



STUDII ELECTORALE ROMÂNEȘTI

Newsletter

SUMAR

PAGINA 4
IDEOLOGIA ELECTORATULUI
ROMÂN: ÎNTRE ABSENȚĂ ȘI
(IN)CONSISTENȚĂ
(Mircea Comșa)

PAGINA 12
VOTANȚI, PARTIDE ȘI
ABSENȚA IDEOLOGILOR
(Claudiu Tufiș)

Articolele din această ediție a Jurnalului SER folosesc datele unui sondaj de opinie reprezentativ pentru populația României, pe un eșantion de 1200 de persoane în vârstă de cel puțin 18 ani. Culegerea datelor s-a realizat în perioada 8-18 iunie 2009, de către The Gallup Organization România. Eșantionul este probabilist, bistadial, cu selecție a respondenților din listele electorale. Interveniurile s-au realizat față în față, la domiciliul subiecților. Marja de eroare a sondajului este de +/- 2,7%, la un nivel de încredere de 95%. Proiectarea instrumentelor (chestionarul, eșantionul) și analiza datelor au fost realizate de echipa de cercetare SER.

Valori și opțiuni ideologice

OVIDIU VOICU

Primele două numere ale newsletter-ului *Studii Electorale Românești* au abordat subiecte apropiate contextului electoral actual: votul pentru alegerile europene, respectiv evaluarea liderilor politici ai momentului. Ediția prezentă, cea de-a treia a jurnalului, aduce discuția despre comportamentul electoral al românilor în zona orientărilor ideologice.

Axa stânga-dreapta, deși a pierdut o parte din semnificația ideologică inițială, compensează această pierdere printr-o puternică încărcătură simbolică. O dovadă în acest sens este încercarea continuă a politicienilor de a se poziționa pe această axă. Primul dintre cele două articole ale acestui număr prezintă modul în care orientările ideologice ale românilor diferă în funcție de auto poziționarea acestora pe axa stânga-dreapta. Totodată, articolul analizează consistența opțiunilor, adică relația dintre opțiunile ideologice, cele valorice și preferințele de vot.

Cel de-al doilea material rămâne la tema orientărilor ideologice, dar plasează centrul de atenție asupra opțiunilor electorale, mai exact asupra partidului cu care respondenții au votat la alegerile europene din acest an. Articolul analizează felul în care votanții principalelor partide se raportează la principiile de bază ale sistemului politic și economic actual.

Numărul următor al newsletterului SER va fi dedicat partidelor politice (noiembrie 2009). Autorii vor discuta modul

în care cetățenii României se raportează la aceste instituții. Materialele vor prezenta cine sunt suporterii înfocați (nucleul dur) ai partidelor politice, precum și cine sunt cei care doar simpatizează cu acestea. Articolele vor arăta, de asemenea, cine sunt cei care sunt suficient de dezamăgiți de politică încât să refuze asocierea cu orice partid politic. O a doua temă abordată va fi cea a percepțiilor respondenților privind capacitatea diferitelor partide politice de a rezolva probleme specifice cu care se confruntă România. Veți afla dacă PDL este, într-adevăr, partidul cel mai capabil de a rezolva problema corupției



din România, dar și câți români consideră că partidele politice nu sunt capabile să rezolve nici una dintre problemele României.

Începând cu luna ianuarie 2009, membrii echipei programului *Studii Electorale Românești*, în colaborare cu cercetători de la Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca, vor analiza în câteva ediții consecutive ale newsletter-ului datele culese în câteva valuri de cercetare consecutive în preajma celor două tururi ale alegerilor prezidențiale.



În numărul dedicat partidelor politice (NOIEMBRIE 2009) vom discuta modul în care cetățenii României se raportează la aceste instituții. Vom prezenta cine sunt suporterii înfocați (nucleul dur) ai partidelor politice, precum și cine sunt cei care doar simpatizează cu acestea. Vom arăta, de asemenea, cine sunt cei care, suficient de dezamăgiți de politică, refuză asocierea cu orice partid politic. O a doua temă abordată va fi aceea a percepțiilor respondenților privind capacitatea diferitelor partide politice de a rezolva probleme specifice cu care se confruntă România. Veți afla dacă PD-L este, într-adevăr, partidul cel mai capabil de a rezolva problema corupției din România, dar și câți români consideră că partidele politice nu sunt capabile să rezolve nici una dintre problemele României.

Vă reamintim că programul *Studii Electorale Românești* nu încearcă să facă predicții electorale, ci doar să explice comportamentul de vot. Situația descrisă în articolele din acest newsletter corespunde unei stări de fapt surprinse în luna iunie a acestui an și unei anumite abordări metodologice. Diferențele față de alte cercetări pot fi generate de schimbarea contextului (dacă cercetările respective au fost realizate în altă perioadă) și de utilizarea altor instrumente metodologice (eșantion, chestionar). Diferențele datorate schimbării contextului vor fi surprinse de cercetările SER din lunile următoare. Ele vor fi abordate în edițiile newsletterului de la începutul anului 2010.

Newsletter-ul Studii Electorale Românești este realizat de Fundația Soros România și se distribuie gratuit. Pentru mai multe informații despre conținutul acestui număr și pentru a vă abona la edițiile următoare vă rugăm să contactați managerul programului, Ovidiu Voicu, email: [ovoicu\[at\]soros\[dot\]ro](mailto:ovoicu@ Soros.ro), tel. 0723522340

*Mircea Comșa: [mcomsa\[at\]socasis.ubbcluj\[dot\]ro](mailto:mcomsa@socasis.ubbcluj.ro)
Claudiu Tufiș: [ctufis\[at\]gmail\[dot\]com](mailto:ctufis@gmail.com)
Andrei Gheorghită: [andrei.gheorghita\[at\]ulbsibiu\[dot\]ro](mailto:andrei.gheorghita@ulbsibiu.ro)*

Programul. Echipa

Programul Studii Electorale Românești (SER) este un program de cercetare periodică a participării electorale și a comportamentului de vot în România, inițiat de Fundația Soros România (FSR) în anul 2009. SER își propune să descrie și să explice de ce românii aleg să voteze sau nu, care sunt motivațiile votului, ce anume influențează rezultatul alegerilor și cum afectează toate aceste lucruri democrația în România. În secundar, programul va aborda periodic alte teme legate de studiul culturii politice.

SER folosește în principal serii de date de sondaj culese folosind o metodologie dezvoltată de echipa de cercetare a proiectului în colaborare cu una sau mai multe firme specializate în acest domeniu. Primul set de date este asociat cu alegerile europene din iunie 2009, iar datele sunt culese imediat după alegeri. La finalul anului 2009, se vor adăuga date culese în apropierea alegerilor prezidențiale. În paralel cu activitatea de cercetare socială, sub egida SER sunt publicate studii și rapoarte cu privire la sistemul electoral din România și implicațiile acestuia asupra democrației.

SER își propune să devină o sursă de informație accesibilă atât publicului larg, cât și specialiștilor. Jurnalul SER, aflat la prima ediție, va prezenta într-o manieră descriptivă principalele rezultate ale cercetării. Analize aprofundate ale datelor vor fi publicate sub forma unor cărți adresate unui public informat și specialiștilor. Bazele de date ale cercetării vor fi disponibile publicului, în general la câteva luni după culegerea datelor.



Mircea Comșa

Sociolog, este doctor în sociologie și conferențiar la Facultatea de Sociologie și Asistență Socială a Universității „Babeș-Bolyai” Cluj-Napoca. Dintre lucrările pe teme electorale menționăm: *Rată de participare, supra-raportare și predicții electorale* (Sociologie Românească, 2004), *Alegerile generale 2004. O perspectivă sociologică* (coordonator, Eikon, 2005), *Viața socială în România Urbană* (coautor, Polirom, 2006), *A Typology of Political Participation in Romania: Empirical Findings from a Local Study* (Studia – Sociologia, 2008). Este membru al echipelor de cercetare din România care realizează cercetările comparative internaționale „European Values Survey - EVS” și „Global Entrepreneurship Monitor - GEM”.



Claudiu D. Tufiș

Politolog, este doctor în științe politice și cercetător științific la Institutul de Cercetare a Calității Vieții. Principalele sale domenii de interes includ: tranzițiile post-comuniste, cultura politică, sociologia valorilor și metode cantitative de analiză a datelor. Volume recente: *Atitudini față de muncă în România. Opinii, realități, așteptări* (2008, co-autor), *Romii. Povești de viață* (2008, co-coordonator), *Sistemul universitar românesc. Opiniile cadrelor didactice și ale studenților* (2007, co-autor), *Valori ale românilor: 1993 – 2006. O perspectivă sociologică* (2007, co-autor). Membru al echipei Grupului românesc pentru studiul valorilor sociale, care realizează studiile „European / World Values Survey” în România.



Andrei Gheorghită

Sociolog, este lector universitar la Catedra de Sociologie a Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, unde predă cursuri de analiză electorală, sociologie politică și statistică socială. Licențiat în sociologie și în științe politice al Universității „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca, în prezent este doctorand în sociologie în cadrul aceleiași instituții cu o teză privind „Relevanța electorală a liderului politic”. Principalele sale domenii de interes vizează comportamentul electoral (în principal personalizarea votului și mecanismele de evaluare a candidaților) și procesele de tranziție și democratizare în țările foste comuniste (opțiuni instituționale, corupție, justiție tranzițională). Este autor sau coautor al unor studii publicate în volume colective, în reviste precum „Romanian Journal of Society and Politics”, „Studia Universitatis Babeș-Bolyai. Seria Politică” și „Revista de Sociologie” sau prezentate la conferințe naționale și internaționale. Este unul dintre colaboratorii pentru România ai cercetării comparative internaționale „Comparative Study of Electoral Systems - CSES”.



