

**BS/170/2010**

---

SPOŁECZNY ODBIÓR KAMPANII

---

WYBORCZEJ I UDZIAŁ

---

W E-DEMOKRACJI PRZED

---

WYBORAMI SAMORZĄDOWYMI

---



Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku  
4 lutego 2010 roku

Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej  
ul. Żurawia 4a, 00-503 Warszawa  
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl  
<http://www.cbos.pl>  
(48 22) 629 35 69

W sondażu przeprowadzonym po wyborach samorządowych<sup>1</sup> sprawdzaliśmy, w jakim stopniu Polacy uczestniczyli w kampanii wyborczej – z jakimi formami agitacji się zetknęli i czy poszerzyły one ich wiedzę o kandydatach. Interesowało nas również zaangażowanie w e-demokrację, przez co będziemy rozumieć różnego typu aktywności internautów związane z polityką: od odbioru informacji, poprzez generowanie treści i korzystanie z sieci jako platformy dyskusji, do wymiaru partycypacyjnego, jednak z pominięciem – z przyczyn oczywistych – jego zasadniczego aspektu, czyli możliwości głosowania przez internet.

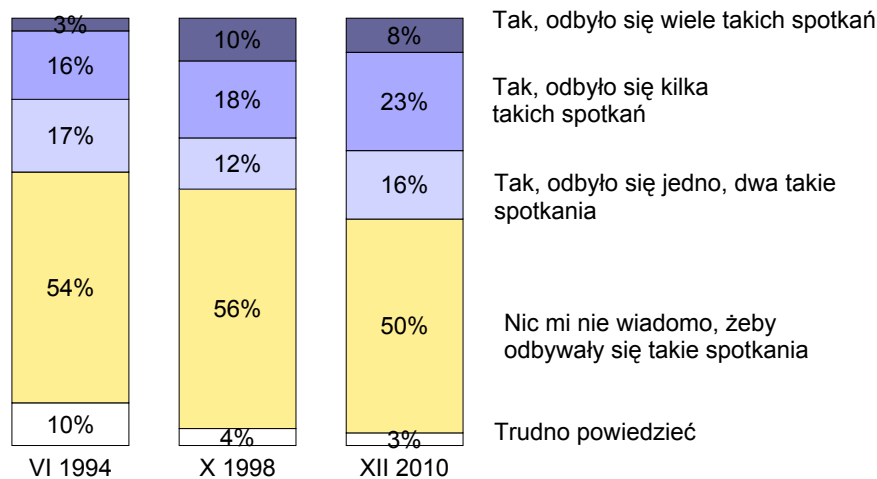
### **ODBIÓR KAMPANII WYBORCZEJ**

Blisko połowa badanych (47%) deklaruje, że w ich miejscowości odbyły się spotkania z osobami kandydującymi w wyborach samorządowych, przy czym niemal jedna trzecia (31%) wiedziała o przynajmniej trzech takich spotkaniach. Połowa ankietowanych (50%) nie zetknęła się z taką formą agitacji wyborczej. Opierając się na deklaracjach można powiedzieć, że odsetek osób twierdzących, że w ich miejscowości były organizowane przedwyborcze spotkania z kandydatami, w niewielkim stopniu wzrósł od wyborów samorządowych w 1998 roku.

---

<sup>1</sup> Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (247) przeprowadzono w dniach 7 – 14 grudnia 2010 roku na liczącej 879 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

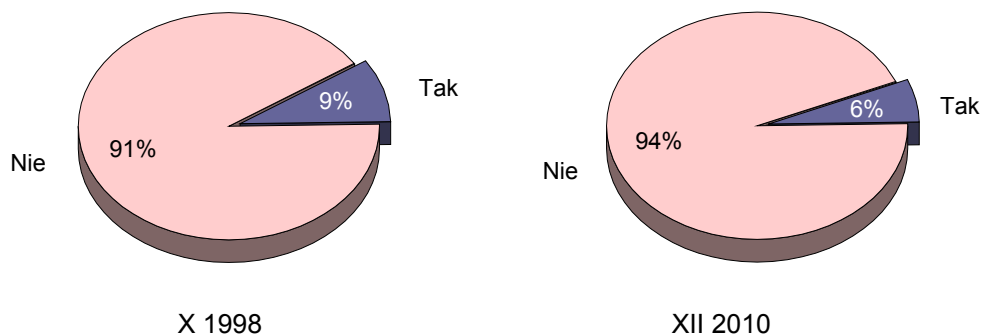
RYS. 1. CZY PRZED WYBORAMI SAMORZĄDOWYMI BYŁY ORGANIZOWANE W PANA(I) MIEJSCOWOŚCI JAKIEŚ SPOTKANIA Z OSOBAMI KANDYDUJĄCYMI W TYCH WYBORACH CZY TEŻ NIE?



Deklaracje świadczące o tym, że ankietowani wiedzieli o spotkaniach przedwyborczych w swojej miejscowości, są tym częstsze, im lepiej są oni wykształceni. Wyraźnie częściej niż inni zauważyli je członkowie kadry kierowniczej i specjaliści z wyższym wykształceniem, pracownicy administracyjno-biurowi, rolnicy, a także osoby uzyskujące najwyższe dochody *per capita*.

