



## **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/164/139/95

### **ZAINTERESOWANIE WYBORAMI I OCZEKIWANIA WOBEC KAMPANII PREZYDENCKIEJ**

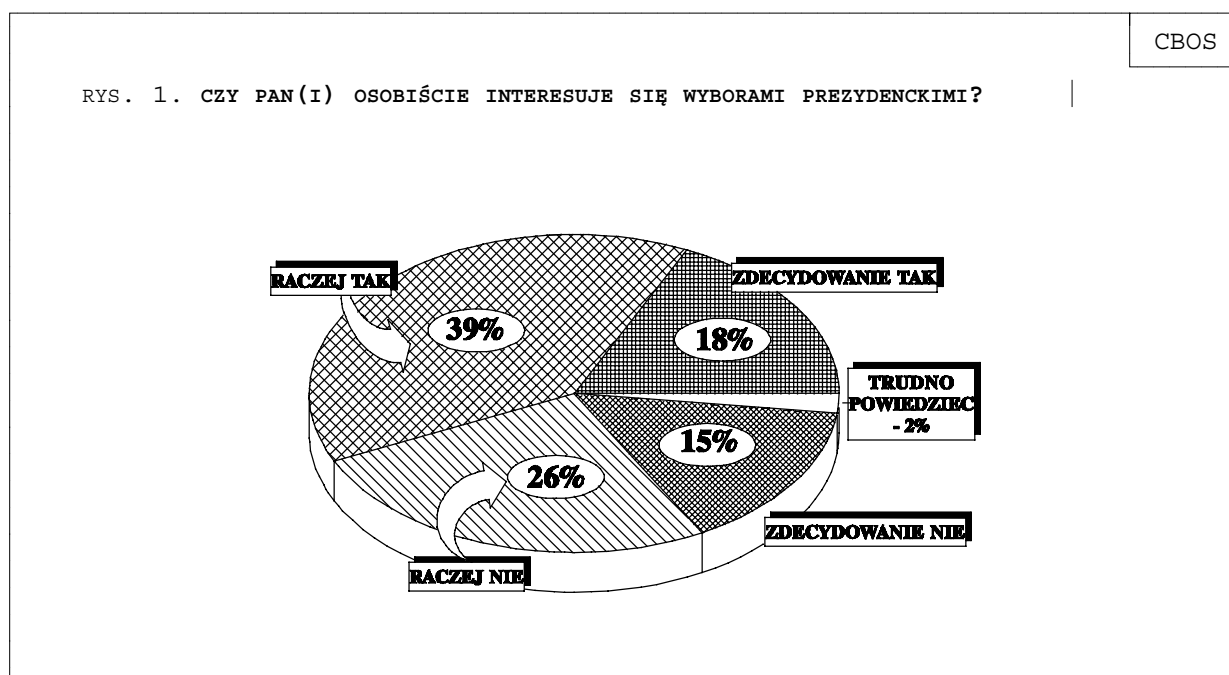
KOMUNIKAT Z BADAŃ

WARSZAWA, WRZESIEŃ '95

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

Po wakacyjnym wyciszeniu na scenie politycznej kraju coraz wyraźniej wyczuwalne staje się przedwyborcze napięcie. Część kandydatów rozpoczęła spotkania z wyborcami, których echa i komentarze stwarzają już atmosferę kampanii wyborczej. Sztaby wyborcze różnych kandydatów, a i sami zainteresowani wyraźnie zaczęli dbać o swój wizerunek w mediach i stopień uwagi, jaki im one poświęcają. Zainteresowanie wyborami, nastawienia i oczekiwania wobec kampanii wyborczej były przedmiotem sierpniowego sondażu CBOS<sup>1</sup>.

Trzy miesiące przed wyborami prezydenckimi zainteresowanie nimi deklarowała ponad połowa ankietowanych. Jednak spośród wszystkich osób uprawnionych do głosowania tylko niespełna jedną piątą można uznać w tej chwili za uważnych obserwatorów przedwyborczych wydarzeń na scenie politycznej. Pozostali - to osoby raczej średnio zainteresowane.



<sup>1</sup> Badanie "Aktualne problemy i wydarzenia" (63) zrealizowano w dniach 3-8 sierpnia '95 na reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski (N=1081).

Nie zmienia to faktu, że wybory głowy państwa są odbierane jako wydarzenie o szczególnym znaczeniu. Jeśli zestawić je z poziomem zainteresowania Polaków tym, co się w ogóle dzieje w kraju, okaże się, iż przyciągają one uwagę znacznie większej części społeczeństwa. Spośród osób, które na co dzień nie interesują się polityką, w przypadku wyborów prezydenckich niemal jedna trzecia wykazuje zainteresowanie nimi.

Tabela 1 w procentach

<i>Czy interesuje się Pan(i) wyborami prezydenckimi?</i>	<i>Zainteresowanie polityką</i>		
	duże	średnie	małe i żadne
Tak	91	74	30
Nie	9	24	67
Trudno powiedzieć	-	2	3
Ogółem	13	45	42

Zgłaszany brak zainteresowania wyborami, podobnie zresztą jak i wszelkimi innymi wydarzeniami politycznymi, jest dość trwałym elementem postaw Polaków, toteż w dużej mierze zmniejsza prawdopodobieństwo wzięcia udziału w głosowaniu.

