

MĂSURAREA FENOMENULUI PERSONALIZĂRII ÎN POLITICA ROMÂNESCĂ: IMPACTUL LIDERILOR ASUPRA INTENȚIEI DE VOT, 1995-2003

ANDREI GHIORGHITĂ

ABSTRACT: Political leaders are an increasingly influential factor in the elections of contemporary democracies. This increase in the electoral importance of leaders is usually attributed to the changing patterns in media coverage of politics in the age of television. This paper explores the impact of leader evaluations on vote choice in post-communist Romania for nine years (1995-2003). It finds coherent evidence of a moderate level of personalisation in the Romanian politics, that tends to increase during pre-election periods. It also identifies a general decline in the popular confidence in political leaders and a strong need for "new faces" in Romanian politics.

În majoritatea democrațiilor occidentale, ultimele două decenii ale secolului al XX-lea au consacrat un factor explicativ suplimentar pentru înțelegerea mecanismelor votului în alegerile parlamentare: influența liderului politic. Dacă în modelele clasice ale votului, rolul acordat liderilor era unul minor și adeseori cvasi-invizibil, analiștii contemporani vorbesc tot mai mult despre "politica centrată pe candidat" (Wattenberg, 1991), "personalizarea" (Kaase, 1994) sau "prezidențializarea politicii" (Mughan, 1993). Este vorba nu numai despre o asociere tot mai puternică a deciziei electorale în favoarea unui partid sau a altuia cu imaginea liderului său, dar și despre identificarea partidului prin liderul său, printr-un proces de extrapolare a impresiei mediatice observabile asupra realității neobservabile. Cauzele unui atare fenomen au fost cel mai adesea identificate într-o transformare de esență a tiparelor comunicării politice odată cu creșterea importanței televiziunii în rândul mijloacelor de informare (Bean și Mughan, 1989; Popkin, 1993; Mughan, 1995). S-a spus despre televiziune că a produs o restructurare a comunicării politice în regimurile democratice, erijându-se în "principalul mijloc prin care partidele politice își proiectează și conturează propria imagine de masă" (Bean și Mughan, 1989: 1165).

Televiziunea se focalizează asupra ființelor umane dintr-o nevoie firească de "chipuri", în conformitate cu specificul comunicării sale. Nici un alt mijloc de comunicare nu este capabil să releve multitudinea atributelor non-verbale ale actorilor politici într-o manieră la fel de autentică și directă ca televiziunea: aspect fizic, stil, îmbrăcăminte, argumentație, mimică (Popkin, 1993: 363-365). Pe de altă parte, este normal ca teme politice acoperite de către televiziune să fie introduse chiar de către actorii politici însărcinați cu rezolvarea lor, altfel spus de către deținătorii efectivi sau potențiali ai funcțiilor publice. Mai mult, pe măsura creșterii ponderii canalelor private în oferta de televiziune, informarea politică s-a transformat tot mai mult în "infotainment", un amestec de informație ('*information*') și divertisment ('*entertainment*') (Schmitt și Ohr, 2000: 6), în care liderii politici s-au materializat în *superstar*-uri ale vieții politice (Gidengil et al., 2000:3).

Într-un atare context, pentru partidele politice nu a existat alternativă: lipsite de atenția televiziunii, acestea nu ar fi putut obține vizibilitatea necesară succesului electoral

(McAllister, 1996: 287). Forțate să se adapteze comunicării politice prin intermediul televiziunii, partidele au devenit ele însele agenți de personalizare a votului. Impactul acestei adaptări s-a răsfrânt favorabil nu doar la nivelul mijloacelor de comunicare (mass media), ci și la nivelul țintei comunicării politice (electoratul). Aceasta deoarece strategia a răspuns unei necesități imperative, și anume de reducere a costurilor informației pentru alegătorul individual. În timp ce ar fi dificil sau chiar prohibitiv pentru mulți alegători să-și construiască în mod direct o poziție în legătură cu temele politice propuse de partide, o bună parte dintre ei ar putea găsi mai ușor să evalueze liderii politici, pe baza încrederii, aspectului fizic, elocvenței în dezbaterile televizate etc., folosind astfel de evaluări pe post de scurtături informaționale (*information shortcuts*) pentru decizia electorală (Popkin, 1993: 369-370). Pentru cetățeanul obișnuit, este mai ușor să așeze responsabilitatea acțiunilor politice pe umerii unui individ (vizibil, clar identificabil) decât al unei instituții (McAllister, 1996: 287).

Deși nu se poate afirma că liderii politici au devenit mai importanți în conturarea intenției de vot decât partidele sau temele politice, ei constituie factorul cu impactul imediat cel mai ridicat în momente de campanie electorală. Donald Stokes (1966) observa că transformările bruște ale opțiunilor politice în perioadele de campanie electorală pot fi asociate, în mare măsură, cu transformări în percepția electoratului asupra principalilor candidați. Aproape un deceniu mai târziu, Miller și Miller (1975) identificau o tendință de creștere a volatilității electorale pe baza efectelor de lider (McAllister, 1996: 289).

Efectele de lider pot fi resimțite la diferite niveluri ale spațiului electoral. Încercând să sintetizeze aceste dimensiuni, King (2002: 4-7) grupează efectele de lider în două mari categorii: directe și indirecte. *Efectele directe* se referă la influența pe care un lider politic o exercită asupra alegătorilor în virtutea a ceea ce este el/ea, a ceea ce pare a fi și în virtutea modului în care se comportă în cadrul aparițiilor sale publice. Influența *indirectă* este exercitată de către lider nu prin ceea ce el/ea este, ci prin ceea ce face. Aceste efecte iau naștere indirect, pe calea influenței pe care liderul o exercită asupra partidului politic, aparatului administrativ sau guvernământului. Ambele categorii de efecte, observă autorul, sunt de o maximă importanță în conturarea deciziei electorale. Însă, în mod evident, pe măsura transformării canalelor de comunicare politică, posibilitățile de influență directă au crescut pe parcursul ultimelor decenii.

Prezentul articol își propune să testeze ipoteza personalizării intenției de vot pentru cazul României. Analiza este structurată pe patru nivele. La un prim nivel, ne propunem să localizăm conceptul de *lider politic* pe axa organizațional-electoral. În a doua etapă, articolul analizează vizibilitatea și capitalul de încredere al principalilor lideri politici pentru perioada 1995-2003. Analiza efectelor de lider asupra intenției de vot în alegerile parlamentare pentru aceeași perioadă face obiectul celei de-a treia și cea mai consistentă secțiune a acestui articol. În final, două modele de *leadership*, monocefal și bicefal, vor fi testate din perspectiva eficienței transferului de popularitate lider-partid.

Cine sunt liderii politici? O trecere în revistă a evoluției conceptului

În sens larg, conceptul de *lider* cuprinde "orice persoană care îndeplinește oficial sau își asumă spontan – în cadrul unui grup – funcții de conducere" (Radu, 1994: 160). O astfel de definiție pune în evidență două accepțiuni diferite ale conceptului, și anume cazul *liderului formal*, oficial, dar și al *liderului informal* sau neoficial. Dacă liderul formal (șef instituțional) este investit prin numire sau prin alegere într-o funcție de conducere în cadrul unei structuri organizaționale preexistente, liderul informal își bazează poziția de autoritate

exclusiv pe capitalul de încredere pe care i-l acordă membrii grupului – el stârnește în rândul acestora dorința de a se identifica cu el, de a-l urma în toate, este luat drept etalon în toate asocierile și comparațiile.