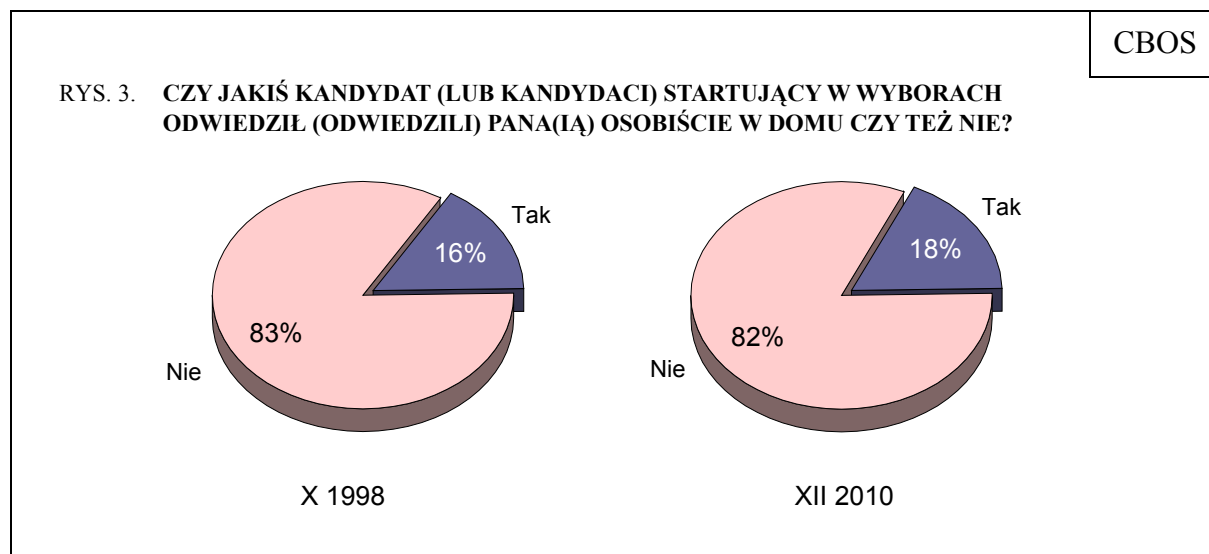
W spotkaniu z osobą kandydującą w wyborach samorządowych uczestniczyło 6% Polaków, czyli mniej więcej co ósmy (13%) spośród tych, którzy wiedzieli, że takie spotkania odbywały się w ich miejscowości.

RYS. 2. CZY BRAŁ(A) PAN(I) UDZIAŁ W TAKIM SPOTKANIU?



W spotkaniu z osobą kandydującą w wyborach relatywnie częściej niż inni uczestniczyli mieszkańcy wsi, rolnicy, pracownicy prywatnych gospodarstw rolnych, a jeśli chodzi o orientację polityczną – osoby mające poglądy lewicowe.

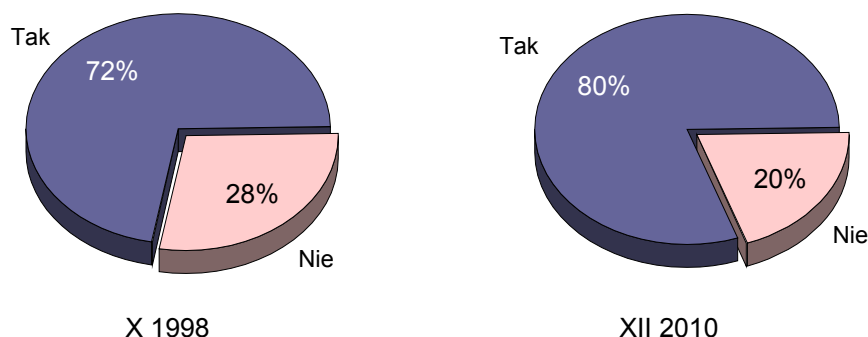
Niemal co piąty ankietowany (18%) twierdzi, że odwiedził go w domu jakiś kandydat startujący w wyborach. Odsetek ten jest niemal taki sam jak w czasie kampanii wyborczej przed dwunastoma laty.



Ankietowanych, których odwiedził w domu kandydat startujący w wyborach, jest stosunkowo więcej na wsi niż w miastach. Wyraźnie częściej są to bierni zawodowo respondenci zajmujący się domem, w nieco mniejszym stopniu osoby bezrobotne oraz badani praktykujący religijnie kilka razy w tygodniu, a spośród grup zawodowych – przede wszystkim pracownicy usług.

W stosunku do okresu przed wyborów samorządowych w 1998 roku jeszcze powszechniejsze stało się rozdawanie ulotek i innych materiałów zachęcających do głosowania na daną partię, komitet czy kandydata. W trakcie tegorocznej kampanii wyborczej dostało je ośmiu na dziesięciu Polaków (80%), czyli więcej niż dwanaście lat temu.

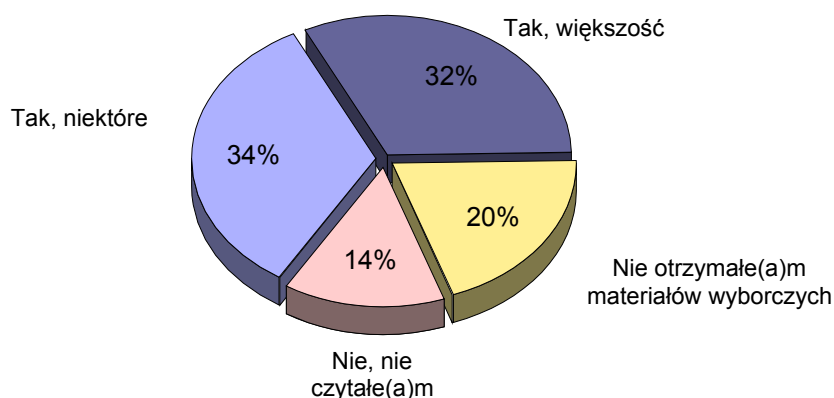
RYS. 4. CZY W TRAKCIE KAMPANII WYBORCZEJ DO WYBORÓW SAMORZĄDOWYCH OTRZYMAŁ(A) PAN(I) ULOTKI, ODEZWY LUB INNE MATERIAŁY PREZENTUJĄCE PROGRAMY I KANDYDATÓW JAKICHŚ PARTII POLITYCZNYCH LUB INNYCH KOMITETÓW WYBORCZYCH?



