Marta Żerkowska-Balas (Uniwersytet SWPS)

Wyraz poparcia czy obywatelski obowiązek – co motywuje Polaków do głosowania?

Wyborcy, idąc do urn, kierują się różnymi motywacjami. Najbardziej oczywistą z nich wydaje się chęć poparcia konkretnej partii – wszak wybory organizuje się po to, by jedno z ugrupowań zwyciężyło i wprowadziło w życie proponowane przez siebie polityki preferowane przez większość wyborców. Czasem wyrażone w głosowaniu poparcie nie dotyczy partii czy jej programu, lecz konkretnego polityka – obywatele uważają, że dany kandydat będzie dobrze reprezentował ich interesy jako przedstawiciel klasy rządzącej. Wyborcy często oceniają też partię przez pryzmat jej lidera i to na niego *de facto* oddają głos – ma to znaczenie przede wszystkim w przypadku mniejszych partii, skupionych wokół znanego bądź charyzmatycznego polityka. Niemniej jednak marka partii i proponowane przez nią rozwiązania ważnych kwestii wydają się odgrywać największą rolę w wyborach w Polsce.

Z drugiej strony istnieje powszechne przekonanie, że głosowanie to obywatelski obowiązek. Skoro zaś udział w wyborach jest zachowaniem pożądanym, to wydaje się wielce prawdopodobne, że Polacy głosują, bo dzięki temu mogą odczuć zadowolenie z powodu postępowania zgodnego z ich wzorcem zachowania, a także dlatego, że mają możliwość wniesienia wkładu w utrzymanie demokracji i budują swój wizerunek aktywnych obywateli. Oczywiście obie motywacje nie muszą się wykluczać – można głosować, aby poprzeć konkretną partię, a zarazem być przekonanym, że jest to obywatelski obowiązek.

Niemniej jednak to nieinstrumentalne korzyści płynące z głosowania (niezwiązane z wynikiem wyborów, te bowiem zostaną rozstrzygnięte niezależnie od tego, ile osób zagłosuje) wydają się szczególnie ważną motywacją skłaniającą Polaków do pójścia do urn.

Według badań średnio co drugi obywatel Polski potrafi wskazać przynajmniej jedną partię, która jest mu bliska (bądź bliższa niż inne). Osoby te najczęściej oddają głos właśnie na tę partię. Potwierdzają to wyniki przedstawione w tabeli 1[1].

Tabela 1. Głosowanie wśród osób identyfikujących się z partią

	Identyfikacja z PO	Identyfikacja z PiS	Identyfikacja z PSL	Identyfikacja z SLD	Identyfikacja z inną partią	Bez identyfikacji	N
Głos na PO	**92,9%**	1,0%	0,0%	12,5%	5,1%	26,8%	282
Głos na PiS	0,0%	**84,6%**	0,0%	2,5%	30,8%	14,7%	180
Głos na PSL	0,0%	0,0%	**85,0%**	0,0%	0,0%	3,3%	35
Głos na SLD	,7%	0,0%	0,0%	**65,0%**	0,0%	1,3%	34
Głos na inną partię	,7%	0,0%	5,0%	2,5%	**38,5%**	3,7%	38
Niegłosujący	5,7%	14,4%	10,0%	17,5%	25,6%	**50,2%**	312

Źródło: obliczenia własne[2]. N – liczebność próby

[1] W przypadku niepanelowych badań sondażowych zachodzi ryzyko, że identyfikacja podąża za głosem – respondenci mogą deklarować, że najbliższa jest im partia, na którą zagłosowali – jednak zależność między identyfikacją a głosem okazuje się tylko trochę słabsza, gdy kontrolowana jest decyzja wyborcza w poprzednich wyborach.

Niemal wszyscy zwolennicy PO, PiS i PSL oddali głos na partię, którą uznają za bliską sobie. Co ciekawe, ci, którzy na nią nie zagłosowali, najczęściej przyznają się do absencji. Odsetek obywateli głosujących na bliską sobie partię jest nieco niższy, jeśli chodzi o mniejsze ugrupowania (np. SLD czy partie zaliczone do kategorii „inne"), co pozwala przypuszczać, że część z tych osób oddaje tzw. głos strategiczny, czyli popiera jedną z partii mających duże szanse na zwycięstwo. Wyborcy ci mogą tak postępować, ponieważ nie chcą zmarnować głosu poprzez oddanie go na ugrupowanie, które zapewne nie przekroczy progu wyborczego. Motywacją do głosowania strategicznego może być też negatywny stosunek do jednej z partii – ludzie, którzy nie chcą, by dana partia wygrała wybory, głosują na kontrkandydata, uzasadniając swoją decyzję wyborem „mniejszego zła".

