



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/214/189/95

GŁOSOWANIE „SERCEM” CZY „ROZUMEM”? WPŁYW SONDAŻY NA ZACHOWANIA WYBORCZE

KOMUNIKAT Z BADAŃ

WARSZAWA, GRUDZIEŃ '95

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

Spis treści

Cechy społeczno-demograficzne a motywowanie głosowania	2
Deklarowane motywowanie głosowania w poszczególnych elektoratach	4
Zainteresowanie sondażami	7
Wpływ sondaży na zachowania wyborcze	10

Można chyba bez przesady powiedzieć, że podczas ostatniej kampanii wyborczej sondaże opinii publicznej święciły triumf. O ich wynikach informowały na bieżąco wszystkie media, nieustannie odwoływali się do nich nie tylko komentatorzy, ale i politycy. Także pretendenci do fotela prezydenckiego, którzy zrezygnowali z kandydowania w trakcie kampanii, motywowali to m.in. niskim poparciem w sondażach.

Problem, czy i jak dalece sondaże przedwyborcze rzeczywiście wpływają na wyniki wyborów jest kontrowersyjny i nie można go rozstrzygnąć w sposób jednoznaczny. Warto jednak wiedzieć, w jakim zakresie sondażowe dane o poparciu dla poszczególnych kandydatów docierały do wyborców, a także zapoznać się z deklaracjami ankietowanych dotyczącymi tego, czy wyniki badań przedwyborczych miały wpływ na ich decyzję w dniu wyborów, w jakim stopniu głosowali z wyrachowaniem, biorąc pod uwagę ocenę szans danego kandydata, w jakim zaś posługiwali się w tej ocenie wynikami sondaży.

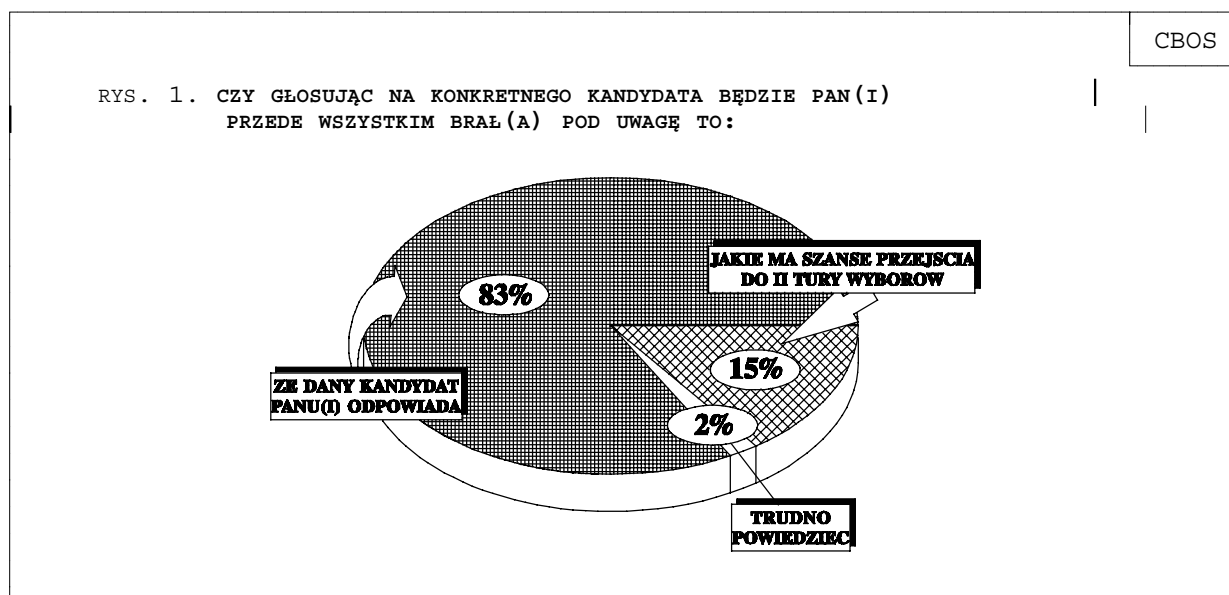
Podejmowaniu decyzji, na kogo oddać swój głos w wyborach, często towarzyszy dylemat, czy udzielić poparcia kandydatowi, który z różnych względów najbardziej się podoba, czy też postawić raczej na tego, który ma - na przykład według sondaży - większe szanse zwycięstwa. Można się spodziewać, że problem jest tym większy, im dłuższa lista kandydatów. W wyborach prezydenckich obywatele mogli wybierać spośród trzynastu pretendentów. Przy takiej liczbie kandydatów oczywiste jest, że większa część miała znikome szanse zwycięstwa, zwłaszcza że konkurowali ze sobą popularni politycy i osoby mniej znane, często głoszące kontrowersyjne poglądy.

Interesowało nas, jak badani, a zwłaszcza wyborcy poszczególnych kandydatów, określają swoje motywy skłaniające ich do poparcia konkretnych polityków. Czy zamierzają głosować na wskazanego przez siebie kandydata, ponieważ najbardziej im odpowiada, czy też raczej dlatego, że jego szanse przejścia do II tury wyborów oceniają wyżej niż innych?¹

¹ W komunikacie wykorzystano następujące badania: "Omnibus II", 19-23 października '95 (N=1311), "Sprawy Polski i Polaków (12)", 26-29 października '95 (N=1281) oraz "Aktualne problemy i wydarzenia" (66), 9-12 listopada '95 (N=1254). Wszystkie wymienione sondaże przeprowadzono na reprezentatywnych próbach losowych dorosłych mieszkańców Polski.

