



Złożenie pracy online: <b>2015-06-10 16:43:57</b> Kod pracy: <b>12701</b>
--

Piotr Sobczyk  
(nr albumu: 1922/Z\*PO/SUM)

Kazimierz Ogorzałek  
(nr albumu: 19500\*PO/SUM)

Praca magisterska

**Preferencje wyborcze sędeczian na przykładzie  
wyborów samorządowych na prezydenta miasta  
Nowego Sącza w 2014 roku**

**The voting preferences of Nowy Sącz residents on the  
example of local elections to become the President of  
Nowy Sącz in 2014**

Wydział: Nauk Społecznych i Informatyki

Kierunek: Politologia

Specjalność: instytucje i administracja publiczna

Promotor: dr Marcin Poręba

## **Streszczenie**

Niniejsza praca jest efektem projektu badawczego, mającego na celu poznanie preferencji wyborczych sędeczan przed wyborami samorządowymi na prezydenta miasta Nowego Sącza w 2014 roku. Badanie zostało zrealizowane przy użyciu metody sondażu diagnostycznego na reprezentatywnej próbie dorosłych mieszkańców miasta, a tłem eksploracji empirycznej był okres przedwyborczej kampanii wyborczej prowadzonej przez kandydatów pretendujących do organu wykonawczego miasta.

Cała praca składa się z trzech części. Pierwsza część - teoretyczna - naświetla problematykę pracy, ukazując ją w całości wzajemnych związków i zależności przyczynowo - skutkowych (rozdział pierwszy i drugi). Druga część - badawczo - aplikacyjna przedstawia zakres działań projektowych oraz charakterystykę technologii i narzędzi stosowanych w prowadzonym sondażu, a także opis funkcjonalny i techniczny wykonanego projektu wzbogacony o elementy komparatystyki (rozdział trzeci, czwarty i piąty). Trzecia część ujmuje podejmowaną problematykę z perspektywy mediów lokalnych (rozdział szósty).

W pracy podniesiono szereg ciekawych zagadnień na temat wyborczych preferencji sędeczan i ich uczestnictwa w lokalnych mechanizmach demokratycznych. Zebrane dane pozwoliły na zweryfikowanie postawionych hipotez badawczych, wyznaczenie drogi do określenia profilu wyborcy poszczególnych kandydatów, a także dały możliwość porównawczego ujęcia zbadanych preferencji z oficjalnymi wynikami wyborów. Przedstawione wyniki pokazały, że deklarowane preferencje znalazły, w granicach przyjętego błędu, odzwierciedlenie w oficjalnych wynikach wyborów.

## **Słowa kluczowe**

*sondaż przedwyborczy, preferencje wyborcze, kwestionariusz ankiety, samorząd terytorialny, wybory samorządowe, prezydent miasta, media*

## **Abstract**

This paper is the result of a research project aimed at cognizing political preferences of the residents of Nowy Sącz, before the local elections to become the President of Nowy Sącz in 2014. The survey was conducted using the method of diagnostic survey on a representative sample of adult residents of the town, and the background of empirical exploration was the period of pre-election campaign run by the candidates aspiring for the executive body of the town

The entire work consists of three parts. The first part - theoretical - highlights the issues of the paper, presenting it in the whole inter-relationships and cause and effect dependencies (Chapter One and Two). The second part - research - application shows the scope of project activities and the characteristics of the technology and tools used in the survey conducted as well as a functional and technical description of the project made enriched with elements of comparative literature (Chapter third, fourth and fifth). The third part takes on the issues from the perspective of local media (Chapter Six).

The paper raised a number of interesting issues on the electoral preferences of the residents of Nowy Sącz and their participation in local democratic mechanisms. The data collected made it possible to verify the research hypotheses, the identification of the way to determine a voter profile of each candidate, and also provided an opportunity for a comparative approach of the examined preferences and the official election results. The presented results showed that the declared preferences were reflected, within the accepted error, in the official results of the election.

## **Keywords**

*pre-election opinion poll, voting preferences, survey questionnaire, local government, local government elections, president of the town, the media*

*Panu dr. Marcinowi Porębie serdecznie dziękujemy za naukową opiekę,  
nieocenioną pomoc, wiele cennych rad i wskazówek w czasie pisania niniejszej  
pracy.*

## SPIS TREŚCI

<b>WSTĘP .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Geneza i tło historyczne sondażowych badań opinii publicznej.....</b>	<b>6</b>
1.1 Historia badań sondażowych na świecie .....	7
1.2 Historia badań sondażowych w Polsce.....	10
<b>2. Sondaże wyborcze w ujęciu teoretycznym.....</b>	<b>14</b>
2.1 Sondaż – definicyjne dylematy.....	14
2.2 Trzon badań sondażowych. ....	18
2.3 Sondaże wyborcze a media.....	23
2.4 Prawne ograniczenia w publikowaniu sondaży wyborczych .....	27
<b>3. Metodologia badań własnych.....</b>	<b>33</b>
3.1 Przed I turą wyborów .....	33
3.1.1 Cel i przedmiot badania.....	34
3.1.2 Problemy badawcze i hipotezy z nimi związane .....	35
3.1.3 Metoda badawcza .....	36
3.1.4 Opis narzędzia badawczego .....	36
3.1.5 Charakterystyka obszaru badawczego.....	37
3.1.6 Realizacja badania.....	40
3.2 Przed II turą wyborów .....	42
3.2.1 Cel i przedmiot badania.....	42
3.2.2 Problemy badawcze i hipotezy z nimi związane .....	44
3.2.3 Opis narzędzia badawczego .....	45
3.2.4 Charakterystyka obszaru badawczego.....	46
3.2.5 Realizacja badania.....	46

<b>4. Prezentacja i analiza zebranych danych.....</b>	<b>48</b>
4.1 Przed I turą wyborów .....	48
4.1.1 Charakterystyka próby.....	48
4.1.2 Deklaratywny udział w wyborach.....	51
4.1.3 Zbadane preferencje wyborcze.....	53
4.1.4 Weryfikacja hipotez badawczych.....	69
4.2 Przed II turą wyborów .....	71
4.2.1 Charakterystyka próby.....	71
4.2.2 Deklaratywny udział w wyborach.....	72
4.2.3 Zbadane preferencje wyborcze.....	74
4.2.4 Weryfikacja hipotez badawczych.....	84
<b>5. Analiza porównawcza zbadanych preferencji wyborczych z oficjalnymi wynikami wyborów .....</b>	<b>85</b>
5.1 I tura wyborów.....	85
5.2 II tura wyborów .....	87
<b>6. Wybory na prezydenta miasta Nowego Sącza przez pryzmat lokalnych mediów.....</b>	<b>90</b>
6.1 Sondaż w mediach.....	90
6.2 Medialny obraz kampanii wyborczej w wyborach samorządowych na prezydenta miasta Nowego Sącza 2014 r.....	96
<b>ZAKOŃCZENIE .....</b>	<b>111</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>114</b>
<b>SPIS TABEL .....</b>	<b>117</b>
<b>SPIS ILUSTRACJI .....</b>	<b>118</b>
<b>SPIS WYKRESÓW.....</b>	<b>119</b>
<b>ZAŁĄCZNIKI .....</b>	<b>121</b>

## WSTĘP

Podstawą ustrojów demokratycznych są wybory. Wolni obywatele decydują komu powierzyć rządy w kraju lub w lokalnych strukturach samorządowych. Wraz z wyborami pojawiają się próby przewidywania ich wyników. Reprezentatywne sondaże, które są naukową metodą przewidywania wyników wyborów, tak bardzo wpisały się w krajobraz wyborczy, że stały się niemal z nim nierozzerwalne, a bez nich krajobraz ten wydawałby się niekompletny.

Niniejsza praca jest efektem projektu badawczego, mającego na celu poznanie preferencji wyborczych sędeczian przed wyborami samorządowymi na prezydenta miasta Nowego Sącza w 2014 roku. Badanie zostało zrealizowane przy użyciu metody sondażu diagnostycznego na reprezentatywnej próbie dorosłych mieszkańców miasta. Założenia, jakie nakreśliliśmy na początku naszych poszukiwań empirycznych zostały ukierunkowane na eksplorację problematyki zachowań wyborczych nowosądeczan, szczególnie czynników determinujących preferencje wyborcze w stosunku do zaprezentowanych kandydatów na urząd prezydenta miasta.

Stopień zaangażowania obywateli i ostatecznie podejmowane decyzje w procesie wyborczym uwarunkowane są wieloma czynnikami. Spojrzenie interdyscyplinarne, prezentowane w tej pracy, daje możliwość ich zestawienia i analizy związków między nimi występujących. Połączenie płaszczyzny socjologicznej i politologicznej pozwoliło na stworzenie nie tylko opisu i diagnozy zachowań wyborczych sędeczian, ale umożliwiło także, z jednej strony, zbadanie uwarunkowań aktywności wyborczej, z drugiej, nakreślenie kierunku dalszych badań i poszukiwań.

Celem głównym niniejszego badania było poznanie zamierzeń wyborczych sędeczian w zarządzonych na dzień 16 listopada 2014 r. wyborach samorządowych na urząd prezydenta miasta Nowego Sącza i skonfrontowanie ich z oficjalnymi wynikami wyborów. Tak więc podstawowym celem badania było uzyskanie odpowiedzi na pytanie kogo sędeczanie widzieliby na fotelu prezydenta swojego miasta i który ze zgłoszonych kandydatów najbardziej odpowiada ich oczekiwaniom, a także czy deklarowane preferencje znajdują odzwierciedlenie w oficjalnych wynikach wyborów. Naturalnym dopełnieniem przedmiotowych badań była ich kontynuacja przed drugą turą wyborów, która miała przynieść rozstrzygnięcie w kwestii wyboru prezydenta miasta. Badania oscylowały wokół

rozważań nad postawionymi hipotezami, dotyczącymi problematyki poziomu poparcia dla poszczególnych kandydatów pretendujących do organu wykonawczego miasta.

Powyższy cel stanowił niezwykle ciekawe i innowacyjne przedsięwzięcie, stając się doskonałym pretekstem do zgłębienia wiedzy w tej dziedzinie i poszerzenia horyzontów myślowych badających. Innowacyjność niniejszego badania potwierdza fakt, iż dotychczas, w tym konkretnym obszarze badawczym nie podjęto się przeprowadzenia niezależnych badań sondażowych na terenie Nowego Sącza.

Cała praca składa się z trzech części. Pierwsza część – teoretyczna - naświetla problematykę pracy, ukazując ją w całokształcie wzajemnych związków i zależności przyczynowo – skutkowych (rozdział pierwszy i drugi). Druga część – badawczo – aplikacyjna przedstawia zakres działań projektowych oraz charakterystykę technologii i narzędzi stosowanych w prowadzonym sondażu, a także opis funkcjonalny i techniczny wykonanego projektu wzbogacony o elementy komparatystryki (rozdział trzeci, czwarty i piąty). Trzecia część ujmuje podejmowaną problematykę z perspektywy mediów lokalnych (rozdział szósty).

W rozdziale pierwszym wskazano na genezę i tło historyczne sondażowych badań opinii publicznej. Omówiono historyczne uwarunkowania badań sondażowych w Polsce i na świecie.

W rozdziale drugim przedstawiono badania sondażowe w ujęciu teoretycznym. Podjęto próbę rozwikłania definicyjnych dylematów oraz niedostatków języka badanej problematyki. Wyselekcjonowane zostały też cechy jakie charakteryzują sondaże, a także skupiono się na uwarunkowaniach prawnych dotyczących publikowania wyników sondażu oraz przyjętej w tym zakresie praktyce.

Rozdział trzeci, uzupełniony o rozdział czwarty stanowi część aplikacyjno-badawczą niniejszej pracy i jest partykularnym osiągnięciem przeprowadzonych badań. Opisano metodologię, którą przyjęto na potrzeby sondowania preferencji wyborczych mieszkańców Nowego Sącza przed planowanymi wyborami samorządowymi, w części dotyczącej wyboru prezydenta miasta. Zaprezentowane wyniki badań poddano analizie.

Piąty rozdział zawiera komparatystyczne ujęcie zbadanych preferencji wyborczych z oficjalnymi wynikami wyborów na prezydenta miasta.

Z kolei szósty rozdział przedstawia medialne relacje z okresu, w którym prowadzono badania preferencji. W rozdziale tym próbuję się również wskazać na rolę, jaką odgrywają media w kształtowaniu opinii publicznej w kontekście prezentacji wyników sondaży przedwyborczych.



W celu dochowania najwyższej staranności, rzetelności i naukowego obiektywizmu, zadbano o to, aby badanie sondażowe zostało przeprowadzone zgodnie z zasadami międzynarodowego kodeksu ICC/ESOMAR dotyczącego badań rynkowych i społecznych (ICC/ESOMAR International Code on Market and Social Research) [polska wersja: Międzynarodowy kodeks badań rynku i badań społecznych ICC/ESOMAR, tłum. W. Daab], oraz o to, aby ich wyniki zostały opublikowane zgodnie z rekomendacjami ESOMAR w zakresie publikowania wyników badań opinii (ESOMAR Guideline for the Publication of Opinion Poll Results). Przy stosowaniu powyższego kanonu badań sondażowych szczególnie nacisk położono na rekomendacje dotyczące prowadzenia przedwyborczych sondaży opinii publicznej oraz sondaży na temat preferencji wyborczych.

Ponadto praca dyplomowa jest oparta na krajowej i zagranicznej literaturze przedmiotu. Zostały wykorzystane w niej publikacje sejmowe, oraz strony internetowe. Zdobyte z tych źródeł materiały wykorzystano dla celów pracy przy użyciu metod analizy opisowej.

## 1. Geneza i tło historyczne sondażowych badań opinii publicznej

Sondażowe badania opinii publicznej wpisują się w szerszy nurt badań socjologicznych wykorzystujących nowoczesne narzędzia znane statystyce. Podobnie jak zainteresowanie opinią publiczną, również inicjatywa w kierunku badania tego zjawiska ma jednak swoje źródło poza obszarem socjologii. Jest to o tyle oczywiste, że pierwsze badania z użyciem metody sondażowej przypadają na połowę wieku XIX, kiedy to socjologia nie miała jeszcze swojego instytucjonalnego zaplecza<sup>1</sup>. Pomimo tego, iż badania opinii publicznej czy opinii wyborczych nie są dziedziną socjologii, a proces wyodrębniania się różnych dziedzin badania opinii społecznej dopiero następuje, traktuje się je na równi ze wszystkimi badaniami socjologicznymi, a w efekcie z socjologią. Nie umniejsza to znaczenia faktu, iż badania sondażowe pozostają w złożonych relacjach, z socjologią.

Przez wiele wieków opinie, jako źródło badań o życiu społecznym, nie interesowały nikogo w aspekcie naukowym. Nie oznacza to jednak, iż nie istniała potrzeba posiadania wiedzy o opinii innych. Tę potrzebę determinowała ludzka ciekawość. Dodatkowo, wiedza o preferencjach społecznych była wykorzystywana w sprawowaniu władzy i pozwalała odpowiadać na oczekiwania społeczne. Abraham Lincoln zwykł mawiać „*Chcę, żeby zrobiono to, czego ludzie sobie życzą, moje zadanie polega na tym, by ustalić, czego chcą*”. Z kolei Napoleon Bonaparte powiedział : „*Opinia publiczna jest niewidzialną i tajemniczą potęgą, której nic nie jest w stanie się oprzeć, nic nie jest od niej bardziej zmienne, bardziej nieokreślone i silniejsze. A przy tym, przy wszystkich swych kapryсах, jest ona znacznie częściej, niż się wydaje, prawdziwa, rozsądna, sprawiedliwa*”.

Z biegiem lat coraz bardziej doceniano wagę wiedzy o tym jaki pogląd dominuje w społeczeństwie. Niełatwe jednak było wypracowanie odpowiednich metod zdobywania wiarygodnych danych na ten temat. Powyższy czynnik miał znaczenie dla działalności służb wywiadowczych, które ceniły sobie znajomość opinii o nastrojach ludności, rządzących i ich decyzjach. Stosowane przez te służby metody nie mieściły się wszakże w obrębie nauki.

---

<sup>1</sup> J. Lisek-Michalska *Wybrane problemy sondażowych badań opinii publicznej w Polsce w okresie przełomu ustrojowego*, w: *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, w cyklu: *Sondaże opinii społecznej. Samowiedza współczesnych społeczeństw* (Daniłowicz P., Gostkowski Z., red.) t. X, Łódź : Instytut Socjologii UŁ, 2011, s.13

## 1.1 Historia badań sondażowych na świecie

W celu zlokalizowania źródeł oraz inspiracji dla sondażowej działalności badawczej należy skierować swoją uwagę na dwa kierunki geograficzne tj: Europę Zachodnią i Stany Zjednoczone.

Przeprowadzone badania, które stanowiły załazek badań sondażowych w krajach Europy Zachodniej były silnie skorelowane z ruchem reformistycznym i związaną z nim działalnością społeczną. W tym czasie istniała społeczna tendencja, która była siłą napędową do badania zbiorowości na jakimś terenie. Przeprowadzono wówczas tysiące badań, a do 1928 roku opublikowano 2775 prac na nich opartych<sup>2</sup>. Zjawisko to określano mianem „społeczny ruch surveyowy”. Surveyami nazywano w tym okresie badania zbiorowości na jakimś terenie. Pojawiły się również propozycje stosowania nazwy „lustracje społeczne”<sup>3</sup>.

We współczesnym kontekście określanie tego nurtu jako „surveyowy” wydaje się być chybione. Z uwagi na to, że w badaniach tego typu wykorzystywano różnorodne metody, a w prowadzeniu badań uczestniczyli przedstawiciele pozaakademickich profesji takich jak np. duchowni, lekarze, prawnicy, przedsiębiorcy to trudno doszukać się w tych badaniach surveyów, w dzisiejszym znaczeniu tego słowa. Nie umniejsza to jednak wpływu tego zjawiska na rozwój i obecny kształt badania sondażowego. Społecznicy stawali się bowiem badaczami penetrując różne środowiska a znajomość tych środowisk, z którymi byli związani, pozwalała im na praktyczne zrozumienie badanych problemów.

Najbardziej istotny wpływ na ten typ badań wywarli: francuski myśliciel, reformator społeczny oraz pionier badań społecznych Frédéric Le Play – twórca metody monograficznej w badaniach społecznych, autor badania nad robotnikami francuskimi i europejskimi<sup>4</sup>, Charles Booth - autor pierwszego opracowania naukowego dotyczącego warunków życia i pracy ludności miejskiej, William Pitt Kellogg oraz B.S. Rowntree. Mimo tego, że badacze ci nie mieli wykształcenia socjologicznego ich prace miały znamienny wpływ na rozwiązywanie praktycznych kwestii społecznych. Przy okazji ich badań dochodzono do pewnych refleksji metodologicznych dotyczących, między innymi reguł budowy pytań i sposobów stosowania statystyki.

W drugiej połowie XIX wieku coraz bardziej wyraziste staje się zainteresowanie badaniami opinii publicznej. Jolanta Lisek – Michalska za Anną Kubiak wskazuje na kilka

---

<sup>2</sup> J. Lutyński *Socjologiczne badania nad współczesnością*, „Przegląd Socjologiczny” XII, 1992, s. 5

<sup>3</sup> S. Rychliński, *Lustracje społeczne*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2001, s. 19-21

<sup>4</sup> B. Szacka, *Wprowadzenie do socjologii*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2008, s. 53.

zasadniczych przyczyn tego stanu rzeczy, których typologię przedstawiamy w poniższej tabeli.

**Tabela 1. Czynniki mające wpływ na rozwój badań sondażowych**

Przyczyny	Opis
<b>Polityczne</b>	<p>Wiązały się z cechami systemu politycznego USA, a głównie dotyczyły procedur wyborczych. Zasadnicze znaczenie wówczas miało pozyskanie wiedzy o opiniach dominujących w społeczeństwie. Ta wiedza miała być niezwykle pomocna na etapie formułowania się ładu demokratycznego. Zapotrzebowanie to było realizowane poprzez ekspertów rządu federalnego, którym nadano miano doradców ds. stosunków z publicznością. Początkowo byli oni związani działalnością usługową z jednym tylko konkretnym przedsiębiorstwem lub instytucją. Pod koniec lat 30 – tych pojawiło się zaplecze instytucjonalne tej działalności . Zaczęły tworzyć się firmy propagandowo – reklamowe, organizujące się w korporacje, które sprzedawały swoje usługi różnym klientom<sup>5</sup>.</p>
<b>Spoleczno-administracyjne</b>	<p>Wzrost popularności badań sondażowych w przewidywaniu wyników wyborów powodował chęć wykorzystania tej metody w innych dziedzinach życia. Mamy więc do czynienia z równoległą falą badań sondażowych innego typu. Społeczne sondaże były realizowane z wielkim rozmachem. Nurt tych badań ocierał się o zróżnicowaną problematykę. Podejmowano w nich np. problemy bezrobocia, edukację,</p>

<sup>5</sup> Wśród ośrodków będącymi pionierami tych badań szczególne miejsce zajmowała jedna z najbardziej znanych agencji badawczych na świecie, założona w roku 1935 przez George'a Gallupa, początkowo pod nazwą American Institute of Public Opinion. W 1936 roku, Instytut zasłynął z sondaży prowadzonych w trakcie kampanii prezydenckiej, w której kandydat demokratów, Franklin D. Roosevelt, zmierzył się z kandydatem Republikanów, Alfredem R. Landonem. Instytut Gallupa zastosował naukową, nowatorską metodę, kwotowego doboru próby, która miała mieć istotny wpływ na oszacowanie wyników wyborów. W przeciwieństwie do znanego z trafnych prognoz wyborczych prestiżowego pisma „Literary Digest” stosującego metodę pocztowych ankiet, Instytut Gallupa wskazywał na zwycięstwo Roosevelta. Okazało się, że jego przewidywania były trafne. Od tamtej pory badania wyborcze stały się znakiem rozpoznawczym Instytutu Gallupa. Jak pisze Antoni Sułek „Amerykańskie wybory z 1936 r. są najważniejszymi wyborami w historii badań społecznych. Nie dlatego, że wygrał je Franklin D. Roosevelt. Dlatego że wygrał je dr George H. Gallup”.

	<p>przestępczość, służbę zdrowia. Imponującego zaplecza instytucjonalnego dopracowały się badania realizowane nad armią amerykańską, które finansowane były ze środków rządu federalnego. Na ich podstawie, przy użyciu metody sondażowej, poddawano analizie, między innymi takie aspekty funkcjonowania armii jak ideologiczne założenia wojny, czy stosunek żołnierzy do skuteczności oddziaływania propagandy.</p> <p>Warto również wspomnieć o działalności Wydziału Badań Programowych (Division of Special Surveys) przy Departamencie Rolnictwa. Zajmował się on m.in. analizowaniem postaw amerykańskich rolników do polityki rolnej rządu.</p>
<b>Rynkowe</b>	<p>Związane były z procesami rozwoju gospodarki wolnorynkowej. W tych warunkach producenci zabiegający o zdobywanie nowych rynków zbytu swoich produktów przekonywali się do badań sondażowych jako metody badania mechanizmów zachowań konsumenckich i skuteczności kampanii reklamowych. Szczególny wkład w rozwój tego nurtu badań wniosły prace Samuela Stouffera i Paula Lazarsfelda. Ten rodzaj badań miał prywatne źródło finansowania.</p>
<b>Naukowe</b>	<p>Badania sondażowe na grunt akademicki najszybciej zaadaptowała amerykańska socjologia. Tego typu badania skierowały akademicką dyskusję w kierunku rozważań o metodzie badania na rzecz przedmiotu badania. To doprowadziło do uznania metody sondażowej za metodę naukową. Dużą rolę odegrało tutaj podejście scjencyczne, które spowodowało dominację metody nad przedmiotem badania. Naukowa „opieka” nad badaniami sondażowymi miała niebagatelny wpływ na ich rozwój i przyczyniła się do uwiarygodnienia badań, a także do społecznej akceptacji</p>

	<p>sondażowej działalności badawczej. W skrajnych przypadkach prowadziło to do przekonania, że opinia publiczna to jest to co mierzą sondaże.</p> <p>Równocześnie, wraz z wzrostem naukowej roli badań sondażowych w USA następował proces tworzenia instytucjonalnego zaplecza badawczego<sup>6</sup>.</p>
--	---

Źródło : opracowanie własne na podstawie J. Lisek-Michalska *Wybrane problemy sondażowych badań opinii publicznej w Polsce w okresie przełomu ustrojowego*, w: *Analizy i próby technik badawczych w socjologii, w cyklu: Sondaże opinii społecznej. Samowiedza współczesnych społeczeństw* (Daniłowicz P., Gostkowski Z., red.) t. X, Łódź : Instytut Socjologii UŁ, 2011, s.14-19

Rozwój badań sondażowych w Polsce dokonywał się w dużej mierze pod wpływem socjologii amerykańskiej. Należy jednak zwrócić uwagę na to, iż uwarunkowania społeczne, polityczne i ekonomiczne były zgoła odmienne od tych w USA i Europie Zachodniej, co niewątpliwie miało wpływ na to, że adaptacja i ewolucja sondaży na polskim gruncie przebiegała nieco innymi torami, a mechanizm napędowy był spowalniany przez przesłanki ideologiczne.

## 1.2 Historia badań sondażowych w Polsce

Początek badań sondażowych tj. sondażowych badań opinii publicznej we współczesnym rozumieniu, w Polsce możemy datować właściwie od 1945 roku. Nie oznacza to jednak, że wcześniej polscy socjologowie nie prowadzili tego typu badań. Zasadniczo były to jednak badania prowadzone poza granicami kraju.

W okresie międzywojennym i bezpośrednio po II wojnie światowej dominowały metody badawcze „jakościowe”, które były realizowane w prowadzonym wówczas programie socjologii Znanięckiego. Florian Znanięcki opublikował w USA w latach 1918-1920 pięciotomowe dzieło pt. *Polski chłop w Europie i w Ameryce*. Ta publikacja ukazała doniosłość studiów nad opiniami, postawami, wartościami i ocenami, które odtwarzano na podstawie analizy treści listów wysyłanych z Polski do USA do krewnych, emigrujących w poszukiwaniu pracy.

---

<sup>6</sup> W 1940 roku przy Uniwersytecie Princeton powstał *Princeton Office of Public Opinion Research*, który zajmował się m.in. psychologicznymi uwarunkowaniami formułowania pytań. Ośrodki badania opinii publicznej powstały również przy uniwersytetach w Chicago, Denver, Harvard, Wisconsin, Columbia, Michigan i wielu innych. Metodę badań poliingowych wprowadzano do ram programowych wielu kierunków.

Była również dowodem na to, że odkrycie poznania postaw i opinii wymagało jednak opracowania metodologii. Stąd powstało zapotrzebowanie na powołanie do życia specjalistycznych ośrodków, które mogłyby wykorzystywać sondażowe metody w poznawaniu opinii społecznej o ważnych rzeczach, wydarzeniach, istotnych nie tylko dla celów pragmatycznych ale także dla gospodarczych i politycznych<sup>7</sup>.

Po zakończeniu II wojny światowej w Polsce problematyka badań społecznych, w tym sondażowych rozwijała się stopniowo. Barię był zakaz władz państwowych na prowadzenie tego typu działalności. W latach 1949-1957 socjologia i sondażowe badania opinii publicznej, dla PRL-owskiej doktryny nie miały racji bytu. Dowodem na to, że za jedyną słuszną dla nauk społecznych metodologię uznano doktrynę marksistowsko-leninowską, była jedna (i właściwie jedyna) z polemik jaką przytaczano na łamach czasopism społeczno-politycznych. Stanisław Żółkiewski wyraził się wówczas „*Wszelkie znane w historii nauki próby rewizji ogólnej teorii rozwoju społecznego marksizmu-leninizmu okazały się naukowo nieuzasadnione. Przeciwnie, tezę tę potwierdza praktyka społeczna i rozwój nauki (...)Wśród krytyków rzekomego ubóstwa pojęciowego marksizmu są i tacy, którzy sądzą, że sprawność badawcza wymaga jakiegoś eklektycznego uzupełnienia marksizmu (...) Program eklektyzmu to w istocie program bezideowości. Nic nie przemawia za tezą o rzekomej niewystarczalności marksizmu*”<sup>8</sup>.

Po przełomie października 1956 r. powstał Ośrodek Badań Opinii Publicznej (OBOP), ulokowany w stosunkowo autonomicznej strukturze Polskiego Radia. Założyciele OBOP, rodem z Klubu Krzywego Koła i Uniwersytetu Warszawskiego, chcieli „kruszyć stalinizm przy pomocy socjologii” i ujawniać prawdę o społeczeństwie. Uważali badania za „otwarcie ust ludziom z zamurowaną gębą” i sądzili, że mówiąc w imieniu społeczeństwa, zmuszą władzę do liczenia się z nim<sup>9</sup>. Pierwszy prezentacyjny sondaż wyborczy w styczniu i lutym 1958 r. przed wyborami do rad narodowych przeprowadzili w Łodzi socjologowie z Uniwersytetu Łódzkiego.

W ujęciu historycznym rozwoju badań sondażowych w Polsce na uwagę zasługuje fakt, iż popaździernikowa ekspansja sondażu zdominowała nurt kontynuujący wcześniejsze polskie tradycje badawcze. Pod pewnym względem do ekspansji sondażu i wprowadzenia go na niespotykaną dotąd skalę przyczyniły się procesy, analogiczne do procesów w USA i Europie

<sup>7</sup> Z. Witaszek, *Miejsce i Rola Sondaży w Badaniu Opinii Społecznej*, Zeszyty Naukowe Akademii Marynarki Wojennej, 4(171) 2007, s. 142-143

<sup>8 8</sup> J. Lisek-Michalska *Wybrane ...*, *op. cit.*, s.20

<sup>9</sup> A. Sułek, *Sondaż polski. Przygarść rozpraw o badaniach ankietowych*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2001, s. 97

Zachodniej. Były to m.in. ruchy migracyjne, procesy urbanizacyjne, które doprowadziły do naturalnego wyłonienia się badań sondażowych. Widoczne było duże zapotrzebowanie społeczne na tego typu badania. Formalnie rzecz ujmując, dawały one społeczeństwu możliwość wyrażania opinii, której odbiorcą w tym okresie były głównie struktury partyjno-rządowe.

Analizując działalność sondażową w Polsce w latach sześćdziesiątych, nie sposób nie wspomnieć o funkcjonowaniu instytucji cenzorskich. Badania sondażowe miały swój narzucony z góry zakres tematyczny a ich wyniki były cenzurowane. W najbardziej skrajnych przypadkach kontrolowano treść kwestionariuszy ankiet i wykreślano z nich wyrażenia uznane za niepoprawne<sup>10</sup>. Cenzura niosła ze sobą głębsze implikacje. Badacze obawiając się o niedopuszczenie wyników swoich badań podejmowali tylko takie tematy, które miały szanse ujrzeć światło dzienne. To powodowało stworzenie mechanizmów autocenzury, która ograniczała różnorodność badań nawet na takich obszarach, które nie były poddawane reglamentacji.

W latach siedemdziesiątych, za czasów Edwarda Gierka, sondaże miały służyć władzy do „wczesnego ostrzegania” przed kryzysami i do ”komunikacji ze społeczeństwem”. Po wydarzeniach i przesileniu z grudnia 1970 roku, powołano w 1974 roku drugi ośrodek badania opinii. Decydenci umieścili go w Instytucie Podstawowych Problemów Marksizmu-Leninizmu (IPPML) przy Komitecie Centralnym PZPR. Wyniki konsultacji IPPML były jednak tak poufne, że samo społeczeństwo ich nie знаło, a i funkcji ostrzegawczych również nie spełniły.

W latach osiemdziesiątych wyniki sondażowe nadal były intensywnie wykorzystywane przez ówczesne ośrodki władzy w celach propagandowych. Przedstawały taki stan rzeczy badanych obszarów, jaki był pożądanym przez „jedyną słuszną ideologię”. Za ich pomocą budowano obraz popierającego władzę społeczeństwa. Rzetelność tych badań była oczywiście fasadowa. W sytuacji, gdy społeczeństwo nie miało możliwości swobodnego wyrażania preferencji politycznych, sondaże opinii pełniły - wprawdzie w ułomny sposób - informacyjną funkcję wolnych wyborów.

W mozolnym procesie propagandowe funkcje sondaży stopniowo zaczęły ustępować funkcjom informacyjnym. Z biegiem czasu przyczyniły się do rozwoju mechanizmów, w których zaczęły dominować fakty, a nie wymaginowane rozmiary życia społecznego<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> J. Lisek-Michalska *Wybrane ...*, op. cit., s.21

<sup>11</sup> Z. Witaszek, *Miejsce i Rola Sondaży...*, op. cit., s. 144



Inwigilacja komunistycznych władz, w stosunku do badań sondażowych, powodowała, że wiele przedsięwzięć badawczych było albo fałszowanych albo nadawano im klauzulę niejawności. Dopiero po transformacji ustrojowej w 1989 r. istniejące już ośrodki, w tym te działające przy wyższych uczelniach, uzyskały pewną swobodę i samodzielność badawczą. Jednocześnie powstawało wiele nowych ośrodków, które działały w szerokim spektrum badawczym.

Uwolnienie badań sondażowych od jarzma cenzury i wpływu struktur państwowych spowodowało rozwój badań opinii publicznej z wykorzystaniem tej metody. Wzmoczoną intensywność sondażowych badań preferencji wyborczych zauważamy w okresie kampanii wyborczej do poszczególnych organów władzy państwowej i samorządowej. Obecnie trudno wyobrazić sobie krajobraz wyborczy bez widoku słupków, przedstawiających procentowe wyniki sondażu przedwyborczego.

## 2. Sondaże wyborcze w ujęciu teoretycznym

### 2.1 Sondaż – definicyjne dylematy

Podstawą ustrojów demokratycznych są wybory. Wolni obywatele decydują, komu powierzyć rządy w kraju. Wraz z wyborami pojawiają się próby przewidywania ich wyników. Reprezentatywne sondaże, które są naukową metodą przewidywania wyników wyborów, tak bardzo wpisały się w krajobraz wyborczy, że stały się niemal z nim nierozzerwalne, a bez nich, krajobraz ten, wydawałby się niekompletny. Naturalna siła napędowa do badania opinii publicznej i wnioskowania preferencji wyborczych znajduje się w nas samych. Od zarania dziejów naturę ludzką charakteryzowała nieodparta chęć poznawania opinii innych. Ta opinia jest dla nas punktem odniesienia, w stosunku do naszych przekonań, zamierzeń wyborczych. Tam gdzie ludzie nie wiedzą co myślą inni, nie można mówić o świadomości wspólnoty, a jedynie tylko o zbiorze indywidualów. Myśl tę dobitnie wyraził W. Philips Davison w swym kanonicznym dziele *The New Encyclopedia Britannica*, w którym zawarł hasło „*Public opinion*”. Według niego „W ujęciu socjologicznym, nie może istnieć opinia publiczna bez komunikacji między członkami publiczności, którzy są zainteresowani daną kwestią. Wielka liczba osób może mieć całkiem podobne poglądy ale nie złączą się one w opinię publiczną tak długo, jak długo każda osoba pozostanie nieświadoma opinii innych”<sup>12</sup>.

Tu otwiera się droga dla sondaży, które odgrywają niebagatelną rolę w kształtowaniu opinii publicznej. To z informacji-komunikatów, ale także z komentarzy publicystów i polityków, ze wszystkich treści sondażowych obecnych w przestrzeni komunikacyjnej – ludzie czerpią wiedzę o tym, jaki jest podział poglądów i klimat społeczny w całym wielkim społeczeństwie. Sondaż pozwala ludziom „policzyć się”, zobaczyć jak ich jest dużo(lub jak mało) w podobnych do siebie przekonaniach, opiniach, wartościach czy preferencjach.

Warto jednak wyjść od poszukiwań odpowiedzi na to, z pozoru wręcz banalne pytanie - czym są sondaże wyborcze? Na drodze napotkamy wiele definicji. W języku angielskim tego typu badania określa się słowem *polling*. Oznacza ono wierzch głowy, który należy odkryć przy liczeniu ludzi. Współcześnie polls(s) to wybory, liczenie głosów, ale także liczenie próby właścicieli głosów wybranych z populacji w celu zbadania jej opinii. W Polsce popularnym określeniem dla reprezentatywnych badań opinii publicznej jest „sondaż”.

---

<sup>12</sup> W. Philips Davison, „Public opinion”, w: *The New Encyclopedia Britanica*, wyd. internetowe [dostęp: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/482436/public-opinion>, 28.01.2015 r.]

Według Słownika Języka Polskiego, sondaż oznacza badanie opinii publicznej, badania i pomiary wykonane za pomocą sondy. W tym samym słowniku odnajdziemy wyjaśnienie dla słowa sonda. Jest to urządzenie do badania jakiegoś środowiska przez zagłębianie się lub wnikanie w nie<sup>13</sup>. Z kolei encyklopedyczne ujęcie sondażu wskazuje na sondaż, jako technikę badania opinii publicznej. Ten termin powiązany jest z badaniem ankietowym, które jak podaje encyklopedia, jest jedną z podstawowych metod socjologii empirycznej, stosowanej także w psychologii społecznej, ekonomii (badania marketingowe) i pedagogice. Badania ankietowe przeprowadza się zawsze na próbie reprezentatywnej (losowej, kwotowej lub losowo-kwotowej); wykorzystuje się kwestionariusz wywiadu lub kwestionariusz ankiety w bardzo standaryzowanych wersjach<sup>14</sup>. Witold Doroszewski w swoim Wielkim Słowniku Języka Polskiego zawarł definicje sondażu, który określa jako pomiary, badania wykonane za pomocą sondy; sondowanie; potocznie badanie opinii, sytuacji; wywiadowanie się czegoś<sup>15</sup>.

Powołane definicje mogą doprowadzić nas do mylnej konkluzji, iż wszelkiego rodzaju sondowanie opinii publicznej może mieć znamiona reprezentatywnych sondaży. Jak wynika z samej nazwy - sondaż służy do sondowania przy użyciu jakiejś sondy. I jak sondę zapuszcza się do organizmu, tak sondaż zagłębia się do wnętrza społeczeństwa, by wyciągnąć i zbadać próbki jego opinii. Nie o ten jednak tylko mechaniczny proces chodzi. Sondaże,

w rozumieniu naukowego badania, muszą być prowadzone z wykorzystaniem dostępnej nauce wiedzy i metod badawczych. Obok nich istnieją inne próby rozpoznawania stanu opinii publicznej, a podejmują je ludzie innych zawodów jak np. politycy czy dziennikarze. Są to różnego rodzaju telesondy, sondy sms, konsultacje społeczne, plebiscyty. Niektóre z tych praktyk Antoni Sułek nazywa egzotyką lub nawet nadaje im miano prymitywnych w porównaniu z badaniami naukowymi, zaliczając je do folkloru badań opinii publicznej<sup>16</sup>.

Wiedza, jaką społeczeństwo czerpie z sondaży, jest bardziej wiarygodna, niż wiedza z wielu innych źródeł. Rozpoznanie, co do opinii innych, może dokonywać się na różne sposoby – przez codzienne kontakty osobiste, rozmowy, oglądanie telewizji, czytanie gazet czy też zwykłą obserwację. Sondaż reprezentatywny ma tu jednak przewagę. Jest on bowiem oparty na naukowych metodach doboru próby i analizie danych. Jest też demokratyczny, bo

<sup>13</sup> *Słownik Języka Polskiego PWN* w wydaniu internetowym [dostęp: <http://sjp.pwn.pl/>, 28.01.2015 r.]

<sup>14</sup> *Encyklopedia Języka Polskiego PWN* w wydaniu internetowym [dostęp: <http://encyklopedia.pwn.pl/>, 28.01.2015 r.]

<sup>15</sup> *Wielki Słownik W. Doroszewskiego* w wydaniu internetowym [dostęp: <http://sjp.pwn.pl/doroszewski/>, 28.01.2015 r.]

<sup>16</sup> A. Sułek, *Sondaż polski...*, op. cit. s. 237

każdemu członkowi zbiorowości politycznej daje taką samą szansę wypowiedzenia się i wygłoszenia swojej opinii. Co więcej, dając ją także tym obywatelom, którzy z różnych powodów nie uczestniczą w życiu publicznym<sup>17</sup>. Tak więc sondaż jest mało subiektywnym opracowaniem. Oparty jest na mocnych naukowych podstawach, systematyce i metodyce, dlatego też, jego wyniki są niezależne od własnych podglądów badaczy.

W dobie wszechobecnych prezentacji różnego rodzaju rozpoznania opinii publicznej, w tym takich, które nie uwzględniają dostępnych nauce narzędzi, możemy ulec dezorientacji. Nie jest łatwo ustalić, w jakich wypadkach możemy stwierdzić, czy sondaż jest „naukowy”. W standardach, kodeksach i przewodnikach wskazuje się na dwie główne cechy jakie powinno charakteryzować naukowe i reprezentatywne badanie surveyowe, którego celem jest pomiar poglądów określonej grupy. Po pierwsze, respondenci nie mogą zgłaszać się do badania sami, lecz powinni być dobrani przez instytut badawczy, zgodnie z jasno określonymi kryteriami, według znanych, naukowych metod badawczych. Po drugie, pytania powinny być sformułowane w sposób zrównoważony, a ich zadawanie nie powinno naprowadzać respondenta na żadną konkretną odpowiedź<sup>18</sup>. Obserwacja pozostałych, nazwijmy to folklorystycznych badań, może skłaniać do zastanowienia - czy badania innego typu zawsze dają niepoprawne wyniki. Metaforycznie można to porównać do niesprawnego zegara. Podobnie jak zepsuty zegar dwa razy na dobę pokazuje prawidłową godzinę, tak samo zdarza się, że nienaukowe badania sondażowe czasem dają poprawne wyniki procentowe. Prawdopodobieństwo, że wyniki te będą niepoprawne, jest jednak znacznie wyższe. Najbardziej rozpowszechnioną formą nienaukowych badań sondażowych są sondaże telefoniczne, prowadzone przez stacje telewizyjne „na żywo” w trakcie programu, a także wszelkie ankiety internetowe wypełniane przez internautów na zasadzie dobrowolnego udziału. Inicjatywy takie są obarczone dwiema wadami. Po pierwsze – próba składa się z osób, które same zadzwoniły lub wypełniły ankietę. Tego typu inicjatywy zwykle przyciągają osoby mające emocjonalny stosunek do tematu, a więc nie jest to próba reprezentatywna. Po drugie – w takich sondażach rzadko uwzględnia się dodatkowe informacje (np. wiek i płeć), które pozwalałyby zorientować się, z jaką próbą mamy w tym przypadku do czynienia<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> K. Grzeszkiewicz-Radulska, *Obywatel jako respondent?*, „Przegląd Socjologiczny” 2007, t.46, nr 1, s. 175-203

<sup>18</sup> Przewodnik ESOMAR/WAPOR, *Sondaże opinii publicznej i publikowanie wyników badań*, OFBOR 2011, s. 6 [dostęp: [www.esomar.org](http://www.esomar.org), 18.10.2014 r.]