Date fiind structura puternic instituționalizată a partidelor politice și obiectivele specifice pe care și le propun – controlul asupra aparatului guvernamental, prin dobândirea de funcții publice în cadrul unor alegeri organizate (Downs, apud. Janda, 1993: 165) – liderul formal prezintă o importanță deosebită, motiv pentru care este deosebit de importantă cumulara unei baze de încredere cât mai largi. În acest scop, în contextul caracterului voluntar ce stă la baza asocierii în partide politice, alegerea prin vot democratic constituie o condiție *sine qua non* pentru legitimarea conducătorului. Dacă această condiție este cvasi-suficientă pentru construirea unei legitimități a liderului, pe termen lung menținerea legitimității este dependentă de *performanța* pe care liderul o imprimă grupării pe care o conduce, în cazul de față partidului politic. Iar performanța nu poate fi măsurată decât prin succesul electoral sau, într-o formă intermediară, prin intenția de vot pentru respectivul partid măsurată în populație la un anumit moment.

Problemele în legătură cu identificarea liderului în cadrul partidelor politice se leagă tocmai de natura acestora și, în particular, de multiplele planuri pe care își desfășoară activitatea – intern (în interiorul structurilor de partid), local, parlamentar, guvernamental și, acolo unde este cazul, prezidențial. Această perspectivă multidimensională asupra activității partidului se reflectă într-o multidimensionalitate a *leadership*-ului : există lideri în fiecare plan al acțiunii partidului, a căror influență în rândul formațiunii politice diferă de la un caz la altul. Cumulând clasele, Ware distinge între două categorii de lideri în interiorul unui partid : lideri organizaționali – aleși pe linia organizației de partid de către membrii respectivei formațiuni – și lideri "parlamentari" – denumire generică pentru cei care, prin alegeri, dobândesc funcții publice de putere (Ware, 1996: 257-258). Dacă primii sunt subiecții unei *legitimări interne*, dobândită prin alegerea de către membrii partidului, ceilalți se află în posesia unei *legitimăți naționale*, datorată succesului repurtat în alegerile generale/locale. De aici și o permanentă sursă de tensiuni în ierarhia partidului politic.

Predominanța unei laturi a conducerii ori a celeilalte poate fi și trebuie pusă în legatură cu originea partidului politic. În cazul partidelor de origine intraparlamentară, conducerea organizațională este, de obicei, subordonată conducerii "parlamentare". Organizațiile de partid, în cazul acestor formațiuni politice, își au originile în acele comitete electorale menite să mobilizeze alegătorii în favoarea candidaților și, din acest motiv, sunt lipsite de o bază independentă a puterii. Orice încercare din partea liderilor organizaționali de a-și construi o astfel de bază stârnește, în mod natural, reacția opusă a liderilor "parlamentari" (Ware, 1996: 258). Partidele formate în afara legislativului și-au dezvoltat un set diferit de relații între lideri, în cele mai multe cazuri – excepția notabilă fiind Partidul Laburist din Marea Britanie – liderii organizaționali rămânând actorii cei mai relevanți. Chiar atunci când liderii organizaționali sunt aleși în funcții publice, baza puterii lor rezidă în poziția în structurile de partid și nu în alegerea în funcții publice (Ware, 1996: 258).

După cel de-al doilea război mondial, raportul dintre liderii organizaționali și cei "parlamentari" s-a schimbat decisiv în favoarea ultimilor, în special datorită dezvoltării mass-media. Vizibilitatea deosebită a liderilor aleși în funcții publice le-a oferit un ascendent covârșitor în raport cu organizația de partid. În lumea politică modernă, cei care aspiră la o poziție de vârf în conducerea partidului trebuie să aibă în spate capitalul de imagine oferit de alegerea în funcții publice și, cel mai adesea, un anumit trecut în cadrul organizațiilor de

partid (Ware, 1996: 258). Lipsit de experiența alegerii în funcții publice, candidatul la poziția de lider nu îi poate convinge pe cei responsabili cu alegerea deținătorului respectivei pozitii că are capacitatea de a mobiliza electoratul în favoarea partidului. Este motivul pentru care, cel mai adesea în contextul actual, liderul politic se definește în termeni de "competitor pentru alegerea în funcții publice centrale" (Schmitt și Ohr, 2000: 3).

Surse de date, variabile, operaționalizare

Ipoteza personalizării este, în mod evident, o ipoteză dinamică. Natura unei astfel de ipoteze impune alegerea unei strategii de analiză specifice, de tip longitudinal, pe un interval extensiv de timp. Situația celui care încearcă o astfel de analiză în România este puțin ingrată, dat fiind intervalul scurt de continuitate democratică, precum și sărăcia datelor. Cu toate acestea, în demersul nostru, am pornit de la surse de date dintre cele mai consistente, furnizate de Barometrele de Opinie Publică, elaborate, între 1995 și 2003, la solicitarea Fundației pentru o Societate Deschisă, de către CURS, Metro Media Transilvania, Gallup România și LUAS. Principalele obstacole de care ne-am lovit au fost slaba consecvență a itemilor de chestionar, precum și absența unor întrebări devenite tradiționale în cercetări precum EuroBarometrul, World Values Survey etc.

Dat fiind specificul datelor avute la dispoziție, prin designul de analiză propus ne-am concentrat asupra unor indicatori ai intenționalității comportamentale, și nu ai comportamentului politic efectiv. În analiză au intrat următoarele variabile: indicatori socio-demografici de poziționare a alegătorilor în structura socială, încrederea declarată în lideri politici ai momentului, intenția de vot declarată pentru alegerile parlamentare și pentru alegerile prezidențiale.

Primul pas a constat într-o recodare a variabilelor. Variabila dependentă "intenție de vot", măsurată în chestionarele Barometrului de Opinie Publică prin intermediul întrebării deschise "Dacă duminica viitoare ar avea loc alegeri parlamentare, dumneavoastră cu ce partid sau alianță politică ați vota?", a fost transformată, pentru fiecare dintre partidele introduse în analiză, în câte o variabilă de tip dummy, cu două variante de răspuns: vot pentru partidul X și vot pentru orice alt partid în afară de X. Non-răspunsurile au fost eliminate din baza de date. Au intrat în analiză doar intențiile de vot declarate pentru acele partide politice pe care le-am considerat relevante, atât din punct de vedere politic (au dobândit, în intervalul de timp analizat, reprezentare parlamentară), cât și statistic (acoperă, cumulat, peste 95% din intențiile de vot ale respondenților).¹ Alegerea drept variabilă dependentă a unui indicator al intenției și nu al comportamentului electoral efectiv ne-a fost dictată de două categorii de rațiuni: în primul rând, în România nu există anchete imediat postelectorale – cel puțin ale căror baze de date să fie publice – și, în al doilea rând, alegând un atare design, am exclus situațiile de vot strategic, care, din perspectiva noastră, ar însemna o distorsionare evidentă a obiectului de studiu.²