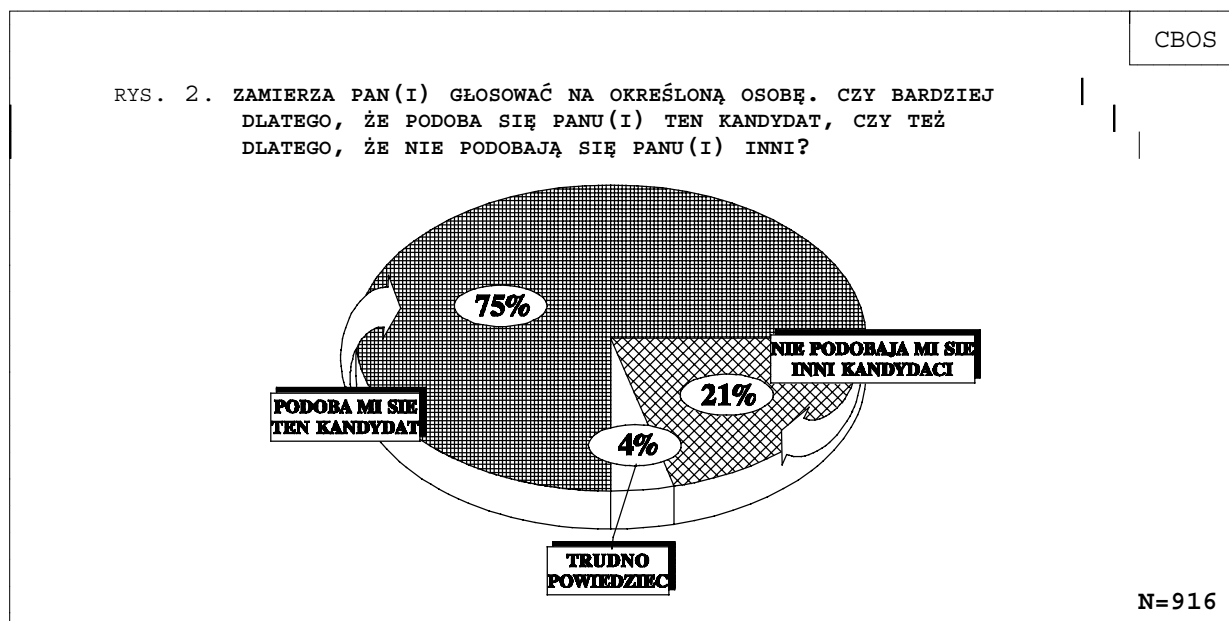
Cechy społeczno-demograficzne a motywy głosowania

Ankietowani zamierzający brać udział w wyborach i mający ukształtowane preferencje co do osoby kandydata w przeważającej części deklarowali, że o poparciu konkretnego polityka decyduje w ich przypadku przede wszystkim to, że on najbardziej im odpowiada. Głosowanie taktyczne - wybór kandydata ze względu na ocenę jego szans przejścia do II tury - deklarowało 15% badanych zamierzających uczestniczyć w wyborach i mających zdecydowane preferencje.



Chęć głosowania zgodnie z własnymi przekonaniem wyrażali, częściej niż przeciętnie, przedstawiciele kadry kierowniczej i inteligencji oraz osoby z wyższym wykształceniem. Taktycznie zamierzali głosować przede wszystkim rolnicy, bezrobotni oraz respondenci najmłodszy i nie mający określonych poglądów politycznych.

Wprawdzie zdecydowana większość ankietowanych zamierzała poprzeć kandydata, który najbardziej im się podobał, jednak dla stosunkowo licznej grupy poparcie określonej osoby było wyrazem sprzeciwu wobec możliwości wyboru któregoś z konkurentów. Co piąty badany uzasadniał swoje preferencje wyborcze brakiem akceptacji innych pretendentów.



Chęć negatywnego głosowania deklarowali, częściej niż ogół, respondenci najmłodsi, uczniowie i studenci oraz mieszkańcy wielkich miast.

Przyjmuje się niekiedy, że subiektywna ocena szans kandydatów decydująca o poparciu dla nich jest pochodną przedwyborczych sondaży publikowanych w środkach masowego przekazu. Uzyskane dane przeczą jednak tej tezie. Deklaracje dotyczące motywów głosowania zarówno respondentów interesujących się wynikami sondaży, jak i tych, którzy ich nie znają, są zbliżone.

Tabela 1. Związek między znajomością wyników sondaży przedwyborczych a deklarowanymi motywami głosowania (N=916) (%)

Motywy głosowania	Czy widział(a) Pan(i) lub słyszał(a) ostatnio jakieś wyniki sondaży?	
	Tak	Nie
- dany kandydat jest odpowiedni	84	81
- ze względu na szanse kandydata	15	15

Pominięto kategorię "trudno powiedzieć".

Niewielki wpływ sondaży na opinie wyborców potwierdzają dalsze wypowiedzi ankietowanych. Większość osób mających zamiar głosować taktycznie deklarowała, że nie zmieniłaby swoich preferencji nawet wtedy, gdyby dowiedziała się, że ich kandydat ma według sondaży przedwyborczych bardzo niewielkie szanse zwycięstwa.

Tabela 2. Zachowania wyborcze a wpływ publikowanych wyników sondaży (%)

Gdyby dowiedział(a) się Pan(i), że - według sondaży - kandydat, na którego ma Pan(i) zamiar głosować, ma bardzo małe szanse wygrać, to czy:	Czy głosując na konkretnego kandydata będzie Pan(i) brał(a) przede wszystkim pod uwagę:	
	to, że dany kandydat Panu(i) odpowiada	jakie ma szanse przejścia do II tury
- mimo to będzie Pan(i) głosował(a) na tego kandydata	78	73
- poprze Pan(i) innego kandydata	15	23
- nie weźmie Pan(i) udziału w wyborach	5	1
Trudno powiedzieć	2	3

Przekonanie o szansach wyborczych poszczególnych kandydatów wynika, jak się wydaje, z innych przesłanek niż publikowane dane sondażowe, choć nie można twierdzić, że są one bez znaczenia. Niemal co czwarta osoba w grupie zamierzających głosować taktycznie deklarowała, że zmieniłaby swoje preferencje, gdyby publikowane wyniki sondaży wskazywały na niewielkie szanse popieranego kandydata. Jednocześnie fakt, że przeważająca większość zamierzających głosować taktycznie deklarowała, że nie zmieniłaby preferencji wyborczych pod wpływem wyników sondaży, wydaje się wskazywać na ograniczone do nich zaufanie.

Deklarowane motywy głosowania w poszczególnych elektoratach

Szczególnie istotnym aspektem rozważań o deklarowanych przez respondentów motywach głosowania na określonego kandydata jest porównanie możliwych zachowań wyborczych w poszczególnych elektoratach.