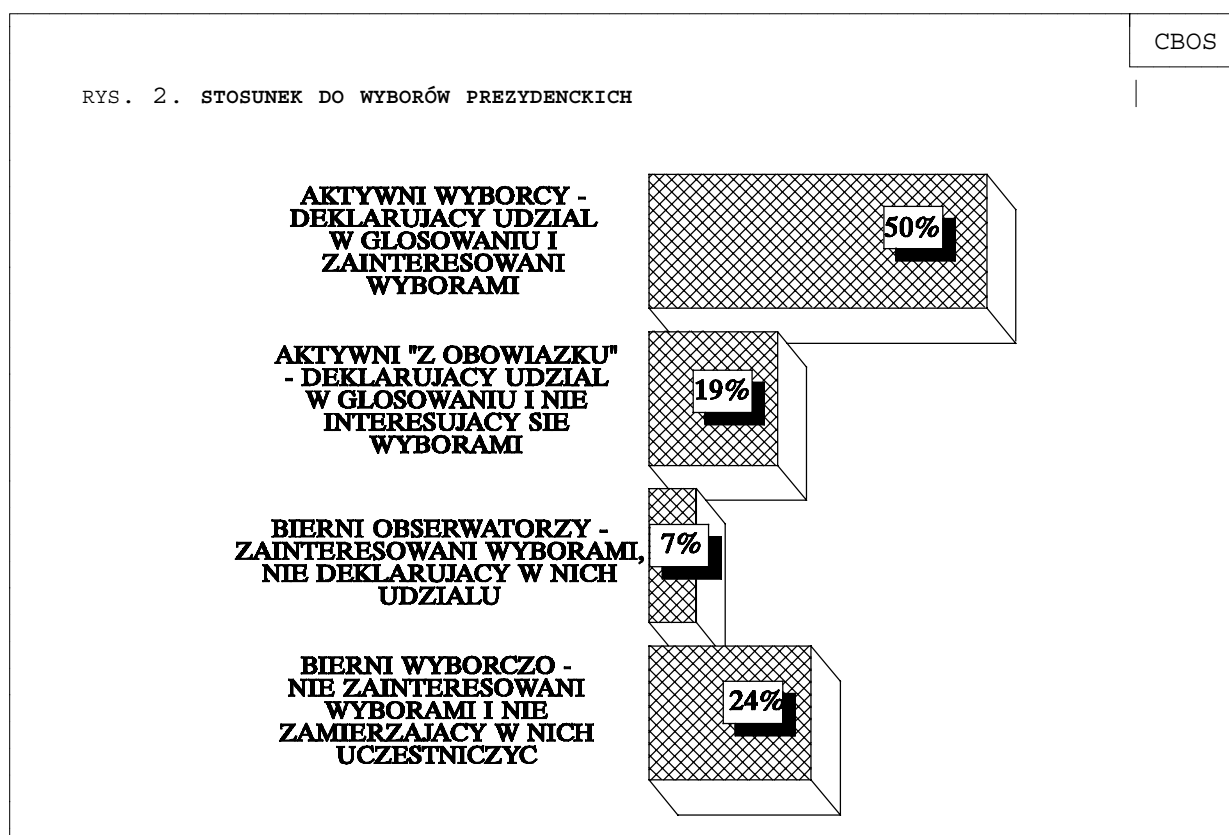
Tabela 2 w procentach

<i>Czy interesuje się Pan(i) wyborami prezydenckimi?</i>	<i>Czy weźmie Pan(i) udział w zbliżających się wyborach prezydenckich?</i>		
	na pewno tak	jeszcze nie wiem	raczej nie
Tak	72	30	14
Nie	26	66	85
Trudno powiedzieć	2	4	1
Ogółem	69	18	13

Raczej za prawidłowość niż wyjątek należy uznać fakt, że mniej osób interesuje się wyborami niż planuje wziąć w nich udział. W sierpniu zamiar uczestniczenia w głosowaniu zadeklarowało 69% pytanych, a więc o 12 punktów procentowych więcej niż interesujących się nimi. Może to oznaczać, że dla części ankietowanych udział w wyborach, choć nie wzbudza większych emocji, jest jednak obywatelskim obowiązkiem, który należy wypełnić. Prawdopodobne jest również to, że w powyższym układzie preferencji ujawnia się deklaracyjny

charakter tego typu wypowiedzi - nie zainteresowani i tak nie pójdą na wybory, a deklarując udział w nich unikają jedynie ujawnienia zachowań nie aprobowanych społecznie, do których niewątpliwie należy absencja wyborcza.

Obecnie przed oficjalnym rozpoczęciem kampanii wyborczej o połowie Polaków można powiedzieć, że mają aktywny stosunek do wyborów - chcą skorzystać z przysługującego im prawa i podchodzą do tego z pewnym zaangażowaniem. Jedna czwarta demonstuje natomiast, przynajmniej na razie, postawę całkowitego *désintéressement*.



Mimo że w postawach wobec wyborów główna linia podziału przebiega między zainteresowaniem i uczestnictwem w nich a pełną biernością i brakiem zainteresowania, to jednak pewna część badanych ujawnia pod tym względem dość niespójne postawy. Biorąc deklaracje respondentów w pełni za dobrą monetę, można wyróżnić w tym zakresie jeszcze dwa rodzaje postaw. Pierwsza to wspomniana już postawa aktywności "z obowiązku", towarzysząca brakowi rzeczywistego zainteresowania wyborami. Jak można przypuszczać, ta grupa badanych może być słabo podatna na deklaracje i program kandydatów oraz zdarzenia i dramaturgię kampanii

wyborczej. Zapewne w większym stopniu niż pozostali może obstawać przy swoim dzisiejszym wyborze bądź powziąć decyzję w ostatniej chwili, np. korzystając z rady jakiegoś autorytetu. Druga - to rzadziej spotykana postawa biernego obserwatora - zainteresowanego wyborami, choć nie wybierającego się głosować.

Aktywne nastawienie wobec wyborów prezydenckich częściej wykazują mężczyźni niż kobiety, częściej też respondenci starsi niż najmłodsi. Zarówno zainteresowanie wyborami, jak i chęć brania w nich udziału wyraźnie rośnie wraz z poziomem wykształcenia, częstością praktyk religijnych oraz korzystną oceną własnych warunków materialnych.

