



Wpływ sondaży na wyniki wyborów parlamentarnych

Henryk Domański

Wyniki badań sondażowych są jednym z czynników kształtujących preferencje wyborcze. Opierając się na danych z badań prowadzonych od sierpnia do września 2019 roku próbuję ustalić, jak oddziaływały one na przebieg wyborów parlamentarnych. Podstawą interpretacji były prawidłowości występujące we wszystkich systemach demokratycznych. Wyniki sondaży w jakimś stopniu zwiększyły szanse na zwycięstwo Prawa i Sprawiedliwości przez uruchomienie efektu „wozu z orkiestrą” i efektu „bliskości”, wzmacniając poczucie identyfikacji jej elektoratu z obozem rządzącym. Z drugiej strony, można się spodziewać przeniesienia za pośrednictwem wyników sondaży efektu *underdog* na popieranie Polskiego Stronnictwa Ludowego; chodzi o przekonanie wyborców, że ta partia nie zasłużyła na to, aby przegrywać w tak złym stylu, nie przechodząc progu 5%. Dla zwolenników Komitetu Wyborczego Sojusz Lewicy Demokratycznej (Lewica) czynnikiem zachęcającym było utrzymywanie 10–13% poparcia przez Lewicę, kosztem Koalicji Obywatelskiej. Przedstawione tu ustalenia wskazują, że wyniki sondaży prowadzonych w ostatnich miesiącach kampanii wyborczej nie odbiegały znacząco od siebie. Może to świadczyć o tym, że były one trafnym odzwierciedleniem faktycznego poparcia dla partii uczestniczących w wyborach, chociaż należy podkreślić, że nie dysponując zbiorami danych, nie poddałem tego stwierdzenia systematycznemu testowi.

Obecnie jest prawie niemożliwe, aby ludzie nie stykali się w jakimś stopniu z wynikami sondaży wyborczych. Oddziaływanie sondaży na poparcie udzielane partiom politycznym wydaje się nieuniknione, co potwierdzają wyniki badań prowadzonych m.in. w Stanach Zjednoczonych i w Wielkiej Brytanii – omówiła je m.in. Sibille Hardmeier (2008). Występowanie tej zależności dotyczy zwłaszcza prowadzenia kampanii wyborczych. Problem tkwi w tym, że – z jednej strony – badania sondażowe traktowane są jako naturalny element demokracji: są one podstawowym źródłem wiedzy o strukturze elektoratu, informują o zmianach poparcia dla partii politycznych, o ocenach opozycji i rządu oraz

o prawdopodobnych wynikach wyborów. Z drugiej strony, przypisuje się im rolę czynnika destrukcyjnego: zdaniem krytyków wyniki sondaży zniechęcają do głosowania zwolenników partii najstarszych i wymuszają na politykach szkodliwe dla państwa strategie podporządkowania programów wyborczych opinii publicznej. Niezależnie od zarzutu szkodenia demokracji, badania sondażowe dostarczają nietrafnej diagnozy wyborczej i należy poprawić ich jakość¹. Moja analiza dotyczy oddziaływania sondaży na kształtowanie się preferencji partyjnych w wyborach do parlamentu polskiego. Przedstawię argumenty wskazujące na przewagę funkcjonalnych aspektów badań sondażowych dla charakterystyki rzeczywistości społecznej, wskażę mechanizmy kryjące się za występowaniem tej zależności, ocenię trafność publikowanych sondaży wyborczych – a zwłaszcza, czy popełniane są błędy – oraz spróbuję wyjaśnić, skąd wynikają różnice.

Kierunki oddziaływania

Do rzadkich, chociaż występujących w polityce (i często cytowanych), przykładów posługiwania się sondażami w celu dyskredytowania oponentów należą wybory z 1990 roku w Nikaragui. Ośrodki badawcze odmówiły wtedy udostępnienia wyników, co potraktowano jako świadectwo zaangażowania się ich po stronie rządu (Miller 1991). W latach 90. w Kanadzie parlament próbował zakazać prowadzenia sondaży w trakcie kampanii wyborczej, w Brazylii i Francji prawo zabrania publikowania wyników przed wyborami, a w wielu krajach obowiązuje cisza wyborcza. Wszystko to może być dodatkowym uzasadnieniem dla podejmowania działań na rzecz ograniczania obecności sondaży w procesie wyborczym. Nie tylko bowiem pokazują one, jakie są preferencje partyjne, ale w nie ingerują.

Zacznijmy od oczywistego stwierdzenia: czynnikami, które uruchamiają mechanizmy oddziaływania sondaży na podejmowanie decyzji wyborczych, jest interesowanie się polityką, wiedza o wynikach sondaży oraz to, jaki ludzie robią z tej wiedzy użytek. Są to warunki konieczne, czyli bez nich zależność ta nie wystąpi. W przypadku Polski warunek zainteresowania polityką wydaje się spełniony. Z badań prowadzonych przez Centrum Badania Opinii Społecznej wynika, że w latach 1989–2015 zainteresowanie polityką oscylowało w przedziale 52–75%, a więc było dość duże. Nie była to jednokierunkowa tendencja – odsetki deklarowanego przez respondentów zainteresowania na przemian malały i rosły, aczkolwiek od 2013 do 2015 roku dokonał się znaczący wzrost tego zjawiska (z 56% do 75%). W uzupełnieniu dodam, że w 1989 i 2009 roku odsetki te były najniższe – w 2009 roku z trudnych do wyjaśnienia powodów (CBOS 2015)². Co do wpływu wiedzy o wynikach sondaży na preferencje partyjne można założyć, że powinien się zwiększać. Przypisuję to generalnej tendencji do rozwoju technologii prowadzenia komunikacji z otoczeniem społecznym. Skoro liczba sondaży rośnie, traktowane są one jako naturalny wkład do wiedzy o rzeczywistości społecznej – np. w Republice Federalnej Niemiec odsetek osób deklarujących śledzenie wyników badań wyborczych zwiększył się w latach 1950–1994 z 17% do 67% (w Polsce takich badań wówczas nie prowadzono).