Ovidiu Voicu

Politolog, managerul proiectului, este absolvent al cursurilor de master în științe politice și manager de programe la Fundația Soros. Începând cu anul 2001 a coordonat seria *Barometrul de Opinie Publică* și alte cercetări specializate, precum *Eurobarometrul Rural*, *Barometrul Incluziunii Romilor*, *Sistemul universitar românesc*, *Viața de familie și Atitudini față de muncă* și a participat cu articole și analize la majoritatea studiilor publicate ca urmare a acestor cercetări. A colaborat ca cercetător și coautor la alte proiecte de cercetare socială, printre care *Extremismul în România* (IPP, 2004), *Bună guvernare și integritate în școala românească* (CEDU, 2006), *Școala reală* (CEDU, 2008).

Ideologia electoratului român: între absență și (in)consistență

Articolul lui Mircea Comșa schițează tabloul ideologic la nivelul populației așa cum arată în prezent. Autorul analizează poziționarea electoratului pe axa stânga-dreapta și percepțiile acestuia despre poziționarea partidelor pe aceeași axă, apoi merge dincolo de etichete pentru a analiza opțiunile ideologice ale populației folosind mai multe afirmații care transpun într-o formă mai simplă și concretă, deci mai accesibilă publicului larg, ceea ce se înțelege în general prin stânga și dreapta politică. Finalul articolului se referă la (in)consistența opțiunilor, analizând relația dintre autopoziționarea ideologică și valori, respectiv opțiuni electorale.

MIRCEA COMȘA

Spațiul ideologic al alegătorilor și partidelor

Deși au trecut 20 de ani de confruntare între partidele politice din România, aproape jumătate din electoratul român recunoaște că nu știe unde se situează pe o axă imaginară definită de conceptele de stânga și dreapta politică. Astfel, la întrebarea

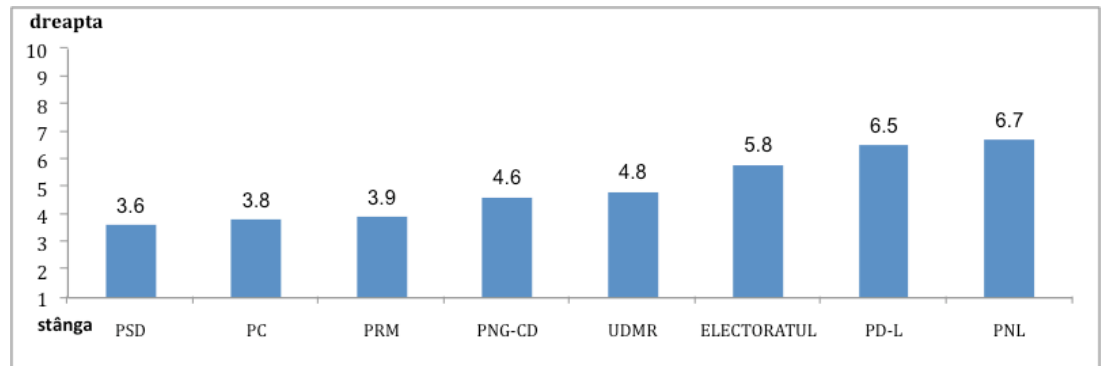
„Cu privire la diverse lucruri legate de politică, oamenii vorbesc despre „stânga” și „dreapta”. Care este poziția dvs.? Vă rog să indicați poziția dvs. folosind orice număr din intervalul 1-10. Pe această scală, unde 1 înseamnă „stânga” și 10 înseamnă „dreapta”, ce număr descrie cel mai bine poziția dvs.?”

41% dintre respondenți aleg variantele de răspuns „nu știu” (majoritatea) sau „nu răspund”. Aceasta nu înseamnă automat că ceilalți alegători, cei care au dat un răspuns valid la această întrebare, au făcut acest lucru în cunoștință de cauză sau au ales o poziție care chiar corespunde cu preferințele lor axiologice relativ la guvernare și politic. Cel mai probabil, așa cum o arată diverse studii de specialitate, corespondența dintre răspunsul dat și orientările politice proprii se regăsește doar în cazul unei treimi dintre alegătorii români. Conform acestor studii, cel mult 29% dintre alegătorii români utilizează relativ consistent conceptele de stânga și dreapta politică (restul de 71% fie nu au auzit de acești termeni, fie, dacă au auzit, nu pot să-i definească nici măcar minimal).

59% dintre cetățenii români se poziționează pe axa stânga-dreapta și aproape tot atâția poziționează pe aceeași axă principalele partide politice din România (totuși, partidele mici sunt poziționate

de cel mult jumătate dintre alegători). Dacă ne raportăm doar la alegătorii care au oferit un răspuns valid, observăm că poziționarea medie a partidelor se suprapune destul de bine cu ceea ce se știe despre ideologia acestora din media sau din declarațiile liderilor. Astfel, de la stânga la dreapta, ordinea partidelor este PSD, PC, PRM, PNG-CD, UDMR, PD-L ȘI PNL. Dintre acestea, doar PD-L și PNL sunt situate, în medie, în zona drepte ideologice, surprinzător, la mică distanță unul de celălalt. Oarecum firesc, media electoratului se poziționează undeva aproape de mijloc, între partidele de dreapta și cele de stânga.

Autopoziționarea ideologică a populației și poziționarea principalelor partide pe axa stânga-dreapta



* Datele reprezintă valori medii pe o scală de 10 puncte.

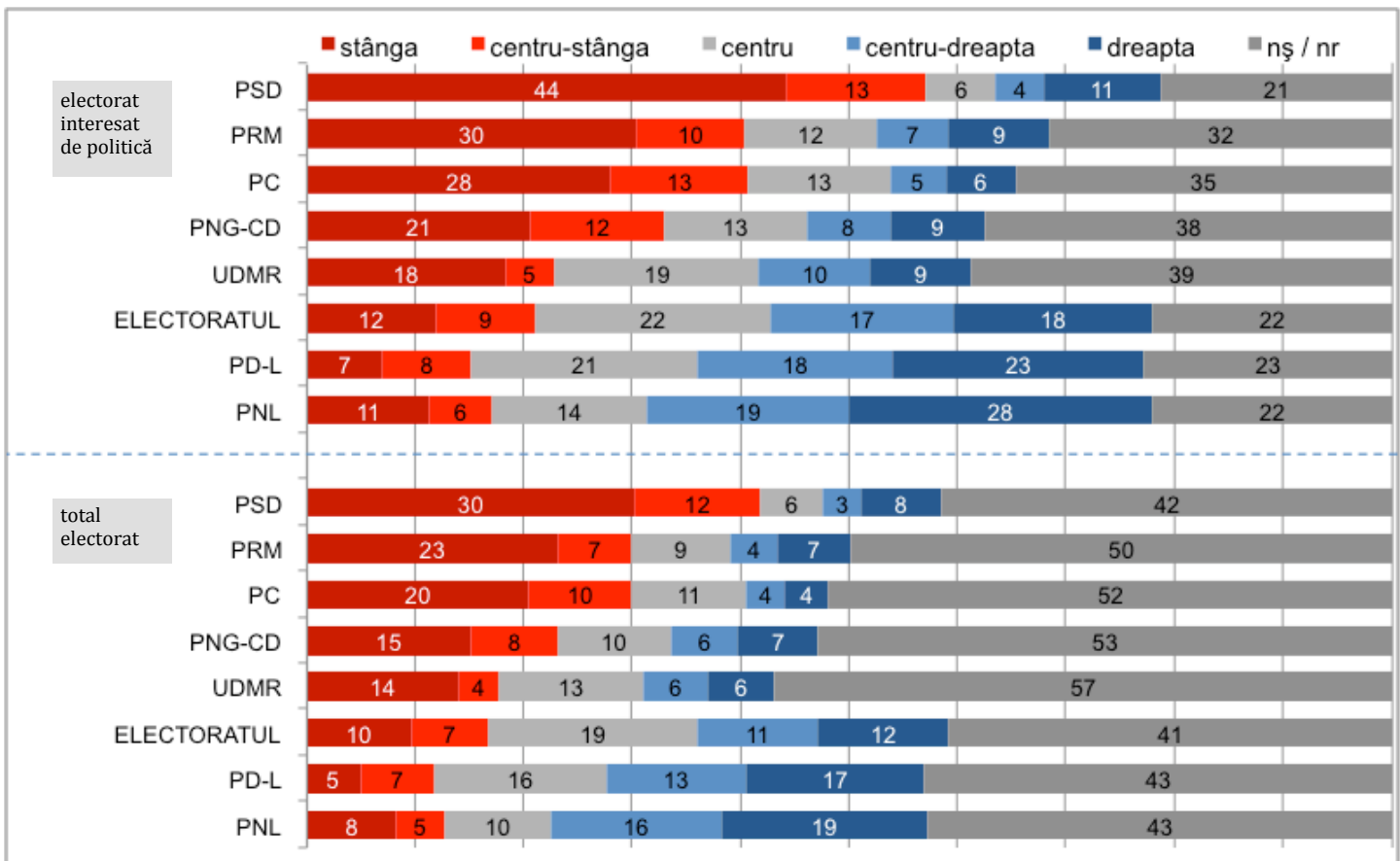
** Mod de citire: Pe o scală de 10 puncte (1=stânga; 10=dreapta) alegătorii se poziționează în medie la valoarea 5,8 și poziționează PSD la 3,6.

