

The "Ideal" Portrait
of Presidential
Candidate in
Romania, in the
Vision of Timisoara
Voters

PORTRETUL „IDEAL” AL CANDIDATULUI LA PREȘEDINȚIA ROMÂNIEI, DIN PERSPECTIVA ELECTORATULUI DIN TIMIȘOARA

MARCEL IORDACHE

This paper is the presentation of a field research conducted in Timisoara town, in 1998.

The purpose of the research was to obtain the main features of a presidential candidate, as they are present in the perception of the Timisoara voters.

The research used a structured questionnaire and this paper largely presents and analyses the synthesis of the answers obtained.

In the end of the paper, the author presents the actual portrait of the candidate resulted from the research: the physical, psychosocial, moral, political features, and others.

Utilizat de zeci de ani în occident, marketingul politic, atât ca domeniu de acțiune cât și ca domeniu de cercetare, a început să se afirme în România abia în ultimii ani, fiind utilizat ca „armă electorală” aproape în exclusivitate doar de vârful elitei politice românești.

Scopul personalității politice este, pe de-o parte, de a reprezenta electoratul, iar pe de altă parte, de a răspunde la cerințele acestuia. Lipsa relativă a unor informații sistematizate asupra așteptărilor și percepției electoratului față de candidații la președinție ne-au determinat în anul 1998 să demarăm o cercetare de teren la nivelul orașului Timișoara cu scopul conturării unui portret „ideal” al candidatului la președinția României, care să fie utilă consilierilor de imagine ai candidaților la președinție în elaborarea unor modele de acțiune și comportament pentru aceștia, în conformitate cu dorințele electoratului.

Aspectele principale avute în vedere au fost:

Portretul „ideal” al candidatului la președinția României

- cum vede electoratul respectivul candidat:
 - ce se așteaptă de la acesta;
 - ce îl multumește sau nemultumește;
 - ce îl interesează (viață personală, situația profesională, situația politică);
- calitățile politice și personale ale candidatului (ce este plăcut sau respins);
- alte particularități ale candidatului la președinție.

Prezenta lucrare are la bază cercetarea realizată pe această tematică împreună cu studenții anului IV – 1998, de la Secția de Sociologie a Facultății de Sociologie și Psihologie, Universitatea de Vest din Timișoara.

Cercetarea a constat într-o anchetă pe bază de chestionar și s-a efectuat pe un eșantion pe cote (vârstă și sex), reprezentativ pentru populația orașului Timișoara, de 383 de subiecți, cu o eroare de reprezentativitate de $\pm 5\%$ și o probabilitate de garantare a rezultatelor de 95%.

Prezentarea rezultatelor obținute

Caracteristicile candidaților au fost clasificate în patru mari categorii: caracteristici psiho-sociale, caracteristici fizice, caracteristici politice și intelectuale și caracteristici morale. La acestea s-au adăugat și alte caracteristici: susținerea politică, religia și etnia.

Rezultatele obținute în ceea ce privește aceste caracteristici sunt prezentate la sfârșitul articolului sub formă grafică, după cum urmează:

- clasele de categorii utilizate și subcategoriile acestora (Graficele 1-4);
- relația de ordonare a acestor clase de categorii și a celorlalte caracteristici studiate (Graficul 5);

Sunt prezentate în continuare rezultate și interpretări ale răspunsurilor la întrebările din chestionar.

Q1. Ați participat la vot la ultimele alegeri?

Un procent foarte mare din subiecții chestionați, (91,1%) au declarat că au participat la vot la alegerile din anul 1996, fapt care ne îndreptățește să afirmăm că aceștia sunt familiarizați cu exercitiul democratic al votului. Aceștia au asistat deja la o campanie electorală pentru alegerea președintelui țării și au fost puși în situația de a aprecia calitățile și defectele candidaților, de a face comparație între aceștia și apoi, de a alege.

Probabil că au existat situații când electorii au dorit ca cel pe care urmau să îl voteze să fi avut și alte calități sau chiar unele trăsături pe care le avea un contracandidat. Totuși, aceștia au fost puși în situația de a alege dintre mai mulți candidați doar pe unul singur, care probabil că nu posedă toate calitățile dorite de unul sau altul dintre electori.

Prin întrebările din chestionar am încercat să îi punem pe subiecți într-o situație similară: să aprecieze ce caracteristici consideră ei că sunt necesare unui candidat la președinția României, iar în condițiile în care ar trebui să aleagă între aceste calități să menționeze pe care dintre acestea le preferă, considerându-le ca fiind cele mai importante.

Q2. Când votați pentru un anumit candidat la președinția României țineți cont de orientarea lui politică?

Un procent de 68,4% dintre subiecți declară că țin cont de orientarea politică a candidatului la președinție atunci când votează. Rezultă, deci, că doar ceva mai mult de un sfert dintre subiecți acordă o importanță mai mare imaginii candidatului, caracteristicilor psiho-sociale, politice și morale ale acestuia decât orientării și susținerii politice a acestuia. S-ar putea spune că doar aceștia preferă să voteze în primul rând oameni și nu programe politice.