Jaki użytek robią ludzie z wyników sondaży wyborczych?

Wyniki badań sondażowych mogą oddziaływać na określone preferencje partyjne, o ile takie istnieją, a konkretnie: mogą je wzmacniać, osłabiać lub zmieniać. Odnosi się to głównie do popierania partii

1 Zarzut destrukcyjnego wpływu badań sondażowych na demokrację wysunięto już po wyborach prezydenckich w Stanach Zjednoczonych w 1936 roku: głosujący, których opcja polityczna zwycięża, czują się niepotrzebni do odniesienia sukcesu, jak wówczas twierdzono, podczas gdy głosujący na stronę przegrywającą nie pójdą głosować, ponieważ uznają wybory za niepotrzebne, skoro ich kandydat skazany jest na porażkę.

2 Są to odsetki odpowiedzi na pytanie dotyczące zainteresowania polityką mierzone na pięciopunktowej skali, uzyskane przez połączenie kategorii „średnie”, „duże” i „bardzo duże”.

politycznych, chociaż – jak stwierdzono w niektórych analizach – oddziałują one nie tylko na postawy wyborcze, ale i na inne aspekty polityki, dotyczące np. oceny programów rządowych (Rothschild i Malhotra 2014). Występuje tu kilka prawidłowości. Które z nich pojawiły się w obecnej kampanii parlamentarnej?

Warunkiem wystąpienia tej zależności musi być chęć uczestniczenia w wyborach. Prowadzone na próbach ogólnokrajowych badania CBOS-u wskazują, że deklarowany przez respondentów udział w wyborach parlamentarnych wykazuje tendencję rosnącą. W grudniu 2012 roku odsetek ten wyniósł 56%, w lutym 2013 było to 58%, w październiku 2015 – 62%, we wrześniu 2017 – 69%, a w sierpniu 2019 – 77% (CBOS 2019a). Wprawdzie nie przekłada się to na rzeczywiste (znacznie niższe) wskaźniki frekwencji wyborczej, ale ważniejsze jest to, że wzrost deklarowanej aktywności może być w jakimś stopniu konsekwencją wiedzy wyniesionej z badań opinii publicznej.

W opinii przeciętnego obywatela Stanów Zjednoczonych rządy demokracji są przywilejem, który zasługuje na to, aby wspierać je poprzez uczestniczenie w wyborach (Aldrich 1993). Postawa ta określana jest mianem „obywatelskiego obowiązku” (*citizen duty*), co być może zaczyna się uaktywniać i u nas. Ludzie będą głosować lub przynajmniej wierzyć, że jest to jeden z kosztów funkcjonowania demokracji, który warto ponieść. Dodatkowym impulsem uwiarygodniającym to przekonanie byłyby wyniki sondaży wyborczych.

Rysuje się kilka możliwości oddziaływania sondaży na preferencje partyjne. Do najbardziej znanych zaliczany jest efekt „wozu z orkiestrą” (*bandwagoning*), czyli przyłączania się do prawdopodobnego zwycięzcy wyborów. Prawidłowość ta występuje zarówno wśród osób jeszcze niezdecydowanych, na kogo głosować, jak i wśród elektoratu o określonych preferencjach wyborczych, czyli przekonanego, że lepiej popierać stronę wygrywającą niż formację nierokujące sukcesu. Występowanie tej zależności zwiększa prawdopodobieństwo głosowania na partie lokujące się na szczycie rankingów poparcia prezentowanego w przekazach medialnych. W takim przypadku wyniki sondaży bezpośrednio rzutują na preferencje jednostek. Znaczący wpływ efektu „wozu z orkiestrą” na preferencje wyborcze stwierdzono w 42 analizach (na 45 przeprowadzonych), posługując się m.in. metodą eksperymentu – niezależnie od kraju, rodzaju demokracji i systemów partyjnych (Hardmeier 2008). Sugeruje to występowanie uniwersalnej prawidłowości obecnej może również w kampanii do polskiego Sejmu i Senatu.