Tabela 3. Deklarowane motywy głosowania w poszczególnych elektoratach (%)

Elektoraty kandydatów	Czy głosując na konkretnego kandydata będzie Pan(i) brał(a) przede wszystkim pod uwagę:		
	to, że dany kandydat Panu(i) odpowiada	jakie ma szanse przejścia do II tury wyborów	trudno powiedzieć
Hanna Gronkiewicz-Waltz	88	9	3
Janusz Korwin-Mikke	95	5	0
Jacek Kuroń	85	12	3
Aleksander Kwaśniewski	85	12	3
Andrzej Lepper	72	20	8
Leszek Moczulski	88	0	12
Jan Olszewski	90	5	5
Waldemar Pawlak	92	8	0
Jan Pietrzak	84	14	2
Lech Wałęsa	76	22	2
Tadeusz Zieliński	79	20	1

W tabeli nie uwzględniono elektoratów mniejszych niż 1%.

Głosowanie taktyczne mogło być udziałem przede wszystkim zwolenników Lecha Wałęsy - więcej niż co piąty spośród nich zamierzał poprzeć w wyborach obecnego prezydenta, ponieważ jego szanse przejścia do II tury wyborów oceniał wyżej niż innych kandydatów. Dla porównania: taktyczne poparcie dla drugiego lidera rankingu prezydenckiego - Aleksandra Kwaśniewskiego deklarował co ósmy spośród jego potencjalnych wyborców. Wydaje się zatem, że polityk SLD w nieco większym stopniu, niż miało to miejsce w przypadku Lecha Wałęsy, postrzegany był przez swych zwolenników jako najodpowiedniejszy kandydat na prezydenta.

Preferowanie kandydata ze względu na wysoką ocenę jego szans przejścia do II tury wyborów dotyczy również co piątego zwolennika Tadeusza Zielińskiego i Andrzeja Leppera oraz co ósmej osoby zamierzającej oddać głos na Jacka Kuronia. W elektoratach pozostałych kandydatów zdecydowanie zwycięża opcja głosowania na kandydata ze względu na jego osobiste walory.

Interesujące jest, jak zachowaliby się wyborcy poszczególnych kandydatów w sytuacji, gdyby w świetle sondaży politycy przez nich popierani mieli znikome szanse wygrania wyborów. Wskazania ankietowanych dotyczące możliwości przeniesienia swoich głosów na kandydata mającego większe - według sondaży - szanse zwycięstwa poszerzają zasób wiadomości o głosowaniu taktycznym. Informacja uzyskana za pomocą tego pytania wydaje się bardziej wiarygodna niż proste deklaracje badanych (głosuje, bo kandydat mu odpowiada bądź dlatego, że ma większe szanse).

Tabela 4

(%)

Elektoraty kandydatów	Gdyby dowiedział(a) się Pan(i), że według sondaży przedwyborczych kandydat, na którego ma Pan(i) zamiar głosować w wyborach prezydenckich, ma niewielkie szanse wygrać, to czy:							
	19-23 X				26-29 X			
	1*	2	3	Trudno powiedzieć	1	2	3	Trudno powiedzieć
Hanna Gronkiewicz-Waltz	83	15	-	2	63	31	3	3
Janusz Korwin-Mikke	77	15	8	-	84	14	3	-
Jacek Kuroń	80	16	1	2	68	21	5	5
Aleksander Kwaśniewski	79	12	7	2	78	14	6	2
Jan Olszewski	69	25	-	6	59	32	-	9
Waldemar Pawlak	79	18	1	2	81	16	-	3
Lech Wałęsa	72	18	5	5	75	17	2	5
Tadeusz Zieliński	77	21	-	2	77	22	-	1

* Odpowiedź 1 - "mimo to będzie Pan(i) głosował(a) na tego kandydata", 2 - "poprze Pan(i) innego", 3 - "nie weźmie Pan(i) udziału w wyborach".

Z powyższych danych wynika, że najbardziej podatni na wpływ publikowanych w środkach masowego przekazu wyników sondaży mogli być zwolennicy Jana Olszewskiego. Jego potencjalni wyborcy najczęściej deklarowali, że zmieniliby swoje preferencje, gdyby popierany przez nich kandydat osiągał słabe wyniki w sondażach. Jednak niewielka liczebność tego elektoratu każe te dane traktować ostrożnie. W omawianej sytuacji podobnie postąpiłby co piąty zwolennik Tadeusza Zielińskiego i niemal tyle samo potencjalnych wyborców Lecha Wałęsy i Waldemara Pawlaka. Niewielu zwolenników opuściłoby Aleksandra Kwaśniewskiego. Może to mieć związek z faktem, że sytuacja, w której sondaże nie dawałyby Kwaśniewskiemu szans zwycięstwa, prawdopodobnie postrzegana była jako czysto hipotetyczna - kandydat SLD od wielu miesięcy był liderem rankingu prezydenckiego.

Powyższe dane potwierdzają, że w przypadku kandydatów prowadzących w rankingu głosowanie taktyczne częściej mogło być udziałem osób zamierzających poprzeć Wałęsę niż Kwaśniewskiego.

Na tydzień przed wyborami skłonność do przerzucenia głosów pod wpływem sondaży na innego kandydata wyraźnie wzrosła w elektoracie Hanny Gronkiewicz-Waltz, w pewnym stopniu także Jana Olszewskiego i Jacka Kuronia, a więc pretendentów "drugiego planu". Świadczy to o tym, że sondaże odgrywały pewną rolę w polaryzacji opinii wokół dwóch głównych kandydatów.

Motywy głosowania pozostają w pewnym związku z deklarowanym stopniem pewności poparcia dla konkretnego kandydata. Respondenci, którzy zamierzali oddać głos na pretendenta, który najbardziej im odpowiadał, w nieco większym stopniu byli pewni swej decyzji niż ci, na których decyzje wyborcze miała wpływ ocena szans zwycięstwa kandydata. Podobnie jest w przypadku głosowania pozytywnego i negatywnego. Ankietowani popierający kandydata, który najbardziej im się podobał, byli w większym stopniu pewni niezmienności swojej decyzji niż osoby, które miały zamiar głosować na wybranego kandydata przede wszystkim dlatego, że nie podobali im się pozostali.

