

BARBARA PAWŁOWSKA

## WIZERUNKI KANDYDATÓW NA PREZYDENTA W OPINII WYBORCÓW

Niniejszy artykuł podejmuje problematykę relacji pomiędzy typami orientacji społeczno-kulturowo-gospodarczych (rozumianych jako względnie trwałe struktury przekonań wchodzących w skład świadomości społecznej) a preferencjami wyborczymi. Opiera się na wynikach ogólnopolskich badań empirycznych pod tytułem *"Sprawy Polaków. Jesień 1995"* realizowanych w przeddzień wyborów prezydenckich w 1995 roku<sup>1</sup>. Kluczowym problemem analizowanym poprzez wspomniane badania był związek między zachowaniami wyborczymi (oraz preferencjami wyborczymi) a przekonaniami badanych dotyczącymi ważnych dziedzin życia społecznego. Orientacje społeczno-kulturowo-gospodarcze traktowano w tym programie jako istotne regulatory decyzji i zachowań wyborczych (Drozdowski, 1997). Różnorodne typy orientacji społeczno-kulturowo-gospodarcze skonstruowano na podstawie przekonań badanych odnoszących się przede wszystkim do następujących zagadnień: ocena przeszłości politycznej i ekonomicznej kraju, stosunek do nowego ustroju (poziom akceptacji demokracji), akceptacja integracji Polski ze strukturami europejskimi, kwestia wolności słowa, akceptacja religijnego integryzmu, poczucie kontroli poznawczej nad rzeczywistością transformacji, poczucie szans i dostępu do nowych możliwości po 1989 roku, poziom alienacji, akceptacja własności prywatnej w gospodarce, akceptacja gospodarki wolnorynkowej, postrzeganie długofalowych bądź krótkofalowych interesów grupowych<sup>2</sup>.

Jednym z elementów omawianego projektu badawczego była także kwestia - choć o mniejszym znaczeniu - ustosunkowań badanych do konkretnych kandydatów na urząd prezydencki biorących udział w wyborach jesienią 1995 roku. Wizerunek polityka posiada tylko w części moc regulacyjną przy podejmowaniu zachowań wyborczych, które - jak wiemy - stanowią wypadkową wielu zróżnicowanych czynników i determinant: tak psychologicznych, jak i o charakterze presji społecznych. Z drugiej jednak strony - opinie społeczeństwa na temat kandydatów i ich programów politycznych są podstawą, na której opierają się konstrukcje wielu teorii procesów wyborczych (Sartori, 1994; Page, 1993).

<sup>1</sup> Badania realizował zespół pracowników Instytutu Socjologii UAM w latach 1995 - 1996. Podstawę programu stanowiły rozbudowane wywiady kwestionariuszowe przeprowadzone we wrześniu i październiku 1995 roku na ogólnopolskiej próbie 814 respondentów.

<sup>2</sup> Szczegółowy opis programu badawczego oraz zasady metodologiczne konstrukcji orientacji społeczno-kulturowo-gospodarczych Czytelnik znajdzie w pracy: R. Drozdowski, B. Pawłowska *Uwarunkowania decyzji wyborczych na przykładzie wyborów prezydenckich w 1995 roku*, Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny, nr 2, 1997.

## 1. DYFERENCJAŁ SEMANTYCZNY JAKO NARZĘDZIE KONTROLI HOMOGENICZNOŚCI GRUP O PODOBNYCH ORIENTACJACH SPOŁECZNO-KULTUROWO-GOSPODARCZYCH

Politycy występują w życiu publicznym w różnorodnych rolach społecznych: reprezentują ugrupowania polityczne, przedstawiają programy swoich partii; są reprezentantem grup społecznych, na które liczą w wyborach, prezentują się więc także jako przedstawiciele elektoratów. W trakcie wystąpień publicznych są nie tylko "nosicielami" społecznych programów, ale wyrażają również własne przekonania, propagują wyznawany przez siebie system wartości, wyrażają postawy, na przykład komentując wydarzenia społeczne. Politycy postrzegani są poprzez role społ., a także - w wymiarze indywidualnym - postrzega ich się poprzez cechy temperamentalne, styl komunikowania, styl zachowań niewerbalnych, także cechy osobowe. Wszystkie wymienione role społeczne i atrybuty osobowe biorą łącznie udział w rywalizacjach na scenie politycznej. Określanie stopnia udziału poszczególnych elementów - tak o charakterze społecznym, jak i psychologicznym - stanowi ważne zadanie projektantów kampanii wyborczych. Istnieją takie systemy polityczne, w których udział czynnika psychologicznego (na przykład *image* osobowy kandydata) w procesach wyborczych minimalizuje się bądź - odwrotnie - maksymalizuje. Przykładem lansowania przez kandydatów kryteriów osobowych jako podstawowego kryterium wyborczego (kosztem - lub celowo - zamazywania różnic programowych) są na przykład wybory prezydenckie w USA (Popkin, 1976; za: Page, 1993).