Variabila independentă "încredere în lideri politici" a fost măsurată în B.O.P. prin intermediul întrebării închise: "Câtă încredere aveți în următoarele personalități politice?", căreia i-au fost asociate șase variante de răspuns: (a) foarte multă; (b) multă; (c) puțină; (d) foarte puțină; (e) nu îl cunosc; (f) nu știu/nu răspund. Răspunsurile au fost recodate după

¹ Dintre partidele relevante, am exclus totuși din analiză Uniunea Democrată a Maghiarilor din România, deoarece resorturile electorale ale acesteia au fost, până în acest moment, exclusiv etnice.ș

² Din rațiuni diferite, alte studii iau în considerare, în mod simultan, indicatori ai intenției de vot, ca și ai comportamentului electoral efectiv (v. Herman Schmitt & Dieter Ohr, 2000), în încercarea de a distinge între *efecte de lider brute* și *efecte de lider nete*.

cum urmează: răspunsurilor de tip (a) le-au fost asociate 2 puncte, celor de tip (b) 1 punct, celor de tip (c) -1 punct și celor de tip (d) -2 puncte. Răspunsurile de tip (f) au fost excluse din analiză, în timp ce un răspuns de tip (e) a fost tratat ca un indicator de *non-vizibilitate politică*. Pe baza scorurilor obținute, am calculat media aritmetică a acestora pentru întregul eșantion la un moment anume, obținând un *indice de încredere pentru un anumit lider*, indice care se înscrie pe un interval de variație [-3; +2].³ O valoare pozitivă a acestui indice este asociată unui nivel mediu de încredere favorabil respectivului lider, în timp ce o valoare negativă reflectă o situație "medie" de neîncredere socială.

Analizele tradiționale ale încrederii în personalități politice recurg, pentru prezentarea rezultatelor, la însumarea categoriilor de încredere, respectiv de neîncredere din răspunsuri, pentru ca apoi să compare cele două totaluri, într-o formulă de tipul: "x% din populație manifestă încredere mare și foarte mare în personalitatea Z, în timp ce (100-x)% din populație manifestă încredere mică și foarte mică în aceeași personalitate". Indicele de evaluare la care am recurs – în formula de calcul prezentată mai sus – are avantajul evident de a introduce un criteriu de ordin calitativ în evaluarea finală. Mai mult, prin obținerea unor scoruri unice pentru fiecare candidat la un anumit moment de timp, indicele permite comparații mai facile și mai nuanțate între scorurile de încredere ale liderilor. Ca revers al medaliei, intervine dezavantajul subiectivității evaluării cantitative a distanțelor între variantele de răspuns. Astfel, dacă unui răspuns de tipul "foarte multă/puțină" i s-ar fi asociat un scor mai mare în valoare absolută (spre exemplu +3/-3)⁴, valorile indicelui ar cunoaște modificări și poziționări sensibil diferite.

Reflectarea liderilor de partid în rândul opiniei publice

Dincolo de diferitele inconveniente pe care lipsa de continuitate în utilizarea itemilor le așează în calea celor interesați, o analiză longitudinală asupra datelor de chestionar nu este, în ultimă instanță, decât o reflectare – mai mult sau mai puțin fidelă – a realităților sociale specifice momentului prelevării datelor. Orice eveniment cu relevanță pentru istoria recentă și-a impregnat, într-un anumit fel, urmele asupra acestor date, aspect ce conferă un plus de validitate unei astfel de analize. Într-o primă etapă, ne-am concentrat asupra evaluării liderilor politici de către eșantioane reprezentative pentru populația adultă cu drept de vot, care au fost chestionate în cadrul Barometrelor de Opinie Publică.

Valorile indicilor de evaluare (calculați în conformitate cu metodologia prezentată anterior) asociați liderilor politici ai principalelor partide pentru perioada 1995-2003 sunt prezentate în Anexa 1. Ca o primă concluzie, se observă variații considerabile în timp, atât între partide și între lideri, cât și în cazul fiecărui lider în parte. Pe perioada 1995-2003, indicele de încredere variază pe intervalul [-1,812; +0,400]. De remarcat că, într-un interval de nouă ani, patru lideri politici au reușit să obțină scoruri de încredere pozitive: Ion Iliescu, Emil Constantinescu, Petre Roman și Teodor Meleșcanu.

³ Forma aparent dezechilibrată pe care o ia intervalul de variație a indicelui se datorează unui anumit dezechilibru prezent în structura variantelor de răspuns oferite subiecților la întrebarea menționată anterior. Astfel, în ultimele opt barometre analizate, intervine o variantă de răspuns suplimentară la întrebarea privind încrederea în personalitățile politice, și anume "deloc", variantă careia nu i se asociază un echivalent funcțional în zona valorizată pozitiv a axei răspunsurilor. Acestei variante de răspuns i-am asociat un scor de -3, care, în situația unei rate a răspunsurilor de 100%, ar fi generat o valoare a indicelui egală cu -3.

⁴ Deci poziționat la o distanță de 2 unități de răspunsurile imediat anterioare, "multă" și "puțină".

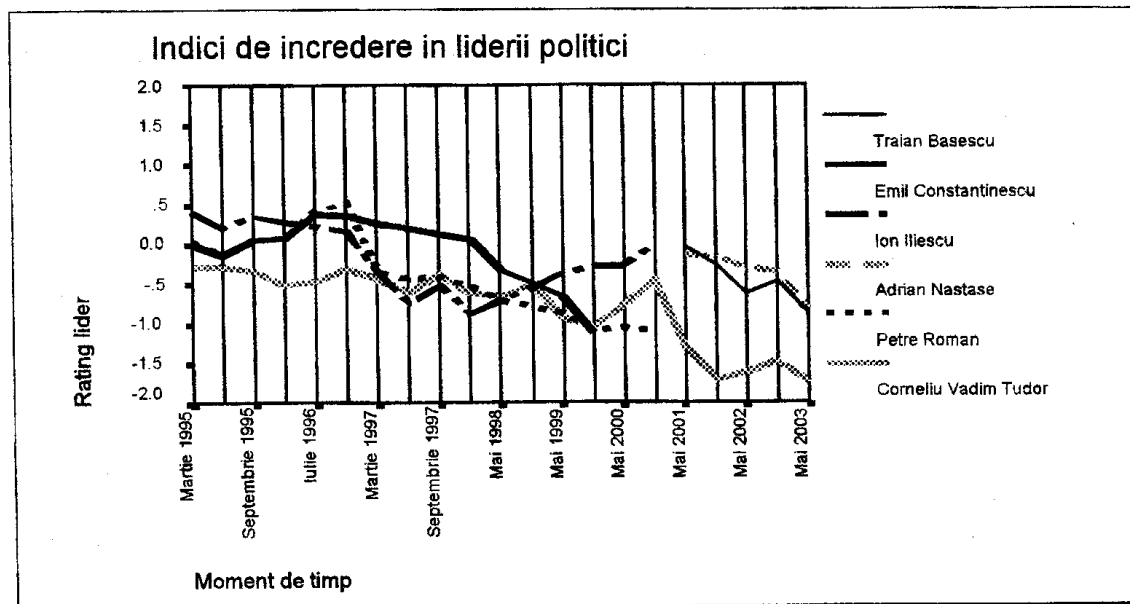


Figura 1. Evoluția încrederii în principalii lideri politici pe intervalul 1995-2003

