



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/119/119/97

OCENA HASEŁ WYBORCZYCH

KOMUNIKAT Z BADAŃ

WARSZAWA, WRZESIEŃ '97

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

Wielu z nas pamięta zapewne niektóre hasła wyborcze z poprzednich kampanii. Choć o samych wyborach po pewnym czasie się zapomina, chwytliwy slogan wyborczy niejednokrotnie pozostaje w pamięci, w języku (jako wyrazie pamięci zbiorowej) pędząc swój dalszy żywot. Wydaje się, że takim charakterystycznym hasłem, które pozostało w języku potocznym, był np. slogan Tadeusza Mazowieckiego z 1990 roku „Siła spokoju”.

Hasła wyborcze z ostatnich wyborów prezydenckich nie zapadły nam specjalnie w pamięć. Jak wykazały nasze badania¹, najlepiej oceniono hasło zwycięzcy tamtych wyborów Aleksandra Kwaśniewskiego „Wyberzmy przyszłość”, ono też zostało najlepiej zapamiętane przez wyborców. Czy w obecnych wyborach hasło ocenione jako najlepsze będzie jednocześnie hasłem zwycięzcy?

W ostatnim sondażu², realizowanym jeszcze przed rozpoczęciem na dobre kampanii wyborczej w mediach, zapytaliśmy ankietowanych, jak oceniają hasła wyborcze, z którymi miały zamiar startować poszczególne ugrupowania. Niestety, w przypadku Unii Wolności analizować będziemy niedoszłe hasło wyborcze tego ugrupowania „W lewo? W prawo? Zawsze do przodu!”, a nie jej faktyczne hasło „Mądry wybór, lepsze życie”. W tej sytuacji jednak uzyskany obraz będzie, niestety, niepełny.

KTÓRE HASŁO JEST NAJLEPSZE?

Zdaniem ankietowanych najbardziej udanym sloganem w tegorocznych wyborach jest hasło AWS „Zawsze Polska, wolność, rodzina” - jako najlepsze wskazało je prawie dwie piąte (37%) respondentów. Równie dużym powodzeniem jak wśród ogółu Polaków cieszy się ono w grupie osób wybierających się do urn. O ponad połowę mniej (15%) wskazań zyskało

¹ Por. komunikat CBOS „Hasła wyborcze w kampanii prezydenckiej ‘95”, grudzień ‘95.

² Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (87) przeprowadzono w dniach 26 sierpnia - 1 września ‘97 na 2265-osobowej reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

hasło głównego rywala AWS w sondażach - SLD „Dobre dziś, lepsze jutro”. Tylko nieznacznie mniej osób jako najlepsze wybrało hasło PSL „Łączy nas Polska”, przy czym różnica ta jest nieco mniejsza wśród zamierzających wziąć udział w wyborach niż wśród ogółu badanych. Mniej podobają się hasła UP, ROP i poprzednie hasło UW.

Tabela 1

w procentach

W kampanii wyborczej partii polityczne będą występować z różnymi hasłami wyborczymi. Proszę powiedzieć, które z przedstawionych hasel jest - w Pana(i) ocenie - najlepsze, najbardziej się Panu(i) podoba?	Wskazania	
	ogółu ankietowanych	osób wybierających się na wybory (N=1434)
„Zawsze Polska, wolność, rodzina”	37	39
„Dobre dziś, lepsze jutro”	15	16
„Łączy nas Polska”	12	14
„Zasługujesz na więcej”	9	7
„W lewo? W prawo? Zawsze do przodu!”	8	8
„Nie będziesz sam. Razem odbudujemy Polskę”	5	6
Trudno powiedzieć	14	11

Hasło AWS cieszy się największą popularnością wśród osób w średnim wieku (od 35 do 54 lat), głęboko religijnych, o prawicowych poglądach politycznych. Z kolei hasło SLD najbardziej podoba się badanym identyfikującym się z lewicą i najmłodszym respondentom (do 24 roku życia).