Zainteresowanie sondażami

Od połowy października CBOS zamieszczał w swych ankietach pytania dotyczące znajomości publikowanych wyników sondaży oraz przypisywanego im wpływu na decyzje wyborcze.

Pod koniec drugiej dekady października upowszechniane w środkach przekazu wyniki sondaży znane były ponad połowie (59%) ogółu badanych. Interesowali się nimi nie tylko ci, którzy deklarowali zamiar wzięcia udziału w wyborach (wśród nich - 64%), lecz także co trzeci badany spośród nie zamierzających w nich uczestniczyć.

Znajomość wyników sondaży deklarowano tym częściej, im wyższy był poziom wykształcenia badanych (pod tym względem różnica między grupami skrajnymi² jest ponad dwukrotna). Dane te najczęściej znane były inteligencji, kadrze kierowniczej, pracownikom umysłowym niższego szczebla oraz prywatnym przedsiębiorcom, najrzadziej zaś rolnikom. W połowie października rzadziej niż inne grupy interesowała się nimi młodzież oraz osoby najstarsze. Jednak pod koniec kampanii wyborczej zainteresowanie nimi wśród młodzieży wyraźnie wzrosło. W badaniu przeprowadzonym tydzień przed I turą wyborów znajomość wyników sondaży w tej grupie była taka sama jak w grupie osób w średnim wieku. Identyczne zjawisko zaobserwowaliśmy także w przypadku zainteresowania telewizyjnymi programami wyborczymi³. Potwierdza to przypuszczenie, że finał kampanii wyborczej wciągnął także młodzież, początkowo w pewnym stopniu dystansującą się od wyborów.

Badanych, którzy stwierdzili, że widzieli lub słyszeli jakieś wyniki sondaży, zapytaliśmy, czy pamiętają, którzy kandydaci zdobywali w nich największą liczbę głosów (można było wskazać dwa nazwiska).

		CBOS
Czy pamięta Pan(i), którzy kandydaci zdobywali w nich największą liczbę głosów?		
- Aleksander Kwaśniewski	91%	
- Lech Wałęsa	71%	
- Hanna Gronkiewicz-Waltz	8%	
- Jan Olszewski	2%	
- Janusz Korwin-Mikke	1%	
- Jacek Kuroń	1%	
Trudno powiedzieć	6%	N=792

W tygodniu poprzedzającym badanie, z którego pochodzą przedstawione wyżej dane, w sondażach prowadził Aleksander Kwaśniewski, na drugim miejscu znajdował się Lech Wałęsa, trzecie miejsce zajmowała Hanna Gronkiewicz-Waltz, niewiele wyprzedzając Jacka Kuronia. W tym okresie notowania Gronkiewicz-Waltz były najlepsze. To, co badani zapamiętali z wyników

² Por. tabele aneksowe.

³ Por. komunikat "Telewizja w kampanii wyborczej", listopad '95.

sondaży, świadczy więc o tym, że wprawdzie zdecydowana większość dobrze orientowała się co do pozycji, jakie zajmowali główni kandydaci, to jednak w świadomości części z nich nastąpiło przekłamanie - informacja o tym, że Gronkiewicz-Waltz "idzie w górę" przyczyniła się do tego, że badani nabrali przekonania, iż należy do prowadzącej dwójki. Za taką interpretacją przemawia fakt, że Jacek Kuroń uzyskujący podobną liczbę głosów co Hanna Gronkiewicz-Waltz, ale na wyrównanym przez pewien czas poziomie, nie był wymieniany prawie wcale wśród kandydatów uzyskujących najwięcej wskazań w sondażach. Przekłamanie to jednak nie występowało częściej w elektoracie Gronkiewicz-Waltz niż w elektoratach innych pretendentów. Wynika stąd, że "życzeniowy" odbiór sondaży (tzn. wymienianie "swojego" kandydata jako prowadzącego) występował w niewielkim stopniu.

Tabela 5

Na kogo najchętniej oddał(a)by Pan(i) głos w wyborach prezydenckich?	Odsetki wskazujących jako liderów sondaży			
	Aleksandra Kwaśniewskiego	Lecha Wałęsę	Hannę Gronkiewicz-Waltz	Innych kandydatów
Aleksander Kwaśniewski	96	68	10	7
Lech Wałęsa	89	81	6	2
Hanna Gronkiewicz-Waltz	88	79	8	9
Inni kandydaci	91	72	6	9

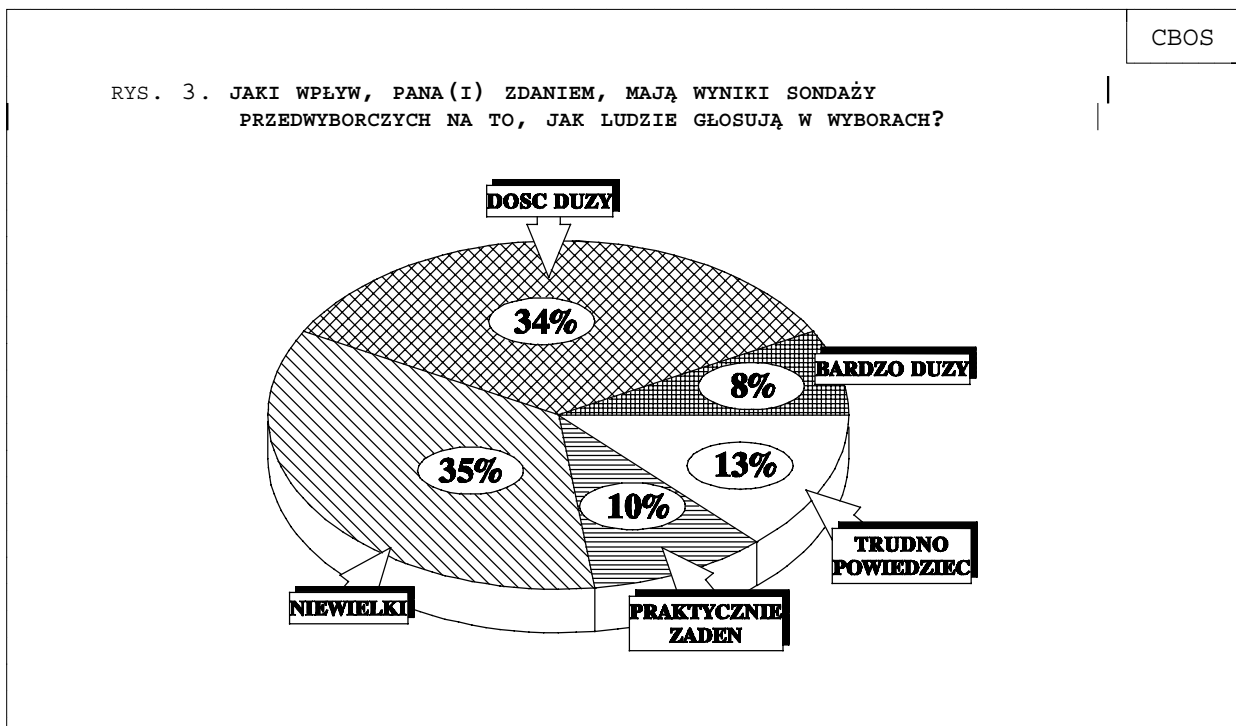
Tydzień później deklarowana znajomość sondaży nie zmieniła się, natomiast czołówki kandydatów jeszcze bardziej wzrosła.