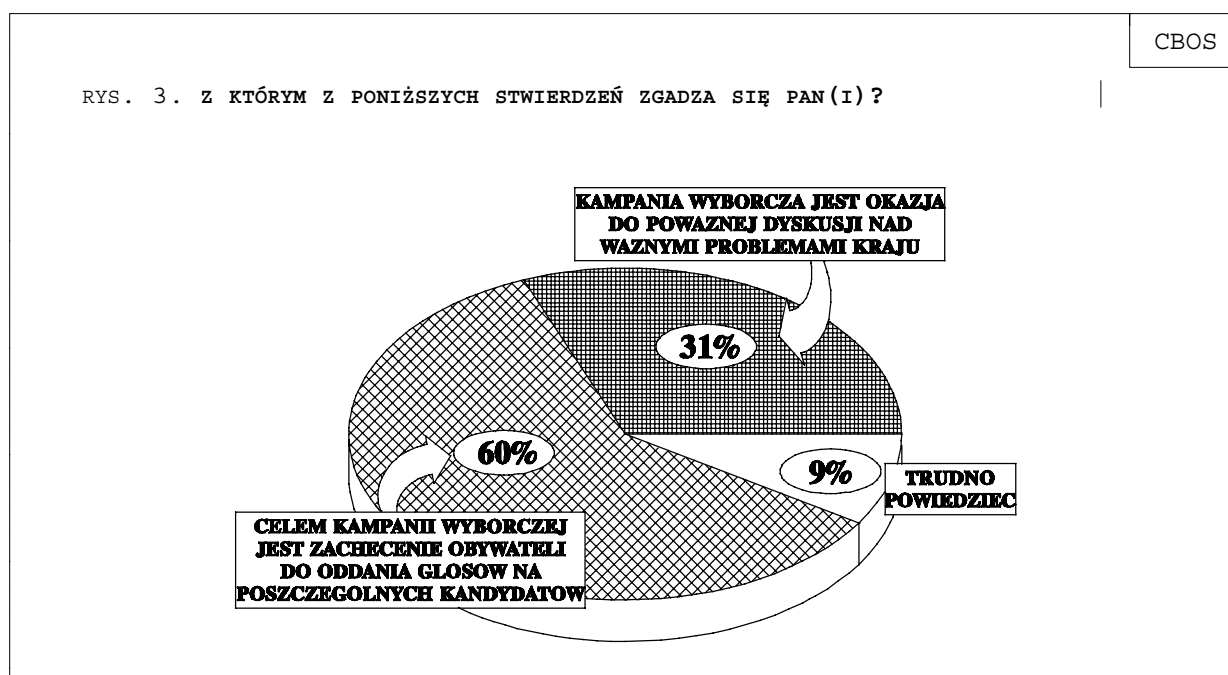
Największej absencji wyborczej można oczekiwać wśród osób w wieku 25 - 34 lata. Ponad jedna trzecia (37%) badanych w tej grupie wiekowej zgłasza swój brak zainteresowania wyborami, a jednocześnie nie planuje w nich udziału. Można się jej także spodziewać wśród respondentów z wykształceniem podstawowym i zasadniczym zawodowym, osób o najniższych dochodach, nie uczestniczących w praktykach religijnych. Spośród grup społeczno-zawodowych zainteresowanie wyborami połączone z deklaracją zamiaru uczestniczenia w nich najrzadziej przejawiają robotnicy, najczęściej zaś przedstawiciele kadry kierowniczej i inteligencji, pracownicy umysłowi niższego szczebla oraz prywatni przedsiębiorcy.

Wyborami nie interesuje się jedna czwarta ankietowanych (26%) deklarujących udział w wyborach. Są to głównie osoby, które nie mają jeszcze sprecyzowanych preferencji co do osoby kandydata, na którego chcieliby ewentualnie głosować. Jak dotychczas wyborami najbardziej interesują się zwolennicy Józefa Zycha, Leszka Moczulskiego, Tadeusza Zielińskiego, Aleksandra Kwaśniewskiego oraz Lecha Wałęsy (w elektoratach tych pretendentów do fotela prezydenckiego odsetek osób deklarujących zainteresowanie wyborami wynosi co najmniej 80%). Mniej zaangażowani są wyborcy dwójki kandydatów cieszących się w tej chwili dużym poparciem - Hanny Gronkiewicz-Waltz i Jacka Kuronia. Jedna trzecia ich zwolenników deklaruje brak zainteresowania wyborami. Można zakładać, że będą oni stosunkowo mniej uważnymi obserwatorami kampanii wyborczej i rywalizacji kandydatów. Z drugiej jednak strony wiele mówi to o specyfice rekrutowania się zwolenników prezes NBP i Jacka Kuronia. Można sądzić, że kandydatury te - z racji przyciągania sympatii wyborców raczej mniej wyrobionych politycznie,

nie interesujących się wyborami i przejawiających na co dzień stosunkowo niskie zainteresowanie polityką - mogą okazać się atrakcyjne dla pozostałych osób niezdecydowanych, ale podejmujących decyzję w ostatnim momencie, a przy tym w większym stopniu kierujących się innymi przesłankami niż zawartość programów czy reprezentatywność wobec którejś z opcji politycznych.

### Czego oczekujemy po kampanii prezydenckiej?

Dotychczasowe doświadczenia Polaków związane z kampaniami wyborczymi nie wydają się najlepsze. Poprzednie wybory prezydenckie, przebiegające w atmosferze “wojny na górze” i nieoczekiwanego sukcesu Stanisława Tymińskiego, pełne były inwektyw, pomówień i hysterii politycznej. Ostatnie wybory parlamentarne miały już spokojniejszy przebieg, choć trudno byłoby powiedzieć, że wszystko odbywało się w nich bez zarzutu. Wydaje się, że polskie społeczeństwo powoli przyswaja sobie specyfikę demokratycznych wyborów, choć wciąż może mieć trudności z akceptacją burzliwie przebiegających przygotowań do nich. Zapytaliśmy ankietowanych, jak postrzegają istotę zbliżającej się kampanii prezydenckiej.



Więcej niż połowa badanych opowiedziało się za tym, iż kampania wyborcza służy zachęceniu wyborców do oddania głosów na startujących w nich kandydatów, czyli że przeważają w niej raczej wątki użyteczne i krótkookresowe.

Warto zauważyć, że wśród osób deklarujących udział w głosowaniu sposób jej postrzegania jest trochę lepszy niż wśród tych, którzy nie wybierają się do urn. Może to oznaczać, że śledzenie kampanii, zapewne częstsze wśród osób zainteresowanych udziałem w wyborach, raczej sprzyja jej rozumieniu i dostrzeganiu wśród towarzyszących jej sporów i polemik elementów merytorycznej dyskusji. Natomiast jedynie użyteczny czy instrumentalny jej cel skłonni są zakładać ci, których ona i tak niezbyt obchodzi.