Wśród przedstawicieli kadry kierowniczej i inteligencji największym powodzeniem cieszą się hasła AWS „Zawsze Polska, wolność, rodzina” (32%) oraz - co dość zaskakujące - PSL „Łączy nas Polska” (21%). Wśród pracowników umysłowych niższego szczebla drugie miejsce pod względem popularności (po hasle AWS - 39% wskazań) zajął slogan SLD „Dobre dziś, lepsze jutro” (16%). Z kolei pracownicy fizyczno-umysłowi w porównaniu z innymi grupami społeczno-zawodowymi w zdecydowanie największym stopniu optują za hasłem AWS - za najlepsze uznała je blisko połowa (49%) tej grupy respondentów, pozostałe zaś hasła zyskały wyraźnie mniej wskazań. Rolnikom najbardziej podobały się hasła „Zawsze Polska, wolność, rodzina” (27%) oraz „Dobre dziś, lepsze jutro” (22%). Zaskakujące jest to, że podobne preferencje co do wyborczych hasel mają również osoby bezrobotne (odpowiednio 34 i 19%). Warto zauważyć, że w grupach upośledzonych społecznie (o mniejszych dochodach, niższym wykształceniu, gorzej oceniających własne warunki

materialne) hasła odwołujące się do diagnoz „socjalnych” - „Zasługujesz na więcej” i „Nie będziesz sam. Razem odbudujemy Polskę” nie cieszą się większym poparciem niż wśród osób o wyższym statusie materialnym. Można stąd wnosić, że nawet adresaci tych haseł niespecjalnie je „kupili”.

OCENA HASEŁ WYBORCZYCH W ELEKTORATACH PARTII I UGRUPOWAŃ

Hasła wyborcze poza specyficzną zawartością treściową mają różne konotacje, przywołują różne wartości, które są dewizą, ideą przewodnią poszczególnych ugrupowań. Apelują one zatem do różnych typów „wyborczej wrażliwości” Polaków. Interesujące może być prześledzenie popularności haseł w elektoratach poszczególnych ugrupowań. Może to ułatwić orientację, na jakie elementy programowe i jaki „język” uwarżliwieni są wyborcy poszczególnych partii. Większa niż zwykle wielkość próby pozwala na przeprowadzenie sensownych analiz tego rodzaju.

		CBOS
W kampanii wyborczej partie polityczne będą występować z różnymi hasłami wyborczymi. Proszę powiedzieć, które z przedstawionych haseł jest - w Pana(i) ocenie - najlepsze, najbardziej się Panu(i) podoba?		
Wskazania wśród elektoratu UP (N=70)		
„Zawsze Polska, wolność, rodzina”	36%	
„Dobre dziś, lepsze jutro”	20%	
”Łączy nas Polska”	13%	
„W lewo? W prawo? Zawsze do przodu!”	12%	
„Nie będziesz sam. Razem odbudujemy Polskę”	7%	
„Zasługujesz na więcej”	2%	
Trudno powiedzieć	9%	
Wskazania wśród elektoratu UW (N=142)		
„W lewo? W prawo? Zawsze do przodu!”	25%	
”Łączy nas Polska”	20%	
„Zawsze Polska, wolność, rodzina”	19%	
„Zasługujesz na więcej”	15%	
„Dobre dziś, lepsze jutro”	8%	
„Nie będziesz sam. Razem odbudujemy Polskę”	4%	
Trudno powiedzieć	9%	