Ion Iliescu domină o astfel de ierarhie a liderilor politici, obținând în mod constant, pe parcursul a doi ani întregi (1995-1996), în a doua jumătate a mandatului prezidențial 1992-1996,⁵ scoruri pozitive: 0,400 în martie 1995; 0,210 în iunie 1995, 0,350 în septembrie 1995; 0,280 în decembrie 1995; 0,220 în iulie 1996 și 0,150 în octombrie 1996. Performanțele remarcabile în atragerea unui capital de încredere consistent din partea electoratului are și fostul președinte al ApR, Teodor Meleșcanu. Acesta obține scoruri pozitive remarcabile, deși conduce un partid mic (desprins din PDSR), de opoziție, într-un an postelectoral (1997): 0,080 în martie 1997, 0,205 în iunie 1997. Corneliu Vadim Tudor este personalitatea cu cele mai semnificative fluctuații în rating-ul de încredere în perioada 1995-2003. Trebuie remarcată poziționarea sa constantă în zona negativă a indicilor de încredere, explicabilă prin respingerea sa categorică de către anumite categorii ale populației. Totodată, o atenție specială merită capacitatea sa extraordinară de revenire în momente imediat anterioare alegerilor (un progres de 0,210 puncte în anul electoral 1996; un progres de 0,602 puncte în anul electoral 2000).

Dincolo de astfel de variații contextuale, este vizibilă o tendință de deteriorare constantă a scorurilor de încredere pentru toți liderii politici, pe măsura acumulării unei anumite experiențe de gestionare a dimensiunii politice în rândul electoratului. Alternarea la putere, chiar dacă presupune revenirea unor lideri în prim-planul vieții politice, pare a fi însoțită de o uzură generalizată a actorilor politici. În acest sens, demn de remarcat ar fi faptul că, după 1998, nici o personalitate politică semnificativă pentru decizia electorală nu reușește să înregistreze scoruri de încredere pozitive. Situația este valabilă chiar și pentru reprezentanții

⁵ Ne așteptăm ca, în condițiile în care intervine fenomenul uzurii politice înspre sfârșitul mandatului, indicii de încredere ai lui Ion Iliescu pentru primii doi ani de mandat (1993-1994), pentru care nu avem date, să fie cel puțin la fel de remarcabili.

unui partid de guvernământ în perioada imediat postelectorală: în mai 2001, Adrian Năstase, președintele PSD înregistrează un scor negativ de -0,135.

Pentru partidele mari, evaluările liderilor politici tind să se erodeze pe măsura exercitării actului guvernamental și să se înscrie într-o pantă ascendentă în perioadele de opoziție. De remarcat însă că, în cazul alternanței la putere, această pantă ascendentă în opoziție nu mai reușește să urce până la nivelele de încredere atinse la începutul ciclului electoral anterior. Intervine un anumit fenomen de uzură a personalităților politice, care pare să reclame, pe termen mediu, o înnoire periodică a *leadership*-ului.

În ultimul rând, se observă o tendință de acaparare a pozițiilor fruntașe în ierarhia încrederii de către lideri recent aleși sau realeși în funcții executive de vârf, fie în administrația centrală (președinte, prim-ministru), fie în administrația Capitalei (primar general). Această tendință se înscrie într-un efect mai general de "lună de miere" pentru câștigătorii alegerilor, întâlnit cu o frecvență ridicată în democrațiile occidentale.

Efecte de lider asupra intenției de vot în alegerile parlamentare

Etapa următoare a demersului nostru a constat în măsurarea efectivă a gradului de asociere între evaluările liderilor politici de către alegători și intenția de vot pentru partidele pe care aceștia le reprezintă. Este evident că, pentru a susține ipoteza personalizării alegerilor parlamentare, ne așteptăm ca nivelul de asociere identificat să fie semnificativ și să se înscrie într-o dinamică clară. Așa cum accentuam anterior, ipoteza personalizării este o ipoteză dinamică, motiv pentru care testarea acesteia s-a făcut de o manieră longitudinală, încercând să identificăm tendințe pe termen mediu în evoluția fenomenului.

Designul ales pentru a testa această ipoteză se înscrie într-o serie mai largă de tendințe analitice prezente în spațiul academic vest-european și nord-american. Practic am preluat modelul utilizat de Curtice și Blais (2001) în evaluarea trans-națională a efectelor de lider pentru democrațiile parlamentare, adaptându-l pentru itemii concreți puși la dispoziție de Barometrele de Opinie Publică ale Fundației pentru o Societate Deschisă. Într-o primă etapă, am analizat pentru perioada 1995-2003 gradul de asociere între variabilele "încredere în lideri politici" și "intenție de vot pentru alegerile parlamentare". Ne așteptăm ca valori mai ridicate ale coeficienților Gamma (γ)⁶ să corespundă unui plus de personalizare a intenției de vot pentru partidul respectiv, la momentul de calcul. Coeficienții de asociere între cele două variabile, pentru fiecare partid în parte, sunt prezentați în Anexa 2.

⁶ Alegerea coeficientului Gamma (γ), destinat măsurării asocierii între variabile de tip ordinal, poate fi privită cu neîncredere de către o bună parte dintre cititori. Decizia de a recurge la acest indicator are la bază un artificiu epistemologic. Procedura de transformare a variabilei "intenție de vot pentru alegerile parlamentare" (măsurată prin întrebarea "Dacă duminică viitoare ar avea loc alegeri parlamentare, dumneavoastră cu ce partid sau alianță politică ați vota?") în variabile de tip dummy introduce un criteriu ordinal în vechea variabilă nominală. Altfel spus, dihotomizarea clară (de tip A și non-A) introduce ordine între categorii. În această accepțiune, a avea voturi (deci intenția de vot pentru un partid) înseamnă mai mult decât a nu avea voturi (deci lipsa intenției de vot pentru un partid). În aceste condiții, considerăm noi, putem vorbi despre măsurarea asocierii dintre două variabile ce pot fi considerate ordinale. Pentru acei dintre cititori care nu vor accepta prezentul argument, am măsurat aceeași asociere și sub forma coeficienților de contingență (C) – mai puțin sensibili pentru situația descrisă – în Anexa 3.

O primă remarcă ține de dispunerea longitudinală a valorilor: nivelul de personalizare pare să urmeze o tendință ascendentă pe parcursul unui ciclu electoral. Dacă, imediat după confruntarea electorală, indicii de personalizare cunosc un declin brusc, pe măsura apropierii alegerilor simpatia pentru un anumit lider pare să se translateze într-o tot mai mare măsură în intenții de vot pentru acea formațiune politică. Explicațiile pentru acest fenomen pot fi asociate unor tendințe descrise în subcapitolul anterior: astfel, după alegere sau realegere, titularii funcțiilor executive vizibile, cumulează o bază extrem de largă de încredere, care, de cele mai multe ori, transcende atașamentele partizane. Acești lideri obțin scoruri mari de încredere, care nu se regăsesc în intenția de vot pentru partidul care i-a propulsat, caz în care coeficienții de asociere cunosc un declin evident. Este cazul PSD (după câștigarea alegerilor generale), în mai 2001 (0,624) și noiembrie 2001 (0,602).