<sup>19</sup> Tamże, s. 7

Interesującej klasyfikacji sondaży, ze względu na źródło inicjacji badania, dokonuje Howard Shuman, poprzez rozróżnienie pomiędzy badaniami pollingowymi (polls) a surveyowymi (surveys), przypisując tym pierwszym cechy związane z: prowadzeniem badań przez podmioty komercyjne, opieraniem się na próbach kwotowych, dużym tempem badań oraz stosunkowo prostym sposobem opracowywania wyników. Natomiast badaniom surveyowym częściej przyporządkowywano reprezentatywne próby losowe, wielozmienne i „wyszukane” metody analizy statystycznej oraz fakt, że są one inicjowane, nadzorowane lub prowadzone przez badaczy akademickich. Takie rozróżnienie wynika z pewnej gry słów. *Poll* jest słowem czteroliterowym, pochodzącym od niemieckiego słowa określającego głowę, w sensie liczenia pogłowia. Dwusylabowe słowo *survey* ma z kolei źródłosłów francuski, pochodzi od słowa *surveir*, które z kolei wyrasta z łacińskich *videre* (patrzeć) i *super* (ponad). Pierwsze, z dwóch rozważanych słów- jak sądzi autor – jest terminem, który przemawia do szerszej publiki, do odbiorców mass-mediów. Drugie zaś odpowiada potrzebom akademików, którzy starają się podkreślać naukowy charakter swojej pracy. Dodaje jednak, że rozróżnienie to jest aktualnie tylko pewną konwencją językową i służy do wskazania „linii demarkacyjnej” dzielącej badaczy komercyjnych od badaczy akademickich, ponieważ wszelkie różnice dotyczące prób czy opracowań należy rozpatrywać oddzielnie w odniesieniu do każdego badania. Podsumowanie tych rozważań zostało sformułowane przez Schumana w postaci następującej hipotezy: „[...]różnica między pollingiem a badaniem ankietowym tkwi w nadawanym im społecznie znaczeniu, wszystkie inne różnice już zanikły.”<sup>20</sup>.

Powyższe wskazuje, że „sondaż” kieruje uwagę w głąb społeczeństwa, skąd pobiera próbkę opinii, natomiast survey to ogląd, przegląd, lustracja itp. Polling próbował zaistnieć w Polsce, ale ostatecznie się nie przyjął, pojawia się rzadko, a jego zakres zastąpiony został przez szerszy, ale mniej precyzyjny „sondaż”<sup>21</sup>.

Szukając inspiracji do zrozumienia definicyjnych podstaw sondaży reprezentatywnego możemy odnieść się do opinii, na temat tego rodzaju badań, wygłaszanych przez różne grupy zawodowe biorące udział w procesie tworzenia i publikacji sondaży. Jak pokazują badania, dziennikarze, badacze, naukowcy czy komentatorzy nie udzielają jednoznacznych odpowiedzi na pytanie – czym jest sondaż. Dziennikarze postrzegają sondaż jak testowanie społeczeństwa w kontekście tego, jak patrzy na różne zagadnienia. Z kolei badacze uważają, że „sondaż ma na celu sprawdzenie jak opinia publiczna ocenia badane

<sup>20</sup> H. Shuman, *Metoda i znaczenie w badaniach sondażowych*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2013, s.23

<sup>21</sup> A. Sułek, *Sondaż polski...* op. cit., s.14

przez nas zagadnienia”. Według nich „sondaż to także badanie społeczne, w którym poznajemy opinie badanej populacji, zazwyczaj domyślnie populacji generalnej (...) na jakież tam tematy”<sup>22</sup>. Naukowcy widzą sondaż w szerszym kontekście „jak badanie realizowane na próbie przekrojowej, czyli według schematu przekrojowego”. Jak mówią „interesuje nas obraz pewnego zjawiska w zbiorowości w pewnym punkcie czasowym, który później można odnieść do innego punktu czasowego”<sup>23</sup>.

Podsumowując, należy stwierdzić, iż nie ma jednoznacznej definicji sondażu. Jest to pojęcie bardzo pojemne i problematyczne, uwikłane w różne procesy, które sprawiają, że sondaż jest obecnie istotnym problemem społecznym, wymagającym poświęcenia mu większej uwagi, kontroli i edukacji społecznej. Upowszechnianie wiedzy na temat sondażu i jego wyników jest niezbędne dla skutecznego odpierania zarzutów formułowanych wobec samej instytucji sondażu tj. zafałszowywania obrazu rzeczywistości oraz w stosunku do uczestników procesu komunikowania danych sondażowych tj. zarzutów manipulowania wynikami badania.

## 2.2 Trzon badań sondażowych.

Używając uproszczeń można stwierdzić, iż badania sondażowe są próbą ustalenia, co na wybrany temat myśli społeczeństwo (bądź grupa) traktowane jako całość. Jeśli chcemy dowiedzieć się czegoś od ludzi, musimy o to zapytać i rozsądnie potraktować odpowiedzi. Nauka z tych potocznych praktyk rozwinęła teorię doboru próby oraz metodologię badań ankietowych. Ogólnie rzecz ujmując, to właśnie procedura losowania prób i zasady zadawania pytań, stanowią trzon współczesnych badań sondażowych. Inne kwestie w procesie tworzenia struktury badania - choć ważne - nie są integralnie związane z prowadzeniem badań.

Nie jest możliwe, z wielu względów, realizowanie badania opinii publicznej na całej populacji lub dużej grupie społecznej. Konieczne jest zatem, zastosowanie metody doboru jego statystycznej reprezentacji tzn. próby. Posługując się gastronomiczną nomenklaturą możemy próbę porównać do przysłowiowej łyżki zupy z kotła. Tak jak kucharz ocenia smak gotowanej w wielkim kotle zupy czerpiąc jego zawartość na małą łyżkę, tak badacz, za

---

<sup>22</sup> Sondaż Polski. Syndrom głuchego telefonu. Raport z badania zrealizowanego przez Zespół Na Straży Sondaży., Instytut Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2013 r., s.7 [dostęp: <http://nastrazysondazy.uw.edu.pl/konferencja2/raport.pdf>, 17.07.2014 r.]

<sup>23</sup> Tamże, s.8

pomocą odpowiednich metod, musi ze społeczeństwa „zaczerpnąć” grupę osób, która będzie jego reprezentacją tj. miniaturką badanej populacji. W obu przypadkach dobrana próba musi posiadać w przybliżeniu wszystkie cechy badanej całości. Aby tak się stało, kucharz musi zadbać by w małej ilości próbowanej zupy znajdowały się wszystkie, dodane składniki, badacz natomiast musi dopilnować by dobrana próba zapewniała reprezentatywność badań. Ze względu na metodę doboru wyróżnia się próby losowe i kwotowe (udziałowe).

W metodzie losowej reprezentatywność badań zagwarantowana jest metodami losowania respondentów. Na przykład reprezentacja osób dorosłych losowana ze Spisów Powszechnych. Ta metoda uwzględnia podstawowe cechy losowanych osób tj: wiek, płeć, wykształcenie, typ zamieszkiwanej miejscowości, obszar terytorialny. Losowanie narzuca taką strukturę próby, aby udział procentowy osób noszących te cechy był w niej identyczny z udziałem takich osób w całej dorosłej populacji. Przy zachowaniu tych rygorów wszystkie inne cechy badanych osób, np. grupa społeczno - zawodowa, aktywność zawodowa, przynależność partyjna, wyznanie itp. powinny w sposób losowy rozłożyć się w próbie prawidłowo, tj. odpowiednio do proporcji w całej populacji. Wraz z próbą losuje się rezerwę na wypadek, gdyby losowane osoby zmieniły miejsce zamieszkania, zmarły czy odmówiły udziału w badaniach. Osoby te zastępuje się osobami z rezerwy o takich samych cechach podstawowych (kontrolowanych przy losowaniu). Wymiana nie powinna jednak przekraczać 10% całej próby, aby nie zakłócić proporcji cech niekontrolowanych. Próby są sukcesywnie wymieniane i dolosowywane w ramach obszarów terytorialnych. Unika się w ten sposób tzw. "przetrenowania" respondentów, tj. spowodowania pewnych zmian w ich zachowaniach i w sposobie myślenia, wywołanych udzielaniem odpowiedzi na pytania ankietowe. Zazwyczaj wielkość próby nie jest większa niż 1000 osób. Jest to dostateczna masa statystyczna dla niwelowania pojedynczych błędów<sup>24</sup>.

W metodzie kwotowej ankieterzy sami dobierają osoby do badań według założonych z góry kryteriów. Respondenci biorący udział w badaniach nie są więc z góry losowani; wstępnie ustala się tylko cechy, które muszą występować u osób badanych (np. wykształcenie wyższe, płeć męska, wiek do 25 lat itp.). Dobranie osób posiadających te cechy jest zadaniem samych ankieterów. Metoda ta posiada oczywiste wady: uczestnictwo konkretnych osób w badaniu nie jest efektem bezstronnego losowania; zależy ono raczej od okoliczności, które pozwalają ankieterom dotrzeć do poszczególnych respondentów. Stosuje się również metody "mieszane"; np. "Demoskop" losuje miejscowości, w których mają być przeprowadzone

---

<sup>24</sup> Sondaże opinii publicznej. Metody badań i kryteria rzetelności. Kancelaria Sejmu. Biuro studiów i Ekspertyz. Informacja nr 39, s. 1 (dostęp: [http://biurose.sejm.gov.pl/teksty\\_pdf\\_92/i-39.pdf](http://biurose.sejm.gov.pl/teksty_pdf_92/i-39.pdf), 4.11.2014 r.]

badania; w tych zaś miejscowościach dobiera się respondentów według metody udziałowej: respondentem może być każdy, kto odpowiada warunkom wymaganego wieku, płci, wykształcenia itp. Wybór respondentów do próby charakteryzujących się poszczególnymi cechami pozostawia się ankietantom. Taki tryb pracy wymaga od nich szczególnego zdyscyplinowania, aby nie powracali przy kolejnych badaniach do tych samych osób, które brały już udział w poprzednich badaniach. U podstaw tej próby leży bowiem założenie, że każdy mieszkaniec kraju o określonych cechach ma jednakowe szanse zostania respondentem<sup>25</sup>.

Kolejny istotny element trzonu badań to techniki badań, zwane narzędziami badawczymi. Najczęściej stosowane techniki to:

- wywiad bezpośredni skategoryzowany, przeprowadzany przez ankietera przy pomocy kwestionariusza, zawierającego szczegółowo skonstruowane pytania zadawane w identyczny sposób wszystkim respondentom;
- wywiad bezpośredni nieskategoryzowany, przeprowadzany przez ankietera przy pomocy kwestionariusza obejmującego tylko dyspozycje do rozmowy z respondentem;
- ankieta wypełniana przez samego respondenta bez udziału ankietera (dostarczana drogą pocztową lub przez osobę delegowaną przez organizatorów badań);
- ankieta audytoryjna; odpowiedzi udzielane są jednocześnie przez grono respondentów zgromadzonych przez organizatorów badań w jednym miejscu; zazwyczaj respondenci zgromadzeni w miejscu publicznym wypełniają ankietę jednocześnie pod kontrolą reprezentanta organizatorów badań<sup>26</sup>.

Techniki wykorzystywane w badaniach sondażowych często dzielone są na dwie grupy: z występowaniem ankietera (researcher-administred surveys) oraz wypełniane samodzielnie przez respondentów (self-administred surveys). Do tej pierwszej grupy zaliczamy: wywiady bezpośrednie przeprowadzane przez ankietera w domu bądź miejscu publicznym, a także wywiady telefoniczne, które mogą być wspomagane przez odpowiednio napisane programy komputerowe. Natomiast do technik, które nie wymagają udziału ankietera zaliczamy ankietę pocztową czy sondaż internetowy.

Każda z wymienionych technik posiada swoje wyraźne wady i zalety. Trzeba mieć je na uwadze przy projektowaniu badania. Dobór techniki winien uwzględniać przedmiot

---

<sup>25</sup> Tamże, s. 2

<sup>26</sup> Tamże, s. 4



i zakres badania. Należy również pamiętać o rozmiarze, rozproszenia i możliwości zidentyfikowania populacji, oraz posiadanych zasobów: czasowych, finansowych i ludzkich.

Poniżej przedstawiamy, w zestawieniu tabelarycznym, wady i zalety technik zbierania danych sondażowych.

**Tabela 2. Wady i zalety technik badań sondażowych**

TECHNIKA	ZALETY	WADY/OGRANICZENIA
<b>Wywiad osobisty</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wysoka realizacja próby</li> <li>• Skomplikowane i dłuższe kwestionariusze</li> <li>• Możliwość zachęcania do odpowiedzi</li> <li>• Możliwość wyjaśniania nieścisłości</li> <li>• Korzystanie z pomocy wzrokowych</li> <li>• Dotarcie do szczególnych respondentów</li> <li>• W przypadku wywiadów audytoryjnych koszty i czas są mniejsze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Długi czas realizacji</li> <li>• Wysokie koszty</li> <li>• „Wpływ ankietarki”</li> <li>• Problemy z kontrolą</li> <li>• Brak anonimowości - problemy z pytaniami wrażliwymi</li> <li>• Bezpieczeństwo ankietatorów</li> </ul>
<b>Wywiady telefoniczne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozproszenie próby</li> <li>• Niskie koszty</li> <li>• Szybkość realizacji</li> <li>• Jednoczesne kodowanie danych i weryfikacja</li> <li>• Skomplikowane kwestionariusze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niereprezentatywność prób</li> <li>• Niski stopień realizacji</li> <li>• Numery zastrzeżone i numery firm</li> <li>• Krótkie kwestionariusze</li> <li>• Proste skale</li> </ul>
<b>Ankiety pocztowe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozproszenie próby</li> <li>• Możliwość prób celowych</li> <li>• Stosowanie tematów wrażliwych</li> <li>• Brak „efektu ankietarskiego”</li> <li>• Respondent może wypełniać we</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brak wpływu na czas realizacji</li> <li>• Koszty ponownych wysyłek i zachęt</li> <li>• Brak nadzoru i możliwości wyjaśniania</li> <li>• Proste kwestionariusze</li> </ul>

	własnym tempie	
<b>Sondaże internetowe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brak kosztów ankietera</li> <li>• Jednoczesne kodowanie danych, szybkość analizy</li> <li>• Możliwość użycia pomocy wizualnych, dźwiękowych</li> <li>• Dotarcie do specjalnych grup</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konieczność posiadania technologii (koszty)</li> <li>• Zmienny współczynnik realizacji</li> <li>• Zakłócenie odpowiedzi</li> </ul>

Źródło : Babbie E., *Badania społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003,  
 Nowak S., *Metodologia badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

W ankietach będących podstawowym narzędziem sondaży stosuje się różnorodne typy pytań. Dzielą się one na dwie zasadnicze kategorie: pytania zamknięte i pytania otwarte. Pytania zamknięte, czyli skategoryzowane, zawierają zestaw możliwych odpowiedzi (kafeterię), zaprojektowany przez autorów badania, z którego respondenci wybierają odpowiadające im kategorie. Pytania otwarte nie zawierają żadnych sugestii ze strony autorów, umożliwiają więc respondentom pełną swobodę wypowiedzi.

Zagadnieniu formułowania pytań ankietowych badacze poświęcają wiele czasu, a literatura przedmiotu doczekała się w tym zakresie sporego dorobku. Zwraca się uwagę na to jak ważny aspekt badań sondażowych stanowi zadawanie pytań respondentom. Od tego jakie pytania zostaną sformułowane i w jaki sposób zadane zależy wynik badania. Można spotkać nawet określenia, które o formułowaniu ankiety mówią w kategoriach sztuki. Wskazuje się jednak na pewien paradoks sztuki zadawania pytań sondażowych, który polega na tym, że pytania w gruncie rzeczy zadajemy, w sposób taki, jak zwykle pytania dnia codziennego, jednak odpowiedzi, które otrzymujemy, rzadko kiedy możemy traktować jak zwykle odpowiedzi<sup>27</sup>. Jak stwierdza Haward Shuman wywiad kwestionariuszowy jest formą komunikacji, w której wykorzystujemy wzór procesu zadawania zwykłych pytań. Nie oznacza to jednak, że w tym procesie nie wykorzystujemy wymyślnych sposobów ich zadawania jak np. skala Likerta lub dyferencjał semantyczny, jednak zadając pytania w sondażach, nie możemy zbyt daleko odbiegać od tego jak zadaje się zwykle pytania<sup>28</sup>.

<sup>27</sup> H. Shuman, *Metoda i znaczenie...*, op. cit., s.34

<sup>28</sup> Tamże, s. 35

Mając na uwadze powyższe, oceniając jednocześnie istotność procesu tworzenia kwestionariusza ankiety w badaniach sondażowych, można określić ankietę jako „oko i szkiełko badacza”. W dziele pod tytułem „*Metoda i znaczenie w badaniach sondażowych*” autor, w celu podkreślenia znaczenia badań terenowych przy użyciu narzędzia badawczego jakim jest ankietą, posłużył się ciekawym porównaniem badaczy z ludźmi żyjącymi w jaskini z alegorii Platona. Platon sądził, że istnieje metoda, która pozwoli ludziom, dla których jedyną rzeczywistością jest ciemna jaskinia, pozwalająca im zobaczyć prawdziwe przedmioty znajdujące się poza jaskinią. Jest to obserwacja bezpośrednia za pomocą własnych zmysłów. Autor podkreśla, że gdybyśmy ulegali jednak tylko zmysłom musielibyśmy założyć, że świat jest płaski, gdyż taki się wydaje<sup>29</sup>. Ten przykład uświadamia nam, jak ważne są znane nauce instrumenty badawcze, za pośrednictwem których weryfikujemy ludzka percepcję.

### 2.3 Sondaże wyborcze a media

Sondażowe badania opinii publicznej są w systemie demokratycznym powiązane na zawsze ze środkami masowego przekazu. Wyniki badań opinii publicznej zwykle nie miałyby większego sensu, gdyby nie były publikowane. W istocie najczęściej sondaże przeprowadza się po to, aby podać je do ogólnej wiadomości. Co więcej, jak zauważa Antonii Sułek, media wyznaczają „ramy dla ekspresji opinii publicznej”, a nawet „opinia publiczna bez mediów nawet pomyśleć się nie da”<sup>30</sup>. Naturalną konsekwencją tego jest, że prezentacje sondaży w mediach stają się częścią „demokratycznej socjalizacji”. By obywatel demokratycznego państwa mógł uwierzyć w ważność jego indywidualnej opinii, musi wiedzieć, że jest ona precyzyjnie i w sposób naukowy zbadana oraz profesjonalnie skomentowana w środkach masowego przekazu. Dlatego tak ważna jest rola dziennikarzy, którzy tworząc przekaz budują pomost informacyjny pomiędzy badaczami a odbiorcami. Jeżeli ten pomost będzie miał słabe podstawy konstrukcyjne, przekaz będzie zniekształcony i może zniweczyć cały wysiłek badających.

Istota połączenia komunikacyjnego na linii badacze – media – opinia publiczna uwidacznia się szczególnie podczas kampanii wyborczej. W okresie wyborczym media odgrywają niezwykle istotne znaczenie w komunikowaniu politycznym. Według Stanisława

---

<sup>29</sup> Tamże, s. 264

<sup>30</sup> A. Sułek, *Sedymenty sondażowe. O badaniu, tworzeniu i „kreowaniu” opinii publicznej*. w: *Obrazy z życia socjologii w Polsce*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2011, s. 332

Michalczyka taki stan rzeczy wynika z ogólnych przesłanek mediatyzacji codziennej komunikacji, m.in. z wszechobecności mediów, ich wzrastającej roli jako źródła informacji, mieszania się różnych form komunikacji – *face to face* i komunikacji medialnej czy wzrastającej orientacji społecznej na media, kosztem orientacji na własne doświadczenia i obserwacje<sup>31</sup>. Media są przede wszystkim źródłem wiedzy o rzeczywistości i nastrojach społecznych, kanałami prezentacji poglądów politycznych, programu działania, kreowania wizerunku, zwierciadłem, w którym odbijają się działania polityków, poglądy i opinie obywateli (wyborców) o politykach<sup>32</sup>. Winfried Schulz charakteryzując media wskazywał na ich ważną rolę jaką wypełniają. Pisał, iż pełnią one funkcje: zwierciadła opinii publicznej, adwokata interesów obywateli, organu narodu, pośrednika w procesie kształtowania woli politycznej<sup>33</sup>. Przyczynkiem do tego aby opinia publiczna nie była prezentowana w krzywym zwierciadle jest rzetelność mediów. Zachowanie standardów, o których mówią socjologowie, przy prezentacji wyników badań sondażowych, dotyczących preferencji wyborczych zapewne pozwoli przedstawić obraz niezakłócony i niezmacony partykularnymi interesami politycznymi.

Włodzimierz Rostocki, który badał stosunek dziennikarzy do wprowadzenia w Polsce rozbudowanych standardów publikowania w prasie wyników sondaży, zwrócił uwagę na niezwykle ważny element jaki powinien zawierać dobry przekaz medialny. Odbiorca wyników sondażu powinien otrzymać nie tylko podstawowe i dokładne dane o przeprowadzonym badaniu, ale również, a nawet przede wszystkim, powinien mieć szansę kształtowania swojej wiedzy o sondażach opinii publicznej na podstawie artykułów rzetelnie wprowadzających w tajemnice „sondażowej kuchni”<sup>34</sup>. W podobnym tonie wypowiada się Howard Shuman, który postuluje, aby prezentując rezultaty badań sondażowych, z jednej strony pokazywać ich wartość poznawczą, a z drugiej strony zwracać uwagę na ograniczenia w interpretowaniu ich rezultatów<sup>35</sup>. Redaktorzy, którzy konstruują przekaz często kierują się przecież przy publikacji kryteriami atrakcyjności treści i formy. Łatwo obserwować swoistą „wojnę” na sensacyjne informacje z dziedziny polityki, gospodarki itp. Dziennikarze mówią w swoim slangu, że „nagłówek musi krzyczeć”, musi zainteresować, intrygować. Nie sposób

<sup>31</sup> S. Michalczyk: *Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu*, Katowice 2005, s. 328

<sup>32</sup> Tamże, s. 129

<sup>33</sup> W. Schulz, *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Kraków 2006, s. 127–134

<sup>34</sup> A. Rostocki, Relacje dziennikarzy dotyczące zasad redagowania wyników sondaży w prasie ogólnopolskiej w: *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, w cyklu: *Sondaże opinii społecznej. Samowiedza współczesnych społeczeństw* (Daniłowicz P., Gostkowski Z., red.) t. X, Łódź : Instytut Socjologii 2001 s.: 236

<sup>35</sup> H. Shuman, *Metoda i znaczenie ... op. cit.*, s.121

odmówić tego dziennikarzom, ale dotykamy tu niesłuchanie ważnej kwestii odpowiedzialności, jaka spoczywa na dziennikarzach, którzy przez swoje artykuły, programy i wypowiedzi kształtują nie tylko jakiś obraz opinii publicznej, lecz również budują swoistą rolę sondaży w systemie demokratycznym.

Zdaniem Antoniego Sułka, ze względu na niezwykle ważną rolę wyników sondażowych badań opinii publicznej w systemie demokratycznym (są one istotnym rodzajem informacji społecznej), ich prezentacja w mediach powinna spełniać pewne kryteria. Zdając sobie sprawę z różnic, jakie występują między relacją dziennikarską a oryginalnymi i szczegółowymi raportami z badań, ów autor uważa jednak, iż w omówieniach sondaży media powinny podawać notę metodologiczną, która powinna zawierać podstawowe informacje o badaniu :

1. **Nazwa instytucji badawczej**, która sondaż przeprowadziła oraz jego ewentualnego zleceniodawcy (...). W przypadku badań autorskich – indywidualnych lub zespołowych – należy podawać nazwiska ich autorów.
2. **Określenie badanej populacji**, tj. zbiorowości, z której została pobrana próba (np. dorosła ludność Polski)
3. **Liczebność zrealizowanej próby i metoda jej doboru** (np. 1120 – osobowa reprezentacyjna próba losowa, 1000 – osobowa reprezentacyjna próba udziałowa, a w ostateczności nawet tylko: 1120 – osobowa próba reprezentacyjna). Przy próbie udziałowej (kwotowej) zaleca się podawanie cech, ze względu na które dokonano jej wyboru. Przy próbie losowej powinien być podany stopień jej realizacji – szczególnie jeśli w danym sondażu jest on szczególnie niski na tle innych badań tego typu.
4. **Termin zebrania danych** w terenie (np. 5-8 lutego 1997). Powinien on być podany tym dokładniej, im bardziej aktualne są sprawy, których dotyczą przedstawione wyniki. Zaleca się także odnosić termin badania do wydarzeń istotnych dla wyników.
5. **Metoda zbierania danych** (np. wywiady indywidualne, ankieta wypełniona przez badanych, wywiad telefoniczny.) Te informacje wolno pomijać, gdy jest oczywiste że dane zebrano za pomocą typowego wywiadu indywidualnego, a należy podawać ją zawsze, gdy zebrano je inną metodą.
6. **Dokładne sformułowanie pytania**. Powinno być jasne czy pytania miały charakter otwarty czy zamknięty. Jeśli pytanie było zamknięte, powinny być

przytoczone odpowiedzi dane do wyboru. Jeżeli można było podać więcej niż jedną odpowiedź, należy to zaznaczyć przy ich przedstawianiu<sup>36</sup>.

Przestrzeganie podstawowych zasad w publikacji sondażowych wyników jest nie tylko wyrazem szacunku dla odbiorcy tych informacji, ale także respektem dla norm metodologicznych formułowanych przez socjologów i agencje sondażowe. Należy podkreślić, że tylko ich przestrzeganie pozwoli osiągnąć cele, jakie stawiają sobie badacze. Takie pojmowanie przekazu wyników sondaży wyborczych doprowadzi do uwiarygodnienia badań opinii publicznej w świadomości społecznej. Konsekwentne przestrzeganie zasad rzetelności i precyzyjności prezentacji sondaży w mediach, staje się częścią „demokratycznej socjalizacji”. By obywatel demokratycznego państwa mógł uwierzyć w ważność jego indywidualnej opinii musi wiedzieć, że jest ona precyzyjnie, w sposób naukowy zbadana i opisana oraz profesjonalnie skomentowana w środkach masowego przekazu.

W okresie wyborczym dziennikarzy obowiązują podwyższone standardy rzetelności. Nieprecyzyjnie i z niewystarczającą starannością przekazana informacja może bowiem wyrzucić wpływ na zachowania wyborcze i w konsekwencji na wynik głosowania. Do opinii publicznej wyniki badań sondażowych docierają prawie wyłącznie za pośrednictwem mediów. O tym, co badano, jakiej treści pytania zadawano, jaką próbą się posłużono, jakie uzyskano wyniki, - dowiadujemy się od dziennikarzy. To oni ostatecznie kształtują obraz sondaży. Pośrednictwo dziennikarzy jest niezbędne i wszelkie zakłócenia na linii komunikacyjnej pomiędzy opinią a badaczami będą powodować zniekształcenie tego obrazu.

Zespół badawczy „Na Straży Sondaży” przeprowadził ciekawe badania jakościowe, w których przeprowadzono rozmowy z osobami zaangażowanymi w proces prezentowania wyników badań sondażowych w mediach. Badaniem objęte były cztery grupy: naukowcy, badacze, dziennikarze, komentatorzy. Jak pokazało badanie, grupy zawodowe, które są zaangażowane w komunikowanie danych sondażowych współpracują ze sobą w małym stopniu. Wśród dziennikarzy wykazano konflikt pomiędzy rzetelnością a atrakcyjnością publikacji. Przekazana treść badania, według dziennikarzy musi mieć formę – „gorącego newsa”. Często więc odbywa się to kosztem podania szczegółowych informacji o badaniu sondażowym. Jak przyznają dziennikarze, informacja jest celowo „podkręcana” po to, aby wydawała się ciekawsza. Taki stan rzeczy dobrze oddaje istotę syndromu głuchego telefonu. Suche wyniki badania nie są interesujące dla przeciętnego odbiorcy, w związku z tym

---

<sup>36</sup> A. Sułek, *Sondaż polski...* op. cit., s.273-274

dziennikarze nadają badaniu nowe znaczenie. W ten sposób badanie zyskuje w oczach odbiorców nowy wydźwięk, co nierzadko prowadzi do kolejnych nieporozumień<sup>37</sup>.

Konkluzją do jakich doszli badacze jest to, że polski sondaż zmaga się z problemem o charakterze komunikacyjnym, który może zostać określony jako syndrom głuchego telefonu. Spowodowane jest to wieloma czynnikami. Uwarunkowane jest to między innymi logiką wykonywania na przykład zawodu dziennikarza. Aby udoskonalać relacje pomiędzy sondażem a społeczeństwem potrzebne są nieustanne próby polepszania relacji pomiędzy uczestnikami procesu komunikacyjnego. Tylko takie niezłomne działania mogą wzbudzić indywidualne poczucie misji w ramach procesu komunikowania sondaży, co przyczyni się do zwiększenia zaufania społecznego do badań opinii.

## 2.4 Prawne ograniczenia w publikowaniu sondaży wyborczych

Demokracja i sondaże idą w parze. Problem publikacji wyników sondaży wyborczych w dzisiejszym rozumieniu, tzn. badań obejmujących preferencje wyborcze, pojawił się dopiero wraz z demokracją i wolnymi wyborami. Ograniczenia dotyczące prezentacji rozkładu zbadanych preferencji wyborczych nierozłącznie łączy się z pojęciem ciszy wyborczej.

Cisza wyborcza to okres, w którym zakazane jest prowadzenie agitacji wyborczej. Większość regulacji prawnych, dotyczących wyborów, ustanawia ciszę w trakcie trwania głosowania (od otwarcia do zamknięcia lokali wyborczych). W kilkunastu państwach świata cisza wyborcza rozpoczyna się jednak wcześniej. Ma to sprzyjać refleksji wyborców nad uzyskanymi w trakcie kampanii wyborczej informacjami i w efekcie — podjęciu rozważnego wyboru. Naruszenie ciszy wyborczej zagrożone jest sankcją, najczęściej karą grzywny.

Samo pojęcie „ciszy wyborczej” nie należy do języka prawnego i nie występuje w treści regulacji prawnych. O ile w doktrynie polskiej jest powszechnie używane i rozumiane jednolicie, o tyle w piśmiennictwie obcym spotyka się kilka określeń używanych wymiennie jak: cisza wyborcza, cisza pre-wyborcza (pre-electoral silence), cisza kampanijna (campaign silence), ewentualnie „dzień ciszy wyborczej”(electoral silence day) – w państwach, gdzie cisza obowiązuje przez całą dobę poprzedzającą dzień wyborów. Bardzo

---

<sup>37</sup> Sondaż Polski. Syndrom ....op. cit. ., s.30

podobne, szczególnie w językach obcych, określenie „ciche wybory” (Stille Wahl) dotyczy zupełnie innej instytucji prawa wyborczego<sup>38</sup>.

Za kraj, w którym instytucja ciszy wyborczej pojawiła się po raz pierwszy uchodzą powojenne Niemcy. Powodem miały być złe doświadczenia z okresu tzw. Republiki Weimarskiej. Przed dojściem do władzy Adolfa Hitlera, podczas kampanii wyborczej i samych wyborów dochodziło do licznych ekscesów, a nawet morderstw<sup>39</sup>. We Francji ciszę w dniu wyborów, trwającą do ich zakończenia, a więc również w dniu wyborów, wprowadzono w 1977 r., w Polsce dopiero po 1989 r.

Z ciszą wyborczą często powiązana jest tzw. „cisza sondażowa”, która najczęściej oznacza absolutny zakaz publikowania wyników sondaży przedwyborczych, a także tzw. exit-polls, czyli wyników badań przeprowadzonych w dniu wyborów wśród osób, które oddały swój głos i opuściły lokal wyborczy. Podobnie jak w przypadku ciszy wyborczej „cisza sondażowa” obowiązuje najczęściej w dniu wyborów, ale również przed wyborami.

W Polsce, kwestię zakazu publikacji sondaży wyborczych reguluje art. 115 ustawy z dnia 5 stycznia 2011 r. Kodeks wyborczy (Dz. U z 2011 r. nr 21, poz 112 ze zm.). W obecnie obowiązującym stanie prawnym zakazane jest podawanie do publicznej wiadomości wyników przedwyborczych badań (sondaży) opinii publicznej dotyczących przewidywanych zachowań wyborców i przewidywanych wyników wyborów na dobę przed dniem głosowania tj. w okresie tzw. ciszy wyborczej, aż do momentu zakończenia głosowania. Takie same zasady obowiązują wobec wyników sondaży wyborczych przeprowadzanych w dniu głosowania (exit-polls) polegających zazwyczaj na bezpośrednim sondowaniu zachowań wyborczych wyborców opuszczających lokale wyborczy. Zatem w polskim systemie prawnym naruszenie zakazu publikowania sondaży wyborczych, w określonym czasie, jest równoznaczne z naruszeniem ciszy wyborczej. Należy jednak dodać, iż pojęcie ciszy wyborczej nie zostało jednoznacznie określone w obowiązujących regulacjach niemniej jednak, zgodnie z dominującym poglądem literatury, definiuje się ją jako okres, w którym pod groźbą kary zabronione jest w jakikolwiek sposób prowadzenie agitacji wyborczej.

Jak wynika z obowiązujących regulacji wyżej powołanego art. 115 Kodeksu wyborczego, sondaże wyborcze mogą być publikowane w środkach masowego przekazu w

<sup>38</sup> M. Wiszowaty *Instytucja ciszy wyborczej – geneza, regulacja prawna, ratio existendi*, Studia Wyborcze, Uniwersytet Gdański 2012, s. 2

<sup>39</sup> P. Kowalczyk, C. Gmyz, *Cisza wyborcza psuje demokrację ?*, „Rzeczpospolita”, [www.rp.pl, dostęp 17.12.2014 r.]



czasie całej kampanii wyborczej tj. od dnia zarządzenia przez właściwy organ wyborów do jej zakończenia czyli na 24 godziny przed dniem głosowania. Zakaz publikowania sondaży wyborczych ma jednolite zastosowanie we wszystkich rodzajach wyborów, zarówno podczas wyborów do Sejmu i Senatu, Parlamentu Europejskiego, jak i wyborów na Prezydenta i wyborów samorządowych. Temu, kto naruszy przedmiotowy zakaz grozi –zgodnie z art. 500 ww. ustawy - kara grzywny w wysokości od 500.000 do 1.000.000 złotych. Jak wyjaśnia sekretarz Państwowej Komisji Wyborczej Kazimierz Czaplicki Naruszenie zakazu prowadzenia agitacji wyborczej w okresie ciszy wyborczej stanowi wykroczenie, a naruszenie zakazu podawania do publicznej wiadomości wyników sondaży zachowań wyborczych i przewidywanych wyników wyborów — występki, a do organów ścigania należy ustalenie, jakiej wagi przewinienie popełniono<sup>40</sup>. Zakaz z art. 115 obejmuje wszelkie formy podawania do wiadomości publicznej wymienionych w nim wyników sondaży, dotyczy również nadawców w internecie. Traktując internet na równi z prasą, przyjmuje się, że pozostawienie wcześniej umieszczonych treści na stronach internetowych (tak jak w prasie) nie narusza tego zakazu.

Regulacje prawne, na polskim gruncie, dotyczące przekazu danych sondażowych nie zawsze były tak liberalne jak w obecnym kształcie. Historia polskich restrykcji w publikowaniu wyników sondaży pamięta różne etapy. Prawne ograniczenia dotyczące przekazu wyników sondaży w najbardziej zastrzyżonym wydaniu nakładały dwunastodniowe embargo na publikację danych sondażowych przed dniem wyborów. Wówczas Polska była krajem z jednym z najsurowszych zakazów publikowania sondaży w całej Europie. Z czasem przepisy w polskim systemie prawnym wpisywały się w dominujące na świecie tendencje do znoszenia lub liberalizacji ograniczeń w tym zakresie.

Prawne ograniczenia dotyczące publikacji wyników sondaży diagnostycznych mają swoich zwolenników i przeciwników. Ci pierwsi, w swej bardziej radykalnej odmianie, postulują nawet rozszerzenie zakazu podawania do publicznej wiadomości wyników przedwyborczych badań opinii publicznej o dłuższy okres, przy jednoczesnym zwiększeniu sankcji za naruszenie zakazu<sup>41</sup>. Postulowane zmiany uzasadniane są koniecznością

---

<sup>40</sup> Wypowiedź Kazimierza Czaplickiego - Sekretarza PKW, <http://www.samorzad.lex.pl/czytaj/-/artykul/w-sobote-rozпочyna-sie-cisza-wyborcza-takze-w-internecie> [dostęp: 13.11.2014 r.]

<sup>41</sup> W ostatnim czasie propozycje zaostrezenia ograniczeń dotyczących publikacji sondaży odżyły za sprawą Polskiego Stronnictwa Ludowego. W dniu 30 października 2013 r. do Sejmu wpłynął poselski projekt z dnia 21 października 2013 r. przewidujący zmianę ustawy – Kodeks wyborczy. Projektowane zmiany zakładały rozszerzenie zakazu podawania do publicznej wiadomości wyników przedwyborczych badań opinii publicznej na okres 7 dni przed dniem głosowania i rozciągnięcie tego zakazu aż do momentu oficjalnego zakończenia głosowania w dniu wyborczym. Przedmiotowym zakazem miały zostać objęte wszystkie rodzaje badań

zapewnienia wyborcom spokoju i pełnej, swobody w podjęciu ostatecznej decyzji wyborczej, w warunkach wolnych od presji jaką wywołuje agresywna kampania wyborcza, za element której uważają sondaż wyborczy. Inicjatorzy tych zmian przypisują sondażom dużą rolę w „grze wyborczej”, wskazując na perswazyjny wpływ publikowanych wyników sondaży. Dodatkowo, jak podnoszą projektodawcy, uzasadnieniem proponowanych regulacji ma być ochrona wyborców narażonych na oddziaływanie różnego rodzaju socjotechnik i technik perswazyjnych, które mają istotny wpływ na podejmowane przez wyborców decyzje, a których oddziaływania wyborcy nie są świadomi. Wskazują również na to, że sondaże przedwyborcze nie zawsze są odzwierciedleniem rzeczywistego stanu stosunków społecznych.

Przeciwno zwiększeniu zakresu ograniczeń dotyczących publikacji sondaży wyborczych występują ci, którzy wskazują na to, o czym mówi Antoni Sułek tj. zmniejszenie wartości prognostycznej sondaży wyborczych przy zbyt wczesnej ich publikacji, przed dniem wyborów<sup>42</sup>. W miarę jednak, jak zbliża się dzień wyborów, sondaże mówią coraz więcej o ich wynikach. Podnosi się również, że rozszerzenie zakazu podawania do publicznej wiadomości wyników przedwyborczych badań opinii publicznej (sondaży) na okres, aż do 7 dni przed dniem głosowania, mogłoby być, w gruncie rzeczy, podważeniem konstytucyjnej wolności wyrażania swoich poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji. Dodatkowo podkreśla się, że wbrew twierdzeniom pomysłodawców zmian, obostrzenia te nie zapewnią wyborcom pełnej swobody w podejmowaniu decyzji wyborczej i nie uchronią ich od presji jaką wywołuje kampania wyborcza w ostatnich dniach przed głosowaniem. Jak zauważa Marek Chmaj, takie zmiany będą stanowić ograniczenie dla wyborców, ich swobody i prawa do informacji. Stwierdza również, że sondażom przedwyborczym nie można przypisać wyłącznie pejoratywnego znaczenia; w praktyce dla części wyborców są one źródłem informacji i stanowią niezbędny element każdej kampanii wyborczej. Co więcej, zaprzecza twierdzeniom projektodawców jakoby sondaże przedwyborcze miały aż tak duży wpływ na decyzję obywatela, a tym samym na wynik wyborów. Wprowadzenie proponowanych zmian niczego w tym zakresie nie zmieni. Nawet jeśli przyjąć, że takie zmiany pod wpływem sondażów występują, to wydłużenie tzw. ciszy wyborczej z pewnością

---

sondażowych, zarówno wyniki sondaży dotyczące przewidywanych zachowań wyborców tj. ich decyzji wyborczych i samych wyników wyborów, jak i wyniki sondaży przeprowadzanych wśród wyborców bezpośrednio po opuszczeniu lokali wyborczych. Projekt nie przebrnął procesu legislacyjnego [ druk nr 2019, [www.sejm.gov.pl](http://www.sejm.gov.pl)]

<sup>42</sup> A. Sułek, *O czym mówią sondaże przedwyborcze*, „Wiedza i człowiek” nr 10 (20)/1995, Prószyński Media Warszawa 1995, s. 5

nie spowoduje, że przedmiotowy problem zniknie, albo zostanie w dużym stopniu ograniczony<sup>43</sup>.

Zwolennicy embarga na dane sondażowe pozostali dzisiaj w mniejszości i nie zdołali przeforsować swoich pomysłów. Uznano, że wyrażają oni jedynie swoje opinie i powołują się na własne doświadczenia, które interpretują w sposób uproszczony. Zmobilizowane środowisko socjologów negatywnie oceniało próby zaostrożenia ograniczeń publikacji sondaży przedwyborczych podkreślając jednoznacznie, że takie działania godzą w interes badań opinii publicznej i badań społecznych w ogóle<sup>44</sup>. Wskazywano również na to, że pomysłodawcy zaostrożonego embarga nie kierują się racjonalnym oglądem sytuacji, a ich argumenty nie są poparte specjalistyczną wiedzą.

Spośród wielu argumentów w dyskusji na temat ograniczenia publikowania wyników badań przedwyborczych jedna z tez wydaje się być nie do podważenia. Ponieważ zakaz nie odnosi się do przeprowadzania sondaży a jedynie do publikacji ich wyników to taki stan rzeczy powoduje sytuacje, w której mamy do czynienia z pewną prawną niespójnością. Niektóre komitety wyborcze wykorzystując tą lukę zamawiają badania dla swojego wyłącznego użytku. Powstaje zatem prawem dopuszczona nierówność w dostępie do informacji. Komitety dysponują informacją, która jest utajniana przed najważniejszą częścią uczestników procesu wyborczego, to jest przed obywatelami<sup>45</sup>.

Tak więc, zakaz ogłaszania sondaży w decydującej fazie kampanii wyborczej, który według zwolenników miał zapobiec manipulacji za pomocą sondaży, stwarzał możliwości nowego rodzaju manipulacji. Niektóre komitety wyborcze często sugerowały istnienie korzystnych dla nich danych, a nawet podawały dane fikcyjne. Na tego rodzaju manipulacje zwracało uwagę Europejskie Stowarzyszenie Badaczy Opinii i Rynku – ESOMAR, które w swoich opiniach stwierdzało „to milczenie, a nie wolność sprzyja manipulacjom sondażowym”<sup>46</sup>.