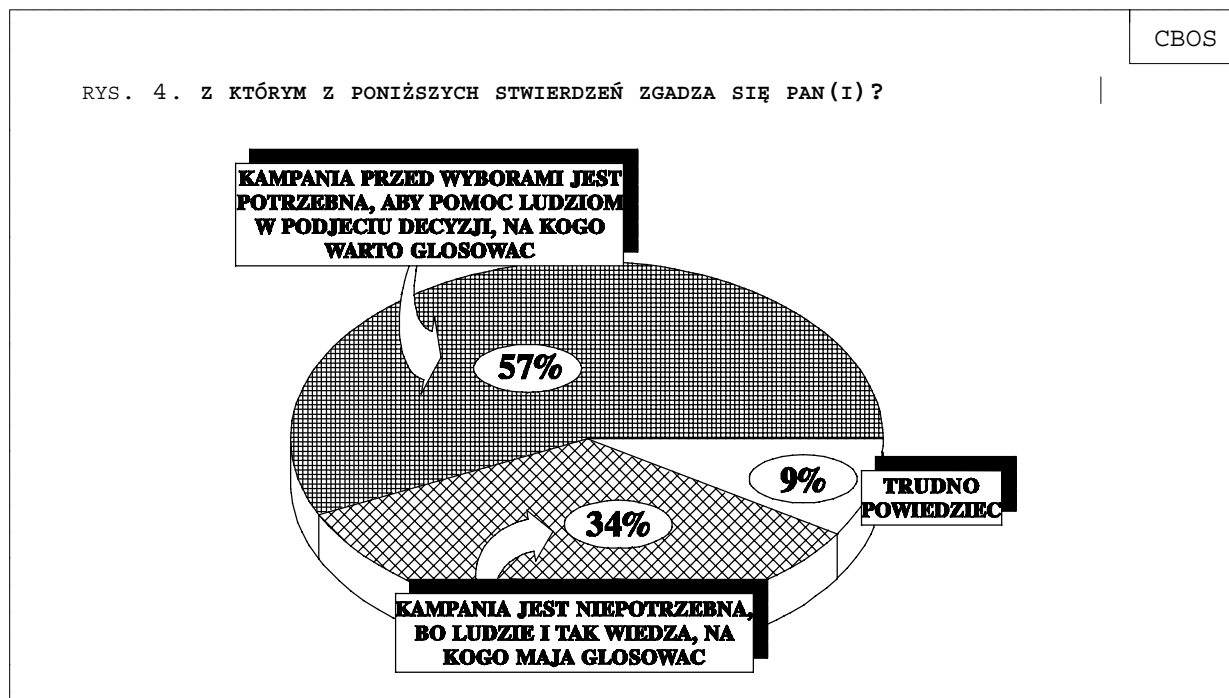
Tabela 3

w procentach

<i>Czy kampania wyborcza jest:</i>	Deklarujący udział w wyborach	Nie deklarujący udziału w wyborach
- okazją do dyskusji nad problemami kraju	35	24
- zachętą do oddania głosów na poszczególnych kandydatów	57	64
Trudno powiedzieć	8	12

Opinie przyszłych wyborców różnią się znacząco w ramach elektoratów poszczególnych polityków. Oczekiwania, że tegoroczna kampania prezydencka będzie poważną dyskusją nad sprawami kraju, wydają się stosunkowo najczęstsze w elektoratach Jana Olszewskiego, Leszka Moczulskiego, Józefa Zycha, a także Jacka Kuronia. Zwolenników poglądu, że służy ona zachęceniu wyborców do oddawania głosu na różnych polityków, najwięcej jest wśród osób deklarujących poparcie dla Hanny Gronkiewicz-Waltz, Aleksandra Kwaśniewskiego i Tadeusza Zielińskiego.

Tak rozumiana kampania ma jednak dla badanych również swój sens pozytywny - więcej niż połowa z nich uważa, że jest ona potrzebna, by pomóc obywatelowi podjąć właściwą decyzję przy urnie wyborczej. Przekonanie, że kampania wyborcza jest marnowaniem pieniędzy podatnika, ponieważ ludzie i tak wiedzą, na kogo głosować, wyraża jedna trzecia ankietowanych.



Znamienne, że z negatywną opinią częściej zgadzają się osoby nie wybierające się na wybory - a więc nie zainteresowane nimi. Ci natomiast, którzy planują udać się do urn, wyraźnie mniej chętnie wyrzekliby się możliwości uzyskania dodatkowych informacji o osobach pretendujących do urzędu prezydenta. Dla blisko dwóch trzecich z nich jest ona niezbędna dla podjęcia decyzji co do osoby popieranego kandydata.