Pentru partidele care pierd alegerile, situația imediat postelectorală este întrucâtva inversă. Partidul își păstrează intenția de vot din momentul alegerilor, însă liderul cunoaște un deficit de încredere semnificativ. Într-un fel, acestuia i se reproșează pierderea alegerilor de către partidul respectiv și i se acordă un "vot de neîncredere" de către electoratul specific. Ecartul instaurat între lider și partid se reflectă în coeficienți de asociere scăzuți. Este cazul lui Valeriu Stoica și al PNL după alegerile din 2000 (coeficienți Gamma de 0,531 în mai 2001 și de 0,560 în noiembrie 2001). Într-o astfel de situație, un lider este apreciat ca suferind de o anumită uzură a imaginii și este descalificat de către electoratul partidului. În fond, un astfel de caz nu este decât un surrogat de personalizare a votului, care însă beneficiază de un plus de raționalitate decizională.

Votul pentru alianțe politice tinde să fie mai puțin personalizat decât pentru partide individuale. CDR obține constant scoruri de personalizare mai scăzute decât ceilalți competitori, situație valabilă și pentru perioada de existență a USD. Explicația unei atare situații ține de specificul agregativ multiplu al bazelor de susținere în cazul alianțelor de partide. În mod necesar, liderul electoral provine din una dintre formațiunile politice componente și nu beneficiază de încrederea necondiționată a susținătorilor celorlalte partide din alianță. Situația poate și pare să fie depășită după o perioadă de "acomodare" între lider și electorat.

Intenția de vot pentru partidele mici (PRM între 1997 și 2000, ApR în aceeași perioadă) pare să fie într-o mai mare măsură asociată cu evaluările liderilor. Incapabile să-și demonstreze eficiența guvernamentală, resorturile lor pentru a mobiliza resurse electorale țin exclusiv de imagine, iar liderii acestora sunt singurii care au șansa de a atinge un nivel de vizibilitate adecvat.

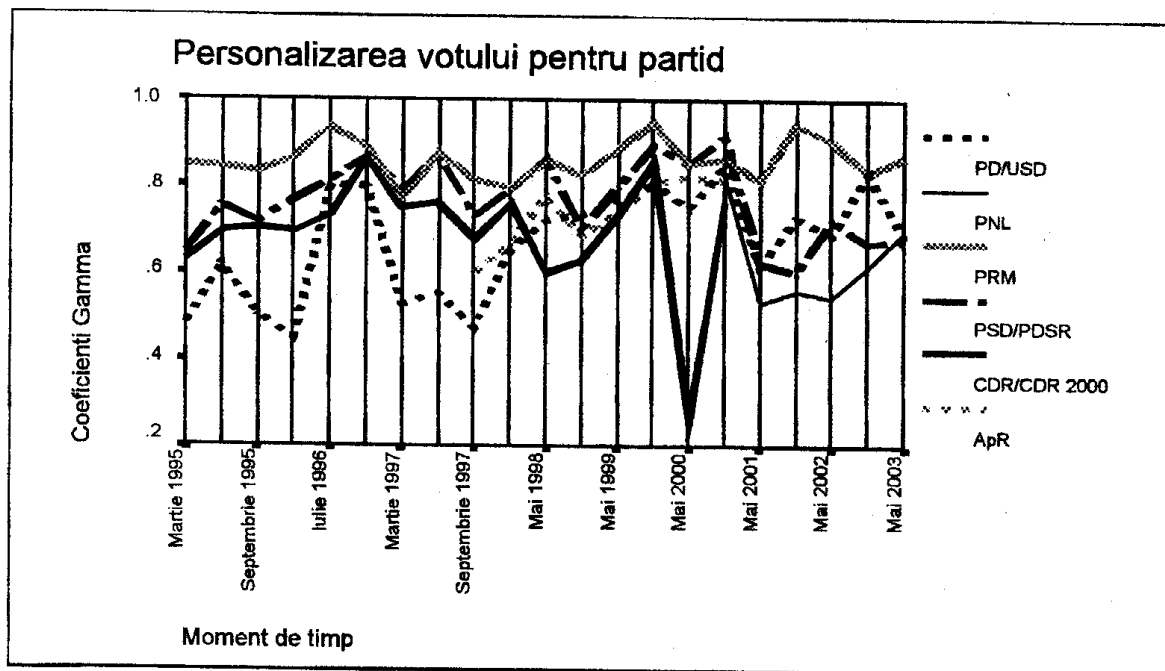


Figura 2. Evoluția efectelor de lider asupra intenției de vot în alegerile parlamentare, 1995-2003 (Măsurări ale asocierii între evaluările liderului politic și intenția de vot pentru partidul pe care îl reprezintă – coeficienți Gamma)

PRM pare să atingă cele mai înalte cote de personalizare dintre partidele semnificative. Pe parcursul a nouă ani, scorurile sale nu coboară decât de două ori sub 0,8, în ambele cazuri la început de ciclu electoral (0,773 în martie 1997 și, respectiv, 0,795 în decembrie 1997). Corneliu Vadim Tudor pare să fie personalitatea care reușește cel mai bine să-și mobilizeze capitalul de simpatie în favoarea partidului. Partidul se identifică cu el și nu oferă alternative de personalități. C.V. Tudor poate fi iubit sau poate fi urât, iar prima atitudine se translatează în mod automat în voturi pentru partid. Simbolic vorbind, PRM este "tribuna", fără de care nu poate fi audiat "tribunul", și a vota partidul ține de perpetuarea narcotismului discursiv al liderului.

Probleme de compatibilitate lider-partid par să fie o constantă a existenței Partidului Democrat. În momentele de succes, nici Petre Roman și nici Traian Băsescu nu reușesc să-și transfere popularitatea asupra partidului, iar indicatorii de asociere, cu rare excepții, rămân scăzuți. Cei doi lideri iradiază un mesaj personal, de cele mai multe ori ignorându-și propriul partid.

Într-o a doua etapă, în scop confirmatoriu, am urmărit evoluția raportului între frecvențele de răspuns pentru categoriile variabilei "intenția de vot pentru alegerile prezidențiale" și categoriile corespunzătoare variabilei "intenția de vot pentru alegerile parlamentare" pentru datele din aceleași Barometre de Opinie Publică (1995-2003), dar și pentru rezultatele concrete ale alegerilor din 1996 și 2000 (Anexa 4). Așteptările noastre vizau un raport

supraunitar pentru situațiile în care candidatul în alegerile prezidențiale funcționează ca "locomotivă electorală", altfel spus transferă popularitate partidului și nu invers.

