57
Robotnicy wykwalifikowani	27	61	12	154
Robotnicy niewykwalifik.	23	62	15	71
Rolnicy	29	58	13	79
Prywatni przedsiębiorcy	31	52	17	45
Bierni zawodowo				
Renciści	39	40	21	164
Emeryci	48	33	19	245
Uczniowie i studenci	35	49	15	66
Bezrobotni	23	64	12	103
Gospodynie domowe i inni	25	50	24	95
Pracujący poza rolnictwem				
Sfera budżetowa	33	51	16	125
Sektor państwowy	38	50	12	146
Sektor prywatny	30	57	13	208
Spółdzielczość	17	65	18	27
Dochody na jedną osobę				
Poniżej 125 zł	28	54	19	177
125 - 199	27	49	24	167
200 - 274	28	53	19	326
275 - 324	32	53	15	175
325 i powyżej	51	39	10	349
Ocena własnych war. mater.				
Złe	33	46	21	477
Średnie	34	52	14	564
Dobre	41	47	12	210
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	37	39	24	70
Raz w tygodniu	35	49	17	705
Kilka razy w roku	32	53	14	335
W ogóle nie uczestniczy	39	43	18	140
Poglądy polityczne				
Lewica	49	44	7	240
Centrum	36	52	12	334
Prawica	35	50	15	401
Trudno powiedzieć	20	48	32	277

Tabela 2. Czy uważa Pan(i), że telewizja publiczna: 1 - popierała niektórych kandydatów w I turze wyborów prezydenckich; 2 - nie popierała żadnego z kandydatów

	(%)			
	1	2	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	39	42	19	1044
Płeć				
Mężczyźni	39	42	18	519
Kobiety	39	42	19	525
Wiek				
do 24 lat	38	51	11	145
25-34	33	44	23	185
35-44	43	42	15	238
45-54	49	34	16	182
55-64	35	42	22	144
65 lat i więcej	34	41	25	151
Miejsce zamieszkania				
Wieś	35	42	23	379
Miasto do 20 tys.	44	35	21	122
od 21 do 100 tys.	42	39	19	222
101-500 tys.	40	48	11	211
501 tys. i więcej mieszk.	41	46	13	110
Region				
Północny	43	45	12	141
Zachodni	47	33	20	120
Środkowo-zachodni	38	48	14	144
Środkowy	41	37	22	194
Wschodni	34	44	22	109
Południowo-wschodni	39	43	17	163
Południowo-zachodni	33	45	22	173
Wykształcenie				
Podstawowe	37	36	27	332
Zasadnicze zawodowe	35	45	20	298
Średnie	43	47	11	328
Wyższe	49	41	10	86
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	49	41	9	65
Prac. umysł. niż. szczebla	43	42	15	90
Pracownicy fiz. - umysł.	32	51	17	42
Robotnicy wykwalifikowani	37	45	18	135
Robotnicy niewykwalifik.	35	30	35	60
Rolnicy	37	37	26	68
Prywatni przedsiębiorcy	35	54	10	37
Bierni zawodowo				
Renciści	43	36	21	129
Emeryci	38	40	22	200
Uczniowie i studenci	42	47	11	56
Bezrobotni	42	45	12	90
Gospodynie domowe i inni	32	51	17	72
Pracujący poza rolnictwem				
Sfera budżetowa	34	47	18	105
Sektor państwowy	42	41	18	129
Sektor prywatny	42	44	14	180
Spółdzielczość	34	30	36	21
Dochody na jedną osobę				
Poniżej 125 zł	43	37	20	144
125 - 199	29	50	21	126
200 - 274	41	37	22	262
275 - 324	40	43	17	149
325 i powyżej	42	46	11	316
Ocena własnych war. mater.				
Złe	42	41	18	377
Średnie	39	41	20	482
Dobre	36	48	16	185
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	35	41	24	53
Raz w tygodniu	37	44	19	587
Kilka razy w roku	40	40	20	287
W ogóle nie uczestniczy	51	40	9	116
Poglądy polityczne				
Lewica	54	32	13	222
Centrum	42	42	16	292
Prawica	31	53	16	341
Trudno powiedzieć	32	35	32	188

Tabela 3. Czy uważa Pan(i), że telewizja publiczna: 1 - popiera Aleksandra Kwaśniewskiego; 2 - popiera Lecha Wałęsę; 3 - nie popiera żadnego z tych kandydatów, jest obiektywna

	(%)				
	1	2	3	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	4	26	48	21	1249
Płeć					
Mężczyźni	5	28	49	18	592
Kobiety	4	25	48	24	656
Wiek					
do 24 lat	2	22	52	25	171
25-34	6	21	54	20	225
35-44	2	31	53	14	281
45-54	4	35	45	16	206
55-64	6	28	47	19	163
65 lat i więcej	6	20	38	35	203
Miejsce zamieszkania					
Wieś	5	21	47	27	470
Miasto do 20 tys.	4	27	52	17	150
od 21 do 100 tys.	4	29	45	23	251
101-500 tys.	3	31	49	17	247
501 tys. i więcej mieszk.	5	29	56	10	131
Region					
Północny	6	28	41	25	157
Zachodni	4	33	42	21	144
Środkowozachodni	2	24	54	20	181
Środkowy	4	23	54	19	228
Wschodni	3	23	45	29	129
Południowo-wschodni	3	31	40	20	204
Południowo-zachodni	3	23	57	18	207
Wykształcenie					
Podstawowe	6	22	40	32	427
Zasadnicze zawodowe	4	23	54	19	354
Średnie	3	30	54	14	379
Wyższe	4	42	45	9	89
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier., inteligencja	6	34	51	8	73
Prac. umysł. niż. szczebla	1	36	49	15	101
Pracownicy fiz.- umysł.	2	23	61	13	57
Robotnicy wykwalifikowani	3	24	53	20	154
Robotnicy niewykwalifik.	1	28	52	20	71
Rolnicy	4	25	47	24	79
Prywatni przedsiębiorcy	5	30	55	10	45
Bierni zawodowo					
Renciści	7	24	39	30	163
Emeryci	6	27	43	23	245
Uczniowie i studenci	3	31	41	26	66
Bezrobotni	5	22	52	22	102
Gospodynie domowe i inni	3	17	58	22	94
Pracujący poza rolnictwem					
Sfera budżetowa	4	30	52	14	125
Sektor państwowy	1	29	53	17	145
Sektor prywatny	5	26	53	16	208
Spółdzielczość	0	36	42	22	27
Dochody na jedną osobę					
Poniżej 125 zł	7	26	44	23	175
125 - 199	3	19	51	26	167
200 - 274	4	24	47	26	325
275 - 324	3	30	48	19	175
325 i powyżej	4	32	50	14	349
Ocena własnych war. mater.					
Złe	5	25	44	26	475
Średnie	4	26	51	19	563
Dobre	4	29	50	17	210
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	7	13	55	24	69
Raz w tygodniu	4	23	50	23	705
Kilka razy w roku	4	30	47	19	333
W ogóle nie uczestniczy	4	40	40	17	140
Poglądy polityczne					
Lewica	4	50	34	13	240
Centrum	4	33	46	18	334
Prawica	6	13	65	16	400
Trudno powiedzieć	3	17	40	40	275