Aby uzyskać informacje na temat cech charakteru konkretnych kandydatów biorących udział w wyborach prezydenckich 1995 roku oraz o tym, jakie cechy osobowości polityków najbardziej się dla wyborcy liczą posłużono się w badaniach "*Sprawy Polaków. Jesień 1995*" - poza rozbudowanym kwestionariuszem wywiadu - stosunkowo szeroko znaną techniką, dyferencjałem semantycznym (Osgood i inni, 1957; Czapiński, 1978; Marody, 1976).

Dyferencjał semantyczny (lub bardziej po polsku: różnicowanie znaczeniowe) jest połączeniem dwóch metod: skalowania i asocjacyjnej. *Dyferencjał*, ponieważ znaczenie jakiegoś pojęcia jest określone przez jego miejsce na różnych wymiarach; *semantyczny*, ponieważ dotyczy znaczenia.

Autorzy metody, Ch. E. Osgood, G. I. Suci i P. H. Tannenbaum, sporządzili to narzędzie do badań przede wszystkim stereotypów. Stąd intencjonalnie wyraźnie rozdzielili w znaczeniu pojęć komponent afektywny (konotacje) od komponentu deskrypcyjnego (denotacje). Metoda ta umożliwiła zbieranie ilościowych (obiektywnych) danych na bardzo trudno dostępny w naukach społecznych temat - afektywnej zawartości wiedzy. Autorzy sami mówili o swej technice, iż "... jest ona czuła jedynie na uczucia, a nie na rozum" (Osgood i inni, 1957, s. 36).

Znaczenie konotacyjne traktowane może być, zdaniem autorów, jako zmienna wielowymiarowa, co oznacza, że definiować je można na kilku niezależnych wymiarach określających przestrzeń semantyczną. Znaczenie konotacyjne, w przeciwieństwie do znaczenia denotacyjnego, które jest bar-

dziej poznawcze, nie precyzuje jednoznacznie zakresu nazwy (jednoznacznie wytycza go aspekt denotacyjny znaczenia)<sup>3</sup>. Uruchamia hipotetyczny "reprezentacyjny proces pośredniczący" (Osgood i inni, 1957) w rozumieniu pojęć, który odpowiedzialny jest za nastawienie wobec desygnatu jakiegoś przedmiotu. Za pomocą dyferencjału semantycznego uzyskuje się dane (wskaźniki) inferencyjne, które są pośrednie wobec zmiennych mierzonych. W przypadku omawianych badań, kiedy ocenianymi kategoriami były konkretne osoby, kandydaci na prezydenta, znaczy to, iż respondenci nie odpowiadali na pytania "jaki jest obiekt?", ale "jaką mam uogólnioną postawę wobec obiektu?".

Technikę dyferencjału semantycznego wykorzystywać można przede wszystkim do:

- a) pomiaru wielowymiarowej struktury komponentu afektywnego postaw wobec jakichś obiektów, co oznacza, iż oceny w kategoriach "dobry-zły" powiązane są z ocenami w kategoriach siły i aktywności (np. konstruowania wielostronnego obrazu obiektu);
- b) zbierania informacji na temat aktywnego lub pasywnego charakteru postawy;
- c) porównań różnych obiektów według nasycenia ich przestrzeni semantycznej emocjami (analizował w ten sposób kandydatów na prezydenta w wyborach w 1990 roku M. Chmara (1991));
- d) rejestrowania zmian przebiegających w czasie w znaczeniach obiektów (często stosowane narzędzie w ocenach skuteczności reklam);
- e) poszukiwań różnic w znaczeniach obiektów dla różnych grup społecznych.