Tabela 4

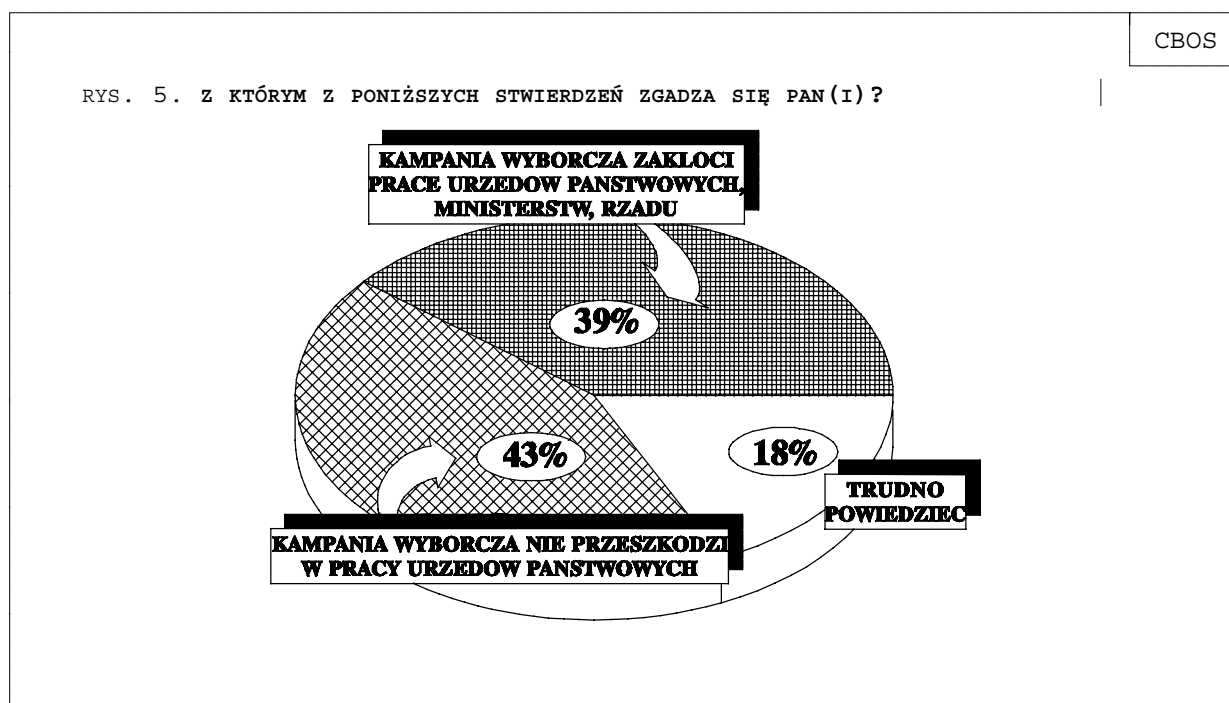
w procentach

<i>Rola kampanii wyborczej w podejmowaniu decyzji wyborczych</i>	Deklarujący udział w wyborach	Nie deklarujący udziału w wyborach
Kampania wyborcza jest potrzebna	61	46
Kampania jest niepotrzebna, ludzie i tak wiedzą, na kogo głosować	31	41
Trudno powiedzieć	8	13

Opinie w tej kwestii słabo różnicują wyborców poszczególnych polityków. Jako zwolennicy tezy, że kampania wyborcza jest potrzebna, by można było dokonać wyboru kandydata, wyróżniają się tu jedynie osoby deklarujące poparcie dla Tadeusza Zielińskiego (78%) oraz elektorat Waldemara Pawlaka (67%).



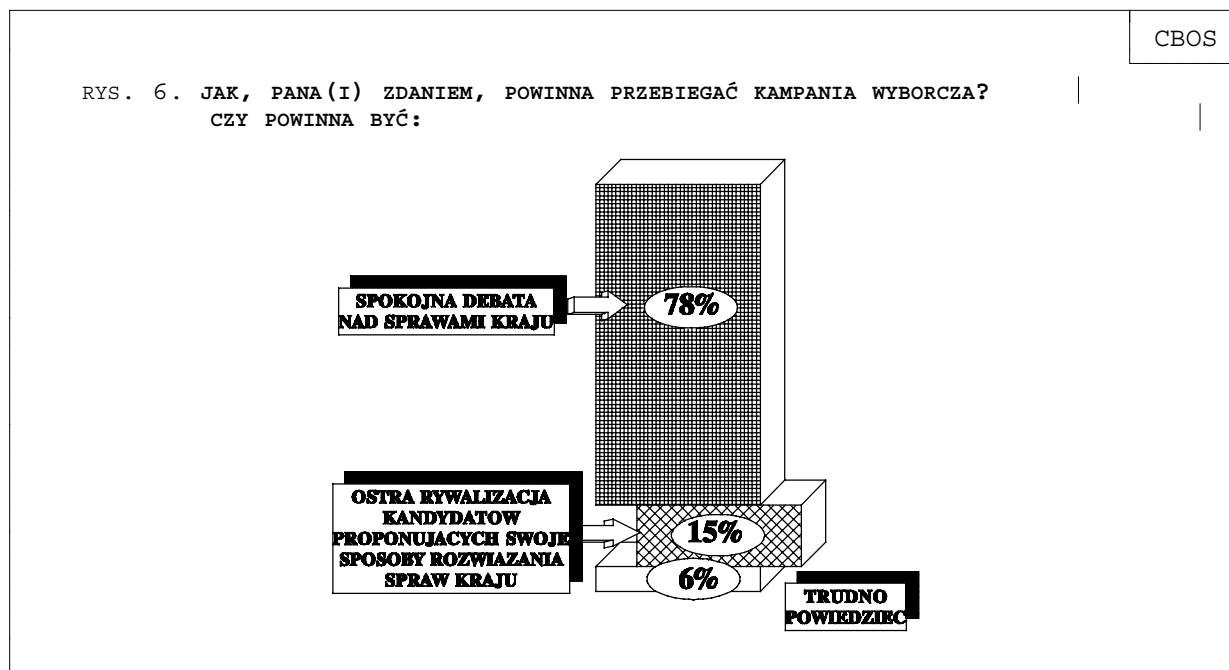
Podzielone są natomiast zdania dotyczące wpływu kampanii wyborczej na funkcjonowanie instytucji państwowych. Dwie piąte badanych obawia się niekorzystnego wpływu kampanii na pracę urzędów państwowych czy ministerstw, a niewiele więcej nie przewiduje w związku z tym jakichś szczególnych perturbacji.



Przeświadczenie o destabilizującym, zakłócającym normalne funkcjonowanie państwa wpływie kampanii wyborczej częściej niż inni podzielają kobiety, osoby w wieku 45-54 lata, często praktykujące, mieszkańcy małych miast (poniżej 20 tys. ludności). Można się spodziewać, że w tych grupach socjodemograficznych stosunkowo najgorzej może być przyjmowane wszelkiego rodzaju zaognienie sporów politycznych w czasie trwania kampanii.

Tego typu obawy stosunkowo rzadziej niż w innych środowiskach podzielane są przez pracowników umysłowych niższego szczebla i fizyczno-umysłowych oraz robotników niewykwalifikowanych, najmniej jednak przez uczniów i studentów.