			CBOS
Czy pamięta Pan(i), którzy kandydaci zdobywali w sondażach najwięcej głosów?			
Aleksander Kwaśniewski		93%	
Lech Wałęsa		78%	
Hanna Gronkiewicz-Waltz		5%	
Jacek Kuroń		3%	
Trudno powiedzieć		4%	
			N=766

Wpływ sondaży na zachowania wyborcze

Przedstawione wyniki wskazują na duże zainteresowanie badanych sondażami przedwyborczymi. Zastanawiające jest jednak, w jakim stopniu wynikało ono z chęci sprawdzenia szans wybranego kandydata, jak dalece zaś - dotyczy to przede wszystkim osób nie zamierzających głosować - podobne było do zainteresowania, z jakim kibic śledzi tabelę rozgrywek ligowych. Czy wreszcie zainteresowanie wynikami sondaży miało wpływ na decyzje wyborcze, dostarczało informacji (wzmacniających lub osłabiających chęć głosowania na tego lub innego kandydata) osobom przyjmującym określoną taktykę wyborczą, zamierzającym głosować z wyrachowaniem.

Zacznijmy od tego, co sami badani sądzą na temat relacji między wynikami sondaży przedwyborczych a zachowaniami wyborców.



Wśród ogółu badanych zdania na ten temat są podzielone. Jednak w zależności od poziomu ich wykształcenia opinie te dość znacznie się różnicują. Progiem wyraźnie dzielącym badanych jest posiadanie średniego wykształcenia. Poniżej tego poziomu dość wyraźnie przeważa przekonanie o niewielkim lub żadnym wpływie sondaży, powyżej zaś - o dużym lub bardzo dużym. Ponieważ równocześnie stwierdziliśmy, że im wyższy poziom wykształcenia ankietowanych, tym większe zainteresowanie sondażami, można zasadnie przypuszczać, że występuje tu współzależność - sondażami bardziej interesują się ci, którzy sądzą, że mają one istotny wpływ na zachowania wyborcze.

Równocześnie jednak nie ma żadnego związku między opinią, że sondaże mają duży wpływ na wyborców a głosowaniem taktycznym.

Wyżej omówione pytanie można także interpretować projekcyjnie, tzn. założyć, że badani mają skłonność do przypisywania ogółowi własnych postaw. W tym przypadku oznaczałoby to, że głosowanie taktyczne, czyli branie pod uwagę szans poszczególnych kandydatów, jest najczęstsze przede wszystkim wśród wyborców z co najmniej średnim wykształceniem.

Jak już poprzednio była o tym mowa, skłonność do głosowania taktycznego nie wzmaga zainteresowania sondażami. Nie oznacza to jednak, by nie odgrywały one roli w ocenie szans kandydata. Wyborcy mogą przecież szukać w sondażach innych informacji - jedni tylko tych, jak ich kandydat wypada na tle kontrkandydatów, drudzy zaś właśnie tego, czy warto na niego głosować.

Zainteresowania sondażami nie wzmaga także stopień pewności podjętej decyzji. Odwrotnie - znajomość wyników badań była znacznie wyższa wśród tych, którzy deklarowali duży lub co najmniej średni stopień pewności swej decyzji.