Analizę materiału uzyskanego za pomocą dyferencjału semantycznego w badaniach "*Sprawy Polaków. Jesień 1995*" podporządkowano wiodącemu wątkowi programu - rekonstrukcji orientacji społeczno-kulturowo-gospodarczych w świadomości badanej ogólnopolskiej próby. Tak więc realizowano z powyższej listy jedynie cel (e), który miał przynieść odpowiedź na pytanie o zasadność wyodrębnienia trzech typów względnie trwałych układów przekonań, czyli **orientacji społeczno-kulturowo-gospodarczych**. Dyferencjał semantyczny pełnił więc też funkcję kontroli rezultatów uzyskanych poprzez odrębne analizy statystyczne, jako narzędzie weryfikacji założenia o homogeniczności wydzielonych grup o podobnych orientacjach.

Nie skupiano się natomiast na samych wizerunkach polityków. Nie wydawało się możliwe dostarczenie wartościowych i ciekawych wyników, które odbiegałyby od licznych i znanych sondaży czy innych badań socjologicznych na temat kandydatów na prezydenta. Cechy osobowe kandydatów, postawy wobec nich, popularność, sympatie omawiano w trakcie okresu przedwyborczego wielokrotnie.

<sup>3</sup> Dla wyraźnego uzmysłowienia sobie na czym polega rozróżnienie między jednoznacznością aspektu denotacyjnego i niejednoznacznością aspektu konotacyjnego posłużymy się przykładem J. Czapińskiego (1978): "znaczeniem denotacyjnym pojęcia 'młotek' jest 'metalowy prostopadłościan osadzony na drewnianej rękojeści, służący do wbijania gwoździ', natomiast znaczeniem konotacyjnym tego samego pojęcia byłby zbiór takich cech jak: 'dość ciężki', 'kanciasty' itp." (s. 257).

## 2. CHARAKTERYSTYKI ORIENTACJI SPOŁECZNO-KULTUROWO-GOSPODARCZYCH

Główne pytanie, jakie postawiono w ogólnopolskich badaniach *"Sprawy Polaków. Jesień 1995"* brzmiało: czy przekonania (a raczej syndromatyczny układ przekonań) na temat życia społecznego i gospodarczego wiążą się z ustosunkowywaniem się do postaci życia politycznego opisywanych w kategoriach osobowych? Czy ludzie pogrupowani według kryterium świadomościowego odnoszącego się do orientacji społeczno-kulturowo-gospodarczych różnią się w "uczuciach" żywionych wobec polityków?

Na podstawie omawianych badań wyodrębniono trzy typy orientacji społeczno-kulturowo-gospodarczych, na które składały się: (1) względnie trwałe układy przekonań (wartości-ideałów oraz interesów) tworzących wizję możliwego do zaakceptowania, prawomocnego ładu społeczno-kulturowego i gospodarczego (por. Nowak, 1984, Ziółkowski, Koralewicz, 1990); (2) przekonania i oceny wyznaczające stosunek do "PRL-owskiej" przeszłości politycznej i ekonomicznej oraz (3) przekonania i oceny wyznaczające stosunek do transformacji systemowej (subiektywne poczucie dostępu do szans, jakie pojawiły się wraz z demokratyzacją państwa i urynkowaniem gospodarki, poczucie kontroli poznawczej nad rzeczywistością transformacji).

Dyskryminacyjna analiza skupień pozwoliła na wyodrębnienie trzech typów orientacji społeczno-kulturowo-gospodarczych (por. Drozdowski, Pałowska, 1997):

Typ I orientacji, nazwanej **protransformacyjno-liberalną**, dotyczył osób, które najsilniej (w porównaniu do całej badanej grupy - 814 respondentów) odrzucają poprzedni system, tak polityczny, jak i poprzednie rozwiązania ekonomiczne; są największymi zwolennikami demokracji i integracji europejskiej; opowiadają się za efektywnościowo-rynkowym modelem gospodarczym i przewagą własności prywatnej w sektorze gospodarczym. Osoby te godzą się ponosić koszty transformacji w dłuższym okresie czasu, mają też stosunkowo największe poczucie wpływu na zmieniającą się rzeczywistość oraz poczucie dostępu do szans i możliwości, jakie przynosi nowy ustrój.

