

BRAK PROGRAMU WYBORCZEGO JAKO STRATEGIA KAMPANII I JEJ SKUTECZNOŚĆ W ZALEŻNOŚCI OD SEGMENTU ELEKTORATU

*Wojciech Cwalina¹, Katedra Psychologii Marketingu,
SWPS Uniwersytet Humanistycznospoleczny w Warszawie*

Streszczenie

Celem przeprowadzonego eksperymentu była próba odpowiedzi na pytanie: Czy dla polityka program wyborczy jest elementem niezbędnym do odniesienia przez niego sukcesu? Starano się również określić, w jakich warunkach brak programu może wywierać pozytywny wpływ na ocenę kandydata, a w jakich – negatywny.

Z uwagi na charakter czynnika eksperymentalnego badanych podzielono na cztery grupy. W każdej z nich prezentowano jeden z czterech wariantów informacji o fikcyjnym, bezpartyjnym kandydacie w wyborach uzupełniających do Senatu. Informacje dotyczące jego osoby były takie same we wszystkich warunkach, natomiast manipulowano jego programem wyborczym: program liberalny vs. program konserwatywny vs. brak informacji o programie vs. brak programu z adnotacją, że kandydat go nie ma. Przed zapoznaniem się z sylwetką polityka badani określali swoje poglądy wobec tych kwestii politycznych, których dotyczył program. Na tej podstawie, w wyniku analizy skupień metodą k-średnich, wyróżniono trzy grupy badanych o odmiennej strukturze przekonań politycznych.

¹ Autor dziękuje Michałowi Chmielewskiemu za istotną pomoc w realizacji badania.

Uzyskane wyniki w większości potwierdziły przewidywania. Kandydat bez programu wyborczego, gdy nie wspomiano o tym fakcie, był oceniany istotnie wyżej i zyskiwał wyższe poparcie wyborcze, niż gdy miał program (tak o wydźwięku liberalnym, jak i konserwatywnym) lub gdy go nie miał, lecz fakt ten był podkreślony. W odniesieniu do poglądów badanych uzyskane wyniki nie ułożyły się w spójny wzorzec.

Celem polityki i polityków w systemach demokratycznych jest podejmowanie wysiłków i działań, które zaspokoją potrzeby i oczekiwania obywateli oraz będą powodować stały wzrost ich jakości życia (Miller, 1987). Przy czym to właśnie obywatele sprawują władzę zwierzchnią w państwie za pośrednictwem wybranych przez siebie przedstawicieli do parlamentu (Dahl, 2000; Sartori, 1998; Schmitter, Karl, 1995). Dlatego też, co jest podstawowym założeniem opracowanej przez Downsa (1957) ekonomicznej teorii demokracji, głównym celem wyborów jest wyłonienie przez społeczeństwo swoich reprezentantów, którzy będą prowadzić politykę najbardziej przez nie pożądaną. Ponieważ wynik wyborów jest sumą decyzji obywateli, a decyzja każdego z nich opiera się na jego indywidualnych preferencjach, kandydaci zajmują takie stanowiska wobec problemów, które są dostosowane do tych preferencji i jednocześnie maksymalizują poparcie jak największej liczby wyborców. Aby poznać te preferencje i jak najlepiej dostosować swoją polityczną ofertę, kandydaci startujący w wyborach, jak również rządzący w coraz większym zakresie polegają na strategiach marketingu politycznego (Cwalina, Falkowski, 2005; Cwalina, Falkowski, Newman, 2011; Lees-Marshment, 2009).

Kampania wyborcza może być zdefiniowana, zgodnie z propozycją Bennetta (1977), jako wypowiedzi kandydatów na temat różnych problemów politycznych, które są skierowane do wyborców. Podobnie ujmuje to Tuman (2008; s.8), w swojej definicji komunikacji politycznej, według której jest to „dyskursywny proces, poprzez który informacje polityczne są rozpowszechniane oraz wspierają świadomość, ignorancję, manipulację, zgodę, niezgodę, działanie i pasywność” wyborców. Według Bennetta (1977) większość problemów poruszanych w trakcie kampanii wyborczych ma sześć podstawowych charakterystyk. Po pierwsze: bardzo rzadko są one na tyle konkretne, aby dyskusja nad nimi była jasna

i wyczerpująca lub aby propozycje programowe ich dotyczące były uzasadnione i jednoznaczne. Po drugie: problemy te są selekcjonowane i nagłaśniane raczej z uwagi na osobę kandydata czy interesy danej partii niż z powodu uwarunkowań i przyczyn leżących poza głównym nurtem kampanii wyborczej. Po trzecie: zagadnienia te mogą być definiowane przez polityków w odmienny sposób w zależności od odbiorców, przed którymi są omawiane. Po czwarte: wypowiedzi na ich temat stosunkowo rzadko są formułowane w sposób wzbudzający kontrowersje czy niosący ryzyko zrujnowania publicznego wizerunku kandydata. Po piąte: problemy polityczne często są połączone z twierdzeniami dotyczącymi cech przeciwnika (z reguły negatywnymi) lub też z przekonaniem na temat tego, na czym powinno opierać się odpowiedzialne przywództwo polityczne. Po szóste: w trakcie kampanii z reguły poruszanych jest niewiele różnych kwestii. Innymi słowy, politycy koncentrują się na kilku wybranych przez siebie zagadnieniach, a pozostałe – pomijają. Wszystkie te charakterystyki problemów podejmowanych podczas kampanii wyborczych wskazują, że głównym celem działań kandydatów jest uzyskanie jak najszerszego poparcia wśród różnorodnych i różniących się od siebie grup społeczeństwa oraz przyciągnięcie wyborców niezdecydowanych na kogo zagłosować, a także zabezpieczenie się przed atakami konkurentów.

W tym kontekście Bennett (1977) stwierdza, iż każdy kandydat startujący w wyborach politycznych znajduje się między dwoma przeciwstawnymi wymogami: rytualnymi i pragmatycznymi. Z jednej strony jego przekaz jest elementem „rytuału” wyborczego i musi spełniać oczekiwania dotyczące głównie kwestii przywództwa, sukcesji władzy oraz formalnych mechanizmów wprowadzania zmian politycznych. Rytuał wyborczy oznacza, że wyborcy pragną czy żądają, aby polityk wypowiedział się konkretnie o tym, co zamierza zrobić w kwestii zaspokojenia takich ich potrzeb jak: bezpieczeństwo, sytuacja materialna, porządek czy wiarygodne i kompetentne przywództwo. Innymi słowy, oczekują od niego, iż jasno przedstawi swoje stanowisko wobec istotnych problemów społecznych i gospodarczych – że będzie miał program. Z drugiej strony, na kandydatów oddziałują wymogi „pragmatyki” wyborczej: zdobyć jak najwięcej głosów obywateli. Jeśli będą wypowiadać się konkretnie, jasno i zdecydowanie w poszczególnych kwestiach, wówczas stają wobec

niebezpieczeństwa, że zrażą do siebie część elektoratu i obniżą swoje szanse na sukces wyborczy. Ponadto, łatwiej będzie rozliczyć ich z tego, czy zrealizowali swoje obietnice, czy też nie. Z tej perspektywy: najlepszym rozwiązaniem byłoby nie przedstawiać żadnego programu wyborczego lub uczynić to w sposób wieloznaczny i niejasny (Cwalina i in. 2015; Cwalina, Koniak, 2014), jednocześnie skupić uwagę elektoratu na cechach wizerunkowych kandydata (Wattenberg, 1991; Newman, 1999; Cwalina i in., 2011).

Platforma kampanii: wizerunek i program

Z perspektywy marketingu politycznego tym, co jest kluczowe dla osiągnięcia sukcesu wyborczego, jest wypracowanie oferty, którą kandydat przedstawia wyborcom, czyli „produktu politycznego”. Butler i Collins (1994) uważają, że po pierwsze: powinien on mieć charakter wielokomponentowy, uwzględniający wizerunek kandydata, jego afiliację partyjną oraz stanowiska programowe czy ideologiczne. Po drugie: powinien on angażować wyborców, a po trzecie: powinien być elastyczny, to znaczy może być łatwo i wiarygodnie modyfikowany czy wręcz zastępowany przez inne projekty działań po wyborach. W zbliżony sposób „produkt polityczny” definiuje Lees-Marshment (2003, 14-15). Według niej jest nim „zachowanie partii w całej jego złożoności, które przejawia się cały czas (nie tylko podczas wyborów) na wszystkich poziomach działalności partii. Produkt ten obejmuje: przywódcę, parlamentarzystów (i kandydatów), przedstawicieli w rządzie, członków, urzędników partyjnych, symbole, statut oraz działania, takie jak: konferencje partyjne i prowadzenie określonej polityki”. Z kolei Newman (1994) uważa, że rzeczywistym „produktem” jest platforma kampanii, na którą składa się: 1) program wyborczy kandydata oparty na politycznych i ekonomicznych pryncypiach głoszonych przez partię, którą reprezentuje; 2) jego stanowiska w najbardziej istotnych kwestiach, które pojawiają się podczas kampanii; 3) wizerunek kandydata oraz 4) jego zaplecze polityczne (np. związki zawodowe, Kościół, grupy biznesowe) i wspierające go autorytety. Przy czym wszystkie elementy platformy kampanii powinny być ze sobą uzgodnione, aby przekaz polityka był spójny i silny.