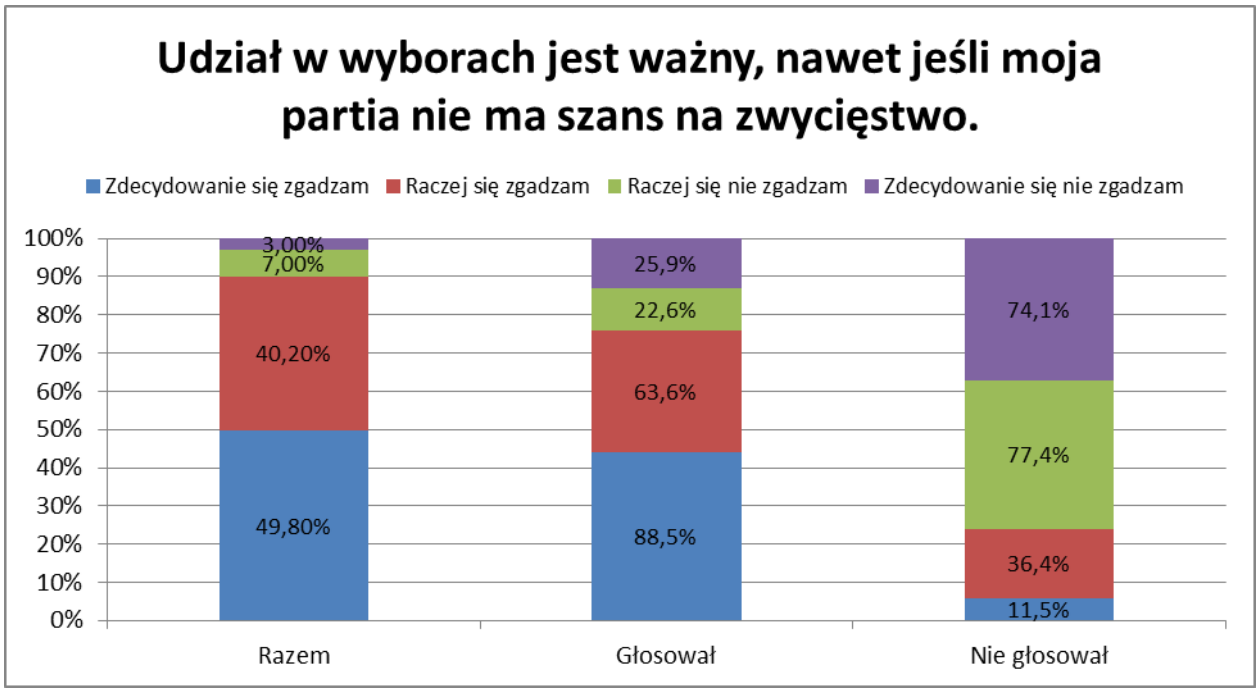
Badania pokazują również, że identyfikacja z partią nie tylko wpływa na decyzję o tym, na kogo głosować, ale także zwiększa skłonność do udziału w wyborach, bowiem głosowanie jest wyrazem poparcia dla „swojej" partii oraz znakiem przynależności do wspólnoty jej zwolenników. Zależność ta potwierdza się także w przypadku polskich wyborców.

Chęć poparcia konkretnej partii lub proponowanej przez nią polityki z pewnością motywuje wielu obywateli do pójścia do urn, wszyscy wiemy jednak, że nie każda partia ma szanse na zwycięstwo w wyborach, niezależnie od tego, czy zdefiniujemy je jako zdobycie największej liczby głosów bądź mandatów (jak uważa co trzeci Polak), wejście w skład koalicji rządzącej (jak sądzi co piąty respondent) czy wejście do Sejmu (z czym zgadza się co dziesiąty badany).

Mimo to znakomita większość respondentów (90% – rys. 1) uważa, że udział w wyborach jest ważny, nawet jeżeli ich partia nie ma szans na zwycięstwo. Jak można przypuszczać, większość tej grupy postąpiła zgodnie ze swoimi przekonaniami i zagłosowała w wyborach w 2011 roku (udział w wyborach deklaruje 88,5% Polaków, którzy zdecydowanie zgadzają się z tym stwierdzeniem, i 63,6% tych, którzy raczej się z nim zgadzają).

[2] Wszystkie wykorzystane w niniejszym raporcie dane pochodzą z badania zrealizowanego w 2013 roku na reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków w ramach projektu *Czy pojedynczy głos ma znaczenie?*, finansowanego ze środków na badania statutowe Uniwersytetu SWPS. N=960.