Głównym beneficjentem efektu „wozu z orkiestrą” powinien być obóz Prawa i Sprawiedliwości, albowiem on dominuje. Utrzymywanie się wysokiego poparcia dla Prawa i Sprawiedliwości można by zatem przypisać nie tylko realizacji obietnic wyborczych, skuteczności prowadzonej polityki wydatków socjalnych i słabości partii opozycyjnych, ale i docierającej za pośrednictwem sondaży wyborczych do elektoratu wiedzy o utrzymywaniu przez PiS przewagi nad rywalami. Jeżeli krąg twardych zwolenników Prawa i Sprawiedliwości kształtuje się na poziomie 25–30%, to efekt *bandwagoning* może go wzmacniać o dodatkowe około 15% (tj. do poziomu uchwyconego w badaniach). Oczywiście psychologia dołączania się do zwycięzcy opiera się na informacjach pozyskiwanych z różnych źródeł, a nie tylko z sondaży wyborczych. Co do oddziaływania efektu „wozu z orkiestrą” skierowanego w drugą stronę, to powinien on najbardziej upośledzać Koalicję Obywatelską jako głównego konkurenta Prawa i Sprawiedliwości. Polegałoby to na przeniesieniu głosów części wyborców PO na rzecz PiS-u. W miarę upływu czasu PiS stawał się bardziej atrakcyjny zarówno wśród elektoratu wahającego się, na kogo głosować, jak i wśród części potencjalnych zwolenników PO.

W przeciwnym kierunku oddziałuje efekt „przegrywającego” (*underdog*): wyborcy czują się „winni” niepowodzenia jakiejś partii – powiedzmy Platformy Obywatelskiej – i przypisują je sobie. W ich

przekonaniu partia przegrywająca zasługuje na większe poparcie, co motywuje do przeniesienia na nią swych głosów, niezależnie od faktycznych sympatii. Oddziaływanie sondaży wyborczych polega tu na uruchamianiu mechanizmów związanych z potrzebą udzielenia pomocy stronie ponoszącej porażkę. Innym wyznacznikiem tych postaw jest chęć zademonstrowania sprzeciwu wobec elektoratu popierającego partię wygrywającą i głosowanie przeciwko poglądom większości, które należy odrzucić. Nawiązując do teorii dysonansu poznawczego (Festinger 1957) i dążenia do zgodności poglądów (Haider 1958), można argumentować, że ludzie uzasadniają swój wybór przez dowartościowywanie partii przegrywającej. Przypisują jej cechy pozytywne, chcąc przekonać siebie samych o słuszności wyboru. Na działanie efektu „przegrywającego” podatni są głównie sympatycy przegrywających formacji politycznych i osoby, które je kiedyś wspierały.

Odnosząc te mechanizmy do kampanii parlamentarnej w Polsce, można wnioskować, że warunki oddziaływania *underdog* najlepiej spełniało Polskie Stronnictwo Ludowe, słabiej Koalicja Obywatelska, prawie wcale ruch Kukiz'15, a chyba w ogóle Lewica, będąca jedyną formacją, która stosunkowo najwięcej zyskała po utworzeniu koalicji wyborczej. Odwrotnie PSL – po wyborach do Parlamentu Europejskiego w maju 2019 roku partia ta najwięcej straciła i do końca kampanii parlamentarnej nie wychodziła na ogół powyżej pięcioprocentowego poparcia. Porażka PSL-u w wyborach do PE mogła być głównym impulsem do uruchomienia efektu *underdog*, poza tym, że mogło ono również liczyć na skojarzenie z tradycją ruchu ludowego i na sympatię wynikającą z kultywowania polskości. Polskie Stronnictwo Ludowe utożsamiane jest z obroną interesów polskiej wsi i rolnictwa, nie zasłużyło więc, aby przegrywać. Co do strukturalnego zaplecza wspierania „przegrywającego”, to w przypadku PSL-u taka postawa powinna być nadreprezentowana w klasie chłopskiej. Okazuje się jednak, że tak nie jest. Rzadko spotykaną zmianą w strukturze sceny wyborczej było przejęcie elektoratu rolników przez PiS. Kategoria rolników jest najbardziej konsekwentnym zwolennikiem Prawa i Sprawiedliwości w porównaniu z innymi kategoriami społeczno-zawodowymi. Na przykład w świetle badania CBOS-u przeprowadzonego we wrześniu 2019 roku po stronie zwolenników PiS-u opowiadało się aż 74% rolników, podczas gdy głosowanie na PSL deklarowało tylko 5% (CBOS 2019a). Od 2015 roku tendencja ta systematycznie wzrastała. Oznacza to, że jeżeli PSL mogło liczyć na efekt *underdog*, to z jakiegoś innego powodu.

Należy odnotować, że jak wynikałoby z badań, mechanizm kierowania się motywem *underdog* słabiej oddziałuje na postawy wyborcze niż efekt *bandwagoning* (Dahlgaard i in. 2016). Można z tego wnioskować, że ewentualne wystąpienie chęci udzielenia pomocy „niezasłużeniemu” przegrywającemu PSL-owi nie poprawi znacząco jego notowań. To samo dotyczy korzyści związanych z efektem „przegrywającego” dla PO i Kukiz'15. Gdyby zachować proporcje, to Platforma Obywatelska nie kwalifikuje się tak bardzo do grona partii przegranych, jak Polskie Stronnictwo Ludowe. Mimo że przez ostatnie 4 lata Platforma niezmiennie ustępowała PiS-owi, notowania jej były raczej stabilne i w odczuciu społecznym nie była zaliczana do strony przegrywającej. A przynajmniej nie na tyle, żeby warto było oddawać na nią swój głos kosztem popierania innych formacji. Lepszym kandydatem do pozyskania tego efektu byłby ruch Kukiz'15. Wyniki badań sondażowych lokowały go do niedawna na trzeciej pozycji, podczas gdy obecnie wskaźniki te nie przekraczają 2-3%. Z drugiej strony, przeciwdziała temu wizja rozpadania się tej formacji, trudne do zrozumienia (co do kontrowersyjnego charakteru) kontakty z siłami i postaciami politycznymi, takimi jak włoskie partie Ruch Pięciu Gwiazd, Liga Północna i Matteo Salvini oraz przekonanie o schyłkowym charakterze ruchu Kukiz'15. Tylko zdeterminowani sympatycy modelu bezpośredniej demokracji mogą skłaniać się do przeniesienia na Kukiz'15 swych głosów.