W literaturze przedmiotu możemy odnaleźć wnioski dotyczące przyczyn jakie stoją za próbami wzmocnienia ograniczeń w publikacji wyników sondaży. Sondaże dla polityków są źródłem zagrożenia, czymś co trzeba kontrolować. W ich wypowiedziach często w kontekście

---

<sup>43</sup> Opinia prawna wykonana przez Kancelarię Radcowską Chmaj i Wspólnicy Sp. k. na zlecenie Biura Analiz Sejmowych w przedmiocie oceny zgodności poselskiego projektu ustawy o zmianie ustawy – kodeks wyborczy z dnia 5 stycznia 2011 roku (druk 2019) z Konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 roku [dostęp: [www.sejm.gov.pl](http://www.sejm.gov.pl), 21.01.2015 r.]

<sup>44</sup> „Opinia w sprawie zakazu publikacji sondaży przedwyborczych przewidzianego w przygotowanej ordynacji wyborczej”, „Kultura i Społeczeństwo” 1994, nr 3, s.203-205

<sup>45</sup> „Biuletyn Informacyjny”, Kancelaria Sejmu, nr 2187 i 2427/ III kad. [dostęp: [www.sejm.gov.pl/archiwum/komisje](http://www.sejm.gov.pl/archiwum/komisje), 11.01.2015 r.]

<sup>46</sup> *Guide to Opinion Polls*, ESOMAR, Amsterdam 1993, s.3 [dostęp: [www.esomar.org](http://www.esomar.org), 18.10.2014 r.]

sondaży pojawia się „manipulacja”, za którą kryć się miała zła wola lub interesy polityczne badaczy. W dyskusji dotyczącej problemu publikacji wyników badań sondaży wyborczych brak jest stanowczo wyrażanych argumentów pozytywnych odwołujących się do wartości. Nie podnoszono nazbyt często kwestii konstytucyjnego prawa do informacji, które gwarantuje również Europejska Konwencja Praw Człowieka<sup>47</sup>. Sondaże wyborcze pozwalają to prawo realizować, a ich publikacja służy zmniejszaniu rozmiaru niepewności przy podejmowaniu decyzji i czyni je bardziej przemyślanymi. Zwolennicy liberalizacji prawa w zakresie publikacji sondaży zadają pytanie – czy istnieją bardzo istotne i dobrze uzasadnione argumenty ku ograniczeniom w sferze tak ważnego prawa, jak prawo do wolności słowa<sup>48</sup>.

Abstrahując od wspomnianych wad zakazu publikacji sondaży w okresie poprzedzającym dzień wyborów warto zauważyć, iż w przypadku każdej próby rozszerzania zakazów czy też wzmacniania ograniczeń rodzą się mechanizmy mające na celu, w sposób umiejętny łamanie tych zakazów. Można tu podać jako przykład chociażby Ukrainę czy Włochy, gdzie zakaz publikacji sondaży przedwyborczych obejmuje aż 15 dni przed wyborami, oraz Bułgarię, w której okres ten jest o jeden dzień krótszy. Tak radykalne regulacje w tych państwach tylko teoretycznie mają wpływ na publikacje danych sondażowych przed wyborami. W praktyce jednak przestrzeganie tych przepisów wygląda różnie, szczególnie że niekiedy media świadomie narażając się na karę grzywny, zakazy takie łamią. Znane są sposoby, które jak w Bułgarii pozwalają na naruszenie publikacji takich sondaży, gdzie jedna z rozgłośni radiowych publikowała sondaże, ukrywając nazwy partii pod nazwami utworów muzycznych czy książkowych<sup>49</sup>.

---

<sup>47</sup> Art. 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka gwarantuje wolność posiadania poglądów oraz otrzymywania i przekazywania informacji idei bez ingerencji władz publicznych

<sup>48</sup> A. Sułek, *Walka o wolność publikacji wyników sondaży wyborczych w Polsce w: Obrazy z życia socjologii w Polsce*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2011, s. 306

<sup>49</sup> zob. Bułgaria; Media omijają zakaz publikowania wyników sondaży wyborczych [http://www.money.pl/archiwum/wiadomosci\\_agencyjne/pap/artukul/bulgaria;media;omijaja;zakaz;publikowania;wynikow;sondazy;wyborczych,130,0,488322.html](http://www.money.pl/archiwum/wiadomosci_agencyjne/pap/artukul/bulgaria;media;omijaja;zakaz;publikowania;wynikow;sondazy;wyborczych,130,0,488322.html) [dostęp: 14.01.2015 r.]

### 3. Metodologia badań własnych

#### 3.1 Przed I turą wyborów

Na mocy rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 sierpnia 2014 r. wybory do rad gmin, rad powiatów, sejmików województw i rad dzielnic m.st. Warszawy oraz wyborów wójtów, burmistrzów i prezydentów miast zostały zarządzone na dzień 16 listopada 2014 r.<sup>50</sup> Premier w rozporządzeniu określił również terminy wykonania poszczególnych czynności wyborczych, określanych jako kalendarz wyborczy.

Wybory samorządowe w 2014 roku odbyły się po raz pierwszy na podstawie ustawy z 5 stycznia 2011 r. – Kodeks wyborczy<sup>51</sup>. Wskazana ustawa w sposób kompleksowy reguluje zagadnienia wyborcze. Zastąpiła dwa, obowiązujące dotychczas akty prawne, mianowicie: ustawę z 16 lipca 1998 r. – Ordynacja wyborcza do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw<sup>52</sup> oraz ustawę z 20 czerwca 2002 r. o bezpośrednim wyborze wójta, burmistrza i prezydenta miasta<sup>53</sup>.

Państwowa Komisja Wyborcza wraz z ogłoszeniem zarządzenia wyborów podała treść rozporządzenia do publicznej wiadomości na stronie internetowej [www.pkw.gov.pl](http://www.pkw.gov.pl) przypominając równocześnie, że od dnia ogłoszenia mogą być wykonywane czynności związane z tworzeniem komitetów wyborczych w celu zgłoszenia kandydatów na radnych i kandydatów na wójtów, burmistrzów, prezydentów miast.

Od tego czasu w wielu miastach na dobre rozgorzały dyskusje i wyborcze spekulacje. Zadawano sobie pytanie kto będzie pretendował do sprawowania władzy wykonawczej w kolejnych czterech latach. Nie inaczej było w Nowym Sączu. Dało się słyszeć opinie, że wybory na prezydenta miasta Nowego Sącza 2014 r. będą charakteryzowały się trudną kampanią wyborczą. Miały również obfitować w ilość zgłoszonych kandydatów na urząd prezydenta. O ile kandydatura urzędującego prezydenta Nowego Sącza - Ryszarda Nowaka była oczywistością, o tyle zagadką pozostawały inne kandydatury. Czas na zgłaszanie kandydatów na wójtów burmistrzów i prezydentów miast upływał 17 października 2014 r. Po tym terminie wszystko stało się jasne. Do zajęcia głównego fotela w nowosądeckim

<sup>50</sup> Decyzja opublikowana w Dz. U. z 2014 r. poz. 1134 (dostęp: [www.isap.sejm.gov.pl](http://www.isap.sejm.gov.pl))

<sup>51</sup> Dz. U. z 2011 r. nr 21, poz. 112 z późn. zm. (dostęp: [www.isap.sejm.gov.pl](http://www.isap.sejm.gov.pl))

<sup>52</sup> Dz. U. z 2010 r. nr 176, poz. 1190 z późn. zm. (dostęp: [www.isap.sejm.gov.pl](http://www.isap.sejm.gov.pl))

<sup>53</sup> Dz. U. z 2010 r. nr 176, poz. 1191 z późn. zm. (dostęp: [www.isap.sejm.gov.pl](http://www.isap.sejm.gov.pl))

ratuszu aspirowało pięciu kandydatów. Byli to : Artur Czernecki, Kazimierz Fałowski, Grzegorz Fecko, Ludomir Handzel, Ryszard Nowak <sup>54</sup>.

### 3.1.1 Cel i przedmiot badania

Przedmiotem niniejszego badania są preferencje wyborcze mieszkańców miasta Nowego Sącza w wyborach samorządowych w 2014 r., w części dotyczącej wyborów na prezydenta miasta.

Celem głównym niniejszego badania jest poznanie zamierzeń wyborczych sędeczan w zarządzonych na dzień 16 listopada 2014 r. wyborach samorządowych na urząd prezydenta miasta Nowego Sącza i skonfrontowanie ich z oficjalnymi wynikami wyborów. Tak więc podstawowym celem badania było uzyskanie odpowiedzi na pytanie kogo sędeczanie widzieliby na fotelu prezydenta swojego miasta i która ze zgłoszonych kandydatur najbardziej odpowiada ich oczekiwaniom, a także czy deklarowane preferencje znajdują odzwierciedlenie w rzeczywistych wynikach wyborów.

Powyższy cel stanowi niezwykle ciekawe i innowacyjne przedsięwzięcie, stając się doskonałym pretekstem do zgłębienia wiedzy w tej dziedzinie i poszerzenia horyzontów myślowych badających. Innowacyjność niniejszego badania potwierdza fakt, iż dotychczas, w tym konkretnym obszarze badawczym nie podjęto się przeprowadzenia niezależnych badań sondażowych (surveyowych) na terenie Nowego Sącza. Wprawdzie preferencje, postawy i zachowania wyborcze na terenie Sądecczyzny były wcześniej przedmiotem badań różnych instytucji badawczych, były to jednak badania przeprowadzane na zlecenie komitetów wyborczych czy też ośrodków politycznych i reprezentujących ich kandydatów, które nie publikowały wyników badań, a zebrane dane wykorzystywały do opracowywania swoich strategii wyborczych <sup>55</sup>.

W korelacji do powyższego celu głównego ustalono poniższe cele szczegółowe :

---

<sup>54</sup> Obwieszczenie Miejskiej Komisji w Nowym Sączu z dnia 23 października 2014 r. o zarejestrowanych kandydatach w wyborach Prezydenta Miasta Nowego Sącza zarządzonych na dzień 16 listopada 2014 r. [dostęp: [www.nowysacz.pl](http://www.nowysacz.pl), 23.10.2014 r.]

<sup>55</sup> Przed wyborami samorządowymi 2014 r. m.in. grupa badawcza IPSOS, działająca na zlecenie partii Platforma Obywatelska, przeprowadziła badania preferencji wyborczych sędeczan w celu określenia szans poszczególnych kandydatów na fotel prezydenta Nowego Sącza. Partia badała opinię społeczną w tych miastach, w których nie było jasnej odpowiedzi, jakiego kandydata wystawić do walki o fotel prezydenta. Jak podkreślił Andrzej Czerwiński, lider sądeckiej Platformy Obywatelskiej - był sondaż do wewnętrznego użytku partii w celu opracowania scenariuszy wyborczych, będących elementem strategii wyborczej. (<http://www.dziennikpolski24.pl> – dostęp 24.10.2014 r.)

1. Określenie poziomu deklarowanego uczestnictwa mieszkańców Nowego Sącza w wyborach samorządowych na prezydenta miasta.
2. Określenie trendu preferencji wyborców tj. kolejności wskazań na poszczególnych kandydatów na prezydenta miasta.
3. Określenie preferencji wyborczych w odniesieniu do poszczególnych okręgów wyborczych.
4. Określenie preferencji wyborczych sędeczan w odpowiednich grupach wiekowych.
5. Określenie preferencji wyborczych sędeczan według płci.
6. Określenie preferencji wyborczych sędeczan w odniesieniu do aktywności zawodowej.

W stosunku do powyższych celów, zarówno głównego, jak i szczegółowych zostały ustalone problemy badawcze.

### **3.1.2 Problemy badawcze i hipotezy z nimi związane**

Problemem głównym naszego badania jest odpowiedź na pytanie jak kształtuje się poparcie dla poszczególnych, oficjalnie ogłoszonych kandydatur na prezydenta miasta Nowego Sącza.

Stosownie do tego problemu głównego wyszczególniono następujące problemy szczegółowe :

- Czy przyjęte założenia metodologiczne są w stanie odzwierciedlić rzeczywiste wyniki wyborów ?
- Czy deklarowany poziom uczestnictwa w wyborach ma pokrycie w frekwencji wyborczej ?
- Czy urzędujący prezydent miasta Nowego Sącza ma duże szanse na reelekcję ?
- Czy można określić profil wyborcy dla poszczególnych kandydatów ?
- Jak kształtują się preferencje wyborcze w poszczególnych rejonach miasta Nowego Sącza.

W oparciu o przedstawione problemy badawcze sformułowano następujące hipotezy:

1. Urzędujący prezydent Ryszard Nowak, przy wsparciu prawicowej, konserwatywnej partii Prawo i Sprawiedliwość, jest silnie umocowanym kandydatem na kolejną kadencję w konserwatywnym społeczeństwie Nowego Sącza. Jego pozycja nie jest jednak tak silna, aby dać mu zwycięstwo w pierwszej turze wyborów.

2. Poparcie dla Grzegorza Fecko, kandydata na prezydenta miasta Nowego Sącza, startującego z poparciem partii Platforma Obywatelska, może oscylować w granicach 20 % , co jest zweryfikowanym we wcześniejszych wyborach poziomem poparcia dla tej partii w Nowym Sączu.
3. Bezpartyjny kandydat na prezydenta miasta Nowego Sącza – Ludomir Handzel może skupić wokół siebie szerokie spektrum wyborców, którzy są znudzeni rywalizacją dwóch dominujących partii na krajowej scenie politycznej i opowiadają się za prezydenturą niewikłaną w układ polityczny i odpartyjnieniem wyborów samorządowych,. Przy sprawnie przeprowadzonej kampanii wyborczej ten, w gruncie rzeczy mało znany kandydat może sprawić niespodziankę i osiągnąć wynik, który doprowadzi do II tury wyborów.

### **3.1.3 Metoda badawcza**

Za metodę najbardziej odpowiadającą celom niniejszego badania została wybrana metoda sondażu diagnostycznego połączonego z losowym doбором próby. Metody losowania uwzględniały podstawowe cechy losowanych osób tj. wiek, płeć, wykształcenie, obszar terytorialny. Starano się zachować równą reprezentację na poziomie wszystkich okręgów wyborczych. Losowanie narzucało taką strukturę próby, aby udział procentowy osób noszących te cechy był w przybliżeniu podobny z udziałem takich osób w całej dorosłej populacji. Wraz z próbą zapewniono rezerwę na wypadek, gdyby losowane osoby zmieniły miejsce zamieszkania, zmarły czy odmówiły udziału w badaniu. Próby były sukcesywnie wymieniane i dolosowywane w ramach obszarów terytorialnych. Uniknięto w ten sposób tzw. „przetrenowania” respondentów, tj. spowodowania pewnych zmian w ich zachowaniach i w sposobie myślenia wywołanych udzielaniem odpowiedzi na pytania ankietowe.

### **3.1.4 Opis narzędzia badawczego**

W stosunku do metody sondażu diagnostycznego wybrano technikę ankietowania wraz z narzędziem badawczym w postaci kwestionariusza ankiety.

Skonstruowany kwestionariusz zawierał w sumie siedem pytań, w tym dwa pytania główne i pięć pytań metryczkowych zawierających cechy demograficzne respondentów, które dawały możliwość podzielenia respondentów na poszczególne grupy badawcze, a mianowicie płeć, wiek, wykształcenie, aktywność zawodowa oraz rejon zamieszkania.



Część metryczkowa ukierunkowana została na rozpoznanie socjoekonomicznych i demograficznych charakterystyk wyborców. Pytania te pozwalały opisać elektoraty poszczególnych kandydatów oraz wskazać geografie preferencji respondentów.

Pierwsze pytanie główne dotyczyło deklarowanego uczestnictwa w wyborach na prezydenta Miasta Nowego Sącza i ukierunkowane było na oszacowanie frekwencji wyborczej. W tym pytaniu była zamknięta lista dwóch możliwych odpowiedzi: TAK lub NIE.

Drugie pytanie dotyczyło deklarowanej chęci oddania swojego głosu na konkretnego kandydata z zamkniętą listą pięciu możliwych odpowiedzi, zawierającą wymienionych, w kolejności alfabetycznej, kandydatów na prezydenta miasta Nowego Sącza z poszczególnych komitetów wyborczych. Aby określić poziom elektoratu niezdecydowanego możliwa była również odpowiedź – jeszcze nie zdecydowałam/em.

Kwestionariusz ankiety był anonimowy, skonstruowany w sposób prosty, przejrzysty i zawierał wszelkie wymagane informacje takie jak temat, zakres i przedmiot prowadzonych badań. Dodatkowo kwestionariusz ankiety miał umieszczone logo projektu „Sądecka Agora”. Respondent był również informowany w jakim celu zgromadzone dane zostaną wykorzystane. Pytania nie były rozbudowane i skomplikowane. Zestaw pytań zamkniętych jednoznacznie kierował uwagę respondenta na problem, który stanowi przedmiot badań. Pytania pozbawione były słów wieloznacznych, zawierały tylko jeden wątek, a jedno pytanie nie dotyczyło dwóch czy więcej odrębnych kwestii. Nie stosowano trudnej, niezrozumiałej terminologii. Ankieta była krótka, nie zniechęcała i nie wymagała od respondenta angażowania dużej ilości czasu dla udzielenia odpowiedzi.

### **3.1.5 Charakterystyka obszaru badawczego**

Obranym do celów niniejszego badania zakresem badawczym jest relewantny obszar zamknięty w administracyjnych granicach miasta Nowego Sącza.

Nowy Sącz jest trzecim pod względem liczby mieszkańców miastem w województwie małopolskim, położonym w Kotlinie Sądeckiej, w paśmie Beskidu Sądeckiego. Najstarsza część Nowego Sącza znajduje się na wyniesieniu między korytami górskich rzek: Dunajca i Kamienicy Nawojowskiej.

Miasto leży u podnóża masywów górskich, w niewielkiej odległości od Jeziora Rożnowskiego. Miasto pełni rolę węzła komunikacyjnego, głównego ośrodka turystycznego Sądeczczyzny, a jednocześnie szczyci się bogatą historią. W 2012 r. obchodziło 720-lecie

nadania aktu lokacyjnego (przez króla Wacława II). Od czasu założenia miasta w 1292 r. w jego herbie widnieje postać św. Małgorzaty w błękitnym polu, stojącej na grzbiecie zielonego smoka, trzymającej krzyż i gałązkę palmową. Wywodzi się to ze średniowiecznej tradycji, zgodnie z którą na herb miasta wybierano świętą patronującą miejscowemu kościołowi farnemu.

Przed reformą administracyjną w 1998 r. Nowy Sącz był stolicą województwa nowosądeckiego. Obecnie, dla mieszkańców powiatu nowosądeckiego, a także części powiatów limanowskiego i gorlickiego, jest centrum spełniającym szereg zadań z zakresu administracji rządowej, sądowniczej, skarbowej, a także oświaty, ochrony zdrowia, kultury i sportu. To liczący się na południu Polski ośrodek miejski, administracyjny, kulturalny, edukacyjny i gospodarczy, a na poziomie lokalnym siła napędowa rozwoju, innowacyjności i przedsiębiorczości.

Powierzchnia Nowego Sącza, tj. 57,6 km<sup>2</sup>, stanowi 0,4% powierzchni całego województwa małopolskiego. Obwód miasta wynosi 42,3 km, długość wszystkich ulic- 230 km, a długość rzek w obrębie miasta – 18 km. Najbliżej położonym miastem jest Krynica-Zdrój (35 km) <sup>56</sup>.

Dynamika liczby ludności Nowego Sącza wykazuje w ostatnich latach tendencje spadkowe. Według danych bilansowych GUS populacja Nowego Sącza według stanu na dzień 30 czerwca 2014 r. liczyła 83 868 osób, co oznacza spadek w ujęciu rocznym o 0,2 tys. osób (o 0,2%) <sup>57</sup>.

Wraz ze spadkiem liczby ludności sukcesywnie zmniejsza się gęstość zaludnienia. W 2013 r. wyniosła ona 1458 osób/km<sup>2</sup> wobec 1461 osób/km<sup>2</sup> w roku poprzednim. Przykładowo w Tarnowie na 1 km<sup>2</sup> przypadało 1549 osób, a w Krakowie 2322 osoby (w województwie małopolskim - średnio 221 osób/km<sup>2</sup>).

Współczynnik feminizacji pozostał bez zmian. W omawianym okresie wynosił on 109 kobiet na 100 mężczyzn. Wysoki współczynnik feminizacji jest charakterystyczny dla miast (np. w Krakowie na 100 mężczyzn przypada 115 kobiet, a w Tarnowie - 112). Dla porównania w województwie małopolskim na 100 mężczyzn przypada 106 kobiet.

Struktura ludności Nowego Sącza według ekonomicznych grup wieku w roku 2013 uległa niekorzystnym zmianom. Wzrósł udział osób w wieku poprodukcyjnym.

<sup>56</sup> *Informator Statystyczny – miasto Nowy Sącz*, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2014 [dostęp: [www.krakow.stat.gov.pl](http://www.krakow.stat.gov.pl), 8.10.2014 r.]

<sup>57</sup> *Ludność. Stan i struktura w przekroju terytorialnym. Stan w dniu 30 VI 2014 r.*, GUS, Warszawa 2014 [dostęp: [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl), 8.10.2014 r.]

Udział dzieci i młodzieży w wieku do lat 17 wyniósł 19,0% ogółu ludności miasta, osób w wieku produkcyjnym 63,0%, a poprodukcyjnym 18,0% (w 2010 r. odpowiednio: 19,6%, 64,3% i 16,1%)<sup>58</sup>.

Na podstawie art. 422 ustawy z dnia 5 stycznia 2011 r. –Kodeks Wyborczy (Dz. U. nr 21, poz. 112 z późn. zm.) w związku z rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 sierpnia 2014 r. w sprawie zarządzenia wyborów do rad gmin, rad powiatów, sejmików województw i rad dzielnic m.st. Warszawy oraz wyborów wójtów, burmistrzów i prezydentów miast – oraz Uchwały Nr XXXIII/314/2012 Rady Miasta Nowego Sącza z dnia 31 lipca 2012 r. w sprawie podziału Miasta Nowego Sącza na stałe okręgi wyborcze, określenia ich granic, numerów oraz ustalenia liczby radnych wybieranych w tych okręgach Prezydent Miasta Nowego Sącza obwieszczeniem z dnia 8 września 2014 r.<sup>59</sup> podał do publicznej wiadomości informację o okręgach wyborczych, ich granicach i numerach w wyborach wyznaczonych na dzień 16 listopada 2014 r., które na cele niniejszego badania stanowiło podstawę do doboru próby, z zachowaniem przybliżonej reprezentatywności na poziomie wszystkich okręgów wyborczych.

**Tabela 3. Wykaz numerów i granic okręgów wyborczych**

Nr okręgu	Granice okręgu -osiedla
I	Osiedle Centrum, Osiedle Helena, Osiedle Kochanowskiego, Osiedle Przetakówka, Osiedle Stare Miasto, Osiedle Zabełcze
II	Osiedle Barskie, Osiedle Chruślice, Osiedle Falkowa, Osiedle Gołąbkowice, Osiedle Piątkowa, Osiedle Westerplatte
III	Osiedle Gorzków, Osiedla Kilińskiego, Osiedle Millenium, Osiedle Nawojowska, Osiedle Wojska Polskiego, Osiedle Zawada
IV	Osiedle Biegonice, Osiedle Dąbrówka, Osiedle Kaduk, Osiedle Poręba Mała, Osiedle Przydworcowe, Osiedle Szujskiego, Osiedle Wólki

Źródło: opracowanie własne na podstawie Obwieszczenie Prezydenta Miasta Nowego Sącza z dnia 8 września 2014 r.

<sup>58</sup> *Informator Statystyczny – miasto Nowy Sącz*, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2014 [dostęp: [www.krakow.stat.gov.pl](http://www.krakow.stat.gov.pl), 8.10.2014 r.]

<sup>59</sup> Obwieszczenie Prezydenta Miasta Nowego Sącza z dnia 8 września 2014 r. [dostęp: [www.nowysacz.pl](http://www.nowysacz.pl), 15.09.2014 r.]

### 3.1.6 Realizacja badania

Anonimowe badanie sondażowe realizowane było pod patronatem i w ramach projektu „Sądecka Agora”, pod naukową opieką dra Marcina Poręby. Sądecka Agora jest projektem określanym jako centrum wymiany myśli idei i programów istniejących w Polsce ugrupowań politycznych. Skierowany jest on nie tylko do studentów, ale do wszystkich zainteresowanych nowosądeczan.

Założenia przedsięwzięcia badawczego ukierunkowaliśmy na eksplorację problematyki zachowań wyborczych mieszkańców miasta Nowego Sącza, szczególnie czynników determinujących identyfikację z poszczególnymi kandydatami na prezydenta miasta Nowego Sącza. Badanie uwarunkowań oraz motywacji jednostek do aktywnego udziału w życiu politycznym jest istotne z punktu widzenia budowania społeczeństwa obywatelskiego, którego jednym z ważnych wymiarów jest partycypacja wyborcza. Badanie pozwoliło, z jednej strony, na rozpoznanie preferencji wyborczych i aktywności wyborczej sądeczan, z drugiej na nakreślenie kierunków dalszych badań i poszukiwań.

Badanie sondażowe zostało przeprowadzane w okresie od 23 października 2014 r. do 5 listopada 2014 r. losową (probabilistyczną) metodą doboru próby, na próbie 1 314 uprawnionych do głosowania mieszkańców Nowego Sącza. Błąd oszacowania wyniósł 3 %, a poziom ufności 0,95.

Sondaż został przeprowadzony i opublikowany z zachowaniem wszelkich standardów określonych przez Europejskie Stowarzyszenie Badaczy Opinii Publicznej i Rynku ESOMAR w „Międzynarodowym kodeksie badań rynku i badań społecznych”, ze szczególnym uwzględnieniem rekomendacji dotyczących prowadzenia przedwyborczych sondaży opinii oraz sondaży na temat preferencji wyborczych<sup>60</sup>.

Warto dodać, iż żaden z członków zespołu badawczego nie był związany z badanymi opcjami politycznymi, czy też komitetami wyborczymi.. Badania zostały przeprowadzone z zachowaniem zawodowego i naukowego obiektywizmu.

Przeprowadzone badania miały ściśle określony harmonogram działań, będący mapą procedury postępowania zespołu badawczego.

---

<sup>60</sup> Kodeks dostępny na stronach ESOMAR-u pod adresem [www.esomar.org](http://www.esomar.org)\_Kodeks ESOMAR-u, w części poświęconej publikacji wyników sondaży opinii (ESOMAR Code for the Publication of Opinion Polls) został przeanalizowany przez Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy, które następnie zaleciło szerokie stosowanie zasad tego kodeksu przy publikowaniu sondaży opinii. [dostęp: [www.esomar.org](http://www.esomar.org), 18.10.2014 r.]

Badania w poszczególnych rejonach miasta koordynowane były przez osoby biorące udział w projekcie. Zostały one poinformowane o procedurze przeprowadzania badania oraz znały istotę pomiaru narzędziem badawczym. Osoby badane informowane były, że wyniki badań posłużą wyłącznie celom naukowym. Dodatkowo podkreślana była informacja o anonimowości wypełnianego kwestionariusza.

Obszary doboru próby były wybierane proporcjonalnie do liczby wyborców. Następnie w każdym z wybranych obszarów przeprowadzono odpowiednią liczbę wywiadów. Bez względu na liczebność próby, zasadą stosowaną w tej metodzie było maksymalizowanie liczby obszarów doboru próby oraz minimalizowanie liczby wywiadów przeprowadzanych na jednym obszarze. Oznaczało to zminimalizowanie liczby wywiadów przeprowadzanych przez pojedynczego ankietera.

Zbieranie danych odbywało się za pośrednictwem wywiadów bezpośrednich („twarzą w twarz”) przez ankieterów rozlokowanych w poszczególnych rejonach miasta Nowego Sącza. Wywiady prowadzone były również wieczorami oraz w weekendy, gdy potencjalni wyborcy pracujący poza domem byli dostępni i mogli udzielić odpowiedzi na pytania ankietera.

## 3.2 Przed II turą wyborów

Wybory na prezydenta miasta zarządzane na dzień 16 listopada 2014 r.<sup>61</sup> w Nowym Sączu nie przyniosły rozstrzygnięcia w I turze. Oficjalne potwierdzenie tego faktu miało miejsce poprzez Obwieszczenie Komisarza Wyborczego w Krakowie z dnia 21 listopada 2014 r.<sup>62</sup> Jak czytamy w części II, rozdział 102 wymienionego dokumentu, który odnosi się do szczegółowych wyników wyborów, w Nowym Sączu nie dokonano wyboru ponieważ żaden z kandydatów nie uzyskał wymaganej liczby głosów.

Ponowne głosowanie, które miało przynieść rozstrzygnięcie zostało ustalone na dzień 30 listopada 2014 r. W II turze o prezydenturę miasta walczyli urzędujący Prezydent Miasta Nowego Sącza Ryszard Nowak zgłoszony przez KW Prawo i Sprawiedliwość oraz popierany przez KWW Koalicja Nowosądecka Ludomir Handzel.

Naturalnym dopełnieniem przedmiotowych badań preferencji wyborczych sądeczan była kontynuacja prac badawczych w zapowiedzianej „dogrywce”, która rozstrzygała o tym kto zostanie prezydentem miasta.

### 3.2.1 Cel i przedmiot badania

Przedmiotem niniejszego badania są preferencje wyborcze mieszkańców miasta Nowego Sącza w wyborach samorządowych w 2014 r. w części dotyczącej wyborów na prezydenta tegoż miasta przed zapowiedzianą na 30 listopada 2014 r. drugą turą wyborów.

Celem głównym niniejszego badania jest poznanie zamierzeń wyborczych sądeczan w zarządzanej drugiej turze wyborów samorządowych na urząd prezydenta miasta Nowego Sącza i skonfrontowanie ich z oficjalnymi wynikami wyborów. Tak więc podstawowym celem badania było, również jak przed I turą wyborów uzyskanie odpowiedzi na pytanie kogo sądeczanie widzieli by na fotelu prezydenta swojego miasta i który z dwóch kandydatów, rywalizujących w drugiej turze najbardziej odpowiada ich oczekiwaniom, a także czy deklarowane preferencje mają odzwierciedlenie w rzeczywistych wynikach wyborów.

Warto powtórzyć, iż powyższy cel stanowi niezwykle ciekawe przedsięwzięcie, a zarazem należy zauważyć, iż również innowacyjne, zatem badanie to stanowi doskonały

---

<sup>61</sup> decyzja opublikowana w Dz. U. z 2014 r. poz. 1134 (dostęp: [www.isap.sejm.gov.pl](http://www.isap.sejm.gov.pl))

<sup>62</sup> Obwieszczenie Komisarza Wyborczego w Krakowie z dnia z dnia 21 listopada 2014 r. (dostęp: [www.krakow.pkw.gov.pl](http://www.krakow.pkw.gov.pl))

pretekst do zgłębienia wiedzy w tejże dziedzinie i poszerzenia horyzontów myślowych badających. Innowacyjność niniejszego badania potwierdza fakt, iż dotychczas, w tym konkretnym obszarze badawczym nie podjęto się przeprowadzenia niezależnych badań sondażowych (surveyowych) na terenie Nowego Sącza. Wprawdzie preferencje, postawy i zachowania wyborcze na terenie Sądeckizny były wcześniej przedmiotem badań różnych instytucji badawczych, były to jednak badania przeprowadzane na zlecenie komitetów wyborczych czy też ośrodków politycznych i reprezentujących ich kandydatów, które nie publikowały wyników badań, a zebrane dane wykorzystywały do opracowywania swoich strategii wyborczych<sup>63</sup>. Prowadzone dotychczas badania były nakierunkowane na szerszy zakres obszaru badanego i nie skupiały się na organie władzy wykonawczej w mieście.

W korelacji do powyższego celu głównego ustalono poniższe cele szczegółowe :

1. Określenie poziomu deklarowanego uczestnictwa mieszkańców Nowego Sącza w wyborach samorządowych na prezydenta miasta w II turze wyborów.
2. Określenie trendu preferencji wyborców tj. kolejności wskazań na poszczególnych kandydatów na prezydenta miasta.
3. Określenie preferencji wyborczych w odniesieniu do poszczególnych okręgów wyborczych.
4. Określenie preferencji wyborczych sędeczian w odpowiednich grupach wiekowych.
5. Określenie preferencji wyborczych sędeczian według płci.

Z uwagi na ograniczenia finansowe oraz czasowe w prowadzonych badaniach przed II tura wyborów odstąpiono od badanie preferencji wyborczych według aktywności zawodowej.

W stosunku do powyższych celów, zarówno głównego, jak i szczegółowych zostały ustalone problemy badawcze.

---

<sup>63</sup> przed wyborami samorządowymi 2014 r. m.in. grupa badawcza IPSOS, działająca na zlecenie partii Platforma Obywatelska, przeprowadziła badania preferencji wyborczych sędeczian w celu określenia szans poszczególnych kandydatów na fotel prezydenta Nowego Sącza. Partia badała opinię społeczną w tych miastach, w których nie było jasnej odpowiedzi, jakiego kandydata wystawić do walki o fotel prezydenta. Jak podkreślił Andrzej Czerwiński, lider sądeckiej Platformy Obywatelskiej - był sondaż do wewnętrznego użytku partii w celu opracowania scenariuszy wyborczych, będących elementem strategii wyborczej.(<http://www.dziennikpolski24.pl> – dostęp 24.10.2014 r.)

### 3.2.2 Problemy badawcze i hipotezy z nimi związane

Problemem głównym naszego badania jest odpowiedź na pytanie jak kształtuje się poparcie dla poszczególnych, biorących udział w II turze wyborów kandydatów na prezydenta miasta Nowego Sącza.

Stosownie do tegoż problemu głównego wyszczególniono następujące problemy szczegółowe :

- Czy przyjęte założenia metodologiczne są w stanie odzwierciedlić rzeczywiste wyniki wyborów ?
- Czy deklarowany poziom uczestnictwa w wyborach ma pokrycie w frekwencji wyborczej ?
- Czy można określić profil wyborcy dla poszczególnych kandydatów ?
- Jak kształtują się preferencje wyborcze w poszczególnych rejonach miasta Nowego Sącza.
- Jak zostanie „zagospodarowany” elektorat kandydatów, którzy odpadli w I turze wyborów.

W oparciu o przedstawione problemy i pytania badawcze sformułowano następujące hipotezy:

1. Urzędujący prezydent Ryszard Nowak, występujący z pozycji inkubenta, ma przeciwko sobie duży elektorat negatywny stanowiący wyborców kandydatów, którzy odpadli w I turze wyborów. Pełna mobilizacja tego elektoratu w dniu wyborów może doprowadzić do zmiany na stanowisku prezydenta miasta Nowego Sącza.
2. Rywalizacja pomiędzy kandydatami, którzy znaleźli się w drugiej turze wyborów jest bardzo wyrównana a o ostatecznym wyniku mogą przesądzić niezdecydowani.
3. Bezpartyjny kandydat na prezydenta miasta Nowego Sącza – Ludomir Handzel przy sprawnie przeprowadzonej kampanii wyborczej może w dużej części zagospodarować „negatywny elektorat” swojego konkurenta i zdetronizować urzędującego prezydenta miasta Ryszarda Nowaka.

Za metodę najbardziej odpowiadającą celom niniejszego badania została wybrana metoda sondażu diagnostycznego połączonego z losowym doбором próby. Metody losowania uwzględniały podstawowe cechy losowanych osób tj. wiek, płeć, wykształcenie, obszar terytorialny. Starano się zachować równą reprezentację na poziomie wszystkich okręgów wyborczych. Losowanie narzucało taką strukturę próby, aby udział procentowy osób



noszących te cechy był w przybliżeniu podobny z udziałem takich osób w całej dorosłej populacji. Wraz z próbą zapewniono rezerwę na wypadek, gdyby losowane osoby zmieniły miejsce zamieszkania, zmarły czy odmówiły udziału w badaniu. Próby były sukcesywnie wymieniane i dolosowywane w ramach obszarów terytorialnych. Uniknięto w ten sposób tzw. „przetrenowania” respondentów, tj. spowodowania pewnych zmian w ich zachowaniach i w sposobie myślenia wywołanych udzielaniem odpowiedzi na pytania ankietowe.

### 3.2.3 Opis narzędzia badawczego

W stosunku do metody sondażu diagnostycznego wybrano technikę ankietowania wraz z narzędziem badawczym w postaci kwestionariusza ankiety.

Narzędzie badawcze zawierało w sumie pięć pytań, w tym dwa pytania główne i trzy pytania metryczkowe zawierające cechy demograficzne respondentów, które dawały możliwość podzielenia respondentów na poszczególne grupy badawcze, a mianowicie płeć, wiek oraz lokalizacja zamieszkiwania. Pytania te pozwalały opisać elektoraty poszczególnych kandydatów oraz wskazać geografie preferencji respondentów.

Pierwsze pytanie główne dotyczyło deklarowanego uczestnictwa w wyborach na prezydenta miasta Nowego Sącza i ukierunkowane było na oszacowanie frekwencji wyborczej. W tym pytaniu była zamknięta lista dwóch możliwych odpowiedzi: TAK lub NIE. Drugie pytanie dotyczyło deklarowanej chęci oddania swojego głosu na konkretnego kandydata z zamkniętą listą dwóch możliwych odpowiedzi, zawierającą wymienionych, w kolejności alfabetycznej, kandydatów na prezydenta miasta Nowego Sącza z poszczególnych komitetów wyborczych, którzy uzyskali wynik, gwarantujący udział w drugiej turze wyborów. Aby określić poziom elektoratu niezdecydowanego możliwa była również odpowiedź – jeszcze nie zdecydowałam/em.

Kwestionariusz ankiety był anonimowy, skonstruowany w sposób prosty, przejrzysty i zawierał wszelkie wymagane informacje takie jak temat, zakres i przedmiot prowadzonych badań. Dodatkowo kwestionariusz ankiety miał umieszczone logo projektu „Sądecka Agora”. Respondent był również informowany w jakim celu zgromadzone dane zostaną wykorzystane. Pytania nie były rozbudowane i skomplikowane. Zestaw pytań zamkniętych jednoznacznie kierował uwagę respondenta na problem, który stanowi przedmiot badań. Pytania pozbawione były słów wieloznacznych, zawierały tylko jeden wątek, a jedno pytanie nie dotyczyło dwóch czy więcej odrębnych kwestii. Nie stosowano trudnej, niezrozumiałej

terminologii. Ankieta była krótka, nie zniechęcała i nie wymagała od respondenta angażowania dużej ilości czasu do udzielenia odpowiedzi.

### 3.2.4 Charakterystyka obszaru badawczego

Na potrzeby drugiej tury wyborów obrany obszar badawczy jest tożsamy z obszarem badawczym określonym przed pierwszą turą wyborów i został omówiony w rozdziale drugim, podrozdział 2.1, podpodrozdział 2.1.5.

### 3.2.5 Realizacja badania

Realizowane badanie sondażowe, przed drugą turą wyborów na prezydenta miasta Nowego Sącza jest konsekwencją braku rozstrzygnięcia wyborów w pierwszej turze. Naturalną kontynuacją niniejszego badania jest rozpoznanie preferencji przed drugą turą wyborów. Badanie, analogicznie do jego pierwszej części, jest realizowane pod skrzydłami i w ramach projektu „Sądecka Agora”, pod naukową opieką dra Marcina Poręby.

Badanie sondażowe zostało przeprowadzane w okresie od 21 listopada 2014 r. do 25 listopada 2014 r. losową (probabilistyczną) metodą doboru próby, na próbie 875 uprawnionych do głosowania mieszkańców Nowego Sącza. Błąd oszacowania wyniósł 3 %, a poziom ufności 0,95.

Sondaż został przeprowadzony i opublikowany z zachowaniem wszelkich standardów określonych przez Europejskie Stowarzyszenie Badaczy Opinii Publicznej i Rynku ESOMAR w „Międzynarodowym kodeksie badań rynku i badań społecznych”, ze szczególnym uwzględnieniem rekomendacji dotyczących prowadzenia przedwyborczych sondaży opinii oraz sondaży na temat preferencji wyborczych<sup>64</sup>.

Warto dodać, iż żaden z członków zespołu badawczego nie był związany z badaną opcją polityczną. Badania zostały przeprowadzone zachowaniem zawodowego i naukowego obiektywizmu.

---

<sup>64</sup> Kodeks dostępny na stronach ESOMAR-u pod adresem [www.esomar.org](http://www.esomar.org) Kodeks ESOMAR-u, w części poświęconej publikacji wyników sondaży opinii (ESOMAR Code for the Publication of Opinion Polls) został przeanalizowany przez Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy, które następnie zaleciło szerokie stosowanie zasad tego kodeksu przy publikowaniu sondaży opinii.

Przeprowadzone badania miały ściśle określony harmonogram działań, będący mapą działań zespołu badawczego.

Obszary doboru próby były wybierane proporcjonalnie do liczby wyborców. Następnie w każdym z wybranych obszarów przeprowadzamy jednakową liczbę wywiadów. Bez względu na liczebność próby, zasadą stosowaną w tej metodzie było maksymalizowanie liczby obszarów doboru próby oraz minimalizowanie liczby wywiadów przeprowadzanych na jednym obszarze. Oznaczało to zminimalizowanie liczby wywiadów przeprowadzanych przez pojedynczego ankietera.

Zbieranie danych odbywało się za pośrednictwem wywiadów bezpośrednich („twarzą w twarz”) przez ankieterów rozlokowanych w poszczególnych rejonach miasta Nowego Sącza. Wywiady prowadzone były również wieczorami oraz w weekendy, gdy potencjalni wyborcy pracujący poza domem byli dostępni i mogli udzielić odpowiedzi na pytania ankietera.

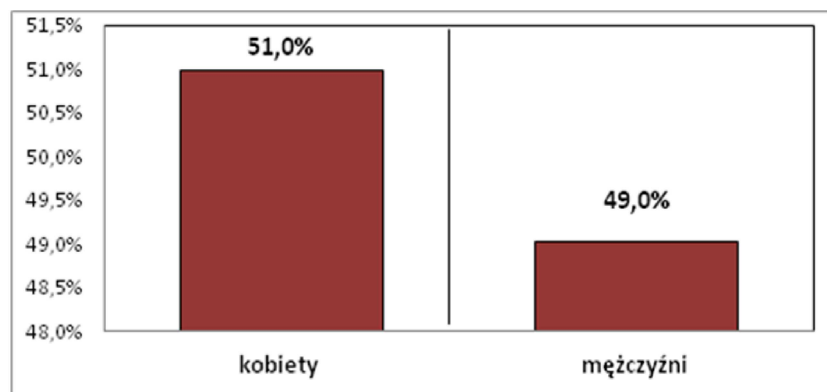
## 4. Prezentacja i analiza zebranych danych

### 4.1 Przed I turą wyborów

#### 4.1.1 Charakterystyka próby

Jak wskazano w rozdziale metodologicznym, w pomiarze kontroli poddano zmienne związane z miejscem zamieszkiwania (osiedle), płcią i wiekiem. Zwracano również uwagę, by rozkład pozostałych zmiennych był możliwie zróżnicowany. Informacje o socjoekonomicznych i demograficznych charakterystykach badanych uzyskano za pomocą kolejnych pytań metryczki. Wykresy od 1 do 4 stanowią zestawienie procentowe poszczególnych kategorii. Ilościowe uzupełnienie prezentuje Tabela 1 (zał. nr 2) w Aneksie niniejszej pracy.