Typ II, orientacja **protransformacyjno-socjalna**, skupiała osoby odczuwające największy sentyment do czasów PRL-u, łącznie z jego rozwiązaniami ekonomicznymi (grupa ta najsłabiej odrzucała - w porównaniu z pozostałymi orientacjami - ekonomiczne zasady ustrojowe PRL). Były to osoby, które w mniejszym stopniu akceptowały własność prywatną i były zwolennikami modelu interwencyjno-socjalnego w gospodarce. Grupa ta w mniejszym stopniu niż grupa I popierała procesy demokratyzacyjne i integrację Polski z państwami zachodnioeuropejskimi. Zarazem jednak, respondenci o tej orientacji najsilniej spośród wszystkich badanych grup akceptowali nowy pluralistyczny ład kulturowo-informacyjny. Osoby te czuły się też znacznie zagubione w nowej rzeczywistości.

Typ III, orientacja **antytransformacyjno-socjalna**, grupowała respondentów nastawionych negatywnie, tak do czasów realnego socjalizmu, jak i czasu reform. Można by powiedzieć, iż jest to grupa wyznająca

pogląd, że "każda władza jest taka sama", nie dba o dobro i interesy społeczeństwa. Respondenci ci nie akceptowali efektywnościowych zasad wolnego rynku, ani własności prywatnej. Tak jak negatywnie oceniali PRL-owską przeszłość, tak też nie są zwolennikami demokracji, integracji europejskiej i pluralizmu kulturowego (głównie w mediach). Orientują się na krótkofalowy interes wynikający ze zmiany ustrojowej (nie satysfakcjonuje ich obietnica przyszłej poprawy warunków życia). Jest to również grupa, którą - podobnie jak respondentów o orientacji II - charakteryzowało silne poczucie braku wpływu i kontroli poznawczej nad rzeczywistością transformacji.

### 3. KANDYDACI NA URZĄD PREZYDENTA A ORIENTACJE SPOŁECZNO-KULTUROWO-GOSPODARCZE

Zadaniem badanych była ocena wybranych 6-ciu kandydatów na prezydenta przy pomocy 15 bipolarnych, siedmiostopniowych skal, których krańce zdefiniowane były przez przymiotnikowe opozycje. Z listy startujących w wyborach 17 kandydatów wybraliśmy sześć nazwisk osób najbardziej znanych: Hanna Gronkiewicz-Waltz, Jacek Kuroń, Aleksander Kwaśniewski, Waldemar Pawlak, Lech Wałęsa i Tadeusz Zieliński.

Ustalono następujące opozycje składające się na trzy wymiary, o uniwersalnym - według autorów dyferencjału semantycznego - charakterze: (a) wymiar **Wartościowania**: pogodny-smętny, solidny-niedbały, głęboki-płytki, okrągły-kanciasty, ciepły-zimny, korzystny-szkodliwy, gładki-chropowaty; (b) wymiar **Siły**: niezależny-uległy, wyrozumiały-bezwzględny, silny-słaby, twardy-miękki; (c) wymiar **Aktywności**: rozważny-impulsywny, śmiały-strachliwy, wytrzymały-łatwo zniechęcający się, aktywny-bierny.

Na podstawie przeprowadzonego testu *t* porównywania parami określono różnice istotne statystycznie w ocenach cech osobowych poszczególnych kandydatów na urząd prezydencki.

Generalnie można powiedzieć, iż wszyscy kandydaci zostali scharakteryzowani w mniejszym lub większym stopniu pozytywnie, to znaczy, że średnie wyniki lokowały się po plusowej stronie hipotetycznego środka skali. Z dwoma jednakże wyjątkami: Waldemar Pawlak na 15 cech w 7 przypadkach został oceniony negatywnie (jest według badanych raczej: *smętny, uległy, płytki, strachliwy, zimny, słaby i miękki*). Także u Lecha Wałęsy pojawiły się średnie wyniki dla badanej grupy jako całości po minusowej stronie wymiaru od "-" do "+" - były to trzy cechy: *bezwzględny, płytki i impulsywny*.

Należałoby w tym miejscu dodać, iż wyniki uzyskane za pomocą dyferencjału semantycznego dotyczące całej próby (814 respondentów) nie wydają się być warte prezentacji, ponieważ omawiane narzędzie - skonstruowane bipolarnie - "uśrednia" dane pochodzące od zwolenników i przeciwników danego kandydata na prezydenta. Odnotował to na przykład M. Chmara (1991), autor badań na podstawie dyferencjału semantycznego dotyczących kandydatów występujących w pierwszych wolnych wyborach prezydenckich w 1990 roku, który stwierdził, iż trafniejszym wskaźnikiem rzeczywistych preferencji wyborczych okazuje się analiza wyników elektoratów cząstko-

wych, niż analiza odnosząca się do całej zbiorowości. Dlatego przedstawiane niżej rezultaty ogniskują się wokół wydzielonych grup o podobnych typach orientacji społeczno-kulturowo-gospodarczych.