Elementy polskiego kontekstu

Powinno być jasne, ale warto podkreślić, że wyniki badań sondażowych są tylko jednym z czynników kształtujących preferencje wyborcze. Mogą one oddziaływać silniej lub słabiej (co wiąże się m.in. z poziomem wykształcenia i wiekiem wyborców), a prawdopodobnie część ludzi w ogóle ich nie uwzględnia.

Czynnikiem neutralizującym wpływ badań sondażowych jest, po pierwsze, siła identyfikacji partyjnych³. Można założyć, że w im większym stopniu ludzie utożsamiają się z PiS-em lub PO, tym są mniej skłonni do kierowania się wynikami sondaży wyborczych. Wyniki niektórych badań wskazują, że czynnikiem osłabiającym siłę identyfikacji z danym ugrupowaniem jest dominacja na scenie politycznej dwóch partii, natomiast wzmacnia tę identyfikację system wielopartyjny, otwierający więcej możliwości wyboru (Abramowitz i Webster 2016). Inne analizy nie potwierdzają tej zależności. Jak jest w Polsce?

Zakładając, że silniejsza identyfikacja z partiami politycznymi powinna osłabiać wpływ badań wyborczych, najbardziej odporny na wyniki sondaży wydaje się elektorat Prawa i Sprawiedliwości. Jeżeli wskaźnikiem silniejszej identyfikacji jest pozytywna odpowiedź na pytanie dotyczące reprezentowania interesów i poglądów przez partię, to w 2017 roku PiS miał ich prawie dwukrotnie więcej (31%) w porównaniu z PO (17%), przy czym różnica na korzyść PiS-u wzrastała: np. w latach 2013–2017 odsetek ten zwiększył się z 14% do 31%, natomiast dla PO obniżył się z 21% do 17% (CBOS 2017)⁴. Z tych samych badań wynika, że 89% respondentów deklarujących głosowanie na PiS wskazywało, iż partia ta reprezentuje ich interesy, podczas gdy w odniesieniu do elektoratu Platformy odsetek ten wyniósł 69%. Zaskakujące, bo niezgodne ze stereotypem, były słabe identyfikacje z partiami lewicowymi (Razem i SLD), a zwłaszcza z PSL-em. Jednak „odporny” nie znaczy, że impregnowany na wyniki badań sondażowych. Prawdopodobnie brzmi teza, że zjawiskiem działającym na korzyść Prawa i Sprawiedliwości jest utrzymywanie się dominacji tej partii na scenie wyborczej: zwolennicy PiS-u stale widzą powtarzające się 42–46% poparcia, co jeszcze bardziej utwierdza ich w przekonaniu, że warto głosować na tę partię.

Drugim czynnikiem modyfikującym preferencje wyborcze mogło być stosowanie „głosowania strategicznego”. Kierując się zasadą racjonalnego wyboru, ludzie przenoszą poparcie na tę partię, która ma większe szanse odniesienia sukcesu, ponieważ głosowanie na partię bliższą sobie jest równoznaczne ze zmarnowaniem głosów na rzecz przeciwnika (Moy i Rinke 2012). Zasada „głosowania strategicznego” wydaje się najlepszym rozwiązaniem w systemach dwupartyjnych, takich jak Stany Zjednoczone i Wielka Brytania. Próbowano ją zastosować i u nas, czego przykładem były wypowiedzi liderów PO na etapie budowania koalicji przez partie opozycyjne. Grzegorz Schetyna i inni przekonywali, że samodzielny start w wyborach parlamentarnych jest zmarnowaniem głosu na korzyść Prawa i Sprawiedliwości, stąd optymalnym posunięciem jest zawiązanie aliansu w postaci Koalicji Obywatelskiej. Zasada „głosowania strategicznego” może być odbierana jako oznaka „porzucania tonącego okrętu”, przez co przypomina strategię „wozu z orkiestrą” – różni się od niej motywacją, chociaż w obu przypadkach występuje zjawisko przenoszenia głosów na inne formacje. Odwołując się do badań dotyczących skłonności do głosowania na partię drugiego wyboru, można wnioskować, że potencjalne podłoże kierowania się „głosowaniem strategicznym” jest stosunkowo wysokie. W szczególności dotyczy to elektoratu Lewicy: aż 45% respondentów deklarujących chęć głosowania na Lewicę stwierdziło, że decydując się na dokonanie drugiego wyboru, poparłoby blok Koalicji Obywatelskiej. W przypadku zwolenników komitetu obejmującego PSL i ruch Kukiz'15 odsetek deklarujących głosowanie na KO wyniósł 27% (CBOS

3 Nazywana efektem „bliżkości”, który określanym jest w literaturze anglosaskiej mianem *proximity*.

4 Respondenci odpowiadali na pytanie: „Która z partii/inicjatyw politycznych najlepiej wyraża Pana(i) poglądy i interesy?”.

