

KANCELARIA SEJMU
BIURO STUDIÓW
I EKSPERTYZ



Biuro Studiów i Ekspertyz

WYDZIAŁ ANALIZ
EKONOMICZNYCH
I SPOŁECZNYCH

Rankingi popularności polityków
Wartość poznawcza i znaczenie
propagandowe

Grudzień 1992

Justyna Osiecka

Raport

Nr 31

Rankingi popularności polityków są obecnie jednymi z najczęściej publikowanych sondaży opinii na tematy polityczne. Systematycznie przeprowadza je kilka ośrodków badawczych (między innymi OBOP, CBOS, Pentor, których badania zamieszczone zostały w Informacji BSE, nr 105 w niniejszym pakiecie).

W Raporcie natomiast starano się przedstawić **specyfikę badań popularności polityków**, przedstawione też zostaną uwagi metodologiczne na temat rankingów polityków. Celem pracy jest określenie wartości poznawczej i prognostycznej, jaką w polskich warunkach mają sondaże popularności polityków.

Odrębnym zagadnieniem poruszonym w tekście jest **propagandowe znaczenie publikacji rankingów popularności**.

I. RANKINGI POPULARNOŚCI POLITYKÓW

1. Rodzaje badań popularności polityków

Badania popularności polityków wykonywane są na różnych próbach (czyli różny jest dobór osób ankietowanych - sondaże na próbie ogólnopolskiej, sondy uliczne, rankingi autorskie), różnie też formułuje się pytania. W związku z tym przedstawiane w podobnej formie wyniki wymagają często odmiennej interpretacji.

1.1 Rankingi osobistości życia publicznego

Badania popularności osobistości życia publicznego zaczęto przeprowadzać w Polsce stosunkowo najwcześniej. Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) od połowy lat osiemdziesiątych przeprowadza na próbie ogólnopolskiej badanie społecznej aprobaty działalności osobistości życia publicznego. Badania tego rodzaju zlecały instytucje władzy, one też dysponowały wynikami (decydowały o ich nagłośnieniu czy utajnieniu).

W badaniach tych lista osób ocenianych jest stosunkowo ograniczona, jej skład wyznacza zestaw oficjalnych stanowisk i funkcji. Znaleźli się na niej: Prymas Polski, Premier, Marszałek Sejmu, przewodniczący związków zawodowych, Rzecznik Praw Obywatelskich, później także, Marszałek Senatu, Prezydent. Nie pytano czy wymienione osoby są znane respondentowi. Często w tej samej ankiecie pytano o stosunek do instytucji. Obok nazwiska podawano funkcję danej osoby i instytucję, którą reprezentuje zadając pytanie: "czy zdaniem Pana działalność tych osób i instytucji dobrze służy społeczeństwu i jest zgodna z jego interesami?".

Badania popularności osobistości życia publicznego ze względu na dobór ocenianych osób znacznie odbiegają od tzw. rankingu polityków i **powinno się je rozpatrywać jako integralną część badań popularności instytucji.** Nie zmienia tego fakt, że niejednokrotnie ocena osoby pełniącej dany urząd jest generalnie wyższa niż ocena funkcjonowania danego urzędu (tak jest np w przypadku ocen Hanny Suchockiej jako premiera oraz ocen jej rządu).

1.2 Ranking polityków

Są to najczęściej sondaże przeprowadzane na próbie ogólnopolskiej. Badacze przedstawiają listę 20-30 polityków i proszą respondentów, by ocenili każdego z nich. Pytania mogą być różnie sformułowane, np.: "Czy masz zaufanie do mądrości politycznej polityków?", "Czy chciałbyś aby przedstawieni tu politycy odgrywali w przyszłości większą rolę w życiu publicznym kraju?". Respondenci mogą być też proszeni o wyrażenie swojej sympatii, antypatii lub obojętności na podanej kilkustopniowej skali. Ważne jest, by osoby pytane miały możliwość zaznaczenia, że nie znają danego polityka.

Najczęściej wyniki są prezentowane wg wielkości uzyskanego poparcia. **"Zaufanie netto" (różnica między liczbą sympatyków danego polityka a liczbą osób nie akceptujących go) może oczywiście kształtować się nieco odmiennie.** Nie zostają uwzględnione wtedy głosy nie znających danej osoby oraz obojętnych.

1.3 Ranking autorski

W formie rankingu "autorskiego" prezentowana jest opinia specjalnie dobranej, niezbyt licznego grona "sędziów", którzy - z racji zawodu lub zainteresowań - lepiej niż "przeciętny obywatel" są zorientowani w problematyce politycznej. W sondażowych badaniach reprezentatywnych o jakości wyniku decyduje prawidłowy dobór próby, natomiast waga oceny ekspertów płynie z uznania ich szczególnej wiedzy i autorytetu. Ważne są kryteria według których uznaje się daną osobę za eksperta oraz zaprasza do wyrażenia swojej opinii.