Wobec dwóch kandydatów na prezydenta - Jacka Kuronia i Tadeusza Zielińskiego - nie stwierdzono istotnych statystycznie różnic między grupą I (protransformacyjno-liberalną) a grupą II (protransformacyjno-socjalną) i grupą III (antytransformacyjno-socjalną). Obaj politycy wzbudzają u wszystkich badanych takie same pozytywne opinie i nastawienia. Śladowo widoczne różnice między trzema orientacjami polegają na tym, iż kandydaci ci mają "cieplejszych" zwolenników w grupie protransformacyjno-liberalnej I (J. Kuroń) i grupie protransformacyjno-socjalnej II (T. Zieliński).

Szczególny stosunek społeczeństwa polskiego do Jacka Kuronia i Tadeusza Zielińskiego analizowano już w pracy *"Jednostka wobec władzy"* (Ziółkowski, Pawłowska, Drozdowski, 1994). Autorzy ukazywali w niej rosnącą tendencję do zastępowania świata wartości symbolicznych celami pragmatycznymi. Właśnie Jacek Kuroń (traktowany bardziej jako działacz charytatywny, niż polityk) oraz Tadeusz Zieliński (ówczesnie rzecznik praw obywatelskich) uznani zostali za czołowe osoby publiczne, które realizują cele pragmatyczne, byli postrzegani przez badanych jako nieliczni obecnie politycy **skuteczni** (por. także Marody, 1995).

Kandydatem na urząd prezydenta, który na każdej z 15 analizowanych skal dotyczących cech osobowych różnicował badaną próbę w sposób statystycznie istotny, okazał się Aleksander Kwaśniewski.

**Wizerunek Aleksandra Kwaśniewskiego**

Lp.	Wymiary	F	p	Istotne różnice
1	<b>pogodny-smętny</b>	6,37	.0018	II > I i III
2	<b>rozważny-impulsywny</b>	9,29	.0001	II > I i III
3	niezależny-uległy	7,98	.0004	II > I i III
4	głęboki-płytki	<b>11,91</b>	.0000	II > I i III
5	<b>solidny-niedbały</b>	<b>15,64</b>	.0000	II > I i III
6	<b>śmiały-strachliwy</b>	<b>11,34</b>	.0000	III > I i II
7	okrągły-kanciasty	3,89	.0208	II > I
8	<b>wytrzymały</b> -łatwo zniechęcający się	6,48	.0016	I i II > III
9	wyrozumiały-bezwzględny	<b>19,11</b>	.0000	II i III > I
10	ciepły-zimny	<b>14,81</b>	.0000	II > I i III
11	<b>silny-słaby</b>	5,37	.0048	II > III
12	korzystny-szkodliwy	<b>31,19</b>	.0000	II > III > I
13	gładki-chropowaty	4,67	.0096	II > III
14	<b>twardy-miękki</b>	<b>8,06</b>	.0003	II > I i III
15	<b>aktywny-bierny</b>	6,98	.0010	I i II > III

Aleksander Kwaśniewski okazał się najbardziej atrakcyjnym kandydatem na prezydenta dla grupy II (orientacji protransformacyjno-socjalnej), nazwanej także grupą "przegrywającą w wyniku reform" (Drozdowski, Pawłowska, 1997). W tabeli zaznaczono pogrubioną czcionką najwyższe dys-

tanse w ocenach tego polityka pomiędzy skrajnymi ocenami. Najdłuższe odległości od hipotetycznego środka skali (najwyższe nasycenie afektywne skali) zarejestrowano w przypadku A. Kwaśniewskiego w odniesieniu do następujących cech: *pogodny, rozważny, solidny, śmiały, wytrzymały, silny twardy i aktywny*.

W programie "*Sprawy Polaków. Jesień 1995*" chęć głosowania na A. Kwaśniewskiego w przeddzień wyborów deklarowało 30,6% wszystkich 814 respondentów (I-sze miejsce na liście 17 kandydatów na prezydenta) oraz 45% badanych wchodzących w skład grupy II (protransformacyjno-socjalnej). Za pomocą testu *t* istotności różnic zarejestrowano - podobnie jak w rezultatach dyferencjału semantycznego - istotne różnice między grupą protransformacyjno-socjalną II (najwyższy procent zwolenników A. Kwaśniewskiego) a grupą III (antytransformacyjno-socjalną) oraz grupą protransformacyjno-liberalną I (najniższa liczba deklaracji na rzecz A. Kwaśniewskiego).