2019b)⁵. Jednak biorąc pod uwagę dynamikę wydarzeń po wyborach do Parlamentu Europejskiego, czynnikiem zniechęcającym zwolenników PSL-u i Lewicy – który, jak się wydaje, przeważał – było przekonanie, że głosowanie przeciwko PiS-owi w ramach wspólnego bloku opozycyjnego nie rekompensuje osłabienia podmiotowości elektoratu na scenie wyborczej, a głównym beneficjentem przeniesienia głosów na Koalicję stałaby się Platforma Obywatelska, czego ci wyborcy nie chcieli. Przekonywanie o konieczności „głosowania strategicznego” na KO mogło co najwyżej pozytywnie skutkować w odniesieniu do elektoratu partii niszowych, takich jak Zieloni i Nowoczesna.

Na głosowanie strategiczne nakłada się zasada „efektywności”. Polega ona na rozumowaniu: pójdę głosować, o ile będzie miało to znaczący wpływ na wyniki wyborów – w przeciwnym razie będzie to inwestycja stracona. Strategia efektywności traktowana jest jako alternatywa dla kierowania się zasadą „obowiązku obywatelskiego”. Sprzyja obniżeniu frekwencji wyborczej w sytuacji, gdy można z dużym prawdopodobieństwem przewidzieć wynik jako przesądzony i dominuje przekonanie, że głos jednego obywatela niewiele go zmieni. Strategia efektywności występuje również w warunkach małej rywalizacji między partiami – co akurat Polsce nie grozi. Postrzeganie sceny wyborczej w kategoriach „efektywności” bardziej sprzyjało PiS-owi, obniżając notowania PO, oczywiście po wyłączeniu innych motywacji omówionych powyżej. Nie byłaby to opłacalna strategia w odniesieniu do elektoratu PSL-u, SLD i nowych formacji, takich jak Konfederacja Wolność i Niepodległość i Wiosna Roberta Biedronia, które aspirują do znalezienia się w parlamencie i będą robiły wszystko, aby im się to udało.

Ocena jakości sondaży wyborczych

Zwyczaj się sądzić, że stosunkowo najlepszą metodą testowania trafności sondaży są wyniki wyborów. Przekonanie to należy skorygować w czterech punktach. Po pierwsze, głosy wrzucane do urny wyborczej i te pochodzące z badań poprzedzających wybory dotyczą różnych stanów rzeczywistości i nie mogą się dokładnie pokrywać. Drugim źródłem tej rozbieżności są zmiany preferencji wyborczych – to oczywiste, że nie wszyscy mają skryształizowane poglądy. Trzecim czynnikiem jest dynamika wydarzeń towarzyszących każdej kampanii wyborczej, które rzutują na ocenę partii politycznych – takich jak wynik telewizyjnej debaty między politykami, ujawnione w ostatniej chwili zarzuty dotyczące korupcji lub też emocjonalne wystąpienia podważające wiarygodność klasy rządzącej (klasycznym przykładem tego ostatniego był przypadek Beaty Sawickiej w wyborach z 2007 roku). Po czwarte, duża część respondentów deklarujących w badaniach poparcie dla partii nie uczestniczy w wyborach, co powoduje osłabienie trafności prognozy wyborczej (ponieważ nieuczestniczenie skorelowane jest na ogół z politycznymi poglądami badanych).

Jednym z częściej stosowanych wskaźników trafności jest zgodność między wynikami badań. Większa zgodność może być traktowana jako świadectwo dokładniejszego pomiaru preferencji wyborczych. W tabeli 1. zamieszczone są wyniki wybranych badań sondażowych prowadzonych od 14 sierpnia do 25 września 2019 roku⁶. Analiza obejmuje 5 partii/komitetów wyborczych, których wyniki były publikowane najczęściej. Czynnikiem ograniczającym ocenę wiarygodności tych danych jest to, że nie możemy wykluczyć występowania efektu stabilnych preferencji wyborczych. Oznacza to, że wysoki poziom zgodności między wynikami tych badań nie musi być rezultatem ich wysokiej trafności, tylko

5 Respondenci odpowiadali na pytanie: „Gdyby mógł (mogła) Pan(i) głosować na kandydatów jeszcze jednej partii/komitetu wyborczego, to który wybrał(a)by Pan(i) jako drugi?”.

6 Są to wyniki sondaży prowadzonych przez znane firmy badawcze, opublikowanych w Internecie (Wirtualna Polska, Onet.pl). Dla celów tej analizy wybrałem tylko niektóre (w tabeli jest ich w sumie 12), tak aby stanowiły w miarę równomiernie odzwierciedlenie zmian w czasie. Dane ograniczone są do sierpnia i września 2019 roku, po przekształceniu się partii w komitety wyborcze. Dopiero od sierpnia 2019 roku można je było porównywać ze sobą.

niezmieniających się opinii respondentów. W analizie trafności najlepiej byłoby się posłużyć wynikami z badań realizowanych w tym samym punkcie czasowym, co nie jest rzecz jasna możliwe.