Discuția în termeni de poziționare medie poate ascunde însă diferențele dintre evaluările alegătorilor. Altfel spus, e foarte posibil ca unii alegători să spună despre un partid că este de stânga, iar alții, despre același partid că este de centru sau chiar de dreapta. Cât de frecvent se întâmplă acest lucru în cazul alegătorilor români? În general alegătorii identifică relativ corect poziția unui partid.

Astfel, PNL și PD-L ocupă în mintea celor mai mulți dintre respondenți zona de dreapta sau centru-dreapta, PSD, PRM și PC zona de stânga sau centru-stânga, iar PNG-CD și UDMR zona de centru-stânga. Există însă alegători care poziționează partidele la celălalt pol decât cel comun acceptat. Astfel, 11% dintre alegători spun despre PSD că este de dreapta sau centru-dreapta, 12% poziționează PD-L-ul la (centru) stânga și 13% PNL-ul în aceeași zonă. Dacă ne raportăm doar la alegătorii interesați de politică, ponderea celor care nu se autopozitionează sau nu poziționează partidele pe axa stânga-dreapta scade foarte mult (la jumătate în unele cazuri). De asemenea, crește (absolut, dar și relativ) ponderea celor care poziționează „corect” partidele.

Autopozitionarea ideologică a populației și poziționarea principalelor partide pe axa stânga-dreapta

Ce putem spune despre dinamica autopozitionării ideologice? Devin românii în timp mai de stânga, de dreapta sau de centru? Datele disponibile arată că, indiferent de perioada de referință, aproximativ 30-50% dintre alegători se autopozitionează la centru, 30-40% la dreapta și cam 20-30% la stânga (ponderile sunt calculate raportat la totalul celor care s-au autopozitionat – în jur de 55% cel mai adesea). Modificările produse în timp nu sunt foarte mari, cu excepția intervalului 2006-2009. În acest interval, tendințele începute anterior par să se accentueze. Cu un grad de probabilitate ridicat¹, putem susține că în perioada 1993-2009, în România, asistăm la un proces de polarizare ideologică. Existența acestei tendințe este susținută de constatarea faptului că, în condițiile în care ponderea celor care se autopozitionează variază în jurul a 55% din total populație, ponderea relativă a populației care se declară de „centru” scade în timp². Procesul de polarizare ideologică este relativ lent până în 2006 (ponderea electoratului de centru scade de



* Datele reprezintă procente.

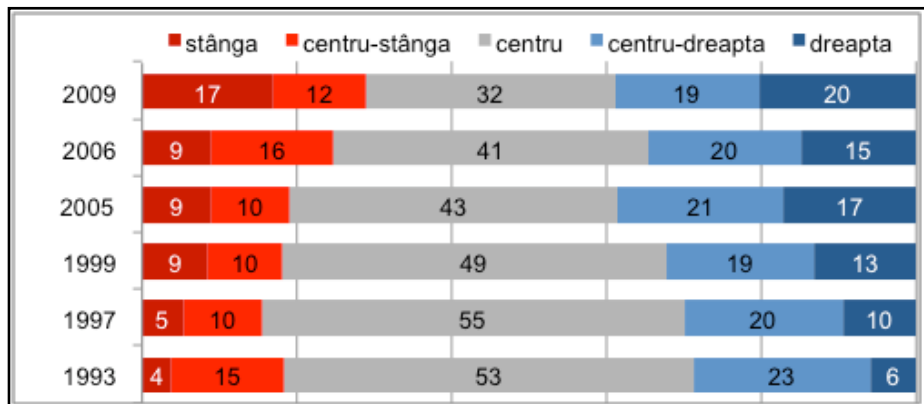
** Mod de citire: Din totalul alegătorilor care votează cu PNL, 8% se autopozitionează la stânga, 5% la centru-stânga, 10% la centru, 16% la centru-dreapta, 19% la dreapta și 43% nu se pot autopozitiona. Din totalul alegătorilor informați care votează cu PNL, 11% se autopozitionează la stânga, 6% la centru-stânga, 14% la centru, 19% la centru-dreapta, 28% la dreapta și 22% nu se pot autopozitiona.

1 Rezultatele ecuațiilor de regresie definite de valorile fiecăreia dintre orientările ideologice (variabila dependentă) și timp (variabila independentă) susțin aceste tendințe. Cu excepția categoriilor centru-stânga și centru-dreapta (marcate de stabilitate), celelalte categorii au o evoluție semnificativă statistic în direcția menționată (testul F arată că diferențele sunt semnificative statistic iar R2adj ia valori între 75% și 93%).

2 Trebuie însă adăugat că tendința observată poate fi rezultatul a două procese diferite (a ambelor sau doar a unuia dintre acestea). Pe de o parte, este posibil ca sensurile conceptelor de stânga și dreapta să se clarifice în timp, alegerea variantelor de centru semnificând mai degrabă lipsa unei poziții în 1993 comparativ cu 2009 (ipoteza clarificării ideologice). Pe de altă parte, este posibil ca indivizii care în 1993 alegeau conștient centrul să-și fi modificat treptat preferințele, o parte a lor orientându-se spre dreapta (ipoteza polarizării ideologice). Pentru a determina care din aceste două ipoteze corespunde într-o măsură mai mare situației de fapt sunt necesare alte date și analize.

la 53% la 41%), dar ritmul crește după 2006 (ponderea electoratului de centru scade de la 41% la 32%). Tendința de polarizare observată în România se regăsește și în alte țări foste comuniste³, nu însă și în Europa de Vest⁴. Pe acest fond, ponderile electoratelor care se declară de stânga, respectiv de dreapta, tind să crească semnificativ. Astfel, dacă ponderea populației de „stânga” era în 1993 de 19%, în 2009 ajunge la 29% (în fapt crește ponderea populației de stânga și nu cea de centru-stânga). În aceeași perioadă, ponderea populației de „dreapta” crește de asemenea de la 29% la 39% (în fapt crește ponderea populației de dreapta și nu cea de centru-dreapta).

Dinamica autopозиționării ideologice în România: 1993-2009



* Datele reprezintă procente raportate la cei care s-au autopозиționat.

** Mod de citire: Din totalul alegătorilor care se autopозиționează pe axa stânga-dreapta (relativ constant în timp, 50-60%), în 1993 se considerau de stânga 4%, iar în 2009 mult mai mulți (17%).

*** Sursa datelor: BOP-FSD 2006; EVS&WVS 1993, 1997, 1999 și 2005, SER PE 2009

Dincolo de etichete: stânga și dreapta la firul ierbii

Am văzut anterior că măsurarea directă a ideologiei politice la nivelul populației pune o serie de probleme (mulți nu pot opera cu conceptele de stânga și dreapta politică; o parte dintre cei care se poziționează pe axa ideologică asociază sensuri diferite, uneori chiar opuse, pentru fiecare cele două concepte în

³ În Rusia, în condițiile unei stabilități ridicate a poziționărilor pe axă (ca pondere) se constată o tendință ușoară de polarizare (ca urmare a scăderii ponderii celor care nu pot opera cu acești termeni) (Evans și Whitefield, 1998).

⁴ Pentru perioada 1973-1990, în Europa de Vest, se constată dimpotrivă o creștere a ponderii celor care se auto-plasează la centrul scalei. Această tendință este explicată prin intermediul caracteristicilor socio-demografice și a implicării politice. Creșterea poziționării la centru este mai mare în rândul celor cu o educație mai scăzută și a femeilor (nu în rândul celor mai puțin implicați politic) (Knutsen, 1998b).

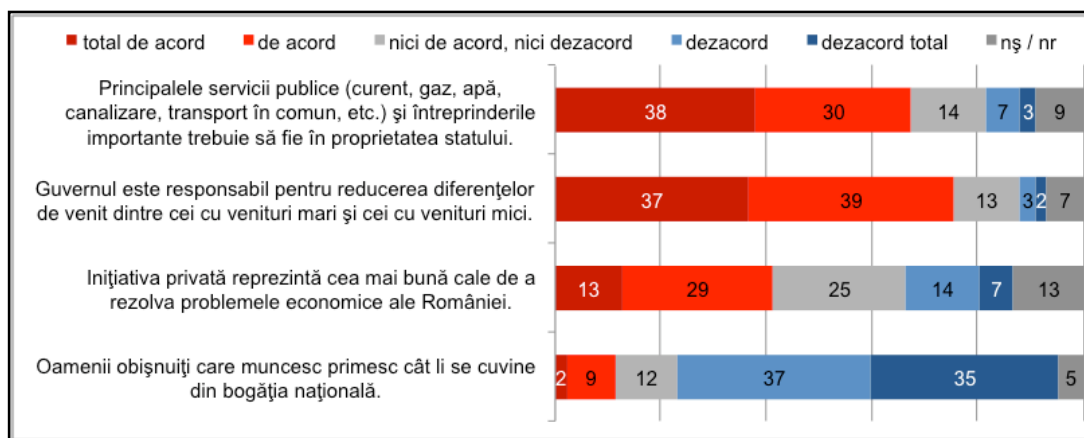
parte). Pentru aceste motive am încercat să măsurăm ideologia și în alt mod, utilizând o serie de afirmații care transpun într-o formă mai simplă și concretă, deci mai accesibilă publicului larg, ceea ce se înțelege în general prin stânga și dreapta politică.