Generalnie niechętny jest stosunek ankietowanych do silnych konfrontacji, do jakich może dochodzić między politykami.



Zdecydowana większość Polaków chce, by kampania wyborcza była okazją do spokojnej dyskusji nad sprawami kraju. Ostra rywalizacja polityków, nawet mająca charakter merytorycznej, programowej dyskusji, nie jest pożądana.

Przeciwnie kampanii wyborczej, obfitującej w ostre starcia polityczne, wyraźnie częściej są kobiety niż mężczyźni. Za spokojną debatą częściej niż inni opowiadają się mieszkańcy wielkich aglomeracji, osoby zamieszkałe w środkowozachodniej Polsce, a spośród grup społeczno-zawodowych - pracownicy umysłowi niższego szczebla i fizyczno-umysłowi. Zwolennicy ostrej, konfrontacyjnej kampanii wyborczej stosunkowo najczęściej rekrutują się spośród prywatnych przedsiębiorców oraz robotników wykwalifikowanych.

Warto zauważyć, że preferencje co do stylu kampanii wyborczej różnią się w zależności od deklarowanych poglądów politycznych respondentów. Za ostrą konfrontacją rozwiązań programowych wyraźnie częściej opowiadają się osoby o orientacji prawicowej (25%) niż o poglądach lewicowych czy centrowych (po 14% w obu grupach). Ten sposób prowadzenia kampanii wyborczej zyskuje stosunkowo najwięcej zwolenników wśród potencjalnych wyborców Jana Olszewskiego i Leszka Moczulskiego.

★

★

★

Wybory i związane z nimi wydarzenia na scenie politycznej przyciągają obecnie uwagę ponad połowy społeczeństwa. Więcej osób uważa rozpoczynającą się oficjalnie kampanię wyborczą za niezbędny element wyborów. Liczy się jej aspekt informacyjny - w opinii zdecydowanej większości badanych, jest ona potrzebna, by można było podjąć właściwą decyzję co do wyboru kandydata. Nie chcą pozbawić się takiej możliwości zwłaszcza ci, którzy zamierzają głosować. Należy to podkreślić, skądinąd bowiem wiadomo, że deklarujący udział w głosowaniu pragną uchodzić już w tej chwili za osoby mające ukształtowane preferencje i twierdzą, że są pewni swych decyzji.

Większość badanych, jak można sądzić na podstawie dotychczasowych doświadczeń, nie spodziewa się, że kampania prezydencka będzie okazją do rzeczowej dyskusji nad ważnymi problemami kraju. Dominuje pogląd, iż będzie ona mieć raczej charakter owego “konkursu piękności”, czyli że startującym będzie zależało na spodobaniu się jak największemu odsetkowi osób uprawnionych do głosowania. Wydaje się też, że znaczna część społeczeństwa spodziewa się w związku z wyborami i przebiegiem kampanii wyborczej negatywnych następstw w postaci rozchwiania w normalnym funkcjonowaniu najważniejszych instytucji państwowych. Doświadczenia z poprzednich kampanii wyborczych, a także liczne burze polityczne i toczący się już od dawna konflikt obecnego prezydenta z koalicją rządzącą zdają się sprawiać, że *gros* przyszłych wyborców opowiada się przeciwko ostrym konfrontacjom programowym i chciałoby, aby kampania miała charakter spokojnej debaty.

# 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. piłskie  
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. białsko-podlaskie  
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 Pan(i) osobiście interesuje się wyborami prezydenckimi?

(%)

	Zdecydowa- nie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowa- nie nie	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	17	39	26	15	2	1080
Płeć						
Mężczyźni	23	41	23	12	1	510
Kobiety	13	38	28	18	3	570
Wiek						
do 24 lat	11	34	35	18	3	136
25-34	10	38	30	21	2	195
35-44	14	48	23	12	2	235
45-54	26	40	24	8	1	179
55-64	25	40	20	13	1	155
65 lat i więcej	20	33	24	19	3	180
Miejsce zamieszkania						
Wieś	15	39	29	14	2	404
Miasto do 20 tys.	13	44	32	11	1	113
od 21 do 100 tys.	19	39	23	15	3	215
101-500 tys.	21	36	26	16	2	213
501 tys.i więcej mieszk.	20	44	15	21	0	133
Region						
Północny	21	42	26	9	2	134
Zachodni	21	34	26	17	2	106
Środkowozachodni	21	37	29	11	1	179
Środkowy	17	43	18	21	0	165
Wschodni	11	33	33	19	4	137
Południowo-wschodni	21	40	25	12	2	189
Południowo-zachodni	10	43	24	19	4	169
Wykształcenie						
Podstawowe	17	34	25	22	2	373
Zasadnicze zawodowe	14	41	29	15	2	301
Średnie	19	42	25	11	2	329
Wyższe	28	46	21	4	1	76
Grupa społ.-zaw. pracujący						
Kadra kier., inteligencja	21	50	21	8	0	57
Prac.umysł.niż.szczebła	17	41	26	12	3	93
Pracownicy fiz.- umysł.	18	42	28	11	1	71
Robotnicy wykwalifikowani	11	43	35	11	0	102
Robotnicy niewykwalifik.	13	38	20	29	0	67
Rolnicy	15	44	24	13	5	85
Prywatni przedsiębiorcy	17	43	25	14	2	42
Bierni zawodowo						
Renciści	16	41	23	19	1	148
Emeryci	28	33	25	12	3	207
Uczniowie i studenci	4	43	37	15	0	37
Bezrobotni	17	35	25	19	4	97
Gospodynie domowe i inni	13	34	27	24	2	72
Pracujący poza rolnictwem						
Sfera budżetowa	16	39	24	18	3	98
Sektor państwowy	19	41	29	11	0	140
Sektor prywatny	16	45	24	13	2	182
Spółdzielczość	15	50	25	9	0	18
Dochody na jedną osobę						
Poniżej 125 zł	16	37	25	20	3	230
125 - 199	17	31	32	18	1	155
200 - 274	17	40	29	13	2	315
275 - 324	16	48	20	14	2	125
325 i powyżej	23	43	20	11	2	205
Ocena własnych war. mater.						
Złe	14	37	29	18	1	412
Średnie	18	40	24	16	3	476
Dobre	23	44	25	7	2	191
Udział w prakt. religijnych						
Kilka razy w tygodniu	22	41	21	16	1	67
Raz w tygodniu	19	39	27	13	2	606
Kilka razy w roku	12	40	28	17	2	306
W ogóle nie uczestniczy	21	35	18	25	2	101
Poglądy polityczne						
Lewica	24	47	21	7	1	212
Centrum	15	40	32	10	2	289
Prawica	28	40	19	11	1	239
Trudno powiedzieć	8	34	28	28	3	336