Kandydatem na urząd prezydenta, na którego 25,7% całej ogólnopolskiej próby deklarowało gotowość głosowania był Lech Wałęsa.

#### Wizerunek Lecha Wałęsy

Lp.	Wymiary	F	p	Istotne różnice
1	pogodny-smętny	5,82	.0031	I > II
2	rozważny-impulsywny	5,35	.0049	III > I
3	niezależny-uległy	2,27	.1040	brak różnic
4	głęboki-płytki	2,91	.0550	brak różnic
5	solidny-niedbały	2,03	.1322	brak różnic
6	śmiały-strachliwy	6,45	.0017	I > II i III
7	okrągły-kanciasty	1,62	.1979	brak różnic
8	wytrzymały-latwo zniechęcający się	16,51	.0000	I > II i III
9	wyrozumiwały-bezwzględny	2,53	.0800	brak różnic
10	ciepły-zimny	4,29	.0140	I > II
11	silny-słaby	12,12	.0000	I i III > II
12	korzystny-szkodliwy	8,47	.0002	I i III > II
13	gładki-chropowaty	0,01	.9894	brak różnic
14	twardy-miękki	6,47	.0016	I > II i III
15	aktywny-bierny	7,94	.0004	I > II i III

Najbardziej pozytywnie postrzegają Lecha Wałęsę osoby z grupy I (protransformacyjno-liberalnej) oraz grupy III (antytransformacyjno-socjalnej). Grupa II (protransformacyjno-socjalna) odnosi się do tego kandydata z większą rezerwą. Także w deklaracjach wyborczych stwierdzono istotną różnicę między grupami I (protransformacyjno-liberalną) i III (antytransformacyjno-socjalną) a grupą II (protransformacyjno-socjalną). Lech Wałęsa wygrałby z Aleksandrem Kwaśniewskim, gdyby w głosowaniu brały udział jedynie osoby o przekonaniach określonych jako orientacja protransformacyjno-liberalna (deklaracje wyborcze w grupie protransformacyjno-liberalnej I: L. Wałęsa - 30%, A. Kwaśniewski - 20%).

W porównaniach wizerunków sześciu analizowanych pod względem cech osobowych kandydatów na prezydenta zwraca uwagę fakt, iż jedynie A. Kwaśniewski i L. Wałęsa mają rozłączne elektoraty Ci, dla których atrakcyjny jest A. Kwaśniewski znacznie gorzej niż cała próba odnoszą się do L. Wałęsy (i na odwrót - zwolennicy L. Wałęsy mniej pozytywnie oceniają A. Kwaśniewskiego). Sympatia do Wałęsy (lub do Kwaśniewskiego) nie wyklucza natomiast pozytywnego stosunku do innych kandydatów. Dyferencjał semantyczny ukazał wyraźną demarkacyjną linię dychotomicznego podziału politycznego.

Obaj kandydaci okazali się także osobami wzbudzającymi największe emocje. Tak u A. Kwaśniewskiego, jak i u L. Wałęsy odległości od hipotetycznego środka skali są najdłuższe<sup>4</sup>. Znaczy to, iż obaj politycy zajmują ważne i nieobojętne emocjonalnie miejsce w świadomości badanych.

Na koniec - Hanna Gronkiewicz-Waltz najbardziej pozytywnie została oceniona przez grupę I (orientacja protransformacyjno-liberalna), a Waldemar Pawlak przez grupę III (orientacja antytransformacyjno-socjalna) - w obu przypadkach odnotowano różnice istotne statystycznie - ale w porównaniu do A. Kwaśniewskiego i L. Wałęsy obaj wzmiankowani powyżej kandydaci uzyskali jednak znacznie mniej nasycone emocjami oceny.

Podsumowując dane uzyskane za pomocą dyferencjału semantycznego - techniki, co do której zastrzeżeń może być bardzo wiele (nie sposób je tu wszystkie wymieniać) - należałoby podkreślić, iż wyraźnie stwierdzono znaczną zgodność w ocenach kandydatów na urząd prezydenta dokonywanych przez wydzielone według typów orientacji społeczno-kulturowo-gospodarczych grupy W świetle tych wyników można także powiedzieć, że rekonstruowane w badaniu orientacje na temat sfery społecznej, kulturowej i gospodarczej stanowią ważny i trafny predyktor decyzji i zachowań wyborczych.