Przykładem systematycznie prowadzonego rankingu autorskiego jest, publikowany od sierpnia 1990, tzw. ranking ekspertów "Życia Warszawy". Gazeta ta prowadzi konkurs, którego wyniki opierają się na kompilacji rezultatów badań opinii publicznej oraz opinii "ekspertów". Politycy oceniani są w pięciu konkurencjach. W dwóch z nich - "zaufanie społecznie" i "popularność" - wyrokuje opinia publiczna, wynik ustalony jest na podstawie badań na próbie reprezentatywnej. Eksperti oceniają w trzech pozostałych konkurencjach - "wpływy w elitach", "potencjalne, osobiste możliwości", "zmiany pozycji na scenie politycznej".

Autorzy konkursu nie wykluczyli z grona swoich ekspertów osób formalnie zaangażowanych w działalność polityczną. W grupie sędziów znaleźli się, obok osób profesjonalnie zainteresowanych tematem (socjologów, politologów, dziennikarzy), także przedstawiciele niektórych partii politycznych (z Partii X oraz KLD). Trudno mówić, w tym przypadku, o grupie niezależnych ekspertów. Nie wiadomo też, jak interpretować ich zbiorowy (podany w formie "statystycznej") sąd, będący wypadkową nie tylko różnych punktów widzenia, doświadczeń, ale także celów politycznych.

Publikowanie rankingów autorskich ma opiniotwórczy charakter. Prezentuje się w nich oceny i sądy poparte autorytetem "ekspertów", którzy w danej dziedzinie są lepiej zorientowani.

1.4 "Zabawy rankingowe"

Tak można nazwać sondaże, w których respondenci pytani są o polityków w całym "apolitycznych sprawach". Dla przykładu - przed wyborami do parlamentu w październiku 1991 roku opublikowano sondaż uliczny, w którym pytano kobiety, z którym z wymienionych polityków chciałyby mieć romans. W sprawozdaniu badacze

musieli się przyznać, że nie najlepiej skompletowali listę, gdyż kilka respondentek wyraziło żal, że nie ma na niej nazwiska Donalda Tuska. Ciekawe, że ranking polityków najbardziej "sexy", przynajmniej jeśli chodzi o pierwsze miejsca, współgrał z wynikami "poważnych rankingów" z tego okresu i pokazywał przewagę polityków Unii Demokratycznej. Jacek Kuroń zdystansował "całą stawkę", wysoko uplasował się także Tadeusz Mazowiecki.

Jeśli chcemy poznać **wizerunek społeczny** polityków, korzystanie z różnego rodzaju "zabaw rankingowych" wydaje się pożyteczne, ponieważ ludzie, którzy nie mają wyrobionych poglądów np. na temat "mądrości politycznej" danego polityka i kierują się jedynie ogólnym nastawieniem, wyrażą je chętniej przy mniej "zobowiązującym" pytaniu. Wyniki takie nie mogą służyć do politycznych komentarzy. Tym samym nie grozi nadinterpretacja polegająca np. na przypisywaniu respondentom określonych politycznych kryteriów ocen. Takie sondaże dają jednak pewien wgląd w **nastawienia społeczne**, uwidaczniają też różnorodność **kryteriów** według których oceniane są osoby działające na forum publicznym.

2. O czym informują sondaże popularności?

Rankingi popularności polityków są podstawą dla różnych komentarzy. Poniżej przedstawionych jest kilka kierunków interpretacji, ale też i pułapek interpretacyjnych.

2.1 Informacje o ocenach i stopniu zaufania do poszczególnych polityków

Systematycznie przeprowadzany sondaż (to samo pytanie, ten sam rodzaj próby) pozwala obserwować dynamikę ocen jakim podlega polityk, niekiedy odnotować zaistnienie polityka w społecznej świadomości.

Komentarz do społecznych ocen polityka i ich zmian powinien uwzględniać różnorodne fakty. Oczywiście zwraca się uwagę na jego pozycję na scenie politycznej, rolę jaką odegrał w bieżących wydarzeniach. **Taki stricte polityczny komentarz jest jednak nie tylko niewystarczający, ale może być także mylący** (zwłaszcza, że komentatorzy polityczni, którzy o wiele wnikliwiej, niż większość społeczeństwa obserwują scenę polityczną, prawdopodobnie stosują również nieco inne kryteria ocen).