Rezultatele analizei par să confirme tendințele observate anterior. În primul rând, se observă o tendință clară de personalizare a intenției de vot în apropierea confruntărilor electorale. Asocierea între intenția de vot pentru parlament și intenția de vot pentru președinție cunoaște un trend descendent în perioada post-electorală, pentru a deveni pregnantă în perioada imediat premergătoare alegerilor. Situația este justificabilă nu doar printr-o creștere a influenței liderului – datorată mediatizării superioare – asupra deciziei de vot, ci și prin reperarea monodimensională a liderului-candidat în cazul fiecărui partid. Astfel, creșterea bruscă a scorurilor din Anexa 4 odată cu apropierea alegerilor trebuie pusă în bună măsură pe seama identificării unui lider-candidat la președinție sigur din partea fiecărei formațiuni politice. Atunci când candidatul este oficial nominalizat, intențiile de vot înspre alternative din cadrul aceluiași partid – datorate formei predominant deschise pe care o ia întrebarea – dispar, concentrându-se asupra candidatului oficial.

Leadership bicefal și proba eficienței

În contextul simultaneității alegerilor parlamentare și prezidențiale, partidele au la dispoziție două alternative: fie vor delega responsabilitățile de imagine dinspre liderul organizațional – cel mai adesea și lider "parlamentar" – înspre un candidat la președinție aflat în posesia unui capital de încredere suficient de ridicat, caz în care vorbim despre un *leadership bicefal*, fie își nominalizează liderul formal drept candidat în cursa prezidențială, situație la care ne vom referi în termenii de *leadership monocefal*. La implicațiile unei astfel de alegeri ne vom referi în această ultimă parte, analizând implicațiile strategiei alese de PNL și CDR 2000 pentru alegerile din 2000. Acestea au recurs la nominalizarea pentru alegerile prezidențiale a unor candidați din exteriorul partidului, evaluați cu cote remarcabile de încredere, și anume Theodor Stolojan, respectiv Mugur Isărescu.

Cum au evoluat aceste formațiuni la capitolul intenție de vot? Pentru a avea o imagine mai clară, am recurs la o analiză a întregului sistem de partide pentru perioada imediat anterioară alegerilor.

În B.O.P. realizat de CURS în noiembrie 2000, pe date prelevate în primele două săptămâni ale lunii octombrie 2000 – deci chiar în perioada de debut a campaniei electorale – principalele formațiuni politice erau creditate cu următoarele intenții de vot : PDSR 52,4%, PRM 13,4%, PNL 9,6%, UDMR 7,2%, CDR 2000 6,5% și PD 4,6%. Chiar dacă marja de eroare de $\pm 2,3\%$ asumată de către cei ce au realizat sondajul ne împiedică să tragem concluzii suficient de "tari", putem totuși face câteva observații pertinente.

Care au fost sporurile electorale ale acestor partide pe perioada campaniei electorale⁷? PDSR realizează un recul de 15,5%, în timp ce PRM, al doilea clasat, este subiectul unui salt de 6,8%. În cazul celorlalte partide ne confruntăm cu sporuri electorale de -2,4% pentru PNL, -1,3% pentru CDR 2000 și 0,5% pentru PD. Este evident că cea mai mare parte a diferențelor între prognoza electorală și rezultatele efective ale alegerilor pot fi puse – în cazul PDSR și PRM – pe seama *efectului de spirală a tăcerii*,⁸ relevat de

⁷ În evaluarea scorurilor electorale ale partidelor în alegeri, am folosit ca referențial media procentelor obținute la alegerile pentru Senat și Camera Deputaților de către respectivele formațiuni politice.

⁸ Concretizat într-o supraevaluare a intenției de vot pentru primul clasat – cazul P.D.S.R. – și o subevaluare a intenției de vot pentru partide valorizate ca indezirabile din punct de vedere social – cazul P.R.M.

Elisabeth Noelle-Neumann, ca și a realităților de ordin demografic în structura participării electoratului specific fiecărui partid politic. Dincolo de aceste efecte, putem observa un recul semnificativ în scorurile partidelor care au ales o strategie de *leadership bicefal*, chiar dacă capitalul electoral al candidatului la președinție a depășit cu mult scorurile partidelor reprezentate, în timp ce partidele cu o *conducere monocefală* – cu excepția PDSR, din rațiunile menționate anterior – au înregistrat o creștere în simpatie. În concluzie, atât PNL, cât și CDR 2000 au eșuat în transferul de resurse de simpatie dinspre candidatul la președinție înspre partid.

În aceste condiții, era de așteptat să existe o asociere mai puternică între intenția de vot pentru aceste partide și imaginea liderilor organizaționali – mai puțin populari -, decât între respectiva intenție de vot și imaginea candidaților la președinție. În acest scop, am calculat indicatorii de asociere între rating-ul de încredere al liderului formal al unui partid și intenția de vot pentru respectivul partid pe de-o parte, și rating-ul candidatului la președinție al partidului și intenția de vot pentru respectiva formațiune pe de altă parte, conform B.O.P. din noiembrie 2000.⁹ Rezultatele infirmă presupunerea noastră, în ambele cazuri asocierea între imaginea candidatului și intenția de vot pentru partidul reprezentat (0,237 în cazul C.D.R. 2000, respectiv 0,351 în cazul P.N.L.) fiind mai puternică decât cea între imaginea liderului formal și intenția de vot pentru partid (0,209 în cazul C.D.R. 2000, respectiv 0,145 în cazul P.N.L.).

Concluzii

Demersul analitic anterior și-a propus să testeze, pentru cazul României, influența diferitelor tipuri de lideri pentru mobilizarea resurselor electorale în favoarea partidului pe care îl reprezintă. În termenii consacrați de literatura occidentală, am încercat să măsurăm gradul de *personalizare* a deciziei electorale sau – într-o accepțiune mai nouă – gradul de *prezidențializare a votului parlamentar*. În cele ce urmează, vom încerca să rezumăm principalele concluzii decelate în urma acestei analize:

(1) Mediul politic românesc cunoaște o personalizare moderată, ce variază în timp și de la un partid la altul. Nivelul fenomenului pare a fi însă ușor inferior situației înregistrate în multe dintre democrațiile occidentale.

(2) Gradul de personalizare tinde să cunoască o dispunere ascendentă pe parcursul unui ciclu electoral, accentuându-se semnificativ în perioada imediat premergătoare alegerilor.

(3) Intenția de vot pare a fi mai personalizată în cazul partidelor mici decât în cazul partidelor mari.

(4) Votul pentru alianțe de partide tinde să fie mai puțin personalizat decât votul pentru partide independente.

(5) Se observă o tendință accentuată de erodare a actorilor ce au dominat scena politică în ultimii 12 ani, ca și o scădere a încrederii în actul politic în sine.

⁹ Variabila "intenție de vot pentru alegerile parlamentare" a făcut din nou obiectul unei recodări în mai multe variabile de tip dummy, care să reflecte intenția de vot pentru un anumit partid și intenția de vot "contra" aceluși partid (pentru oricare alt partid politic). De asemenea, variabila "încredere în personalități politice" a făcut obiectul unei recodări în doar două categorii (*încredere exprimată și neîncredere exprimată*).

(6) Funcțiile executive de prim rang conferă deținătorilor un plus de vizibilitate și un plus de încredere în rândul alegătorilor.