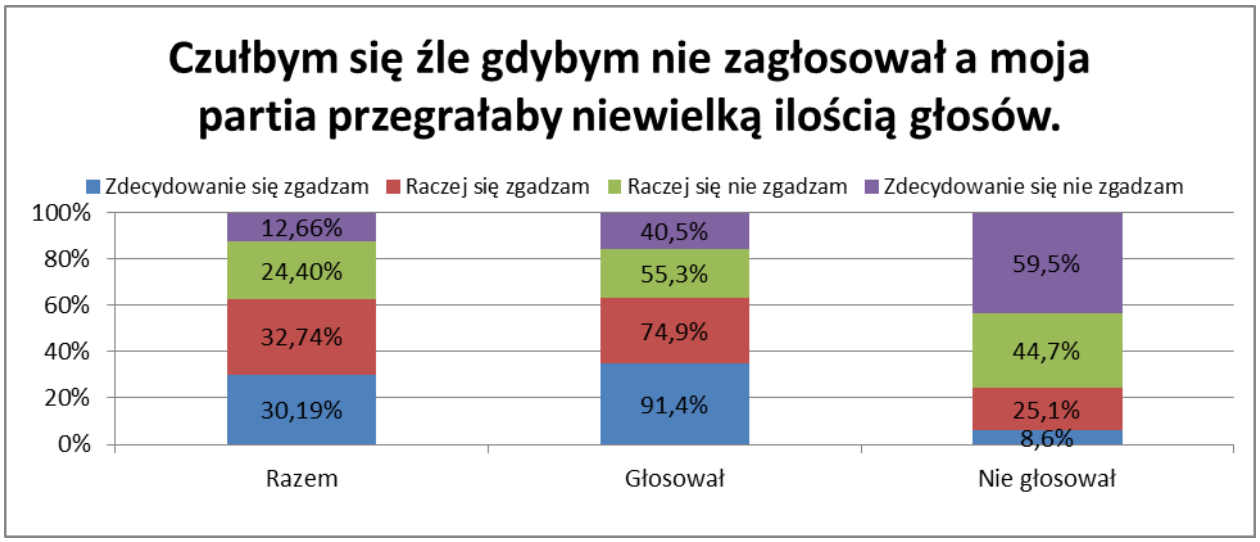
Rysunek 1



Źródło: obliczenia własne.

Szanse na zwycięstwo poszczególnych partii szacuje się na podstawie sondaży przedwyborczych, które nie tylko informują o tym, jakie jest poparcie dla poszczególnych ugrupowań, ale mogą też wpływać na skłonność do głosowania w ogóle i na konkretne partie. Na przykład rosnące poparcie dla małej partii, wskazujące, iż ma ona szanse na przekroczenie progu wyborczego, zachęca jej zwolenników do oddania na nią głosu, który nie będzie „zmarnowany". Także zbliżone wyniki sondażowe dwóch partii będą mobilizować ich sympatyków do pójścia do urn, zwłaszcza jeśli oba ugrupowania mają szanse na wygranie wyborów. W każdej chwili może się okazać, że o wygranej (bądź przekroczeniu progu wyborczego) rozstrzyga stosunkowo mała liczba głosów, a absencja w takiej sytuacji może spowodować wyrzuty sumienia u niegłosujących.

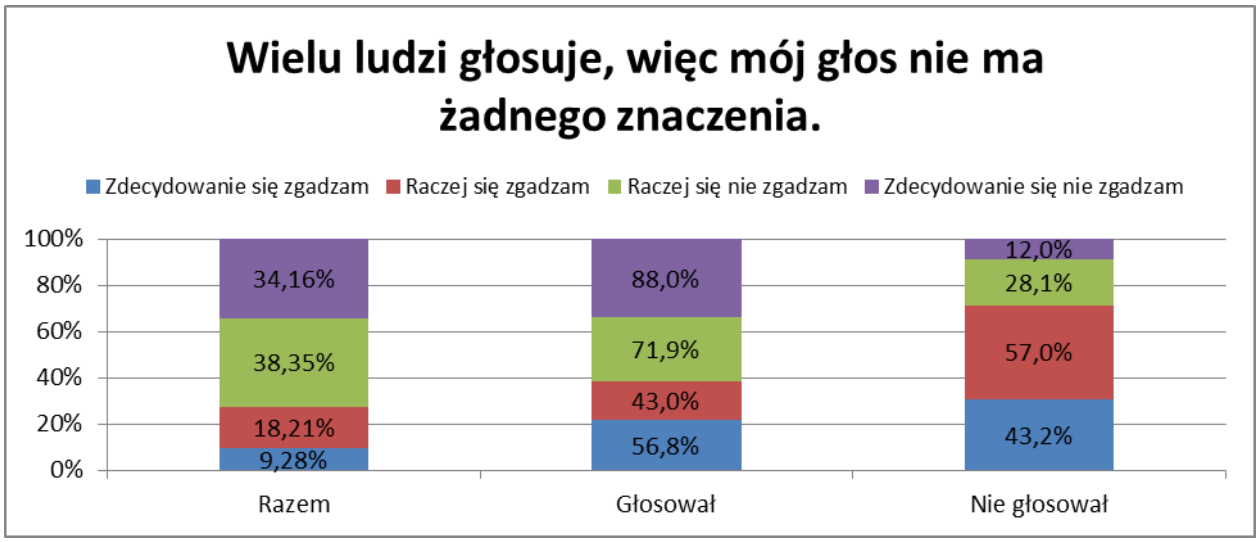
Rysunek 2



Źródło: obliczenia własne.

Ponad połowa respondentów (63%) zgadza się ze stwierdzeniem, że gdyby nie zagłosowali, a ich partia przegrałaby stosunkowo niewielką liczbą głosów, to czuliby się źle (rys. 2). Pogłębiona analiza pokazuje, że w grupie tej dominują osoby, które wskazały jedną z partii jako bliską sobie (jest ich 73%). Chęć „dołożenia cegiełki" do zwycięstwa preferowanej partii zwiększa skłonność do głosowania, zwłaszcza w przypadku bliskiego remisu. Większość respondentów, którzy zgadzają się z powyższym stwierdzeniem (91% tych, którzy zdecydowanie się z nim zgadzają, i 75% tych, którzy raczej się zgadzają), przyznaje, że wzięła udział w ostatnich wyborach parlamentarnych.