Kern (1989) stwierdza, że większość konsultantów politycznych przygotowujących przekaz wyborczy koncentruje się zarówno na kwestiach programowych, jak i na charakterze kandydata, gdyż strategia łączenia (*dovetail strategy*) tych dwóch aspektów jest najefektywniejsza. Według Schoenwalda (1987) wiązanie ze sobą problemów i cech wizerunkowych pozwala na bardziej precyzyjne pozycjonowanie kandydata wśród docelowych segmentów elektoratu. Z przeprowadzonych przez niego analiz wynika m.in., że poprawa percepcji kandydata w odniesieniu do charakterystyki „poświęca czas kwestiom edukacji” przekładała się na bardziej pozytywne oceny w odniesieniu do jego opiekuńczości czy troski o innych (o dzieci czy problemy występujące w jego okręgu). Podobnie Falkowski i Michalak (2014) stwierdzili, że ocena programu wyborczego kandydata istotnie wpływa na ocenę jego wizerunku, lecz nie *vice versa*. Wyniki ich eksperymentu pokazały, że percepcja kandydata opiera się głównie na tym, jakie poglądy głosi, jednak decyzja o jego poparciu jest rezultatem interakcji tak programu, jak i jego wizerunku. Wyniki te stanowią potwierdzenie wniosku Scammell (1996), że rola programu prezentowanego podczas kampanii wyborczej ma nie tylko wartość samą w sobie, lecz dodatkowo może wzmacniać (lub osłabiać) postrzeganie kandydata, zwłaszcza w odniesieniu do jego uczciwości i kompetencji (zob. też Cwalina, Falkowski, Newman, w druku).

Brak programu jako strategia wyborcza

Zarówno obserwacja rzeczywistych kampanii wyborczych, jak i badania naukowe nad nimi coraz częściej dostarczają wniosków, że kandydaci „mają problem” z jasnym formułowaniem programu wyborczego czy wyrażeniem wprost własnych poglądów na istotne kwestie polityczne (Cwalina i in., 2015). Podczas kampanii prezydenckiej w Polsce w 2015 roku zarzuty o brak programu formułowane były szczególnie mocno i wyraźnie – zwłaszcza wobec popieranej przez SLD – Magdaleny Ogórek oraz Pawła Kukiza. Zwłaszcza dobry wynik wyborczy Pawła Kukiza skłania do zadania pytania: Czy rzeczywiście prezentacja programu wyborczego jest koniecznym aspektem tworzenia oferty politycznej?

Problem ten był również obiektem zainteresowania Pattona i Smitha (1980). Pierwszy z ich eksperymentów przeprowadzono wśród mieszkańców hrabstwa Indiana w stanie Pensylwania w Stanach Zjednoczonych. Stworzono cztery różne opisy kandydata na to samo stanowisko. Każda z wersji kwestionariusza została wysłana do 100 losowo dobranych osób. Różnice w opisie polegały jedynie na odmiennych, zajmowanych przez nich stanowiskach w poszczególnych punktach programu wyborczego. Informacje demograficzne oraz charakterologiczne o wszystkich kandydatach były identyczne. Na podstawie badania pilotażowego wyłoniono cechy kandydata, który powinien być możliwie najbardziej atrakcyjny dla wyborcy w danym hrabstwie. W opisie kandydata zamieszczono informacje, z których wynikało, że kandydat jest osobą: odpowiedzialną, szczerą, troszczącą się o innych, przyjacielską, z poczuciem humoru oraz umiejącą słuchać innych. Natomiast program składał się z siedmiu punktów. Kandydat „A” nie zajmował żadnego stanowiska w żadnym z uwzględnionych punktów. Kandydat „B” zajmował stanowiska wskazujące na poglądy liberalne. Kandydat „C” zajmował stanowiska dokładnie odwrotne do kandydata „B” – zatem można było uznać go za osobę o poglądach bardzo konserwatywnych. Poglądy kandydata „D” w każdym z uwzględnionych punktów były odzwierciedleniem najpopularniejszych poglądów wśród wszystkich wyborców. Biorąc pod uwagę każdy z siedmiu punktów programu, średnie teoretyczne poparcie dla kandydatów wynosiło ok. 47,7% dla kandydata liberalnego, 47% dla kandydata konserwatywnego oraz 63,5% dla kandydata „D”. Postępując zgodnie z zamieszczoną instrukcją, osoby badane miały za zadanie dokładne zapoznanie się z informacjami o kandydacie oraz dokonać jego oceny na skali od 1 do 9, gdzie „1” oznaczało, że jest on słaby, „5” – że przeciętny, a „9” – świetny.

Patton i Smith (1980) wysunęli dwie hipotezy. Po pierwsze: przewidywali, że kandydat „A” (bez programu wyborczego) będzie oceniany lepiej od pozostałych kandydatów. Po drugie: zakładali, że kandydat „D” (zajmujący w każdym z punktów programu najpopularniejsze stanowisko) będzie oceniany wyżej zarówno od kandydata „B” (poglądy liberalne), jak i od kandydata „C” (poglądy konserwatywne).

Wyniki przeprowadzonych analiz wykazały, że poparcie dla kandydata „A” (nie zajmującego żadnego stanowiska w żadnym z punktów programu) było znacząco wyższe od poparcia dla kandydata „C” (konserwatywne poglądy), ale jednocześnie niewiele wyższe niż poparcie dla kandydata „B” (liberalne poglądy). Przy czym nie było istotnej różnicy w poparciu dla kandydatów „A” i „D”. Nie stwierdzono również istotnej różnicy w ocenie kandydata „D” w porównaniu z kandydatami „B” i „C”.

Punktem wyjścia dla drugiego z eksperymentów przeprowadzonych przez Pattona i Smitha (1980) były wyniki przytaczanych przez nich badań Rosena i Einhorna. Stwierdzili oni, że kandydat, który nie zajmuje jasno określonego stanowiska, będzie uważany przez wyborców za mniej szczerego i mniej kompetentnego. Badacze doszli do wniosku, że różnica wyników obu eksperymentów wynika z faktu, że w ich pierwszym eksperymencie kandydat bez programu nie został bezpośrednio skonfrontowany z kandydatem o jasno określonych poglądach. Wszystkie kandydatury zostały wysłane do badanych oddzielnie. Zatem Patton i Smith (1980) wysunęli hipotezę, że kandydat z jasno określonymi poglądami (zarówno liberalny, konserwatywny, jak i zajmujący najpopularniejsze stanowiska w każdym z punktów programu) będzie oceniany znacząco wyżej, przy bezpośrednim zestawieniu go z kandydatem, który nie zajmuje żadnego stanowiska.

W porównaniu do eksperymentu 1, każda z osób badanych otrzymała informacje o dwóch kandydatach, których miała ocenić. Opisy znajdowały się na tej samej stronie (jeden zamieszczony po lewej stronie, natomiast drugi obok po prawej stronie kartki), obaj kandydaci byli mężczyznami oraz nosili różne anglosaskie imiona i nazwiska (Richard Jones vs David Smith), obaj mieszkali w tym samym mieście, ich status społeczny i wykonywane zawody były zbliżone do siebie oraz obaj należeli do podobnych organizacji społecznych i religijnych. Na podstawie badania pilotażowego z pierwszego eksperymentu, obu kandydatów scharakteryzowano w podobny sposób. Zostali opisani jako ludzie: przyjaźni, z dobrym poczuciem humoru, uczciwi oraz umiejący słuchać innych.

Na podstawie możliwych kombinacji opisów polityków 14 różnych par kandydatów, różniących się charakterystyką demograficzną oraz umiejscowieniem opisu kandydata na

stronie (po prawej bądź po lewej stronie). W 12 z 14 par przy jednym z kandydatów zaznaczono jego poglądy na siedem różnych tematów, natomiast przy drugim kandydacie w analogicznym miejscu zamieszczono zdanie „kandydat nie dostarczył informacji o swoich poglądach w tym temacie”. Siedem omawianych tematów zostało zaczerpniętych z pierwszego eksperymentu. Ze względu na zmiany, jakie mogły zajść w opinii publicznej w okresie między eksperymentami, uaktualniono jedno z pytań. Zmieniono zatem podejście do danego zagadnienia u kandydatów odpowiednio na bardziej liberalne i bardziej konserwatywne. Podobnie jak w eksperymencie 1 część badanych otrzymała do oceny kandydata z poglądami liberalnymi oraz kandydata bez zamieszczonych poglądów, kolejna grupa – kandydata o poglądach konserwatywnych oraz kandydata bez zamieszczonych poglądów, trzecia grupa – kandydata z najpopularniejszymi poglądami na każdy temat oraz kandydata bez poglądów, a czwarta dwóch kandydatów bez zaznaczonych poglądów na wskazane tematy.

Wyniki uzyskane przez Pattona i Smitha (1980) w pełni potwierdziły ich przewidywania. Kandydat bez programu został oceniony zdecydowanie gorzej od każdego z kandydatów z programem, z którym został zestawiony w parze. Nie było znaczącej różnicy w ocenie obu kandydatów z pary, gdy żaden z nich nie miał przedstawionego programu. Analizy wykazały również, że kandydat bez programu był znacznie wyżej oceniany, kiedy był w parze z drugim kandydatem, również bez programu, niż gdy jego konkurent miał program.

Bazując na przedstawionych wynikach można dojść do wniosku, iż dla polityka bez programu wyborczego korzystne będą indywidualne wystąpienia publiczne. Podczas tego typu kampanii nie będzie musiał zajmować jasno określonego stanowiska na żaden temat oraz będzie mógł skupiać uwagę wyborców jedynie na własnej osobie, na swoim wizerunku. Natomiast podczas wszelkiego rodzaju wystąpień, w których weźmie udział przynajmniej jeden oponent mający jasno określony program (np. publiczna debata wyborcza), atrakcyjność kandydata bez programu będzie znacząco niższa.