(7) Strategia de delegare a funcției electorale dinspre liderul organizațional înspre un lider-candidat extern pare a fi însoțită de consecințe negative în plan electoral.

REFERINȚE

- Bean, Clive & Anthony Mughan (1989) "Leadership Effects in Parliamentary Elections in Australia and Britain", în *American Political Science Review*, nr. 4, vol. 83, decembrie 1989.
- Curtice, John & André Blais (2001) "Follow My Leader ? A Cross-National Analysis of Leadership Effects in Parliamentary Democracies", lucrare prezentată la Conferința Anuală a Asociației Americane de Științe Politice, 2001.
- Gidengil, Elisabeth; André Blais; Richard Nadeau & Neil Nevitte (2000) "Are Party Leaders Becoming More Important to Vote Choice in Canada ?", lucrare prezentată la Conferința Anuală a Asociației Americane de Științe Politice, 2000.
- Janda, Kenneth (1993) "Comparative Political Parties. Research and Theory", în Ada W. Finifter (ed.), *Political Science. The State of the Discipline II*, Washington DC: American Political Science Association.
- Kaase, Max (1994) "Is There Personalization in Politics ? Candidates and Voting Behavior in Germany", în *International Political Science Review*, No. 3, Vol. 15, iulie 1994.
- King, Anthony (2002) "Do Leaders' Personalities Really Matter?", în Anthony King (ed.), *Leaders' Personalities and the Outcomes of Democratic Elections*, Oxford: Oxford University Press.
- McAllister, Ian (1996) "Leaders", în Lawrence LeDuc; Richard G. Niemi & Pippa Norris (eds.), *Comparing Democracies. Elections and Voting in Global Perspective*, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Miller, Arthur E. & Warren E. Miller (1975) "Issues, Candidates, and Partisan Divisions in the 1972 American Presidential Election", în *British Journal of Political Science*, Vol. 5, pp. 393-434.
- Mughan, Anthony (1993) "Party Leaders and Presidentialism in the 1992 British Election: A Postwar Perspective", în David Denver; Pippa Norris, David Broughton & Collin Rallings (eds.), *British Elections and Parties Yearbook*, London: Whitesheaf.
- Mughan, Anthony (1995) "Television and Presidentialism: Australian and U.S. Legislative Elections Compared", în *Political Communication*, Vol. 12, pp. 327-342.
- Popkin, Samuel (1993) "Decision Making in Presidential Primaries", în Shanto Iyengar & William J. McGuire (eds.), *Explorations in Political Psychology*, Durham, NC: Duke University Press.
- Popkin, Samuel (1994) *The Reasoning Voter. Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Radu, I. (1994) "Aspecte psihologice ale conducerii", în I. Radu ; P. Iluț & M. Matei, *Psihologia socială*, Cluj-Napoca: Ed. Exe S.R.L.
- Schmitt, Hermann & Dieter Ohr (2000) "Are Party Leaders Becoming More Important in German Elections ? Leader Effects on the Vote in Germany, 1961-1998", lucrare prezentată la Conferința Anuală a Asociației Americane de Științe Politice, 2000.
- Stokes, Donald E. (1966) "Some Dynamic Elements of Contest for the Presidency", în *American Political Science Review*, Vol. 60, pp. 19-28.
- Ware, Alan (1996) *Political Parties and Party Systems*, Oxford: Oxford University Press.
- Wattenberg, Martin P. (1991) *The Rise of Candidate-Centered Politics. Presidential Elections of the 1980s*, Cambridge: Harvard University Press.

MĂSURAREA FENOMENULUI PERSONALIZĂRII ÎN POLITICA ROMÂNEASCĂ..

Anexa 1. Indici de încredere pentru principalii lideri politici între 1995 și 2003

| Prelevare date | Partide politice | | | | | | Guvernare |
|-----------------|------------------|----------------|--------|--------|-----|-----------|-----------|
| | PDSR /PSD | CDR | PD/USD | PRM | PNL | ApR | |
| Martie 1995 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | +0,400 | -0,001 | +0,036 | -0,270 | * | * | |
| Iunie 1995 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | +0,210 | -0,140 | -0,130 | -0,280 | * | * | |
| Septembrie 1995 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | +0,350 | +0,059 | +0,058 | -0,330 | * | * | |
| Decembrie 1995 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | +0,280 | +0,071 | +0,083 | -0,520 | * | * | |
| Iulie 1996 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | +0,220 | +0,380 | +0,430 | -0,460 | * | * | |
| Octombrie 1996 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | +0,150 | +0,350 | +0,520 | -0,310 | * | * | |
| Martie 1997 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleșcanu | b |
| | -0,356 | +0,260 | -0,343 | -0,438 | * | +0,080 | |
| Iunie 1997 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleșcanu | b |
| | -0,743 | +0,197 | -0,432 | -0,613 | * | +0,205 | |
| Septembrie 1997 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleșcanu | b |
| | -0,526 | +0,114 | -0,406 | -0,389 | * | -0,043 | |
| Decembrie 1997 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleșcanu | b |
| | -0,874 | +0,066 | -0,532 | -0,610 | * | -0,094 | |
| Mai 1998 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleșcanu | b |
| | -0,703 | -0,326 | -0,710 | -0,659 | * | -0,195 | |
| Octombrie 1998 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleșcanu | b |
| | -0,551 | -0,486 | -0,785 | -0,498 | * | -0,237 | |
| Mai 1999 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleșcanu | b |
| | -0,366 | -0,662 | -0,866 | -0,924 | * | -0,126 | |
| Octombrie | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleșcanu | b |

ANDREI GHIORGHÎĂ

| | | | | | | | |
|-------------------|---------|----------|---------|--------|----------|-----------|---|
| 1999 | -0,286 | -1,111 | -1,091 | -1,037 | * | -0,314 | |
| Mai 2000 | Iliescu | Isărescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | -0,272 | -0,133 | -1,051 | -0,778 | * | -0,333 | |
| Noiembrie 2000 | Iliescu | Isărescu | Roman | Tudor | Stolojan | Meleşcanu | b |
| | -0,003 | -0,349 | -1,109 | -0,435 | -0,438 | -0,967 | |
| Anexa 1 | | | | | | | |
| Mai 2001 | Năstase | * | Băsescu | Tudor | Stoica | Meleşcanu | c |
| | -0,135 | * | -0,022 | -1,273 | -1,812 | ? | |
| Noiembrie 2001 | Năstase | * | Băsescu | Tudor | Stoica | Meleşcanu | c |
| | -0,154 | * | -0,273 | -1,723 | -1,701 | ? | |
| Mai 2002 | Năstase | * | Băsescu | Tudor | Stoica | Meleşcanu | c |
| | -0,310 | * | -0,630 | -1,620 | -1,780 | ? | |
| Octombrie 2002 | Năstase | * | Băsescu | Tudor | Stolojan | * | c |
| | -0,360 | * | -0,470 | -1,480 | -0,530 | * | |
| Mai 2003 | Năstase | * | Băsescu | Tudor | Stolojan | * | c |
| | -0,810 | * | -0,880 | -1,750 | -0,910 | * | |