Rysunek 3

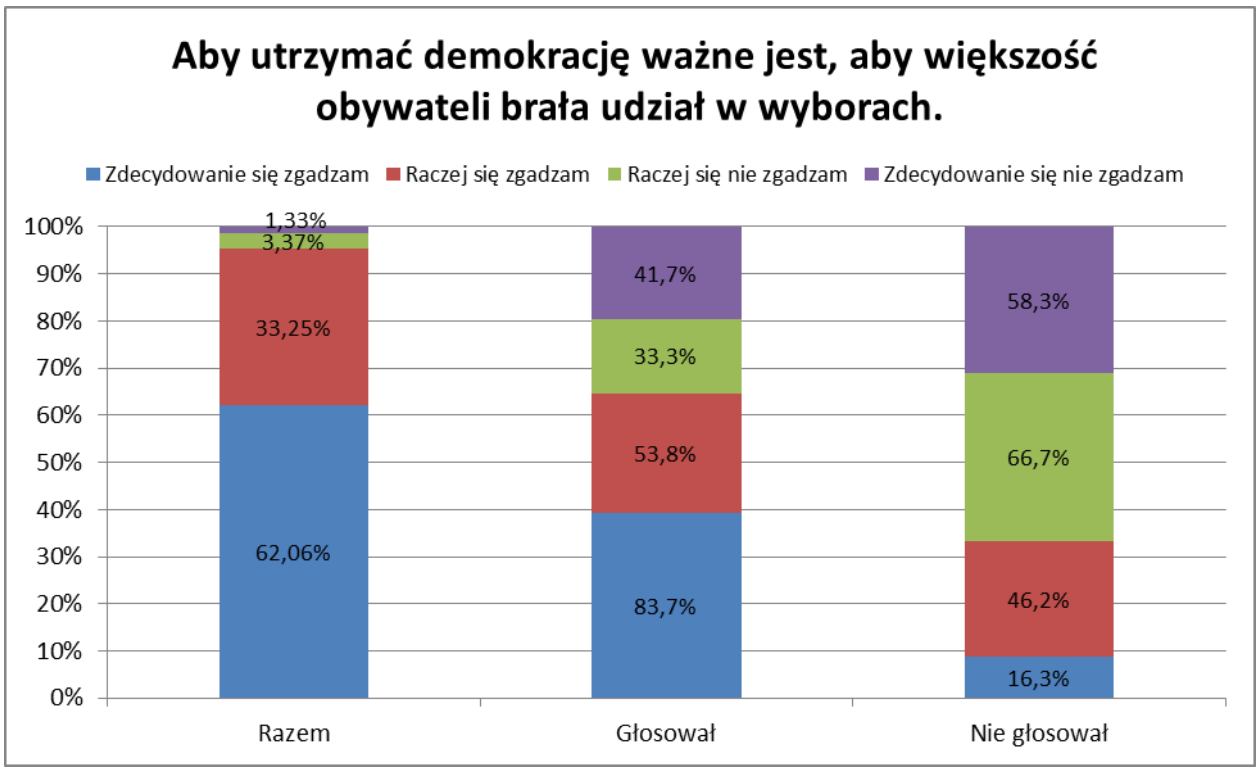


Źródło: obliczenia własne.

Wydawałoby się, że skoro rzeczywiste szanse na to, by o zwycięstwie czy przegranej zadecydowała niewielka liczba głosów, są znikome, to obywatele nie będą brać pod uwagę wpływu swojego głosu na wynik wyborów. Wbrew oczekiwaniom prawdopodobieństwo to okazuje się istotną determinantą głosowania – zaledwie 27% respondentów uważa, że ich głos nie ma żadnego znaczenia, i tylko połowa z nich rzeczywiście nie głosuje (rys. 3). Można przypuszczać, że wyborcy nie liczą na to, że ich głos będzie rzeczywiście rozstrzygający, tylko oceniają prawdopodobieństwo subiektywnie, biorąc pod uwagę nie wpływ pojedynczego głosu, ale np. szanse, że o wyniku rozstrzygnie niewielka liczba głosów. Nie bez wpływu pozostają też oficjalne kampanie zachęcające do głosowania (prowadzone przez państwo, partie czy różne instytucje).

Alternatywą lub dopełnieniem chęci poparcia konkretnej partii przez udział w wyborach może być pragnienie wniesienia wkładu w utrzymanie demokracji. Istnieją różne teorie demokracji, każda jednak potwierdza, że system ten nie może istnieć bez demos, a więc aktywny udział obywateli w polityce (przynajmniej do pewnego stopnia) jest niezbędny do prawidłowego funkcjonowania systemu. Głosowanie stanowi najłatwiejszą i najmniej wymagającą formę partycypacji, a zarazem pozostaje sposobem wyrażenia legitymizacji dla demokracji w ogóle i dla konkretnych władz. Ludzie mogą być przekonani, że jeśli nikt nie będzie brał udziału w wyborach, to demokracja upadnie, głosują więc, by podtrzymać funkcjonowanie tego systemu.

