

Wizerunki partii politycznych
Dr hab. Norbert Maliszewski

12 – 15 czerwca 2015 roku

Kukiz lepiej oceniany niż PiS i PO

W badaniach sondażowych rośnie poparcie dla Kukiza, traci Platforma Obywatelska. Skąd taki wzrost notowań dla projektu Kukiza, który pozostaje wielką niewiadomą? Dlaczego poparcie dla PiS nie rośnie, pomimo zwycięstwa prezydenta-elekta Andrzeja Dudy? Czy PO ma jakieś jeszcze zalety, na których może oprzeć swój nowy przekaz? Co z wizerunkiem PSL? W celu zrozumienia tych procesów przeprowadzono badania wizerunkowe.

PiS jest liderem sondaży (29 proc.), ale nie zyskuje poparcia po wygranych wyborach przez prezydenta Andrzeja Dudę. Brak bonusu dla PiS za sukces jest związany z pojawieniem się projektu Pawła Kukiza (22,5 proc.), który zagospodarował obecne nastroje społeczne "zmiany", "niezadowolenia". PO tracąca poparcie spadła na trzecią pozycję (21 proc.).

Wyniki badania wizerunkowego Ariadna (przeprowadzone w dniach 12 - 15 czerwca 2015 roku metodą CAWI na ogólnopolskiej próbie Polaków liczącej N=1018 osób) są przesłanką dla interpretacji tych procesów. Respondenci oceniają partię pod względem 17 cech. Jako średnia tych ocen liczony jest potencjał wizerunkowy partii.

To duże zaskoczenie, ale najlepszy wizerunek ma obecnie projekt Kukiza (30 proc.). Drugie miejsce zajmuje PiS (26 proc.), a dopiero trzecie miejsca zajmuje lider ze stycznia PO (19 proc.).

Kukiz to „trybun ludowy”, który cieszy się zaufaniem, rozumie potrzeby przeciętnych Polaków, troszczy się o równe szanse dla wszystkich. Ciekawe, iż nieistniejący jeszcze projekt jest bardziej wiarygodny w ocenie badanych niż PiS czy PO. Wynik ten jest przejawem zmęczenia, zwłaszcza młodych ludzi, elitami politycznymi, dotychczasowym sporem pomiędzy PiS a PO. Kukiz ma jeszcze potencjał wzrostu poparcia w sondażach, ale duża część wyborców wciąż waha się, czy głosować na niego, nie znając programu, ani osób, które wprowadziłby do Sejmu lider tego projektu.

PiS to "prawicowy szeryf", gdyż gospodaruje te cechy, które tradycyjnie są przypisywane tej partii jak praworządność, walka z korupcją. Ważne dla tego ugrupowania jest także to, iż PiS postrzegane jest jako partia skuteczna w rozwiązywaniu problemów społecznych. Pomimo wygranej Andrzeja Dudy wizerunek PiS praktycznie się nie zmienił. Nie dziwi zatem pomysł, aby udany zabieg z czasów kampanii prezydenckiej, zastosować także podczas wyborów parlamentarnych. Kandydatką PiS na premiera jutro prawdopodobnie zostanie wskazana szefowa sztabu prezydenta-elekta Beata Szydło. Wyniki sugerują też zmianę nastrojów społecznych, które będą dawać PiS wiatr w żagle. Zmieniły się priorytety w ocenach wyborców na takie, które korzystne są dla PiS. Po aferach (np. taśmowej), tak jak w 2005 roku, wróciła koniunktura na rewolucję moralną i wrażliwość socjalną, a te cechy gospodaruje PiS.

Platforma Obywatelska to pragmatyk, a więc dobrze jest postrzegana w zakresie kompetencji gospodarczych, wykorzystywania środków unijnych, działania w czasach kryzysu, jako gwarant bezpieczeństwa. Problemem PO jest to, że koniunktura na te tematy minęła. W tę stronę mogą podążać jej działania wizerunkowe w czasie kampanii, aby przywrócić znaczenie owego pragmatyzmu. PO natomiast najczęściej traci w sferze wiarygodności, zaufania, dystansu władzy. Zmianie tych złych ocen służył ostatni reset, czyli odsunięcie polityków związanych z aferami i dopuszczenie "świeżej krwi", autorytetów społecznych jak prof. Zembala. Niemniej jednak to wciąż mało, aby odzyskać zaufanie i takie próby PO będzie podejmować przez najbliższe miesiące.