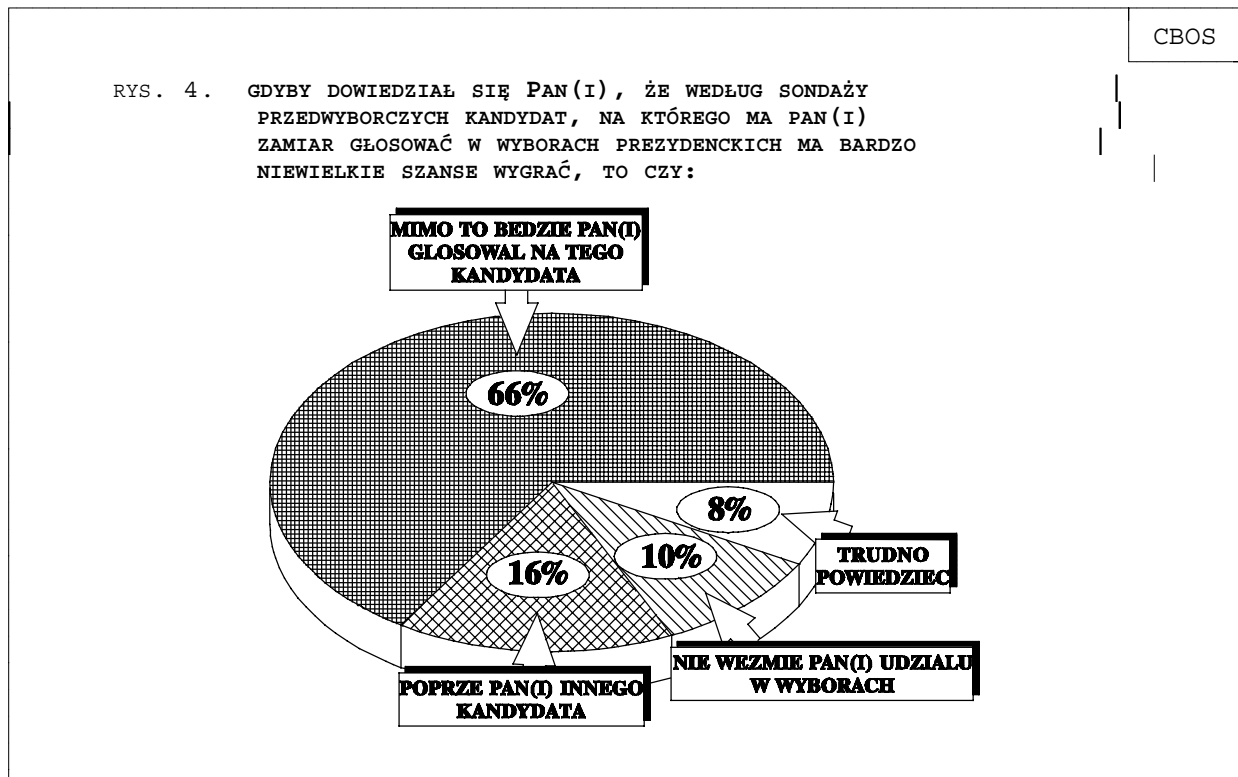
Tabela 6

(%)

W jakim stopniu jest Pan(i) przekonany(a), że w dniu wyborów zgłasza Pan(i) na tego właśnie kandydata?	Znajomość sondaży	
	tak	nie
Mała	38	62
Średnia	61	39
Duża	68	32

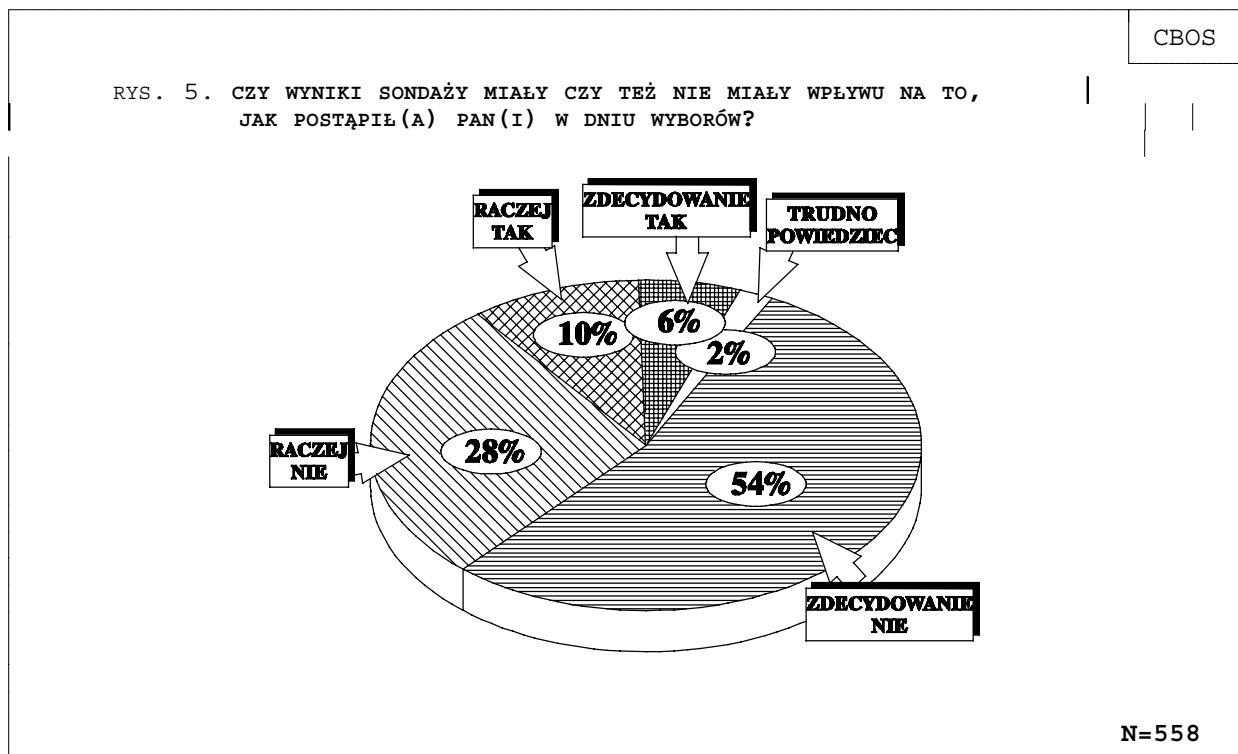
Badani określali na 10-punktowej skali stopień pewności, czy będą głosowali na wskazanego przez siebie kandydata (punkty 1-3 - mała pewność, 4-7 - średnia, 8-10 - duża).

Gdy zapytaliśmy badanych wprost, co uczynią w sytuacji, gdyby kandydat, na którego zamierzają głosować, miał - według sondaży - bardzo małe szanse wygrania, co szósty stwierdził, że w takim przypadku przetrzuci swój głos na innego.



Deklaracje te różniły się w pewnym stopniu w poszczególnych elektoratach i ulegały zmianom w miarę zbliżania się terminu wyborów.

W tygodniu poprzedzającym głosowanie z wynikami sondaży zapoznało się 45% ogółu badanych. Zapytaliśmy ich, czy wpłynęły one na to, jak postąpili w dniu wyborów.



Wpływ sondaży na decyzje wyborcze ankietowanych, którzy poznali ich wyniki w okresie bezpośrednio poprzedzającym wybory, nie był zbyt duży. Co szósty z nich przyznał, że kierował się nimi podejmując decyzję, ponad połowa (54%) zdecydowanie temu zaprzeczyła. Ponad jedna czwarta (28%) odpowiedziała "raczej nie", a więc można przypuszczać, że w pewnym stopniu brała je pod uwagę, ale nie przypisywała im dużego wpływu na swoją decyzję. Jeśli dane te odniesiemy do ogółu badanych, to w okresie bezpośrednio przed wyborami oddziaływanie sondaży - według deklaracji respondentów - kształtowało się następująco:

- ♦ wpływ sondaży na decyzję udziału w wyborach zadeklarowało ok. 1,5% ogółu, w tym 1% wyborców stanowili ci, którzy pod wpływem wyników sondaży wzięli udział w wyborach, mimo że poprzednio nie zamierzali głosować; pozostali podjęli decyzję przeciwną;

- ♦ osoby, które stwierdziły, że po poznaniu wyników sondaży przed dniem wyborów zmieniły decyzję, na kogo głosować, stanowiły 2% wyborców;

- ♦ badani deklarujący, że sondaże utwierdziły ich w przekonaniu o trafności podjętej decyzji, stanowili 4% wyborców.