Tabela 1. Odsetki respondentów deklarujących głosowanie na partie polityczne od sierpnia do września 2019

Partie/ bloki wy- borcze	14.08. IPSOS	21.08.	22.08. Kan- tar	24.08. IBRiS	4-5.09. Esty- mator	4-6.09. Pollster	6-7.09. IBRiS	6-11.09. Kantar	12- 19.09. CBOS	20- 21.09. IBRiS	22.09. Social Chan- ges	24- 25.09. Poll- ster
PiS	41,0	41,3	39,0	41,3	47,2	45,0	42,4	40,0	46,4	44,5	47,2	45,0
Koalicja Obywa- telska	28,0	28,5	30,0	25,0	27,4	28,0	22,7	24,0	23,2	23,9	26,1	26,0
Koalicja Polska (PSL i Ku- kiz'15)	5,0	5,7	6,0	5,8	6,0	7,0	5,6	6,0	5,2	6,0	6,8	7,0
Lewica	13,0	11,3	11,0	13,3	12,9	14,0	13,1	11,0	7,7	14,1	12,4	14,0
Konfe- deracja Wolność i Niepod- ległość	5,0	3,1	6,0	5,3	3,9	4,0	3,4	2,0	3,1	4,4	7,5	5,0

Dopuszczając możliwość wystąpienia błędu, należy zauważyć, że wyniki uwzględnionych w tej analizie sondaży charakteryzują się raczej wysokim poziomem spójności. Dotyczy to zarówno wyłaniającego się z nich rankingu preferencji wyborczych, jak i dystansów między partiami. Wyraźnie największym poparciem cieszyło się Prawo i Sprawiedliwość, wyprzedzając średnio o 17-18 punktów procentowych Koalicję Obywatelską. Na trzecim miejscu lokowała się Lewica przed Koalicją Polską, a najniższą pozycję zajmowała Konfederacja Wolność i Niepodległość. Nieco słabiej rysowała się spójność między wielkościami deklarowanego poparcia, przy czym najbardziej na ocenę krytyczną wystawione są wyniki badań prowadzonych w krótkim przedziale czasowym. Odnosi się to głównie do wyników uzyskanych dla PiS-u. Odsetki respondentów deklarujących głosowanie na PiS w dniach 4-7 września wynosiły odpowiednio 47,2%, 45% i 42,4%. Mało prawdopodobne, aby poparcie dla formacji rządzącej mogło się tak nagle obniżyć. To samo dotyczy notowań Lewicy w badaniach CBOS-u – spadek do 7,7% w porównaniu z 11% uzyskanymi przez Kantar i ponowny wzrost do 14,1% w badaniach IBRiS. Wyniki te powinny być bardziej zgodne ze sobą – a nie są.

Niemniej były to jedyne różnice, na podstawie których można domniemywać, że uzyskane wyniki nie były odzwierciedleniem faktycznych preferencji wyborczych, ale mankamentów badań (związanych z doбором próby, błędami w zadawaniu pytań lub posługiwaniem się różnymi technikami prowadzenia wywiadu – CATI, CAPI itd.). Potwierdzeniem wysokiej zgodności tych danych jest występowanie niskiej zależności między odsetkami poparcia a datą przeprowadzenia badania. Siła zależności między tymi zmiennymi kształtuje się na poziomie 0,004-0,10, co wskazywałoby, że były one stabilne⁷. Utrzymywanie się w sumie wysokiej zgodności między wynikami badań może świadczyć o tym, że są one trafnym odzwierciedleniem preferencji partyjnych, co oczywiście nie musi być równoznaczne

7 Wartość współczynnika niepewności wyniosła 0,004, współczynnika korelacji Phi 0,102, a współczynnika Cramera 0,101.

z trafnością prognozy wyborczej. W celu dokładniejszego zobrazowania spójności wyników sondaży, w tabeli 2 (w trzeciej kolumnie) zamieściłem je w postaci współczynników zmienności. Wartość 0 informowałaby o całkowitej zgodności między odsetkami preferencji wyborczych w kolejnych badaniach, natomiast w miarę wzrostu zróżnicowania tych danych wartość V się zwiększa⁸.

Tabela 2. Zmienność wyników sondaży wyborczych dla partii politycznych od sierpnia do września 2019

Partie/bloki wyborcze	Średnia arytmetyczna	Odchylenie standardowe	Współczynnik zmienności	Liczba sondaży
PiS	43,36	2,87	0,066	14
Koalicja Obywatelska	25,71	2,52	0,098	14
Koalicja Polska (PSL i Kukiz'15)	6,13	0,81	0,132	14
Lewica	12,56	1,80	0,143	14
Konfederacja Wolność i Niepodległość	4,39	1,49	0,338	14

Wyniki są interesujące, chociaż nie zaskakują. Największą zgodnością charakteryzowało się poparcie dla obozu Prawa i Sprawiedliwości – formacji politycznej wywodzącej się ze wspólnych korzeni, o elektoracie najbardziej zwartym i niesionym na fali przewidywanego sukcesu. Mniejsza zgodność wystąpiła między respondentami deklarującymi głosowanie na Koalicję Obywatelską, a w jeszcze mniejszym stopniu dotyczyło to aliansu PSL-u z ruchem Kukiz'15 i Lewicy. Obie te formacje utworzono prawie na ostatnim etapie kampanii wyborczej, w wyniku konsolidowania się partii o różnym rodowodzie i programach wyborczych, co sprzyjało dezorientacji potencjalnych zwolenników i utrudniało podjęcie decyzji. Bardziej skryształizowana w odbiorze społecznym była Koalicja Obywatelska, kojarzona jednoznacznie z Platformą Obywatelską i konsekwentna w tworzeniu opozycji przeciwko PiS-owi. W przekroju wszystkich badań sondażowych zdecydowanie najmniej spójne były preferencje wyborcze dotyczące głosowania na Konfederację Wolność i Niepodległość. Jednoczyła ona formacje nieokreślone programowo, o różnym rodowodzie i bez zaplecza organizacyjnego, dziedzicząc wszystkie mankamenty Koalicji Polskiej związane z konsolidowaniem się sił politycznych *ad hoc*.