Tabela 2. Z którym ze stwierdzeń Pan(i) się zgadza? 1 - kampania wyborcza jest okazją do poważnej dyskusji nad ważnymi problemami kraju; 2) - celem kampanii wyborczej jest zachęcenie obywateli do oddania głosów na poszczególnych kandydatów

			Trudno powiedzieć		Liczba osób
	1	2			
Ogółem	31	60	9		1078
Płeć					
Mężczyźni	34	60	6		509
Kobiety	29	59	12		569
Wiek					
do 24 lat	36	64	0		136
25-34	29	67	5		193
35-44	30	64	6		235
45-54	35	59	6		179
55-64	34	58	9		155
65 lat i więcej	26	46	28		179
Miejsce zamieszkania					
Wieś	34	53	13		404
Miasto do 20 tys.	26	68	6		113
od 21 do 100 tys.	28	61	11		214
101-500 tys.	34	62	5		212
501 tys. i więcej mieszk.	28	66	6		133
Region					
Północny	26	70	4		134
Zachodni	27	68	5		106
Środkowo-zachodni	35	56	8		179
Środkowy	28	61	12		165
Wschodni	31	52	17		136
Południowo-wschodni	32	61	7		189
Południowo-zachodni	38	53	9		168
Wykształcenie					
Podstawowe	31	50	20		373
Zasadnicze zawodowe	33	63	4		299
Średnie	30	67	3		329
Wyższe	33	62	5		76
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier., inteligencja	36	59	5		57
Prac.umysł.niż.szczębla	28	70	2		93
Pracownicy fiz.- umysł.	41	56	3		71
Robotnicy wykwalifikowani	24	71	5		102
Robotnicy niewykwalifik.	37	54	9		67
Rolnicy	38	55	8		87
Prywatni przedsiębiorcy	29	71	0		40
Bierni zawodowo					
Renciści	23	56	22		148
Emeryci	33	53	14		206
Uczniowie i studenci	37	61	1		37
Bezrobotni	28	70	1		97
Gospodynie domowe i inni	34	52	14		72
Pracujący poza rolnictwem					
Sfera budżetowa	32	64	4		98
Sektor państwowy	31	62	7		140
Sektor prywatny	31	67	3		180
Spółdzielczość	51	49	0		18
Dochody na jedną osobę					
Poniżej 125 zł	36	54	9		231
125 - 199	23	63	14		155
200 - 274	31	58	10		314
275 - 324	34	58	8		123
325 i powyżej	28	67	5		205
Ocena własnych war. mater.					
Złe	29	58	13		411
Średnie	32	60	8		475
Dobre	34	64	2		191
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	27	67	6		64
Raz w tygodniu	35	55	10		606
Kilka razy w roku	25	66	9		306
W ogóle nie uczestniczy	30	65	5		101
Poglądy polityczne					
Lewica	33	62	5		212
Centrum	28	67	5		288
Prawica	38	55	7		240
Trudno powiedzieć	27	55	18		335

Tabela 3. Z którym ze stwierdzeń Pan(i) się zgadza? 1 - kampania przed wyborami jest potrzebna, aby pomóc ludziom w podjęciu decyzji, na kogo warto głosować; kampania jest niepotrzebna, bo ludzie i tak wiedzą, na kogo będą głosować

	(%)			Liczba osób
	1	2	Trudno powiedzieć	
Ogółem	57	34	9	1079
Płeć				
Mężczyźni	61	32	7	509
Kobiety	53	36	11	570
Wiek				
do 24 lat	63	31	7	136
25-34	63	32	4	193
35-44	58	33	9	235
45-54	51	42	6	179
55-64	60	35	6	155
65 lat i więcej	46	31	23	180
Miejsce zamieszkania				
Wieś	57	31	12	406
Miasto do 20 tys.	54	34	13	113
od 21 do 100 tys.	56	38	6	214
101-500 tys.	56	36	8	212
501 tys. i więcej mieszk.	62	33	4	133
Region				
Północny	54	38	7	134
Zachodni	61	32	7	106
Środkowo-zachodni	53	40	7	179
Środkowy	54	33	13	165
Wschodni	56	34	10	137
Południowo-wschodni	65	24	11	189
Południowo-zachodni	54	37	9	168
Wykształcenie				
Podstawowe	54	30	16	374
Zasadnicze zawodowe	54	39	7	299
Średnie	59	36	5	329
Wyższe	70	27	3	76
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	71	25	3	57
Prac.umysł.niż.szczebła	64	30	6	93
Pracownicy fiz.- umysł.	61	34	5	71
Robotnicy wykwalifikowani	58	40	3	102
Robotnicy niewykwalifik.	56	38	6	67
Rolnicy	54	35	11	87
Prywatni przedsiębiorcy	69	26	5	40
Bierni zawodowo				
Renciści	48	38	15	148
Emeryci	53	35	13	207
Uczniowie i studenci	74	20	7	37
Bezrobotni	51	38	11	97
Gospodynie domowe i inni	59	31	10	72
Pracujący poza rolnictwem				
Sfera budżetowa	64	31	4	98
Sektor państwowy	60	36	5	140
Sektor prywatny	61	33	6	180
Spółdzielczość	79	21	0	18
Dochody na jedną osobę				
Poniżej 125 zł	55	34	11	231
125 - 199	53	35	12	155
200 - 274	58	34	8	315
275 - 324	55	38	6	123
325 i powyżej	61	33	6	205
Ocena własnych war. mater.				
Złe	51	38	11	411
Średnie	61	31	8	476
Dobre	59	34	7	191
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	59	31	9	64
Raz w tygodniu	56	34	10	607
Kilka razy w roku	59	33	8	306
W ogóle nie uczestniczy	54	37	10	101
Poglądy polityczne				
Lewica	60	38	3	212
Centrum	60	33	6	289
Prawica	60	35	5	240
Trudno powiedzieć	49	32	19	335