O primă serie de afirmații vizează temele: proprietatea de stat, inițiativa privată, rolul guvernului în reducerea inegalităților sociale și echitatea socială. Câteva cifre sunt relevante: 68% dintre respondenți apreciază că principalele servicii publice (curent, gaz, apă, canalizare, transport în comun etc.) și întreprinderile importante trebuie să fie în proprietatea statului; 42% sunt de părere că inițiativa privată (în lumina răspunsurilor de la întrebarea

anterioară putem adăuga „cu limite”) reprezintă cea mai bună cale de rezolvare a problemelor economice ale României; 72% consideră că oamenii obișnuiți nu primesc cât li se cuvine din bogăția națională; 76% sunt de părere că Guvernul este responsabil pentru reducerea diferențelor de venit dintre cei cu venituri mari și cei cu venituri mici. Sintetizând, două idei rezultă cu claritate: majoritatea alegătorilor români reclamă inegalitatea și inechitatea socială indicând Guvernul drept instanța responsabilă pentru reducerea acestor fenomene sociale negative; deși pentru aproximativ jumătate din populație inițiativa privată reprezintă o

soluție pentru rezolvarea problemelor economice ale României, majoritatea apreciază că ea trebuie limitată doar la anumite întreprinderi și zone ale economiei (întreprinderile importante și serviciile publice nu trebuie privatizate).

Orientările ideologice ale populației (1)

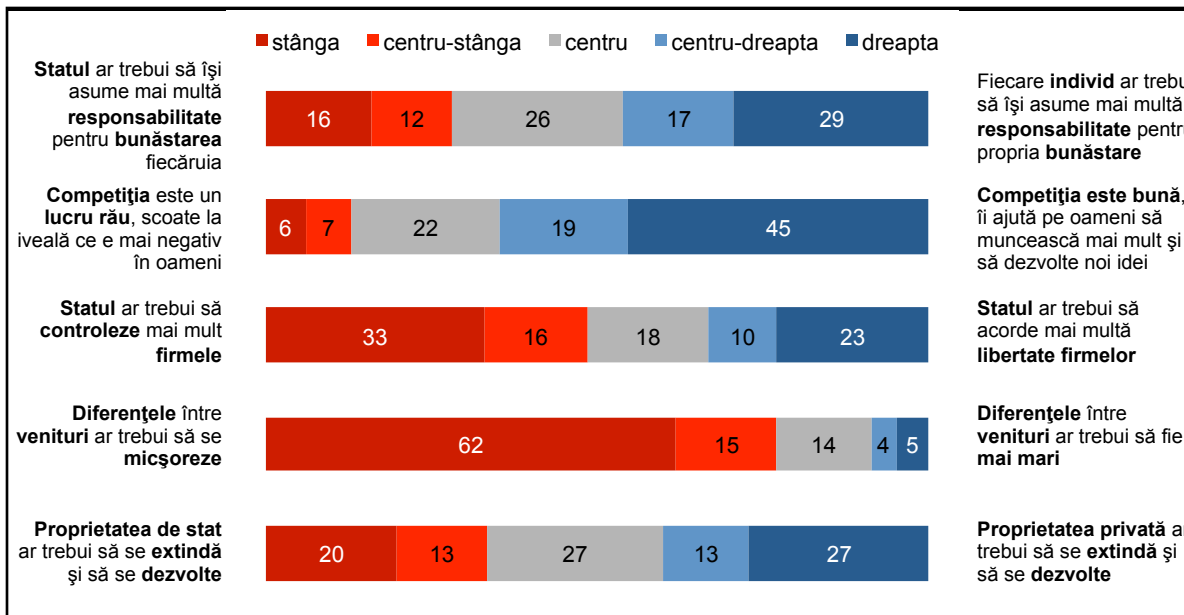


* Datele reprezintă procente.

** Mod de citire: Din totalul alegătorilor, 38% sunt total de acord cu afirmația „Principalele servicii publice (curent, gaz, apă, canalizare, transport în comun etc.) și întreprinderile importante trebuie să fie în proprietatea statului”; 30% sunt de acord cu aceeași afirmație, 14% se situează la mijloc etc.

O a doua serie de afirmații sunt de tip polar, respondenții fiind rugați să indice pe o scală de 10 puncte poziția dintre cei doi poli (definiți de cele două afirmații) care corespunde cel mai bine cu ceea ce cred ei. Pentru a simplifica lectura datelor am pus în stânga graficului afirmațiile care indică o orientare ideologică de stânga, la dreapta pe cele care indică ideologia de dreapta și am grupat răspunsurile în 5 categorii (1-2 stânga, 3-4 centru-stânga etc.). Datele prezentate arată că cel mai adesea nu putem vorbi de o orientare predominant de dreapta sau de stânga, cu două excepții: cea mai mare parte a populației (64%) tinde să valorizeze competiția, ceea ce indică o orientare de dreapta, respectiv și mai mulți (77%) apreciază că diferențele între venituri ar trebui să se micșoreze, ceea ce indică o orientare de stânga. În rest preferințele ideologice sunt distribuite relativ echilibrat, cu ușoare înclinații de o parte sau alta. Astfel, constatăm o înclinație ceva mai mare spre valorile de dreapta când e vorba de instanța responsabilă pentru bunăstarea indivizilor (opțiunea „fiecare individ” întrunește mai multe adeziuni) sau de tipul de proprietate preferat (cea privată într-o măsură ușor mai mare), respectiv spre stânga când se pune în discuție controlul statului asupra firmelor (controlul este dorit într-o pondere mai mare în defavoarea libertății).

Orientările ideologice ale populației (2)



* Datele reprezintă procente din cazuri valide.

** Mod de citire: Din totalul alegătorilor, 62% sunt total de acord cu afirmația „diferențele dintre venituri ar trebui să se micșoreze” și doar 5% sunt total de acord cu afirmația opusă (diferențele ar trebui să fie mai mari). Această distribuție a răspunsurilor indică o orientare predominant de stânga a populației (relativ la acest aspect).

Datele prezentate anterior schițează tabloul ideologic la nivelul populației așa cum arată în prezent. De mare interes ar fi să vedem dacă preferințele constatate se schimbă sau nu în timp. Pentru aceasta putem analiza comparativ răspunsurile respondenților de diferite

vârste (identificăm astfel dacă există o schimbare generațională) sau răspunsurile obținute în cadrul unor anchete realizate în ani diferiți (identificăm astfel dacă există o schimbare de perioadă). Cu privire la primul set de afirmații avem date doar pentru a analiza diferențele actuale dintre generații. Foarte surprinzător, diferențele în funcție de vârstă sunt mici, cu o singură excepție: cei în vârstă (65+) consideră într-o proporție mai mică (29% față de 42% pe total eșantion) că inițiativa privată reprezintă cea mai bună soluție pentru problemele economice ale României (aceeași pondere crește în funcție de nivelul de educație de la 31% pentru cei cu maxim școala de ucenici, la 54% pentru cei cu studii superioare). Cu privire la setul doi de afirmații, diferențele în funcție de vârstă sunt ceva mai mari. Astfel, cei mai în vârstă atribuie un rol mai important statului pe mai multe dimensiuni (responsabil pentru bunăstarea indivizilor, control mai mare al firmelor, proprietar al întreprinderilor și serviciilor publice) și urmăresc într-o măsură relativ mai mare reducerea diferențelor dintre venituri (cu privire la competiție diferențele sunt foarte mici). Trebuie adăugat însă că, indiferent de aspectul evaluat, diferența dintre evaluările tinerilor și ale vârstnicilor este de cel mult un punct (pe o scală de 10 puncte). Cu privire la acest set de afirmații dispunem și de date de tip longitudinal pentru perioada 1993-2009. Singurul aspect cu privire

la care constatăm o dinamică accentuată este inegalitatea veniturilor: în timp tot mai mulți români consideră că diferențele între venituri ar trebui să scadă. Foarte probabil, această tendință este rezultatul schimbărilor din societate românească (creșterea reală a diferențelor dintre veniturile populației), precum și a mediatizării în creștere a cazurilor de „salarii și venituri enorme” din cadrul unor instituții și întreprinderi de stat.

Alte mutații, de mică amploare însă, apar și relativ la alte aspecte: competiția este privită în prezent relativ mai puțin ca un lucru bun; după o orientare ceva mai favorabilă proprietății private în defavoarea celei de stat, în prezent s-a ajuns la un relativ echilibru; după o scădere a rolul acordat statului în asigurarea bunăstării indivizilor se constată o ușoară revenire, dar, în continuare, responsabilitatea personală este relativ mai valorizată.

Dinamica orientărilor ideologice ale populației

	1993	1997	1999	2005	2009	
Statul ar trebui să își asume mai multă responsabilitate pentru bunăstarea fiecăruia	5.8	6.4	6.2	6.1	6.2	Fiecare individ ar trebui să își asume mai multă responsabilitate pentru propria bunăstare
Competiția este un lucru rău, scoate la iveală ce e mai negativ în oameni	8.3	8.0	8.3	7.9	7.5	Competiția este bună, îi ajută pe oameni să muncească mai mult și să dezvolte noi idei
Statul ar trebui să controleze mai mult firmele			4.8		5.0	Statul ar trebui să acorde mai multă libertate firmelor
Diferențele între venituri ar trebui să se micșoreze	6.5	5.2	3.7	4.7	2.8	Diferențele între venituri ar trebui să fie mai mari
Proprietatea de stat ar trebui să se extindă și să se dezvolte	6.3	6.5	6.6	6.2	5.9	Proprietatea privată ar trebui să se extindă și să se dezvolte

* Datele reprezintă media evaluărilor pe o scală de 10 puncte.