Wskazania wśród elektoratu AWS (N=301)	
„Zawsze Polska, wolność, rodzina”	55%
”Łączy nas Polska”	9%
„Dobre dziś, lepsze jutro”	9%
„Zasługujesz na więcej”	8%
„Nie będziesz sam. Razem odbudujemy Polskę”	7%
„W lewo? W prawo? Zawsze do przodu!”	4%
Trudno powiedzieć	9%
Wskazania wśród elektoratu SLD (N=316)	
„Dobre dziś, lepsze jutro”	30%
„Zawsze Polska, wolność, rodzina”	24%
”Łączy nas Polska”	21%
„W lewo? W prawo? Zawsze do przodu!”	9%
„Zasługujesz na więcej”	6%
„Nie będziesz sam. Razem odbudujemy Polskę”	4%
Trudno powiedzieć	6%
Wskazania wśród elektoratu PSL (N=111)	
„Zawsze Polska, wolność, rodzina”	40%
”Łączy nas Polska”	17%
„Dobre dziś, lepsze jutro”	11%
„W lewo? W prawo? Zawsze do przodu!”	7%
„Nie będziesz sam. Razem odbudujemy Polskę”	6%
„Zasługujesz na więcej”	2%
Trudno powiedzieć	18%
Wskazania wśród elektoratu ROP (N=67)	
„Zawsze Polska, wolność, rodzina”	51%
”Łączy nas Polska”	9%
„Nie będziesz sam. Razem odbudujemy Polskę”	9%
„Dobre dziś, lepsze jutro”	8%
„W lewo? W prawo? Zawsze do przodu!”	2%
„Zasługujesz na więcej”	8%
Trudno powiedzieć	14%
Wskazania wśród niezdecydowanych , na kogo głosować (N=269)	
„Zawsze Polska, wolność, rodzina”	41%
„Dobre dziś, lepsze jutro”	17%
”Łączy nas Polska”	10%
„Zasługujesz na więcej”	7%
„Nie będziesz sam. Razem odbudujemy Polskę”	5%
„W lewo? W prawo? Zawsze do przodu!”	4%
Trudno powiedzieć	17%

Trzeba podkreślić, że badanie realizowaliśmy przed rozpoczęciem kampanii, kiedy znajomość haseł wyborczych i umiejętność ich skojarzenia z poszczególnymi ugrupowaniami były raczej niewielkie. Świadczą o tym wyniki sondażu. Jedynie hasła wyborcze SLD, UW i AWS uznano za najlepsze w elektoratach tych partii. Wśród zwolenników pozostałych analizowanych ugrupowań najbardziej podobała się wyborcza sentencja AWS.

Dla poznania ideowych preferencji poszczególnych elektoratów ważny jest także stopień poparcia dla pozostałych haseł.

Do sympatyków UW poza hasłem rozpoznawanym jako własne najbardziej trafiają te, które odnoszą się do wartości patriotycznych i narodowych: „Łączy nas Polska” oraz „Zawsze Polska, wolność, rodzina”. Zbliżone są preferencje potencjalnych wyborców SLD. Wśród zwolenników pozostałych ugrupowań, a także wśród niezdecydowanych, na kogo oddać swój głos, wyraźnie najbardziej podoba się hasło AWS. Natomiast najbardziej nietrafione wydaje się hasło wyborcze Unii Pracy. W elektoracie tej partii slogan „Zasługujesz na więcej” najmniej się podobał spośród wszystkich przedstawionych, natomiast najbardziej - hasła, pod którymi startują AWS i SLD.

CZY HASŁA KOJARZONE SĄ ZE ZGŁASZAJĄCYMI JE UGRUPOWANIAM?

Zapytaliśmy respondentów, które hasła - ich zdaniem - najbardziej pasują do poszczególnych ugrupowań, w największym stopniu zgadzają się z ich wizerunkiem utrwalonym w społecznej świadomości.

Najbardziej rozpoznawalne i kojarzące się z głoszącymi je ugrupowaniami są hasła AWS, SLD oraz ROP, przy czym w tym ostatnim przypadku rozpoznanie było nieco łatwiejsze z racji zaszyfrowania w samym hasle skrótu nazwy ugrupowania.

		CBOS
<p>Jak Pan(i) sądzi, do której partii najbardziej pasuje każde z tych haseł, która z partii wymienionych na tej karcie będzie występować w kampanii wyborczej z hasłem:</p>		
„Nie będziesz sam. Razem odbudujemy Polskę”		
ROP		22%
UP		8%
AWS		6%
PSL		6%
UW		5%
SLD		4%
	Trudno powiedzieć	49%
„Zawsze Polska, wolność, rodzina”		
AWS		21%
UW		11%
PSL		9%
ROP		6%
SLD		4%
UP		4%
	Trudno powiedzieć	45%
„Dobre dziś, lepsze jutro”		
SLD		20%
PSL		9%
UP		8%
ROP		7%
AWS		6%
UW		4%
	Trudno powiedzieć	46%
„Zasługujesz na więcej”		
UP		17%
UW		11%
PSL		7%
AWS		6%
SLD		5%
ROP		4%
	Trudno powiedzieć	50%
”Łączy nas Polska”		
AWS		15%
ROP		13%
PSL		8%
SLD		7%
UW		6%
UP		5%
	Trudno powiedzieć	45%