W poprawnej interpretacji wyników powinno się uwzględniać **opiniotwórczą rolę środków masowego przekazu**. Dobrze jest odnotować **częstotliwość i charakter wystąpień publicznych**. Istotna jest obecność w programach telewizji, zajmowanie eksponowanego stanowiska, udział w cyklicznym programie, udzielanie wywiadów, występowanie w roli dziennikarza, "ciekawej osoby", społecznika czy eksperta w jakiejś dziedzinie.

Pewne znaczenie mają także **oceny danego polityka w środowiskach opiniotwórczych**. Zagadnienie to wiarygodnie można podjąć na podstawie badań treści przekazów środków masowego przekazu oraz określenia zasięgu społecznego ich oddziaływania (oglądalność, nakłady i czytelność tytułów prasowych).

Na wahania w ocenach danego polityka mogą wpływać **fakty nie związane bezpośrednio z jego osobą**; np. pogorszenie nastrojów społecznych (wywołane podwyżką cen, obniżeniem dochodów itp.) wpływa na surowość sądów respondentów. Dlatego też należałoby uwzględniać społeczny kontekst przeprowadzanych sondaży.

2.2 Porównania pozycji różnych polityków

Różne są warianty prezentowania wyników rankingów popularności. Najczęściej stosowany jest taki, w którym kolejność zależy wyłącznie od liczby osób ceniących danego polityka. Pierwsze lokaty zajmują więc osoby nie tylko wysoko oceniane, ale również powszechnie znane. Politycy, których duży odsetek respondentów nie zna, praktycznie nie mają szans zajęcia miejsc "w czołówce". W związku z tym **przy porównaniach pozycji polityków dobrze byłoby brać pod uwagę cztery kategorie: sympatię, obojętność, antypatię, i nieznajomość**. Interesujące jest zawsze również ukazanie zaufania "netto".

W komentarzach do wyników zakłada się z reguły, że skład zaproponowanej listy obejmuje główne postacie sceny politycznej, wynik zostaje uogólniony i "zwycięzcę" określa się jako najpopularniejszego polskiego polityka nie zaś jako "zwycięzcę" w określonej stawce. Trafność tego komentarza zależy od tego, czy lista spełnia warunek reprezentatywności dla sceny politycznej.

2.3 Stosunek społeczeństwa do elity politycznej w świetle rankingów popularności polityków

Na podstawie rankingów określa się stosunek społeczeństwa do całej elity politycznej. Sytuację, kiedy nieco zaufania tracą politycy reprezentujący różne opcje, komentuje się jako generalny spadek zaufania do całej "klasy politycznej". Przykład: w komentarzu do rankingu publikowanego przez tygodnik "Wprost" na potwierdzenie tezy o "pogłębianiu się kryzysu zaufania do polityków jako grupy" przedstawiono następujące obliczenia: "W majowym rankingu stosunek wszystkich głosów dodatnich do głosów ujemnych wynosił 741 do 911 na korzyść tych ostatnich. W obecnym badaniu (z czerwca J. O.) relacja między głosami dodatnimi a ujemnymi wynosi 713 do 968".

Z punktu widzenia poszczególnych ugrupowań politycznych i samych polityków myślenie kategoriami **społecznego obrazu całej elity politycznej**, jest nazbyt ogólne. W takim ujęciu zamazywane są różnice stylów działania, programowe i ideowe, które mogą być społecznie postrzegane.

Podejście to zakłada że, brakuje krystalizacji społecznego obrazu różnych partii, środowisk politycznych, a "polityka" traktowana jest globalnie. Dane, zamieszczone w Informacji BSE, nr 104 - "Polacy wobec polityki i polityków" (w niniejszym pakiecie) pokazują, że jest to założenie w dużej mierze słuszne. Jednak bardziej zainteresowana polityką część społeczeństwa - posiada zróżnicowany wizerunek klasy politycznej. Badanie tych różnic, byłoby bardzo użyteczne; pozwalałyby m.in. zarysować cechy poszczególnych elektoratów partii.

W objaśnieniu społecznego obrazu całej elity politycznej rankingi niewiele wnoszą. Jeśli chcielibyśmy "całościowo" potraktować wyniki rankingu, to warto rozważyć czy rola nastrojów społecznych nie jest równie istotna, jak ocena działań na scenie politycznej. Nastroje społeczne tylko pośrednio wiążą się z polityką, bardziej bezpośrednio z oceną własnej sytuacji (ekonomicznej, zawodowej) oraz własnych szans życiowych.

2.4 Rankingi jako jeden ze wskaźników nastrojów społecznych

Zestawienie tendencji (spadek lub wzrost ocen polityków wszelkich opcji) widocznej w rankingach popularności polityków z innymi wskaźnikami nastrojów społecznych takimi jak: ocena obecnej i przyszłej sytuacji gospodarczej kraju, ocena warunków życia ludzi w Polsce, potwierdza zbieżność wyników. Spadek ocen polityków wszelkich opcji wiąże się z reguły z pogorszeniem nastrojów społecznych.