**Wykres 1. Procentowa struktura próby według płci**

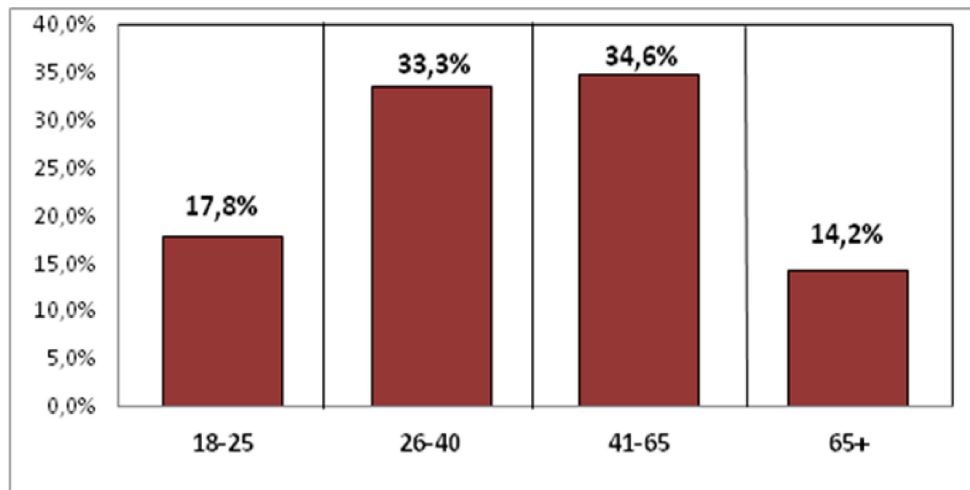


Źródło: opracowanie własne

Jak widać na wykresie nr 1 wśród respondentów jest nieco więcej kobiet niż mężczyzn. Różnica ta jest jednak niewielka i kształtuje się na poziomie dwóch punktów procentowych.

Kolejno zaprezentowane są wykresy odnoszące się do struktury próby według wieku, poziomu wykształcenia i aktywności zawodowej.

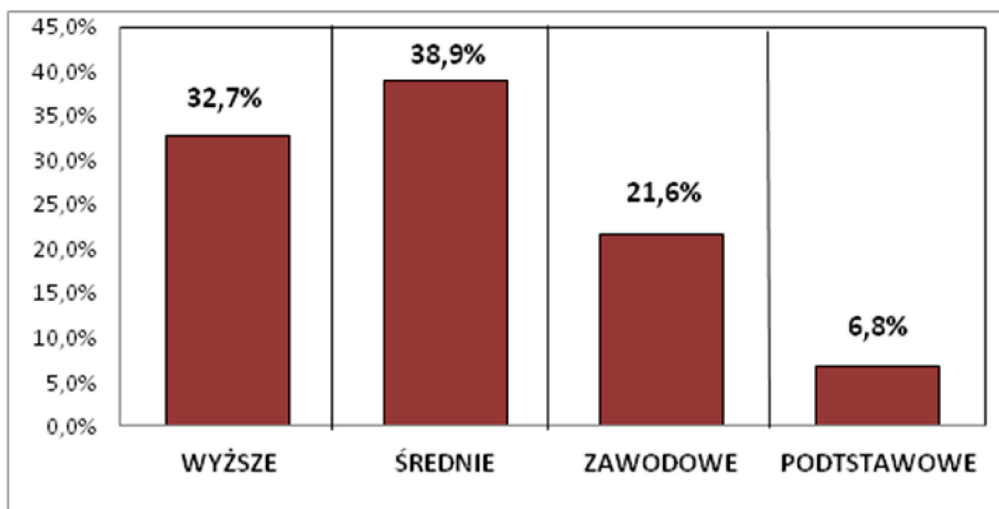
**Wykres 2. Procentowa struktura próby według przedziału wieku**



Źródło: opracowanie własne

Wykres numer 2 pokazuje charakterystykę próby według określonych przedziałów wiekowych. Najwięcej osób mieści się w przedziale wiekowym 41-65 lat, nieco mniej jest osób między 26 a 40 rokiem życia. W przypadku najmłodszych pełnoletnich obywateli miasta poniżej 26 roku życia słupek osiągnął poziom 17,8 %. Najmniej liczną reprezentację, spośród osób biorących udział w badaniu, stanowią najstarsze osoby w wieku powyżej 65-tego roku życia.

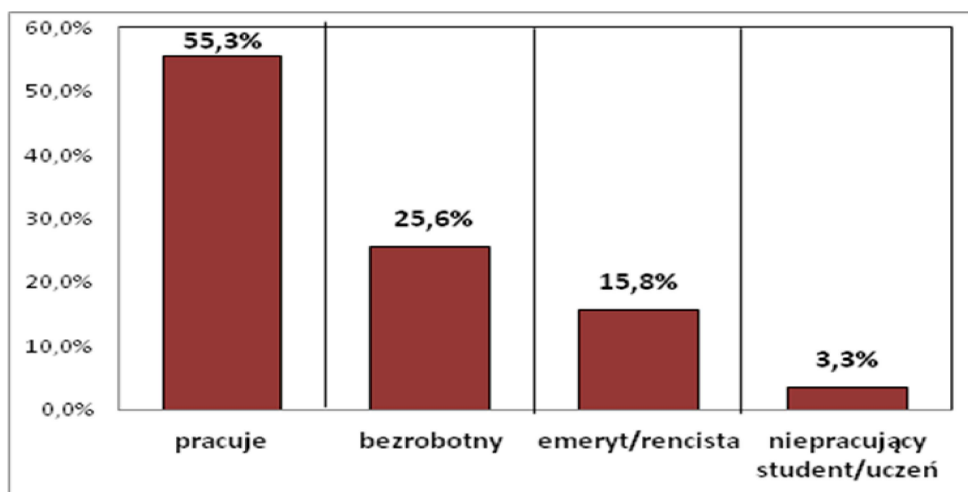
**Wykres 3. Procentowa struktura próby według posiadanego wykształcenia**



Źródło: opracowanie własne

Wykres numer 3 przedstawia charakterystykę próby według posiadanego wykształcenia. Badani najczęściej posiadają wykształcenie średnie (38,9 %), nieco mniej osób tj. 32,7 % ma wyższe (licencjackie, magisterskie lub stopień naukowy doktora). Kolejna grupa, z wykształceniem zawodowym, ma procentowy udział w badanej próbie, na poziomie 21,6 %. Najmniej licznie reprezentowane są osoby z wykształceniem podstawowym (6,8 %). W grupie z wykształceniem podstawowym mieszczą się również osoby z wykształceniem gimnazjalnym.

**Wykres 4. Procentowa struktura próby według statusu zawodowego**

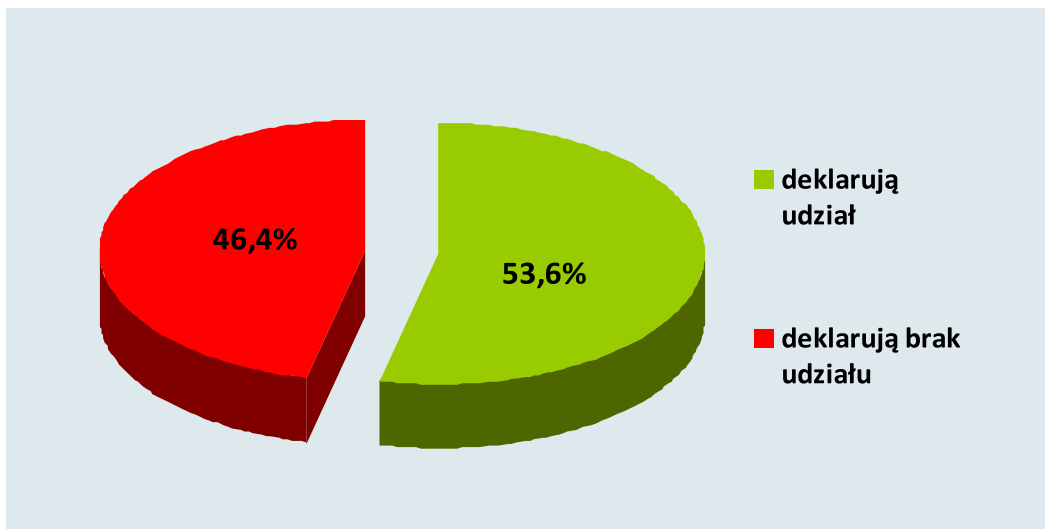


Źródło: opracowanie własne

Wykres numer 4 przedstawia obraz badanej próby z uwzględnieniem statusu zawodowego. Znaczna część badanych jest osobami pracującymi. Stanowią oni ponad połowę osób badanych (55,3 %). Dość duży odsetek to jednostki, które reprezentują osoby bezrobotne. Ich wskazanie to poziom 25,6 %. Emeryci i renciści mają swoją reprezentację, w badanej próbie, na poziomie 15,8 %. Najmniej liczną grupą są osoby deklarujące w chwili badania brak pracy z uwagi na pobieranie nauki. W stosunku do ostatniej grupy należałoby wskazać, iż najmniejsza reprezentacja niepracujących studentów/uczniów może wynikać ze struktura systemu kształcenia w Nowym Sączu. W zdecydowanej większości osoby powyżej 18 roku życia kształcące się i mieszkające w tym mieście, wybierają system kształcenia zaocznego czy też wieczorowego i jednocześnie pracują w celu zdobycia środków na pokrycie opłat za naukę.

#### 4.1.2 Deklaratywny udział w wyborach

Wykres 5. Frekwencja wyborcza



Źródło: opracowanie własne

Na wykresie nr 5 przedstawiono szacunek dotyczący frekwencji wyborczej. Na pytanie „ Czy będzie Pani/Pan brała/brał udział w nadchodzących wyborach na Prezydenta Miasta Nowego Sącza”, 53,6 % badanych odpowiedziało twierdząco. Pozostała część tj. 46,4 % nie zamierza uczestniczyć w wyborach samorządowych.

Największą niechęć do udziału w głosowaniu wykazują osoby ze średnim i zawodowym wykształceniem, odpowiednio 42,0 % i 25,0 %. Wśród respondentów z dyplomem wyższej uczelni 23,4 % nie poszłoby do urn. Najmniejszą niechęć do udziału w głosowaniu wykazują osoby z najniższym wykształceniem tj. niespełna 10 %.

Analiza wyników badania z uwzględnieniem podziału na aktywność zawodową pokazuje wśród respondentów wzrost deklaracji udziału w wyborach, wraz z kolejnymi grupami, począwszy od niepracujących. Rozkład procentowy kształtuje się następująco : pracujący – 66,2 %, bezrobotni – 15,6 %, emeryci/renciści – 13,9 %, niepracujący studenci/uczniowie – 4,4 %.

Najwięcej odpowiedzi „Tak”, wśród badanych ze względu na przynależność do grupy wiekowej padało w grupie 26-40 lat (37,8 %). Rozkład procentowy dla odpowiedzi „Nie” również jest podobny dla każdej grupy wiekowej, przy czym takiej odpowiedzi najczęściej udzielały osoby z przedziału 41-65 lat (38,3 %).

Warto zwrócić uwagę na fakt, iż w poprzednich wyborach samorządowych w latach 2002, 2006, 2010 frekwencja wyborcza, w pierwszej turze wyborów, w Nowym Sączu kształtowała się następująco:

**Tabela 4. Frekwencja wyborcza w wyborach samorządowych w Nowym Sączu, lata 2006-2010.**

Miasto	Rok	Liczba wyborców	Liczba kart oddanych	Frekwencja
Nowy Sącz	2002	63 625	29 921	47,03 %
Nowy Sącz	2006	65 884	31 379	47,63%
Nowy Sącz	2010	66 986	33 263	49,66%

Źródło : opracowanie własne na podstawie danych Państwowej Komisji Wyborczej [dostęp: <http://wybory2002.pkw.gov.pl>, <http://wybory2006.pkw.gov.pl>, <http://wybory2010.pkw.gov.pl> , 15.12.2014 r.]

Powyższe zestawienie pokazuje tendencję wzrostową w partycypacji wyborczej mieszkańców Nowego Sącza.

Wyniki badań na reprezentatywnej grupie, uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta wskazują na frekwencje nieco wyższą od frekwencji osiągniętej chociażby w wyborach samorządowych w 2010 roku. Sondażowe wskazanie, niemniej jednak wpisuje się w trend wzrostowy.

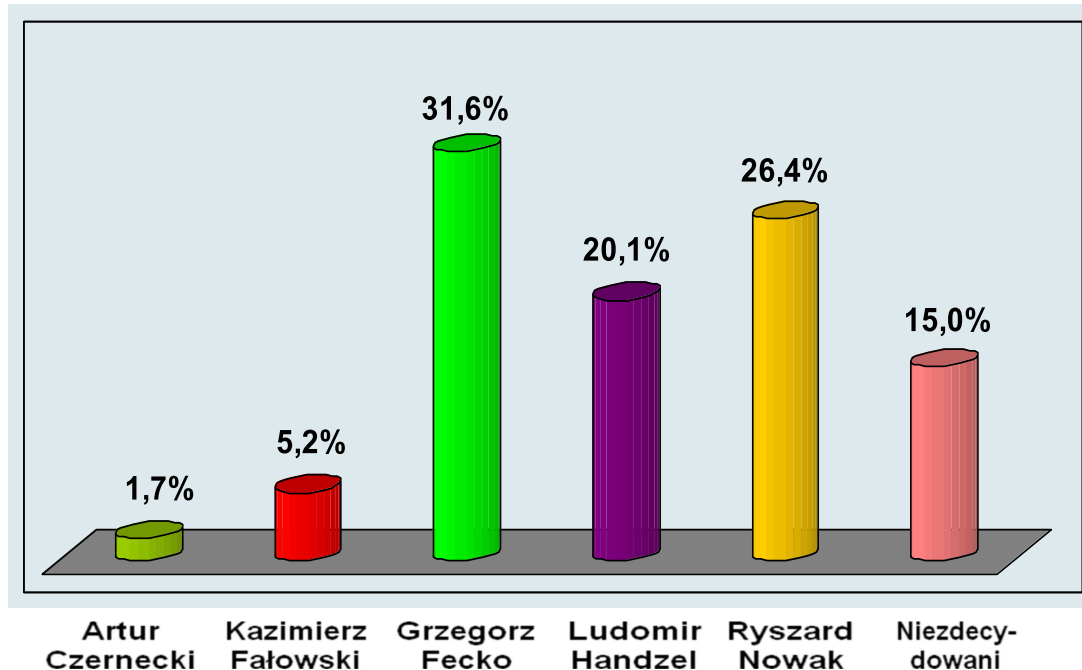
Zasadne było by zauważyć, iż uczestnictwo wyborcze jest procedurą fundamentalną dla demokracji. Do tej pory napisano na ten temat wiele prac. W dorobku badaczy tego obszaru dominuje pogląd, że znaczna część respondentów ma silną potrzebę uznania społecznego i wobec ankietera konformistycznie deklaruje opinie i zachowania aprobowane. Gdy uczestnictwo w wyborach jest publicznie cenione, badani chcą pokazać się jako dobrzy obywatele<sup>65</sup>. Zapewne ta potrzeba powoduje, że frekwencja wyborcza, deklarowana w sondażach zwykle przewyższa frekwencje faktyczną.

<sup>65</sup> A. Sułek, *O czym mówią...*, op. cit., s. 2



#### 4.1.3 Zbadane preferencje wyborcze

Wykres 6. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 1



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 6 przedstawia rozkład preferencji wyborczych, wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców, zamieszkujących w wyznaczonych granicach pierwszego okręgu wyborczego w mieście Nowy Sącz.

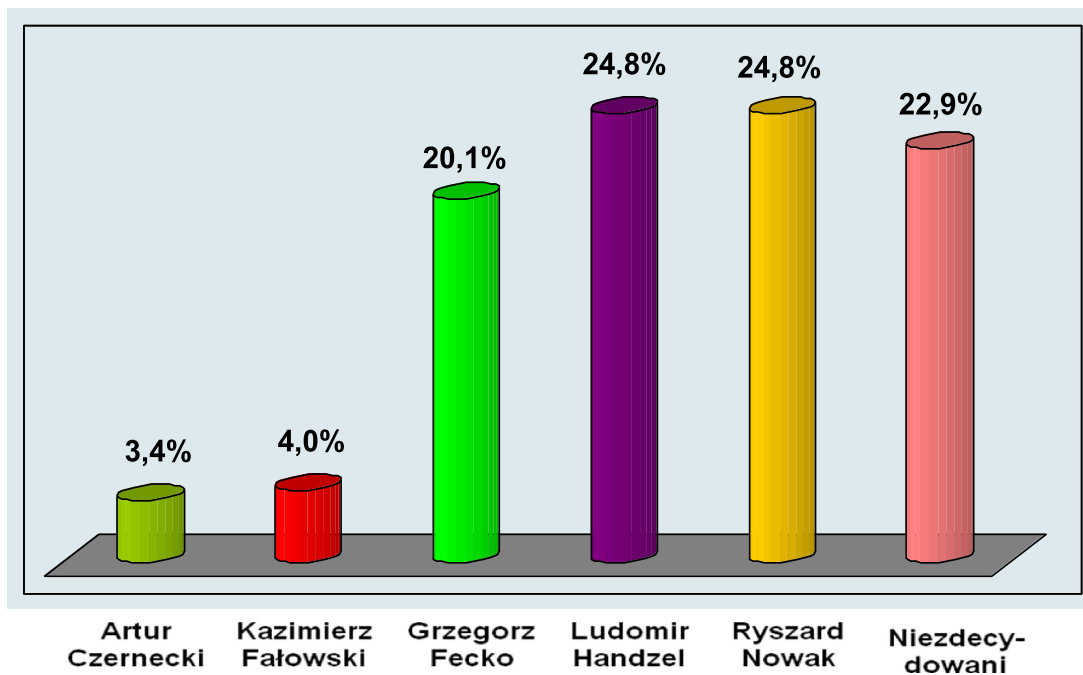
W okręgu nr 1 wygrywa Grzegorz Fecko, który zanotował wynik na poziomie 31,6 %. Warto dodać, iż ten kandydat na prezydenta miasta Nowego Sącza, jest również w okręgu nr 1 kandydatem do kolegiального organu jakim jest Rada Miasta Nowego Sącza. Jest to zatem rejon miasta, w którym ten kandydat ma silne oparcie w swoim elektoracie i duży mandat zaufania.

Na drugim miejscu, z wynikiem 26,4 % znalazł się urzędujący prezydent miasta Nowego Sącza – Ryszard Nowak.

Kolejno rozkład preferencji kształtuje się w tym okręgu następująco : Ludomir Handzel 20,1 %, Kazimierz Fałowski 5,2 %, Artur Czernecki 1,7 %.

W okręgu nr 1 dużą grupę stanowią osoby, które jeszcze nie określiły się co do swoich prezydenckich preferencji. Słupek wskazań sondażowych, przy tej grupie osób wychylił się do poziomu 15 %.

**Wykres 7. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 2**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 7 przedstawia rozkład preferencji wyborczych, wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców, zamieszkujących w wyznaczonych granicach drugiego okręgu wyborczego w mieście Nowy Sącz.

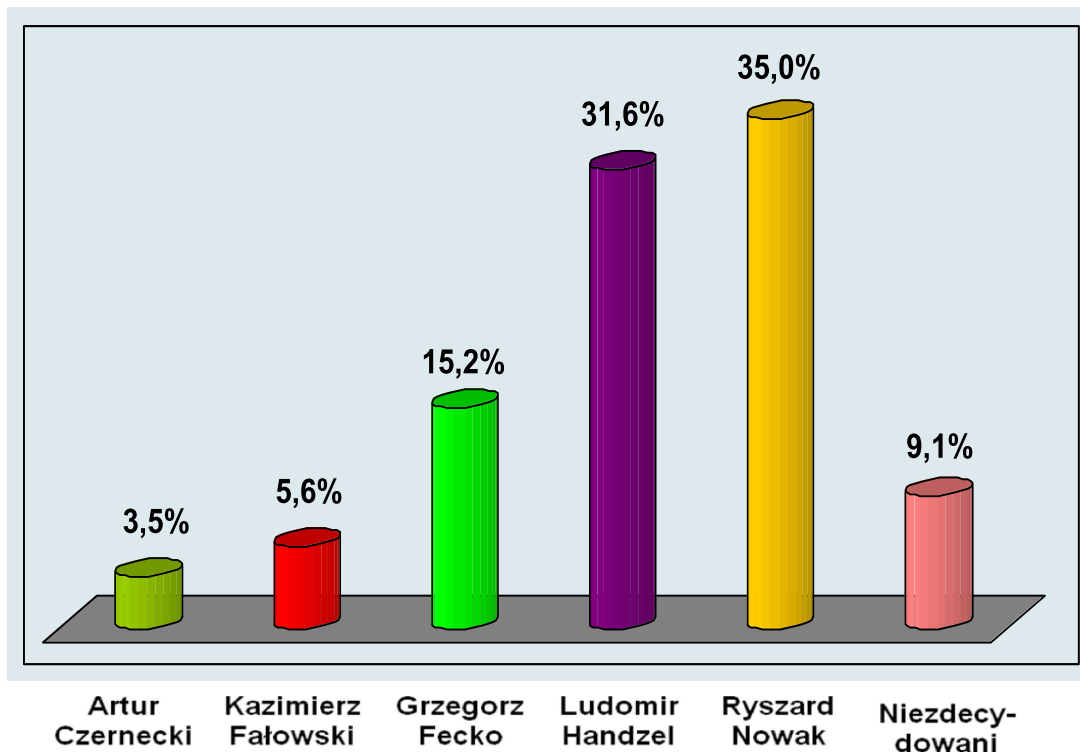
W tym okręgu można zaobserwować dość wyrównane wskazania preferencji wyborczych rozłożonych wobec trzech kandydatów. Dwóch z nich uzyskało tożsamy wynik na poziomie 24,8 %, a są to Ludomir Handzel oraz Ryszard Nowak. Tuż za nimi, z wynikiem 20,1 % znalazł się Grzegorz Fecko.

Pozostali tj. Kazimierz Fałowski z wynikiem 4,0 % oraz Artur Czernecki z wynikiem 3,4 % balansują na granicy błędu statystycznego.

Jak możemy zauważyć, okręg numer 2 charakteryzuje się ogromnym niezdecydowaniem respondentów. Mamy tu do czynienia z bardzo dużą grupą osób, którzy wahają się na kogo zagłosują w nadchodzących wyborach. Wartość ta wynosi 22,9 % i jest to najwyższe wskazanie, przy tej grupie osób, spośród wszystkich okręgów.

Taka sytuacja skłania do konkluzji, iż w tym okręgu kandydaci mają dużo do zrobienia w trwającej jeszcze kampanii wyborczej.

**Wykres 8. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 3**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 8 przedstawia rozkład preferencji wyborczych, wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców, zamieszkujących w wyznaczonych granicach trzeciego okręgu wyborczego w mieście Nowy Sącz.

W okręgu trzecim najlepszy wynik osiągnął urzędujący prezydent Ryszard Nowak z poparciem na poziomie 35,0 % .

Drugie miejsce zajął Ludomir Handzel z wynikiem 31,6 %.

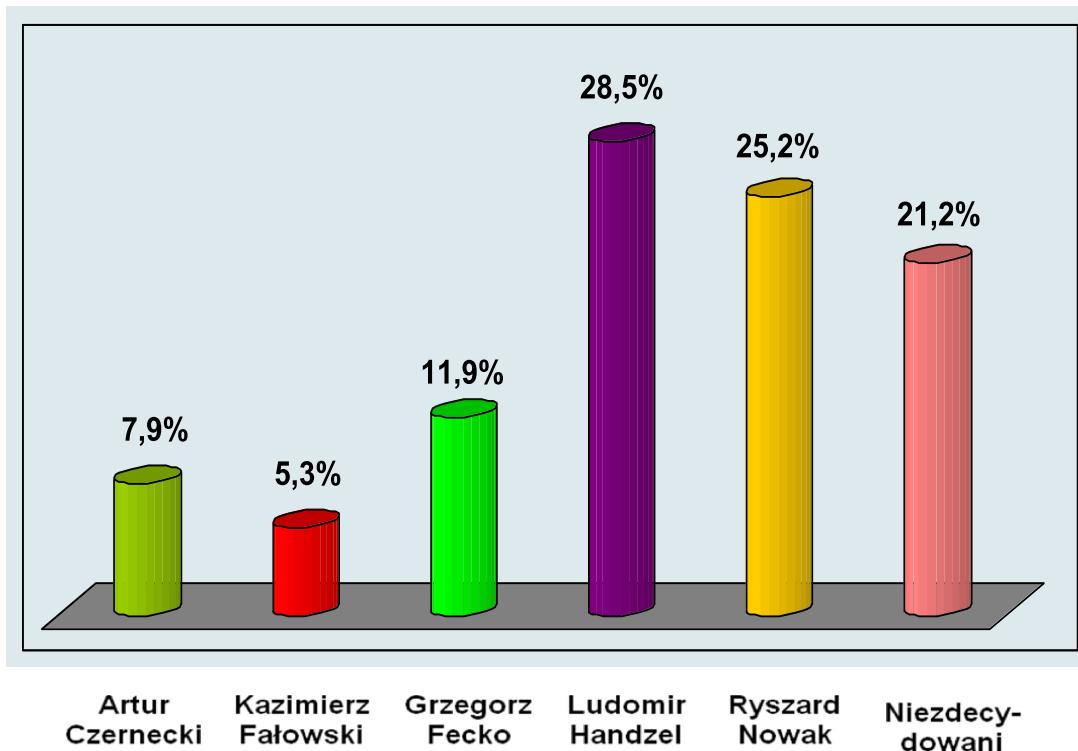
Trzeci słupek sondażowy, pod względem wysokości, należy do Grzegorza Fecki, na którego 15,2 % respondentów w badanym okręgu oddałoby głos.

Na czwartym miejscu, z wynikiem 5,6 % ulokował się Kazimierz Fałowski. Jest to jego najlepszy wynik spośród wszystkich okręgów.

Na miejscu ostatnim Artur Czernecki z poparciem na poziomie 3,5 %.

W tym okręgu zauważamy relatywnie niską grupę niezdecydowanych respondentów.

**Wykres 9. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 4**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 9 przedstawia rozkład preferencji wyborczych, biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców, zamieszkujących w wyznaczonych granicach czwartego okręgu wyborczego w mieście Nowy Sącz.

W ostatnim okręgu wygrywa Ludomir Handzel z wynikiem 28,5%.

Nieopodal lidera tego okręgu znalazł się urzędujący prezydent Ryszard Nowak, który osiągnął wynik 25,2 %.

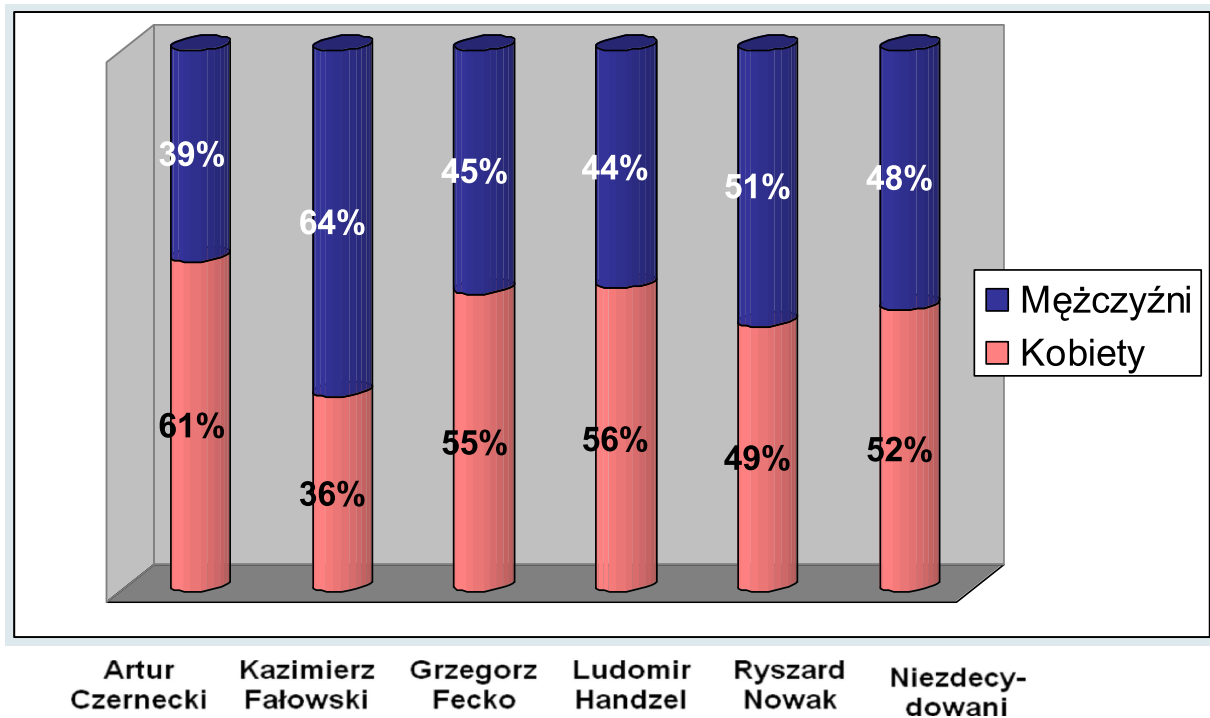
Trzecie miejsce, według wskazań respondentów, przypadło Grzegorzowi Fecko, przy którym znajdujemy wynik na poziomie 11,9%.

Czwarty okręg okazał się najlepszy dla Artura Czerneckiego. Wynik na poziomie 7,9 % jest jego najlepszym wynikiem spośród wszystkich okręgów.

Najmniej respondentów, w tym okręgu, widzi na fotelu prezydenta miasta Kazimierza Fałowskiego, który uzyskał wynik 5,3 %.

Podobnie jak w okręgu nr 1 duża wartość osób niezdecydowanych, nieprzedstawiających swoich preferencji w chwili przeprowadzania badania. Ta grupa wynosi 21,2 %.

**Wykres 10. Zbadane preferencje według płci respondentów**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 10 przedstawia rozkład preferencji wyborczych, biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców dla poszczególnych kandydatów z uwagi na płeć respondentów.

Ten element badania stanowi ciekawy obraz rozkładu wskazań na poszczególnych kandydatów przez kobiety i mężczyzn we wszystkich okręgach wyborczych, wśród wyborców głosujących na określonego kandydata.

Największe poparcie u kobiet tj. na poziomie 61 % w stosunku do 49 % mężczyzn ma Artur Czernecki.

Wśród wyborców Kazimierza Fałowskiego dominują mężczyźni z udziałem 64 % w stosunku do 36 % kobiet.

W przypadku Grzegorza Fecki proporcje według płci kształtują się następująco: kobiety 55 %, mężczyźni 45%.

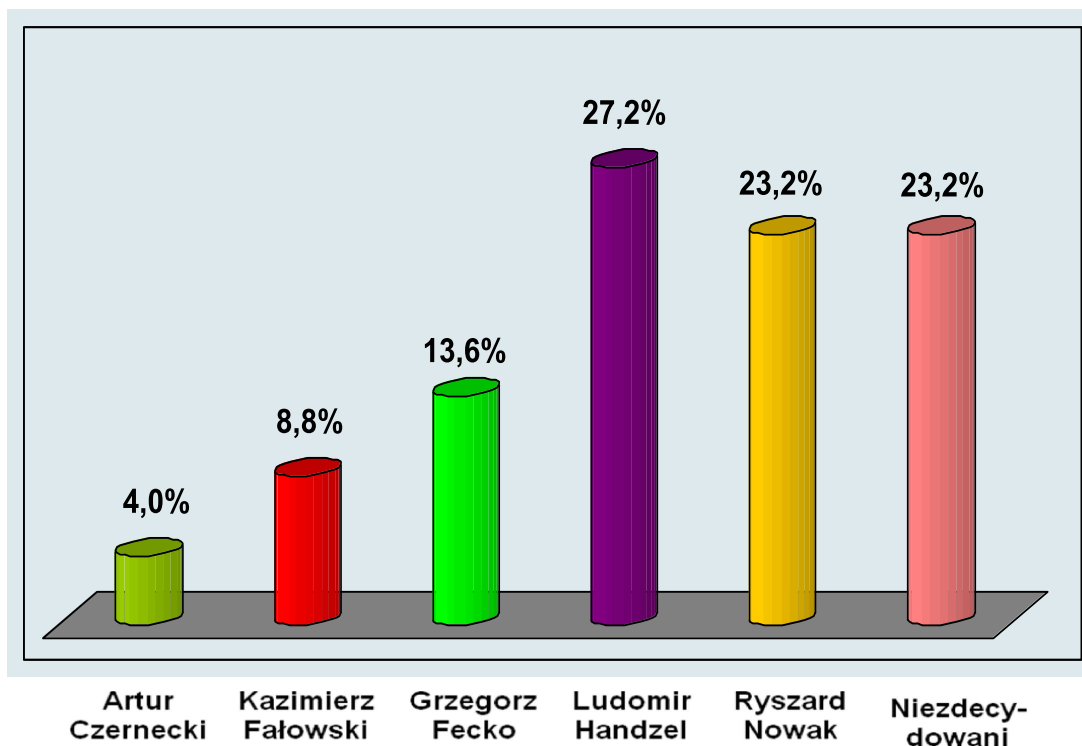
Podobnie rozkład wygląda u Ludomira Handzla, na którego głosuje 56 % kobiet, pozostałą część to mężczyźni.

Wyborcy Ryszarda Nowaka to 51 % mężczyźni oraz 49 % kobiety.

Wśród niezdecydowanych nieco więcej jest kobiet niż mężczyzn, odpowiednio 52 % i 48 %.

Niniejszy obszar badawczy stanowi ciekawą bazę wyjściową do dalszych badań w zakresie marketingu politycznego ukierunkowanych na kreowanie wizerunku kandydatów, a także precyzowanie profilu wyborczego wyborców poszczególnych kandydatów.

**Wykres 11. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 18-25 lat**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 11 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, mieszczących się w przedziale wiekowym 18-25 lat.

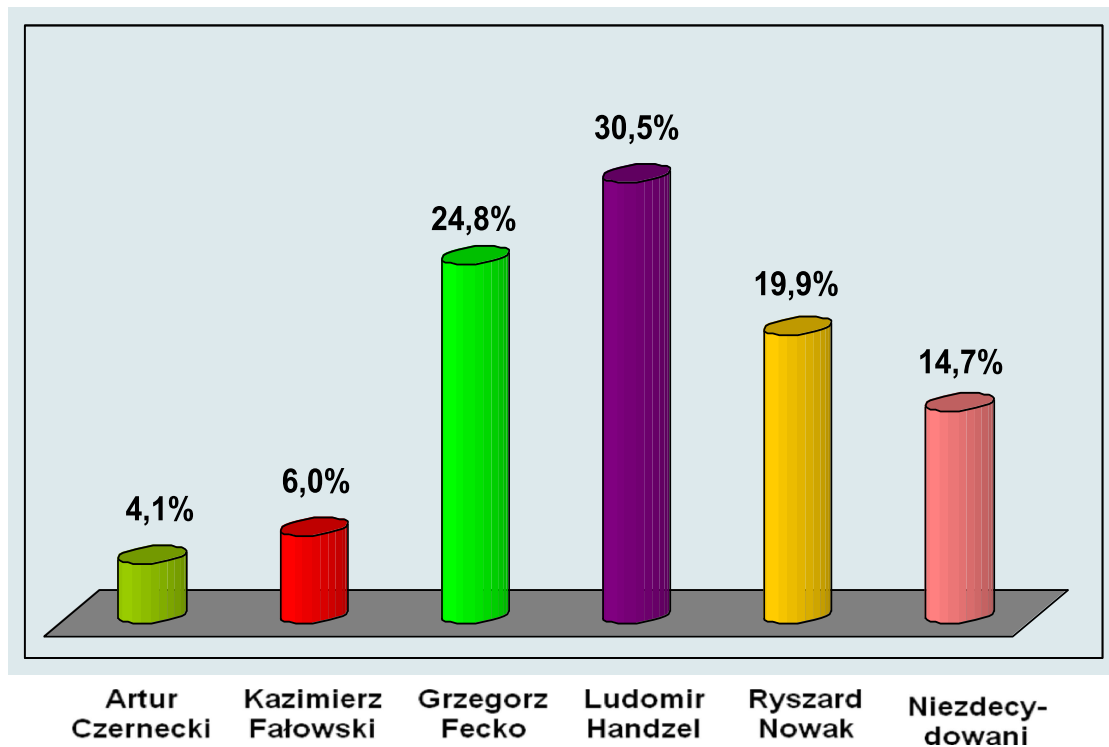
Wśród najmłodszej grupy respondentów wygrywa Ludomir Handzel, który osiąga wynik na poziomie 27,2 %.

Urzędujący prezydent uzyskał wskazanie 23,2 % badanej grupy.

Kolejno najmłodsi wyborcy wskazywali Grzegorza Feckę ( 13,6 %), Kazimierza Fałowskiego (8,8 %), Artura Czerneckiego (4,0 %).

Uzasadnieniem dużej grupy niezdecydowanych wśród młodych osób może być to, iż młodzież podejmując decyzje wyborcze robi to niemal w ostatniej chwili. Stanowią oni dużą grupę tzw. „niezdyscyplinowanego elektoratu”.

**Wykres 12. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 26-40 lat**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 12 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, mieszczących się w przedziale wiekowym 26-40 lat.

W tym przedziale wiekowym również wygrywa Ludomir Handzel, z tym że jego przewaga jest bardziej widoczna. Uzyskuje on poparcie 30,5 % respondentów.

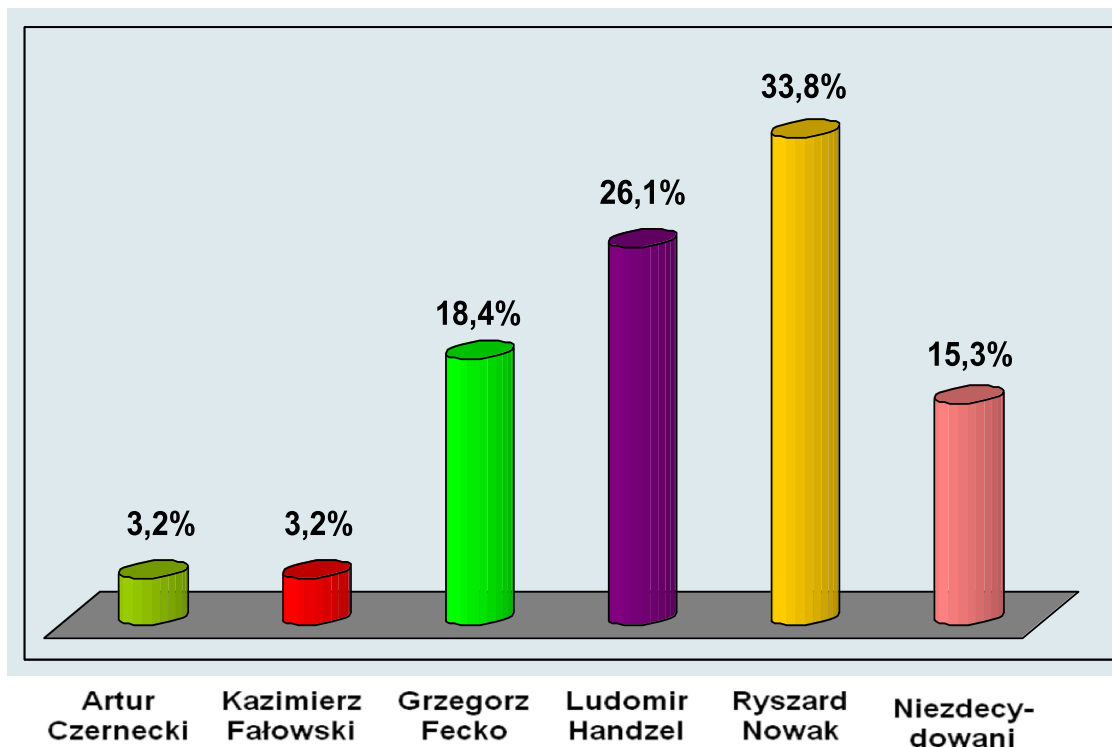
Na drugiej pozycji, respondenci swoimi wskazaniem lokują Grzegorza Feckę, który osiąga w tej grupie wiekowej wynik 24,8 %.

Ryszard Nowak, wśród tej grupy badanych cieszy się poparciem na poziomie 19,9 %.

W przypadku Kazimierza Fałowskiego i Artura Czerneckiego słupki sondażowe zatrzymały się odpowiednio na 6,0 % i 4,1 %.

Wśród osób w średnim wieku grupa niezdecydowanych jest dużo niższa niż wśród osób młodych i wynosi 14,7 %.

**Wykres 13. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 41-65 lat**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 13 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, mieszczących się w przedziale wiekowym 41-65 lat.

W tym przedziale wiekowym zarysowała się przewaga Ryszarda Nowaka, przy którym znalazł się wynik 33,8 %.

Wśród osób, w wieku 41-65 lat Ludomir Handzel znajduje swoich sympatyków w ponad jedną czwartą (26,1 %).