„W lewo? W prawo? Zawsze do przodu!”	
UW	15%
SLD	14%
UP	9%
PSL	7%
AWS	4%
ROP	3%
Trudno powiedzieć	47%

Zdecydowanie najłatwiejsza była, jak się okazało, identyfikacja hasła ROP. Mylnych rozpoznań, wskazujących, że jest to hasło innej partii, było relatywnie niewiele. Slogan „Dobre dziś, lepsze jutro” również stosunkowo wyraźnie kojarzono z SLD. Podobnie hasło „Zawsze Polska, wolność, rodzina” dość jednoznacznie przypisywano AWS, choć nieco więcej badanych niż w poprzednich przypadkach (co dziewiąty) zidentyfikowało je jako sentencję wyborczą innej partii, a mianowicie UW. W najmniejszym stopniu hasło to pasuje, zdaniem ankietowanych, do UP.

Mniej jednoznaczne były opinie o hasle „Zasługujesz na więcej”, choć najczęściej przypisywano je UP, dość często rozpoznawano je również jako hasło UW. Całkiem niejednoznaczny okazuje się slogan „W lewo? W prawo? Zawsze do przodu!” - w równym stopniu identyfikowano go jako hasło UW, co wyborcze zawołanie SLD.

Najbardziej zagadkowe jest dla badanych - skądinąd dobrze przyjmowane i podoba-
jące się - hasło PSL „Łączy nas Polska”. Slogan ten był identyfikowany przede wszystkim z AWS i ROP, dopiero na trzecim miejscu wymieniano PSL.



Wśród wyborców większą popularnością cieszą się hasła patriotyczne, odnoszące się raczej do poczucia wspólnoty narodowej i wolności, niż „socjalne”, odwołujące się do idei równości.

Spośród sentencji wyborczych tegorocznej kampanii najmniej podobają się hasła wyborcze ROP, UP i niedoszły slogan wyborczy UW, którego zmiana była jak najbardziej uzasadniona. Niskie notowania tych haseł zdają się wynikać z ich konstrukcji - niezbyt trafnej z punktu widzenia politycznego marketingu. Hasło UP „Zasługujesz na więcej” to apel z pozycji przegranego, a warto pamiętać, że nawet faktyczni przegrani nie lubią, by ktokolwiek im o tym przypominał. Uwagi te stosują się również do wyborczego hasła ROP, które zawiera podobne konotacje - zwłaszcza w pierwszej jego części, odwołującej się do poczucia społecznej izolacji. Jeśli chodzi o zawartość treściową, to wydaje się, że druga część tego hasła, deszyfrująca nazwę ugrupowania, które je głosi, dodatkowo pogarsza jego efektywność. Stawiana w nim teza o konieczności odbudowy państwa zawiera bowiem założenie o jego obecnym stanie zrujnowania, co nie dla wszystkich może być diagnozą odpowiadającą rzeczywistości. W sumie oba te hasła nie mają charakteru uniwersalnego, odwołują się jedynie do grupy osób podzielających treści w nich zawarte.

Inaczej jest natomiast w przypadku hasła AWS „Zawsze Polska, wolność, rodzina”, które zyskało najwięcej wskazań. Mimo niezbyt zręcznej konstrukcji (po przysłówku „zawsze” wymienia bowiem obok siebie wartości z różnych porządków) jest czytelne i dobrze precyzuje główny zakres zainteresowań tej koalicji. Dość trafny i łatwo rozpoznawalny wydaje się również slogan SLD „Dobre dziś, lepsze jutro”. Dobre jest również hasło PSL „Łączy nas Polska”, aczkolwiek przed pełnym „rozkreśleniem” kampanii wyborczej w mediach mało kto podpisałby się pod stwierdzeniem, że jest to polityczna sentencja partii Waldemara Pawlaka.

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. W kampanii wyborczej partie polityczne będą występować z różnymi hasłami wyborczymi. Proszę powiedzieć, które z przedstawionych haseł jest, w Pana(i) ocenie, najlepsze, najbardziej się Panu(i) podoba?