Dane te wskazują, że oddziaływanie sondaży publikowanych bezpośrednio przed głosowaniem na decyzje wyborcze było zupełnie marginesowe. Wniosek taki potwierdza również fakt, że związek między podjęciem decyzji, na kogo głosować, a zainteresowaniem sondażami okazał się nieistotny statystycznie.

Tabela 7

(%)

Kiedy zdecydował(a) się Pan(i), że będzie Pan(i) głosować na tego właśnie kandydata?	Czy przed dniem głosowania widział(a) Pan(i) jakieś wyniki sondaży przedwyborczych?	
	Tak	Nie
W dniu lub w przeddzień wyborów	48	52
W ostatnim tygodniu przed wyborami	42	58
Od 2 tygodni do 2 miesięcy przed wyborami	51	49
Jeszcze wcześniej	48	52
χ^2 na poziomie .1668.		

Badanych, którzy stwierdzili, że zmienili decyzję pod wpływem wyników sondaży, było niewiele w poszczególnych elektoratach I tury wyborów (Aleksandra Kwaśniewskiego - 2%, Jana Olszewskiego - 5%, Lecha Wałęsy - 3%, Tadeusza Zielińskiego - 4%).

W pozostałych elektoratach nie było osób, które twierdziłyby, że pod wpływem sondaży publikowanych przed głosowaniem zmieniły decyzję, na kogo głosować.

★

★ ★

Z deklaracji badanych wynika, że głosowanie taktyczne prawdopodobnie nie było udziałem dużej części wyborców. Przeważająca część ankietowanych deklarowała, że ich decyzja, na kogo oddać głos w wyborach, wynikała z pozytywnej oceny zalet i zasług kandydata. Można przypuszczać, że ankietowani chcieli być postrzegani jako osoby konsekwentne w swym wyborze, a racjonalna decyzja wyborcza podjęta na podstawie oceny szans kandydata może być oceniana jako koniunkturalizm, który jest zjawiskiem społecznie nie akceptowanym.

Warto podkreślić, że deklaracje badanych mogą znacznie odbiegać od ich faktycznych zachowań wyborczych. Zachodzące zmiany w deklarowanym poparciu dla kandydatów i antypatii do nich (zwłaszcza w stosunku do liderów rankingu) mogą wskazywać na pewną racjonalizację decyzji wyborczych. Tym samym faktyczny zasięg głosowania taktycznego mógł być znacznie większy niż wynikało to z deklaracji badanych.

Przedstawione wyniki badań (przeprowadzonych dwa tygodnie i tydzień przed I turą wyborów oraz tydzień po I turze) wskazują, że wpływ sondaży na decyzje wyborcze był niewielki. Być może w rzeczywistości jest on nieco większy, niż wynikałoby to z przedstawionych danych, gdyż ludzie mają na ogół skłonność do podkreślania samodzielności podejmowanych decyzji i niechętnie przyznają się do ulegania jakimkolwiek wpływom. Na podstawie zarówno tych, jak i innych danych można pośrednio przypuszczać, że były one większe w trakcie kampanii wyborczej, natomiast mniejsze bezpośrednio przed głosowaniem, gdy wyborcy już utwierdzili się w podjętej decyzji, ci zaś, którzy odkładali ją na ostatnią chwilę i tak nie wykazywali większego zainteresowania sondażami niż inni.

Potwierdza to bezzasadność zakazu publikowania sondaży w okresie bezpośrednio poprzedzającym głosowanie.

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. Czy przed dniem głosowania widział(a) Pan(i) jakieś wyniki sondaży przedwyborczych?
(%)

	Tak	Nie	Liczba osób
Ogółem	45	55	1252
Płeć			
Mężczyźni	51	49	593
Kobiety	38	62	659
Wiek			
do 24 lat	50	50	171
25-34	45	55	225
35-44	45	55	282
45-54	51	49	206
55-64	45	55	164
65 lat i więcej	33	67	204
Miejsce zamieszkania			
Wieś	39	61	473
Miasto do 20 tys.	45	55	150
od 21 do 100 tys.	48	52	251
101-500 tys.	48	52	247
501 tys.i więcej mieszk.	53	47	131
Region			
Północny	43	57	157
Zachodni	49	51	144
Środkowozachodni	42	58	182
Środkowy	41	59	228
Wschodni	35	65	130
Południowo-wschodni	48	52	204
Południowo-zachodni	52	48	207
Wykształcenie			
Podstawowe	36	64	426
Zasadnicze zawodowe	40	60	356
Średnie	54	46	380
Wyższe	61	39	89
Grupa społ.-zaw. pracujący			
Kadra kier., inteligencja	55	45	74
Prac.umysł.niż.szczebla	53	47	102
Pracownicy fiz.- umysł.	43	57	57
Robotnicy wykwalifikowani	46	54	154
Robotnicy niewykwalifik.	43	57	71
Rolnicy	43	57	79
Prywatni przedsiębiorcy	55	45	45
Bierni zawodowo			
Renciści	40	60	163
Emeryci	41	59	245
Uczniowie i studenci	61	39	66
Bezrobotni	39	61	103
Gospodynie domowe i inni	34	66	95
Pracujący poza rolnictwem			
Sfera budżetowa	47	53	125
Sektor państwowy	48	52	146
Sektor prywatny	52	48	208
Spółdzielczość	50	50	27
Dochody na jedną osobę			
Poniżej 125 zł	36	64	177
125 - 199	35	65	167
200 - 274	41	59	326
275 - 324	48	52	175
325 i powyżej	57	43	349
Ocena własnych war. mater.			
Złe	38	62	477
Średnie	46	54	564
Dobre	55	45	210
Udział w prakt. religijnych			
Kilka razy w tygodniu	33	67	70
Raz w tygodniu	43	57	705
Kilka razy w roku	45	55	335
W ogóle nie uczestniczy	56	44	140
Poglądy polityczne			
Lewica	52	48	240
Centrum	49	51	334
Prawica	50	50	401
Trudno powiedzieć	25	75	277

Tabela 2. Czy wyniki sondaży miały czy też nie miały wpływu na to, jak postąpił(a) Pan(i) w dniu wyborów?