Hipotezy badawcze

Zaplanowane badania stanowią modyfikację eksperymentów przeprowadzonych przez Pattona i Smitha (1980) w jednym, międzygrupowym planie eksperymentalnym, dlatego też wysunięte hipotezy badawcze opierają się na uzyskanych przez nich wynikach oraz są rozszerzeniem ich przewidywań na inne aspekty związane z kształtowaniem oceny i preferencji wobec polityka:

H1. Kandydat będzie lepiej oceniany, jeśli nie będzie miał programu i nie będzie to podkreślone w porównaniu z sytuacją, gdy będzie miał program (liberalny lub konserwatywny), a jego oceny będą najniższe, gdy fakt braku programu zostanie wyeksponowany.

H2. Nastawienie emocjonalne wobec kandydata będzie bardziej pozytywne, jeśli nie będzie miał programu i nie będzie to podkreślone w porównaniu z sytuacją, gdy będzie miał program (liberalny lub konserwatywny), natomiast będzie ono negatywne, gdy fakt braku programu zostanie wyeksponowany.

H3. Ocena szans na dobre reprezentowanie przez polityka wyborców będzie wyższa, jeśli nie będzie miał programu i nie będzie to podkreślone w porównaniu z sytuacją, gdy będzie miał program (liberalny lub konserwatywny), natomiast będzie ona najniższa, gdy fakt braku programu zostanie wyeksponowany.

H4. Deklarowane poparcie dla kandydata będzie wyższe, jeśli nie będzie miał programu i nie będzie to podkreślone w porównaniu z sytuacją, gdy będzie miał program (liberalny lub konserwatywny), natomiast będzie ono najniższe, gdy fakt braku programu zostanie wyeksponowany.

PB. Czy przekonania polityczne badanych będą istotnie wpływać na oceny kandydata, zarówno w sytuacji, gdy ma on program, jak i gdy go nie ma?

Metodyka badań eksperymentalnych

W celu zweryfikowania postawionych hipotez badawczych zaprojektowane zostało badanie eksperymentalne. Przeprowadzono je między styczniem a lutym 2014 r. w Warszawie.

Osoby badane

W badaniu wzięły udział 153 osoby (w tym 92 kobiety oraz 61 mężczyzn; dwie osoby wyłączono z uwagi na braki danych) w wieku od 18 do 50 lat ($M=23,7$, $SD=5$). Z uwagi na wykształcenie najliczniejszą grupę stanowili studenci ($n=103$). Ponadto 29 osób miało wykształcenie wyższe, 16 – średnie, dwie – podstawowe, a jedna zawodowe. Dwie osoby nie podały informacji o swoim wykształceniu.

Uczestnicy eksperymentu deklarowali raczej przeciętne zainteresowanie polityką (na skali 7-punktowej, $M=3,78$, $SD=1,61$). W odniesieniu do własnych poglądów politycznych, 63 badanych określiło je jako centrowe, 41 – jako lewicowe (w tym 37 jako „raczej lewicowe”), a 47 – jako prawicowe (w tym 43 jako „raczej prawicowe”). Dwie osoby nie udzieliły odpowiedzi na pytanie w tym względzie.

Najwięcej uczestników eksperymentu nie uznało za najbliższą sobie żadnej partii politycznej ($n=81$; 51,94%). Ponadto 31 (20,26%) badanych popierało Platformę Obywatelską, 18 (11,76%) – Prawo i Sprawiedliwość, po 7 (4,58%) – Sojusz Lewicy Demokratycznej oraz Twój Ruch. Ponadto 8 osób wybrało inne partie, mniej liczące się na polskiej scenie politycznej, a jedna osoba nie udzieliła odpowiedzi na pytanie o preferencje partyjne.

Z uwagi na charakter czynnika eksperymentalnego, polegający na prezentowaniu stanowisk programowych kandydata, badani zostali losowo podzieleni na cztery grupy. Pierwsza z nich zapoznała się z życiorysem kandydata oraz jego liberalnym programem wyborczym ($n=40$; 26 kobiet i 14 mężczyzn), druga – z życiorysem kandydata i jego konserwatywnym programem wyborczym ($n=38$; 23 kobiet i 15 mężczyzn), trzecia – jedynie z życiorysem kandydata ($n=30$; 17 kobiet i 13 mężczyzn), czwarta – z życiorysem kandydata oraz informacją o tym, że kandydat nie udzielił żadnych informacji o swoich poglądach oraz braku

możliwości wyciągnięcia wniosków sugerujących jego poglądy, z jego dotychczasowych wypowiedzi (n=45; 26 kobiet i 19 mężczyzn).

Materiał bodźcowy i metoda badawcza

Przeprowadzone badanie miało charakter eksperymentalny. Składało się ono z trzech części. W pierwszej z nich badani zostali poproszeni o wypełnienie metryczki, zawierającej pytania dotyczące ich: płci, wieku i wykształcenia. Następnie uczestnicy eksperymentu odpowiadali na pytania o swoje zainteresowanie polityką (skala 7-punktowa, gdzie 1 – „zdecydowanie nie interesuję się”, a 7 – „zdecydowanie interesuję się”) oraz poglądy polityczne (skala 5-punktowa, gdzie 1 – „lewicowe”, 3 – „centrowe”, 5 – „prawicowe”). Kolejną pozycją kwestionariusza dotyczyła określenia przez osoby badane, w jakim stopniu zgadzają się z poglądami dotyczącymi dziesięciu kwestii społeczno-politycznych („Należy sprywatyzować służbę zdrowia”, „Publiczne szkoły wyższe powinny być bezpłatne”, „Polska powinna jak najszybciej wejść do strefy euro”, „Należy przywrócić karę śmierci”, „Senat powinien zostać zlikwidowany”, „Inwestycje w alternatywne źródła energii powinny mieć istotne wsparcie z budżetu państwa”, „Należy wprowadzić podatek liniowy”, „Większość sądów rejonowych powinna zostać zlikwidowana”, „Nie należy prywatyzować przedsiębiorstw kluczowych dla polskiej gospodarki”, „Obowiązek szkolny powinien dotyczyć dzieci od 6 roku życia”). Badani wyrażali swoje opinie na skalach 10-punktowych, gdzie 1 – „zdecydowanie nie”, a 10 – „zdecydowanie tak”. Następnie badani określali swoje preferencje partyjne. Zostali poproszeni o odpowiedź na pytanie, która z wymienionych opcji politycznych jest im najbliższa. W tym celu wypisano w kolejności alfabetycznej nazwy czterech z nich: Platforma Obywatelska (PO), Polskie Stronnictwo Ludowe (PSL), Prawo i Sprawiedliwość (PiS), Sojusz Lewicy Demokratycznej (SLD), Solidarna Polska (SP) oraz Twój Ruch (TR). Ponadto mieli oni możliwość wpisania partii, która jest im najbliższa, a która nie została wymieniona oraz możliwość zadeklarowania, iż nie ma takiej partii, którą popierają.

Po wypełnieniu wstępnej części kwestionariusza badani zostali poproszeni o zapoznanie się z pierwszą porcją informacji o fikcyjnym kandydacie w wyborach uzupełniających do

Senatu – Mirosławie Martyniuku. Manipulacja eksperymentalna dotyczyła jednego aspektu tych informacji (zob. Załącznik 1). We wszystkich czterech grupach badawczych biogram polityka był identyczny. Został on przedstawiony jako żonaty mężczyzna urodzony w Warszawie i mający czworo dzieci. Ponadto podano, że ukończył on studia na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Studia podyplomowe oraz aplikację adwokacką uzyskał w Paryżu. Następnie zdobywał tam doświadczenie zawodowe, po czym wrócił do Warszawy, aby kontynuować karierę zawodową. Ponadto pełnił funkcję doradcy prezesa Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych.

Druga porcja informacji o polityku była przedmiotem manipulacji eksperymentalnej polegającej na prezentacji jego stanowisk programowych. Badanych informowano, że:

Na podstawie analizy materiałów dostarczonych przez kandydata oraz jego wypowiedzi Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego zgromadziło następujące informacje o poglądach Mirosława Martyniuka.

W dwóch grupach, na tej samej stronie, na której znajdował się biogram polityka, znajdowało się również 10 punktów z jego programu wyborczego. Odnosiły się one do tych samych 10 kwestii, o poglądy wobec których pytano badanych. Przy każdym z punktów programu znajdowało się miejsce, w którym zaznaczono czy dany polityk jest „ZA” czy „PRZECIW” lub też pozostawiono puste pole (oznaczające brak informacji). Program prezentowany pierwszej grupie badanych zawierał poglądy liberalne (przy ich określeniu oparto się na informacjach zaczerpniętych z oficjalnej strony internetowej Platformy Obywatelskiej; www.platforma.org), natomiast w grupie drugiej – konserwatywne (przy ich określeniu oparto się na informacjach zaczerpniętych z oficjalnej strony internetowej Prawa i Sprawiedliwości; www.pis.org.pl). W grupie trzeciej prezentowano jedynie biogram kandydata nie podając żadnych informacji sugerujących jego poglądy polityczne. Z kolei w grupie czwartej przedstawiano biogram polityka oraz tabelkę ze wszystkimi 10 punktami programu politycznego, przy żadnym z nich nie zaznaczono jednak, jakie ma on poglądy. Podawano natomiast informację o tym, iż polityk nie dostarczył Stowarzyszeniu na Rzecz Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego swojego programu politycznego oraz,

że z żadnej z jego dostępnych wypowiedzi nie ma możliwości wnioskowania o jego poglądach.

Przedstawione manipulacje były podstawą do podzielenia osób badanych na cztery grupy, które umownie określono jako:

1. kandydat z liberalnym programem wyborczym,
2. kandydat z konserwatywnym programem wyborczym,
3. kandydat bez programu i bez adnotacji,
4. kandydat bez programu, ale z adnotacją.