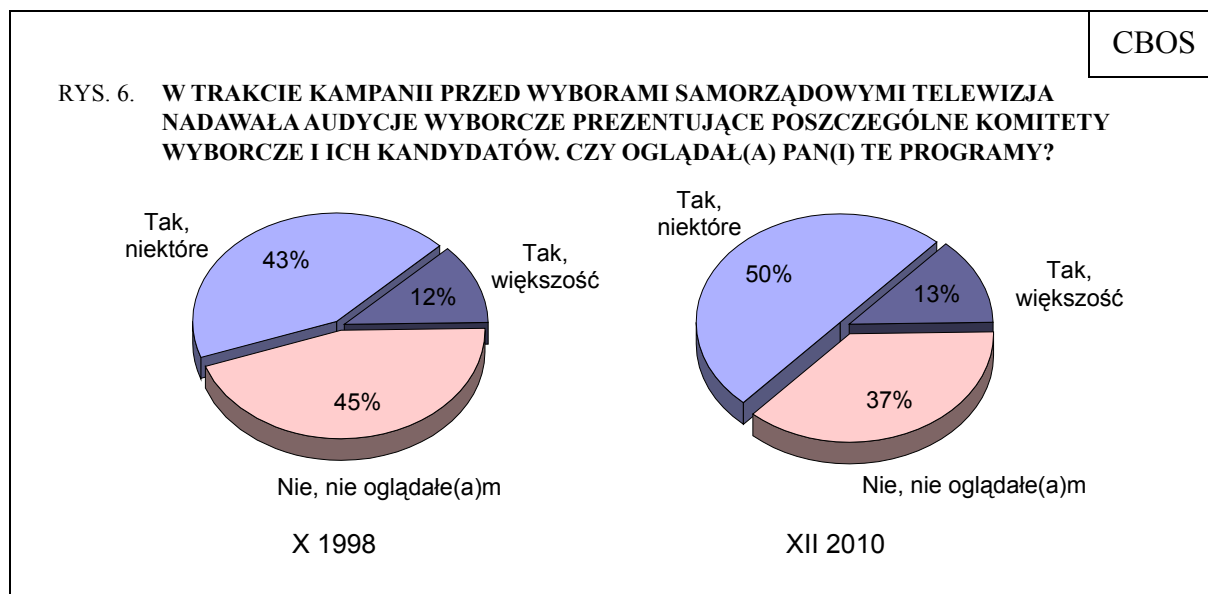
We wszystkich analizowanych grupach społeczno-demograficznych dominują respondenci, którzy otrzymali wyborcze materiały prezentujące kandydatów i ich programy. Trzeba jednak zaznaczyć, że relatywnie najczęściej byli to mieszkańcy największych aglomeracji miejskich, a ponadto – stosunkowo częściej badani o lewicowych poglądach politycznych niż ankietowani o orientacji prawicowej czy centrowej.

Do czytania wyborczych materiałów reklamowych przyznaje się 83% badanych, którzy je otrzymali, czyli dwie trzecie ogółu Polaków (66%).

RYS. 5. CZY CZYTAŁ(A) PAN(I) TE MATERIAŁY?



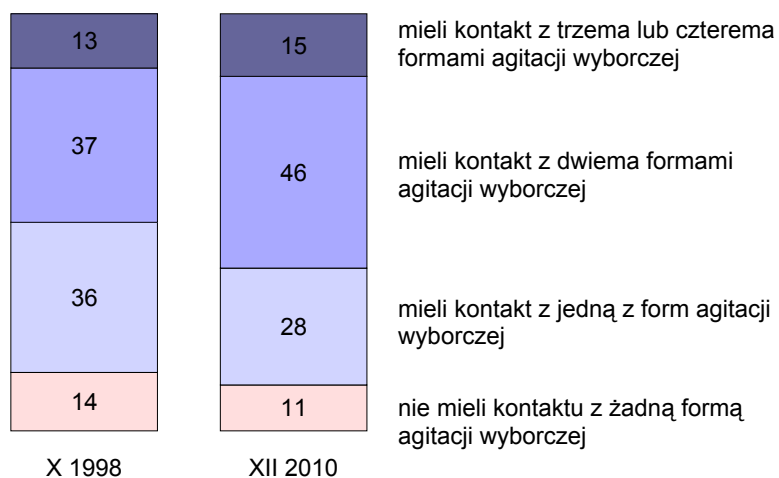
Telewizyjne audycje wyborcze prezentujące poszczególne komitety i kandydatów oglądało blisko dwie trzecie ankietowanych (63%), przy czym połowa (50%) niektóre, a mniej więcej co ósmy (13%) – większość. W ciągu dwunastu lat wzrosła oglądalność telewizyjnych programów wyborczych.



Odbiorcy programów telewizyjnych prezentowanych w ramach kampanii wyborczej to przede wszystkim mieszkańcy największych miast, członkowie kadry kierowniczej i specjaliści z wyższym wykształceniem, osoby najlepiej zarabiające, a także ankietowani o prawicowych poglądach politycznych i respondenci praktykujący religijnie kilka razy w tygodniu.

Jak wynika z analizy, nieliczni Polacy (11%) nie zetknęli się z żadną z opisywanych wyżej form agitacji wyborczej. Ponad jedna czwarta (28%) miała kontakt tylko z jedną, a trzy piąte (61%) – z dwiema lub więcej. O ile liczba osób, do których nie dotarły tego typu treści, jest porównywalna z tą sprzed dwunastu lat, o tyle wyraźnie ubyło takich, które były odbiorcami tylko jednej formy agitacji, a przybyło – mających kontakt przynajmniej z dwiema. Wykluczenie w tym zakresie nieco częściej niż innych dotyczy mieszkańców małych miast (20%), a także respondentów najslabiej wykształconych (18%) i – co w dużym stopniu związane z wykształceniem – niezainteresowanych polityką (24%).

RYS. 7. ODSETKI BADANYCH, KTÓRZY:



Odbiór treści kampanii wyborczej przekłada się na udział w wyborach. Z im większą liczbą źródeł agitacji wyborczej badani mieli kontakt, tym częściej deklarują, że uczestniczyli w głosowaniu.