Nowoczesna PL wytraciła dynamikę wzrostów i jej notowania są bliskie progu 5 proc. Znajduje się w tej samej ćwiartce na mapie percepcji, co projekt Kukiza, ale bliżej środka. Oznacza to, że nie ma silnego, wyrazistego wizerunku. Ryszard Petru nie porywa tak tłumów jak Paweł Kukiz. Jego liberalna oferta ma charakter bardziej niszowy.

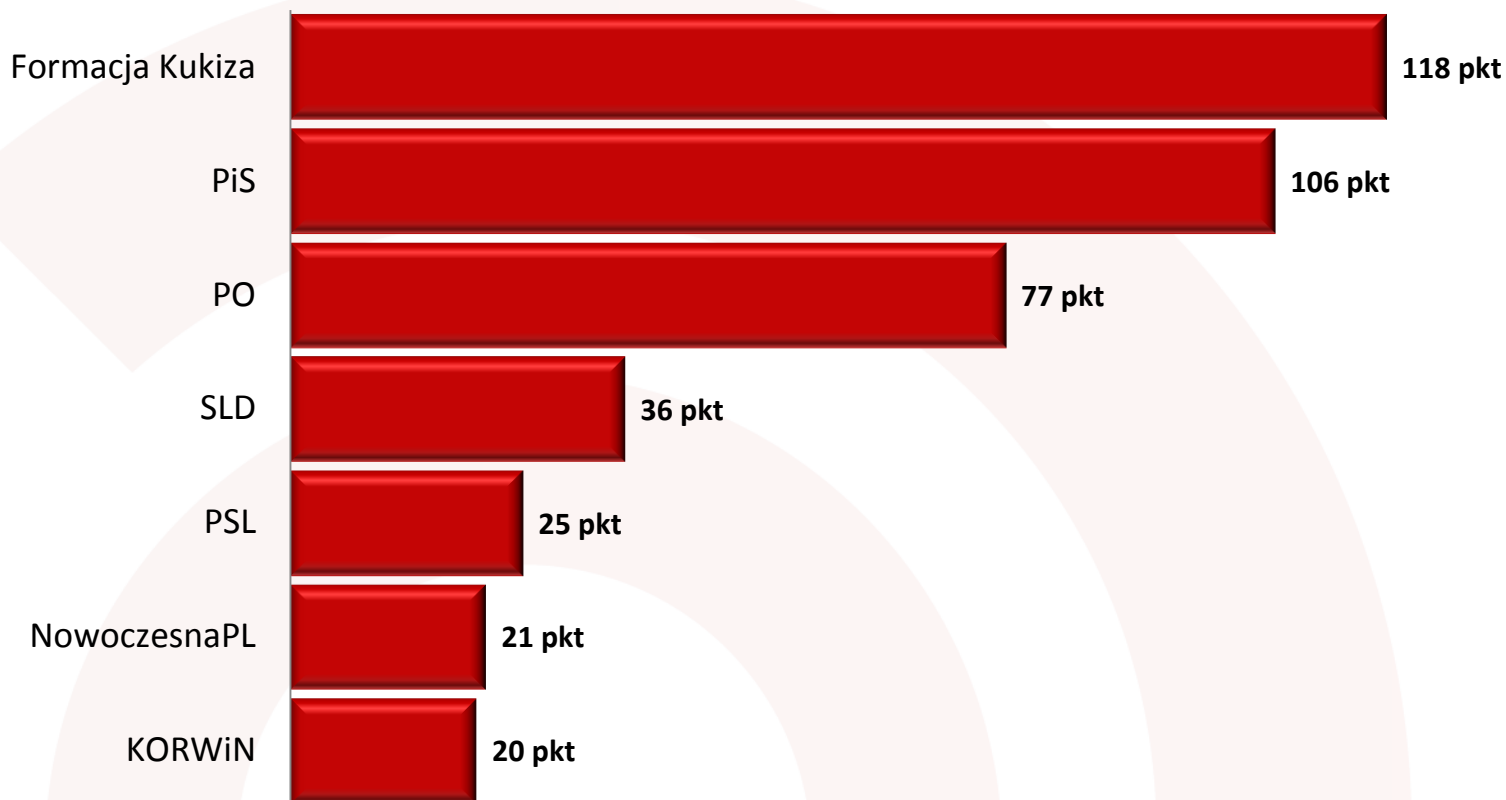
SLD ma w badaniu wizerunkowym silniejszy potencjał (9 proc.) niż poparcie w sondażach (3,5 proc.). Pierwszy powód może być taki, iż w badaniu wizerunkowym umieszczono tylko 7 partii, więc sympatycy lewicy wskazują, z braku wyboru, tylko SLD. To jednak wskazówka, jak ważne dla lewicy jest proces zjednoczenia. Ponadto, wynik SLD windują cechy, które nie są postrzegane jako ważne podczas głosowania (gwarant państwa neutralnego światopoglądowo 16 proc.). Natomiast wrażliwość społeczną nie tylko odbiera tej partii PiS, ale też nowe inicjatywy. Zatem proces zmian, podobnych jak PO, czy PSL, czeka także SLD.