Po zapoznaniu się z materiałem bodźcowym badani byli proszeni o odpowiedź na pytania dotyczące polityka. Najpierw dokonywali jego oceny na dwunastu 10-stopniowych skalach antynomicznych opartych na strukturze dyferencjału semantycznego. Były one opisane na krańcach skali przez pary przeciwstawnych określeń: niewiarygodny-wiarygodny, nieinteligentny-inteligentny, skoncentrowany na sobie-skoncentrowany na innych, bierny-aktywny, nieuczciwy-uczciwy, niegodny zaufania-godny zaufania, amator-profesjonalista, nieskuteczny-skuteczny, niedoświadczony-doświadczony, niekompetentny-kompetentny, nie rozumie innych-rozumie innych, niezdecydowany-zdecydowany.

Następnie osoby badane określały swój stosunek do kandydata na 101-stopniowym termometrze uczuć, z oznaczonymi liczbami punktami: 0, 50 i 100. Zostali oni poinstruowani, że zaznaczenie punktu między 50 a 100 stopni oznacza pozytywne nastawienie do kandydata, zaznaczenie punktu między 0 a 50 stopni oznacza nastawienie negatywne, a zaznaczenie 50 stopni oznacza stosunek obojętny.

Na koniec uczestnicy eksperymentu zostali poproszeni o określenie na skalach 10-stopniowych (od 1 - „zdecydowanie nie” do 10 - „zdecydowanie tak”), czy ich zdaniem Mirosław Martyniuk będzie dobrze reprezentował wyborców w Senacie oraz czy w najbliższych wyborach do Senatu byłiby skłonni oddać na niego swój głos.

Procedura badawcza

Badanie było realizowane wśród osób, które ukończyły 18 rok życia i miały prawa wyborcze. Wypełniały one kwestionariusz indywidualnie. Każda z nich przed rozpoczęciem eksperymentu otrzymała instrukcję dotyczącą sposobu, w jaki należy wykonać zadanie oraz została poinformowana o anonimowości udzielonych odpowiedzi. Zapewniono również, że uzyskane wyniki będą wykorzystane wyłącznie w celach naukowych. Kwestionariusze były wypełniane w obecności badacza, a czas ich wypełniania nie był limitowany.

Po zakończeniu badania wyjaśniono jego uczestnikom, jaki był rzeczywisty cel eksperymentu. Umożliwiono im również uzyskanie swoich wyników drogą mailową.

Wyniki eksperymentu

W celu weryfikacji postawionych hipotez badawczych wykonane zostały analizy statystyczne przy wykorzystaniu pakietu *Statistica*.

Przed przystąpieniem do zasadniczych analiz najpierw dokonano podziału badanych na trzy grupy z uwagi na ich poglądy w odniesieniu do sześciu kwestii politycznych (pomiar na skalach od 1 do 10), co do których podawano konkretne stanowiska kandydatów w grupach z programem konserwatywnym i liberalnym. Były to: wejście do strefy euro, finansowanie przez państwo alternatywnych źródeł energii, wprowadzenie podatku liniowego, likwidacja sądów rejonowych, nieprywatyzowanie kluczowych przedsiębiorstw oraz obowiązek szkolny dla 6-latków. W tym celu wykonano analizę skupień metodą k-średnich, w której wymiarami były poglądy badanych.

Otrzymane trzy skupienia różniły się istotnie w odniesieniu do czterech z sześciu problemów. Średnie dla poszczególnych skupień przedstawia tabela 1 i rys. 1.

Tabela 1. Średnie i odchylenia standardowe ocen poglądów w sześciu kwestiach politycznych w poszczególnych skupieniach.

	Skupienie 1 (n=58)	Skupienie 2 (n=51)	Skupienie 3 (n=39)	F (2, 145)
Strefa euro	4,38 (2,57) ^a	2,75 (2,41) ^{a,b}	4,64 (2,03) ^b	9,04, p<0,001
Alternatywna energia	7,74 (2,24)	7,61 (2,32)	6,85 (2,48)	1,87, p=0,16
Podatek liniowy	5,6 (2,06) ^{c,d}	6,69 (2,13) ^{c,e}	4,87 (1,92) ^{d,e}	9,03, p<0,001
Likwidacja sądów rejonowych	4,69 (1,98)	4,65 (2,35)	4,51 (1,96)	0,09, p=0,92
Nie dla prywatyzacji	6,71 (2,41) ^{f,g}	8,55 (1,19) ^{f,h}	3,69 (1,72) ^{g,h}	73,73, p<0,001
Szkoły dla 6-latków	8,57 (1,42) ^{i,j}	2,37 (1,59) ⁱ	2,54 (1,64) ^j	280,72, p<0,001

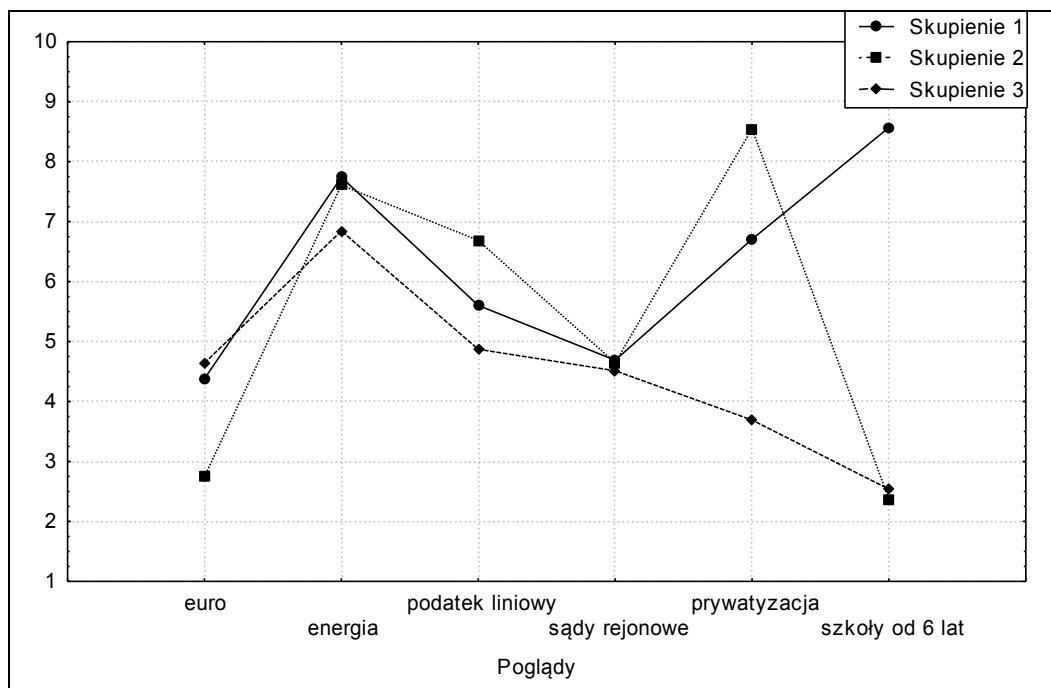
Wszystkie porównania międzygrupowe wykonano testem Duncana.

Średnie oznaczone takimi samymi indeksami literowymi różnią się od siebie istotnie: ^d p<0,1; ^{a,b,c} p<0,01 oraz ^{e,f,g,h,i,j} p<0,001.

W odniesieniu do wejścia Polski do strefy euro badani tworzący *Skupienie 2* byli istotnie bardziej mu przeciwni niż tworzący *Skupienia 1* i *3* (p<0,01). Z uwagi na poparcie dla wprowadzenia podatku liniowego największe poparcie dla niego było w *Skupieniu 2* (co najmniej p<0,01), następnie w *Skupieniu 1*, a najniższe w *Skupieniu 3* (tendencja p<0,1). Najbardziej przeciwnie prywatyzacji polskich przedsiębiorstw kluczowych dla gospodarki kraju były osoby ze *Skupienia 2* (p<0,001), następnie – ze *Skupienia 1*, a najmniej – ze *Skupienia 3* (p<0,001). Z kolei za obowiązkiem szkolnym dla sześciolatków byli jedynie badani ze *Skupienia 1*, czym istotnie różnili się od dwóch pozostałych grup (p<0,001). Natomiast w przypadku wsparcia inwestycji w alternatywne źródła energii z budżetu państwa oraz likwidacji sądów rejonowych różnice między skupieniami były statystycznie nieistotne.

Ponadto analizy testem t-Studenta dla jednej próby w odniesieniu do środka skali pomiarowej ($M_p=5,5$) wykazały, że wszystkie średnie, poza jedną, dotyczące poglądów badanych istotnie różniły się od punktu oznaczającego stanowisko neutralne (co najmniej p<0,05).

Jedynie w *Skupieniu 1* poglądy dotyczące wprowadzenia podatku liniowego nie różniły się istotnie od środka skali pomiarowej [$t(57)=0,37$, $p=0,71$].



Rys. 1. Charakterystyki skupień w odniesieniu do sześciu problemów politycznych.

Następnie wykonano dodatkową analizę wariancji, w której sprawdzano, czy podział badanych z uwagi na manipulację eksperymentalną programem polityka i ich przynależność do poszczególnych skupień jest związany z ich poziomem zainteresowania polityką (skala 7-stopniowa). Jej wyniki wskazują [$F(2, 135)=3,25$, $p<0,05$], że był on istotnie najniższy w *Skupieniu 3* ($M=3,23$, $p<0,05$) w porównaniu ze *Skupieniem 1* ($M=4$) i *Skupieniem 2* ($M=4,01$). Ponadto analizy testem t-Studenta dla jednej próby w odniesieniu do środka skali pomiarowej ($M_p=4$) wykazały, że zainteresowanie polityką wśród osób ze *Skupienia 3* było niskie [$t(38)=-2,97$, $p<0,01$], gdy u pozostałych badanych – przeciętne [odpowiednio: $t(57)=0$ i $t(50)=0,04$, $p>0,96$]. Natomiast poziom zainteresowania polityką nie różnił się istotnie w grupach wyodrębnionych w oparciu o manipulację eksperymentalną [$F(3,$

135)=1,27, p=0,29] ani przy interakcji dwóch zmiennych niezależnych [$F(6, 135)=1,43$, p=0,21].