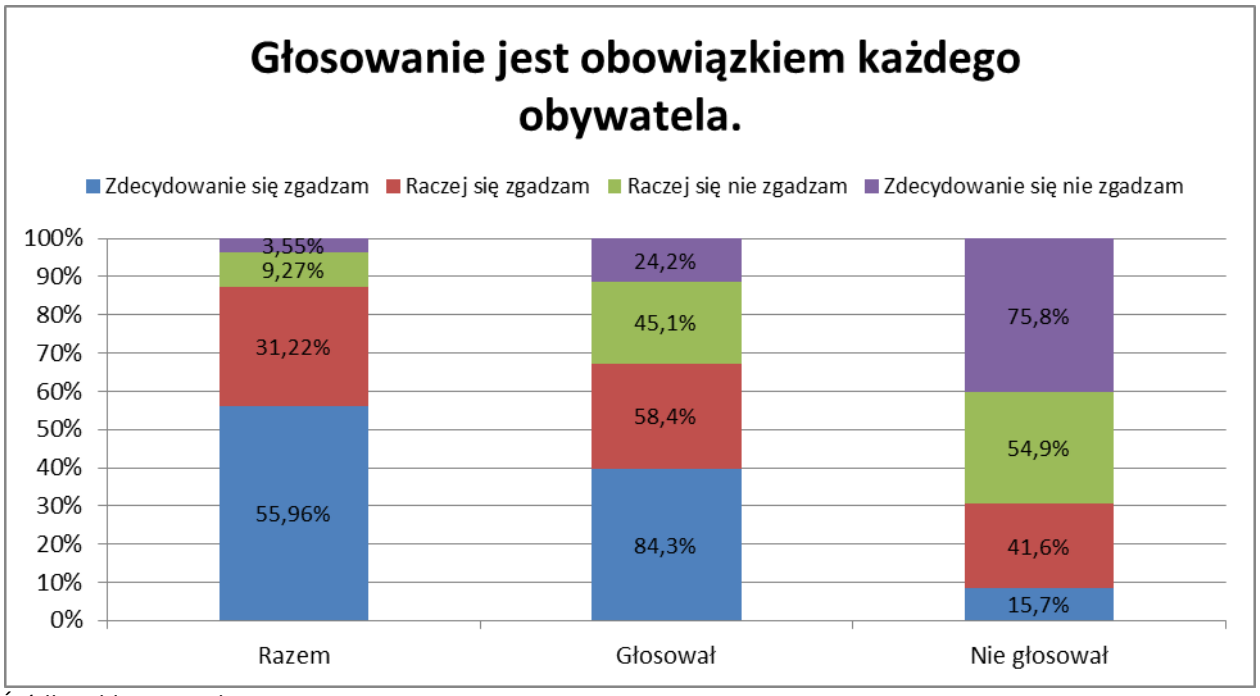
Rysunek 4. Głosowanie jako wkład w utrzymanie demokracji



Źródło: obliczenia własne.

Przekonanie o tym, że dla utrzymania demokracji konieczny jest udział większości obywateli w wyborach, wyraża aż 95% respondentów (w głosowaniu wzięło udział odpowiednio: 84% tych, którzy zgadzają się z tym twierdzeniem, i 54% tych, którzy raczej się z nim zgadzają – rys. 4). To wysoki wynik, zwłaszcza jeśli uwzględni się fakt, iż nie ma minimalnej frekwencji, która zapewniłaby trwanie demokracji i ciągłość rządów (choć mała frekwencja łączy się z brakiem legitymizacji i z nierówną reprezentacją). Niezależnie od liczby obywateli, którzy pójdą do urn, wybory będą ważne, a jedna z partii je zwycięży. Niemniej jednak wynik taki świadczy o tym, iż Polacy traktują wybory jako immanentną część demokracji. Głosowanie może być więc uznane, przynajmniej przez niektórych wyborców, za obywatelski obowiązek.

Rysunek 5



Źródło: obliczenia własne.

Większość wyborców podlegała socjalizacji w tradycji demokratycznej (lub prodemokratycznej), w której głosowanie jest zachowaniem pożądanym, nic więc dziwnego, że za swój obowiązek uważa je aż 87% respondentów (rys. 5). Można zatem zakładać, że Polacy głosują, by odczuć zadowolenie z powodu postępowania zgodnego z ich wzorcem zachowania: „z przestrzegania etyki głosowania (...), z wyrażenia przynależności do systemu politycznego (...), wyrażenia preferencji partyjnych (...), satysfakcji z podejmowania decyzji, oddania głosu (...), wyrażenia politycznego sprawstwa3".

Warto zauważyć, że odsetek respondentów, według których głosowanie jest obowiązkiem każdego obywatela, różni się w poszczególnych grupach wiekowych. Procent badanych, którzy zgadzają się z powyższym stwierdzeniem, okazuje się najwyższy wśród najstarszych respondentów (uważa tak