PSL ma podobne problemy co PO, a więc jest postrzegana jako partia władzy, pragmatyczna. To podobieństwo jest kłopotliwe dla tego ugrupowania, które walczy z PiS o podobny elektorat. Sobotnie decyzje na Radzie Naczelnej PSL będą pewnie służyły zmianie wizerunkowej, w tym prawdopodobne są działania służące dystansowaniu się wobec PO. Z drugiej jednak strony zerwanie koalicji nie jest rozwiązaniem, chaos potęgowałby problemy PSL.

Dr hab. Norbert Maliszewski

Wskaźnik siły wizerunku partii politycznych

W celu przygotowania wskaźnika pytano respondentów o ocenę ważności cechy dobrej formacji politycznej oraz ocenę partii pod względem każdego z kryteriów. Wskaźnik powstaje jako suma iloczynów: waga danej cechy x średnia jej ocena dla danej partii. Teoretyczną podstawą wskaźnika są klasyczne modele podejmowania decyzji politycznych.



Odpowiadający: wszyscy badani.

Wszyscy badani

Pomiar został przeprowadzony w dniach 12 - 15 czerwca 2015 roku metodą CAWI na ogólnopolskiej próbie Polaków liczącej N=1018 osób dobranych z panelu Ariadna. Próba losowo-kwotowa. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania

Wizerunek partii politycznych

Do której partii politycznej Twoim zdaniem pasuje to stwierdzenie?