Analogiczne analizy wykonano dla: płci, wieku i wykształcenia badanych. We wszystkich przypadkach ich wyniki nie osiągnęły przyjętego poziomu istotności statystycznej.

W odniesieniu do poglądów politycznych badanych skupienia różniły się od siebie istotnie [$\chi^2(4)=9,8$, p<0,05]. Procentowe rozkłady przedstawione w tabeli 2 wskazują, że w *Skupieniu 1* istotną większość stanowiły osoby o poglądach centrowych [$\chi^2(1)>15,39$, p<0,001], w *Skupieniu 2* istotnie więcej było osób o poglądach prawicowych niż centrowych i lewicowych [$\chi^2(1)>4,16$, p<0,05], natomiast w *Skupieniu 3* – o poglądach lewicowych i centrowych niż prawicowych [$\chi^2(1)=5,98$, p<0,05].

Tabela 2. Procentowy rozkład poglądów politycznych w poszczególnych skupieniach.

	Poglądy polityczne badanych		
	lewicowe	centrowe	prawicowe
Skupienie 1	23	52	25
Skupienie 2	24	31	45
Skupienie 3	38,5	38,5	23

Przeanalizowano także rozkład preferencji partyjnych badanych w każdym ze skupień, co przedstawia tabela 3. Ten aspekt analiz należy traktować z dużą ostrożnością z uwagi na stosunkowo małe liczebności zwolenników poszczególnych ugrupowań. Ponadto skupiono się w nich na wyborcach: PO, PiS, TR i SLD (połączonych w jedną grupę) oraz niezależnych, wprowadzając poprawkę z uwagi na różne liczebności tych grup.

Tabela 3. Procentowy rozkład preferencji partyjnych w poszczególnych skupieniach.

	PO	PiS	Twój Ruch + SLD	Niezależni
Skupienie 1	28	24	24	24
Skupienie 2	9	37	28	26
Skupienie 3	41	11	23	25

Z tabeli 3 wynika, że wyborcy niezależni oraz zwolennicy TR lub SLD stanowili zbliżony procent osób w każdym z trzech skupień. W *Skupieniu 1* rozkład osób o poszczególnych preferencjach partyjnych był prawie proporcjonalny [$\chi^2(1) < 0,42$, $p > 0,5$]. W *Skupieniu 2* istotnie najmniej było zwolenników PO [$\chi^2(1) > 10,1$, $p < 0,01$], a popierający PiS byli niewiele liczniejsi niż wyborcy niezależni [$\chi^2(1) = 2,8$, $p = 0,09$]. Z kolei w *Skupieniu 3* dominowali zwolennicy PO [$\chi^2(1) > 5,79$, $p < 0,05$], a istotnie najmniej było popierających PiS [$\chi^2(1) > 5,1$, $p < 0,05$].

Zbiorcze zestawienie wyników wszystkich analiz dotyczących podziału badanych na trzy grupy w kontekście propozycji programowych: konserwatywnej i liberalnej przedstawia tabela 4.

Charakterystyki skupień wyborców przedstawione w tabeli 4 wskazują, że poglądy badanych ze wszystkich skupień są bardziej zbieżne z bodźcowym programem konserwatywnym niż liberalnym. Mając to na uwadze, podjęto próbę nadania im nazw. Należy jednak podkreślić, że przypisanie im określeń jest raczej zabiegiem, którego celem jest zwiększenie przejrzystości wyników analiz zasadniczych. Przy tych zastrzeżeniach grupę składającą się na *Skupienie 1* określono jako „*Edukacyjnych postępowców*”, na *Skupienie 2* – „*Zadeklarowanych konserwatystów*”, a *Skupienie 3* – „*Apolitycznych konformistów*”.

Tabela 4. Charakterystyka osób w poszczególnych skupieniach.

	Program konserwatywny	Program liberalny	Skupienie 1	Skupienie 2	Skupienie 3
Strefa euro	przeciw	za	przeciw	przeciw	przeciw
Alternatywna energia	za	za	za	za	za
Podatek liniowy	przeciw	za	neutralni	za	przeciw
Likwidacja sądów rejonowych	przeciw	za	przeciw	przeciw	przeciw
Nie dla prywatyzacji	za	przeciw	za	za	przeciw
Szkoły dla 6-latków	przeciw	za	za	przeciw	przeciw
Zainteresowanie polityką	–	–	przeciętne	przeciętne	niskie
Poglądy polityczne			centrowe	prawicowe	centro-lewicowe
Preferencje partyjne	–	–	zróżnicowane	PiS	PO

Ostatecznie wszystkie analizy zasadnicze wykonano w układzie eksperymentalnym: 4 (program: konserwatywny vs. liberalny vs. brak z adnotacją vs. brak bez adnotacji) \times 3 (grupy problemowe: *Edukacyjni postępowcy* vs. *Zadeklarowani konserwatyści* vs. *Apolityczni konformiści*). Z uwagi na różnice występujące w poziomie zainteresowania badanych polityką zmienną tę włączono do wszystkich analiz jako zmienną towarzyszącą. Wszystkie porównania międzygrupowe wykonano testem Duncana.

Ocena polityka

W celu określenia różnic w ocenach polityka analizy przeprowadzono w dwóch etapach. Pierwszym z nich było wykonanie analizy głównych składowych, a w drugim etapie przeprowadzono analizy kowariancji w celu określenia wpływu zmiennych niezależnych na ocenę polityka.

W celu analizy spójności oceny polityka wykonano analizę głównych składowych z rotacją varimax na 12 skalach antynomicznych zbudowanych na zasadzie dyferencjału semantycznego. W jej wyniku uzyskano rozwiązanie dwuczynnikowe, wyjaśniające 58,63% całkowitej zmienności wspólnej. Szczegółowe wyniki przedstawia tabela 5.

Tabela 5. Wymiary oceny polityka. Wyniki analizy głównych składowych.

Zmienna	Czynnik 1	Czynnik 2
Wiarygodny	0,329	0,531
Inteligentny	0,594	0,387
Skoncentrowany na innych	-0,052	0,709
Aktywny	0,683	0,189
Uczciwy	0,387	0,594
Godny zaufania	0,316	0,739
Profesjonalista	0,805	0,279
Skuteczny	0,757	0,294
Doświadczony	0,864	0,148
Kompetentny	0,855	0,191
Rozumie innych	0,394	0,691
Zdecydowany	0,528	0,394
Wariancja wyjaśniona	4,312	2,723
Udział	0,359	0,227

Czynnik 1 – *kompetencje* – wyjaśnia 48,64% wariacji i składa się z 7 skali: inteligentny, aktywny, profesjonalny, skuteczny, doświadczony, kompetentny i zdecydowany. Wyższe

wyniki w tym czynniku wskazują na ocenę polityka jako osoby kompetentnej i sprawnej w działaniu. Czynniki 1 – *wspólnotowość* – wyjaśnia 9,99% wariacji i składa się z 5 skal: wiarygodny, skoncentrowany na innych, uczciwy, godny zaufania i rozumie innych. Powyższe wyniki w tym czynniku wskazują na ocenę polityka jako zorientowanego na innych i godnego zaufania. Oba czynniki charakteryzują się wysoką zgodnością wewnętrzną. Współczynniki α -Cronbacha mają wartości – odpowiednio: 0,89 i 0,75.

Następnym etapem przygotowania danych do dalszych analiz było wyliczenie dla każdego z badanych dwóch wyników czynnikowych dotyczących poszczególnych wymiarów oceny polityka. Obliczono je jako średnie arytmetyczne odpowiedzi w skalach składających się na nie (wartości z przedziału 1-10). Wyniki te stanowiły zmienne zależne w dwóch dwuczynnikowych, jednozmiennowych analizach kowariancji.

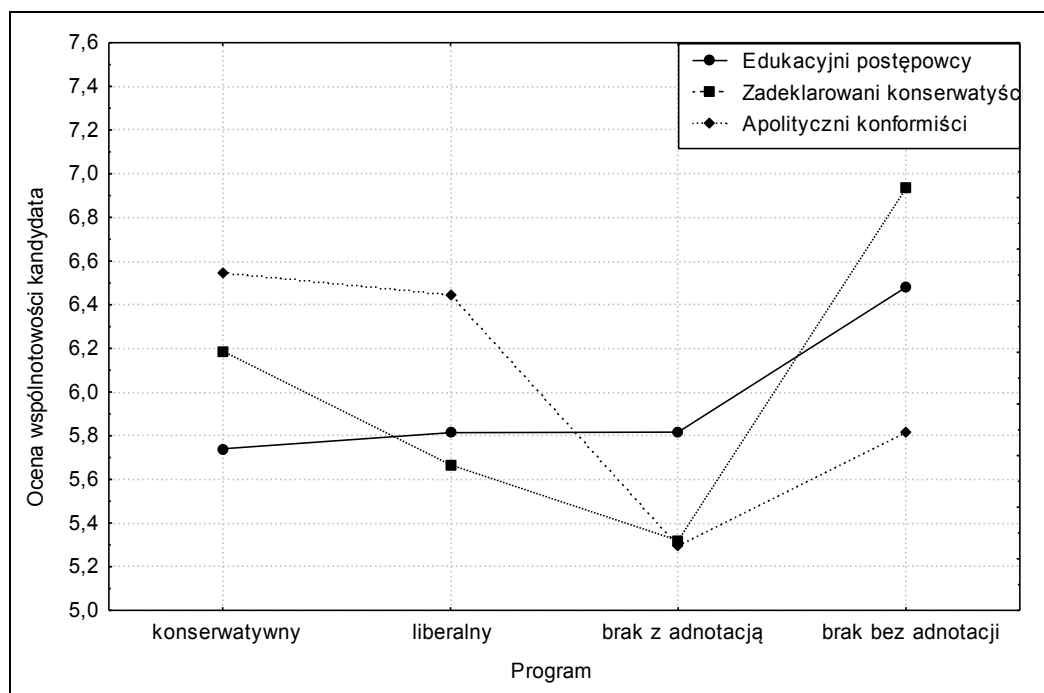
W odniesieniu do ocen kompetencji polityka statystycznie istotny okazał się jedynie efekt manipulacji eksperymentalnej jego programem [$F(3, 128)=2,82, p<0,05$]. Natomiast wpływ poglądów badanych i ich interakcja z manipulacją były nieistotne [$F<1,4, p>0,25$].