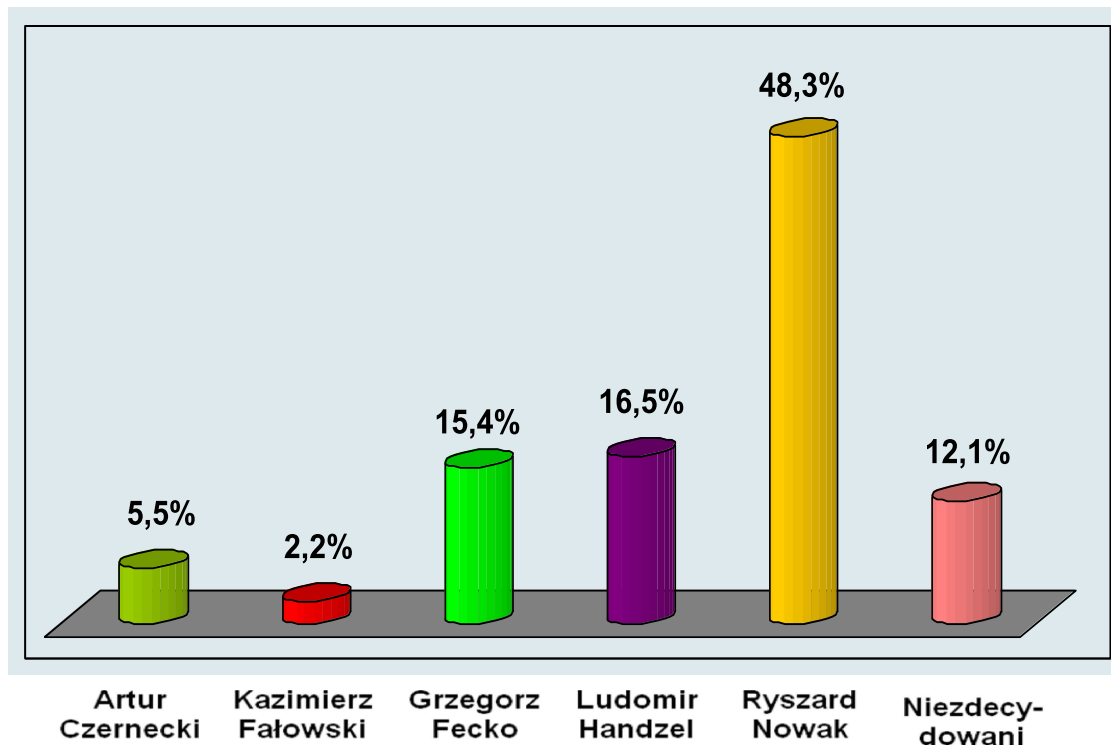
W tej grupie respondentów Grzegorz Fecko uzyskuje wynik na poziomie 18,4 %.

Taką samą ilość wskazań w tej grupie respondentów zanotowali Artur Czernecki oraz Kazimierz Fałowski. Każdy z nich uzyskał wynik 3,2 % wskazań biorących udział w badaniu osób, w określonym zakresie wiekowym.

15,3 % respondentów jeszcze nie zdecydowało kto jest ich faworytem w wyścigu o prezydenturę Nowego Sącza.



**Wykres 14. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 65 + lat**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 14 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, mieszczących się w przedziale wiekowym 65 + lat.

Wśród najstarszej grupy respondentów góruje urzędujący Prezydent Miasta Nowego Sącza – Ryszard Nowak. Osoby powyżej sześćdziesięciu pięciu lat, w zdecydowanej większości wskazują na reelekcję obecnego prezydenta, a wynik na poziomie 48,3 % jest wynikiem deklasującym pozostałych kandydatów.

W tej grupie wiekowej Ludomir Handzel znalazł 16,5 % swoich zwolenników.

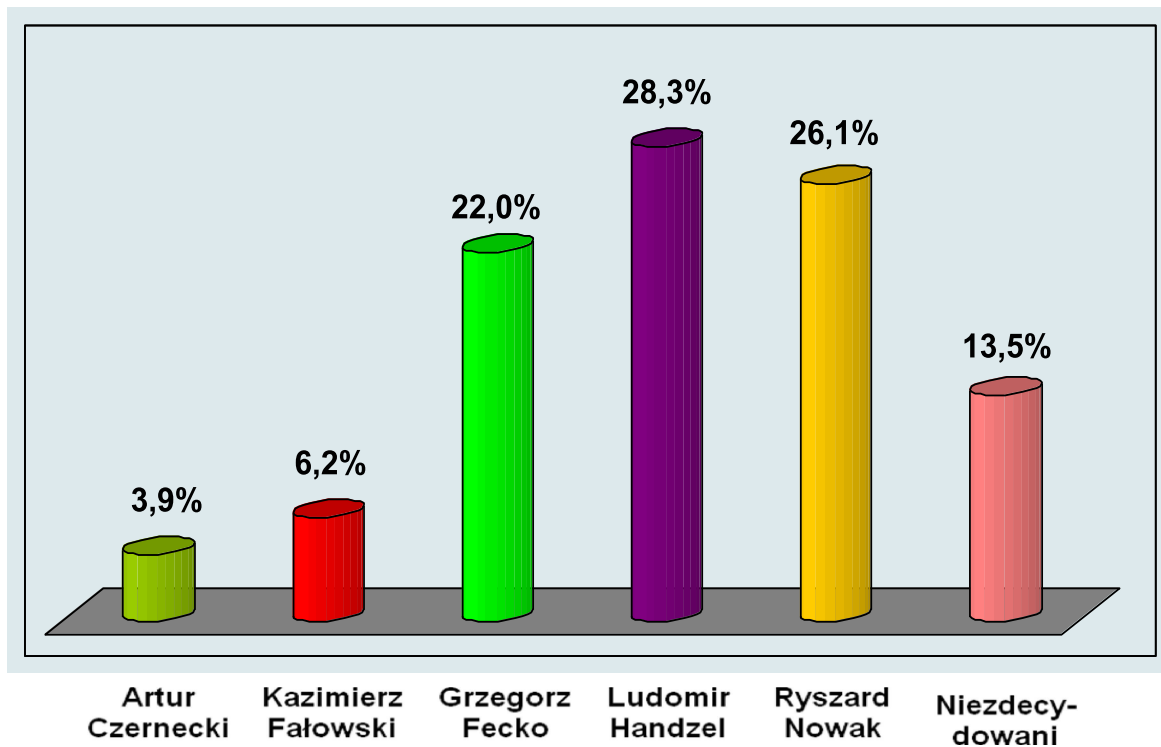
Podobnie jak w grupie wiekowej 18-25 lat oraz 41-65 lat trzecie miejsce należy do Grzegorza Fecki.

Czwartą pozycję zajął Artur Czernecki z wynikiem 5,5 %.

Starsza grupa respondentów na ostatnim miejscu ulokowała Kazimierza Fałowskiego, który osiągnął najsłabszy wynik wśród wszystkich grup wiekowych tj. 2,2 %.

Elektorat powyżej 65 roku życia charakteryzuje się największym zmobilizowaniem, stąd zbadany, procentowy poziom niezdecydowanych, w tej grupie wiekowej, który wyniósł 12,1 % ma swoje podstawy i jest najmniejszy wśród wszystkich grup wiekowych.

**Wykres 15. Zbadane preferencje według statusu zawodowego - pracujący**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 15 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów, wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, którzy deklarowali swój status zawodowy jako osoby pracujące.

Spośród kandydatów na prezydenta przedstawionym pracującym respondentom najczęściej wskazywano na Ludomira Handzla bo aż w 28,3 % przypadków.

Z niewielką stratą do lidera tego panelu preferencji jest Ryszard Nowak, na którego wskazywało 26,1 % respondentów.

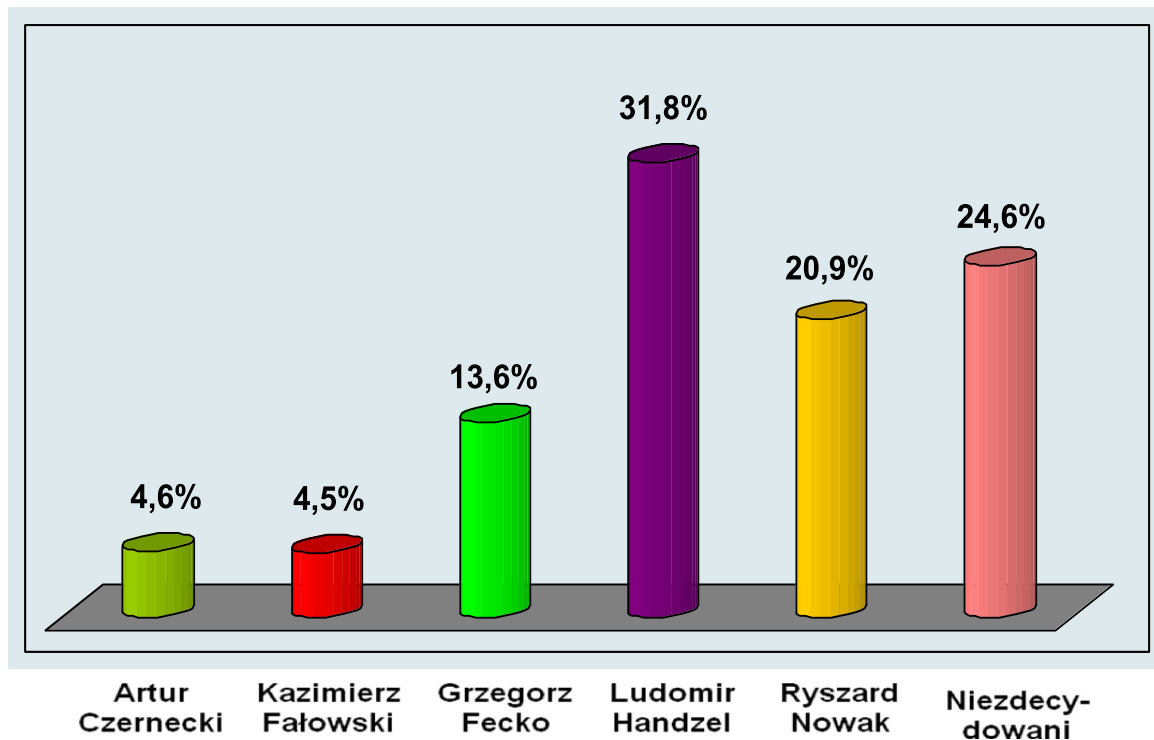
Trzecie miejsce należy do Grzegorza Fecki, który wśród pracujących cieszy się 22,0 % poparciem.

Czwarte miejsce, pod względem liczebności wskazań przypadło Kazimierzowi Fałowskiemu.

Ostatnią pozycję, z wynikiem 3,9 % zajął Artur Czernecki.

Niezdecydowani w tej części badania stanowią 13,5 % ankietowanej grupy pracujących respondentów.

**Wykres 16. Zbadane preferencje według statusu zawodowego - bezrobotni**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 16 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów, wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, którzy deklarowali swój status zawodowy jako osoby bezrobotne.

Tak jak w przypadku osób pracujących, również i wśród bezrobotnych wygrywa Ludomir Handzel, z tym, że w tej grupie jego przewaga nad drugim Ryszardem Nowakiem jest znacząca i wynosi niemalże dziesięć punktów procentowych. Wynik Ludomira Handzla to 31,8 % badanej grupy bezrobotnych.

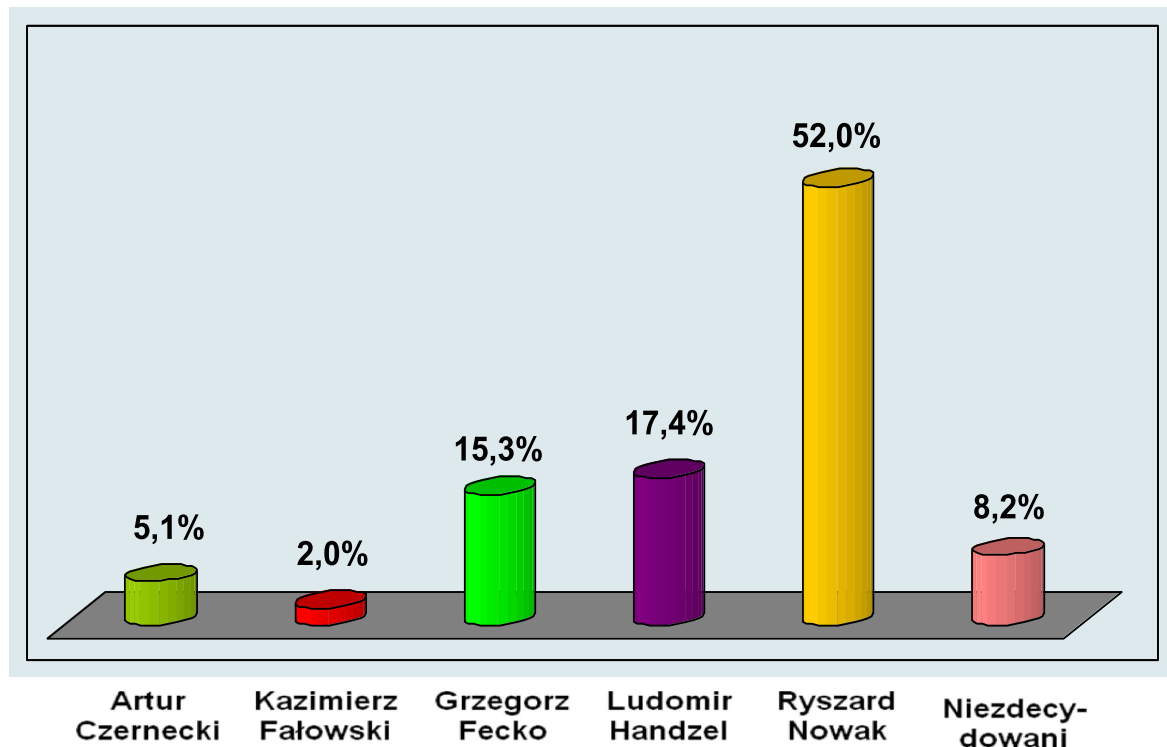
Ryszard Nowak, wśród osób bezrobotnych, cieszy się poparciem na poziomie 20,9 %.

Grzegorz Fecko, zdobywając poparcie 13,6 % respondentów, zajmuje trzecie miejsce.

Kazimierza Fałowskiego oraz Artura Czerneckiego dzieli niewielka różnica. Ich wskazania to odpowiednio 4,5 % i 4,6 %.

Prawie jedna czwarta bezrobotnych (24,6 %) jeszcze nie zdecydowała na kogo chce oddać swój głos. Jest to największe wskazanie niezdecydowania w badanych preferencjach wyborczych według statusu zawodowego.

**Wykres 17. Zbadane preferencje według statusu zawodowego - emeryci/renciści**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 17 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów, wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, którzy deklarowali swój status zawodowy jako emeryci lub renciści.

W tej grupie badanych niezaprzeczalna i wręcz druzgocąca przewaga Ryszarda Nowaka nad pozostałymi kandydatami. Ponad połowa (52,0 %) emerytów i rencistów chce reelekcji obecnego prezydenta.

Daleko za „liderem tej klasyfikacji” znajduje się drugi Ludomir Handzel z wynikiem 17,4 %.

Elektorat korzystający ze świadczeń emerytalno-rentowych na trzeciej pozycji stawia Grzegorza Feckę, przy którym zanotowaliśmy wynik 15,3 %.

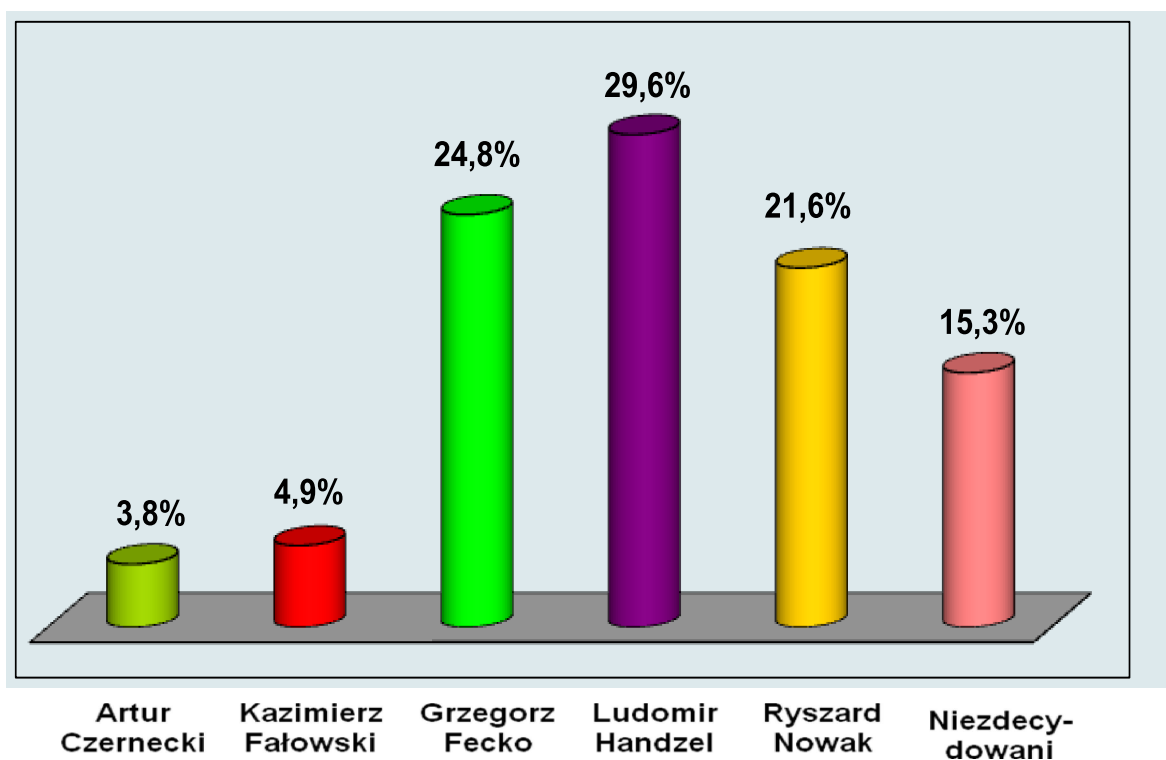
Do poziomu 5,1 % wychylił się słupek, który obrazuje wskazania respondentów na Artura Czerneckiego.

Koniec stawki kandydatów zamyka Kazimierz Fałowski z wynikiem 2,0 %.

Podobnie jak badana grupa wiekowa 65+, również emeryci i renciści, którzy zresztą w zdecydowanej większości znajdują się w tym przedziale wiekowym, to zdyscyplinowani i stali w swoich preferencjach wyborcy. Procentowy poziom niezdecydowania wynosi 8,2%. Jak widać na powyższym wykresie mogą oni stanowić o sile kandydującego na prezydent, po raz trzeci, Ryszarda Nowaka.

W prezentowanych preferencjach według statusu zawodowego, z uwagi na mały stopień reprezentacji (patrz podpodrozdział 3.1.1 tj. procentowa struktura próby według statusu zawodowego) pominięto zbadane preferencje wśród niepracujących studentów uczniów. Prezentacja procentowego udziału preferencji w tak mało licznej grupie mogłaby doprowadzić do zaburzenia obrazu preferencji, nakreślonego przez całe badanie.

**Wykres 18. Zbadane preferencje według poziomu wykształcenia - wyższe**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 18 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów, wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, którzy deklarowali wyższy poziom wykształcenia.

29,6 % respondentów z wyższym wykształceniem deklaruje poparcie dla Ludomira Handzla i w tej grupie jest to najwyższe wskazanie.

Osoby z dyplomem wyższej uczelni, kolejno wskazują na Grzegorza Feckę (24,8 %).

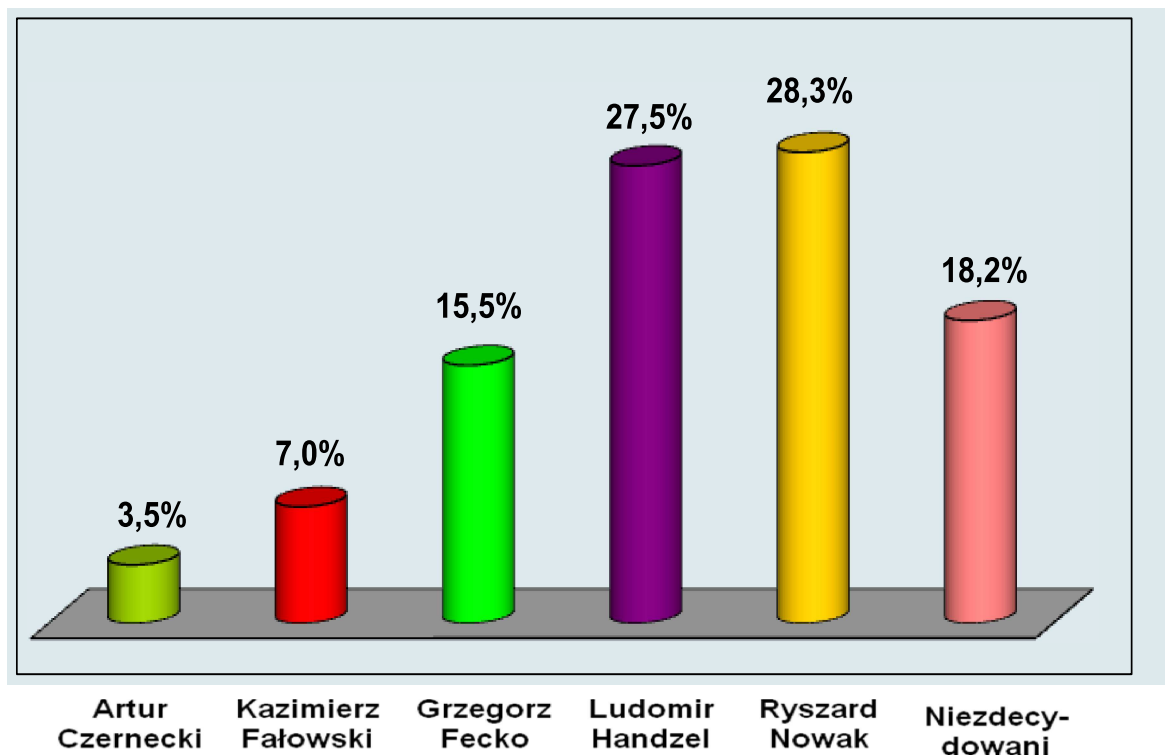
Przy Ryszardzie Nowaku notujemy poparcie, tej grupy badanych, na poziomie 21,6 %.

Czwarty wynik należy do Kazimierza Fałowskiego i jest to 4,9 %.

Ostatni Artur Czernecki osiągnął wynik na poziomie 3,8 %.

Spora grupa osób niezdecydowanych. Nie zdecydowało jeszcze na kogo zgłasza w wyborach 15,3 % najbardziej wykształconych.

**Wykres 19. Zbadane preferencje według poziomu wykształcenia - średnie**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 19 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów, wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, którzy deklarowali średni poziom wykształcenia.

W tej grupie nieznacznie bo o 0,8 pkt. procentowego wygrywa Ryszard Nowak, na którego wskazało 28,3 % respondentów, przed Ludomirem Handzlem, który uzyskał wynik 27,5 %.

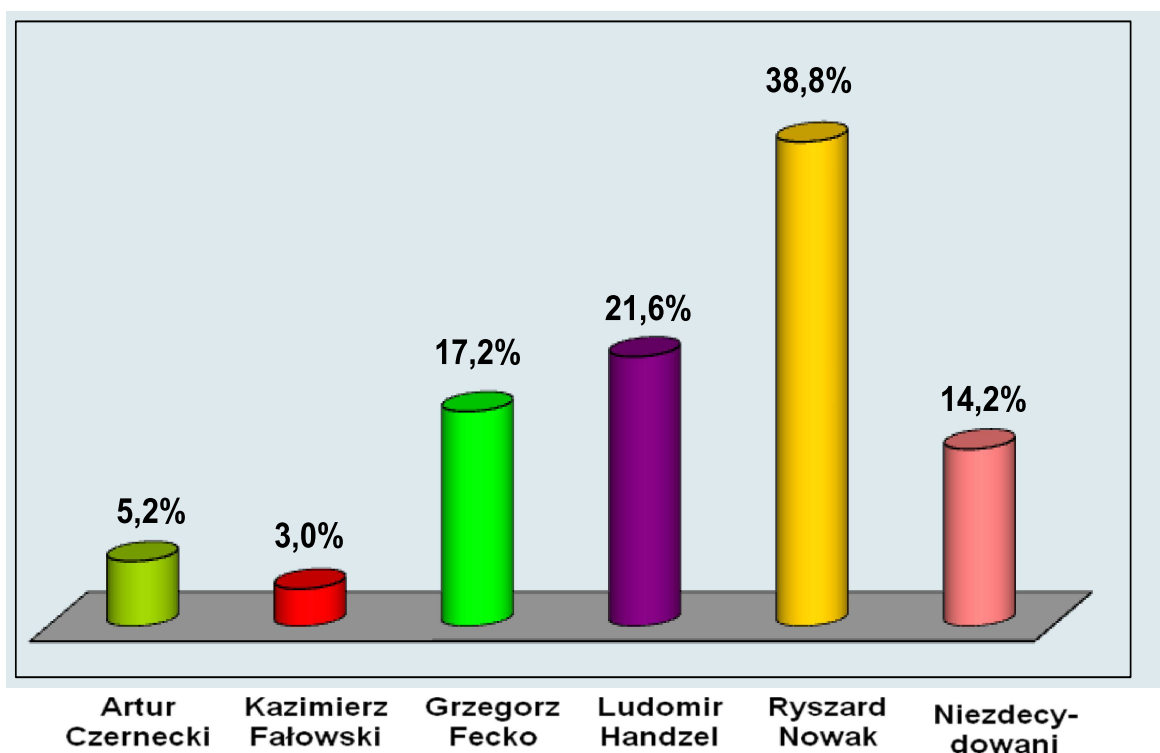
Na trzecim miejscu Grzegorz Fecko, przy którym swoje preferencje ulokowało 15,5 % badanej grupy.

Czwarte miejsce dla Kazimierza Fałowskiego, który osiągnął, w tej części badania, wynik 7,0 %.

Artur Czernecki na ostatnim miejscu ze wskazaniem na poziomie 3,5 %.

Grupa niezdecydowanych, spośród osób ze średnim wykształceniem jest stosunkowo duża i wynosi 18,2 % .

**Wykres 20. Zbadane preferencje według poziomu wykształcenia - zawodowe**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 20 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów, wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, którzy deklarowali wykształcenie na poziomie zawodowym .

Osoby z zawodowym wykształceniem lokują swoje preferencje, w największym stopniu przy osobie Ryszarda Nowaka. W jego wypadku wskazania były na poziomie 38,8 %.

21,6 % to wynik Ludomira Handzla, co daje mu drugie miejsce.

Grzegorz Fecko , z wynikiem 17,2 % znalazł się na trzecim miejscu.

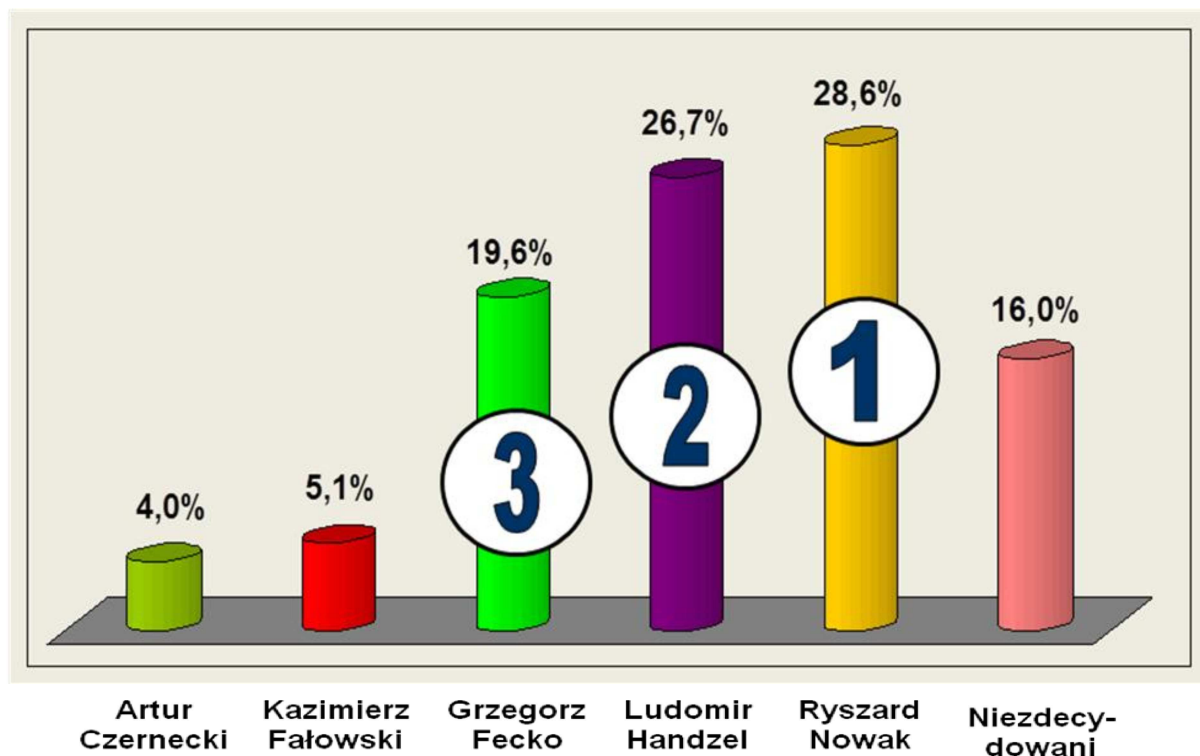
Wynik Artura Czerneckiego, który zajął czwartą pozycję, to 5,2 %.

Kazimierz Fałowski wśród osób z zawodowym wykształceniem osiągnął wynik 3,0 %.

W tym panelu badawczym osoby które jeszcze nie określiły swoich preferencji stanowią 14,2 % wszystkich respondentów z wykształceniem zawodowym.

Podobnie jak w przypadku preferencji wśród niepracujących studentów/uczniów pominięto prezentację wyników dotyczących preferencji wśród osób z podstawowym wykształceniem, z uwagi na mały stopień reprezentacji (patrz podpodrozdział 3.1.1 tj. procentowa struktura próby według posiadanego wykształcenia. Prezentacja procentowego udziału preferencji w tak mało licznej grupie mogłaby doprowadzić do zaburzenia obrazu preferencji, nakreślonego przez całe badanie.

**Wykres 21. Zbadane preferencje - wynik sondażu**



Źródło : opracowanie własne



Wykres numer 21 przedstawia finalny wynik sondażu diagnostycznego i pokazuje procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów, wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta.

Badanie preferencji wskazuje na konieczności przeprowadzenia ponownego głosowania w celu rozstrzygnięcia wyniku wyborów na prezydenta miasta Nowego Sącza. Według respondentów w drugiej turze znajdują się urzędujący prezydent Ryszard Nowak, na którego zagłosowało by 28,6 % badanych oraz Ludomir Handzel z wynikiem zbliżonym do wyniku „lidera” tj. 27,7 %.

Na trzecim miejscu kandydat Platformy Obywatelskiej Grzegorz Fecko. Badanie pokazuje, że na niego głosowało by 19,6 % procent respondentów.

Kolejne miejsca, z nikłymi szansami na nawiązanie rywalizacji z pierwszą trójką, zajmują Kamimierz Fałowski (5,1%) oraz Artur Czernecki (4,0%).

#### 4.1.4 Weryfikacja hipotez badawczych

1. Pierwsza postawiona hipoteza badawcza - *„Urzędujący prezydent Ryszard Nowak, przy wsparciu prawicowej, konserwatywnej partii Prawo i Sprawiedliwość, jest silnie umocowanym kandydatem na kolejną kadencję w konserwatywnym społeczeństwie Nowego Sącza. Jego pozycja nie jest jednak tak silna, aby dać mu zwycięstwo w pierwszej turze wyborów”*. uzyskała pełne potwierdzenie poprzez analizę treści wyników badań. Jak pokazały odpowiedzi na zadawane w kwestionariuszu pytania dzieci w wieku wczesnoszkolnym chętnie uczestniczą w różnych inicjatywach pozaszkolnych, chętnie reprezentując postawę aktywną i deklarują pomoc innym rówieśnikom. **Hipoteza została przyjęta.**
2. Druga z postawionych hipotez badawczych - *„Poparcie dla Grzegorza Fecko, kandydata na prezydenta miasta Nowego Sącza, startującego z poparciem partii Platforma Obywatelska, może oscylować w granicach 20 %, co jest zweryfikowanym we wcześniejszych wyborach poziomem poparcia dla tej partii w Nowym Sączu.”* również uzyskała potwierdzenie poprzez analizę treści wyników badań. Jak pokazały badania Grzegorz Fecko, reprezentujący partię Platforma Obywatelska uzyskał poparcie na poziomie nieprzekraczającym 20 % tj. 19,6 %. **Hipoteza została przyjęta.**

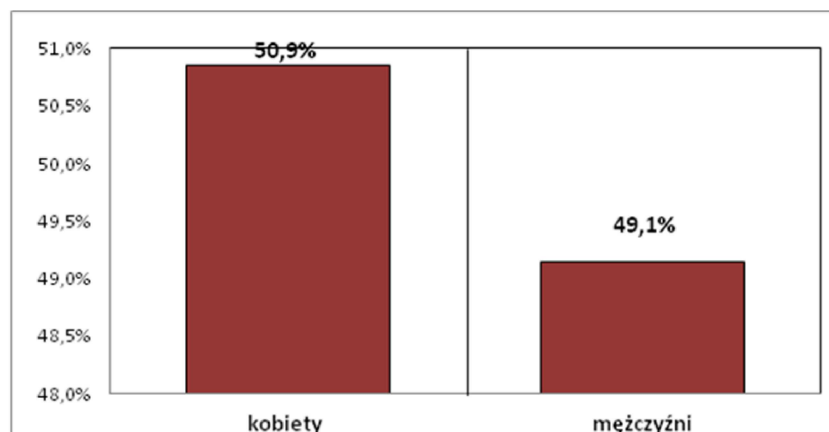
3. Trzecia postawiona hipoteza badawcza - *„Bezpartyjny kandydat na prezydenta miasta Nowego Sącza – Ludomir Handzel może skupić wokół siebie szerokie spektrum wyborców, którzy są znudzeni rywalizacją dwóch dominujących partii na krajowej scenie politycznej i opowiadają się za prezydenturą niewikłaną w układ polityczny i odpartyjniem wyborów samorządowych,.* *Przy sprawnie przeprowadzonej kampanii wyborczej ten, w gruncie rzeczy mało znany kandydat może sprawić niespodziankę i osiągnąć wynik, który da mu możliwość rywalizowania o fotel prezydenta miasta w drugiej turze wyborów.”* także uzyskała potwierdzenie w przeprowadzonych badaniach. Jak pokazują wyniki, Ludomir Handzel może liczyć na poparcie, które daje mu możliwość uczestnictwa w drugiej turze. . Taki stan rzeczy daje podstawy do stwierdzenia, iż bezpartyjny kandydat skupia wokół siebie szerokie spektrum wyborców. **Hipoteza została przyjęta.**

## 4.2 Przed II turą wyborów

### 4.2.1 Charakterystyka próby

Podobnie jak przed I turą wyborów, w pomiarze kontroli poddano zmienne związane z miejscem zamieszkiwania (osiedle), płcią i wiekiem. Zwracano również uwagę, by rozkład pozostałych zmiennych był możliwie zróżnicowany. Informacje o socjoekonomicznych i demograficznych charakterystykach badanych uzyskano za pomocą kolejnych pytań metryczki. Wykresy od 1 do 2 stanowią zestawienie procentowe poszczególnych kategorii. Należy zauważyć, iż z uwagi na ograniczenia czasowe i finansowe w tej części badania nie poddawano kontroli takich zmiennych jak wykształcenie i aktywność zawodowa. Ilościowe uzupełnienie prezentuje Tabela 2 (zał. nr 4) w Aneksie niniejszej pracy.

**Wykres 22. Procentowa struktura próby według płci**

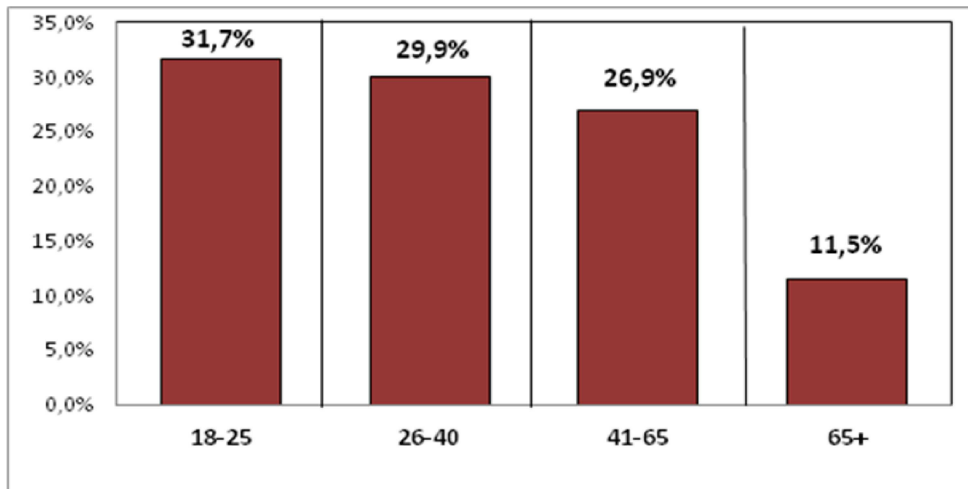


Źródło: opracowanie własne

Jak widać na wykresie nr 22 wśród respondentów jest nieco więcej kobiet niż mężczyzn. Różnica ta jest nieco większa jak w przypadku przeprowadzonych badań przed I turą wyborów. Kobiety stanowiły 50,9 % biorących udział w badaniu, mężczyźni 49,1 %..

Kolejno zaprezentowano wykres odnoszący się do struktury próby według wieku. Jak wspomniano wyżej metryczka kwestionariusza ankiety nie przewidywała kontroli poziomu wykształcenia i aktywności zawodowej.

**Wykres 23. Procentowa struktura próby według przedziału wieku**

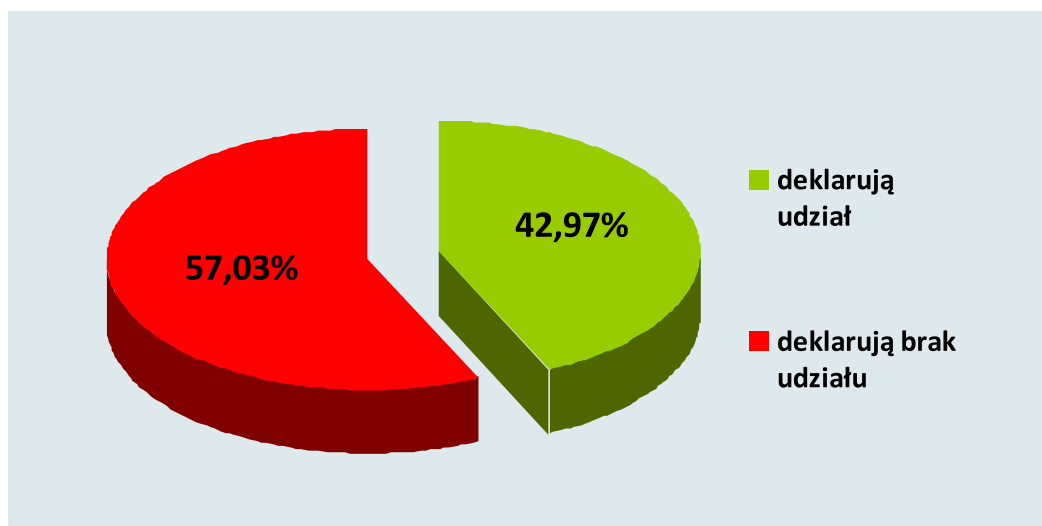


Źródło: opracowanie własne

Wykres numer 23 pokazuje charakterystykę próby według określonych przedziałów wiekowych. Najwięcej osób mieści się w przedziale wiekowym 18-25 lat, nieco mniej jest osób między 26 a 40 rokiem życia. W przypadku starszych obywateli miasta w przedziale od 41 do 65 lat słupek osiągnął poziom 26,9 %. Najmniej liczną reprezentację, spośród osób biorących udział w badaniu, stanowią najstarsze osoby w wieku powyżej 65-tego roku życia.

#### 4.2.2 Deklaratywny udział w wyborach

**Wykres 24. Frekwencja wyborcza**



Źródło: opracowanie własne

Na wykresie nr 24 przedstawiono deklaracyjny udział mieszkańców miasta w II turze wyborów samorządowych na prezydenta Nowego Sącza.

Na pytanie „ Czy będzie Pani/Pan brała/brał udział w nadchodzących wyborach na Prezydenta Miasta Nowego Sącza – II tura”, niespełna 43 % badanych odpowiedziało twierdząco. Pozostała część tj. nieco ponad 57 % nie zamierza uczestniczyć w wyborach samorządowych.

Największą niechęć do udziału w głosowaniu wykazują najmłodsi respondenci, mieszczący się w przedziale wiekowym 18-25 lat. Wśród tej grupy 42,5 % nie wyraża zainteresowania uczestniczeniem w dogrywce wyborczej. Najmniejszą niechęć do udziału w głosowaniu wykazują osoby najstarsze w wieku 65 +, stanowią oni 10,8 %. Wśród pozostałych grup wiekowych wyniki kształtują się następująco: przedział wiekowy 26-40 lat – 26,9 %, przedział wiekowy 41-65 – 19,8 %. Szczegółowe, ilościowe dane znajdują się w tabeli nr 2 stanowiącej załącznik niniejszej pracy.

Warto zwrócić uwagę na to, że w przypadku II tury wyborów zauważalny jest wśród respondentów dużo wyższy poziom deklarowanej absencji w stosunku to tej, która była deklarowana w I turze. Na podstawie zebranych ankiet przed I turą wyborów oszacowana frekwencja wynosiła 53,6 %, podczas gdy przed ponownym głosowaniem chęć uczestnictwa deklaruje niespełna 43 % respondentów, a więc różnica wynosi ponad 10 %.

Podejmując próbę wyjaśnienia takiego stanu rzeczy należałoby wskazać na kilka czynników, które mogą mieć znaczący wpływ na frekwencję.

Po pierwsze, wyborcy popierający kandydatów, którzy w I turze nie osiągnęli wyniku dającego im możliwość rywalizowania o prezydenturę miasta w II turze, mogą czuć się rozczarowani porażką swojego faworyta, a w pozostałej dwójce nie widzą alternatywy. Zatem swoje rozgoryczenie mogą przełożyć na brak uczestnictwa w kolejnej turze wyborów.