Wszyscy badani

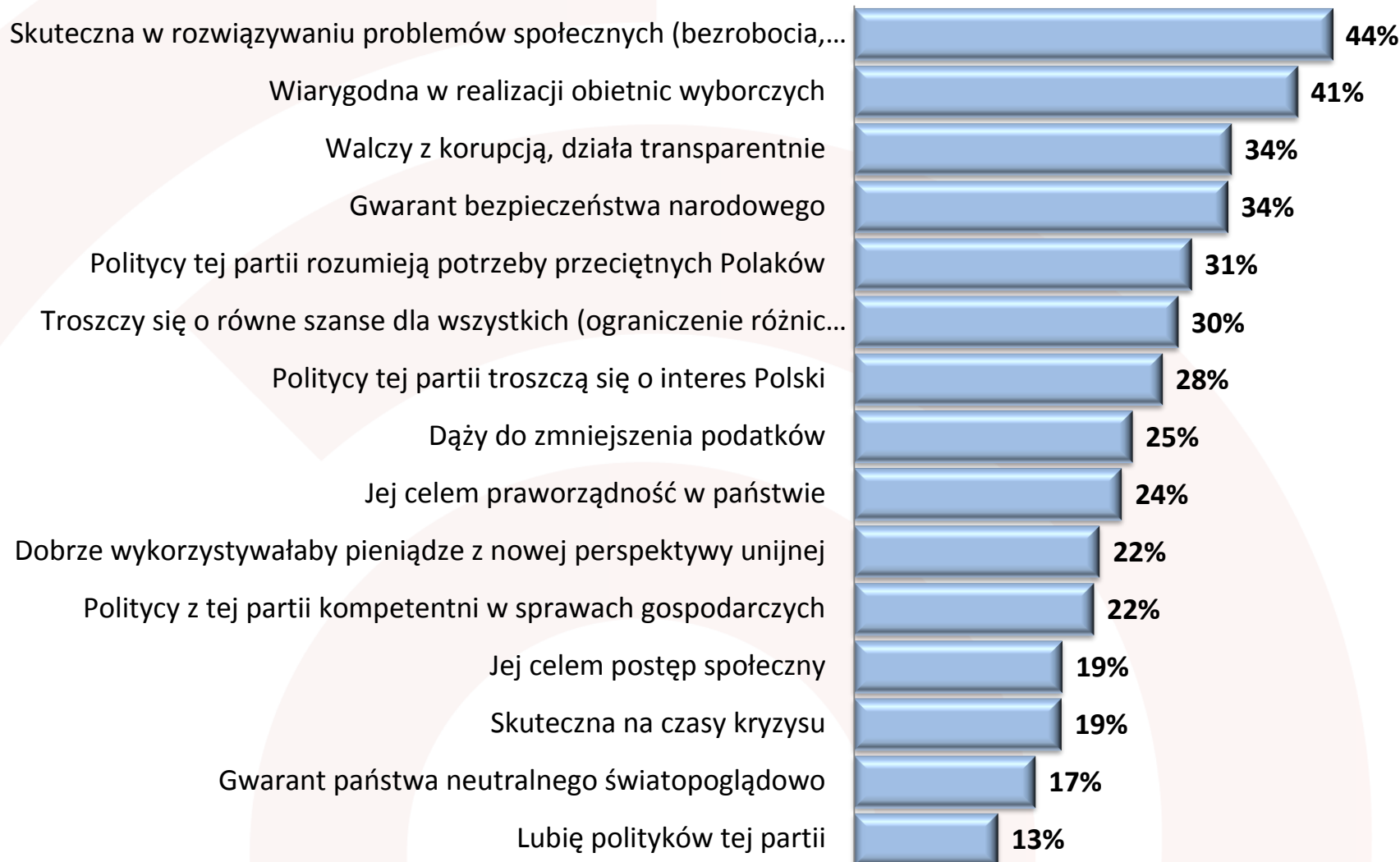
	PiS	PO	Formacja Kukiza	PSL	NowoczesnaPL	SLD	KORWiN
Dobrze wykorzystywałaby pieniądze z Unii Europejskiej	28%	28%	21%	10%	6%	4%	3%
Politycy z tej partii kompetentni w sprawach gospodarczych	26%	24%	22%	7%	7%	11%	3%
Politycy tej partii rozumieją potrzeby przeciętnych Polaków	23%	16%	39%	7%	3%	8%	3%
Skuteczna na czasy kryzysu	23%	23%	28%	6%	5%	12%	4%
Gwarant bezpieczeństwa narodowego	27%	25%	24%	5%	5%	8%	6%
Lubię polityków tej partii	20%	17%	36%	5%	7%	12%	3%
Skuteczna w rozwiązywaniu problemów społecznych (bezrobocia, służby zdrowia)	27%	21%	25%	7%	7%	7%	5%
Politycy tej partii troszczą się o interes Polski	30%	19%	27%	5%	6%	6%	6%
Gwarant państwa neutralnego światopoglądowo	17%	22%	32%	5%	5%	16%	4%
Walczy z korupcją, działa transparentnie	32%	15%	23%	7%	3%	11%	8%
Dąży do zmniejszenia podatków	33%	11%	29%	4%	6%	8%	9%
Troszczy się o równe szanse dla wszystkich (ograniczenie różnic ekonomicznych)	25%	19%	33%	5%	4%	8%	6%
Jej celem praworządność w państwie	30%	16%	36%	3%	5%	4%	6%
Jej celem postęp społeczny	21%	17%	36%	6%	6%	10%	4%
Wiarygodna w realizacji obietnic wyborczych	23%	17%	33%	7%	5%	11%	4%

Pomiar został przeprowadzony w dniach 12 - 15 czerwca 2015 roku metodą CAWI na ogólnopolskiej próbie Polaków liczącej N=1018 osób dobranych z panelu Ariadna. Próba losowo-kwotowa. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania

Ważność kryteriów oceny polityka

Które z podanych kryteriów są Twoim zdaniem najważniejsze przy ocenie partii politycznej?