Tzw. "**efekt miesiąca miodowego**" czyli, zjawisko wysokiej, ale stosunkowo krótkotrwałej aprobaty dla przedstawicieli nowo powołanego rządu, również świadczy o **wpływie społecznych nadziei związanych ze zmianą** na oceny poszczególnych osób. Część z polityków na dobre pojawia się w społecznej świadomości dopiero wraz z objęciem stanowiska i niejako "automatycznie" zyskuje sporą dozę społecznej sympatii.

3. Jakość sondaży popularności polityków

Przeprowadzeniem i sposobem prezentacji wyników każdego badania socjologicznego rządzą określone zasady, od ich spełnienia zależy jakość wyników. (Reguły takiego postępowania przedstawiono obszernie w Informacji BSE, nr 39 "Sondaże opinii publicznej. Metody badań i kryteria rzetelności"). W tym miejscu poruszone zostaną tylko problemy specyficzne dla sondaży popularności polityków.

3.1 Konstruowanie listy rankingowej

Na liście rankingowej z reguły znajduje się 20 - 30 osób, których wybór jest w pewnym zakresie arbitralny. W odniesieniu do części z tych osób można zapytać, dlaczego znalazły się w ankiecie? Niekiedy zastanawia brak pewnych postaci.

Problem **kryteriów umieszczania na liście** ma różne aspekty. Jeden z nich wiąże się z podstawowym pytaniem: **kto jest politykiem?** Trzeba podkreślić, że dopiero formowanie demokratycznego systemu politycznego w Polsce umożliwi kształtowanie się jednoznacznej roli, czy inaczej, zawodu polityka. Stąd zasadne są pytania; Czy politykiem jest każda osobistość życia publicznego? Czy można uznać za polityka osobę bezpartyjną, publicznie nie identyfikującą się z żadną opcją czy programem politycznym, nie określającą samej siebie jako polityka?

Te kwestie można postawić na przykładzie pozycji w rankingach polityków Ewy Łętowskiej, do niedawna Rzecznika Praw Obywatelskich. Czy Rzecznik Praw Obywatelskich może być w demokratycznym kraju uznany za polityka? Czy społeczny autorytet, zaufanie i sympatia mogą wystarczyć by uznać kogoś za polityka?

Działania na forum publicznym mają na ogół polityczny kontekst, znaczenie. Trzeba jednak uwzględnić i to, że proces demokratyzacji musi polegać także na "odpolityzowaniu" całych sfer życia społecznego i publicznego. To wymaga uznania i przestrzegania apolityczności całego szeregu wysokich funkcji państwowych.

Polska zmierza do nowoczesnego ustroju politycznego i trudno akceptować umieszczanie w rankingach polityków nazwiska osoby podkreślającej publicznie nie tylko osobistą niezależność i brak ambicji politycznych, ale przede wszystkim **apolityczność sprawowanego przez siebie urzędu**. W ten sposób ignorowano bądź

negowano istotę funkcji, jaką w krajach demokratycznych pełnią rzecznicy praw obywatelskich.

Niezwyczajnie ważny, także z punktu widzenia "demokratycznej edukacji" społeczeństwa, jest język używany i tym samym upowszechniany w środkach masowego przekazu. Miano "polityka" przypisywane jest także osobom, która swoją funkcję publiczną, rolę zawodową muszą traktować w niepolitycznych kategoriach. Uznawanie wszystkich osobistości życia publicznego za polityków jest nieporozumieniem utrudniającym krystalizację jednoznacznej, społecznie czytelnej roli polityka.

Trzeba podkreślić, że błąd popełniony przy kompletowaniu listy prowadzi do sprzecznych interpretacji wyniku. W rozpatrywanym przykładzie, na podstawie wysokiej rankingowej pozycji Ewy Łętowskiej można sądzić, że była ona najpopularniejszym polskim politykiem lub też uznać, że w życiu publicznym wyżej od polityków cenione są osoby niezaangażowane bezpośrednio w politykę. Są to oczywiście interpretacje sprzeczne. Świadczą one o tym, że popełniony został błąd. Przy dobrze skonstruowanym badaniu socjologicznym badacz od początku precyzyjnie wie, co jest przedmiotem badania, a zatem zasadnicze znaczenie otrzymanego wyniku jest oczywiste. Zróżnicowane mogą być tylko wyjaśnienia takiego, a nie innego, stanu rzeczy. Przy złej konstrukcji badania socjolog może dopiero otrzymawszy wynik zastanawiać się nad tym co zbadał, o czym naprawdę świadczy wynik.