Wyniki analiz efektu manipulacji eksperymentalnej sugerują, że gdy nie prezentowano programu polityka i nie podkreślano jego braku, wówczas jego kompetencje oceniane były istotnie wyżej ($M=7,36$), niż gdy zwracano uwagę na brak programu ($M=6,18, p<0,01$) oraz gdy miał on program liberalny ($M=6,53$, tendencja $p=0,06$).

Z kolei oceny wspólnotowości kandydata zależały istotnie od manipulacji dotyczącej jego programu [$F(3, 130)=3,32, p<0,05$] oraz – marginalnie – od jej interakcji z poglądami badanych [$F(6, 130)=1,82, p=0,1$], lecz nie od samych poglądów [$F(2, 130)=0,09, p=0,92$].

Wyniki analiz efektu manipulacji eksperymentalnej sugerują, że gdy zwracano uwagę na to, iż nie ma on programu wyborczego, oceny jego wspólnotowości były istotnie niższe ($M=5,48$) niż we wszystkich pozostałych warunkach (program konserwatywny – $M=6,16, p<0,05$; program liberalny – $M=5,98$, tendencja $p=0,1$; brak programu i adnotacji o tym – $M=6,47, p<0,01$).

Efekt manipulacji jest doprecyzowany w jej interakcji z poglądami badanych. Wyniki jej analiz wskazują, że poglądy badanych nie wpływały istotnie na ocenę wspólnotowości polityka, gdy miał on program konserwatywny, liberalny lub podkreślano, iż nie ma programu ($p > 0,2$). Natomiast w sytuacji, gdy nie miał on programu, lecz nie zwracano uwagi na ten fakt, *Zadeklarowani konserwatyści* istotnie wyżej oceniali wspólnotowość kandydata niż *Apolityczni konformiści* ($M=7,11$ i $M=5,82$, $p < 0,05$). Z drugiej strony *Edukacyjni postępowcy* nie różnili się istotnie w ocenach polityka w zależności od jego programu ($p > 0,25$). W przypadku *Zadeklarowanych konserwatystów* oceny wspólnotowości kandydata były istotnie wyższe, gdy nie miał on programu i nie podkreślano tego ($M=7,11$), niż gdy to podkreślano ($M=5,32$, $p < 0,01$) lub gdy był to program liberalny ($5,67$, $p < 0,05$). Z kolei wśród *Apolitycznych konformistów* marginalnie niżej oceniany był polityk bez programu z adnotacją o tym fakcie ($M=5,3$), niż gdy miał on program, zarówno konserwatywny ($M=6,55$, $p < 0,06$), jak i liberalny ($M=6,44$, $p < 0,08$). Zależności te graficznie przedstawia rys. 2.



Rys. 2. Oceny wspólnotowości kandydata w zależności od jego programu i poglądów badanych.

Nastawienie emocjonalne wobec kandydata

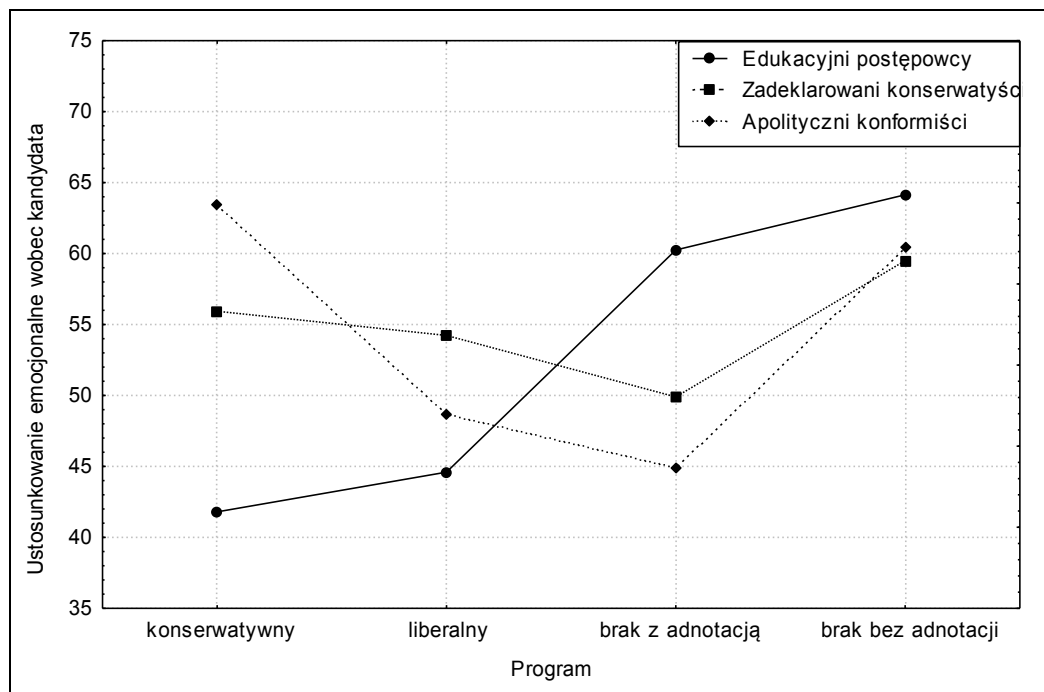
Uzyskane wyniki analizy kowariancji wskazują, że nastawienie emocjonalne wobec polityka zależało istotnie od manipulacji jego programem [$F(3, 134)=4,41, p<0,01$] oraz od jej interakcji z poglądami badanych [$F(6, 134)=2,42, p<0,05$], lecz nie od samych poglądów [$F(2, 134)=0,45, p=0,64$].

Wyniki analiz efektu manipulacji eksperymentalnej sugerują, że nastawienie do kandydata było istotnie najbardziej pozytywne, gdy nie miał on programu wyborczego, lecz nie podkreślano tego ($M=62,55$) w porównaniu do wszystkich pozostałych warunków (program konserwatywny – $M=53,73, p<0,05$; program liberalny – $M=49,17, p<0,01$; brak programu i podkreślenie tego – $M=51,67, p<0,01$).

Efekt manipulacji jest doprecyzowany w jej interakcji z poglądami badanych. Wyniki jej analiz wskazują, że przy programie konserwatywnym polityk wzbudzał bardziej negatywne nastawienie wśród *Edukacyjnych postępców* ($M=41,8$) niż u *Zadeklarowanych konserwatystów* ($M=55,94$, tendencja $p<0,09$) i u *Apolitycznych konformistów* ($M=63,45, p<0,01$). Z kolei jeśli nie miał on programu i było to podkreślone, nastawienie do niego było bardziej pozytywne wśród *Edukacyjnych postępców* niż *Apolitycznych konformistów* ($M=60,25$ i $M=44,86$, tendencja $p<0,06$). Natomiast przy programie liberalnym oraz przy braku programu bez podkreślenia tego faktu, poglądy badanych nie różnicowały istotnie ocen polityka ($p>0,2$).

Z drugiej strony wśród *Edukacyjnych postępców* nastawienie wobec kandydata było istotnie bardziej pozytywne, gdy nie miał on programu, na co zwracano uwagę ($M=60,25$) lub nie ($M=64,14$), niż gdy był on zarówno konserwatywny ($M=41,8$, odpowiednio: $p<0,05$ i $p<0,01$), jak i liberalny ($M=44,6$, odpowiednio: tendencja $p<0,06$ i $p<0,05$). Wśród *Zadeklarowanych konserwatystów* najbardziej pozytywne nastawienie wzbudzał polityk bez programu, gdy nie podkreślano tego faktu, niż gdy zwracano na to uwagę ($M=63,09$ i $M=49,9, p=0,1$). Natomiast wśród *Apolitycznych konformistów* nastawienie do kandydata było bardziej pozytywne, gdy jego program był konserwatywny ($M=63,45$) niż

liberalny ($M=48,67$, tendencja $p<0,08$) lub gdy nie miał on programu, co podkreślano ($M=44,86$, $p<0,05$). W tej ostatniej grupie stosunek ten był również marginalnie bardziej negatywny niż przy braku programu, na co nie zwracano uwagi badanych ($M=60,42$, $p<0,06$). Zależności te graficznie przedstawia rys. 3.



Rys. 3. Nastawienie emocjonalne wobec kandydata w zależności od jego programu i poglądów badanych.