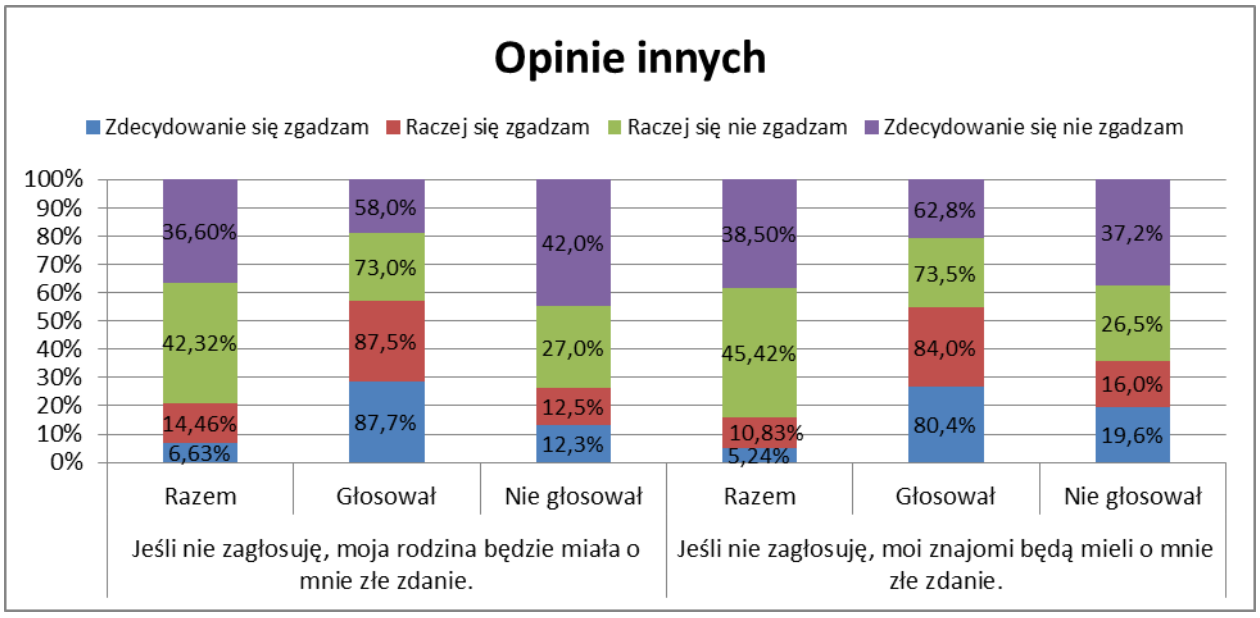
[3] W. Riker, P. Ordeshook, *A Theory of the Calculus of Voting*, „American Political Science Review" 1968 nr 62(1), s. 28.

92% osób powyżej 56. roku życia), choć także stosunkowo dużo (89%) obywateli pomiędzy 26. a 35. rokiem życia sądzi, że udział w wyborach to ich obowiązek. Najmniej respondentów przekonanych o obywatelskim obowiązku znajduje się w grupie najmłodszej (18–25 lat). Ma to związek z faktem, iż poczucie obywatelskiego obowiązku nie jest nam z góry dane, lecz nabywamy je w procesie socjalizacji. Udział w kolejnych wyborach sprawia bowiem, że wyborcy nie tylko zdobywają wiedzę niezbędną do głosowania, ale także wykształcają poczucie obywatelskiego obowiązku i politycznego sprawstwa. Dlatego też szczególnie ważne wydaje się socjalizowanie młodych ludzi do partycypacji wyborczej, nie tylko w pierwszych wyborach, w których będą uprawnieni do głosowania, ale także wcześniej (np. poprzez wybory do samorządów szkolnych).

Poczucie obywatelskiego obowiązku zależy też od poziomu zainteresowania polityką – im większe jest zainteresowanie, tym wyższy okazuje się odsetek osób przekonanych o tym, że głosowanie stanowi ich powinność (w grupie bardzo zainteresowanych wynosi 95%, wśród niezainteresowanych spada do 76%); nie zależy natomiast od wykształcenia ani płci.

Koncepcja obywatelskiego obowiązku ściśle łączy się też z wpływem społecznym. W przypadku zachowań pożądanych, a za takie można uznać głosowanie, społeczeństwo wytwarza system zachęt dla tych, którzy spełniają oczekiwania, i kar dla tych, którzy zachowują się inaczej, niż zakładano. Otoczenie ma także znaczenie w przypadku wyborów, kiedy to zachowanie najbliższych (rodziny, znajomych itp.) w znacznym stopniu determinuje decyzję o tym, czy i na kogo zagłosować.

Rysunek 6



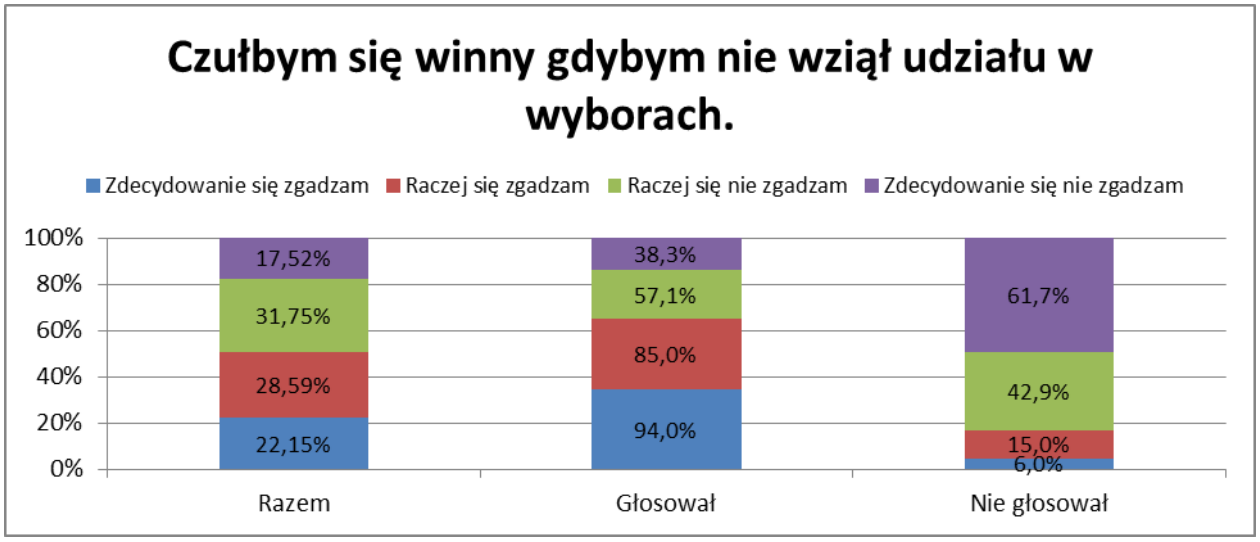
Źródło: obliczenia własne.