Wnioski podsumowujące

Oddziaływanie sondaży na preferencje wyborcze jest faktem, którego nie da się uniknąć. Omówiłem to na przykładzie mechanizmów występujących we wszystkich demokracjach, jednak zależy to również od sposobów wykorzystywania danych sondażowych przez polityków, partie i media. Są to prawidłowości o zasięgu uniwersalnym, co rzutuje na orientacje polityczne – niezależnie od innych zjawisk,

⁸ Wielkość współczynnika zmienności (V) jest ilorazem wartości odchylenia standardowego i średniej arytmetycznej, zamieszczonych w pierwszej i drugiej kolumnie tabeli 2. Możliwość porównania mierzonej w ten sposób zmienności między partiami wynika z relatywizacji odchyłeń standardowych do średnich. Wartości V obliczyłem dla większej liczby sondaży niż w tabeli 1, dodając 2 wyniki uzyskane przez firmę Pollster: z 15 i 24–25 września 2019 roku.

związanych z cechami położenia społecznego wyborców (zwłaszcza z poziomem ich wykształcenia i przynależnością klasową), rodzajem demokracji i strukturą sceny wyborczej.

Najważniejsze pytanie dotyczyło wpływu badań sondażowych na przebieg obecnych wyborów. Odwołując się do obserwacji, próbowałem wykazać, że wpływ ten można wskazać w różnych kierunkach w zależności od bloków partyjnych. Prawdopodobnie jest tak, że wyniki sondaży w jakimś stopniu zwiększyły szanse na zwycięstwo Prawa i Sprawiedliwości, przez uruchomienie efektu „wozu z orkiestrą” i efektu „bliskości”, wzmacniając poczucie identyfikacji jej elektoratu z obozem rządzącym. Z drugiej strony, można się spodziewać przeniesienia za pośrednictwem wyników sondaży efektu *underdog* na popieranie PSL-u, ponieważ wśród wyborców pojawiło się przekonanie, że Polskie Stronnictwo Ludowe nie zasłużyło na przegraną w tak złym stylu, nie przechodząc progę 5%. Z kolei, dla zwolenników Lewicy czynnikiem zachęcającym było utrzymywanie 10–13% poparcia przez Lewicę – mógł być to jakiś impuls dla głosowania strategicznego, kosztem Koalicji Obywatelskiej. I jeszcze jedno – fakt, że Prawo i Sprawiedliwość stale uzyskuje tak wysokie poparcie, zachowując wyraźną przewagę nad Koalicją Obywatelską, skłania do wniosku, że na wyniki sondaży już nie działa efekt błędu „poprawności politycznej”, nazywany efektem Bradleya (czasami Wildera). PiS przestał być traktowany przez respondentów jako partia ludzi, którym się nie powiodło, i wiecznych nieudaczników, na którą nie wypada głosować.

W jakim stopniu należy wierzyć sondażom wyborczym, to znaczy na ile są one trafnym odzwierciedleniem faktycznych nastrojów i postaw? Jeżeli chcemy „mierzyć” rzeczywistość, nie wynaleziono lepszego narzędzia poznawania (poza metodą eksperymentu). Przedstawione tu ustalenia wskazują, że wyniki sondaży prowadzonych w ostatnich miesiącach kampanii wyborczej nie odbiegały znacząco od siebie. Może to świadczyć o tym, że były one trafnym odzwierciedleniem faktycznego poparcia dla partii uczestniczących w wyborach. Należy podkreślić, że stwierdzenie to nie zostało tu poddane systematycznemu testowi. W szczególności nie kontrolowałem oddziaływania innych potencjalnych czynników „błędu” – chociaż z drugiej strony przedmiotem analizy były różne firmy badawcze, posługujące się różnymi narzędziami (CAPI, CATI), zadające na ogół różne pytania i stosujące różne schematy doboru respondentów. Wszystkie badania CBOS-u prowadzone są na próbach losowych, a pozostałe firmy posługują się różnymi wariantami doboru kwotowego. Można powiedzieć, że w tym stopniu, w jakim wysoka spójność wyników sondaży informuje o trafności pomiaru, mierzyły one preferencje wyborcze tak, jak powinny.