(%)

	Tak	Nie	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	16	82	2	555
Płeć				
Mężczyźni	18	80	2	303
Kobiety	14	83	2	252
Wiek				
do 24 lat	18	78	5	84
25-34	20	78	2	100
35-44	14	85	1	126
45-54	16	83	1	104
55-64	14	85	1	73
65 lat i więcej	16	81	3	67
Miejsce zamieszkania				
Wieś	18	79	3	181
Miasto do 20 tys.	15	84	1	66
od 21 do 100 tys.	15	83	1	121
101-500 tys.	19	79	2	117
501 tys. i więcej mieszk.	10	88	1	69
Region				
Północny	12	87	1	67
Zachodni	25	72	3	71
Środkowozachodni	16	84	0	76
Środkowy	15	80	5	92
Wschodni	12	87	1	45
Południowo-wschodni	10	87	2	97
Południowo-zachodni	22	77	1	106
Wykształcenie				
Podstawowe	17	82	1	155
Zasadnicze zawodowe	19	77	5	142
Średnie	17	82	1	203
Wyższe	7	93	0	54
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	12	88	0	40
Prac. umysł. niż. szczebla	9	91	0	54
Pracownicy fiz. - umysł.	5	92	3	25
Robotnicy wykwalifikowani	20	76	4	69
Robotnicy niewykwalifik.	17	80	3	31
Rolnicy	16	78	7	34
Prywatni przedsiębiorcy	11	89	0	25
Bierni zawodowo				
Renciści	19	81	0	66
Emeryci	16	82	2	100
Uczniowie i studenci	11	89	0	40
Bezrobotni	28	65	7	40
Gospodynie domowe i inni	25	75	0	31
Pracujący poza rolnictwem				
Sfera budżetowa	12	88	0	58
Sektor państwowy	10	87	3	70
Sektor prywatny	16	80	4	107
Spółdzielczość	6	94	0	14
Dochody na jedną osobę				
Poniżej 125 zł	15	85	0	63
125 - 199	20	74	5	58
200 - 274	17	81	2	132
275 - 324	17	81	2	83
325 i powyżej	14	84	2	200
Ocena własnych war. mater.				
Złe	21	76	3	182
Średnie	13	84	3	257
Dobre	15	85	0	116
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	9	89	2	23
Raz w tygodniu	17	82	1	305
Kilka razy w roku	16	81	3	149
W ogóle nie uczestniczy	15	82	2	78
Poglądy polityczne				
Lewica	18	80	2	125
Centrum	11	86	2	160
Prawica	15	83	1	202
Trudno powiedzieć	27	69	4	69

Tabela 3. Jaki wpływ, Pana(i) zdaniem, mają wyniki sondaży przedwyborczych na to, jak ludzie głosują w wyborach? 1 - Bardzo duży i dość duży; 2 - Niewielki; 3 - Praktycznie żaden; 7 - Trudno powiedzieć (%)

	1	2	3	7	Liczba osób
Ogółem	41	36	10	14	1311
Płeć					
Mężczyźni	46	37	9	8	620
Kobiety	37	34	10	19	690
Wiek					
do 24 lat	44	41	5	11	178
25-34	48	34	13	6	235
35-44	49	35	7	8	284
45-54	41	37	10	12	221
55-64	34	37	13	16	187
65 lat i więcej	28	31	9	32	206
Miejsce zamieszkania					
Wieś	36	36	6	22	484
Miasto do 20 tys.	42	39	9	11	171
od 21 do 100 tys.	46	33	12	9	262
101-500 tys.	48	32	12	7	265
501 tys.i więcej mieszk.	36	41	15	9	129
Region					
Północny	50	35	6	8	184
Zachodni	32	43	14	11	131
Środkowozachodni	40	36	15	10	199
Środkowy	39	35	8	18	221
Wschodni	31	33	13	24	142
Południowo-wschodni	38	41	9	12	214
Południowo-zachodni	54	28	6	13	221
Wykształcenie					
Podstawowe	30	36	8	26	461
Zasadnicze zawodowe	41	37	14	8	339
Średnie	50	34	9	7	402
Wyższe	57	32	9	2	109
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier.,inteligencja	72	21	6	2	73
Prac.umysł.niż.szczębla	55	31	7	7	112
Pracownicy fiz.- umysł.	53	38	8	1	64
Robotnicy wykwalifikowani	44	36	11	9	160
Robotnicy niewykwalifik.	31	43	17	10	70
Rolnicy	42	40	1	17	84
Prywatni przedsiębiorcy	55	31	10	5	59
Bierni zawodowo					
Renciści	31	32	13	24	194
Emeryci	32	36	10	23	242
Uczniowie i studenci	64	31	2	3	44
Bezrobotni	34	48	7	10	114
Gospodynie domowe i inni	32	36	17	16	94
Pracujący poza rolnictwem					
Sfera budżetowa	55	34	4	6	111
Sektor państwowy	49	36	7	7	161
Sektor prywatny	49	33	13	5	236
Spółdzielczość	42	33	12	13	31
Dochody na jedną osobę					
Poniżej 125 zł	37	40	6	18	221
125 - 199	35	39	11	14	191
200 - 274	37	35	11	17	326
275 - 324	43	35	9	12	174
325 i powyżej	50	34	9	7	331
Ocena własnych war. mater.					
Złe	35	37	10	18	458
Średnie	38	38	11	13	566
Dobre	57	28	7	8	287
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	29	40	9	22	74
Raz w tygodniu	41	35	10	15	722
Kilka razy w roku	45	34	9	11	392
W ogóle nie uczestniczy	38	40	12	9	120
Poglądy polityczne					
Lewica	44	35	13	9	227
Centrum	43	39	11	7	385
Prawica	45	38	8	8	426
Trudno powiedzieć	32	27	8	34	271