** Mod de citire: În 1993, în medie (6,5 pe o scală de 10 puncte) populația era mai degrabă de acord cu afirmația „diferențele dintre venituri ar trebui să fie mai mari” și mai puțin cu afirmația opusă. În timp media scade extrem de mult, ceea ce indică o creștere a acordului cu afirmația „diferențele dintre venituri ar trebui să fie mai mici” (și reciproc, o scădere a acordului cu afirmația opusă).

Consistența opțiunilor: autopoziționare și vot

Spuneam anterior că nu toți cei care se autopoziționează pe axa stânga-dreapta (59% din total alegători) fac acest lucru în mod conștient și folosind aceleași sensuri pentru cele două concepte care definesc spațiul ideologic. Această afirmație este susținută de distribuția simultană a răspunsurilor după cele două întrebări (autopoziționarea și votul). Astfel, cei care se declară de stânga, centru-stânga sau centru votează într-o măsură semnificativ mai mare cu PSD+PC, iar cei care se declară de centru-dreapta sau dreapta votează predominant cu PD-L și PNL. Există însă alegători care se poziționează în zona de stânga, dar votează cu partide de dreapta sau invers. Dacă ne raportăm la votanții unui partid constatăm aproximativ același lucru: votanții PNL, PD-L sau UDMR se declară predominant de centru, centru-dreapta sau dreapta, cei ai PSD+PC se consideră de stânga, centru-stânga sau centru, iar cei ai PRM acoperă în aproape aceeași măsură tot spectrul ideologic. Și în acest caz pot fi identificați votanți care consideră că au o altă ideologie decât cea a partidului votat. În concluzie, putem spune că, în general, există o corespondență între autopoziționarea ideologică și partidul preferat: cei care se poziționează ideologic la stânga votează mai degrabă partide de stânga, iar cei care se poziționează la dreapta votează partide de dreapta (sau care se definesc astfel).

Votul pentru partide în funcție de autopoziționarea pe axa stânga-dreapta

Autopoziționarea Partidul	Stânga	Centru Stânga	Centru	Centru Dreapta	Dreapta	Nu știu	Total
PNL	3	7	7	15	16	5	8
PD-L	10	5	19	21	23	10	14
PSD+PC	37	27	9	9	7	11	14
PRM	4	6	4	4	2	2	3
UDMR	2	1	5	6	6	3	4
Altul	0	0	1	3	3	2	2
Nu răspund	3	1	6	5	4	7	5
Nu a votat	40	53	49	38	39	60	51
Total	100	100	100	100	100	100	100

* Datele reprezintă procente.

** Mod de citire: 37% dintre cei care s-au autopoziționat la stânga votează cu PSD+PC. Celulele cu fundal gri indică frecvențele cele mai mari (relativ la partide) pentru fiecare coloană în parte. Valorile au fost rotunjite.

Autopoziționarea pe axa stânga-dreapta în funcție de votul pentru partid

Autopoziționarea Partidul	Stânga	Centru Stânga	Centru	Centru Dreapta	Dreapta	Nu știu	Total
PNL	4	6	18	21	24	27	100
PD-L	7	2	26	17	20	29	100
PSD+PC	27	14	13	7	6	33	100
PRM	13	13	26	13	8	28	100
UDMR	5	2	27	18	18	30	100
Altul	0	0	11	21	26	42	100
Nu răspund	5	2	20	9	9	55	100
Nu a votat	8	7	19	8	9	49	100
Total	10	7	19	11	12	41	100

* Datele reprezintă procente.

** Mod de citire: 24% dintre cei care au votat cu PNL s-au autopoziționat la dreapta. Celulele cu fundal gri indică frecvențele cele mai mari (relativ la cei care se poziționează) pentru fiecare linie în parte. Valorile au fost rotunjite.

Cele spus anterior sunt susținute și de datele raportate la total alegători. În plus, prin încrucișarea răspunsurilor la întrebarea de autopozicionare și vot, putem realiza o tipologie a electoratului român (de asemenea, putem estima ponderea fiecărui tip în total populație). Relativ la vot distingem între cei care nu votează, cei care votează conform propriei ideologii, respectiv diferit, iar relativ la autopozicionare distingem între cei care se pot poziționa ideologic și cei care nu pot. Rezultă astfel cinci tipuri dominante (al șaselea este rezidual) care acoperă cea mai mare parte a alegătorilor: ignoranții, apatici, partizanii, inconsistenții și non-ideologici. **Ignoranții**, reprezentând aproximativ **28%** din total electorat, sunt cei care nu votează și nu se pot autopoziciona ideologic. **Apaticii** însumează aproximativ **27%** din electorat, tipul fiind compus din cei care deși au o preferință ideologică nu merg la vot. **Partizanii** reprezintă **25%** din electorat și sunt cei care votează consistent cu propria ideologie. **Inconsistenții** totalizează **5%** din electorat și se caracterizează prin faptul că votează diferit de preferința lor ideologică; **votanții non-ideologici** totalizează **13%** din electorat și au în comun faptul că deși votează nu pot să se autopozicioneze ideologic.

Distribuția electoratului în funcție de autopozicionarea pe axa stânga-dreapta și vot

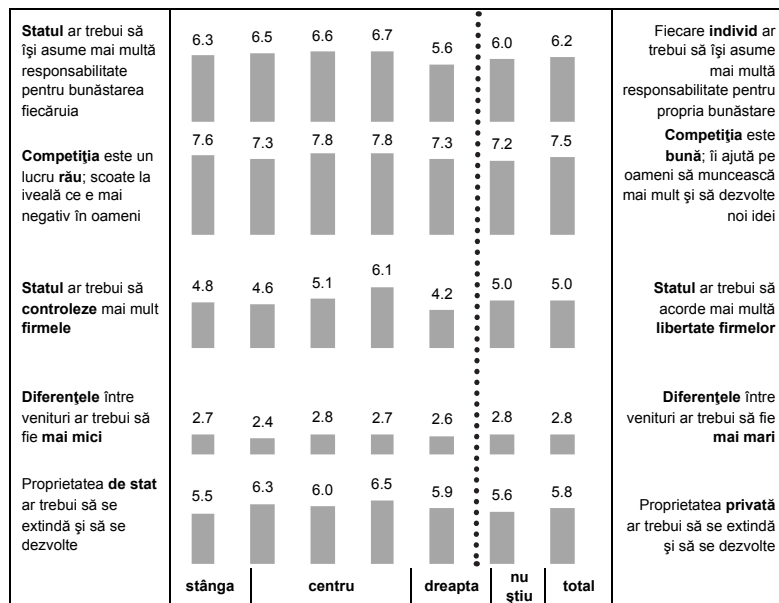
Autopozicionarea Partidul	Stânga	Centru Stânga	Centru	Centru Dreapta	Dreapta	Nu știu	Total
PNL	0	1	1	2	2	2	8
PD-L	1	0	4	2	3	4	14
PSD+PC	4	2	2	1	1	4	14
PRM	0	0	1	0	0	1	3
UDMR	0	0	1	1	1	1	4
Altul	0	0	0	0	0	1	2
Nu răspund	0	0	1	1	1	3	5
Nu a votat	4	4	10	4	5	25	51
Total	10	7	19	11	12	41	100

* Datele reprezintă procente.

** Mod de citire: Din totalul electoratului, 4% se poziționează la centru și votează cu PD-L. Cehulele cu fundal gri indică frecvențele cele mai mari (relativ la cei care se poziționează și votează un anumit partid). Valorile au fost rotunjite.

*** Legendă: ignoranții: valorile marcate cu bold și subliniate; apatici: valorile subliniate; partizanii: valorile marcate cu gri; inconsistenții: valorile marcate cu bold; votanții non-ideologici: valorile marcate cu italic.

Relația dintre autopozicionarea pe axa stânga-dreapta și diferite preferințe valorice (1)



Consistența opțiunilor: autopozicionare și valori

Am văzut anterior că între votul pentru un anumit partid și preferința ideologică abstractă (autopozicionarea pe axa stânga-dreapta) există o legătură destul de puternică. Ar fi de așteptat să regăsim această legătură și între autopozicionare și preferințele valorice relativ la modul în care ar trebui să arate societatea noastră. Datele prezentate mai jos arată că cel mai adesea această legătură lipsește sau este slabă. Altfel spus, indiferent de apartenența ideologică abstractă declarată, alegătorii au în general aceeași opinie despre modul în care trebuie condusă România sau despre modelul de societate de urmat. Astfel, indiferent dacă se declară de stânga, de centru sau de dreapta, alegătorii români atribuie la fel responsabilitatea bunăstării (mai degrabă indivizilor), evaluează la fel (pozitiv) competiția și vizează în aceeași măsură o reducere a inegalităților dintre venituri. Pe de altă parte, ponderea celor care consideră că individul este responsabil pentru asigurarea propriei bunăstări sau că proprietatea privată trebuie să se dezvolte crește de la stânga la dreapta (exceptând categoria celor care se consideră strict de dreapta).