Na koniec kilka zdań na temat poprawy jakości. Krytycy badań sondażowych powinni brać pod uwagę stały postęp, jaki dokonuje się w dziedzinie technologii komunikowania się z respondentami, zapisu (kodowania) informacji, kontroli pracy ankierów, zwłaszcza na etapie analiz. Nie ma powodu, aby wątpić, że standardy te stosowane są również przez polskie firmy badawcze. Największym zagrożeniem jest malejący odsetek realizacji, czyli zwiększająca się liczba jednostek „nieдоступnych”, głównie tych, którzy odmawiają uczestniczenia w badaniu. Badania opinii publicznej prowadzone są na ogół w ciągu 2–3 dni i prowadzący je nie mogą sobie pozwolić – co jest normą w badaniach akademickich – na wydłużanie czasu badania do kilku tygodni. Nie wiemy, jak firmy radzą sobie ze wzrostem niedostępności – metoda zastępowania jednostek niedostępnych stosowana głównie w badaniach realizowanych na próbach kwotowych nie eliminuje „błędu systematycznego”. Czynnikiem podnoszącym wiarygodność jest instytucja audytu. Kilka lat temu Organizacja Firm Badania Opinii i Rynku zleciła ocenę pracy firm badawczych w wyborach prezydenckich z 2010 roku komisji zewnętrznej (Domański i in. 2010). Zakładając, że wiarygodność leży w interesie wszystkich firm należących od OFBOR, rekomendowałbym powtarzanie audytów.

Bibliografia

- Abramowitz A.I. i Webster S. 2016, *The rise of negative partisanship and the nationalization of U.S. elections in the 21st century*. „Electoral Studies” 41, s. 12–22.
- Aldrich J.H. 1993. *Rational choice and turnout*. „American Journal of Political Science” 24, s. 62–78.
- CBOS 2015, Zainteresowanie polityką i poglądy polityczne w latach 1989–2015. Deklaracje ludzi młodych na tle ogółu badanych. „Komunikat z badań”, nr 135.
- CBOS 2017, Reprezentatywność sceny politycznej. „Komunikat z badań”, nr 80.
- CBOS 2019a, Preferencje partyjne we wrześniu. „Komunikat z badań”, nr 114.
- CBOS 2019b, O udziale w wyborach, pewności głosowania, obawach i przewidywaniach wyborczych. „Komunikat z badań”, nr 115.
- Dahlgard J.E, Jonas H.H., Hedegaard H., Hansen K.M. i Larsen M.V.. 2016, *How are Voters Influenced by Opinion Polls? The Effect of Polls on Voting Behavior and Party Sympathy*. „World Political Sciences” 12, s. 283–300.
- Domański H., Markowski R., Sawiński Z. i Sztabiński P. 2010, Ocena metodologii i rezultatów badań poprzedzających pierwszą i drugą turę wyborów prezydenckich w 2010 roku. *Raport dla OFBOR*.
- Festinger L. 1957, *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Hardmeier S. 2008, *The effects of published polls on citizens*. w: W. Donsbach i M.W. Traugott (red.), *The SAGE Handbook of Public Opinion Research*. Los Angeles: Sage, s. 504–513.
- Heider F. 1958. *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Wiley.
- Miller P. 1991. *Which Side Are You On? The 1990 Nicaraguan Poll Debacle*. „Public Opinion Quarterly” 55, s. 281–302.
- Moy P. i Rinke E.M. 2012, *Attitudinal and Behavioral Consequences of Published Opinion Polls*. w: „Opinion Polls and the Media. Reflecting and Shaping Public Opinion”, s. 225–245.
- Rothschild D. i Malhotra N. 2014, *Are public opinion polls self-fulfilling prophecies?* „Research and Politics”, July–September 2014, s. 1–10.

Henryk Domański (ur. 1952) – socjolog, prof. dr hab., kierownik Zakładu Badania Struktury Społecznej i Zespołu Studiów nad Metodami i Technikami Badań Socjologicznych w Instytucie Filozofii i Socjologii PAN w Warszawie. W latach 1997–2000 redaktor naczelny „Studiów Socjologicznych”. W latach 2000–2012 dyrektor Instytutu Filozofii i Socjologii PAN. Kierownik kilku projektów badań empirycznych: m.in.: *Struktura społeczna w latach 90. w Polsce: dynamika i stabilność* (1993) oraz *Jak formują się w Polsce klasy średnie?* (1998). Wydał m.in.: *Ubóstwo w społeczeństwach postkomunistycznych* (2002), *Struktura społeczna* (2004), *O ruchliwości społecznej w Polsce* (2004), *Niepokoje polskie* (red., z Antoniną Ostrowską i Andrzejem Rychardem, 2004), *Polska. Jedna czy wiele?* (z Andrzejem Rychardem i Pawłem Śpiewakiem, 2005), *Homogamia małżeńska a hierarchie społeczne* (z Dariuszem Przybyszem, 2007), *Inteligencja w Polsce. Specjaliści, twórcy, klerkowie, klasa średnia?* (red., 2008), *Strukturalne podstawy demokracji* (red., 2008), *Społeczeństwa europejskie. Stratyfikacja i systemy wartości* (2009), *Legitymizacja w Polsce. Nieustający kryzys w zmieniających się warunkach?* (red., z Andrzejem Rychardem, 2010).

Fundacja im. Stefana Batorego

Sapieżyńska 10a
00-215 Warszawa
tel. (48-22) 536 02 00
fax (48-22) 536 02 20
batory@batory.org.pl
www.batory.org.pl

Teksty udostępnione na licencji Creative Commons. Uznanie autorstwa na tych samych warunkach

3.0 Polska (CC BY SA 3.0 PL)



Redakcja: Izabella Sariusz-Skąpska

Warszawa 2019

ISBN 978-83-65882-90-5