Anexa 2. Măsurile ale asocierii între evaluările liderilor politici și intenția de vot pentru partidele corespunzătoare lor (Coeficienți Gamma). Interval de calcul 1995-2003

| Prelevare date | Partide politice | | | | | | G u v e r n a r e |
|--------------------|------------------|----------------|--------|-------|-----|-----|-------------------|
| | PDSR /PSD | CDR | PD/USD | PRM | PNL | ApR | |
| Martie 1995 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | 0,647 | 0,628 | 0,483 | 0,849 | * | * | |
| Iunie 1995 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | 0,752 | 0,693 | 0,615 | 0,845 | * | * | |
| Septembrie 1995 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | 0,717 | 0,703 | 0,504 | 0,833 | * | * | |
| Decembrie 1995 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | 0,765 | 0,693 | 0,448 | 0,865 | * | * | |

MĂSURAREA FENOMENULUI PERSONALIZĂRII ÎN POLITICA ROMÂNEASCĂ..

| | | | | | | | |
|--------------------|---------|----------------|---------|-------|----------|-----------|---|
| Iulie 1996 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | 0,814 | 0,733 | 0,801 | 0,935 | * | * | |
| Octombrie 1996 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | 0,867 | 0,863 | 0,799 | 0,889 | * | * | |
| | | | | | | | |
| Martie 1997 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | b |
| | 0,793 | 0,750 | 0,527 | 0,773 | * | * | |
| Iunie 1997 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | b |
| | 0,867 | 0,760 | 0,553 | 0,874 | * | * | |
| Septembrie 1997 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,731 | 0,676 | 0,472 | 0,813 | * | 0,600 | |
| Decembrie 1997 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,790 | 0,758 | 0,653 | 0,795 | * | 0,666 | |
| Mai 1998 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,862 | 0,600 | 0,721 | 0,859 | * | 0,777 | |
| Octombrie 1998 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,702 | 0,628 | 0,733 | 0,825 | * | 0,685 | |
| Mai 1999 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,797 | 0,731 | 0,768 | 0,884 | * | 0,737 | |
| Octombrie 1999 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,896 | 0,857 | 0,806 | 0,947 | * | 0,809 | |
| Mai 2000 | Iliescu | Isărescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,852 | 0,260 | 0,751 | 0,851 | * | 0,823 | |
| Noiembrie 2000 | Iliescu | Isărescu | Roman | Tudor | Stolojan | Meleşcanu | b |
| | 0,915 | 0,765 | 0,847 | 0,864 | 0,823 | 0,814 | |
| | | | | | | | |
| Mai 2001 | Năstase | * | Bănescu | Tudor | Stoica | Meleşcanu | c |
| | 0,624 | * | 0,618 | 0,813 | 0,531 | ? | |
| Noiembrie 2001 | Năstase | * | Bănescu | Tudor | Stoica | Meleşcanu | c |
| | 0,602 | * | 0,728 | 0,945 | 0,560 | ? | |
| Mai 2002 | Năstase | * | Bănescu | Tudor | Stoica | Meleşcanu | c |
| | 0,723 | * | 0,688 | 0,905 | 0,543 | ? | |
| Octombrie 2002 | Năstase | * | Bănescu | Tudor | Stolojan | * | c |
| | 0,669 | * | 0,832 | 0,832 | 0,613 | * | |
| Mai 2003 | Năstase | * | Bănescu | Tudor | Stolojan | * | c |
| | 0,677 | * | 0,684 | 0,869 | 0,698 | * | |

ANDREI GHIORGHITĂ

Anexa 3. Măsurile ale asocierii între evaluările liderilor politici și intenția de vot pentru partidele corespunzătoare lor (Coeficienți de contingență). Interval de calcul 1995-2003

| Prelevare date | Partide politice | | | | | | G u v e r n a r e |
|------------------|------------------|----------------|--------|-------|-----|-----------|-------------------|
| | PDSR /PSD | CDR | PD/USD | PRM | PNL | ApR | |
| Martie 1995 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | 0,375 | 0,324 | 0,224 | 0,363 | * | * | |
| Iunie 1995 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | 0,434 | 0,418 | 0,261 | 0,449 | * | * | |
| Septembrie 1995 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | 0,426 | 0,375 | 0,211 | 0,300 | * | * | |
| Decembrie 1995 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | 0,436 | 0,425 | 0,171 | 0,403 | * | * | |
| Iulie 1996 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | 0,467 | 0,407 | 0,401 | 0,370 | * | * | |
| Octombrie 1996 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | a |
| | 0,490 | 0,483 | 0,416 | 0,391 | * | * | |
| Alte date | | | | | | | |
| Martie 1997 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | b |
| | 0,486 | 0,491 | 0,211 | 0,286 | * | * | |
| Iunie 1997 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | * | b |
| | 0,527 | 0,488 | 0,212 | 0,442 | * | * | |
| Septembrie 1997 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,447 | 0,415 | 0,164 | 0,375 | * | 0,155 | |
| Decembrie 1997 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,467 | 0,473 | 0,299 | 0,421 | * | 0,259 | |
| Mai 1998 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,519 | 0,373 | 0,356 | 0,459 | * | 0,317 | |
| Octombrie 1998 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,422 | 0,380 | 0,371 | 0,452 | * | 0,226 | |
| Mai 1999 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |

MĂSURAREA FENOMENULUI PERSONALIZĂRII ÎN POLITICA ROMÂNEASCĂ...

| | | | | | | | |
|-------------------|---------|----------------|---------|-------|----------|-----------|---|
| | 0,517 | 0,441 | 0,348 | 0,447 | * | 0,348 | |
| Octombrie 1999 | Iliescu | Constantinescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,590 | 0,528 | 0,450 | 0,557 | * | 0,412 | |
| Mai 2000 | Iliescu | Isărescu | Roman | Tudor | * | Meleşcanu | b |
| | 0,552 | 0,108 | 0,275 | 0,443 | * | 0,405 | |
| Noiembrie 2000 | Iliescu | Isărescu | Roman | Tudor | Stolojan | Meleşcanu | b |
| | 0,603 | 0,333 | 0,427 | 0,493 | 0,429 | 0,507 | |
| | | | | | | | |
| Mai 2001 | Năstase | * | Băsescu | Tudor | Stoica | Meleşcanu | c |
| | 0,395 | * | 0,246 | 0,472 | 0,223 | ? | |
| Noiembrie 2001 | Năstase | * | Băsescu | Tudor | Stoica | Meleşcanu | c |
| | 0,410 | * | 0,315 | 0,569 | 0,267 | ? | |
| Mai 2002 | Năstase | * | Băsescu | Tudor | Stoica | Meleşcanu | c |
| | 0,464 | * | 0,340 | 0,340 | 0,202 | ? | |
| Octombrie 2002 | Năstase | * | Băsescu | Tudor | Stolojan | * | c |
| | 0,430 | * | 0,366 | 0,366 | 0,284 | * | |
| Mai 2003 | Năstase | * | Băsescu | Tudor | Stolojan | * | c |
| | 0,444 | * | 0,332 | 0,533 | 0,395 | * | |