* Valorile reprezintă media evaluărilor (pe o scală de la 1 la 10, unde 1 semnifică acordul total cu afirmația din stânga, iar 10 acordul total cu cea din dreapta) preferințelor subiecților care s-au autopozicionat pe axa stânga-dreapta în fiecare din cele cinci clase.

** Mod de citire: Cei care s-au autopozicionat la stânga sau centru-stânga sunt într-o măsură mai mare de acord cu afirmația „Statul ar trebui să controleze mai mult firmele”, iar cei care s-au autopozicionat la centru-dreapta sunt într-o măsură mai mare de acord cu afirmația „Statul ar trebui să acorde mai multă libertate firmelor” (media în cazul atitudinii crește de la cei care se poziționează la stânga la cei de dreapta, exceptând categoria „dreapta”).

„Dezordinea ideologică” remarcată anterior se regăsește și în cazul celui alt set de afirmații cu privire la modul în care trebuie să fie condusă/să arate România. Indiferent de poziția ideologică asumată, alegătorii români percep același grad al (in)echității sociale, consideră în aceeași măsură că Guvernul este responsabil pentru reducerea diferențelor dintre venituri. Mici diferențe în sensul așteptat se înregistrează doar relativ la rolul inițiativei private (cei de dreapta apreciază într-o măsură relativ mai mare că aceasta este cea mai bună cale pentru rezolvarea problemelor economice ale României) și la proprietatea asupra principalelor întreprinderi și servicii publice (cei de centru-stânga consideră într-o măsură relativ mai mare că acestea trebuie să fie în proprietatea statului).

Relația dintre autopozicionarea pe axa stânga-dreapta și diferite preferințe valorice (2)

Afirmația	Autopozicionare ideologică	Stânga	Centru Stânga	Centru	Centru Dreapta	Dreapta	Nu știu	Total
Oamenii obișnuiți care muncesc primesc cât li se cuvine din bogăția națională.		2,1	2,0	2,0	2,1	2,2	1,9	2,0
Inițiativa privată reprezintă cea mai bună cale de a rezolva problemele economice ale României.		3,2	3,1	3,4	3,6	3,4	3,2	3,3
Guvernul este responsabil pentru reducerea diferențelor de venit dintre cei cu venituri mari și cei cu venituri mici.		4,2	4,0	4,1	4,1	4,4	4,1	4,1
Principalele servicii publice și întreprinderile importante trebuie să fie în proprietatea statului.		4,0	4,4	3,9	3,9	3,9	4,0	4,0

* Valorile reprezintă media evaluărilor (pe o scală de la 1 la 5, unde 1 semnifică dezacord total cu afirmația respectivă, iar 5 acordul total) preferințelor subiecților care s-au autopozicionat pe axa stânga-dreapta în fiecare din cele cinci clase.

** Mod de citire: Cei care s-au autopozicionat la stânga sau centru-stânga sunt într-o măsură puțin mai mică de acord cu afirmația „Inițiativa privată reprezintă cea mai bună cale de a rezolva problemele economice ale României” comparativ cu cei care s-au autopozicionat la centru, centru-dreapta sau dreapta (media în cazul atitudinii crește ușor de la cei care se poziționează la stânga la cei de dreapta).

Votanți, partide și absența ideologiilor

Tema articolului lui Claudiu Tufiș rămâne aceea a orientărilor ideologice (Mircea Comșa a prezentat în articolul anterior modul în care orientările ideologice ale respondenților diferă în funcție de autopozicionarea acestora pe axa stânga – dreapta), însă accentul se schimbă dinspre axa stânga – dreapta înspre partidul cu care respondenții au votat la alegerile europarlamentare din 7 iunie 2009, identificând astfel diferențele care există între votanții principalelor partide politice din România cu privire la modul în care aceștia se raportează la principiile de bază ale sistemului politic și economic actual.

CLAUDIU TUFIȘ

Democrație și alternative antidemocratice

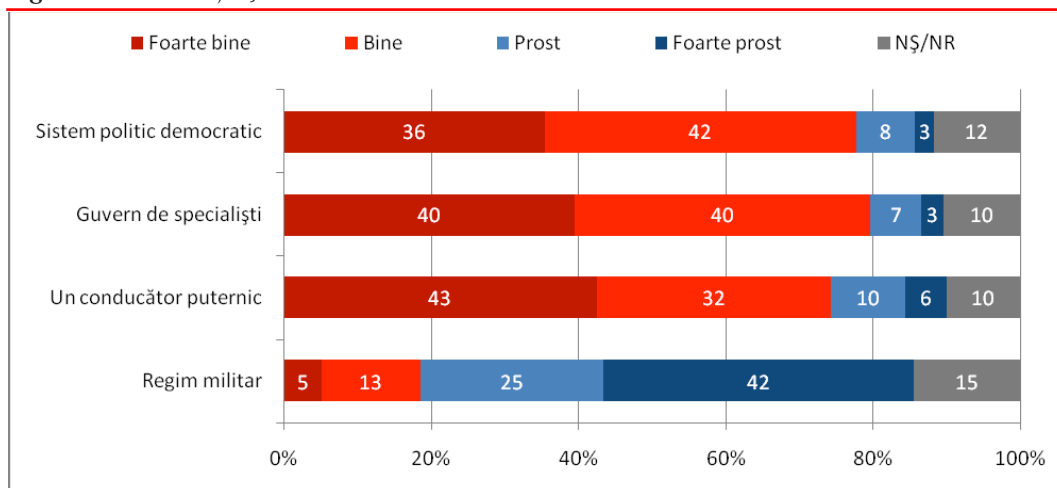
Literatura de specialitate folosește frecvent un set de patru întrebări pentru a măsura suportul respondenților pentru un sistem politic democratic. Respondenții au fost rugați să indice cât de bine cred că ar fi pentru România să aibă:

- Un sistem politic democratic.
- Un conducător puternic, care nu își bate capul cu parlamentul și cu alegerile.
- Un guvern de specialiști care conduc țara după cum cred ei că este mai bine pentru țară.
- Un regim militar.

La nivelul întregului eșantion, 78% dintre români consideră că este bine sau foarte bine ca România să aibă un sistem politic democratic, sugerând un atașament puternic pentru democrație. Această concluzie este susținută și de faptul că 67% dintre respondenți refuză ideea unui regim militar care să conducă țara.

Pe de altă parte, este interesant faptul că 75% consideră că ar fi bine pentru România să aibă un conducător puternic, care nu își bate capul cu parlamentul și alegerile. Evaluarea puternic pozitivă a unei astfel de soluții sugerează că atașamentul pentru democrație este doar unul de suprafață. Istoria ultimilor 20 de ani a creat, la nivelul populației, o atitudine suficient de negativă față de parlament (media încrederii în Parlament, instituția fundamentală a democrației, este de doar 4,1 pe o scală de zece puncte) încât majoritatea românilor să renunțe la acesta în favoarea unui conducător cu o mână fermă.

Figura 1. Democrație și alternative antidemocratice

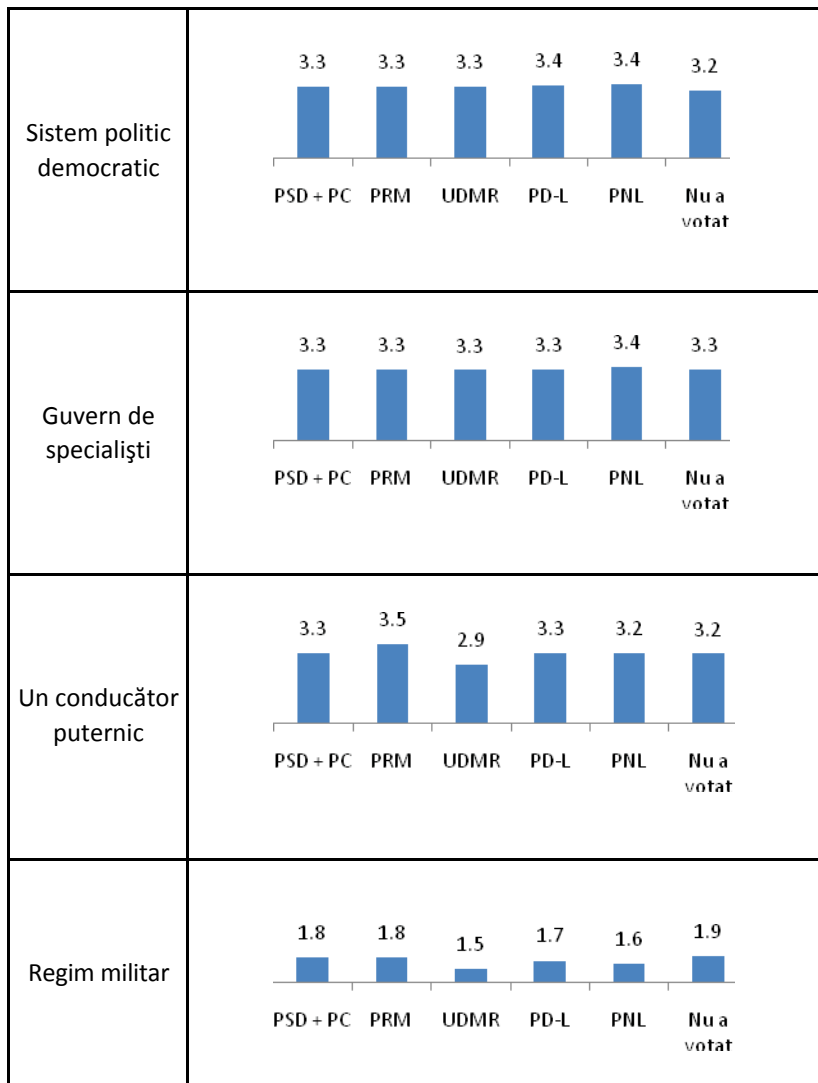


Note: (1) Datele reprezintă procente. (2) Mod de citire: Din totalul alegătorilor, 36% cred că este foarte bine ca România să aibă un sistem politic democratic, în timp ce 3% cred că acest lucru este foarte prost, iar 12% nu au o opinie formată.