#### 4. KANDYDACI NA URZĄD PREZYDENTA A POŻĄDANE CECHY POLITYKA

W kwestionariuszu wywiadu programu badawczego *"Sprawy Polaków. Jesień 1995"* pytano także, jakie cechy polityka ważne są w przypadku podejmowania decyzji o tym, na kogo głosować? Zadaniem respondentów było, poza wybraniem z przygotowanej listy cechy najbardziej pożądanej u polityków, również wskazanie tego kandydata na prezydenta, który najbardziej pasuje do danej cechy.

Poniżej znajduje się zestaw cech, którymi - według całej badanej próby - powinien charakteryzować się kandydat na prezydenta (cechy prezentowane są w kolejności od najważniejszej). Obok pożądanych charakterystyk polityków umieszczono nazwiska kandydatów, którzy posiadają daną cechę w stopniu najwyższym:

- 1) **odpowiedzialny** - Kwaśniewski (21,9%), Wałęsa (15,2%);
- 2) **mądry** - Kwaśniewski (24,7%), Zieliński (13,8%);

<sup>4</sup> Najdłuższe odległości od hipotetycznego środka skali (zawartość afektywną) oznaczono w tabelach czcionką pogrubioną.

- 3) **uczciwy** - Kuroń (15,5%), Wałęsa (15,1%), Kwaśniewski (12,7%);
- 4) **rozumiejący ludzi** - Kuroń (29,0%), Wałęsa (15,2%), Kwaśniewski (12,9%);
- 5) **wiarygodny** - Kwaśniewski (18,3%), Wałęsa (14,6%), Kuroń (10,9%);
- 6) **wykształcony** - Kwaśniewski (23,5%), Zieliński (22,5%);
- 7) **skuteczny** - Kwaśniewski (20,3%), Wałęsa (19,9%);
- 8) **energiczny** - Kwaśniewski (28,9%), Wałęsa (21,5%);
- 9) **pracowity** - Kwaśniewski (15,0%), Kuroń (13,9%), Wałęsa (13,4%);
- 10) **przystojny** - Kwaśniewski (48,8%).

Pozostali kandydaci na urząd prezydenta (nie wymienieni na powyższej liście) nie przekroczyli 6 - 8% wskazań.

Zanalizowano różnice preferencji wymienionych cech osobowych w grupach o różnych typach orientacji społeczno-kulturowo-gospodarczych (test *t* istotności różnic - porównywanie parami). Nie odnotowano istotnej różnicy między odpowiedziami grupy I (orientacja protransformacyjno-liberalna) i grupy II (orientacja protransformacyjno-socjalna). Różnice istotne wystąpiły między grupą I (orientacja protransformacyjno-liberalna) a grupą III (orientacja antytransformacyjno-socjalna). Grupa I (protransformacyjno-liberalna) znacząco mniej niż grupa III (antytransformacyjno-socjalna) przywiązuje wagę do takich cech kandydata na prezydenta jak: *rozumiejący ludzi* (chi kwadrat = 8,44; *p* = .00367) oraz *uczciwy* (chi kwadrat = 3,99; *p* = .04588). Natomiast grupa I (protransformacyjno-liberalna) ceni sobie bardziej niż grupa III (antytransformacyjno-socjalna) ważną u prezydentów cechę *odpowiedzialność* (chi kwadrat = 5,05; *p* = .02470). *Rozumienie innych* jest także znacząco ważniejsze dla grupy III (antytransformacyjno-socjalnej) w porównaniu z grupą II (protransformacyjno-socjalną).

Uzyskane rezultaty nasuwają na myśl wątki przedstawiane we wspomnianej już wcześniej pracy "*Jednostka wobec władzy*" (Ziółkowski, Pawłowska, Drozdowski, 1994). Wielostronnie naświetlano tam kwestię stosunku społeczeństwa polskiego do władzy państwowej w pierwszym okresie przemian ustrojowych zapoczątkowanych w 1989 roku. Jednym ze źródeł rozczarowania wobec nowego systemu była niska cenzura wystawiona politykom. Badani twierdzili, iż władza jest nieudolna, niekompetentna, amatorska. Politycy niejednokrotnie dbają o swój interes, a nie o interes społeczeństwa i - tak jak było w realnym socjalizmie - są skorumpowani.