Można oczekiwać, że skoro udział w wyborach jest społecznie pożądany, to społeczeństwo będzie karać za absencję. Nie potwierdzają tego dane: tylko 21% respondentów zgadza się lub raczej się zgadza ze stwierdzeniem, że jeśli nie zagłosują, to rodzina będzie miała o nich złe zdanie; 16% zaś, że

źle pomyślą o nich znajomi (rys. 6). Wynik taki można przypisać wysokiemu poziomowi absencji wyborczej i związanej z tym dużej akceptacji społecznej dla niegłosowania (w niektórych grupach społecznych można mówić wręcz o pożądanej absencji, która najczęściej stanowi formę alienacji z systemu politycznego bądź protestu).

Warto zauważyć, że opinie otoczenia wydają się szczególnie istotne dla osób z najstarszych grup wiekowych – co trzeci badany powyżej 56. roku życia zgadza się ze stwierdzeniem, że jeśli nie zagłosuje, to rodzina będzie miała o nim złe zdanie, natomiast co piąty respondent z tej kategorii wiekowej uważa, że absencja wpłynie negatywnie na opinię znajomych. Dla porównania: z opiniami tymi zgadza się co dziesiąty respondent pomiędzy 18. a 25. rokiem życia. Wynik taki koreluje z czynnikiem, jakim jest integracja społeczna związana z osiadłym trybem życia, a co za tym idzie – z możliwością wytwarzania silnych więzi lokalnych, które są mocniejsze w przypadku osób starszych.

Rysunek 7

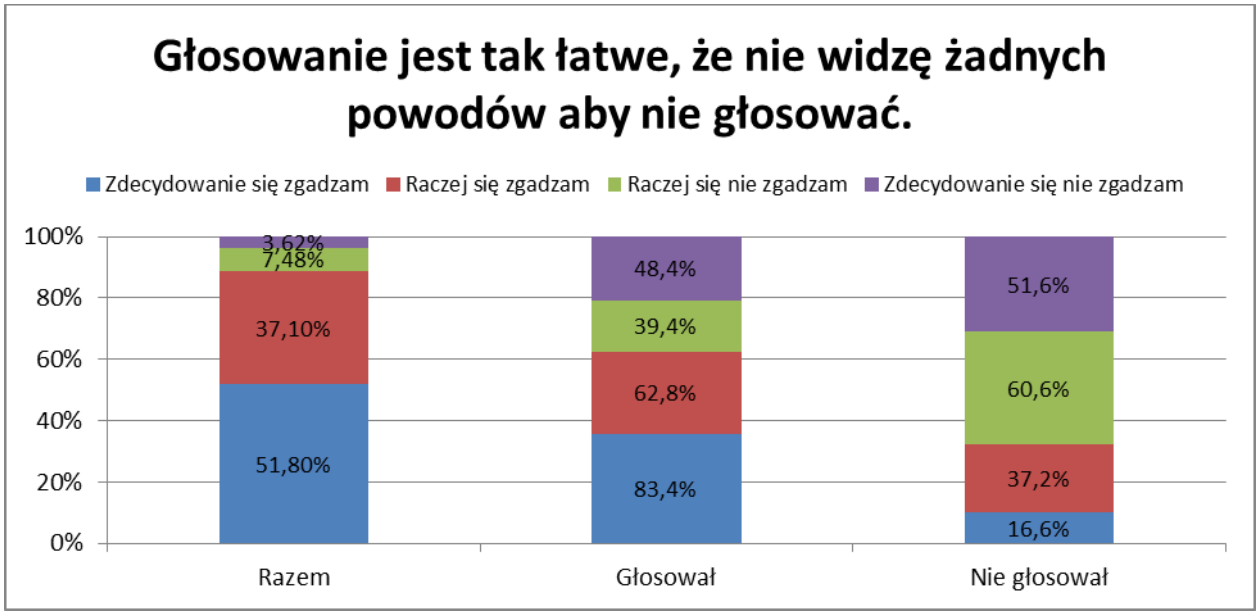


Źródło: obliczenia własne.

Badanie pokazuje, że na decyzję o głosowaniu bardziej wpływa własne złe samopoczucie, które byłoby spowodowane absencją wyborczą, niż opinie otoczenia: połowa respondentów przyznaje, że czułaby się winna, gdyby nie wzięła udziału w wyborach (rys. 7).