Varianta unui guvern de specialiști, de o importanță crescută în contextul politic actual, este susținută de 80% dintre respondenți. Deși performanța guvernelor pe care România le-a avut în ultimii 20 de ani poate justifica, într-o oarecare măsură, preferința românilor pentru un guvern de tehnocrați, trebuie menționat că nici această soluție nu este una democratică. Partidele politice reprezintă unul dintre elementele de bază ale unui sistem politic democratic, iar eliminarea acestora din jocul politic este echivalentă cu respingerea principiilor democrației. Soluția unui guvern de tehnocrați poate fi viabilă doar ca o soluție „de avarie” și pe termen scurt, pentru rezolvarea unei crize politice. Dar chiar și în acest caz sistemul democratic ar cere mai degrabă organizarea

unor noi alegeri parlamentare decât folosirea unei astfel de soluții „extra-sistemice.”

Figura 2. Relația dintre vot și atitudini față de democrație



Notă: (1) Valorile reprezintă media evaluărilor (pe o scală de la 1 la 4, unde 1 reprezintă dezacord total cu afirmația de pe rând, iar 4 reprezintă acord total).

Datele din Figura 2 prezintă modul în care votanții principalelor partide din România și non-votanții se raportează la diferitele variante de sistem politic (partidele sunt ordonate pe axa orizontală conform modului în care respondenții le plasează pe axa stânga - dreapta).

După cum se poate observa, pentru trei din cele patru alternative propuse (sistem politic democratic, guvern de specialiști și regim militar) între votanții diferitelor partide nu există diferențe semnificative.

În ceea ce privește alternativa unui conducător puternic, care să nu își bată capul cu parlamentul și cu alegerile, cei care au votat cu PRM consideră în semnificativ mai mare măsură că aceasta ar fi o soluție bună, în timp ce cei care au votat cu UDMR sunt în mai mică măsură de acord cu o astfel de soluție. Faptul că votanții PRM sunt mai încântați decât restul de ideea unui lider puternic nu ar trebui să surprindă, dacă ne amintim de caracteristicile și discursul celor doi europarlamentari aleși pe lista acestui partid (Corneliu Vadim Tudor și George Becali).

Merită menționat și faptul că atitudinile față de democrație ale celor care nu au votat la ultimele alegeri nu diferă semnificativ de cele ale celor care au votat, indiferent de partidul ales de aceștia din urmă. Dacă procentul mare al celor care nu au participat la vot ar trebui să îngrijoreze, deoarece indică un grad mai mare de nemulțumire față de sistemul politic, apropierea ideologică dintre non-votanți și votanți sub aspectul atitudinilor față de democrație este un semn bun, care arată că nemulțumirea non-votanților a dus doar la retragerea din viața politică și nu la opoziția față de sistemul politic.

Datele prezentate aici sugerează un nivel crescut de suport pentru sistemul democratic, însă la nivel declarativ. Experiențele ultimilor 20 de ani au făcut ca românii să aibă o atitudine permisivă față de abaterile (ipotetice) de la acest sistem, iar această atitudine nu diferă în funcție de partidul cu care românii au votat la ultimele alegeri.

Economie de piață și protecție socială

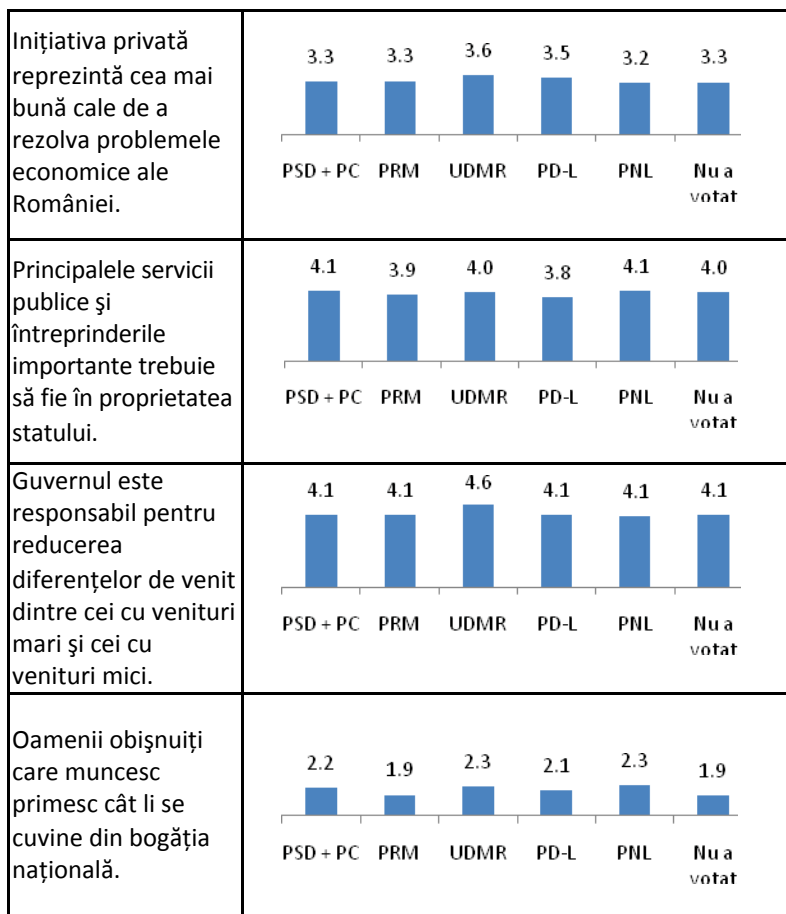
Am văzut deja că votanții partidelor politice nu diferă semnificativ între ei în ceea ce privește atitudinile față de democrație. Este acest rezultat valabil și pentru atitudinile față de principiile sistemului economic actual? Pentru a răspunde acestei întrebări pot fi folosite două seturi de itemi din chestionarul aplicat respondenților (vezi Figura 3 și Figura 4; pentru distribuția procentelor la nivelul întregului eșantion, vezi materialul anterior).

În analiza atitudinilor față de principiile economiei de piață trebuie reamintit că există mai multe modele ale economiei de piață. Itemi folosiți aici indică fie suportul pentru modelul liberal al economiei de piață (inițiativă privată, competiție, proprietate privată, gradul de intervenționism al statului) fie suportul pentru modelul social-democrat al economiei de piață (reducerea inegalităților, echitate, distribuirea bunăstării).

Modul în care oamenii se raportează la cele două modele ale economiei de piață diferă semnificativ în funcție de țara în care aceștia locuiesc. Astfel, în țările din Vestul Europei, ca tendință generală, un nivel mare de suport pentru un anumit model al

economiei de piață este asociat cu un nivel redus de suport pentru cel de-al doilea model. Imaginea este însă complet diferită în fostele țări comuniste din Estul Europei unde, tot ca tendință generală, suportul pentru unul dintre cele două modele ale economiei de piață nu exclude și suportul pentru cel de-al doilea model.

Figura 3. Relația dintre vot și atitudini față de economie – 1



Notă: (1) Valorile reprezintă media evaluărilor (pe o scală de la 1 la 5, unde 1 reprezintă dezacord total cu afirmația de pe rând, iar 5 reprezintă acord total).

Revenind la România anului 2009, Figura 3 prezintă modul în care votanții principalelor partide politice se raportează la un prim set de principii ale economiei de piață.

Ca și în cazul anterior, se poate observa că atitudinile votanților partidelor nu diferă foarte mult în funcție de partidul votat la alegerile europarlamentare. Indiferent de partidul votat, respondenții au o atitudine ușor pozitivă față de inițiativa privată (scor mediu cuprins între 3,2 și 3,6 pe o scală de cinci puncte). Respondenții par să fi ajuns la consens și cu privire la forma de proprietate a principalelor servicii publice și a întreprinderilor importante, indicând că ar prefera ca acestea să se afle mai degrabă în proprietatea statului decât în proprietate privată (scor mediu cuprins între 3,8 și 4,1).

În ceea ce privește temele asociate modelului social-democrat al economiei de piață (reducerea inegalităților și echitatea) se poate observa că, în medie, românii alocă responsabilitatea reducerii diferențelor de venit guvernului și consideră că oamenii obișnuiți care muncesc nu primesc cât li se cuvine din bogăția națională. Există însă și câteva diferențe semnificative. Astfel, votanții UDMR (scor mediu 4,6) consideră în mai mare măsură decât restul (scor mediu 4,1) că guvernul este responsabil de reducerea diferențelor de venit. Votanții PRM și cei care nu au votat sunt mai puțin mulțumiți decât votanții celorlalte partide de modul în care bogăția națională este distribuită în rândul populației.