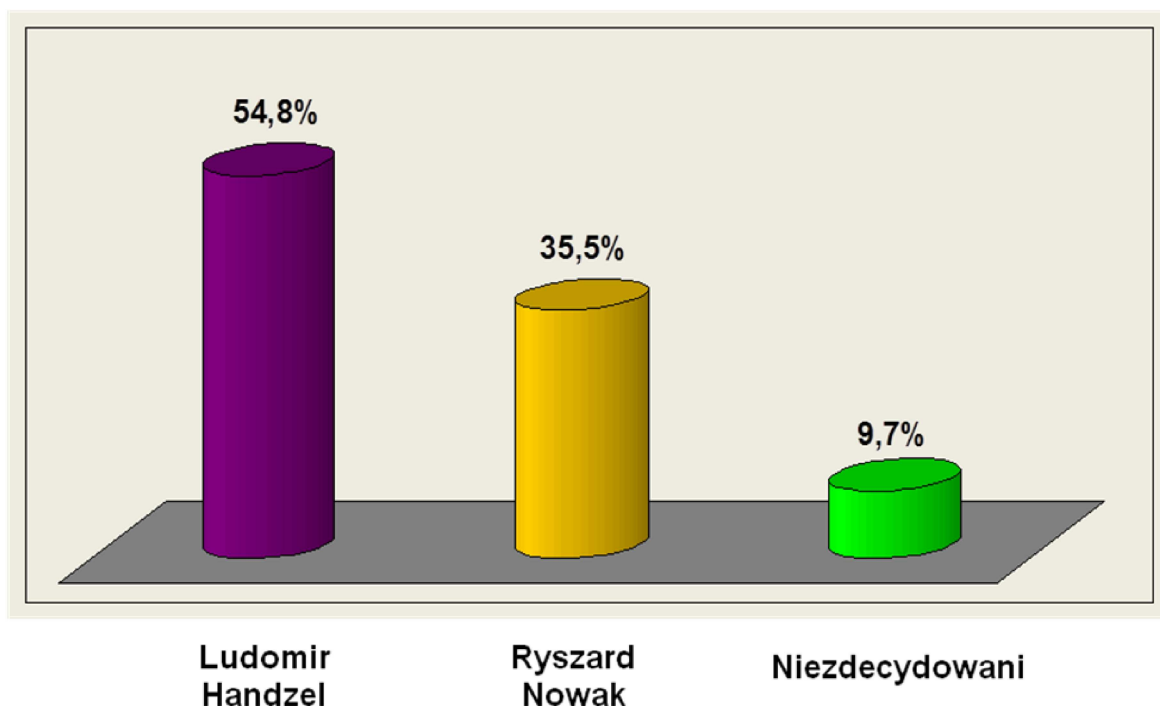
Po drugie, powodów tak niskiej frekwencji można doszukiwać się w ewentualnym spadku zaufania obywateli do wyborów, który z kolei może być konsekwencją problemów wokół systemu liczącego głosy, z jakim mieliśmy do czynienia w pierwszym terminie wyborów samorządowych. O perturbacjach z ogłoszeniem wyników było głośno w ogólnopolskich mediach, a wszelkie nierozwiane wątpliwości nie zachęcały do aktywności obywatelskiej.

Wskazane wyżej przypuszczalne przyczyny mogą być również uzupełnione przez czynnik psychospołeczny. Zawsze w wyborach samorządowych frekwencja w drugiej turze była mniejsza, niż w pierwszej. Często zdarza się, że dogrywka wyborcza nie wzbudza już

takich emocji wśród społeczności lokalnej, która mając wybór, pomiędzy uczestnictwem w głosowaniu, a innym, bardziej atrakcyjnym w ich ocenie zajęciem, wybierze to drugie. Ten czynnik szczególnie widoczny jest wśród młodszej grupy uprawnionych do głosowania, co też zostało potwierdzone przez niniejsze badanie.

#### 4.2.3 Zbadane preferencje wyborcze

Wykres 25. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 1



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 25 przedstawia rozkład preferencji wyborczych przed drugą turą wyborów, wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców, zamieszkujących w wyznaczonych granicach pierwszego okręgu wyborczego w mieście Nowy Sącz.

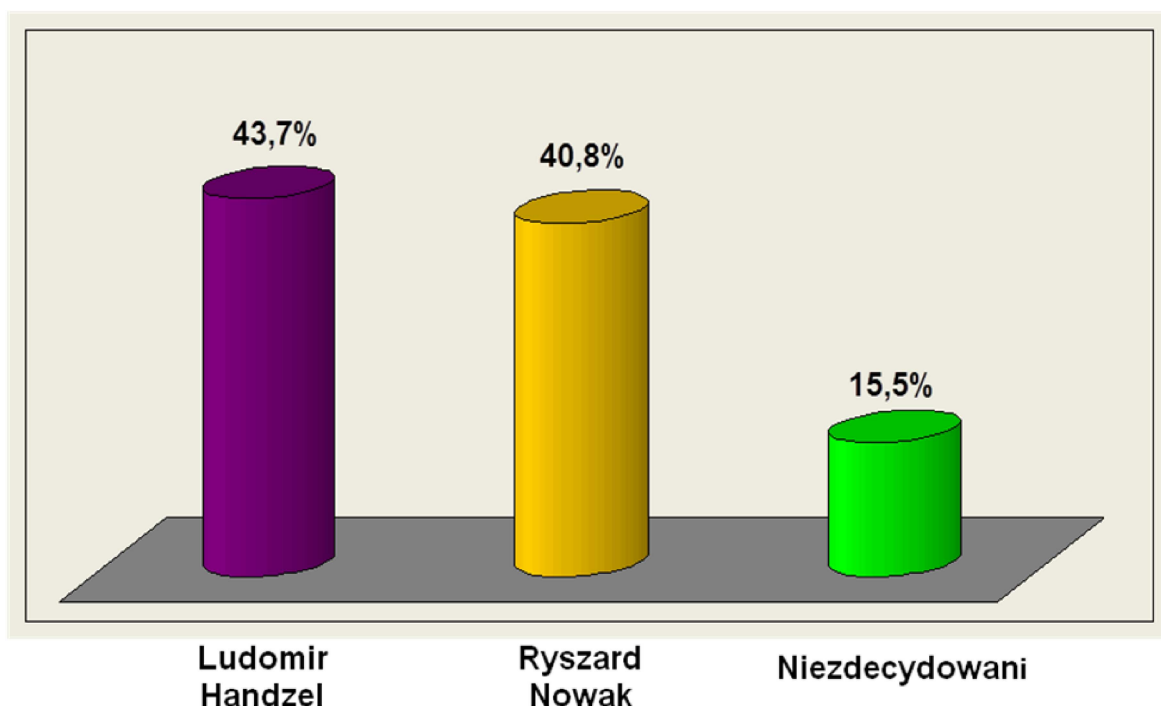
W okręgu nr 1 wygrywa Ludomir Handzel, który zanotował wynik na poziomie 54,8 %.

Na drugim miejscu, z wynikiem 35,5 % znalazł się urzędujący Prezydent Miasta Nowego Sącza – Ryszard Nowak.

W porównaniu z badanymi preferencjami wyborczymi przed pierwsza tura wyborów, w okręgu nr 1, Ludomir Handzel, uzyskał obecnie zdecydowanie lepszy wynik, od tego który dał mu trzecie miejsce wśród piątki kandydatów na początku wyborczego wyścigu. Jest to deklarowany wzrost poparcia dla jego osoby o ponad 30%. Należy przypuszczać, iż w tym okręgu jest wysoka wartość elektoratu negatywnego w stosunku do urzędującego prezydenta Ryszarda Nowaka. Korelacji można doszukiwać się również pomiędzy obecnym wynikiem Ludomira Handzla a wynikiem Grzegorza Fecki przed pierwsza turą, który zdecydowanie zwyciężył w tym okręgu. Grzegorz Fecko startował z rekomendacją Platformy Obywatelskiej i jak widać jego wyborcom bliżej do kandydata, który z tą partią również jest kojarzony.

Przed druga tura wyborów, w okręgu nr 1 spora grupa osób, które jeszcze nie określiły się co do swoich prezydenckich preferencji. Słupek wskazań sondażowych, przy tej grupie osób wychylił się do poziomu 9,7%.

**Wykres 26. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 2**



Źródło : opracowanie własne

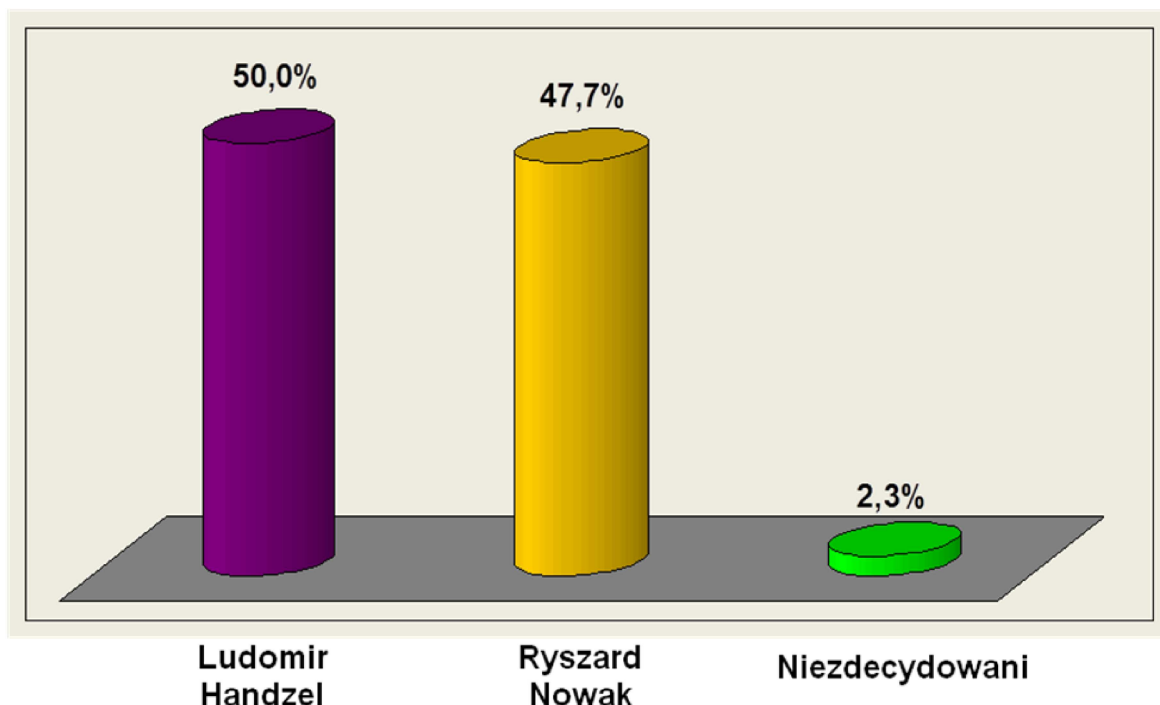
Wykres numer 26 przedstawia rozkład preferencji wyborczych, wśród biorących udział w badaniu, przed drugą turą wyborów, uprawnionych do głosowania mieszkańców,

zamieszkujących w wyznaczonych granicach drugiego okręgu wyborczego w mieście Nowy Sącz.

W tym okręgu, podobnie jak w uprzednio zbadanych preferencjach, można zaobserwować dość wyrównane wskazania. Ludomir Handzel uzyskał nieznaczną przewagę nad swoim rywalem Ryszardem Nowakiem. Różnica pomiędzy nimi wynosi 2,9 % . Na pierwszego z nich głos oddałoby w chwili badania 43,7 % respondentów, podczas gdy drugiego preferuje 40,8 % badanych. Podobna sytuacja miała miejsce przed pierwszą turą. Wymienieni kandydaci uzyskali identyczny wynik na poziomie 24,8 %. Zbadane preferencje, zarówno przed pierwszą turą, jak i w drugiej części badania potwierdzają, iż w tym okręgu toczy się wyrównana walka o głosy wyborców.

Jak możemy zauważyć, okręg numer 2 charakteryzuje się dużym niezdecydowaniem respondentów. Mamy tu do czynienia ze sporą grupą osób, którzy wahają się na kogo zagłosują w nadchodzących wyborach. Wartość ta wynosi 15,5 % i jest to najwyższe wskazanie przed drugą turą, spośród wszystkich okręgów.

**Wykres 27. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 3**



Źródło : opracowanie własne



Wykres numer 27 przedstawia rozkład preferencji wyborczych, wśród biorących udział w badaniu, przed drugą turą wyborów, uprawnionych do głosowania mieszkańców, zamieszkujących w wyznaczonych granicach trzeciego okręgu wyborczego w mieście Nowy Sącz.

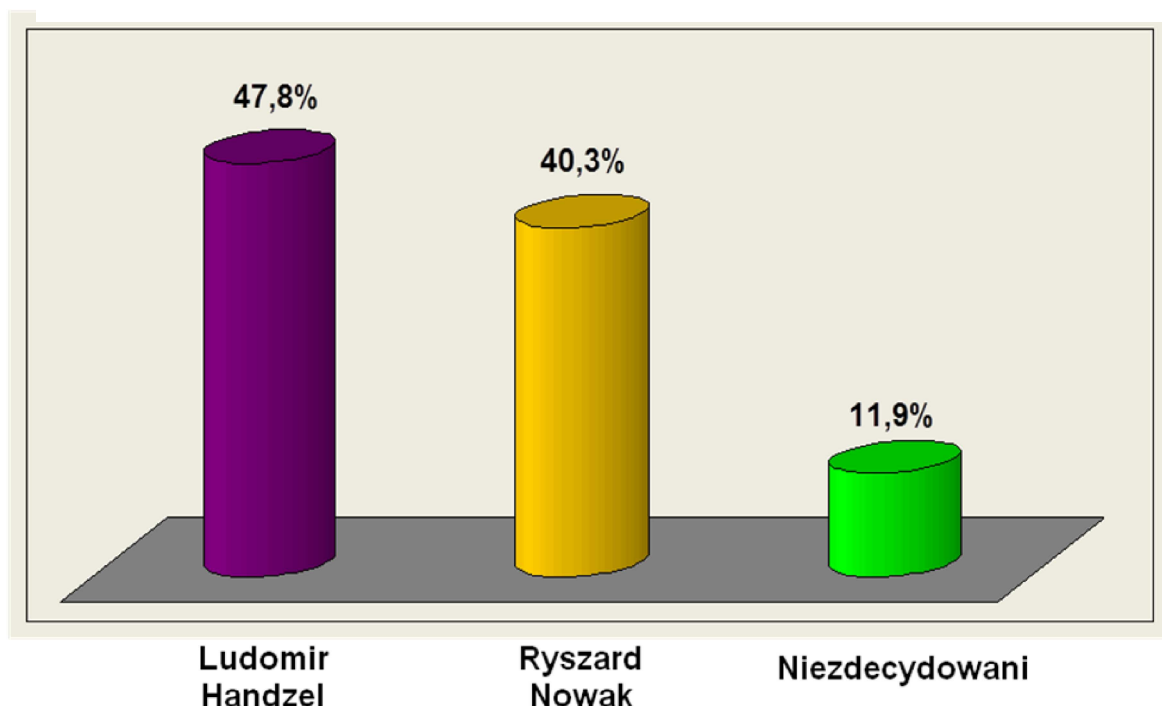
W okręgu trzecim najlepszy wynik należy do Ludomira Handzla, który cieszy się poparciem na równym poziomie 50,0 %.

Drugie miejsce zajął urzędujący prezydent Ryszard Nowak z wynikiem 47,7 % i jest to wynik nieznacznie mniejszy od wyniku wyborczego rywala.

Zestawiając te wyniki z tymi, które były prezentowane przed pierwszą turą można zauważyć, iż głosy przegranych pretendentów do fotela prezydenta rozłożyły się niemal równo, z niewielkim „przechyłem” w stronę Ludomira Handzla.

W tym okręgu zauważamy relatywnie niską grupę niezdecydowanych respondentów. To pokazuje, że w tym okręgu preferencje są mocno ukształtowane i klarowne.

**Wykres 28. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 4**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 28 przedstawia rozkład preferencji wyborczych, biorących udział w badaniu, przed drugą turą wyborów, uprawnionych do głosowania mieszkańców,

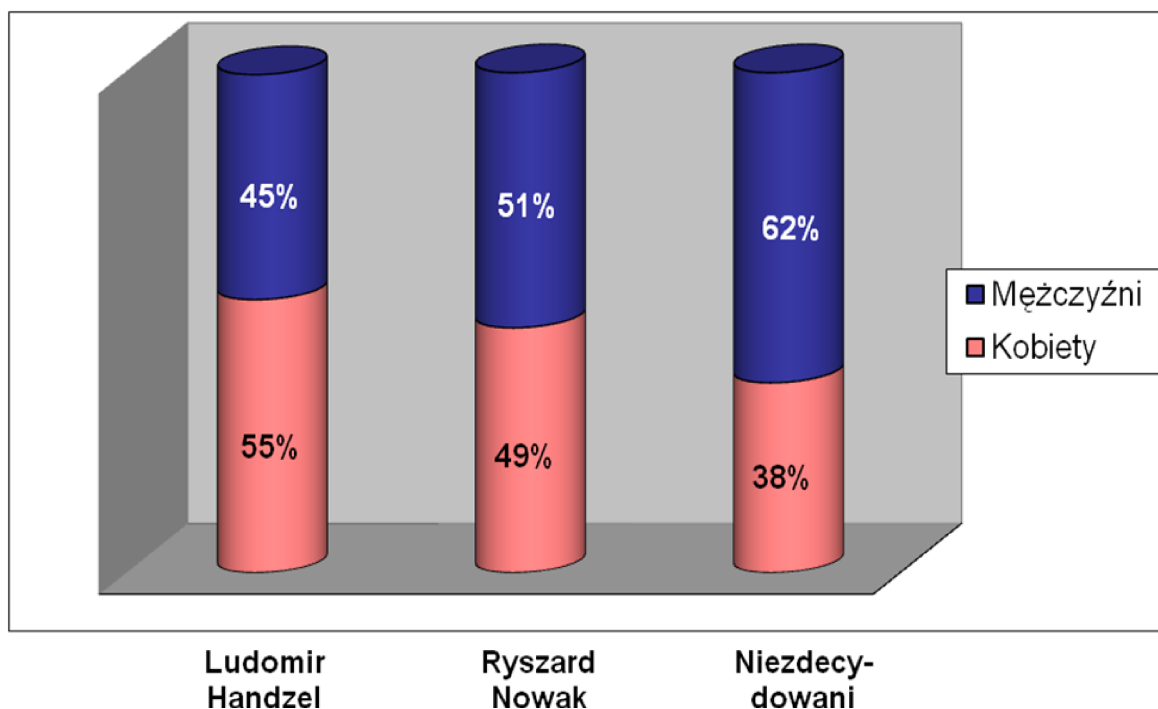
zamieszkujących w wyznaczonych granicach czwartego okręgu wyborczego w mieście Nowy Sącz.

W ostatnim okręgu wygrywa Ludomir Handzel z wynikiem 47,3%.

Urzędujący prezydent - Ryszard Nowak osiągnął wynik 40,3 %.

Podobnie jak w okręgu nr 2 duża wartość osób niezdecydowanych, nieprzedstawiających swoich preferencji w chwili przeprowadzania badania. Ta grupa wynosi 11,9 %.

**Wykres 29. Zbadane preferencje według płci respondentów**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 29 przedstawia rozkład preferencji wyborczych pomiędzy dwóch, rywalizujących w drugiej turze kandydatów oraz osób niezdecydowanych, biorących udział w badaniu, uprawnionych do głosowania mieszkańców z uwagi na płeć respondentów.

Ten element badania stanowi ciekawy obraz rozkładu wskazań na poszczególnych kandydatów przez kobiety i mężczyzn we wszystkich okręgach wyborczych, wśród wyborców głosujących na określonego kandydata.

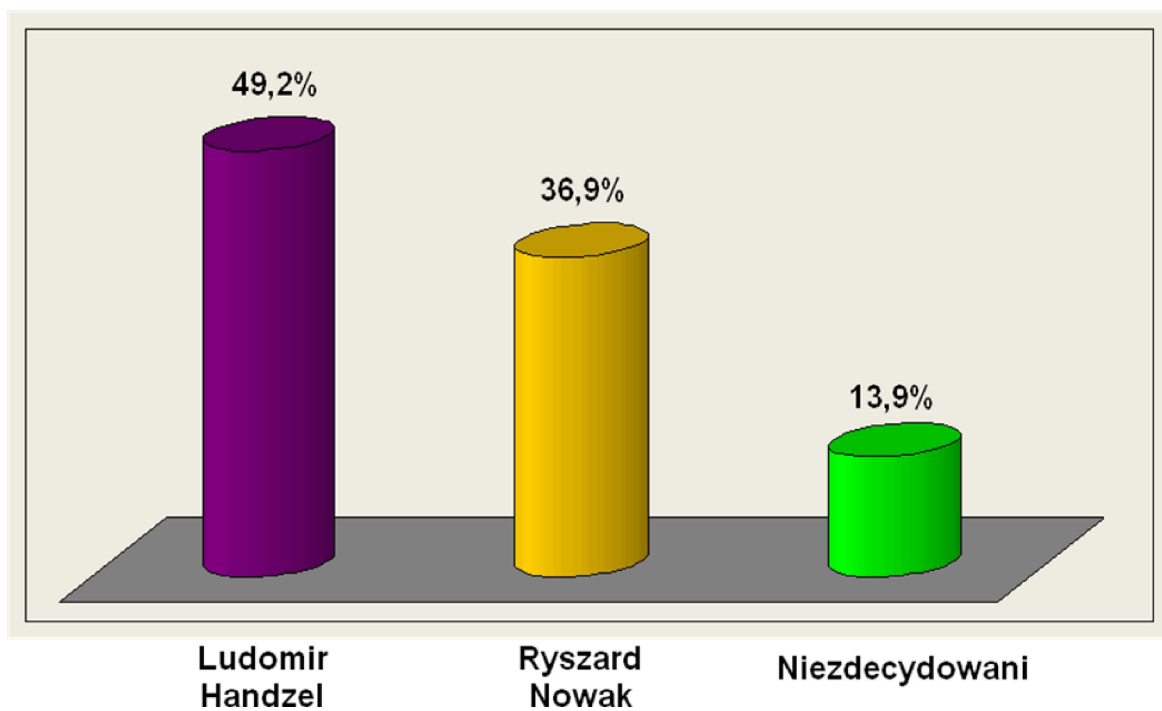
Największe poparcie u kobiet tj. na poziomie 55 % w stosunku do 45 % mężczyzn ma Ludomir Handzel.

Wśród zwolenników Ryszarda Nowaka dominują mężczyźni, ale nie jest to dominacja znacząca. W przypadku respondentów wskazujących na tego kandydata mężczyźni stanowią odsetek 51 % w stosunku do 49 % kobiet.

Wśród niezdecydowanych wyraźnie jest więcej mężczyzn niż kobiet, odpowiednio 62 % i 38 %. Jest to sytuacja odmienna od tej przed pierwszą turą wyborów.

Niniejszy obszar badawczy stanowi ciekawą bazę wyjściową do dalszych badań w zakresie marketingu politycznego ukierunkowanych na kreowanie wizerunku kandydatów, a także precyzowanie profilu wyborczego wyborców poszczególnych kandydatów.

**Wykres 30. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 18-25 lat**



Źródło : opracowanie własne

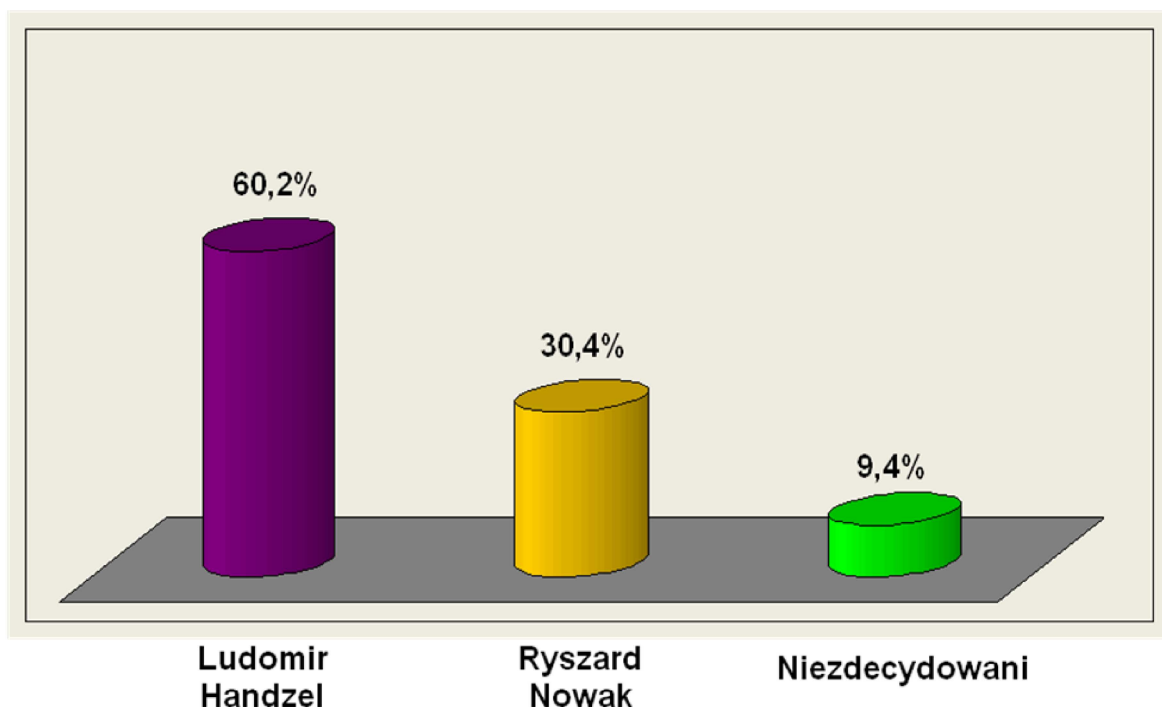
Wykres numer 30 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów wśród biorących udział w badaniu, przed drugą turą wyborów, uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, mieszczących się w przedziale wiekowym 18-25 lat.

Najmłodsza grupa respondentów, w zdecydowanej większości stawia na Ludomira Handzla, który w tej grupie osiąga wynik na poziomie 49,2 %.

Urzędujący prezydent uzyskał wskazanie 36,9 % badanej grupy.

Duża grupa niezdecydowanych na poziomie 13,9 % badanych. Uzasadnieniem dużej grupy niezdecydowanych wśród młodych osób może być to, iż młodzież podejmując decyzje wyborcze robi to niemal w ostatniej chwili. Nie jest to także elektorat stabilny i często pod wpływem impulsu zmieniający swoje preferencje. Stanowią oni dużą grupę tzw. „niezdyscyplinowanego elektoratu”. To może mieć duże znaczenie dla ostatecznego wyniku Ludomira Handzla, który skupia wokół swojej osoby sporą część młodszych wyborców.

**Wykres 31. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 26-40 lat**



Źródło : opracowanie własne

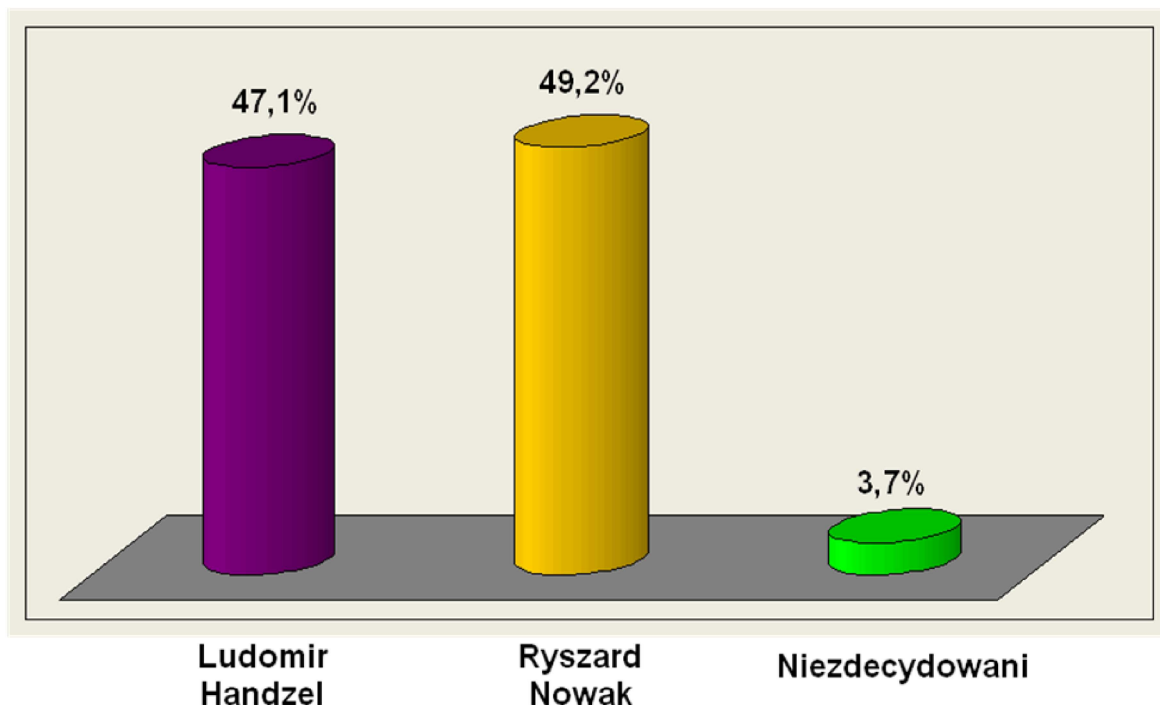
Wykres numer 31 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów wśród biorących udział w badaniu, przed drugą turą wyborów, uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, mieszczących się w przedziale wiekowym 26-40 lat.

W tym przedziale wiekowym również wygrywa Ludomir Handzel, z tym że jego przewaga jest bardziej widoczna. Uzyskał on poparcie 60,2 % respondentów.

Ryszard Nowak, wśród tej grupy badanych cieszy się poparciem na poziomie 30,4 %.

Wśród osób w średnim wieku grupa niezdecydowanych jest nieco niższa niż wśród osób młodych i wynosi 9,4 %.

**Wykres 32. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 41-65 lat**



Źródło : opracowanie własne

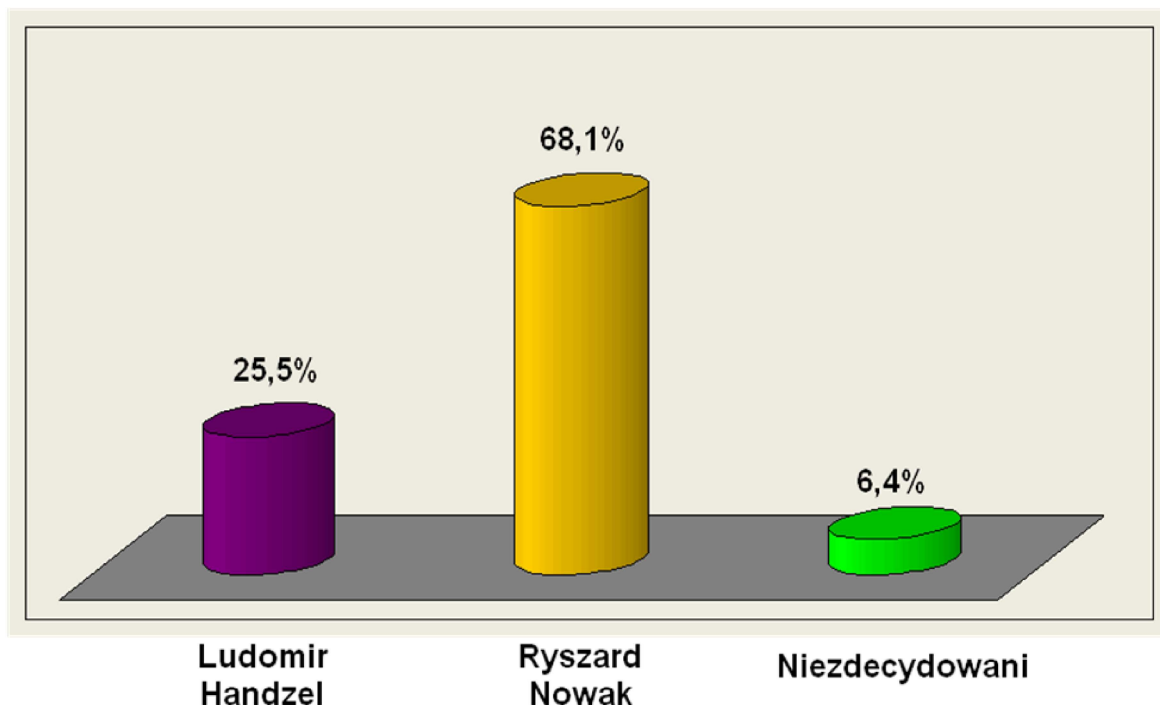
Wykres numer 32 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów wśród biorących udział w badaniu, przed drugą turą wyborów, uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, mieszczących się w przedziale wiekowym 41-65 lat.

W tym przedziale wiekowym, podobnie jak przed pierwszą turą zarysowała się nieznaczna przewaga Ryszarda Nowaka. Osiągnął on w tej grupie wynik 49,2 %.

Wśród osób, w wieku 41-65 lat Ludomir Handzel znajduje swoich sympatyków w 41,1 % badanych.

Bardzo niski poziom osób niezdecydowanych. Ta grupa ma raczej wykształcone i stabilne preferencje. Już zdecydowali na kogo oddadzą głos i dobitnie to wyrażają. Grupa osób, która jeszcze nie wie na kogo głosować stanowi, w tym przypadku, odsetek 3,7 % .

**Wykres 33. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 65 + lat**



Źródło : opracowanie własne

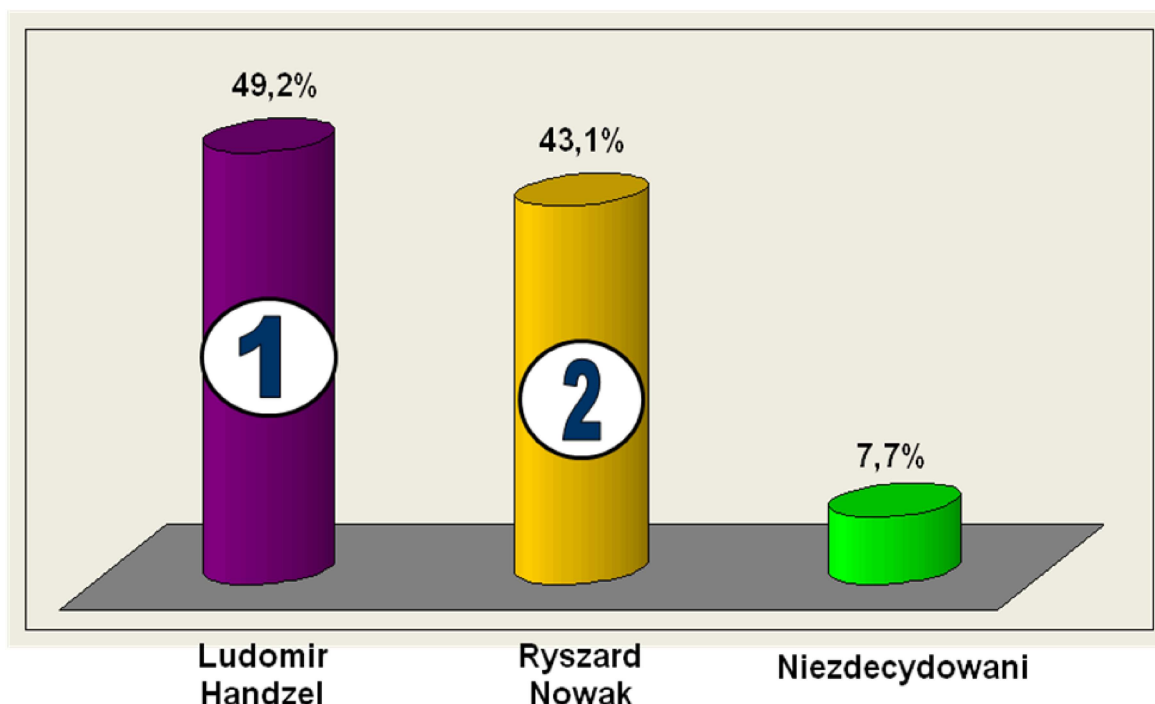
Wykres numer 33 przedstawia procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów wśród biorących udział w badaniu, przed drugą turą wyborów, uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta, mieszczących się w przedziale wiekowym 65 + lat.

Wśród najstarszej grupy respondentów góruje urzędujący prezydent Miasta Nowego Sącza – Ryszard Nowak. Osoby powyżej sześćdziesięciu pięciu lat, w zdecydowanej większości wskazują na reelekcję obecnego prezydenta, a wynik na poziomie 68,1 % jest wynikiem deklasującym jego rywala w tej grupie respondentów. To ważna informacja dla Ryszarda Nowaka. Ta grupa wyborców woli stabilizację, wyraża niechęć do zmian, a przede wszystkim jest zdyscyplinowana i zdeterminowana aby wyrazić swoje preferencje w dniu wyborów poprzez wrzucenie karty do głosowania do urny.

Najstarsi wyborcy Ludomira Handzla stanowią nieco ponad jedną czwartą badanej grupy.

Jak wspomnieliśmy wyżej elektorat powyżej 65 roku życia charakteryzuje się największym zmobilizowaniem, stąd zbadany, procentowy poziom niezdecydowanych, w tej grupie wiekowej, który wyniósł 6,4 % ma swoje podstawy.

**Wykres 34. Zbadane preferencje przed II turą wyborów - wynik sondażu**



Źródło : opracowanie własne

Wykres numer 34 przedstawia finalny wynik sondażu diagnostycznego i pokazuje procentowy rozkład preferencji wyborczych, dla poszczególnych kandydatów, którzy rywalizują w drugiej turze wyborów, wśród biorących udział w badaniu uprawnionych do głosowania mieszkańców miasta.

Jak pokazuje wynik sondażu diagnostycznego respondenci chcą zmian na fotelu prezydenta miasta. Ludomir Handzel zdobywa przewagę nad urzędującym prezydentem Ryszardem Nowakiem zdobywając 49,2 % poparcia.

Na Ryszarda Nowaka wskazało 43,1 % respondentów biorących udział w badaniu.

Warto zauważyć 7,7 % grupę niezdecydowanych, nie mających jeszcze określonych preferencji. To oni zapewne rozstrzygną o końcowym wyniku wyborów samorządowych na prezydenta miasta Nowego Sącza.

#### 4.2.4 Weryfikacja hipotez badawczych

1. Pierwsza postawiona hipoteza badawcza - *„Urzędujący prezydent Ryszard Nowak, występujący z pozycji inkubenta, ma przeciwko sobie duży elektorat negatywny stanowiący wyborców kandydatów, którzy odpadli w pierwszej turze wyborów. Pełna mobilizacja tego elektoratu w dniu wyborów może doprowadzić do zmiany na stanowisku prezydenta miasta Nowego Sącza”* uzyskała potwierdzenie poprzez analizę treści wyników badań. Jak pokazały odpowiedzi na zadawane w kwestionariuszu pytania Ryszard Nowak przegra drugą turę wyborów ze swoim rywalem Ludomirem Handzlem. **Hipoteza została przyjęta.**
2. Druga z postawionych hipotez badawczych - *„Rywalizacja pomiędzy kandydatami, którzy znaleźli się w drugiej turze wyborów jest bardzo wyrównana a o ostatecznym wyniku mogą przesądzić niezdecydowani.”* również uzyskała potwierdzenie poprzez analizę treści wyników badań. Jak pokazały badania poziom preferencji wyborczych w stosunku do kandydatów rywalizujących o prezydenturę miasta w drugiej turze jest wyrównany, z różnicą na poziomie 6,1 % na korzyść Ludomira Handzla, przy 7,7 % osób niezdecydowanych. **Hipoteza została przyjęta.**
3. Trzecia postawiona hipoteza badawcza - *„Bezpartyjny kandydat na prezydenta miasta Nowego Sącza – Ludomir Handzel przy sprawnie przeprowadzonej kampanii wyborczej może w dużej części zagospodarować „negatywny elektorat” swojego konkurenta i zdetronizować urzędującego prezydenta miasta Ryszarda Nowaka.”* Również uzyskała potwierdzenie w przeprowadzonych badaniach. Jak wskazują wyniki badań sondażowych poparcie dla Ludomira Handzla jest o 6,1 wyższe od poparcia deklarowanego dla Ryszarda Nowaka. **Hipoteza została przyjęta.**






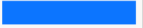


## 5. Analiza porównawcza zbadanych preferencji wyborczych z oficjalnymi wynikami wyborów

### 5.1 I tura wyborów

Oficjalne ogłoszenie wyników z pierwszej tury wyborów miało miejsce poprzez Obwieszczenie Komisarza Wyborczego w Krakowie z dnia z dnia 21 listopada 2014 r.<sup>66</sup>. Wyniki te potwierdziły sondażowe przewidywania co do konieczności przeprowadzenia drugiej tury. Jak pokazuje poniższa tabela, wybory w pierwszej turze nie przyniosły rozstrzygnięcia ponieważ żaden z kandydatów nie uzyskał wymaganej liczby głosów tj. min. 50 % ogólnej liczby głosów ważnych z ważnych kart do głosowania +1.

**Tabela 5. Oficjalny wynik głosowania - I tura na prezydenta miasta Nowego Sącza**

Pozycja nr ↕	Nazwisko Imię - Imiona ↕	Nazwa komitetu ↕	Liczba głosów na kandydatów ↕	% głosów ważnych ↕	Wybrany ↕
1	CZERNECKI Artur Julian	KWW ARTURA CZERNECKIEGO SOLIDARNI SĄDECZANIE	2 327	7.11 	Nie
2	FĄŁOWSKI Kazimierz Szczepan	KW Nowa Prawica — Janusza Korwin-Mikke	2 319	7.08 	Nie
3	FECKO Grzegorz Józef	KW Platforma Obywatelska RP	5 477	16.73 	Nie
4	HANDZEL Ludomir Paweł	KWW KOALICJA NOWOSĄDECKA	10 287	31.42 	Nie
5	NOWAK Ryszard Aleksander	KW Prawo i Sprawiedliwość	12 335	37.67 	Tak
<b>Kandydaci razem</b>			<b>32 745</b>	<b>100</b> 	

Źródło : <http://wybory2014.pkw.gov.pl/pl/wyniki/gminy/view/126201>

Największą liczbę głosów nowosądeczan otrzymał ubiegający się o reelekcje prezydent Ryszard Nowak. W kratce, znajdującej się na karcie do głosowania przy jego nazwisku postawiło krzyżyk 12 335 głosujących i stanowi to 37,67 % głosów ważnych oddanych na wszystkich kandydatów.

Drugi wynik , pod względem liczby głosów ważnych, uzyskał Ludomir Handzel. Na niego oddano 10 287 głosów ważnych, co stanowi 31,42 % głosów ważnych oddanych na wszystkich kandydatów.