W świetle danych obrazujących sceptyczny stosunek Polaków do polityki (por. Informacja BSE, nr 104 "Polacy wobec polityki i polityków") można przypuszczać, że jednym z atutów Ewy Łętowskiej w konkursie popularności "polityków" było właśnie to, że nie była ona politykiem. Ta interpretacja wydaje się najwłaściwsza.

Następca Ewy Łętowskiej, Tadeusz Zieliński przez pierwszy okres sprawowania funkcji nie był umieszczany na listach rankingowych polityków. W badaniach październikowych uwzględnili jego osobę Pentor i CBOS (por. Informacja BSE, nr 105 "Wyniki sondażowych badań popularności polityków").

Inny przykład profesjonalnego błędu w kompletowaniu ankiety: Ośrodek Badania Opinii Publicznej (OBOP) na swojej liście (por. Aneks) najpopularniejszych polityków umieszcza Prymasa Polski Józefa Glempa. **Konieczne jest bowiem rozgraniczenie dwóch rodzajów rankingów, popularności osobistości życia publicznego i polityków.**

Powstaje kwestia określenia kryteriów umieszczania na liście rankingowej, tak by ograniczyć nieuniknioną, bo wynikającą też z rozmiarów ankiety, arbitralność wyboru. W tym miejscu dobrze wyróżnić dwa podejścia do rankingów. W pierwszym, rankingi są swoistym konkursem na najlepszego, w drugim są przyczynkiem do opisania społecznej percepcji życia politycznego.

W "konkursie" badaczy interesuje kto jest najpopularniejszy. Dlatego listę sporządzają pod kątem polityków, o których wiadomo, lub można przypuszczać, że są powszechnie znani i popularni. Fakt popularności społecznej staje się głównym kryterium umieszczenia na liście. Taki sposób myślenia bardzo wyraźnie zmanifestował się w przeprowadzonym przez Pentor na zamówienie tygodnika "Wprost" rankingu polityków (por. Informacja BSE, nr 105). Przyjęto tam zasadę by w miejsce polityków, którzy zajęli na liście trzy ostatnie pozycje, umieszczać na liście inne osoby. Ideą było tutaj przeprowadzenie **konkursu "na najlepszego"** tak więc "najgorsi" odpadają. Z drugiej strony - zaznaczono możliwość **"urealnienia"** listy poprzez umieszczanie

osób "odgrywających coraz większą rolę na scenie politycznej" oraz "usuwanie polityków, którzy zaprzestaną działalności". Dwie przyjęte zasady okazały się do pewnego stopnia sprzeczne (odpadały osoby w niedalekiej przyszłości zyskujące duże znaczenie politycznie, trwały na wysokich lokatach osoby nie odgrywające w danym okresie znacznej roli politycznej).

Inaczej tworzy się listę kiedy interesuje nas - jak społeczeństwo postrzega scenę polityczną. W tym przypadku chodzi o określenie społecznego stosunku do osób odgrywających istotną rolę bez względu na to, czy są powszechnie znane i lubiane. Kryteria umieszczania na liście mogą zostać w tym przypadku do pewnego stopnia "sformalizowane". Przykładowo można uznać, że na liście powinni znaleźć się m.in. liderzy wszystkich ważnych (np. posiadających reprezentację parlamentarną) partii politycznych. Pewnym kryterium może być również pełnienie politycznych funkcji państwowych

W takich badaniach wyniki, mogą okazać się dla wielu niezbyt satysfakcjonujące. Niewątpliwie wzrośnie kategoria "nie mających zdania". W tego rodzaju badaniu **skala niewiedzy jest również interesującą informacją**. Informacją, która świadczy także o społecznym zainteresowaniu polityką, o funkcjonowaniu środków masowego przekazu, o skuteczności działań propagandowych poszczególnych środowisk politycznych.

Możliwa jest również formuła otwarta, rezygnacja z prezentowania jakiejkolwiek listy, czyli np. prośba o podanie kilku polityków wysoko cenionych i kilku nisko cenionych przez respondenta. Niestety nie dysponujemy przykładami tego rodzaju badań popularności polityków. Trzeba podkreślić, że zastosowanie takiej metody daje niekiedy zaskakująco odmienne wyniki badań. Obrazuje to następujący przykład:

Nazwisko Ewy Łętowskiej w maju 1992 r. umieszczono w sondażu Sopotkiej Pracowni Badań Społecznych; pytano "*Kto powinien zostać premierem?*" Ewa Łętowska zajęła "pierwsze miejsce" zyskując **16,4%** wskazań. Pouczające okazały się wyniki analogicznego badania z czerwca 1992 r. (w nieco zmienionej sytuacji - Prezydent zgłosił już kandydaturę W. Pawlaka na stanowisko premiera). W badaniach tym razem zrezygnowano z prezentowania listy kandydatur i respondenci sami zgłaszali swojego kandydata na premiera. Ewa Łętowska zyskała jedynie **0,8%** głosów ("zwyciężył" W. Pawlak i znacznie wzrosła liczba osób mówiących "trudno powiedzieć" i "nie ma takiego, żaden się nie nadaje").