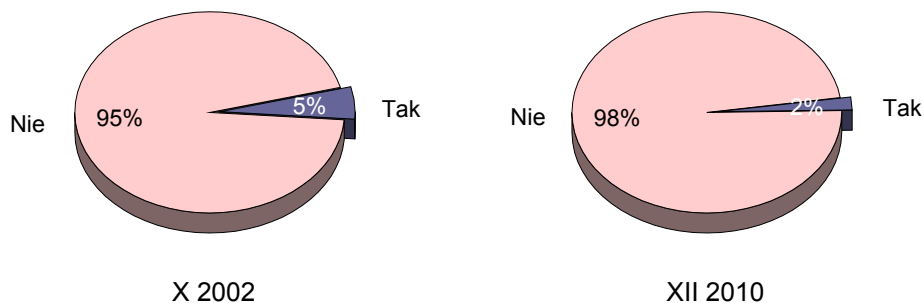
Tabela 1

Badani, którzy:	Czy brał(a) Pan(i) udział w I turze wyborów samorządowych?	
	Tak	Nie
	w procentach	
– nie mieli kontaktu z żadną formą agitacji wyborczej	39	61
– mieli kontakt z jedną z form agitacji wyborczej	47	53
– mieli kontakt z dwiema formami agitacji wyborczej	72	28
– mieli kontakt z trzema lub czterema formami agitacji wyborczej	79	21

Ilu Polaków aktywnie uczestniczyło w kampanii wyborczej? Zaangażowanie w prace na rzecz jakiegoś komitetu wyborczego deklaruje zaledwie dwóch na stu respondentów (2%). Od wyborów samorządowych w 2002 roku grupa takich osób zmniejszyła się o połowę.



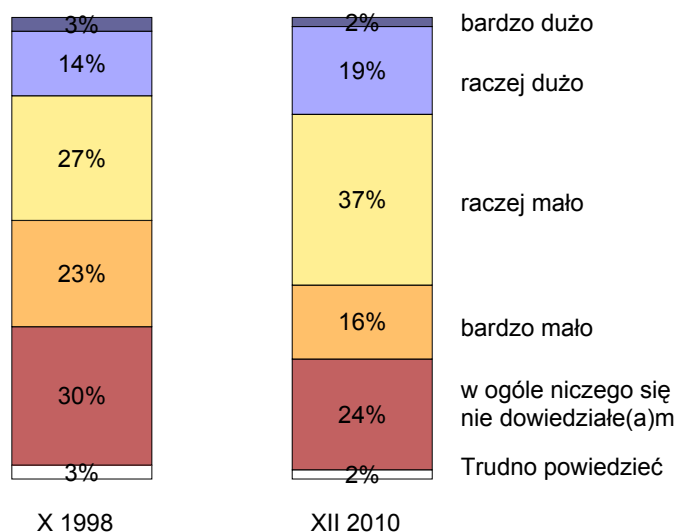
RYS. 8. CZY PAN(I) OSOBIŚCIE BYŁ(A) ZAANGAŻOWANY(A) W PRACĘ NA RZECZ JAKIEGOŚ KOMITETU WYBORCZEGO, NP. ZBIERAŁ(A) PAN(I) PODPISY POD LISTAMI KANDYDATÓW, ROZNOŚIŁ(A) ULOTKI ITP.?



Zaangażowanie w kampanię jakiegoś komitetu wyborczego stosunkowo częściej niż inni deklarują respondenci z wyższym wykształceniem, prywatni przedsiębiorcy oraz mieszkańcy małych miast (do 20 tys. ludności).

Jak oceniana jest kampania wyborcza? Zdecydowana większość Polaków (77%) twierdzi, że dowiedziała się z niej mało lub też niczego się nie dowiedziała o kandydatach startujących w ich okręgu wyborczym, natomiast jedna piąta (21%) przyznaje, że przydatnych informacji było dużo. W stosunku do kampanii wyborczej z 1998 roku ubyło osób, zdaniem których kampania w ogóle nie wpłynęła na ich wiedzę o kandydatach.

RYS. 9. CZY, OGÓLNIIE RZECZ BIORĄC, PODCZAS KAMPANII WYBORCZEJ DOWIEDZIAŁ(A) SIĘ PAN(I) O KANDYDATACH STARTUJĄCYCH W PANA(I) OKRĘGU WYBORCZYM:



We wszystkich analizowanych grupach społeczno-demograficznych przeważa przekonanie o niewielkim znaczeniu kampanii wyborczej. Nieco więcej deklaracji wskazujących na jej informacyjną skuteczność jest wśród osób najlepiej wykształconych, kadry kierowniczej i specjalistów wyższego szczebla, najlepiej zarabiających, a także praktykujących religijnie kilka razy w tygodniu oraz badanych o prawicowej orientacji politycznej.

Jak wynika z analiz, im bardziej intensywny odbiór kampanii wyborczej, tym lepsza ocena jej strony merytorycznej.

Tabela 2

Badani, którzy:	Czy, ogólnie rzecz biorąc, podczas kampanii wyborczej dowiedział(a) się Pan(i) o kandydatach startujących w Pana(i) okręgu wyborczym:			
	dużo	mało	nic	Trudno powiedzieć
	w procentach			
– nie mieli kontaktu z żadną formą agitacji wyborczej	4	30	59	7
– mieli kontakt z jedną z form agitacji wyborczej	8	54	36	2
– mieli kontakt z dwiema formami agitacji wyborczej	24	60	14	2
– mieli kontakt z trzema lub czterema formami agitacji wyborczej	46	46	6	2

#### **UDZIAŁ W RÓŻNYCH WYMIARACH E-DEMOKRACJI PRZED WYBORAMI SAMORZĄDOWYMI**

W sondażu mierzyliśmy również zakres i skalę politycznej aktywności internautów. Prosiłiśmy ich o odniesienie się do miesiąca poprzedzającego I turę wyborów samorządowych, a więc do momentu, kiedy, jak można sądzić, treści polityczne – zarówno w internecie, jak i poza nim – się intensyfikują. Jednocześnie chcieliśmy uchwycić aktywność badanych w trzech aspektach, które składają się na e-demokrację: 1) informacyjnym – internet jest kanałem dystrybuowania treści, 2) deliberatywnym – sieć tworzy platformę dyskusji, gdzie teoretycznie każdy może się wypowiadać, i 3) partycypacyjnym, czyli możliwością bezpośredniego zaangażowania politycznego.