În aceste condiții, candidații independenți, fără o apartenență declarată la o orientare politică sau la alta, nu par să aibă prea mari șanse de succes. Însă răspunsurile la această întrebare trebuie interpretate ținând cont și de răspunsurile înregistrate la întrebarea Q10.



Q10. Ați vota un candidat la președinție care să întrunească calitățile dorite de dvs. chiar dacă nu ar fi susținut de o formațiune politică puternică?

La această întrebare 82,5% dintre subiecți au răspuns afirmativ. Deci, majoritatea electoratului este dispusă să voteze, mai degrabă, persoana înzestrată cu calitățile dorite, decât programul politic pe care îl reprezintă candidatul. O altă concluzie care se poate trage în concordanță și cu răspunsurile la întrebarea anterioară este aceea că electorii preferă candidații care au o opțiune politică clară, chiar dacă aceasta nu este împărtășită de majoritatea electoratului, cu condiția ca această opțiune politică să fie în concordanță cu propriile lor convingeri politice.

În aceste condiții calitățile personale ale candidatului sunt esențiale, iar cei care sunt responsabili de campaniile electorale ale candidaților este bine să cunoască ce atitudini și opinii preferă electoratul să aibă un potențial președinte.

Q3. În ce măsură considerați că următoarele caracteristici psiho-sociale sunt necesare unui candidat la președinție?

Au fost supuse atenției subiecților investigați zece caracteristici psiho-sociale: voință, prestigiu social, autoritate, sociabilitate, tărie de caracter, activism, inteligență, consecvență, empatie și spirit de inițiativă. Aceste caracteristici au fost considerate de cei mai mulți subiecți investigați ca fiind calități necesare în „mare” și în „foarte mare măsură” unui candidat la președinție.

Caracteristica apreciată ca fiind cea mai necesară este inteligența (94,3%), urmată apoi în ordine de voință (91,9%), autoritate (87%) și tăria de caracter (86,7%). Din analiza de frecvență a răspunsurilor reiese că la două dintre aceste caracteristici răspunsurile par a se abate puțin de la regulă: empatia (72,4%) și activismul (59,6%).

Un candidat inteligent, care manifestă voința de a realiza ceva pentru compatrioți și care dovedește că are autoritatea și tăria de caracter de a rezolva problemele țării pare a fi șeful de stat „ideal” pentru

români. Faptul că o caracteristică importantă, precum consecvența, se situează în ordinea preferințelor după autoritate și prestigiu social ar trebui să ne pună pe gânduri ca cetățeni. În schimb, pe cei angajați într-o campanie electorală probabil că îi liniștește să afle că inconsecvența nu este sancționată chiar așa de aspru de către electorat. (Graficul 3)

Q4. În ce măsură considerați că următoarele caracteristici fizice sunt necesare unui candidat la președinție?

Spre deosebire de caracteristicile psiho-sociale, caracteristicile fizice pozitive ale candidaților nu sunt considerate a fi la fel de necesare. Excepție face aici sănătatea, apreciată ca necesară în „mare” și în „foarte mare măsură” de către 94,2% dintre subiecți. Aspectul exterior plăcut și statura impunătoare nu sunt apreciate ca fiind la fel de importante ca sănătatea, iar tinerețea este situată în coada listei, considerându-se probabil că înțelepciunea necesară conducerii unei țări se dobândește odată cu vârsta. (Graficul 4)

Q5. Cum ați defini patriotismul unui candidat la președinție?

O întrebare precum „Un candidat la președinție trebuie să fie patriot?” nu și-ar fi avut rostul, astfel încât am considerat interesant să aflăm cum definește electoratul patriotismul unui candidat la președinție, din punctul de vedere al atitudinii acestuia față de minorități. Astfel, 58,5% dintre subiecți consideră că este patriot un candidat la președinție care este imparțial față de apartenența etnică a cetățenilor țării, 32,6% dintre subiecți definesc patriotismul prin naționalism, iar 6,8% consideră că un candidat patriot ar trebui să manifeste o atenție deosebită față de minorități.

Q6. Pentru a putea conduce eficient considerați că un președinte trebuie să fie cinstit și sincer în orice situație sau trebuie să se adapteze în funcție de situație?

Rezultatele obținute ne arată că electoratul este polarizat în ceea ce privește reprezentările lui asupra modului de rezolvare a problemelor de interes națio-

Portretul „ideal” al candidatului la președinția României

nal. Societatea concurențială a creat „mitul învingătorului”, și acest concept are tendința de a ocupa un spațiu tot mai însemnat în conștiința românilor. Valorile promovate de epoca individualistă au fost proiectate la nivelul conștiinței colective, pentru o parte însemnată a populației fiind acum importantă obținerea fericirii și bunăstării, chiar și prin mijloace mai puțin oneste. Totuși, cea mai importantă parte dintre subiecți, prin răspunsul lor, au dat dovadă că au rămas consecvenți valorilor autentice. Rezultă de aici că un candidat la președinție este considerat ca fiind „ideal” atunci când, în același timp, pe de-o parte, este perceput ca fiind cinstit, iar pe de altă parte, face dovada unor abilități excepționale de a rezolva toate problemele, indiferent de situație. (43,9% dintre subiecți consideră că, pentru a conduce eficient, cinstea trebuie subordonată contextului situațional).