Największym z możliwych niepowodzeń w badaniach socjologicznych jest stwarzanie artefaktów, czyli wyników będących rezultatem zastosowanej metody badawczej, a nie odzwierciedlających realnie istniejących faktów społecznych (m.in. opinii społecznych). Dlatego wykonywanie badań, także popularności polityków, różnymi metodami, porównywanie wyników pozwoliłoby wiarygodniej podjąć temat popularności polityków. Badania popularności przeprowadza obecnie kilka ośrodków, wszystkie one stosują metodę listy rankingowej.

3.2 Kolejność nazwisk w ankiecie

Socjologowie empirycznie sprawdzili, że na wyniki badania często mają wpływ czynniki na pierwszy rzut oka nieistotne. Można np. założyć, że głosy będą kształtowały się nieco inaczej - jeśli kolejność osób przedstawiona w badaniu będzie alfabetyczna i inaczej - jeśli przedstawi się listę wg kolejności ustalonej w poprzednim ba-

daniu. W tym drugim przypadku może pojawić się pewna tendencja do "utrwalania" kolejności.

3.3 Specyfika pytań dotyczących kwestii politycznych a jakość i wartość prognostyczna wyników

Odpowiadanie na pytania dotyczące poglądów politycznych dla pewnej części społeczeństwa wiąże się z poczuciem zagrożenia ze strony państwa czy środowiska społecznego. Respondenci niekiedy odpowiadają konformistycznie - "tak jak inni", "tak jak wypada". Znajduje to potwierdzenie w wielu badaniach. Znany jest przypadek zwolenników St. Tymińskiego, którzy głosowali na niego w wyborach prezydenckich, a po wyborach nie przyznawali się do tego. Taki wniosek płynął z porównania rzeczywistych wyników wyborów i deklaracji powyborczych w badaniach INFAS i OBO-Pu. Podobna sytuacja miała miejsce podczas wyborów do Sejmu. Na Unię Demokratyczną wskazywali w przedwyborczych badaniach także ci, którzy na nią nie głosowali, a w badaniach po wyborach przyznawali się do niej ci, którzy na nią nie głosowali. Odwrotna sytuacja miała miejsce z Socjaldemokracją. Ta tendencja zmniejsza prognostyczną wartość wyników sondaży.

Jeśli w badaniach socjologicznych zadawane są pytania, zakładające pewną wiedzę respondenta w danej dziedzinie, trzeba liczyć się z tym, że część osób słabiej zorientowanych w problematyce raczej odpowie "na chybił trafił" niż przyzna się do niewiedzy. Dowiodły tego liczne eksperymenty socjologów, którzy np. wśród państw, o które pytano wstawiali **fikcyjną** nazwę. Mimo możliwości odpowiedzi "nie mam zdania" część respondentów deklarowała swój stosunek do nieistniejącego państwa.

Oba wymienione czynniki mogą ważyć na jakości wyników sondaży opinii w sprawach politycznych. W Polsce różnym sympatiom politycznym nadaje się kwalifikację moralną. Stosowaną formą walki politycznej bywa obraźliwa charakterystyka elektoratu przeciwnika. Trzeba też zauważyć, że obserwacja płynnej jeszcze sceny politycznej wymaga pewnego wyrobienia politycznego.

II. PROPAGANDOWE ZNACZENIE RANKINGÓW

Relacjonowanie wyników wszelkich sondaży opinii może powodować, że osoby nie mające zdecydowanego, wyrobionego poglądu na dany temat poznając zdanie "większości" w jakiejś mierze ulegają sugestii, że nie może się ona mylić. Z drugiej strony - "zdanie opinii publicznej" jest wykorzystywane w komentarzach jako mocny, w życiu publicznym demokratycznego kraju, argument. Można więc powiedzieć, że **publikacja wyników sondaży opinii ma charakter propagandowy w najprostszym znaczeniu - propagowania opinii uchodzącej za najbardziej powszechną**. Cecha ta jest szczególnie istotna w sytuacji, gdy duża część społeczeństwa nie ma w danej kwestii wyrobionego zdania.

W sytuacji kiedy - jak pokazują badania (por. Informacja BSE, nr 104 "Polacy wobec polityki i polityków") polskie społeczeństwo pobieżnie i raczej niechętnie obserwuje scenę polityczną koncentrując się bardziej na osobach niż ugrupowaniach, programach, merytorycznych dyskusjach, nie dziwi "moda" na rankingi popularności polityków. **W istocie wartość poznawcza rankingów jest ograniczona natomiast kontekst społeczny sprzyja eksponowaniu roli "propagandowej"**. I tej zresztą

nie można przeceniać bowiem, gdy nastawienia nie są zbyt dobrze ugruntowane mogą się szybko i radykalnie zmieniać (efekt propagandowy może okazać się bardzo nietrwały), a pewna część społeczeństwa pozostaje poza zasięgiem oddziaływania prasy.