<sup>66</sup> Obwieszczenie Komisarza Wyborczego w Krakowie z dnia z dnia 21 listopada 2014 r. (dostęp: [www.krakow.pkw.gov.pl](http://www.krakow.pkw.gov.pl))

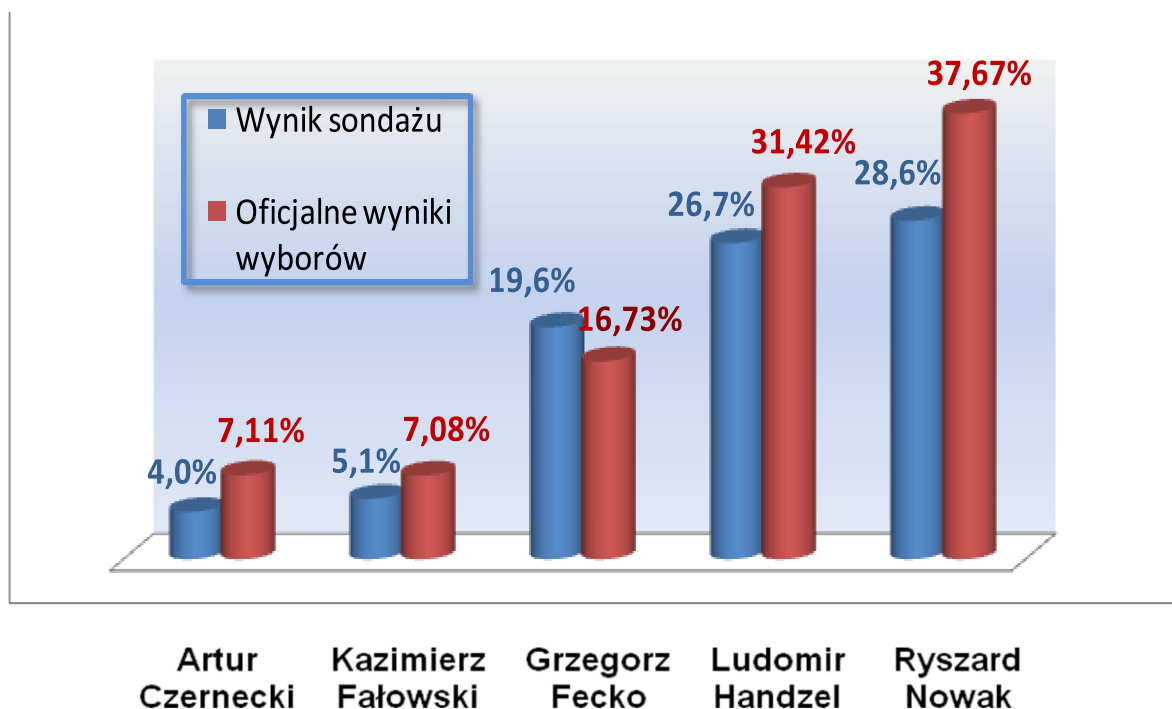
Pozostali kandydaci uzyskali następujące wyniki: Grzegorz Fecko 5 477 głosów (16,73 %), Artur Czernecki 2 327 głosów (7,11 %), Kazimierz Fałowski 2 319 głosów ( 7,08 %).

W drugiej turze wyborów znaleźli się Ryszard Nowak oraz Ludomir Handzel, którzy uzyskali najlepsze wyniki spośród wszystkich kandydatów.

Dokonując zestawienia oficjalnych wyników głosowania z sondażowymi, przedwyborczymi badaniami widzimy, iż sondaż, w granicach założonego błędu znalazł swoje odzwierciedlenie w decyzji wyborców.

Warto również zwrócić uwagę, iż pewne niedoszacowanie prognoz sondażowych może wynikać z dużej grupy niezdecydowanych respondentów, którzy udzielili odpowiedzi nie wiem/trudno powiedzieć. W celu dokonania trafnej prognozy wyniku wyborów, konieczne jest przewidzenie na kogo zagłosują osoby udzielające takich odpowiedzi. Standardowo firmy badawcze się tym nie zajmują, przedstawiając sondaże z dodatkowym słupkiem prezentującym odsetek niezdecydowanych. Uniemożliwia to bezpośrednie przełożenie sondażu na wynik wyborczy, w którym odpowiedzi nie wiem/trudno powiedzieć nie pojawiają się.

**Wykres 35. Porównanie zbadanych preferencji wyborczych przed I turą wyborów z oficjalnymi wynikami**



Źródło : opracowanie własne na podstawie zbadanych preferencji oraz wyników I tury wyborów ogłoszonych przez PKW (dostęp: <http://wybory2014.pkw.gov.pl/pl/wyniki/gminy/view/126201>, 21.11.2014 r.)

## 5.2 II tura wyborów

Druga tura wyborów miała dać formalne rozstrzygnięcie wyborów na organ wykonawczy miasta Nowego Sącza. Ponowne głosowanie zostało wyznaczone na dzień 30 listopada 2014 r.

W dniu 1 grudnia 2014 r. Obwieszczeniem Komisarza Wyborczego w Krakowie podano do wiadomości oficjalne wyniki wyborów wójtów, burmistrzów i prezydentów miast na terenie województwa małopolskiego<sup>67</sup>. Jak czytamy w rozdziale 30 niniejszego obwieszczenia Wyboru dokonano, ponieważ w wyborach spośród 2 kandydatów, wymaganą liczbę głosów uzyskał NOWAK Ryszard Aleksander zgłoszony przez KW Prawo i Sprawiedliwość.

**Tabela 6. Oficjalny wynik głosowania - II tura na prezydenta miasta Nowego Sącza**

Pozycja nr	Nazwisko Imię - Imiona	Nazwa komitetu	Liczba głosów na kandydatów	% głosów ważnych	Wybrany
1	HANDZEL Ludomir Paweł	KWW KOALICJA NOWOSĄDECKA	15 197	49.69	Nie
2	NOWAK Ryszard Aleksander	KW Prawo i Sprawiedliwość	15 385	50.31	Tak
Kandydaci razem			30 582	100	

Źródło : <http://wybory2014.pkw.gov.pl/pl/wyniki/gminy/view/126201>

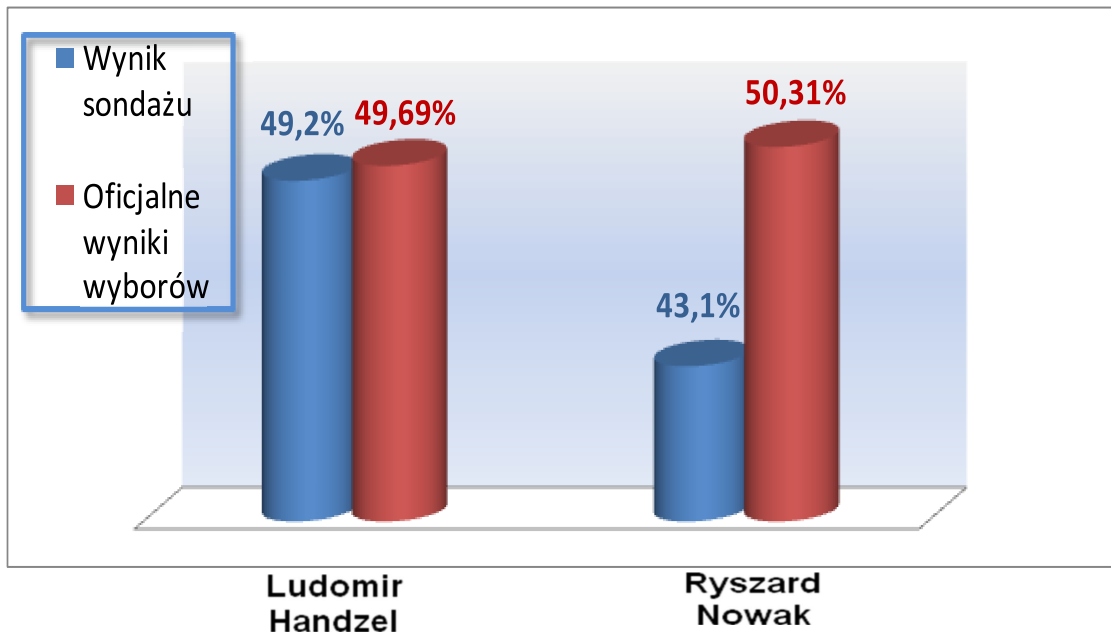
Druga tura wyborów ukazała wyrównaną walkę o fotel prezydenta. Ostatecznie wygrywa Ryszard Nowak z niewielką przewagą nad Ludomirem Handzel wynoszącą 188 głosów.

Ryszard Nowak po raz trzeci będzie sprawował swój urząd. Wynik, który dał mu zwycięstwo to 15 385 głosów ważnych, z ważnych kart do głosowania, co stanowi odsetek 50,31 % wszystkich głosów ważnych.

Ludomir Handzel uzyskał wynik 15 197 głosów, co stanowi 49,69 % wszystkich głosów ważnych oddanych w drugiej turze głosowania.

<sup>67</sup> Obwieszczenie Komisarza Wyborczego w Krakowie z dnia z dnia 1 grudnia 2014 r.(dostęp: [www.krakow.pkw.gov.pl](http://www.krakow.pkw.gov.pl))

**Wykres 36. Porównanie zbadanych preferencji wyborczych przed II turą wyborów z oficjalnymi wynikami**



Źródło : opracowanie własne na podstawie zbadanych preferencji oraz wyników I tury wyborów ogłoszonych przez PKW (dostęp: <http://wybory2014.pkw.gov.pl/pl/wyniki/gminy/view/126201>, 2.12.2014 r.)

Jak wynika z powyższego wykresu sondaż ukazał ilustrację wyrównanego poziomu poparcia obu kandydatów. Zauważalne jest jednak sondażowe niedoszacowanie preferencyjne w stosunku Ryszarda Nowaka. Zauważmy, iż w wyniku przeprowadzonych badań sondażowych stopień niezdecydowania wyborców określono na poziomie 7,7 %. Podobnie jak pierwszej turze ta grupa w dużej mierze zdecydowała o ostatecznym wyniku. Jednocześnie należy dodać, iż jak pokazały badania, w zdecydowanej części osoby niezdecydowane to osoby młode, stanowiące tzw. elektorat miękki, który nie ma silnie ukształtowanych poglądów. Na ich ostateczny wybór ma silny wpływ przebieg kampanii wyborczej.

Jak wskazuje się w literaturze przedmiotu, aby z dużą precyzją przewidzieć wyniki wyborów, przy bardzo wyrównanej walce wyborczej, potrzebne jest też stwierdzenie, czy osoba deklarująca w sondażu poparcie dla danego kandydata, rzeczywiście zagłosuje na niego w dniu wyborów. Często w nocy metodologicznej przy omawianiu tego problemu wskazuje się na efekt społecznej poprawności. Część respondentów obawia się, że wyjawienie prawdziwych preferencji wyborczych może postawić ich w złym świetle, w związku z czym deklarują poparcie dla innego kandydata. W publikowanych sondażach nie próbuje się

korygować wyniku w celu uwzględnienia tego efektu. Taka korekcja wiązała by się z uzupełnieniem badań o określenie poziomu krystalizacji poglądów, który ma przełożenia deklaracji sondażowych na wynik wyborów. Nierówny poziom krystalizacji poglądów wśród respondentów może znacząco odwrócić kierunek preferencji. Jedni są pewni, że poprą danego kandydata, inni choć wskażą na kogo planują zagłosować, wcale nie są o tym przekonani i mogą zmienić decyzję – w tradycyjnym sondażu przedwyborczym głos każdego z nich liczy się tak samo.

Jak wskazywał w czasie wywiadu prof. Markowski, w tym przypadku zamiast stosowania jednego pytania bezpośredniego, można wykorzystać skalę krystalizacji poglądów. Bez jej zastosowania nie uda się odróżnić twardego elektoratu danego kandydata od osób gotowych zmienić poglądy przed dniem wyborów. Jest to szczególnie ważne, gdy w sondażach widać wyraźne trendy w poparciu dla kandydatów. Nawet kilka dni między sondażem, a wyborami może wśród części wyborców doprowadzić do zmiany popieranego kandydata. W publikowanych sondażach nie wprowadza się na to poprawki<sup>68</sup>.

Weryfikacja wyników sondażu poprzez oficjalne wyniki wyborów ukazuje jeszcze jedna istotna kwestie. Sondażu nie można traktować jako czegoś odrębnego od ilustracji rozkładu opinii w społeczeństwie. Za tym obrazem preferencji nastrojów w społeczeństwie stoją opinie konkretnych osób. Nie jest to zatem obraz statyczny, na który nie ma wpływu zmiana poglądów, preferencji czy chwilowego nastawienia.

---

<sup>68</sup> <http://nastrazysondazy.uw.edu.pl/miedzy-sondazem-a-prognoza-wyborcza/>

## 6. Wybory na prezydenta miasta Nowego Sącza przez pryzmat lokalnych mediów

### 6.1 Sondaż w mediach

Dwa dni przed wyborami na prezydenta miasta został opublikowany sondaż wyborczy przeprowadzony przez studentów WSB-NLU w ramach działalności forum publicznego, centrum wymiany myśli i programów politycznych - „Sadeckiej Agory”. Zainteresowanie wynikami sondażu było duże, o czym może świadczyć duża liczba dziennikarzy zgromadzonych na konferencji prasowej zorganizowanej przez opiekuna „Sadeckiej Agory” dr. Marcina Porębę. O czasie i miejscu publikacji wyników sondażu poinformowano lokalne media za pomocą krótkiego briefingu.

Fot. 1. Dr Marcin Poręba w dniu 13 listopada 2014 r. przedstawia wyniki sondażu



źródło: [www.sadeczanin.info](http://www.sadeczanin.info), dostęp 14.11.2014 r.

Prezentacja wyników sondażu odbywała się z zachowaniem wszelkich standardów określonych przez Europejskie Stowarzyszenie Badaczy Opinii Publicznej i Rynku ESOMAR.

Wszystkie lokalne media, a szczególnie TRK, Radio RDN, internetowy portal „Sądeczanin”, Gazeta Krakowska, Dobry Tygodnik Sądecki i in., szeroko relacjonowały wyniki sondażu podane na konferencji prasowej w WSB-NLU.

Fot. 2. Najszybciej wyniki sondażu opublikował portal „Sądeczanin”

The screenshot shows the 'Sądeczanin' website interface. At the top, there is a navigation bar with categories like 'Wiadomości', 'Gospodarka', 'Sport', etc. Below that is a large banner for Marta Mordarska, a candidate for the Sejmik of the Lesser Poland Voivodeship. The main article is titled 'Nowak z Handzlem w drugiej turze. WSB przedstawia swój sondaż'. The article text mentions a survey conducted by WSB regarding the upcoming elections in Nowy Sącz. Below the text is a bar chart with four bars representing different candidates. The bars are colored green (19.6%), purple (26.7%), yellow (28.6%), and red (16.0%). The yellow bar is the tallest and has a '1' in a circle next to it, indicating it is the top result. To the right of the article, there are two poll widgets. The first one is titled 'Sonda: Na kogo zgłoszujesz w wyborach na burmistrza Krywnicy-Zdroju?' and lists candidates: Emil Bodziony, Dariusz Reśko, Piotr Ryba, and Katarzyna Zygmunt. The second one is titled 'Sonda: Na kogo zgłoszujesz w wyborach na burmistrza Piwnicznej Zdroj?' and lists candidates: Edward Bogaczyk, Franciszek Górka, Zbigniew Janeczek, Maria Kulig, Wojciech Michalik, and Renata Nowak. Both poll widgets have a 'głosuj' button and a 'zobacz wyniki' link.

źródło: [www.sadeczanin.info](http://www.sadeczanin.info), dostęp 14.11.2014 r.

Zarówno sam sondaż, jak też jego wyniki wzbudziły w Nowym Sączu wiele emocji. Zainteresowani poświęcali publikacji wyników sondażu sporo uwagi. Opublikowane dane pokazywały poparcie wyborcze dla poszczególnych kandydatów, odsetek niezdecydowanych i frekwencję wyborczą. Różne były komentarze samych kandydatów dotyczące wyników badań. Grzegorz Fecko: „Mieszkańcy wystawili w sondażu negatywną ocenę Ryszardowi Nowakowi”. W porównaniu z poprzednimi wyborami samorządowymi jego poparcie stopniało o połowę. To wiele mówi o tym, jak rządził przez ostatnie 4 lata”. Ludomir Handzel: „Z dużą pokorą podchodzę do wyników sondażowych. Z jeszcze większą do decyzji, którą podejmą nowosądeczanie 16 listopada. To mieszkańcy Nowego Sącza zadecydują w jakim mieście chcą żyć i jak się miasto będzie rozwijało. Najważniejsza jest merytoryczna dyskusja i pomysły na podniesienie jakości życia w mieście. Wierzę w mądrość Sądeczan”. Artur Czernecki: „16 listopada odbędzie się najlepszy sondaż wyborczy i wtedy

wszystko się wyjaśni. Sondaż pokazuje fatalne oceny mieszkańców pracy Ryszarda Nowaka, z kolei wynik Fałowskiego wydaje mi się nieco przeszacowany”. Kazimierz Fałowski: Wynik Ludomira Handzla na pewno jest mniejszy. Teraz wiadomo, że Handzel i Fecko to kandydatury z PO, więc nastąpi rewizja u wyborców. 16 procent niezdecydowanych to chyba jednak moja szansa”.

Prawdziwy atak na autorów sondażu przypuścił jednak Nowak, a właściwie jego komitety wyborcze: KW Prawo i Sprawiedliwość oraz KWWW Ryszarda Nowaka. Sprawa wydawała się tym bardziej dziwna, że (o ironio!) zgodnie z sondażem to właśnie Nowak posiadał największe poparcie. W obszernym oświadczeniu tych komitetów czytamy m.in.: „KW Prawa i Sprawiedliwości oraz KWWW Ryszarda Nowaka zgodnie uznają badanie opinii publicznej przeprowadzone w okresie od 15.10.2014 r. do 12.11.2014 r. przez dr. Marcina Porębę z pomocą studentów WSB-NLU w roli ankieterów, za niewiarygodne, bo obciążone poważnymi błędami metodologicznymi. (...) Wobec przekonania o istotnych deficytach w metodach doboru próby, technikach badawczych, przebiegu badania, szkoleniu ankieterów, schematach analizy danych i formułowaniu prognoz wyborczych spowodowanych, m.in. niewystarczającymi środkami w dyspozycji organizatora badania, a wymaganymi dla poprawności przebiegu całego procesu badawczego, Komitety Wyborcze uznają wyniki badania za nie oddające faktycznych preferencji wyborczych mieszkańców, a przez to - za wprowadzające w błąd. Zdaniem Komitetów Wyborczych organizator przedmiotowego badania w praktyce usiłował rozpoznawać jedynie postawy, opinie i deklaracje respondentów w poszczególnych terminach na przestrzeni 4 tygodni badania, a nie ich przewidywane zachowania w dniu wyborów, nie można zatem wyników tego badania traktować w kategoriach poważnej prognozy wyborczej. Komitety wyborcze z zażenowaniem przyjmują fakt, że Pan Marcin Poręba legitymujący się tytułem doktora nauk, zdecydował się na upublicznienie wyników tej zabawy w badanie o pozorach naukowości i profesjonalizmu w krytycznym momencie kampanii wyborczej czyli bezpośrednio przed wyborami.

Zdaniem komitetów wyniki tego pseudobadania mogłyby stać się co najwyżej przedmiotem studenckiej dyskusji podczas akademickiego seminarium, a nie przedmiotem ogólnie - miejskiej debaty przedwyborczej. To przejaw niepoważnego traktowania mieszkańców Nowego Sącza. Komitety Wyborcze uważają zachowanie dr Marcina Poręby za skrajnie nieodpowiedzialne i szkodliwe dla



wizerunku uczelni, w której jest zatrudniony, a która powinna stać na straży nie tylko rzetelności badań, ale i swojej politycznej neutralności.(...)”.<sup>69</sup>

Dziwnym może się wydawać fakt, że tak dogłębna analiza sondażu, jego metodologii, technikach badawczych i przebiegu badania przeprowadzona przez komitety wyborcze Ryszarda Nowaka - ukazała się w Internecie po upływie kilkunastu minut od publikacji wyników sondażu. Natomiast sam Ryszard Nowak, komentując wyniki sondażu w sarkastycznym tonie powiedział: „A co, jeżeli magistranci się pomylili? Rok nie zostanie zaliczony? A przynajmniej prace magisterskie?”<sup>70</sup>.

Bardzo istotnym elementem w przeprowadzonych badaniach była anonimowość studentów. Zadbał o to dr Marcin Poręba, mimo wielu pytań na briefingu w tej sprawie. Dzięki temu autorzy przeprowadzanych badań byli wolni od jakichkolwiek nacisków, czy próby wpływu na ostateczny wynik badań.

Fot. 3. Z wyników sondażu studentów WSB-NLU wyraźnie wynikało, że będzie II tura



źródło: Gazeta Krakowska nr 264/2014

Mimo, że podjęte badania były absolutną nowością, u wielu wyborców wzbudzały pełny szacunek i gotowość do określenia swoich preferencji wyborczych. Badanie ukazało zróżnicowanie udzielanych odpowiedzi na pytania ankietowe przez respondentów w

<sup>69</sup> <http://tv-ns.pl/informator/wyniki-sondazu-wsb-nlu-uznajemy-za-niewiarygodne/> (dostęp: 14.11.2014 r.)

<sup>70</sup> <http://sadeczanin.info/wybory-samorzadowe-2014,38/komentarze-po-sondazu-nowak-kpi-ze-studentow,66095#.VM9JYi6QA6I> (dostęp: 14.11.2014 r.)

zależności od ich wieku i statusu społecznego. Widoczna jednak była pełna ich akceptacja do przeprowadzanego sondażu.

Z uwagi na to, że wyniki sondażu wyborczego opublikowano dzień przed obowiązywaniem ciszy wyborczej, dało się zauważyć dużą dozę emocji jaka towarzyszyła zarówno sztabom wyborczym, jak też samym wyborcom, w oczekiwaniu na oficjalne wyniki wyborów. Z badania exit poll przeprowadzonego na zlecenie Gazety Krakowskiej tj. wśród wyborców opuszczających lokale wyborcze, wynikało, że do rozstrzygnięcia wyborów niezbędna będzie druga tura. Badania te wskazywały na podobną kolejność wyniku wyborczego poszczególnych kandydatów, do tej, którą określał sondaż WSB. Najistotniejszym argumentem na rzetelność przeprowadzonych badań był również fakt, że zostały one w pełni potwierdzone komunikatem Państwowej Komisji Wyborczej. Oficjalne wyniki wyborów potwierdziły stopień poparcia dla poszczególnych kandydatów a także to, że będzie II tura wyborów.

Fot. 4. Wyniki sondażu exit poll w dniu wyborów na próbie 1000 wyborców



źródło: *Gazeta Krakowska* nr 266/2014

Po trafnym wytypowaniu I tury wyborów zespół badawczy WSB-NLU związany z „Sąddecką Agorą” pokusił się wraz ze swoimi studentami o drugi sondaż wyborczy. Również i ten fakt przykuł uwagę mediów.

Jak podawał serwis internetowy „Sądecznanin” starający się o reelekcję prezydent Ryszard Nowak, który miał nadzieję na rozstrzygnięcie w pierwszej turze wyborów, nie ukrywał zaskoczenia wynikami. Wyniki pierwszej tury skłaniały go jednak do refleksji i postanowił podzielić się swoimi przemyśleniami z dziennikarzami. „Mnie do zwycięstwa brakuje dziesięć procent, a panu Handzłowi dwadzieścia. Więc to on goni, a nie ja”<sup>71</sup>. Tak konieczność zmierzenia się w drugiej turze wyborów z Ludomirem Handzlem komentuje prezydent Ryszard Nowak.

Badania sondażowe miały wskazać rozkład preferencji przed zapowiedzianą „dogrywką”. Na preferencje sądeczan miała oczywiście wpłynąć przyjęta strategia w kampanii wyborczej. Obserwatorzy zastanawiali się jak zachowa się elektorat przegranych kandydatów. Prezydent Ryszard Nowak zapytany o to czy będzie zabiegał o głosy pozostałych rywali z I tury odpowiedział „Będę zabiegał o głosy sądeczan, bez względu na to, z jakiego są ugrupowania, czy też, jakie mają preferencje wyborcze w stosunku do kandydatów, którzy przegrali. Proszę pamiętać o tym, że zarówno Artur Czernecki jak i Kazimierz Fałowski cztery lata temu startowali z list mojego komitetu”<sup>72</sup>.

W dniu 27 listopada 2014 r. przy uczestnictwie lokalnych dziennikarzy, w siedzibie WSB-NLU zaprezentowano wynik badań preferencji przez drugą turą wyborów. Wyniki sondażu relacjonował dr Marcin Poręba, który był również opiekunem naukowym projektu. Jednocześnie cały czas podkreślano, że sondaż nie jest formą referendum i oficjalne wyniki wyborów poznamy na podstawie zliczonych danych z obwodowych komisji wyborczych.

---

<sup>71</sup> <http://www.sadeczanin.info/wiadomosci,5/nowak-o-wyniku-wyborow-czyli-kto-kogo-goni-i-kto-i-dlaczego-prezydent-nie-glaszcze-tygrysw,66241#.VGsPamd7bzY> (dostęp: 18.11.2014 r.)

<sup>72</sup> Tamże

## 6.2 Medialny obraz kampanii wyborczej w wyborach samorządowych na prezydenta miasta Nowego Sącza 2014 r.

W okresie samorządowej kampanii wyborczej zasadniczą część lokalnych mediów została pochłonięta emocjonującą walką o fotel prezydenta miasta Nowego Sącza. Niemal codziennie sądecka telewizja RTK i portal „Sądeczanin” prześcigały się w doniesieniach o przedwyborczych działaniach kandydatów, spotkaniach, wystąpieniach, wywiadach, komentarzach, wysuwanych oskarżeniach i sprostowaniach.

Już na samym początku kampanii miało miejsce swoiste kuriozum, kiedy to Senator Stanisław Kogut, szef sądeckich struktur PiS, wcześniej mocno skonfliktowany z prezydentem Ryszardem Nowakiem, ogłosił go jako oficjalnego kandydata PiS w wyborach na prezydenta miasta. Ogłoszenie to miało miejsce w dzień po umorzeniu prokuratorskiego śledztwa w sprawie możliwych nieprawidłowości związanych z budową galerii „Trzy Korony”. „Chyba Pan Bóg tak chciał, że te dwie sprawy się ze sobą zbiegły” – komentował później Stanisław Kogut na konferencji prasowej<sup>73</sup>.

Oddzielną sprawą jest fakt, że pomimo kandydowania Nowaka z komitetu PiS, został założony kolejny komitet wspierający tego kandydata, tak więc mieliśmy dwa komitety: KW Prawo i Sprawiedliwość KWWW oraz Ryszarda Nowaka (co było zgodne z prawem). Sam kandydat na prezydenta publicznie oświadczył, że został „namaszczony” przez samego prezesa Kaczyńskiego<sup>74</sup>. W udzielonym wywiadzie dla „Sądeczanina” Nowak tłumaczył, że nie pozostawał w konflikcie z Kogutem; była to raczej „szorstka przyjaźń”. Nieporozumienia między nim a senatorem Kogutem, Nowak skomentował tak: „Co do senatora Koguta, to czasami pewne rzeczy za szybko mówi, nie sprawdzając faktów i później przy użyciu takich słownych ewolucji musi się z tego wycofywać. Miesiąc po tym, jak zostałem poparty jako kandydat na prezydenta Nowego Sącza przez najwyższe władze partyjne, senator mówił dziennikarzom, że nic o tym nie wie. To niedobrze o nim świadczy, wystarczyło to sprawdzić”<sup>75</sup>.

<sup>73</sup> „Gazeta Krakowska” z 21.08.2014 r. str. 1

<sup>74</sup> <http://www.sadeczanin.info/wiadomosci,5/ryszard-nowak-sadecki-lis-witalis,65225#.VEjEEsmilUM> [dostęp : 22.20.2014 r.]

<sup>75</sup> <http://www.sadeczanin.info/wiadomosci,5/ryszard-nowak-sadecki-lis-witalis,65225#.VEjEEsmilUM> [dostęp:22.20.2014 r.]

Być może ułatwione zadanie mieli pozostali kontrkandydaci, jako że wystarczyło wsłuchać się w ton niezadowolonych Sądeczian i punktować urzędującego prezydenta, artykułować jego słabe strony, wyławiać i nagłaśniać niezadowolenie społeczne wyborców.

Grzegorz Fecko – jeden z kandydatów w prezydenckich wyborach, zarzucił Nowakowi opieszałość w pozyskiwaniu środków unijnych. Konkretnie wskazał na projekt Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na tworzenie stref aktywności gospodarczej: „To jest kolejna zmarnowana szansa na inwestycję, która potencjalnie daje nowe miejsca pracy. Miasto ma takie tereny, które mogłoby wykorzystać” – przekonywał Grzegorz Fecko wskazując na Biegonice<sup>76</sup>.

Prezydent Nowak zasadniczo unikał wszelkich spotkań medialnych, a już na pewno tych z udziałem pozostałych kandydatów do ratuszowego urzędu. Szokującym dla sądeckiej opinii publicznej okazał się wywiad, jakiego udzielił urzędujący prezydent dla lokalnej telewizji kablowej RTK. Zapytany o swoich kontrkandydatów powiedział: „ Nie chcę z nimi dyskutować, bo nie mam o czym. Poziom, który część z nich prezentuje to jest poniżej mojego poziomu. Nie widzę powodu, żeby niektóre osoby nobilitować swoją obecnością”<sup>77</sup>.

Jak ma wyglądać Nowy Sącz w 2018 roku? Swoją wizję miasta przedstawiła Koalicja Nowosądecka i jej kandydat na prezydenta Ludomir Handzel. Przedstawiony program przewidywał budowę kładki pieszo – rowerowej na rzece Dunajec w okolicy ruin zamku. Miałyby to odciążać ruch na Moście Heleńskim, gdzie w miejscu chodników dla pieszych powstałby trzeci pas ruchu (dwa pasy ruchu w kierunku centrum do południa i dwa pasy w kierunku osiedla Heleny po południu). Planowano także utworzyć wspólne centrum komunikacyjne dla PKS, PKP, MPKi prywatnych przewoźników . Stąd do centrum miasta można by uruchomić darmową linię MPK. Dodatkowo w okolicach centrum planowano zbudowanie parkingu wielopoziomowego, co miałyby ograniczyć parkowanie na ulicach, a tym samym poprawić bezpieczeństwo pieszych. Zaniedbane tereny nad Kamienicą mogłyby

---

<sup>76</sup>[http://WYBORY%20PREZYDENTA%20NS/Wybory\\_2014/PO%20Ratusz%20opiesza%20w%20pozyskiwaniu%20C5%9Brod%20C3%B3w%20z%20UE%20-%20S%20C4%85deczanin%20-%20Tw%20C3%B3j%20Nowy%20S%20C4%85cz.htm#.VJaPCcm7aCg](http://WYBORY%20PREZYDENTA%20NS/Wybory_2014/PO%20Ratusz%20opiesza%20w%20pozyskiwaniu%20C5%9Brod%20C3%B3w%20z%20UE%20-%20S%20C4%85deczanin%20-%20Tw%20C3%B3j%20Nowy%20S%20C4%85cz.htm#.VJaPCcm7aCg) [dostęp: 25.10.2014 r].

<sup>77</sup>[http://WYBORY%20PREZYDENTA%20NS/Wybory\\_2014/Nowak%20krytycznie%20o%20ekonomistach%20i%20kontrkandydatach%20-%20S%20C4%85deczanin%20-%20Tw%20C3%B3j%20Nowy%20S%20C4%85cz.htm#.VJaZ0sm7aCg](http://WYBORY%20PREZYDENTA%20NS/Wybory_2014/Nowak%20krytycznie%20o%20ekonomistach%20i%20kontrkandydatach%20-%20S%20C4%85deczanin%20-%20Tw%20C3%B3j%20Nowy%20S%20C4%85cz.htm#.VJaZ0sm7aCg) [dostęp 26.10.2014 r.]

być – po odpowiedniej przebudowie - miejscem spotkań i spacerów Sądeczian, ze ścieżkami rowerowymi oraz elementami małej architektury<sup>78</sup>.

Nie powiodła się inicjatywa *Radia Kraków* zorganizowania debaty kandydatów na prezydenta miasta. W sali Małopolskiego Centrum Kultury „Sokół” w Nowym Sączu zabrakło Ryszarda Nowaka, Grzegorza Fecki i Ludomira Handzla.

Ta kampania wyborcza była prowadzona także za pomocą prasy lokalnej, plakatów i dużych bilbordów, rozmieszczonych po całym mieście. Zdarzały się przypadki niszczenia plakatów kandydatów przez konkurencję. Sztabowcy urzędującego prezydenta na zniszczonych plakatach swojego kandydata dolepiali napis: ”Zniszczyli plakat, zniszczą miasto”.

Fot. 5. Baner wyborczy Ludomira Handzla na drodze wlotowej do Nowego Sącza.



źródło: fotografia własna wykonana przez Kazimierz Ogorzałek

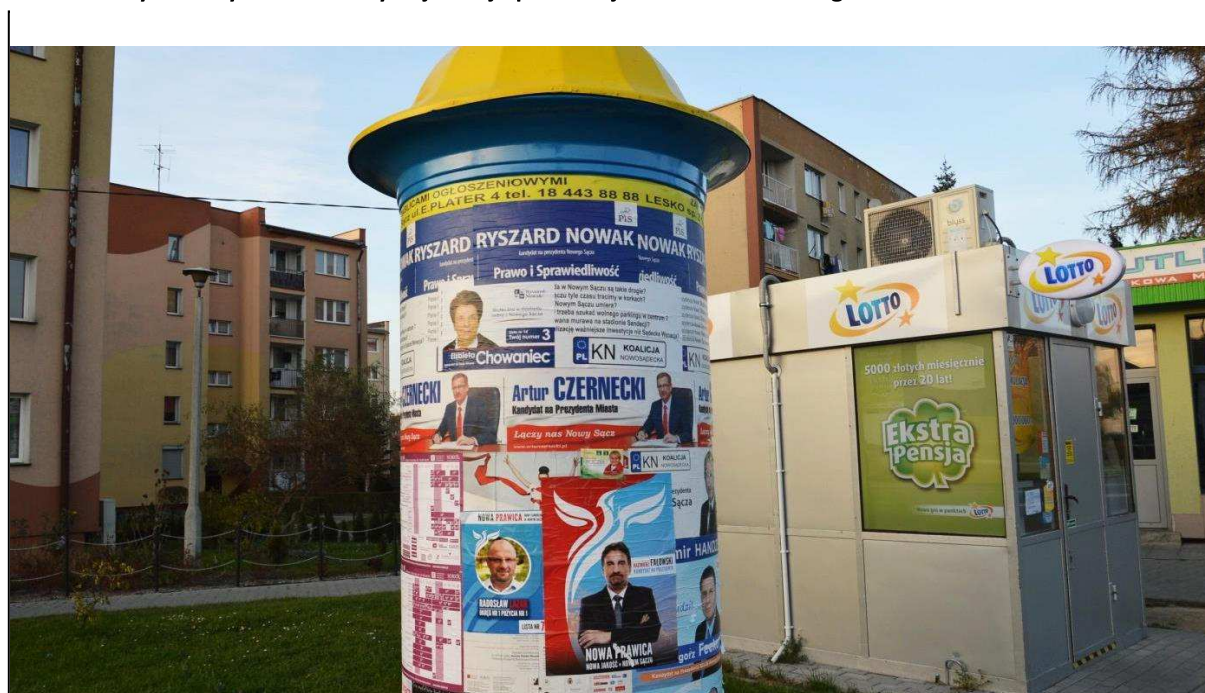
<sup>78</sup> <http://sadecznanin.info/wybory-samorzadowe-2014,38/konkrety-koalicji-nowosadeckiej-dla-nowego-sacza,65569#.VN45yyzzGCg> [dostęp: 2.11.2014 r.]

Fot. 6 W przeciwieństwie do odległości ustawienia banerów wyborczych, tym kandydatom nie było tak blisko do siebie



źródło: fotografia własna wykonana przez Kazimierza Ogorzałek

Fot. 7. Każdy z kandydatów walczył o jak najlepsze miejsce... na tablicach ogłoszeń.



źródło: fotografia własna wykonana przez Kazimierza Ogorzałek

Nowatorską propozycją przedwyborczą były spotkania z kandydatami w Wyższej Szkole Biznesu National Louis University w Nowym Sączu w ramach działalności „Sąddeckiej Agory”. Na zaproszenie dr. Marcina Poręby – dyrektora Instytutu Studiów Politycznych WSB-NLU - pozytywnie odpowiedziało trzech kandydatów: Grzegorz

Fecko, Kazimierz Fałowski i Ludomir Handzel. Szkoda, że pozostali kandydaci (zwłaszcza urzędujący prezydent miasta) nie skorzystali z okazji, by w ramach „Agory” zaprezentować swoje programy, zderzyć je z pomysłami konkurentów i w ten sposób kształtować sądecką myśl polityczną oraz konstruktywnie oddziaływać na opinię społeczną.

Występując jako pierwszy, w WSB-NLU, Grzegorz Fecko przedstawił uczestnikom „Agory” swój program. Zwrócił uwagę na ogromne znaczenie bezpośrednich kontaktów z wyborcami. Dlatego też wyborczy program zatytułował „Bliżej ludzi”, krytykując tym samym hermetyczny styl rządzenia obecnego prezydenta. Wskazał na pilne zajęcie się tematem bezrobocia w mieście i masowe wyjazdy młodych za granicę w poszukiwaniu zatrudnienia. Lansował powstanie sądeckiej strefy aktywności gospodarczej, która mogłaby dać miastu dodatkowe dochody i nowe miejsca pracy.

**Fot. 8. Grzegorz Fecko był pierwszym kandydatem występującym na forum „Sądeckiej Agory”**



*źródło: fotografia własna wykonana przez Kazimierza Ogorzałek*

Okazję, jaką stwarzała „Sądecka Agora” wykorzystał także Kazimierz Fałowski, startujący z partii Janusza Koriwna-Mikkego. W swoim programie „przemyczał” on idee założyciela partii, politycznego ekscentryka. Fałowski wskazywał na zasadność stwierdzenia JKM, że obecnie polskie elity polityczne, to banda złodziei, pozbawionych jakichkolwiek zasad. Podkreślał spore zainteresowanie jego partią wśród ludzi młodych.



**Fot. 9. Kazimierz Fałowski i Ludomir Handzel także wzięli udział w wyborczych dyskusjach**



*źródło: materiały wyborcze Kazimierza Fałowskiego (<http://twojsacz.pl/kolejni-kandydaci-na-prezydenta-nowego-sacza/> dostęp 30.10.2014 r.), fotografia własna wykonana przez Kazimierza Ogorzałek*

W bardzo gorącą dyskusję przerodziło się spotkanie kolejnego pretendenta do prezydenckiego fotela Ludomira Handzlla. Na spotkanie to przyszli nie tylko bywalcy „Sądeckiej Agory”, ale też zwolennicy zarówno Handzlla jak i Nowaka. Ten kandydat na prezydenta mocno akcentował, że „stop podwyżkom wody” to nie tylko jego hasło wyborcze, ale główny zarzut pod adresem obecnych władz miasta. Pokusił się on o przykłady z wielu dużych miast w Polsce, gdzie cena wody jest dużo niższa niż w Nowym Sączu. Zarzucił obecnemu włodarzowi miasta braku jakiegokolwiek reakcji na bezrobocie wśród młodzieży, niezajmowanie się stanem ulic a zwłaszcza dróg miejskich w całej kadencji. Wyjątek stanowił okres przedwyborczy, w którym to przekopano kilkakrotnie drogi na wielu ulicach, powodując totalny paraliż miasta. Handzel wskazywał na przerost zatrudnienia w „Sadeckich Wodociągach”, co odbija się poważnymi podwyżkami za wodę i ścieki. Ten kandydat na prezydenta miasta obiecywał postawić na promocję przedsiębiorczości w mieście, powrót do zawodówek i podejmowanie wyzwań jakie stawiają przed miastem nowe czasy. Natomiast taktyka Ryszarda Nowaka sprowadzała się do ciągłego krytykowania wszystkich swoich konkurentów. Zarzucał im demagogię, niekompetencję, a jednemu z nich zarzucił, że pomylił sobie wybory na prezydenta miasta z wyborami na sołtysa.

PiS-owskiego kandydata na prezydenta Nowego Sącza mocno krytykowały środowiska związane z Platformą Obywatelską. Marszałek Województwa Marek Sowa powiedział nawet: „Ile razy przyjeżdżam do Nowego Sącza, nawet na wydarzenia, na które wspólnie zapraszamy, zawsze jest zastępca prezydenta, jeszcze nigdy nie spotkałem

prezydenta. Jak zabiegałem przez ostatni rok o inwestycje dla Sądeckizny na różnych spotkaniach, ani razu nie pojawił się na nich prezydent Nowego Sącza”<sup>79</sup>.

W odpowiedzi urzędujący prezydent miasta (ustami swojego zastępcy) w OTV Kraków, odpiarał krytykę stwierdzając, jakoby Zarząd Województwa Małopolskiego ”robił z gęby cholewę”<sup>80</sup>.

Nowak krytykował także ekonomistę z WSB-NLU dr. Dariusza Woźniaka za opracowane dane, niekorzystne dla Nowego Sącza. W opracowaniu była mowa m.in o tym, że wydatki bieżące w stosunku do wydatków ogółem to w Nowym Sączu 44 % (średnio w Polsce 28 %) a wydatki inwestycyjne ogółem w stosunku do wszystkich wydatków: 4 %. Nowak skomentował te badania następująco: „Suche, arytmetyczne dane, które dopiero jeżeli się je analizuje, pokazują rzeczywistość i skalę przedsięwzięć. O czym my w ogóle rozmawiamy? Akademickie gadanie, nie dziwię się, że WSB- NLU jest w takim stanie, w jakim jest, jeżeli ma takich wykładowców i takich analityków. To, że ktoś ma tytuł dr. przed nazwiskiem wcale nie znaczy, że jest świetnym ekonomistą, świetnym analitykiem i zna się na czymkolwiek”<sup>81</sup>.

Trudno się zatem dziwić, że taka wypowiedź prezydenta miasta w żaden sposób nie tłumaczyła powodów złych wyników miasta, natomiast dała okazję do ostrej krytyki ze strony kontrkandydatów. Na swojej stronie internetowej Artur Czernecki napisał: „Pragnę zauważyć, że prezydent Ryszard Nowak w ogóle nie orientuje się o kim mówi! Pan dr Dariusz Woźniak jest bowiem uznanym specjalistą w zakresie zarządzania w samorządzie terytorialnym, co potwierdza nawet niezbyt wnikliwa analiza jego CV dostępna na stronie internetowej WSB-NLU.(...) Opinia takich ludzi jak Pan Doktor Dariusz Woźniak powinna stanowić dla prezydenta podstawę do refleksji nad stanem miasta”<sup>82</sup>.

Na tydzień przed wyborami doszło do debaty całej piątki kandydatów w Miasteczku Galicyjskim w Nowym Sączu. Debatę zorganizowało Radio RDN Nowy Sącz przy współpracy „Gazety Krakowskiej” i TV-NS i Naszej Telewizji. Na spotkanie w ostatniej chwili dotarł prezydent Ryszard Nowak, co nie wiadomo, czy miało być elementem

<sup>79</sup> <http://www.sadeczanin.info/wiadomosci,5/sowa-chwali-kandydata-po-krytykuje-obecnego-prezydenta,64080#.VCKzQRailUM>, [dostęp: 24.09.2014 r.]