	(%)							
	Łączy nas Polska	Dobre dziś, lepsze jutro	Nie będziesz sam. Razem odbudujemy Polskę	W lewo? W prawo? Zawsze do przodu!	Zasięgu- jesz na więcej	Zawsze Polska, wolność, rodzina	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	12	15	5	8	9	37	14	2261
Płeć								
Mężczyźni	15	15	6	9	9	33	14	1071
Kobiety	10	15	4	7	9	40	15	1190
Wiek								
do 24 lat	11	18	5	13	12	33	9	315
25-34	9	15	7	9	16	32	12	402
35-44	10	15	4	8	11	41	11	500
45-54	16	16	4	5	6	42	11	387
55-64	16	15	5	6	5	38	16	299
65 lat i więcej	13	11	5	6	3	34	28	359
Miejsce zamieszkania								
Wieś	11	16	4	6	6	38	19	835
Miasto do 20 tys.	14	15	5	8	11	34	13	250
od 21 do 100 tys.	10	14	7	9	11	40	10	455
101-500 tys.	13	16	4	7	12	35	12	436
501 tys. i więcej mieszk.	18	11	7	11	8	35	11	280
Region								
Północny	16	13	4	9	7	39	11	261
Zachodni	11	23	5	6	8	33	14	267
Środkowozachodni	15	12	5	7	10	36	15	347
Środkowy	12	13	5	9	7	39	15	397
Wschodni	11	17	6	7	8	35	17	240
Południowo-wschodni	11	10	7	8	8	36	20	348
Południowo-zachodni	9	19	4	8	13	39	8	400
Wykształcenie								
Podstawowe	10	14	4	6	5	38	23	662
Zasadnicze zawodowe	9	17	7	6	10	38	13	624
Średnie	14	15	5	10	11	37	8	804
Wyższe	21	14	3	12	9	28	12	171
Grupa społ.-zaw. pracujący								
Kadra kier., inteligencja	21	13	2	14	9	32	9	126
Prac. umysł. niż. szczebla	11	13	4	9	13	39	7	253
Pracownicy fiz. - umysł.	10	10	7	7	9	49	7	164
Robotnicy wykwalifikowani	13	14	6	4	14	39	10	278
Robotnicy niewykwalifik.	10	16	6	7	9	36	15	98
Rolnicy	11	22	5	7	5	27	23	132
Prywatni przedsiębiorcy	11	17	7	9	12	32	12	108
Bierni zawodowo								
Renciści	14	15	3	5	7	38	18	302
Emeryci	14	12	6	6	3	37	22	395
Uczniowie i studenci	14	16	4	15	9	36	6	119
Bezrobotni	8	19	4	9	12	34	14	171
Gospodynie domowe i inni	6	14	5	12	10	37	16	114
Pracujący poza rolnictwem								
Sfera budżetowa	14	16	4	12	12	34	8	252
Sektor państwowy	11	13	4	6	11	40	15	242
Sektor prywatny	13	14	5	9	11	38	10	564
Spółdzielczość	10	24	15	2	14	35	2	50
Dochody na jedną osobę								
Poniżej 200 zł	8	14	5	7	9	39	18	403
201 - 325	12	16	6	7	10	36	14	449
326 - 449	14	17	6	6	6	40	12	403
450 - 599	13	17	5	6	9	41	9	320
Powyżej 599 zł	19	13	4	11	10	33	10	363
Ocena własnych war. mater.								
Złe	12	13	4	7	10	36	18	520
Średnie	11	14	5	7	8	38	16	1164
Dobre	14	18	6	10	9	36	7	576
Udział w prakt. religijnych								
Kilka razy w tygodniu	6	9	4	6	8	52	15	137
Raz w tygodniu	11	14	5	7	8	40	14	1159
Kilka razy w miesiącu	13	15	6	7	9	35	15	263
Kilka razy w roku	15	16	4	8	11	33	13	464
W ogóle nie uczestniczy	15	19	4	13	11	25	14	232
Poglądy polityczne								
Lewica	19	27	3	9	9	24	9	427
Centrum	13	12	6	10	11	37	10	624
Prawica	10	11	7	8	8	48	8	700
Trudno powiedzieć	8	14	3	4	7	31	32	508