Uzyskane deklaracje wskazują, że udział w e-demokracji sprowadza się przede wszystkim do odbioru treści politycznych, a więc jej aspektu informacyjnego: czytania

artykułów o tematyce politycznej w internetowych wersjach gazet, na blogach, stronach partii politycznych bądź kandydatów startujących w wyborach lub oglądania materiałów wideo o tematyce politycznej. W ujęciu syntetycznym – do przynajmniej jednej aktywności w wymiarze informacyjnym w ciągu miesiąca poprzedzającego wybory samorządowe przyznaje się niemal połowa internautów (47%), czyli mniej więcej jedna czwarta ogółu dorosłych (24%).

Znikoma jest aktywność w wymiarze deliberatywnym. Nieliczni badani deklarują, że pisali na tematy polityczne na forach, blogach lub zachęcali innych w sieci do poparcia danej partii bądź kandydata. Przynajmniej jedno z wymienionych działań podjęło 4% internautów (2% ogółu).

Skala partycypacji, do której zaliczyliśmy takie formy aktywności, jak: wysyłanie listów lub petycji w sprawach politycznych, uczestnictwo w wirtualnej grupie popierającej jakiegoś polityka lub organizację polityczną, a także działania agitacyjne i przekazanie pieniędzy na rzecz organizacji politycznej, jest również marginalna. Przynajmniej jedną z tych form aktywności wskazuje co dwudziesty internauta (5%), czyli 3% ogółu respondentów.

Tabela 3

Czy w ciągu miesiąca poprzedzającego wybory samorządowe:	Odpowiedzi twierdzące wśród	
	internautów (N=458)	ogółu badanych
	w procentach	
– przeglądał(a) Pan(i) strony internetowe partii politycznych lub kandydatów startujących w wyborach samorządowych	23	12
– czytał(a) Pan(i) w internecie artykuły o tematyce politycznej, np. w internetowych wersjach gazet	39	20
– czytał(a) Pan(i) blogi o tematyce politycznej	16	8
– oglądał(a) Pan(i) w internecie materiały wideo o tematyce politycznej, np. wywiady z politykami, reklamy wyborcze	22	12
– pisał(a) Pan(i) w internecie na tematy polityczne, np. na forach, blogach	2	1
– zachęcał(a) Pan(i) w internecie innych użytkowników do głosowania w wyborach lub poparcia jakiejś partii, kandydata	3	1
– wysłał(a) Pan(i) przez internet list do polityka lub podpisał(a) Pan(i) internetową petycję w jakiejś sprawie z zakresu polityki	2	1
– zapisał(a) się Pan(i) w internecie do grupy popierającej jakiegoś polityka, kandydata lub organizację polityczną, komitet wyborczy	2	1
– przekazał(a) Pan(i) przez internet pieniądze dla organizacji politycznej, komitetu wyborczego	0	0

Ogólnie rzecz biorąc, przynajmniej do jednej z wymienionych wyżej form aktywności przyznaje się blisko połowa internautów (47%), czyli mniej więcej co czwarty dorosły (24%).

Poniższa tabela prezentuje w sposób syntetyczny zaangażowanie w poszczególne aspekty e-demokracji.

Tabela 4

Aktywność w wymiarze:	Internauci (N=458)	Ogół badanych
	w procentach	
– informacyjnym	47	24
– deliberatywnym	4	2
– partycypacyjnym	5	3

Udział w działaniach politycznych w internecie zależy, co zrozumiale, od stopnia zainteresowania polityką. W przypadku dorosłych deklarujących duże nią zainteresowanie wynosi on 42%, średnie – 30%, małe – 17%, a wśród w ogóle nieinteresujących się polityką – 8%.

Osoby, które nie zetknęły się z żadną pozainternetową formą agitacji wyborczej, stanowią pięciokrotnie większy odsetek wśród internautów niebiorących udziału w działaniach politycznych w sieci niż wśród użytkowników przejawiających taką aktywność (15% wobec 3%); obie te kwestie, jak już wspomniano, zależą od zainteresowania polityką. Ponadto ci, którzy uczestniczyli w przynajmniej jednej formie aktywności w sieci – co pokazuje poniższa tabela – byli lepiej poinformowani niż internauci niebiorący udziału w e-demokracji.

Tabela 5

Odpowiedzi <b>internautów</b> , którzy w ciągu miesiąca poprzedzającego wybory:	Czy, ogólnie rzecz biorąc, podczas kampanii wyborczej dowiedział(a) się Pan(i) o kandydatach startujących w Pana(i) okręgu wyborczym:			
	dużo	mało	nic	Trudno powiedzieć
	w procentach			
– uczestniczyli w przynajmniej jednej formie aktywności politycznej w sieci	31	58	9	2
– nie uczestniczyli w żadnej formie aktywności politycznej w sieci	12	56	30	2

Czy aktywność polityczna w internecie przekłada się na udział w wyborach samorządowych? W I turze, jak wynika z deklaracji, głosowało 62% dorosłych Polaków, internautów zaś – 66%. Internauci, którzy w jakikolwiek sposób byli aktywni politycznie w sieci, częściej niż niepodejmujący tego typu działań twierdzą, że uczestniczyli w wyborach (76% wobec 56%). Spośród tych, którzy w internecie czytali lub oglądali materiały o tematyce politycznej, udział w wyborach wzięło ponad trzy czwarte (77%). Uczestnicy dyskusji na tematy polityczne głosowali relatywnie częściej (94%), rzadziej zaś ci, którzy deklarowali aktywność w wymiarze partycypacyjnym (68%). Trzeba jednak mieć na uwadze fakt, że zależności te mogą być w pewnym stopniu pośrednie, ponieważ korzystanie z internetu znacząco zależy od wieku, a także – szczególnie w przypadku osób starszych – od wykształcenia, a więc czynników, które również wpływają na frekwencję wyborczą.