Być może przyczyną tego są koszty, jakie wiążą się z udziałem w wyborach. Z jednej strony są to koszty głosowania *per se* (wyborca musi udać się do lokalu wyborczego i oddać głos, co jest czasochłonne i często wymaga nakładów finansowych, np. wydatków na paliwo, bilet itp.), z drugiej zaś koszty zdobycia i przetworzenia informacji dotyczących głosowania i decyzji wyborczej (obywatel musi dowiedzieć się, gdzie znajdują się lokale wyborcze, przyswoić procedury, zapoznać się z kandydatami i kluczowymi kwestiami kampanii).

Rysunek 8. Postrzegane koszty głosowania



Źródło: obliczenia własne.

Mimo to głosowanie jest najmniej kosztowną z dostępnych form partycypacji, gwarantującą wszystkim jednakowy wpływ i niewiążącą się praktycznie z żadną osobistą odpowiedzialnością. Potwierdzają to nasze badania – według niemal wszystkich Polaków głosowanie jest tak łatwe, że nie widzą oni żadnych powodów, aby nie brać udziału w wyborach (odpowiedzi takiej udzieliło niemal 90% respondentów – rys. 8). Aż 83% tych, którzy zgadzają się z tym stwierdzeniem, i 63% tych, którzy raczej się z nim zgadzają, zagłosowało w ostatnich wyborach parlamentarnych w 2011 roku. Niemniej jednak dość liczna jest także grupa niegłosujących.

Dlaczego więc połowa Polaków nie głosuje? Często absencja powodowana jest przez czynniki, które można uznać za niezależne od wyborcy: stan zdrowia (najczęściej wymieniany przez najstarszych respondentów, powyżej 56. roku życia), pracę bądź wyjazd (powody przywoływane przez respondentów młodszych, głównie 26–35-latków, choć często wspominane także przez osoby mające 18–25 i 36–45 lat – tab. 2).

Tabela 2

Nie głosowałem(am)…	Razem	Grupa wiekowa					
		18–25	26–35	36–45	46–55	56–65	66+
ponieważ polityka mnie nie interesuje	20,4%	26,5%	24,6%	18,4%	25,0%	12,8%	8,8%
ponieważ nie wierzę politykom	18,5%	10,2%	24,6%	23,7%	17,5%	20,5%	11,8%
ze względu na stan zdrowia	14,3%	6,1%	4,6%	5,3%	7,5%	23,1%	52,9%
ze względu na pracę lub wyjazd	13,2%	16,3%	20,0%	15,8%	12,5%	5,1%	2,9%
ponieważ pojedynczy głos i tak niczego nie zmieni	10,6%	16,3%	6,2%	7,9%	10,0%	10,3%	14,7%
ponieważ nie potrafiłem(am) wybrać pomiędzy kandydującymi partiami	8,3%	10,2%	4,6%	15,8%	7,5%	10,3%	2,9%
żeby zaprotestować przeciwko sposobowi rządzenia w naszym kraju	4,9%	4,1%	7,7%	0,0%	5,0%	10,3%	0,0%

ze względu na trudności z dotarciem do lokalu wyborczego	4,2%	6,1%	7,7%	0,0%	0,0%	2,6%	5,9%
ponieważ żadna partia nie ma odpowiedniego programu	3,4%	2,0%	0,0%	7,9%	7,5%	5,1%	0,0%
ponieważ nie czułem(am) się dostatecznie poinformowany(a) o tych wyborach	1,5%	2,0%	0,0%	0,0%	7,5%	0,0%	0,0%
ponieważ zapomniałem(am) o wyborach	,8%	0,0%	0,0%	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Liczebność grup	265	49	65	38	40	39	34

Źródło: obliczenia własne.

Najczęściej jednak respondenci, niezależnie od grupy wiekowej, jako przyczyny absencji przywołują: niezainteresowanie polityką, brak zaufania do polityków i niewiarę w to, że pojedynczy głos może cokolwiek zmienić. Są to czynniki, które powtarzają się niemal we wszystkich badaniach powyborczych i świadczą o alienacji obywateli z systemu politycznego.

Jak więc zwiększyć frekwencję wyborczą? Trudno walczyć z brakiem zainteresowania polityką, choć świadomość tego, że polityka wpływa na nasze życie, a my mamy szansę o niej w pewien sposób decydować, może nakłonić ludzi do głosowania. Optymizmem napawa fakt, że wśród najstarszych wyborców (powyżej 56. roku życia) zainteresowanie polityką wzrasta, być może więc próby zainteresowania nią także młodych obywateli przyniosą pozytywny skutek. Również poczucie politycznego sprawstwa jest umiejętnością, którą można nabyć poprzez aktywne uczestnictwo w różnego rodzaju inicjatywach obywatelskich. Najtrudniej będzie zwalczyć nieufność wobec polityków, których Polacy nie traktują jako swych reprezentantów.

Niemniej jednak promowanie głosowania jako obywatelskiego obowiązku i propagowanie ideału politycznie zaangażowanego obywatela sprawią, że nawet wyborcy, którzy w ofercie politycznej nie odnajdą atrakcyjnej dla siebie propozycji (partii bądź kandydatów spełniających ich oczekiwania), a także ci, którzy są rozczarowani klasą polityczną w ogóle, będą bardziej skłonni do udziału w wyborach. Wszak w głosowaniu nie chodzi o to, by znaleźć partię idealną, ale by wybrać najlepszą spośród dostępnych.