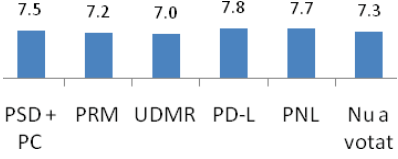
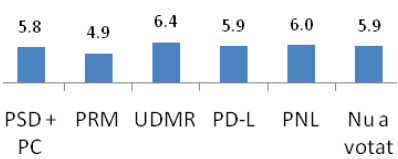
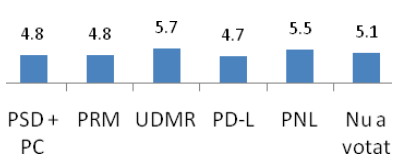
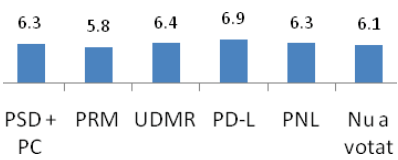
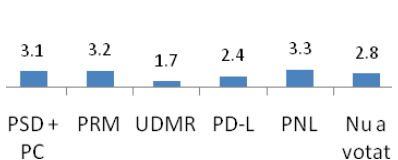
Figura 4 prezintă relația dintre votul pentru un anumit partid și al doilea set de indicatori ai atitudinilor față de economia de piață. Acești indicatori oferă o imagine mixtă privind modul în care românii se raportează la principiile economiei de piață. Astfel, votanții tuturor partidelor consideră competiția ca fiind mai degrabă un lucru bun, cu un scor mediu variind de la 7 în cazul votanților UDMR până la 7,8 în cazul votanților PD-L. Proprietatea privată este, de asemenea, sprijinită de votanții tuturor partidelor politice, cu excepția celor care au votat cu PRM și care au o atitudine neutră față de acest principiu al economiei de piață. Tema intervenției statului în economie diferențiază puțin mai clar între două grupuri: votanții PRM, PSD + PC și PD-L tind să fie mai degrabă de acord cu afirmația că statul ar trebui să controleze mai mult firmele, pe când votanții UDMR și PNL sunt mai degrabă de acord cu afirmația că statul ar trebui să acorde mai multă libertate firmelor.

Ultimele doua variabile se referă la teme aparținând modelului social-democrat al economiei de piață: distribuția bunăstării și reducerea inegalității. Toți respondenții consideră că fiecare individ ar trebui să fie responsabil de propria bunăstare, cu un suport mai mare printre votanții PD-L și un suport ceva mai scăzut printre votanții PRM. Un consens similar există și cu privire la reducerea diferențelor între venituri, cu un suport mai crescut pentru reducerea diferențelor printre votanții UDMR.

Datele prezentate aici ne oferă imaginea unei populații care acceptă atât anumite principii aparținând modelului liberal al economiei de piață, cât și unele principii aparținând modelului social-democrat al economiei de piață. Din acest punct de vedere, atitudinile românilor față de economia de piață sunt similare cu cele ale altor est-europeni și diferite de cele ale vesticilor. Explicația rezidă, probabil, în faptul că economiile fostelor țări comuniste din Estul Europei au produs dezechilibre semnificative pentru a căror rezolvare este nevoie de intervenția semnificativă a statului.

Ca și în cazul atitudinilor față de democrație și aici se poate observa că, în cele mai multe cazuri, votanții diferitelor partide nu diferă semnificativ în opiniile lor față de economia de piață. Figura 5 prezintă poziția votanților în câmpul bidimensional definit de atitudinile acestora față de economia de piață și față de protecția socială. În acest caz se poate observa gruparea votanților într-un grup caracterizat de un nivel mediu de suport pentru economia de piață și de un nivel ridicat de suport pentru protecția socială. Votanții UDMR se disting prin nivelul mai mare de suport pentru principiile protecției sociale.

Figura 4. Relația dintre vot și atitudini față de economie – 2

<p>Competiția este un lucru rău, scoate la iveală ce este mai negativ în oameni (1)c28</p>	 <p>7.5 7.2 7.0 7.8 7.7 7.3</p> <p>PSD+ PC PRM UDMR PD-L PNL Nu a votat</p>	<p>Competiția este bună, îi ajută pe oameni să muncească mai mult și să dezvolte noi idei (10)</p>
<p>Proprietatea de stat ar trebui să se extindă și să se dezvolte (1)c31</p>	 <p>5.8 4.9 6.4 5.9 6.0 5.9</p> <p>PSD+ PC PRM UDMR PD-L PNL Nu a votat</p>	<p>Proprietatea privată ar trebui să se extindă și să se dezvolte (10)</p>
<p>Statul ar trebui să controleze mai mult firmele (1)c29</p>	 <p>4.8 4.8 5.7 4.7 5.5 5.1</p> <p>PSD+ PC PRM UDMR PD-L PNL Nu a votat</p>	<p>Statul ar trebui să acorde mai multă libertate firmelor (10)</p>
<p>Statul ar trebui să își asume mai multă responsabilitate pentru bunăstarea fiecăruia (1)c27</p>	 <p>6.3 5.8 6.4 6.9 6.3 6.1</p> <p>PSD+ PC PRM UDMR PD-L PNL Nu a votat</p>	<p>Fiecare individ ar trebui să își asume mai multă responsabilitate pentru propria bunăstare (10)</p>
<p>Diferențele între venituri ar trebui să se micșoreze (1)c30</p>	 <p>3.1 3.2 1.7 2.4 3.3 2.8</p> <p>PSD+ PC PRM UDMR PD-L PNL Nu a votat</p>	<p>Diferențele între venituri ar trebui să fie mai mari (10)</p>

Note: (1) Valorile reprezintă media evaluărilor pe o scală de 10 puncte (unde 1 înseamnă că respondentul este total de acord cu afirmația din stânga, iar 10 înseamnă că respondentul este total de acord cu afirmația din dreapta). (2) Mod de citire: votanții PSD+PC, PRM și PDL consideră mai degrabă că statul ar trebui să controleze mai mult firmele, în timp ce votanții UDMR și PNL consideră mai degrabă că statul ar trebui să acorde mai multă libertate firmelor.

Puternica atracție a lui nici prea-prea, nici foarte-foarte

Figura 6 plasează votanții în câmpul definit de opiniile acestora față de democrație și față de economia de piață. Imaginea surprinde prin gruparea atât de apropiată atât a votanților tuturor partidelor cât și a celor care nu au votat în zona de mijloc a acestui câmp.

Această aglomerare spune două povești. Prima este aceea a unepopulații care, la 20 de ani de la începutul tranziției, încă nu este pe deplin atașată de principiile noului sistem politic și economic. Dacă atitudinea mai degrabă neutră față de economia de piață poate fi pusă pe seama costurilor tranziției economice, lipsa de atașament pentru democrație este mai greu de explicat. A doua poveste este aceea a unei populații care decide cu cine votează folosind alte criterii decât cele ideologice. În mod cert partidele politice sunt responsabile de această situație. Dacă ne

gândim la toate dezbaterile din mass media, la toate luările de poziție ale partidelor prin reprezentanții acestora, la discursurile din parlament, cu greu vom putea identifica un moment în care discuția să fi avut la bază o componentă ideologică.

La începutul anilor 1990 distincția dintre comunism și anti-comunism a avut un rol important în decizia de vot. La sfârșitul anilor 1990 orientarea pro-vest a României a avut o funcție similară. Acum, la sfârșitul anilor 2000, care sunt criteriile pe baza cărora românii decid cu cine votează? Există anumite valori care îndeamnă o persoană să voteze cu un anumit partid sau este această decizie bazată doar pe simpatia pentru / antipatia față de un anumit om politic sau doar pe votul anterior? Am văzut aici că democrația și economia de piață nu au influență asupra deciziei de vot. Numărul următor al newsletter-ului va încerca să aducă mai multă lumină asupra acestei probleme.

Figura 5. Poziția votanților în funcție de atitudinile față de economia de piață și protecția socială

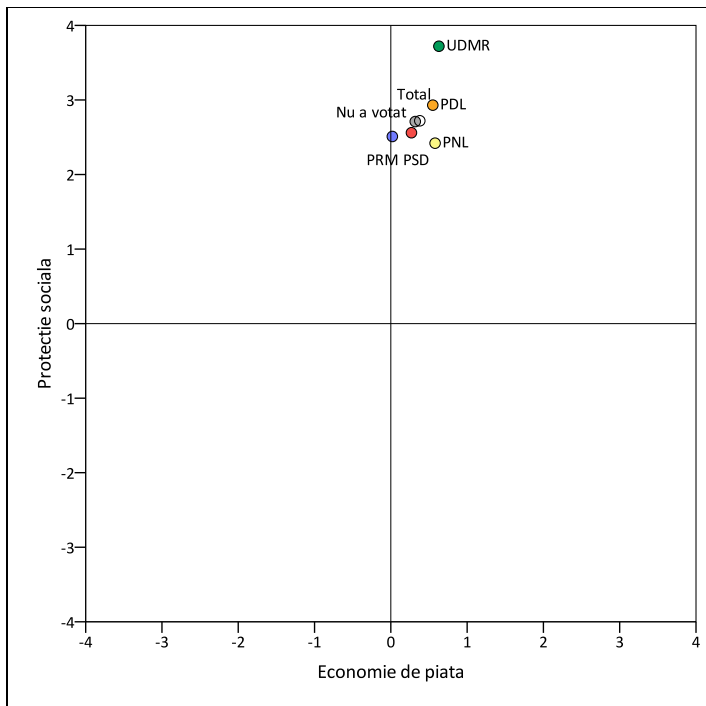


Figura 6. Poziția votanților în funcție de atitudinile față de democrație și economia de piață