W porównaniu z kampanią poprzedzającą wybory samorządowe w 1998 roku zwiększyła się grupa osób, które dostrzegły, że w ich miejscowości odbywały się spotkania z kandydatami startującymi w wyborach, z tym że uczestniczyło w nich mniej Polaków niż wówczas. W stosunku do tamtego okresu wzrosła oglądalność telewizyjnych audycji przedwyborczych, jak również liczba badanych, którzy otrzymywali materiały reklamowe związane z kampanią. W odniesieniu do wyborów samorządowych z 2002 roku zmniejszyła się grupa osób zaangażowanych w tworzenie kampanii wyborczej, pracę na rzecz jakiegoś kandydata.

Wyniki naszego badania świadczą o tym, że e-demokracja sprowadza się w praktyce głównie do poziomu informacyjnego. Internauci są odbiorcami treści i materiałów o tematyce politycznej, ale tylko nieliczni traktują sieć jako platformę dyskusji i wymiany poglądów. Marginalnym doświadczeniem są również formy aktywności związane z partycypacją. Można jednak powiedzieć, że zarówno kontakt z treściami politycznymi w internecie, jak i kontakt z pozainternetowymi formami agitacji współwystępuje z większą frekwencją wyborczą.

Opracował  
Michał FELIKSIĄK

Tabela 1

		Czy przed wyborami samorządowymi były organizowane w Pana(i) miejscowości jakieś spotkania z osobami kandydującymi w tych wyborach czy też nie?			Liczba osób
		Tak, odbyły się takie spotkania	Nic mi nie wiadomo, żeby odbywały się takie spotkania	Trudno powiedzieć	
		%	%	%	
Ogółem		47	50	3	878
Płeć	Mężczyźni	46	52	3	418
	Kobiety	47	49	4	460
Wiek	18-24 lata	39	58	3	113
	25-34	52	47	1	157
	35-44	51	47	2	126
	45-54	49	46	5	149
	55-64	50	44	5	167
	65 lat i więcej	37	61	3	166
Miejsce zamieszkania	Wieś	45	53	2	341
	Miasto do 20 tys.	49	48	3	111
	20-100 tys.	48	48	4	164
	101-500 tys.	45	50	5	145
	501 tys. i więcej mieszk.	50	47	3	117
Wykształcenie	Podstawowe	36	61	3	222
	Zasadnicze zawodowe	43	53	4	229
	Średnie	50	47	3	294
	Wyższe	63	34	3	132
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	68	29	3	73
	Średni personel, technicy	55	42	3	39
	Pracownicy adm.-biurowi	64	33	4	55
	Pracownicy usług	52	39	9	55
	Robotnicy wykwalifikowani	42	55	2	97
	Robotnicy niewykwalifik.	41	57	2	50
	Rolnicy	60	40		47
Pracujący na własny rach.	44	54	2	36	
Bierni zawodowo	Renciści	41	56	3	61
	Emeryci	40	56	4	206
	Uczniowie i studenci	35	60	5	62
	Bezrobotni	39	59	2	49
	Gospodynie domowe i inni	42	56	2	47
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	54	43	3	124
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	52	43	5	58
	sekt. pryw. poza rolnict.	51	46	3	199
	prywatnym gosp. rolnym	55	42	3	44
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	45	53	2	152
	501-750	44	55	1	106
	751-1000	42	54	4	157
	1001-1500	42	54	5	119
	Powyżej 1500 zł	62	35	3	131
Ocena własnych war. mater.	Złe	36	58	5	130
	Średnie	48	49	4	412
	Dobre	49	49	2	336
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	47	45	7	38
	Raz w tygodniu	53	45	2	425
	1-2 razy w miesiącu	41	57	3	139
	Kilka razy w roku	38	55	7	184
	W ogóle nie uczestniczy	43	56	1	93
Poglądy polityczne	Lewica	54	44	3	149
	Centrum	44	52	4	265
	Prawica	53	45	3	255
	Trudno powiedzieć	37	59	4	210

Tabela 2

		Czy brał(a) Pan(i) udział w takim spotkaniu?		Liczba osób
		Tak	Nie	
		%	%	
Ogółem		13	87	405
Płeć	Mężczyźni	19	81	189
	Kobiety	9	91	217
Wiek	18-24 lata	13	87	45
	25-34	8	92	82
	35-44	13	87	64
	45-54	17	83	71
	55-64	18	82	84
	65 lat i więcej	12	88	60
Miejsce zamieszkania	Wieś	20	80	152
	Miasto do 20 tys.	13	87	54
	20-100 tys.	9	91	77
	101-500 tys.	9	91	64
	501 tys. i więcej mieszk.	8	92	58
Wykształcenie	Podstawowe	11	89	76
	Zasadnicze zawodowe	16	84	99
	Średnie	11	89	146
	Wyższe	16	84	84
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	17	83	49
	Średni personel, technicy	13	87	21
	Pracownicy adm.-biurowi	13	87	35
	Pracownicy usług	15	85	29
	Robotnicy wykwalifikowani	8	92	39
	Robotnicy niewykwalifik.	11	89	20
	Rolnicy	24	76	28
Pracujący na własny rach.	18	82	16	
Bierni zawodowo	Renciści	19	81	25
	Emeryci	14	86	82
	Uczniowie i studenci	12	88	21
	Bezrobotni		100	19
	Gospodynie domowe i inni	3	97	20
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	13	87	65
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	13	87	30
	sekt. prywat. poza rolnict.	16	84	101
	prywatnym gosp. rolnym	28	72	24
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	13	87	68
	501-750	15	85	47
	751-1000	22	78	66
	1001-1500	15	85	50
	Powyżej 1500 zł	13	87	81
Ocena własnych war. mater.	Złe	17	83	47
	Średnie	10	90	195
	Dobre	16	84	163
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu		100	18
	Raz w tygodniu	15	85	222
	1-2 razy w miesiącu	17	83	55
	Kilka razy w roku	12	88	70
	W ogóle nie uczestniczy	8	92	40
Poglądy polityczne	Lewica	20	80	80
	Centrum	14	86	117
	Prawica	10	90	134
	Trudno powiedzieć	11	89	75