Wszyscy badani

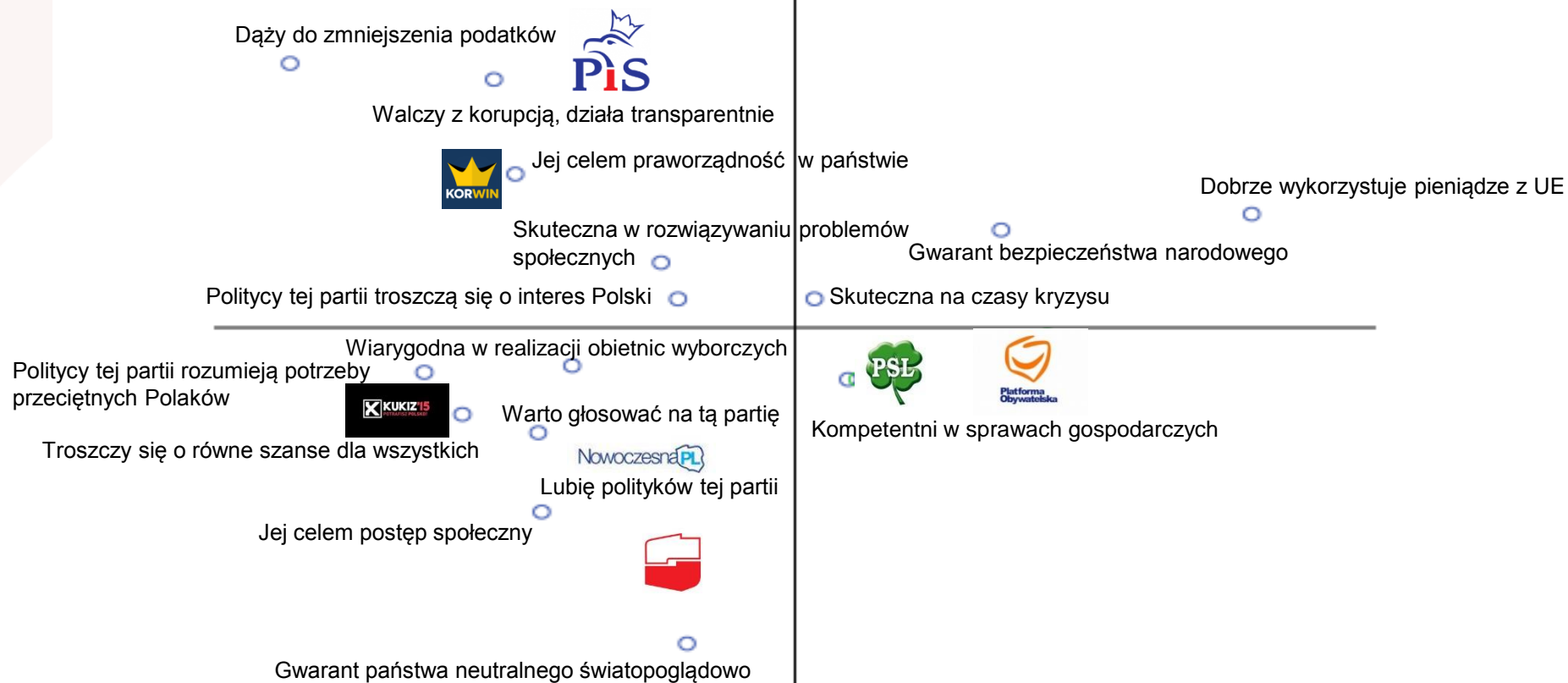


Odpowiadający: wszyscy badani.

Mapa korespondencji partii politycznych

Do których partii Twoim zdaniem pasuje to stwierdzenie?

Wszyscy badani



Pomiar został przeprowadzony w dniach 12 - 15 czerwca 2015 roku metodą CAWI na ogólnopolskiej próbie Polaków liczącej N=1018 osób dobranych z panelu Ariadna. Próba losowo-kwotowa. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania

Nota metodologiczna

Raport prezentuje wyniki badania przeprowadzonego w dniach 12 - 15 czerwca 2015 roku na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1018 osób, dobranej z Panelu Ariadna metodą CAWI. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

Projekt opracowany na zlecenie dr hab. Norberta Maliszewskiego dla www.tajnikipolityki.pl.

Dlaczego **warto zaufa**ć

- 🏠 Ariadnie zaufali nie tylko firmy badawcze, mediomcy i marketerzy ale również naukowcy. Realizujemy badania konsumenckie a także badania eksperymentalne i sondaże z zachowaniem wszelkich rygorów niezbędnych dla pracy naukowej.
- 🏠 Na panelu **regularnie prowadzone są badania dla ośrodków naukowych** takich jak: Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego, Instytut Studiów Społecznych, Instytut Psychologii Polskiej Akademii Nauk, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Instytut Psychologii Uniwersytetu Gdańskiego, Instytut Psychologii Uniwersytetu Jagiellońskiego, Centrum Badań Uprzedzeń, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Ośrodek Przetwarzania Informacji – Instytut Badawczy, Instytut Psychologii UMCS.



UNIWERSYTET
JAGIELLOŃSKI
W KRAKOWIE



POLSKA AKADEMIA NAUK



Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej



OPI

OŚRODEK PRZETWARZANIA INFORMACJI



ariadna

ogólnopolski panel badawczy

Nowoczesna platforma badań on-line dla:

- agencji badawczych • domów mediowych
- agencji reklamowych • marketerów
- dla wszystkich profesjonalistów

Sprawdź nas: www.panelariadna.pl