1. Rola ośrodków badawczych i samych badaczy

Opisana powyżej sytuacja stwarza pewne pole dla manipulacji. **Podstawowym ograniczeniem dla nadużyć jest profesjonalizm badaczy.** Przekłamania mogą być, i często prawdopodobnie są, skutkiem błędów w sztuce, a nie zamierzonego działania. Warto jednak wskazać, że **sondaże mogą mieć swój udział w kreowaniu faktów politycznych.** Rankingi popularności polityków mogą przyczynić się np. do prób kreowania nowego "polityka". Według relacji Ewy Łętowskiej zaistnienie jej nazwiska w rankingach polityków zbiegło się w czasie z nadziejami części środowisk lewicowych na zaangażowanie jej osoby w działanie *stricte* polityczne. W książce "Baba na świeczniku" znajdujemy następujący opis: *"Jaruzelski zaprosił mnie w okresie, kiedy zaczęła być aktualna sprawa wyboru nowego prezydenta. Ja jak wiadomo jestem daleka od takiego zaangażowania, ale wtedy poproszono mnie abym zrezygnowała z mojego splendid isolation.(...) Zresztą w czasie kampanii prezydenckiej nie było jeszcze sondaży popularności, a w każdym razie ja jeszcze w nich nie funkcjonowałam, ale już było coś słyhać. Wtedy rozmaite organizacje cierpiały na brak znanych liderów. Jako osoba, której profil zaczął się dość wyraźnie rysować, stałam się pewnego rodzaju towarem.(...) Razem było to chyba dwanaście różnych grup i ugrupowań. Ich liderzy byli u mnie (...) Tam nie było żadnych argumentów merytorycznych tylko dość natarczywe prośby bym kandydowała"*.

Socjotechniczna praktyka społecznego uwiarygodniania działań politycznych poprzez osoby o dużym autorytecie społecznym była konsekwentnie prowadzona przez władze PRL. "Politykami" zostawali ludzie nauki, kultury, sztuki, społecznicy - często zupełnie nie identyfikujący się z rolą polityka. Na początku przemian demokratycznych ta praktyka wykorzystana została przez oba obozy polityczne. Stąd może się rodzić się sugestia, że nie przypadkowo Ewa Łętowska została przez socjologów mianowana "politykiem". **Jeśli badacze chcą ustrzec się takich, być może niesprawiedliwych, zarzutów powinni staranniej przestrzegać reguł warsztatu.**

Odrębną kwestią jest świadoma i zamierzona manipulacja. W Polsce dopiero tworzy się rynek badań opinii publicznej. Powstają nowe, komercyjne ośrodki badań. Działające od lat instytucje państwowe (OBOP, CBOS), pracujące do tej pory za publiczne pieniądze również zaczynają zarabiać realizując komercyjne zamówienia. Zdarzają się przypadki, kiedy prasa zamawia wykonanie pytań tendencyjnych. W takiej sytuacji można mieć pewność, że sondaż wykonywany jest w celach propagandowych. **W interesie samych ośrodków badań opinii publicznej na rynku badań opinii nie może bez reszty obowiązywać zasada "klient nasz pan".**

Dla przykładu; tygodnik "Nie" publikuje sondaż wykonywane, jak zaznacza redakcja, *"w renomowanym instytucie badania opinii publicznej Demoskop sondaże na ogólnopolskiej próbie ludności w wieku 15-19 lat"*. Przy czym pytanie sformułowane jest w sposób jawnie tendencyjny np *"Czy **zaryzykowałby** (podkreślenie J. O.) pan kupno używanego samochodu od pana Y lidera partii Z"*. Sondaż jest częścią konsekwentnej pracy redakcji właśnie nad tworzeniem wizerunków polityków.

Wyniki badań sondażowych opinii publicznej podaje się wraz z informacją o wykonawcy badania, który bierze odpowiedzialność za jego jakość, publikacja wyników bywa też powiązana z promocją ośrodka. Dla przykładu tygodnik "Wprost" rekomenduje ośrodek przeprowadzający rankingi polityków, zamawiane przez siebie, bardzo obszernie jako *"prywatny polsko-amerykańsko-kanadyjski Instytut badania opinii i rynku Pentor, który tworzą badacze i menażerowie z agencji OBOP i CBOS"*.