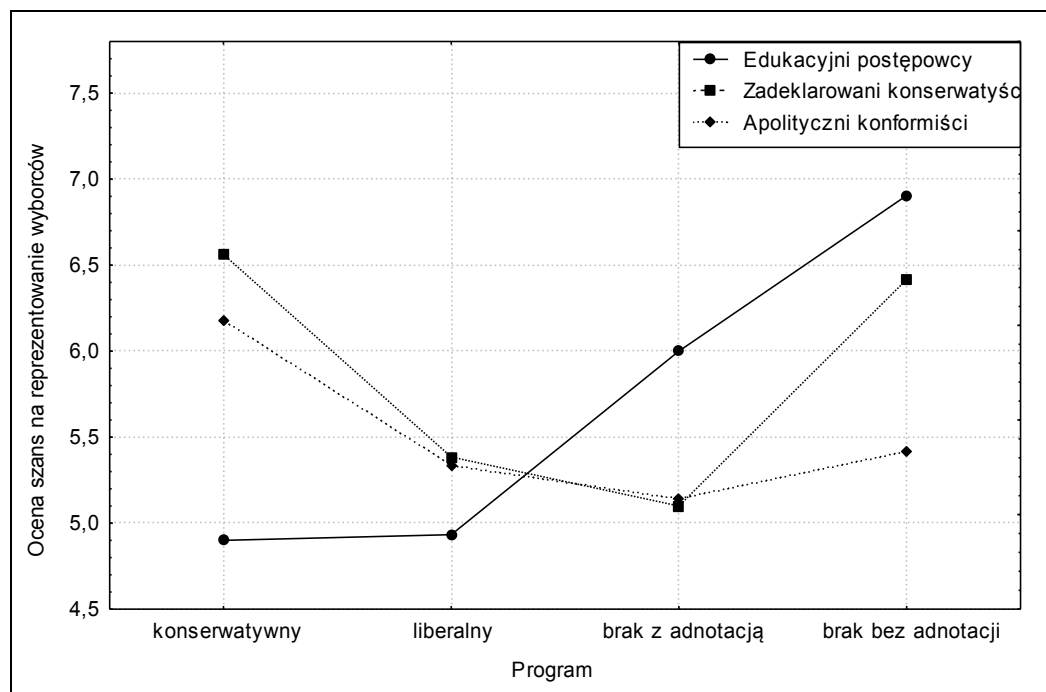
Ocena reprezentowania wyborców

Uzyskane wyniki analizy kowariancji wskazują, że ocena szans kandydata na reprezentowanie wyborców zależała istotnie od manipulacji dotyczącej jego programu [$F(3, 134)=3,02$, $p<0,05$] oraz – marginalnie – od jej interakcji z poglądami badanych [$F(6, 134)=2,08$, $p=0,06$], lecz nie od samych poglądów [$F(2, 134)=0,85$, $p=0,43$].

Wyniki analiz efektu manipulacji eksperymentalnej sugerują, że ocena szans kandydata na reprezentowanie wyborców była istotnie wyższa, gdy nie miał on programu wyborczego,

lecz nie podkreślano tego ($M=6,26$), niż gdy to akcentowano ($M=5,41$, $p<0,05$), oraz gdy miał program liberalny ($M=5,22$, $p<0,05$). Ponadto również program konserwatywny ($M=5,88$) prowadził do marginalnie wyższych ocen niż liberalny ($p=0,1$).

Efekt manipulacji jest doprecyzowany w jej interakcji z poglądami badanych. Wyniki jej analiz wskazują, że gdy kandydat miał program konserwatywny, wówczas *Zadeklarowani konserwatyści* uważali, że szanse polityka na dobre reprezentowanie wyborców są istotnie wyższe niż *Edukacyjni postępowcy* ($M=6,56$ i $M=4,9$, $p<0,05$). Ponadto gdy kandydat nie miał programu i nie zwracano na ten fakt uwagi, jego oceny były marginalnie wyższe wśród *Edukacyjnych postępowców* niż *Apolitycznych konformistów* ($M=6,9$ i $M=5,42$, $p<0,06$). W przypadku polityka z programem liberalnym oraz bez programu z podkreśleniem tego faktu poglądy badanych nie wpływały istotnie na oceny jego szans na reprezentowanie wyborców ($p>0,25$).



Rys. 4. Ocena szans polityka na dobre reprezentowanie wyborców w zależności od jego programu i poglądów badanych.

Z drugiej strony, wśród *Edukacyjnych postępowców* oceny kandydata w tym względzie były istotnie wyższe, gdy nie miał on programu i nie akcentowano tego ($M=6,9$), niż gdy głosił program konserwatywny ($M=4,9$, $p<0,05$) lub liberalny ($M=4,93$, $p<0,05$). Z kolei oceny *Zadeklarowanych konserwatystów* były marginalnie niższe, gdy kandydat nie miał programu i zwracano na to uwagę ($M=5,1$), niż gdy nie akcentowano tego ($M=6,45$, $p=0,09$), oraz jeśli jego program był konserwatywny ($M=6,56$, $p=0,07$). Natomiast oceny *Apolitycznych konformistów* nie zależały istotnie od manipulacji programem polityka ($p>0,25$). Zależności te graficznie przedstawia rys. 4 (powyżej).

Deklarowane poparcie wyborcze

Uzyskane wyniki analizy kowariancji wskazują, że poparcie dla polityka zależało istotnie od manipulacji eksperymentalnej jego programem [$F(3, 134)=3,57$, $p<0,05$]. Natomiast wpływ poglądów badanych i ich interakcja z manipulacją były statystycznie nieistotne [$F<1,5$, $p>0,2$].

Wyniki analiz efektu manipulacji eksperymentalnej sugerują, że deklarowane poparcie wyborcze dla kandydata było wyższe, gdy nie miał on programu wyborczego, lecz nie podkreślano tego ($M=6,11$), w porównaniu do wszystkich pozostałych warunków (program konserwatywny – $M=5,25$, tendencja $p<0,09$; program liberalny – $M=4,48$, $p<0,01$; brak programu i podkreślenie tego – $M=5,11$, tendencja $p<0,06$).

Dyskusja wyników

Celem przeprowadzonych badań eksperymentalnych była próba odpowiedzi na pytanie: Czy dla polityka program wyborczy jest elementem niezbędnym do odniesienia przez niego sukcesu? Starano się również określić, w jakich warunkach brak programu może wywierać pozytywny wpływ na ocenę kandydata, a w jakich – negatywny. Wysłunięto cztery hipotezy badawcze oraz sformułowano jedno pytanie.

Hipoteza pierwsza zakładała, że kandydat będzie lepiej oceniany, jeśli nie będzie miał programu i nie będzie to podkreślone, w porównaniu z sytuacją, gdy będzie miał program (liberalny lub konserwatywny); a jego oceny będą najniższe, gdy fakt braku programu zostanie wyeksponowany. Przewidywania te potwierdziły się częściowo. W przypadku ocen polityka na wymiarze kompetencji, gdy nie miał on programu i nie podkreślano tego, wówczas jego kompetencje oceniane były istotnie wyżej, niż gdy zwracano uwagę na brak programu oraz gdy miał on program liberalny, lecz nie konserwatywny. Z kolei w odniesieniu do oceny polityka na wymiarze wspólnotowości okazało się, że gdy zwracano uwagę na to, iż kandydat nie ma programu wyborczego, oceny jego były istotnie niższe niż we wszystkich pozostałych warunkach. Otrzymane wyniki pokrywają się z wynikami eksperymentu przeprowadzonego przez Pattona i Smitha (1980).

Hipoteza druga zakładała, że nastawienie emocjonalne wobec kandydata będzie bardziej pozytywne, jeśli nie będzie miał programu i nie będzie to podkreślone, w porównaniu z sytuacją, gdy będzie miał program (liberalny lub konserwatywny); natomiast będzie ono negatywne, gdy fakt braku programu zostanie wyeksponowany. Podobnie jak w przypadku hipotezy pierwszej przewidywania te potwierdziły się częściowo. Wyniki pokazały, iż w sytuacji, kiedy kandydat nie miał programu i nie podkreślano tego, nastawienie do niego było istotnie bardziej pozytywne, niż w sytuacji, kiedy miał program, zarówno liberalny, jak i konserwatywny. Na ocenę polityka wpływała zarówno manipulacja jego programem, jak i jej interakcja z poglądami wyborców. Wśród *Edukacyjnych postępowców* polityk był lepiej oceniany od kandydatów o programach liberalnych oraz konserwatywnych, zarówno kiedy nie miał on programu i nie podkreślano tego, jak i w sytuacji kiedy fakt ten został zauważony. Ta sama grupa wyborców oceniała kandydata bez programu w sytuacji, kiedy ten fakt podkreślano, zdecydowanie bardziej pozytywnie od grupy niezainteresowanych liberałów.

Trzecia postawiona hipoteza zakładała, że ocena szans na dobre reprezentowanie przez polityka wyborców będzie wyższa, jeśli nie będzie miał programu i nie będzie to podkreślane, w porównaniu z sytuacją, gdy będzie miał program (zarówno liberalny, jak

i konserwatywny); natomiast będzie ona najniższa, gdy fakt braku programu zostanie zauważony. Przewidywania zostały potwierdzone częściowo. Uzyskane wyniki wskazują, że ocena szans na reprezentowanie wyborców była najwyższa, kiedy nie miał on programu, lecz nie podkreślano tego. Należy również zauważyć marginalny wpływ interakcji programu polityka z poglądami badanych. Wśród *Edukacyjnych postępwców* oceny kandydata były istotnie wyższe, gdy nie miał on programu i nie podkreślano tego, niż gdy miał on program konserwatywny lub liberalny. Oceny *Apolitycznych konformistów* nie zależały istotnie od manipulacji programem polityka. Wśród *Zadeklarowanych konserwatystów* oceny kandydata były minimalnie wyższe, gdy polityk nie miał programu i nie zauważono tego, niż kiedy zostało to zaakcentowane.

Ostatnia postawiona hipoteza zakładała, że deklarowane poparcie dla kandydata będzie wyższe, jeśli nie będzie miał programu i nie będzie to zauważone, w porównaniu z sytuacją, gdy będzie miał program, zarówno liberalny, jak i konserwatywny; natomiast będzie ono najniższe, gdy fakt braku programu będzie zauważony. Wyniki pokazały istotny wpływ manipulacji programem polityka na deklarowane poparcie. Deklarowane poparcie dla polityka było najwyższe, gdy nie miał on programu i nie zauważono tego, w porównaniu do wszystkich pozostałych warunków.