Tabela 3

		Czy jakiś kandydat (lub kandydaci) startujący w wyborach odwiedził (odwiedzili) Pana(ia) osobiście w domu czy też nie?		Liczba osób
		Tak	Nie	
		%	%	
Ogółem		18	82	878
Płeć	Mężczyźni	18	82	419
	Kobiety	18	82	459
Wiek	18-24 lata	23	77	113
	25-34	20	80	158
	35-44	10	90	125
	45-54	19	81	149
	55-64	20	80	167
	65 lat i więcej	13	87	166
Miejsce zamieszkania	Wieś	24	76	341
	Miasto do 20 tys.	15	85	111
	20-100 tys.	17	83	164
	101-500 tys.	11	89	144
	501 tys. i więcej mieszk.	10	90	117
Wykształcenie	Podstawowe	20	80	222
	Zasadnicze zawodowe	16	84	229
	Średnie	18	82	294
	Wyższe	16	84	132
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	15	85	73
	Średni personel, technicy	1	99	39
	Pracownicy adm.-biurowi	21	79	55
	Pracownicy usług	25	75	55
	Robotnicy wykwalifikowani	12	88	97
	Robotnicy niewykwalifik.	15	85	50
	Rolnicy	19	81	47
Pracujący na własny rach.	9	91	36	
Bierni zawodowo	Renciści	22	78	61
	Emeryci	17	83	206
	Uczniowie i studenci	18	82	62
	Bezrobotni	23	77	49
	Gospodynie domowe i inni	32	68	47
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	14	86	124
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	12	88	58
	sekt. pryw. poza rolnict.	16	84	199
	prywatnym gosp. rolnym	18	82	44
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	20	80	152
	501-750	27	73	106
	751-1000	19	81	157
	1001-1500	15	85	119
	Powyżej 1500 zł	14	86	131
Ocena własnych war. mater.	Złe	12	88	130
	Średnie	19	81	412
	Dobre	18	82	336
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	23	77	39
	Raz w tygodniu	17	83	424
	1-2 razy w miesiącu	22	78	139
	Kilka razy w roku	14	86	184
	W ogóle nie uczestniczy	17	83	93
Poglądy polityczne	Lewica	18	82	149
	Centrum	18	82	265
	Prawica	17	83	255
	Trudno powiedzieć	18	82	210



Tabela 4

		Czy w trakcie kampanii wyborczej do wyborów samorządowych otrzymał(a) Pan(i) ulotki, odezwy lub inne materiały prezentujące programy i kandydatów jakichś partii politycznych lub innych komitetów wyborczych?		Liczba osób
		Tak %	Nie %	
Ogółem		80	20	877
Płeć	Mężczyźni	78	22	418
	Kobiety	81	19	459
Wiek	18-24 lata	78	22	112
	25-34	84	16	158
	35-44	76	24	126
	45-54	82	18	149
	55-64	84	16	167
	65 lat i więcej	72	28	166
Miejsce zamieszkania	Wieś	73	27	341
	Miasto do 20 tys.	73	27	111
	20-100 tys.	86	14	164
	101-500 tys.	84	16	143
	501 tys. i więcej mieszk.	90	10	117
Wykształcenie	Podstawowe	69	31	222
	Zasadnicze zawodowe	78	22	229
	Średnie	85	15	293
	Wyższe	87	13	133
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	94	6	73
	Średni personel, technicy	90	10	40
	Pracownicy adm.-biurowi	88	12	55
	Pracownicy usług	81	19	55
	Robotnicy wykwalifikowani	77	23	97
	Robotnicy niewykwalifik.	82	18	50
	Rolnicy	75	25	47
Pracujący na własny rach.	86	14	36	
Bierni zawodowo	Renciści	85	15	61
	Emeryci	71	29	206
	Uczniowie i studenci	74	26	61
	Bezrobotni	75	25	49
	Gospodynie domowe i inni	80	20	47
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	87	13	125
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	83	17	58
	sekt. pryw. poza rolnict.	84	16	199
	prywatnym gosp. rolnym	70	30	44
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	79	21	152
	501-750	88	12	106
	751-1000	75	25	157
	1001-1500	76	24	119
	Powyżej 1500 zł	91	9	131
Ocena własnych war. mater.	Złe	74	26	130
	Średnie	78	22	412
	Dobre	83	17	336
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	80	20	39
	Raz w tygodniu	79	21	425
	1-2 razy w miesiącu	78	22	139
	Kilka razy w roku	84	16	182
	W ogóle nie uczestniczy	75	25	93
Poglądy polityczne	Lewica	88	12	147
	Centrum	81	19	265
	Prawica	81	19	255
	Trudno powiedzieć	71	29	210

Tabela 5

		W trakcie kampanii przed wyborami samorządowymi telewizja nadawała audycje wyborcze prezentujące poszczególne komitety wyborcze i ich kandydatów. Czy oglądał(a) Pan(i) te programy?		Liczba osób
		Tak %	Nie, nie oglądał(a)m %	
Ogółem		63	37	878
Płeć	Mężczyźni	64	36	418
	Kobiety	63	37	460
Wiek	18-24 lata	57	43	113
	25-34	61	39	158
	35-44	61	39	126
	45-54	65	35	149
	55-64	68	32	167
	65 lat i więcej	65	35	166
Miejsce zamieszkania	Wieś	61	39	341
	Miasto do 20 tys.	53	47	111
	20-100 tys.	65	35	164
	101-500 tys.	65	35	144
	501 tys. i więcej mieszk.	75	25	117
Wykształcenie	Podstawowe	58	42	222
	Zasadnicze zawodowe	64	36	229
	Średnie	65	35	294
	Wyższe	68	32	133
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	74	26	73
	Średni personel, technicy	60	40	40
	Pracownicy adm.-biurowi	70	30	55
	Pracownicy usług	47	53	55
	Robotnicy wykwalifikowani	53	47	97
	Robotnicy niewykwalifik.	69	31	50
	Rolnicy	59	41	47
	Pracujący na własny rach.	60	40	36
Bierni zawodowo	Renciści	66	34	61
	Emeryci	68	32	206
	Uczniowie i studenci	59	41	62
	Bezrobotni	66	34	49
	Gospodynie domowe i inni	66	34	47
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	67	33	125
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	67	33	58
	sekt. pryw. poza rolnict.	59	41	199
	prywatnym gosp. rolnym	57	43	44
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	59	41	152
	501-750	65	35	106
	751-1000	64	36	157
	1001-1500	58	42	119
	Powyżej 1500 zł	71	29	131
Ocena własnych war. mater.	Złe	55	45	130
	Średnie	65	35	412
	Dobre	65	35	337
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	75	25	39
	Raz w tygodniu	66	34	425
	1-2 razy w miesiącu	64	36	139
	Kilka razy w roku	63	37	183
	W ogóle nie uczestniczy	49	51	93
Poglądy polityczne	Lewica	66	34	149
	Centrum	56	44	265
	Prawica	77	23	255
	Trudno powiedzieć	54	46	210