Akcent położony na takie cechy polityka, jak *odpowiedzialny*, *mądry*, *uczciwy* interpretować by można jako swoistą kontynuację niezadowolienia i rozczarowania, projekcję specyficznej postawy wobec władzy. Dodać należy tu też fakt, iż w drugiej części pytania na temat pożądanych cech kandydata na prezydenta (kiedy należało przypisać konkretną osobę do cechy) zanotowano stosunkowo wysoki procent odpowiedzi, które można by określić jako ogólną niechęć do osób uwikłanych w działalność polityczną. Około 20% wszystkich badanych twierdziło, że **żaden** z kandydatów, nie jest obdarzony **żadną** z wymienionych powyżej 10-ciu cech charakteru.

W podobnym kontekście interpretować by można rezultat, iż grupa III (orientacja antytransformacyjno-socjalna) różni się istotnie od pozostałych grup w ulokowaniu na liście pożądanych cech polityków *rozumienia innych*. Wysokie wskaźniki alienacji w tej grupie, niechęć wobec demokracji,

wolnego rynku, własności prywatnej sugerują, iż jest to grupa o najwyższych skłonnościach roszczeniowych, z silnym poczuciem deficytu społecznego szacunku. W postulacie tej grupy respondentów (typ antytransformacyjno-socjalny), aby politycy *rozumieli innych* znaleźć można projekcję przekonania badanych, iż władza nie współbrzmi z problemami obywateli skazanych na ponoszenie kosztów reformowania państwa, jest na powrót światem ONYCH, światem obcym, światem oddzielnym odmiennymi interesami od społeczeństwa.

#### Bibliografia:

- Czapiński Janusz (1978), *Dyferencjał semantyczny*, w: *Materiały do nauczania psychologii*, pod red. Lidii Wołoszynowej, seria III, tom 3, "Metody badań psychologicznych", PWN, Warszawa.
- Chmara Michał (1991), *Wizerunki kandydatów w wyborach prezydenckich 1990*, Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny, nr 3.
- Drozdowski Rafał (1997), *Regulatory decyzji wyborczych. Przyczynek do teorii zachowań wyborczych*, Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny, nr 2.
- Drozdowski Rafał, Pawłowska Barbara (1997), *Uwarunkowania decyzji wyborczych na przykładzie wyborów prezydenckich w 1995 roku*, Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny, nr 2.
- Marody Mirosława (1976), *Sens teoretyczny a sens empiryczny pojęcia postawy*, PWN, Warszawa.
- Marody Mirosława (1995), *Siedem biurek i pudełko dla kota*, Gazeta Wyborcza, 2-3 grudnia.
- Nowak Stefan (1984), *Postawy, wartości i aspiracje społeczeństwa polskiego*, w: *Społeczeństwo polskie czasu kryzysu*, IFiS, Warszawa.
- Osgood Ch. E., Suci G. J., Tannenbaum P. H. (1957), *The Measurement of Meaning*, University of Illinois Press, Urbana.
- Page Benjamin I. (1993), *Elekcje i społeczne wybory: teoria a stan badań empirycznych*, w: *Elity-Demokracja-Wybory*, pod red. J. Szczupaczyńskiego, Agencja Scholar, Warszawa.
- Sartori Giovanni (1994), *Teoria demokracji*, PWN, Warszawa.
- Ziółkowski Marek, Koralewicz Jadwiga (1990), *Mentalność Polaków. Sposoby myślenia o polityce, gospodarce i życiu społecznym w końcu lat osiemdziesiątych*, Nakom, Poznań.
- Ziółkowski Marek, Pawłowska Barbara, Drozdowski Rafał (1994), *Jednostka wobec władzy*, Nakom, Poznań.

#### IMAGES OF CANDIDATES IN PRESIDENTIAL ELECTIONS IN THE OPINION OF THE ELECTORATE

#### S u m m a r y

The article refers to the results of all-Polish research programme named "Matters of Poles. Autumn 1995". The key problem of this research work was a relation between particular types of social, cultural and economic orientations (understood as relatively stable structures of convictions inherent social consciousness) and electoral preferences of questioned respondents. The article represents images of candidates for presidential office of the Republic of Poland as constructed with technics of semantic differential. The differences in behaviour (emotional attitude) towards particular candidates depending on cherished convictions about social and economic life have been revealed. Also a question of ideas of the respondents about a set of desired features of a politician was raised in the article.