Wyniki przeprowadzonego badania pokazują, iż pozytywny stosunek do kandydata może iść w parze z gotowością do oddania na niego głosu: największe poparcie badanych zyskał ten kandydat, który zdobył u nich najwięcej sympatii. Jest to kolejny dowód na to, jak ważny jest wizerunek kandydata dla jego sukcesu wyborczego. Odpowiednie przygotowanie życiorysu jest w stanie stworzyć obraz człowieka takiego, jakiego wyborcy są w stanie zaakceptować jako swojego reprezentanta.

Ponadto uzyskane wyniki skłaniają raczej do negatywnej odpowiedzi na postawione pytania badawcze. Poparcie dla kandydata zależało istotnie jedynie od manipulacji jego programem, lecz nie od poglądów badanych. Chociaż w sytuacji, kiedy kandydat nie miał programu i nie zwracano na to uwagi, wyborcy o poglądach konserwatywnych oceniali jego poziom wspólnotowości zdecydowanie wyżej niż *Apolityczni konformiści*. Oceny *Zadekla-*

rowanych konserwatystów były również wyższe, gdy kandydat nie miał programu i nie podkreślano tego, niż gdy zostało to podkreślone, oraz gdy miał on program liberalny. Oznacza to, iż prawdopodobnie w tej grupie wyborców efekt manipulacji programem zadziałał silniej wyraźnie na wymiarze wspólnotowości. Zdecydowanie najlepsze nastawienie do kandydata bez programu, gdy nie zostało to zauważone oraz gdy fakt ten został zaznaczony, mieli *Edukacyjni postępowcy*. W obu tych przypadkach ich stosunek do kandydata był zdecydowanie bardziej przychylny niż do kandydatów zarówno liberalnych, jak i konserwatywnych.

Na podstawie wyników przeprowadzonych analiz można sformułować jeszcze jeden wniosek. W swoich programach politycznych partie – zwłaszcza PO, której stanowiska stanowiły podstawę opracowania liberalnego programu kandydata – z uwagi na wymiar liberalizmu-konserwatyzmu nie zajmują stanowisk problemowych zgodnych z preferencjami ich wyborców. Innymi słowy, poglądy zbieżne z wyznawanymi przez wyborców mogą znaleźć się w programach różnych partii, lecz raczej nie w programie jednego, konkretnego ugrupowania.

Literatura

1. Bennett, W.L. (1977). The ritualistic and pragmatic bases of political campaign discourse. *Quarterly Journal of Speech*, 63(3), 219-238.
2. Butler, P., Collins, N. (1994). Political marketing: Structure and process. *European Journal of Marketing*, 28(1), 19-34.
3. Cwalina, W., Falkowski, A. (2005). *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
4. Cwalina, W., Falkowski, A., Koniak, P., Mackiewicz, R. (2015). *Wieloznaczność w przekazach politycznych*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
5. Cwalina, W., Falkowski, A., Newman, B.I. (2011). *Political marketing: Theoretical and strategic foundations*. Armonk, NY: M.E. Sharpe.

6. Cwalina, W., Falkowski, A., Newman, B.I. (w druku). Political marketing: Theory and practice. W: C.V. Jansson-Boyd, M. Zawisza (red.), *International handbook of consumer psychology*. Abingdon: Taylor & Francis.
7. Cwalina, W., Koniak, P. (2014). Narzucanie ram interpretacji problemów i strategiczna wieloznaczność w manipulacji politycznej. W: D. Doliński, M. Gamian-Wilk (red.), *Przestrzenie manipulacji społecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
8. Dahl, R.A. (2000). *O demokracji*. Kraków: Wydawnictwo Znak.
9. Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. New York: HarperCollins Publishers.
10. Falkowski, A., Michalak, M. (2014). Backward framing and memory evaluation in political elections. *Journal of Political Marketing*, 13(1/2), 85-107.
11. Kern, M. (1989). *30-second politics: Political advertising in the eighties*. New York: Praeger.
12. Lees-Marshment, J. (2003). Political marketing: How to reach that pot of gold. *Journal of Political Marketing*, 2(1), 1-32.
13. Lees-Marshment, J. (2009). *Political marketing: principles and applications*. London: Routledge.
14. Newman, B.I. (1994). *The marketing of the president: Political marketing as campaign strategy*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
15. Newman, B.I. (1999). *The mass marketing of politics: Democracy in an age of manufactured images*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
16. Patton, G.W.R., Smith, B. (1980). The effect of taking issue position on ratings of political candidates. *Political Psychology*, 2(3/4), 20-34.
17. Sartori, G. (1998). *Teoria demokracji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
18. Scammell, M. (1996). The odd couple: Marketing and Maggie. *European Journal of Marketing*, 30(10/11), 114-126.

19. Schmitter, P.C., Karl, T.L. (1995). Czym jest demokracja... i czym nie jest. W: Szczupaczyński, J. (red.), *Władza i społeczeństwo. Antologia tekstów z zakresu socjologii polityki*, (28-38). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Scholar”.
20. Schoenwald, M. (1987). Marketing a political candidate. *Journal of Consumer Marketing*, 4(2), 57-63.
21. Tuman, J.S. (2008). *Political communication in American campaigns*. Thousand Oaks: Sage Publications.
22. Wattenberg, M.P. (1991). *The rise of candidate-centered politics: Presidential elections of the 1980s*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Załącznik 1. Materiał bodźcowy

Podczas najbliższych sześciu miesięcy będą zorganizowane wybory uzupełniające do Senatu RP. Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego wyszło z inicjatywą zaprezentowania wyborcom sylwetek polityków, którzy zamierzają kandydować w tych wyborach oraz ich poglądów w odniesieniu do kilku istotnych problemów społeczno-gospodarczych kraju.

Poniżej znajdują się informacje na temat bezpartyjnego kandydata na Senatora, które w ostatnich dniach zostały umieszczone na stronach Stowarzyszenia oraz zostały opublikowane w jednym z lokalnych dzienników.

Proszę o uważne zapoznanie się z nimi, a następnie o odpowiedź na kilka pytań dotyczących tego polityka.

Mirosław Martyniuk, urodził się 7 lutego 1965 r. w Warszawie. Jest żonaty, ma czworo dzieci. Nie należy do żadnej partii politycznej.

W 1988 r. ukończył studia na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego.

W 1989 r. ukończył studia podyplomowe na Dess Droit International du Commerce na Universite de Paris X Nanterre. W 1995 r. ukończył aplikację adwokacką.

W latach 1989-1992 pracował w kancelariach adwokackich w Paryżu i Nowym Jorku. Od 1992 do 1995 r. był aplikantem adwokackim w Kancelarii Adwokackiej Lawyer Service w Warszawie. W okresie 1995-1996 pełnił funkcję doradcy prezesa Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych. Od 1996 do 2011 r. był adwokatem i partnerem zarządzającym w Kancelarii Adwokackiej Martyniuk, Drogbisz i Wspólnicy.

[program konserwatywny]

Na podstawie analizy materiałów dostarczonych przez kandydata oraz jego wypowiedzi Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego zgromadziło następujące informacje o poglądach Mirosława Martyniuka.

Należy sprywatyzować służbę zdrowia	–
Publiczne szkoły wyższe powinny być bezpłatne	–
Polska powinna jak najszybciej wejść do strefy euro	przeciw
Należy przywrócić karę śmierci	–
Senat powinien zostać zlikwidowany	–
Inwestycje w alternatywne źródła energii powinny mieć istotne wsparcie z budżetu państwa	za
Należy wprowadzić podatek liniowy	przeciw
Większość sądów rejonowych powinna zostać zlikwidowana	przeciw
Nie należy prywatyzować przedsiębiorstw kluczowych dla polskiej gospodarki	za
Obowiązek szkolny powinien dotyczyć dzieci od 6 roku życia	przeciw

[program liberalny]

Na podstawie analizy materiałów dostarczonych przez kandydata oraz jego wypowiedzi Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego zgromadziło następujące informacje o poglądach Mirosława Martyniuka.

Należy sprywatyzować służbę zdrowia	–
Publiczne szkoły wyższe powinny być bezpłatne	–
Polska jak najszybciej powinna wejść do strefy euro	za
Należy przywrócić karę śmierci	–
Senat powinien zostać zlikwidowany	–
Inwestycje w alternatywne źródła energii powinny mieć istotne wsparcie z budżetu państwa	za
Należy wprowadzić podatek liniowy	za
Większość sądów rejonowych powinna zostać zlikwidowana	za
Nie należy prywatyzować przedsiębiorstw kluczowych dla polskiej gospodarki	przeciw
Obowiązek szkolny powinien dotyczyć dzieci od 6 roku życia	za

[brak programu z adnotacją na ten temat]

Pomimo prośby skierowanej do kandydata, ani na podstawie analizy jego wypowiedzi Stowarzyszeniu na Rzecz Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego nie udało się uzyskać żadnych informacji o poglądach Mirosława Martyniuka.

Należy sprywatyzować służbę zdrowia	–
Publiczne szkoły wyższe powinny być bezpłatne	–
Polska powinna jak najszybciej wejść do strefy euro	–
Należy przywrócić karę śmierci	–

Senat powinien zostać zlikwidowany	–
Inwestycje w alternatywne źródła energii powinny mieć istotne wsparcie z budżetu państwa	–
Należy wprowadzić podatek liniowy	–
Większość sądów rejonowych powinna zostać zlikwidowana	–
Nie należy prywatyzować przedsiębiorstw kluczowych dla polskiej gospodarki	–
Obowiązek szkolny powinien dotyczyć dzieci od 6 roku życia	–

[brak programu i brak adnotacji]

W tym warunku prezentowano wyłącznie notkę biograficzną.