Tabela 4. Z którym ze stwierdzeń Pan(i) się zgadza? 1 - kampania wyborcza zakłóci pracę urzędów państwowych, ministerstw, rządu;  
2 - kampania wyborcza nie przeszkodzi w pracy urzędów państwowych (%)

	1	2	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	39	43	18	1079
Płeć				
Mężczyźni	44	42	13	509
Kobiety	35	43	22	570
Wiek				
do 24 lat	42	40	18	136
25-34	45	45	10	193
35-44	39	49	12	235
45-54	46	45	9	179
55-64	38	43	19	155
65 lat i więcej	26	31	43	180
Miejsce zamieszkania				
Wieś	39	38	23	406
Miasto do 20 tys.	45	42	12	113
od 21 do 100 tys.	39	45	17	214
101-500 tys.	42	45	13	212
501 tys. i więcej mieszk.	32	51	17	133
Region				
Północny	49	42	9	134
Zachodni	43	41	16	106
Środkowo-zachodni	34	55	11	179
Środkowy	38	41	21	165
Wschodni	31	40	30	137
Południowo-wschodni	32	44	23	189
Południowo-zachodni	50	35	15	168
Wykształcenie				
Podstawowe	31	39	30	374
Zasadnicze zawodowe	43	44	13	299
Średnie	43	47	10	329
Wyższe	49	42	9	76
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	43	48	8	57
Prac. umysł. niż. szczebla	40	50	10	93
Pracownicy fiz.- umysł.	39	49	12	71
Robotnicy wykwalifikowani	48	42	10	102
Robotnicy niewykwalifik.	36	50	14	67
Rolnicy	37	44	19	87
Prywatni przedsiębiorcy	43	39	19	40
Bierni zawodowo				
Renciści	35	36	29	148
Emeryci	35	38	27	207
Uczniowie i studenci	35	59	6	37
Bezrobotni	40	45	15	97
Gospodynie domowe i inni	48	37	15	72
Pracujący poza rolnictwem				
Sfera budżetowa	44	49	7	98
Sektor państwowy	42	45	13	140
Sektor prywatny	40	45	14	180
Spółdzielczość	46	54	0	18
Dochody na jedną osobę				
Poniżej 125 zł	35	45	20	231
125 - 199	40	39	21	155
200 - 274	35	45	19	315
275 - 324	44	39	16	123
325 i powyżej	46	41	13	205
Ocena własnych war. mater.				
Złe	39	41	20	411
Średnie	39	42	19	476
Dobre	40	48	12	191
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	46	38	16	64
Raz w tygodniu	37	44	19	607
Kilka razy w roku	40	41	18	306
W ogóle nie uczestniczy	46	41	13	101
Poglądy polityczne				
Lewica	45	46	9	212
Centrum	40	48	12	289
Prawica	43	47	11	240
Trudno powiedzieć	32	34	34	335



Tabela 5. Jak, Pana(i) zdaniem, powinna przebiegać kampania wyborcza?  
Czy powinna ona być: 1 - spokojną debatą nad sprawami kraju;  
2 - ostrą rywalizacją kandydatów proponujących swoje sposoby  
rozwiązania spraw kraju (%)

	1	2	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	78	15	6	1080
Płeć				
Mężczyźni	75	21	4	510
Kobiety	81	11	8	570
Wiek				
do 24 lat	81	16	3	136
25-34	76	19	5	193
35-44	75	18	7	235
45-54	81	17	3	180
55-64	84	11	4	155
65 lat i więcej	76	10	14	180
Miejsce zamieszkania				
Wieś	79	12	9	406
Miasto do 20 tys.	77	19	4	113
od 21 do 100 tys.	76	18	6	215
101-500 tys.	77	18	5	212
501 tys. i więcej mieszk.	85	13	3	133
Region				
Północny	76	21	3	134
Zachodni	76	21	3	106
Środkowo-zachodni	86	9	5	179
Środkowy	75	15	9	165
Wschodni	80	12	8	137
Południowo-wschodni	80	13	7	189
Południowo-zachodni	73	20	7	169
Wykształcenie				
Podstawowe	75	13	12	374
Zasadnicze zawodowe	79	16	4	300
Średnie	82	16	2	329
Wyższe	74	21	5	76
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	76	18	6	57
Prac.umysł.niż.szczebła	84	16	0	93
Pracownicy fiz.- umysł.	87	9	4	71
Robotnicy wykwalifikowani	71	25	4	102
Robotnicy niewykwalifik.	73	16	10	67
Rolnicy	71	19	10	87
Prywatni przedsiębiorcy	61	36	3	41
Bierni zawodowo				
Renciści	81	10	8	148
Emeryci	83	10	7	207
Uczniowie i studenci	87	9	4	37
Bezrobotni	77	16	7	97
Gospodynie domowe i inni	72	19	9	72
Pracujący poza rolnictwem				
Sfera budżetowa	78	16	7	98
Sektor państwowy	82	15	3	140
Sektor prywatny	73	23	4	181
Spółdzielczość	68	28	4	18
Dochody na jedną osobę				
Poniżej 125 zł	76	16	8	231
125 - 199	82	13	5	155
200 - 274	79	14	7	315
275 - 324	74	21	4	123
325 i powyżej	80	17	3	205
Ocena własnych war. mater.				
Złe	76	14	10	412
Średnie	79	17	4	476
Dobre	83	14	3	191
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	82	14	4	66
Raz w tygodniu	79	15	6	607
Kilka razy w roku	78	15	6	306
W ogóle nie uczestniczy	74	20	7	101
Poglądy polityczne				
Lewica	80	14	6	212
Centrum	84	14	2	289
Prawica	72	25	3	240
Trudno powiedzieć	77	11	12	335