Tabela 6

		Czy, ogólnie rzecz biorąc, podczas kampanii wyborczej dowiedział(a) się Pan(i) o kandydatach startujących w Pana(i) okręgu wyborczym:				Liczba osób
		dużo	mało	w ogóle niczego się nie dowiedział(a)m	Trudno powiedzieć	
		%	%	%	%	
Ogółem		21	53	24	3	877
Płeć	Mężczyźni	22	54	22	2	417
	Kobiety	20	51	26	3	459
Wiek	18-24 lata	18	61	21		113
	25-34	23	54	21	2	157
	35-44	18	56	21	4	126
	45-54	20	57	21	3	149
	55-64	21	54	22	4	166
	65 lat i więcej	23	39	35	3	166
Miejsce zamieszkania	Wieś	21	51	25	3	341
	Miasto do 20 tys.	23	49	26	2	110
	20-100 tys.	21	52	25	2	164
	101-500 tys.	20	58	17	5	144
	501 tys. i więcej mieszk.	17	57	25	1	117
Wykształcenie	Podstawowe	19	45	32	4	222
	Zasadnicze zawodowe	19	56	22	3	228
	Średnie	21	54	23	2	294
	Wyższe	27	56	15	2	132
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	27	58	13	1	73
	Średni personel, technicy	16	56	23	5	39
	Pracownicy adm.-biurowi	22	61	11	6	55
	Pracownicy usług	20	41	35	4	55
	Robotnicy wykwalifikowani	17	56	26	1	97
	Robotnicy niewykwalifik.	21	60	14	5	50
	Rolnicy	13	60	19	8	47
	Pracujący na własny rach.	25	51	24		36
Bierni zawodowo	Renciści	16	50	29	5	60
	Emeryci	24	45	29	2	206
	Uczniowie i studenci	16	58	26		62
	Bezrobotni	19	56	23	2	49
	Gospodynie domowe i inni	26	54	18	2	47
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	22	59	18	1	124
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	24	49	21	7	58
	sekt. pryw. poza rolnict.	19	56	22	3	199
	prywatnym gosp. rolnym	13	63	21	3	44
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	15	60	23	2	152
	501-750	15	53	29	2	106
	751-1000	23	45	30	2	157
	1001-1500	18	52	29	1	119
	Powyżej 1500 zł	27	58	12	3	131
Ocena własnych war. mater.	Złe	11	45	40	4	129
	Średnie	22	53	22	3	412
	Dobre	23	56	19	2	336
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	29	57	14		38
	Raz w tygodniu	21	54	23	3	424
	1-2 razy w miesiącu	24	49	25	3	139
	Kilka razy w roku	21	55	20	4	183
	W ogóle nie uczestniczy	13	48	38	2	93
Poglądy polityczne	Lewica	20	58	21	1	149
	Centrum	18	56	24	2	265
	Prawica	26	53	18	3	255
	Trudno powiedzieć	18	45	32	5	209

Tabela 7

		Czy Pan(i) osobiście był(a) zaangażowany(a) w pracę na rzecz jakiegoś komitetu wyborczego, np. zbierał(a) Pan(i) podpisy pod listami kandydatów, roznosił(a) ulotki itp.?		Liczba osób
		Tak	Nie	
		%	%	
Ogółem		2	98	877
Płeć	Mężczyźni	3	97	417
	Kobiety	1	99	460
Wiek	18-24 lata	2	98	113
	25-34	3	97	158
	35-44	1	99	126
	45-54	3	97	149
	55-64	1	99	167
	65 lat i więcej	1	99	165
Miejsce zamieszkania	Wieś	2	98	341
	Miasto do 20 tys.	5	95	111
	20-100 tys.	2	98	164
	101-500 tys.	1	99	144
	501 tys. i więcej mieszk.	1	99	117
Wykształcenie	Podstawowe	1	99	222
	Zasadnicze zawodowe		100	229
	Średnie	2	98	294
	Wyższe	7	93	133
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	3	97	73
	Średni personel, technicy	3	97	40
	Pracownicy adm.-biurowi	4	96	55
	Pracownicy usług	3	97	55
	Robotnicy wykwalifikowani	1	99	97
	Robotnicy niewykwalifik.		100	50
	Rolnicy	2	98	47
Pracujący na własny rach.	6	94	36	
Bierni zawodowo	Renciści	2	98	61
	Emeryci	2	98	205
	Uczniowie i studenci		100	62
	Bezrobotni		100	49
	Gospodynie domowe i inni		100	47
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	5	95	125
	spółce właścicieli prywatnych i państwa		100	58
	sekt. pryw. poza rolnict.	3	97	199
	prywatnym gosp. rolnym	2	98	44
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	3	97	152
	501-750	1	99	106
	751-1000	2	98	157
	1001-1500	2	98	118
	Powyżej 1500 zł	3	97	131
Ocena własnych war. mater.	Złe	1	99	130
	Średnie	1	99	411
	Dobre	3	97	337
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu		100	38
	Raz w tygodniu	2	98	425
	1-2 razy w miesiącu	1	99	139
	Kilka razy w roku	1	99	183
	W ogóle nie uczestniczy	2	98	93
Poglądy polityczne	Lewica	3	97	149
	Centrum	3	97	265
	Prawica	1	99	254
	Trudno powiedzieć	0	100	210