<sup>80</sup> <http://www.sadeczanin.info/gospodarka,6/jerzy-gwizdz-w-tvp-o-robieniu-z-geby-cholewy,65144#.VEdHhcmilUM>, [dostęp: 21.10.2014r.]

<sup>81</sup> <http://sadeczanin.info/wybory-samorzadowe-2014,38/ignorant-rodem-z-prl-korwinowcy-o-nowaku,65505#.VN47UyzzGCg> [dostęp: 30.10.2014r.]

<sup>82</sup> <http://www.sadeczanin.info/wiadomosci,5/czernecki-i-fecko-mieszaja-nowaka-z-blotem-za-wywiad,65357#.VN472CzzGCg> [dostęp: 27.10.2014 r.]

przemysłanej taktyki czy raczej przykładem kampanijnej wpadki. Mimo, iż kandydaci odpowiadali na te same pytania zadane przez dziennikarzy i radiosłuchaczy, całe spotkanie zdominował spór prezydenta Nowaka z resztą kontrkandydatów we wszystkich poruszonych zagadnieniach.

Prześledźmy odpowiedzi poszczególnych kandydatów na pytanie o sądecki produkt turystyczny. Artur Czernecki chciałby, by starówka ożyła i aby takie działania sprawiły, żeby ludzie tu zaczęli przyjeżdżać. Proponuje odbudowę zamku, udostępnienie ratusza zwiedzającym. Odbudowy zamku chce też kolejny kandydat Kazimierz Fałowski. Popiera także powstanie „Sądeckiej Wenecji”, proponowanej przez urzędującego włodarza miasta. Grzegorz Fecko produkt turystyczny widzi nie tylko w kontekście samej starówki, ale w powiązaniu z całym miastem a nawet regionem. Chciałby, aby powstał kompleks sportowo-rekreacyjny, przy finansowym wsparciu przedsiębiorców (np. aquapark). Ludomir Handzel stawia na szerokie działania z myślą o produkcie turystycznym. Proponuje powstanie obiektów sportowych, kulturalnych i rekreacyjnych, duży parking wokół starówki i ratusz udostępniony dla zwiedzających.

Zdaje się, że sądecki zamek to temat wstydlawy dla urzędującego prezydenta Ryszarda Nowaka, skoro w nawiązaniu do postawionego pytania uważa, że Nowy Sącz nigdy nie będzie Krakowem czy Wiedniem. Wg niego potrzebne są nowe inwestycje, aby miasto stało się atrakcyjne dla turystów (proponuje budowę Sądeckiej Wenecji i rewitalizację Parku Strzeleckiego).

Natomiast na pytanie czy likwidować straż miejską, twierdząco odpowiedzieli Ludomir Handzel i Kazimierz Fałowski, pozostali uważali że służbę tę należy reformować<sup>83</sup>.

Kampania przed II turą zmieniła znacząco swój przebieg. Wynikało to z faktu, że kandydatów zostało tylko dwóch, ale też z potrzeby sięgnięcia po coś wyjątkowego – czego nie było w pierwszej turze – aby tym przekonać wyborców do siebie. Rozgorzała licytacja, kogo poprze elektorat kandydatów, którzy nie przeszli do drugiej tury. Dobry wynik Handzla, utwierdził wielu Sądeczian, że w ratuszu przyszedł czas na zmiany, chociaż wypominano mu choćby „słynną Irlandię” za czasów pracy w Newagu. Zarówno w mieście, jak też w mediach coraz częściej powtarzano hasło z I tury: „Tak czy owak byle nie Nowak”.

---

<sup>83</sup> „Gazeta Krakowska” z dnia 10-11.11.2014 r., str.05

Fot. 10. Debata z udziałem kandydatów w Miasteczku Galicyjskim.



źródło: <http://twojsacz.pl/8-dni-do-wyborow-co-mowia-kandydaci-zapis-debaty/> (dostęp 7.11.2014 r.)

Także urzędujący prezydent uświadomił sobie, że w drugiej turze tak samo może wygrać jak też przegrać. Toteż w jego sztabie szybko wyciągnięto wnioski z kampanii przed I turą. Nie zdało egzaminu ciągle atakowanie i ośmieszanie kontrkandydatów, unikanie debaty publicznej. Na nic się zdały zdjęcia Nowaka w kasku i kamizelce na sądeckich budowach.

Nade wszystko wyciągnięto wnioski z sondażu przeprowadzonego w dniu wyborów, zgodnie z którym w skali kraju wygrał PiS (mimo, że oficjalne wyniki PKW nadal nie były znane). Jeśli nadal wisiały te same bilbordy Handzla, to na bilbordach Nowaka pośpiesznie zmieniono ich treść. W miejsce portretu Nowaka nad mostami i szkołami z hasłem: „Zmieniamy miasto na lepsze” pojawił się Nowak w towarzystwie Jarosława Kaczyńskiego z dwoma hasłami: u dołu „Zmieniamy miasto na lepsze” i u góry: „Zmieniamy Polskę na lepszą”.

Fot. 11. Nowe bilbordy Ryszarda Nowaka na II turę wyborów.



*źródło: fotografia własna wykonana przez Kazimierz Ogorzałek*

Szybko też postarano się o wizytę Nowaka w studio „Radia Maryja” w Toruniu oraz o przyjazd samego prezesa Kaczyńskiego do Nowego Sącza. Te propagandowe działania miały przekonać elektorat PiS, że gdzie jak gdzie, ale w mateczniku PiS, kandydat tej partii musi mieć dobry wynik.

Przemówienie prezesa PiS w sali byłego sądeckiego kina „Kolejarz” (przerywane gromkimi brawami), było w całości poświęcone poparciu Ryszarda Nowaka przed decydującą II turą wyborów. „(...) Ci, którzy potrafią rządzić inaczej niż to czyni Platforma Obywatelska, bez arogancji i bez buty, są tutaj w Nowym Sączu. Takim człowiekiem jest prezydent Ryszard Nowak” – powiedział Kaczyński, wychwalając dokonania Nowaka. Ten ostatni jednak nie ograniczył się jedynie do wymienienia swoich zasług, ale poszedł znacznie dalej, kiedy przypuścił totalny atak na swojego kontrkandydata i jego zaplecze. „W Nowym Sączu są osoby, które chcą tym miastem zawładnąć. W Nowym Sączu są osoby, które chcą tym miastem zawładnąć, chcą zostać właścicielem tego miasta, chcą być oligarchami tego miasta, chcą w was, z nas zrobić wyrobników. Mój kontrkandydat to najemnik. Najemnik, który ma wykonać dla nich brudną robotę.” – powiedział Nowak <sup>84</sup>.

<sup>84</sup> <http://www.sadeczanin.info/wybory-samorzadowe-2014,38/ostatnia-prosta-prezydenckiej-kampanii-odsiecz-kaczynskiego-atak-na-chlopca-z-plakatu-i-wielka-ofensywa-pogodzonej-pisowskiej-rodziny,66450#.VN48nizzGCg> [dostęp: 23.11.2014 r.]

Fot. 12. Wizyta Jarosława Kaczyńskiego w Nowym Sączu



Źródło: <http://www.sadeczanin.info/wybory-samorzadowe-2014,38/ostatnia-prosta-prezydenckiej-kampanii-odsiecz-kaczynskiego-atak-na-chlopca-z-plakatu-i-wielka-ofensywa-pogodzonej-pisowskiej-rodziny>, (dostęp 23.11.2014 r.)

Także z toruńskiego studia telewizji „TRWAM” Nowak zabiegał o głosy dla siebie. Przekonywał wówczas, że niedobrym i niebezpiecznym dla miasta jest, jeśli za kandydaturą na prezydenta miasta stoją ludzie bogaci i wpływowi (myśląc o swoim kontrkandydacie). Niemalże zdziwienie mogły u wyborcy wywołać wydarzenia następnego dnia, kiedy Nowak skutecznie zabiegał o poparcie dla siebie od sądeckich biznesmenów Pazgana i Florka na spotkaniu z Sądecką Izbą Gospodarczą. Nowak przy okazji zarzucił Handzlowi, że stchórzył i nie przybył na to spotkanie <sup>85</sup>.

Wielokrotnie gospodarz Nowego Sącza wychwalał otrzymanie przez miasto tytułu: Godło i Certyfikat Najwyższa Jakość 2014, przyznane w kategorii [”Zarządzanie najwyższej jakości”. Dobrym pomysłem i odwagą popisał się dziennikarz z portalu Sądecznanin Bogumił Storch, który przedstawiając się, jako przedstawiciel jednej z gmin oświadczył, że jest zainteresowany „prestizową” nagrodą. Wystarczył jeden telefon i dziennikarz otrzymał maila z nominacją i cennikiem. Idąc tym tropem dziennikarz obnażył kulisy przyznawania

<sup>85</sup> <http://www.sadeczanin.info/wybory-samorzadowe-2014,38/oligarchowie-za-nowakiem-czernecki-za-handzlem,66549#.VLJJgsm7aCg> [dostęp; 26.11.2014r.]

„zaszczytnych” tytułów i statuetek dla wielu samorządów za kasę ( i ponoć wszystko odbywało się zgodnie z prawem)<sup>86</sup>. Ten materiał „przebił” wszystkie doniesienia portalu, a jego prezentacja, tuż przed drugą turą wyborów, musiała dać dużo do myślenia wyborcom Nowego Sącza.

Fot. 13. Ryszard Nowak w studiu telewizji TRWAM



Źródło: materiały wyborcze Ryszarda Nowaka

Kolejne ciekawe wydarzenie miało miejsce 27 listopada 2014 roku, kiedy to prezydent Nowak zawarł porozumienie ze związkami zawodowymi sądeckich nauczycieli (Solidarność i ZNP), w którym gwarantował, że nie zlikwiduje żadnej placówki oświatowej, że zmniejszy się liczba uczniów w klasie i że będą długo oczekiwane podwyżki. Oburzenie wyrażali nauczyciele, którym dyrektorzy dawali do zapoznania się z tekstem porozumienia przysłanego z ratusza na 3 dni przez II turą wyborów.<sup>87</sup>

Również Ludomir Handel zabiegał o poparcie polityków i sądeckich osobistości. W wyniku tego poparli go m.in. Marszałek Województwa Małopolskiego – Marek Sowa i Platforma Obywatelska, Rektor WSB-NLU oraz władarz sąsiadującej z miastem najliczniejszej w Polsce gminy wiejskiej tj. Gminy Chełmiec – Bernard Stawiarski. Ten

<sup>86</sup> <http://www.sadeczanin.info/wiadomosci,5/storch-pozazdroscil-wladzy-nagrod-jeden-telefon-dostal-nominacje-i-cennik,66647#.VN49gSzzGCg> – [dostęp 28.11.2014 r.]

<sup>87</sup> <http://www.sadeczanin.info/wiadomosci,5/nowak-poswiecil-jaworowa-i-obiecuje-podwyżki,66687#.VN492CzzGCg> [dostęp 28.11.2014r.]

ostatni zapowiedział, że w przypadku wygranej Handzla, widzi konkretne pola współpracy samorządów Nowego Sącza i Chełmca<sup>88</sup>.

Reasumując przebieg kampanii medialnej przed II turą wyborów, trzeba stwierdzić, że obydwaj kandydaci na prezydenta Nowego Sącza niezwykle aktywnie wykorzystywali ten czas. Sztaby obu kandydatów zwierzały szeregi, docierały do każdego niezdecydowanego wyborcy. Kandydaci bardziej niż przed pierwszą turą uważali, by nie popełnić niepotrzebnej gafy, bo tu już była gra o wszystko.

Na portalu „Sądeczanin” przeprowadzono przedwyborczą sondę, w której obydwaj kandydaci otrzymali podobny procent poparcia.

Wyrównane szanse obydwóch kandydatów (choć z minimalną przewagą Handzla) potwierdzał również sondaż diagnostyczny „Sadeckiej Agory” przy WSB-NLU Handzel – 49,2 %, Nowak – 43,1 %). Tak więc klucz do wygranej w II turze należał do niezdecydowanych, których w sondażu było 7,7 %.

Chociaż wiadomo było, że ta kampania wyborcza była z jednej strony bardzo dynamiczna, z drugiej zaś bardzo nieelegancka – to jednak najciekawsze jej momenty przypadły na wyborczą noc. Po godzinie 20-tej w sztabie Ryszarda Nowaka powiało chłodem, kiedy to opublikowany został sondaż exit poll dla „Gazety Krakowskiej”. Wynikało z niego że Ludomir Handzel otrzymał 52%, natomiast Ryszard Nowak 48% (przy możliwym błędzie statystycznym 5%). O godzinie 21:51 podliczono wyniki z ¾ obwodów; wynikało z nich, że Handzel prowadzi 90 głosami. Już 40 minut później, po zsumowaniu głosów z 45 komisji Handzel prowadził już tylko 3 głosami<sup>89</sup>.

Później, kiedy okazało się że Nowak wygrał w Porębie, Dąbrówce i Kaduku było już pewne, że wybory wygrał Nowak, nie wiadomo było jednak dokładnie jaką ilością głosów.

Ostatecznie zgodnie z komunikatem PKW, Nowak wygrał różnicą 188 głosów, przy frekwencji wynoszącej 45,87%.

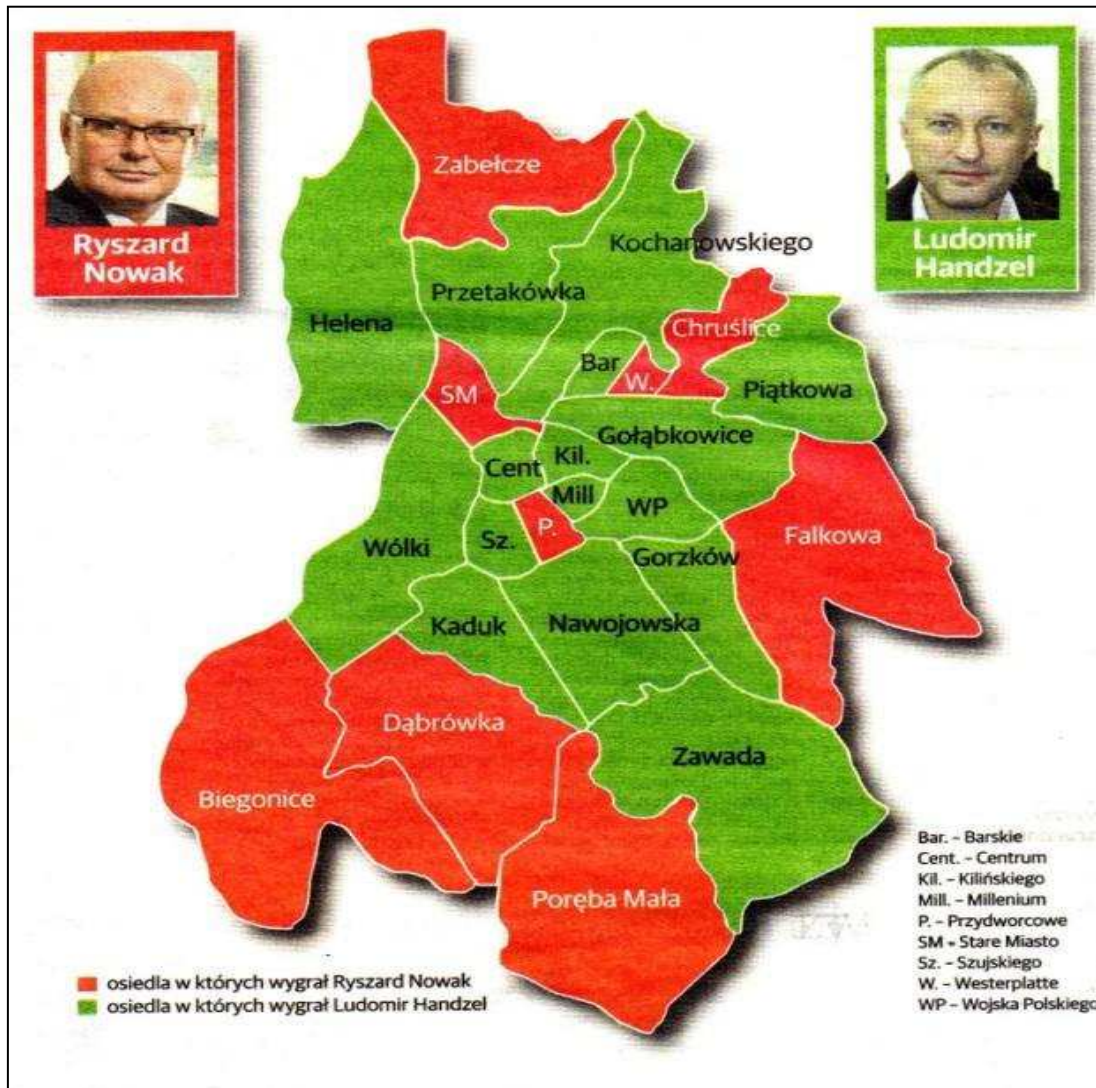
---

<sup>88</sup> <http://sadcjanin.info/wybory-samorzadowe-2014,38/oswiadczenie-wsb-nlu-popiera-ludomira-handzla,66693#.VN4-ISzzGCg> [dostęp: 28.11.2014r.]

<sup>89</sup> <http://sadcjanin.info/wybory-samorzadowe-2014,38/nowak-wygral-po-raz-trzeci-radosc-zwyciestwa-poprzedzona-emocjami-siegajacymi-zenitu-byly-nerwy-napiete-jak-struny-momenty-zwatpienia-i-wzruszenia-az-do-lez,66748> [dostęp: 5.12.2014 r.]



Fot. 14. Powyborcza mapa Nowego Sącza.



Źródło: „Gazeta Krakowska” z 2.12.2014 r. str 1

Z powyższej ilustracji widać wyraźnie, że Handzel wygrał w centralnych dzielnicach Nowego Sącza, natomiast Nowak na peryferiach. Może to oznaczać, że wygrana Nowaka miała miejsce w rejonach o bardziej konserwatywnych postawach, gdzie wyborcy nie mieli dostępu do telewizji kablowej, lub mniej interesowali się medialnymi doniesieniami. Takie stanowisko na łamach „Gazety Krakowskiej” podzielił pełnomocnik KWW Ryszarda Nowaka Ludomir Krawiński, który uznał, że sądecka kablówka w złym świetle przedstawiła jego kandydata. Ponadto dodał, że bardzo dobry wynik Nowaka w Porebie, to efekt wodno – kanalizacyjnych inwestycji w tej części miasta na kwotę 60 mln zł<sup>90</sup>.

<sup>90</sup> „Gazeta Krakowska” z 2.12.2014 r. str. 1 i 3.

Jak zauważył dyrektor Instytutu Studiów Politycznych WSB-NLU dr Marcin Poręba, wybory samorządowe należą do specyficznych, gdzie nie obowiązuje partyjne przyporządkowanie kandydata. Tutaj kandydaci są znani wyborcom ze swoich dokonań, toteż część głosujących woli oddać swój głos na znanego kandydata niż obcego. Bywa też tak, że część niezadowolonych rozgląda się za kandydatem, który ich bardziej przekona. Duża jest ilość niezdecydowanych, którzy swoją decyzję podejmują w ostatnich dwóch tygodniach kampanii wyborczej – i często to oni decydują o ostatecznym wyniku wyborów<sup>91</sup>.

Warto jednak podkreślić, że zasadnicza część opisywanej kampanii wyborczej odbywała się w mediach (zwłaszcza elektronicznych). Jest to istotne, gdy idzie o szybkość relacji z wydarzeń, które następują szybko po sobie. Najbardziej popularnymi sądeckimi mediami były Regionalna Telewizja Kablowa, radio RDN i portal informacyjny „Sądeczanin”.

Niedosyt może budzić fakt, że coraz mniej czasu kandydaci mieli na publiczną debatę z wyborcami, ale generalnie taki trend dominuje we wszystkich kampaniach wyborczych w Polsce od kilkunastu lat.

---

<sup>91</sup> „Gazeta Krakowska” z 24.10.2014 r. str. 05.

## ZAKOŃCZENIE

W wielu krajach regularnie przeprowadza się sondaże opinii publicznej i publikuje się ich wyniki. Sondaże mierzą nie tylko poparcie dla partii politycznych i kandydatów w wyborach, ale także opinie społeczeństwa dotyczące szerokiego kręgu zagadnień społecznych. Demokratyczna presja na większy udział społeczeństwa w życiu publicznym oraz dążenie dziennikarzy do zadawania pytań to dwa elementy, które w połączeniu stworzyły rzeczywistość powszechnych badań sondażowych.

Swoistym novum minionej i obecnej dekady jest pojawienie się nowego typu badań sondażowych – prognoz wyborczych na potrzeby różnych partii i polityków. Ich wyniki są często publikowane w środkach masowego przekazu. Tu uwidacznia się niezwykle ważna rola mediów, których przekaz niesie za sobą różne implikacje. Często zdarza się, że informacje będące przedmiotem badań sondażowych to albo zwięzłe, suche dane, albo zniekształcone, nierzadko tendencyjnie interpretowane wyniki. Prowadzenie działalności sondażowej oraz prezentacja wyników sondaży może być również wykorzystywane jest jako narzędziem rywalizacji politycznej. Aby zapobiec tym praktykom środowisko naukowe i różnego rodzaju organizacje tworzą standardy działalności sondażowej. Socjologowie, politolodzy podnoszą głosy wskazujące na uzasadnioną potrzebę przybliżania potencjalnym odbiorcom warsztatu badawczego oraz ukazania źródeł zniekształconych lub świadomie przeinaczonych (sformułowanych) w interesie różnych grup społeczno- -zawodowych i politycznych informacji. Dzięki temu naukowe badania sondażowe stają się jedną z najbardziej cennych innowacji w życiu politycznym. Można przyrównać je do luster, dzięki którym poszczególne osoby mogą dostrzec i zrozumieć, w jaki sposób one same wpasowują się w cały system polityczny. Doniesienia medialne na temat wyników sondaży opinii mówią czytelnikom i słuchaczom, że ich opinie są ważne, a niekiedy nawet ważniejsze niż opinie elit.

Do wszystkich krytyków sondażowych badań preferencji można skierować pytanie - jak wyglądałaby rzeczywistość bez możliwości prowadzenia tego typu działalności. Trudno wyobrazić sobie system polityczny, w którym społeczeństwo dowiaduje się od swoich liderów politycznych, co ma myśleć, a zwycięzcy wyborów mają możliwość powiedzenia wyborcom, dlaczego zagłosowali tak, a nie inaczej i gdzie rząd pragnący zapoznać się z opiniami obywateli robi rozeznanie tylko wśród zaprzyjaźnionych kręgów.

Na Sąddeckczyźnie działalność w zakresie niezależnych, naukowych badań postaw i preferencji wyborczych, prognozowania wyników wyborczych nie ma wielkich tradycji. Dorobek naukowy w tym obszarze jest ubogi. Właściwie, dotychczas nie przeprowadzano tego typu badań zakrojonych na skalę niniejszego opracowania. Aby wypełnić tę lukę, podjęliśmy próby zbadania preferencji wyborczych sędeczian w wyborach samorządowych na prezydenta miasta Nowego Sącza, które odbyły się w listopadzie 2014 r.

W pracy dyplomowej podnieśliśmy szereg ciekawych zagadnień na temat wyborczych preferencji sędeczian i ich uczestnictwa w lokalnych mechanizmach demokratycznych. Zebrane dane pozwoliły na zweryfikowanie postawionych hipotez badawczych, wyznaczenie drogi do określenia profilu wyborcy poszczególnych kandydatów, a także dały możliwość porównawczego ujęcia zbadanych preferencji z oficjalnymi wynikami wyborów. Przedstawione dane pokazały, że deklarowane preferencje znalazły, w granicach przyjętego błędu, odzwierciedlenie w oficjalnych wynikach wyborów.

W wyniku przeprowadzonych badań i analizy danych otrzymanych na podstawie anonimowego badania, wśród dorosłych respondentów, przed terminem wyborów prezydenckich trafnie wskazano, że żaden ze startujących w wyborach kandydatów nie otrzyma wystarczającego poparcia. Zatem badanie dowiodło, że będzie II tura wyborów, i że wezmą w niej udział Ryszard Nowak i Ludomir Handzel. Oficjalne wyniki wyborów w pełni potwierdziły te dwie postawione przez autorów pracy diagnozy. Także badanie poprzedzające II turę wyborów pokazało wyrównane szanse obydwu kandydatów na zwycięstwo, o którym mogą przesądzić niezdecydowani. Ta diagnoza również uzyskała potwierdzenie w oficjalnych wynikach wyborów, gdzie Nowak wygrał z Handzlem różnicą tylko 188 głosów. Już na podstawie tego można stwierdzić, że w wyniku przeprowadzonych badań zakładane cele zostały zrealizowane, a postawione hipotezy dowiedzione.

Badanie ukazało nadto profil wyborców w poszczególnych okręgach wyborczych. Popierany przez konserwatywną partię PiS kandydat paradoksalnie zwyciężył w peryferyjnych dzielnicach miasta, mniej korzystających z elektronicznych mediów, szczególnie z telewizji kablowej RTK. Natomiast w centralnych dzielnicach Nowego Sącza wygrał Handzel, którego program zaimponował tym wyborcom, którzy nadto wykazywali zdecydowany brak aprobaty dla dotychczasowych rządów prezydenta Nowaka.

Bardzo istotnym elementem zarówno wyborów, jak też przeprowadzonego badania były media. To one relacjonowały i komentowały codzienne wydarzenia z kampanii wyborczej;

przedstawiały programy kandydatów na prezydenta, zamieszczały relacje z ich spotkań z wyborcami, były organizatorem debat i wywiadów.

Autorzy niniejszej pracy wyrażają nadzieję, że badania takie będą w przyszłości kontynuowane dla ulepszenia procesu demokratyzacji, jak również budowania dobrej marki środowiska akademickiego. Istotne, dla ubogacenia lokalnego dorobku naukowego, jest to aby prace podjęte w celu uzyskania naukowego stopnia poświęcić rodzimej miejscowości. Zaangażowanie w badanie lokalnych uwarunkowań będzie mieć większy sens, gdy znajdzie praktyczne zastosowanie, wzrośnie również prawdopodobieństwo, że działalność badawcza w tym zakresie będzie się rozwijać.

Reasumując można wskazać na wartość dodaną niniejszej pracy, którą dostrzegamy w ubogaceniu lokalnego dorobku niezależnych badań preferencji wyborczych. Podjęcie niniejszego zagadnienia może mieć swój wpływ w kształtowaniu opinii na temat znaczenia takich badań oraz najwłaściwszych sposobów ich realizacji i relacjonowania wyników.

## BIBLIOGRAFIA

- Anuszczyńska I., *Sondaże zwierciadło społeczeństwa*, CeDeWu, Warszawa 2010
- Babbie E., *Podstawy badań społecznych*, PWN, Warszawa 2009
- Babbie E., *Badania społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003
- Bychawska-Siniarska C., D.Głowacka (red.), *Media lokalne i regionalne – nierozwiązane problemy, nowe wyzwania*, wyd. HFPC, 2014
- Chodubski A. J *Wstęp do badań politologicznych* , Uniwersytet Gdański 2004
- Cześniak M., *Partycypacja wyborcza Polaków*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2009
- Grzeszkiewicz-Radulska K., Jabłoński W. *Socjologiczne badania wyborcze*, w: Studia Wyborcze, Tom I, Łódź: Łódzkie Towarzystwo Naukowe 2006
- Grzeszkiewicz-Radulska K., *Obywatel jako respondent?*, „Przegląd Socjologiczny”, t.46, nr 1 2007
- Jabłoński W. *Rynek sondaży przedwyborczych w Polsce*, „Przegląd Socjologiczny” t. LVI/1, Łódź: ŁTN 2007
- Kowalczyk P., Gmyz C., *Cisza wyborcza psuje demokrację ?*, [w:] „Rzeczpospolita”, 6.06.2009
- Kubiak A., Przybyłowska I., Rostocki A., *Badania sondażowe a system demokratyczny*, [w:] *Niepokojąca współczesność*, A. Miszalska, K. Kowalewicz (red.), Wyd. Instytut Socjologii UŁ, Łódź 2001
- Lisek-Michalska J., *Wybrane problemy sondażowych badań opinii publicznej w Polsce w okresie przełomu ustrojowego*, w: *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, w cyklu: *Sondaże opinii społecznej. Samowiedza współczesnych społeczeństw* (Daniłowicz P., Gostkowski Z., red.) t. X, Łódź : Instytut Socjologii UŁ 2011,
- Lutyński J., *Socjologiczne badania nad współczesnością*, „Przegląd Socjologiczny” XII, 1992
- Majwesiński P., *Skąd się biorą różnice w sondażach* [w:] „Rzeczpospolita”, 9.11.2013,
- Michalczyk S.: *Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu*, Katowice 2005
- Musiak-Karg M., *Cisza wyborcza w dobie Internetu* [w:] *Przegląd Sejmowy*, nr 3(116)/2013
- Noele-Neumann E., *Spirala milczenia*, Zys i S-ka, Poznań 2004.
- Nowak S., *Metodologia badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Rakowska A. , *Prawna regulacja kampanii wyborczej w Internecie*, wyd. Instytut Spraw Publicznych 2012

- Rostocki A., *Relacje dziennikarzy dotyczące zasad redagowania wyników sondaży w prasie ogólnopolskiej* w: Analizy i próby technik badawczych w socjologii, w cyklu: Sondaże opinii społecznej. Samowiedza współczesnych społeczeństw (Daniłowicz P., Gostkowski Z., red.) t. X, Łódź : Instytut Socjologii 2001
- Rychliński S. , *Lustracje społeczne*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2001
- Schulz W., *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Kraków 2006
- Shuman H., *Metoda i znaczenie w badaniach sondażowych*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2013
- Skrzypczak J., *Kampania wyborcza w nowych mediach – aspekty prawne* [w:] Kwartalnik o prawach człowieka, nr 1/2014
- Słomczyński K.M. *Polska metodologia socjologicznych badań empirycznych na tle międzynarodowym* [w:] Nowe metody, nowe podejścia badawcze w naukach społecznych Red. P.B. Sztabiński. Z. Sawiński, IFiS PAN, Warszawa 2004
- Sobczyk M. , *Statystyka, aspekty praktyczne i teoretyczne*, UMCS, Lublin 2006
- Sulek A., *Jak działa filtr „nie wiem”?* O perspektywie poznawczej w metodologii badań sondażowych, „Kultura i Społeczeństwo” 1993, nr 3.
- Sulek A., *O czym mówią sondaże przedwyborcze*, „Wiedza i człowiek” nr 10 (20)/1995, Prószyński Media Warszawa 1995
- Sulek A., *Sondaż polski. Przygarść rozpraw o badaniach ankietowych*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2001
- Sulek A., *Ogród metodologii socjologicznej*, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa 2002.
- Sulek A. , *Sedymenty sondażowe. O badaniu, tworzeniu i „kreowaniu” opinii publicznej*. w: Obrazy z życia socjologii w Polsce, Oficyna Naukowa, Warszawa 2011
- Sulek A. (red.) *Sondaż Polski. Syndrom głuchego telefonu. Raport z badania zrealizowanego przez Zespół Na Straży Sondaży.*, Instytut Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2013 r.
- Szacka B., *Wprowadzenie do socjologii*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2008
- Turska Kawa A., Wojtasik W.(red.), *Preferencje polityczne. Postawy - identyfikacje-zachowania 2009* , UNIKAT 2, Katowice 2010
- Wiszowaty A. M., *Instytucja ciszy wyborczej – geneza, regulacja prawna, ratio existendi*, Studia Wyborcze, Uniwersytet Gdański 2012
- Witaszek Z., *Miejsce i Rola Sondaży w Badaniu Opinii Społecznej*, Zeszyty Naukowe Akademii Marynarki Wojennej, 4(171) 2007

## **AKTY PRAWNE**

Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. Kodeks wyborczy (Dz. U. Nr 21, poz. 112 z późn. zm.)

Konwencja o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności sporządzona w Rzymie dnia 4 listopada 1950 r., zmieniona następnie Protokołami nr 3, 5 i 8 oraz uzupełniona Protokołem nr 2 (Dz. U. z1993r. Nr 61, poz.284 z późn. zm.)

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz. U. Nr 78, poz. 483 z późn. zm.)

## **ŹRÓDŁA INTERNETOWE**

[www.britannica.com](http://www.britannica.com)

[www.dziennikpolski24.pl](http://www.dziennikpolski24.pl)

[www.encyklopedia.pwn.pl](http://www.encyklopedia.pwn.pl)

[www.esomar.org](http://www.esomar.org)

[www.gazetakrakowska.pl](http://www.gazetakrakowska.pl)

[www.isap.sejm.gov.pl](http://www.isap.sejm.gov.pl)

[www.krakow.stat.gov.pl](http://www.krakow.stat.gov.pl)

[www.money.pl](http://www.money.pl)

[www.nastrazysondazy.uw.edu.pl](http://www.nastrazysondazy.uw.edu.pl)

[www.nowysacz.pl](http://www.nowysacz.pl)

[www.pkw.gov.pl](http://www.pkw.gov.pl)

[www.rp.pl](http://www.rp.pl)

[www.sadeczanin.info](http://www.sadeczanin.info)

[www.samorzad.lex.pl](http://www.samorzad.lex.pl)

[www.sejm.gov.pl](http://www.sejm.gov.pl)

[www.sjp.pwn.pl](http://www.sjp.pwn.pl)

[www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)

[www.tv-ns.pl](http://www.tv-ns.pl)

[www.twojsacz.pl](http://www.twojsacz.pl)



## SPIS TABEL

Tabela 1. Czynniki mające wpływ na rozwój badań sondażowych .....	8
Tabela 2. Wady i zalety technik badań sondażowych.....	21
Tabela 3. Wykaz numerów i granic okręgów wyborczych .....	39
Tabela 4. Frekwencja wyborcza w wyborach samorządowych w Nowym Sączu, lata 2006-2010.....	52
Tabela 5. Oficjalny wynik głosowania - I tura na prezydenta miasta Nowego Sącza .....	85
Tabela 6. Oficjalny wynik głosowania - II tura na prezydenta miasta Nowego Sącza.....	87

## SPIS ILUSTRACJI

Fot. 1. Dr Marcin Poręba w dniu 13 listopada 2014 r. przedstawia wyniki sondażu.....	90
Fot. 2. Najszybciej wyniki sondażu opublikował portal „Sądeczanie” .....	91
Fot. 3. Z wyników sondażu studentów WSB-NLU wyraźnie wynikało, że będzie II tura .....	93
Fot. 4. Wyniki sondażu exit poll w dniu wyborów na próbie 1000 wyborców .....	94
Fot. 5. Baner wyborczy Ludomira Handzla na drodze wlotowej do Nowego Sącza .....	98
Fot. 6 W przeciwieństwie do odległości ustawienia banerów wyborczych, tym kandydatom nie było tak blisko do siebie .....	99
Fot. 7. Każdy z kandydatów walczył o jak najlepsze miejsce... na tablicach ogłoszeń. ....	99
Fot. 8. Grzegorz Fecko był pierwszym kandydatem występującym na forum „Sadeckiej Agory” .....	100
Fot. 9. Kazimierz Fałowski i Ludomir Handzel także wzięli udział w wyborczych dyskusjach .....	101
Fot. 10. Debata z udziałem kandydatów w Miasteczku Galicyjskim. ....	104
Fot. 11. Nowe bilbordy Ryszarda Nowaka na II turę wyborów.....	105
Fot. 12. Wizyta Jarosława Kaczyńskiego w Nowym Sączu .....	106
Fot. 13. Ryszard Nowak w studiu telewizji TRWAM .....	107
Fot. 14. Powyborcza mapa Nowego Sącza. ....	109

## SPIS WYKRESÓW

Wykres 1. Procentowa struktura próby według płci .....	48
Wykres 2. Procentowa struktura próby według przedziału wieku.....	49
Wykres 3. Procentowa struktura próby według posiadanego wykształcenia.....	49
Wykres 4. Procentowa struktura próby według statusu zawodowego .....	50
Wykres 5. Frekwencja wyborcza .....	51
Wykres 6. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 1 .....	53
Wykres 7. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 2.....	54
Wykres 8. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 3 .....	55
Wykres 9. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 4 .....	56
Wykres 10. Zbadane preferencje według płci respondentów.....	57
Wykres 11. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 18-25 lat .....	58
Wykres 12. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 26-40 lat .....	59
Wykres 13. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 41-65 lat .....	60
Wykres 14. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 65 + lat .....	61
Wykres 15. Zbadane preferencje według statusu zawodowego - pracujący .....	62
Wykres 16. Zbadane preferencje według statusu zawodowego - bezrobotni .....	63
Wykres 17. Zbadane preferencje według statusu zawodowego - emeryci/renciści .....	64
Wykres 18. Zbadane preferencje według poziomu wykształcenia - wyższe .....	65
Wykres 19. Zbadane preferencje według poziomu wykształcenia - średnie .....	66
Wykres 20. Zbadane preferencje według poziomu wykształcenia - zawodowe.....	67
Wykres 21. Zbadane preferencje - wynik sondażu .....	68
Wykres 22. Procentowa struktura próby według płci .....	71
Wykres 23. Procentowa struktura próby według przedziału wieku.....	72
Wykres 24. Frekwencja wyborcza .....	72

Wykres 25. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 1.....	74
Wykres 26. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 2.....	75
Wykres 27. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 3.....	76
Wykres 28. Zbadane preferencje w okręgu wyborczym nr 4.....	77
Wykres 29. Zbadane preferencje według płci respondentów.....	78
Wykres 30. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 18-25 lat .....	79
Wykres 31. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 26-40 lat .....	80
Wykres 32. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 41-65 lat .....	81
Wykres 33. Zbadane preferencje w przedziale wiekowym 65 + lat .....	82
Wykres 34. Zbadane preferencje przed II turą wyborów - wynik sondażu .....	83
Wykres 35. Porównanie zbadanych preferencji wyborczych przed I turą wyborów z oficjalnymi wynikami .....	86
Wykres 36. Porównanie zbadanych preferencji wyborczych przed II turą wyborów z oficjalnymi wynikami .....	88

## ZAŁĄCZNIKI

Załącznik 1. Kwestionariusz ankiety nr 1 .....	122
Załącznik 2. Tabela z danymi ilościowymi zebranymi przed I turą wyborów .....	123
Załącznik 3. Kwestionariusz ankiety nr 2 .....	124
Załącznik 4. Tabela z danymi ilościowymi zebranymi przed II turą wyborów .....	125



*Ankieta została stworzona na potrzeby badania, które będzie koncentrować się na określeniu preferencji wyborczych nowosądeczan przed wyborami samorządowymi na prezydenta miasta Nowego Sącza.*

*Ankieta jest anonimowa. Dziękujemy za poświęcony czas.*

## BADANIE SONDAŻOWE

*REALIZOWANE  
NA KIERUNKU POLITOLOGIA WSB-NL*

### **Płeć**

kobieta

mężczyzna

### **Wykształcenie**

wyższe

średnie

zawodowe

podstawowe

### **Zatrudnienie**

pracuje

bezrobotny

emeryt/rencista

student

### **Wiek (lat)**

18 – 25

26 – 40

41 – 65

65 +

### **Rejon (dzielnica) zamieszkania:**

.....

**1. Czy będzie Pani/Pan bała/brał udział w wyborach na Prezydenta Miasta Nowego Sącza ?**

**TAK**

**NIE**

**2. Na kogo Pani/Pan zgłasza w wyborach na Prezydenta Miasta Nowego Sącza ?**

**Artur Czernecki (Solidarni Sądeczanie)**

**Kazimierz Fałowski (Kongres Nowej Prawicy)**

**Grzegorz Fecko (Platforma Obywatelska)**

**Ludomir Handzel (Koalicja Nowosądecka)**

**Ryszard Nowak (Prawo i Sprawiedliwość)**

**jeszcze nie zdecydowałam/em**





Ankieta została stworzona na potrzeby badania, które będzie koncentrować się na określeniu preferencji wyborczych nowosądeczan przed wyborami samorządowymi na prezydenta miasta Nowego Sącza.  
Ankieta jest anonimowa. Dziękujemy za poświęcony czas.

## BADANIE SONDAŻOWE

REALIZOWANE  
NA KIERUNKU POLITOLOGIA WSB-NLU

<b>Płeć</b>		
kobieta	<input type="checkbox"/>	
mężczyzna	<input type="checkbox"/>	
<b>Wiek (lat)</b>		<b>Dzielnica (osiedle) zamieszkania:</b>
18 – 25	<input type="checkbox"/>	.....
25 – 40	<input type="checkbox"/>	
41 – 65	<input type="checkbox"/>	
65 i więcej	<input type="checkbox"/>	

3. Czy będzie Pani/Pan bała/brał udział w wyborach na Prezydenta Miasta Nowego Sącza II- tura ?

TAK

NIE

4. Na kogo Pani/Pan zgłasza w wyborach na Prezydenta Miasta Nowego Sącza II-tura ?

Ludomir Handzel (Koalicja Nowosądecka)

Ryszard Nowak (Prawo i Sprawiedliwość)

jeszcze nie zdecydowałam/em



Załącznik 4. Tabela z danymi ilościowymi zebranych przed II turą wyborów

%	OKREGI WYBORCZE	OKREGI WYBORCZE				METRYKA	PŁEĆ		WIEK			
		I	II	III	IV		Kobieta	Meżczyzna	18-25	26-40	41-65	65+
	NIE BĘDZIE BRAŁ UDZIAŁU	133	122	122	122		253	246	212	134	99	54
499		499					499		499			
0,00%	ARTUR CZERNECKI											
0												
0,00%	KAZIMIERZ FAŁOWSKI											
0												
0,00%	GRZEGORZ FECKO											
0		0					0		0			
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
49,20%	LUDOMIR HANDZEL	34	31	88	32		101	84	32	77	64	12
185		185					185		185			
		54,84%	43,66%	50,00%	47,76%		52,60%	45,65%	49,23%	60,16%	47,06%	25,53%
43,09%	RYSZARD NOWAK	22	29	84	27		80	82	24	39	67	32
162		162					162		162			
		35,48%	40,85%	47,73%	40,30%		41,67%	44,57%	36,92%	30,47%	49,26%	68,09%
7,71%	NIEZDECYDOWANI	6	11	4	8		11	18	9	12	5	3
29		29					29		29			
		9,68%	15,49%	2,27%	11,94%		5,73%	9,78%	13,85%	9,38%	3,68%	6,38%
100,00%	RAZEM	62	71	176	67		192	184	65	128	136	47
	WSZYSTKIE	376										
	BRAK UDZIAŁU	29										
		NIEZDECYDOWANI				KOBIETY	445	MEŻCZYŻNI	430			
	-42,97%											
	%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%