Istotne jest nie tylko renoma ośrodka badawczego, ale także upowszechnienie podstawowej wiedzy socjologicznej pozwalającej niekiedy nawet nie profesjonalistom krytycznie spojrzeć na prezentowany im materiał.

2. Rola środków masowego przekazu

Środki masowego przekazu są bardzo istotnym klientem na rynku badań opinii publicznej. **Fakt ten w pewnym stopniu waży na charakterze przeprowadzanych badań.** Prasa poszukuje materiałów nadających się do łatwej i "widowskiej" prezentacji. Rankingi popularności polityków spełniają te warunki. Badania te w USA nazywane są "konkursami piękności", mają swoistą dramaturgię (już w tytule obwieszczany jest "zwycięzca"), i po części dlatego cieszą się zainteresowaniem.

O karierze sondaży popularności polityków w Polsce świadczą plany najważniejszego medium masowego przekazu - telewizji. Szef publicystyki drugiego programu telewizji planuje duży program oparty na rankingach popularności polityków. Bardzo charakterystyczna jest przytoczona poniżej notka z "Ekspresu Wieczornego" anonsująca program pod nagłówkiem "Prosto z Woronicza". *"Takim programem, który ma w zamierzeniu w jeszcze większym stopniu (niż Telekonferencja dopisek J. O.) spełniać oczekiwania widzów, będzie "flagowy" program Dwójki "Polityk miesiąca" (...) Punktem wyjścia dla programu jest stały ranking polityków dostarczony przez OBOP. Zwycięzca rankingu otrzymuje tytuł "polityka miesiąca", plakietkę, której projekt jest już gotowy i zostaje uhonorowany specjalną audycją. Pod koniec roku w wyniku badań socjologicznych zostanie wyłoniony polityk roku. Tego typu program może powstać tylko w kraju prawdziwej demokracji."*

Zaprezentowany tutaj punkt widzenia, jak się zdaje dość powszechny, wymaga komentarza. Swoboda przeprowadzania badań socjologicznych i publikacji ich wyników świadczy o demokratyzacji. Upowszechnianie różnego rodzaju badań pokazujących wielość istniejących w społeczeństwie sądów i ocen, dowodzących, że można publicznie stawiać trudne (dla obywateli, elit czy władzy) pytania, niewątpliwie jest elementem demokratycznej edukacji społeczeństwa. Jednak "modę" na rankingi trudno jednak traktować jako test demokracji. Tego rodzaju badania, choć związane z funkcjonowaniem pluralistycznego systemu politycznego, nie są tak "modne" we wszystkich krajach demokratycznych. Przykładowo - we Włoszech nie budzą większego zainteresowania.

Wyniki sondażowych badań opinii są szczególnym elementem serwisów informacyjnych. **Wielość powierzchownych, przedstawionych bez profesjonalnego komentarza badań może powodować szum informacyjny.** Wrażenie bogactwa informacji jest niekiedy mylące. **Podstawowym problemem jest profesjonalne wykorzystywanie wyników badań, tak by sumowały się one w całościowy obraz społecznych postaw, oczekiwań, opinii.**

UWAGI KOŃCOWE

Pluralizacja życia politycznego spowodowała, że pojawiły się u nas rankingi popularności polityków. Sondáže te mogą być przyczynkiem do badań nastawień politycznych. Niemniej, byłoby nieporozumieniem gdyby stały się one sztandarowym, *stricte* politycznym sondażem publikowanym w naszej prasie. Nie są one wystarczające także jeśli chcemy lepiej poznać społeczne wizerunki polskich polityków. Temat ten wymaga osobnych badań pozwalających także podjąć zagadnienie kryteriów, według których są oceniani politycy w Polsce.

Rankingi popularności polityków są oczywiście szczególnie ciekawe dla samych polityków. **Dbłość o własny wizerunek w mass mediach jest jednym z koniecznych elementów pełnienia roli nowoczesnego polityka.** Jest paradoksem okresu przejściowego, że niektóre istotne elementy tej roli (identyfikowanie się z partią polityczną, wysoka samoocena, pewność siebie, akcentowanie ambicji politycznych wpływania na sytuację kraju, nieskrywane dążenie do sprawowania władzy i przyjęcia odpowiedzialności) mogą zrazić jeszcze dużą część polskiego społeczeństwa. Społeczeństwa, w którym jak pokazują badania, coraz mniej obywateli chce *uczestniczyć w rządzeniu* (XI'88 - 17% a w VI'92 - 7% wg badania CBOS) a coraz więcej osób chce "po prostu" *być dobrze rządzone* (XI'88 - 74% a XI'92 - 86%). Wobec klasy politycznej formułowane są jak widać rozległe oczekiwania natomiast "zawód polityka" nie cieszy się w społeczeństwie szczególnym szacunkiem.