Q7. Pe care dintre următorii trei candidați la președinție îl preferați: Unul cu o activitate politică îndelungată și foarte cunoscut, unul cu o activitate politică îndelungată dar mai puțin cunoscut sau unul lansat de curând în politică?

Pentru a avea succes în alegeri, un candidat trebuie să aibă o activitate politică îndelungată (nevoia electoratului de legitimare a experienței candidatului) și să fie foarte cunoscută (nevoia electoratului de recunoaștere a activității anterioare desfășurate de către candidat), consideră 57,2% dintre subiecți. Alegătorii nu par a fi dispuși să voteze în necunoștință de cauză, având nevoie de o legitimare a activității politice anterioare a candidatului, publicitatea politică jucând, deci, un rol foarte important.

Q8. În ce măsură considerați că următoarele caracteristici politice sunt necesare unui candidat la președinție?

Din punct de vedere politic am luat în considerare următoarele zece caracteristici: obiectivitate, spirit critic, diplomație, toleranță, patriotism, realism politic, respect față de adversari, susținerea intereselor țării, combativitate și imparțialitate.

Dintre aceste caracteristici, diplomația (91,9%), patriotismul (90,9%), susținerea intereselor țării (90,9), obiectivitatea (89,1%) și realismul politic (85,7%) sunt percepute în această ordine ca indispensabile (în „mare” și „foarte mare măsură”) unui candidat la funcția supremă în stat. Pe ultimul loc se situează toleranța politică, fapt ce poate legitima un comportament intransigent în drumul spre atingerea obiectivelor stabilite, alături de sacrificarea cinstei, după cum am menționat anterior. (Graficul 1)

Q9. În ce măsură considerați că următoarele caracteristici morale sunt necesare unui candidat la președinție?

În ceea ce privește calitățile morale ale candidatului la președinție, subiecții au considerat ca fiind necesare, în „mare” și „foarte mare măsură”, în ordine, următoarele caracteristici: cinstea (93,7%), respectul față de lege (92,5%), respectarea promisiunilor electorale (90,6%) și sinceritatea (90%). Acestea sunt urmate apoi, în ordine, de următoarea grupare: responsabilitate (88,5%), dreptate (85,4%) și omenie (83,5%). Legat de caracteristicile morale care se regăsesc abia către finalul listei, trebuie subliniată aici devalorizarea modestiei (69,6%) ca și calitate electorală, subaprecierea calității de familist (57,7%) precum și respingerea oportunistului (47,2%). (Graficul 2)

Q11. Candidatul la președinție pe care l-ați vota doriți să fie: Un om cu o inteligență recunoscută prin diploma de absolvire a unor studii superioare, un om cu o abilitate dată de o bogată experiență de viață sau un om simplu din popor cu o inteligență nativă?

Un candidat „ideal” din punctul de vedere al înțelepciunii pare să fie cel care face dovada maturității și a unei bogate experiențe de viață ca furnizor al înțelepciunii (48,8%). Totuși, o mare parte a subiecților (44,6%) consideră că înțelepciunea este acreditată de o diplomă universitară. Această opțiune este completată de răspunsurile subiecților la întrebarea Q28.

Q28. În care dintre următoarele categorii



doriți să se încadreze candidatul la președinția României, din punctul de vedere al studiilor? (Liceu, studii universitare sau studii postuniversitare).

La această întrebare 52,2% dintre subiecți au apreciat ca necesară existența studiilor superioare la un candidat la președinție, la care se adaugă cei 45,4% care au considerat ca sunt necesare chiar studii postuniversitare. În aceste condiții, candidatul cu cele mai mari șanse de reușită pare a fi cel care posedă atât studii universitare cât și o bogată experiență de viață. Pare evident, astfel, faptul că din punctul de vedere al vârstei, candidatul considerat ca „ideal” nu poate fi unul prea tânăr, fapt confirmat de opțiunile subiecților la întrebarea Q25, referitoare la vârstă. Din acest punct de vedere, 50,7% dintre subiecți au considerat că vârsta „ideală” este cea cuprinsă între 40 și 49 de ani.

Deși calitatea de familist nu este dintre cele apreciate ca necesare, totuși, la întrebarea Q26 privind starea civilă, 94,8% dintre subiecți au optat pentru varianta „căsătorit”. Concluzia care s-ar putea trage din diferența de opțiuni poate suna cam așa: Nu contează așa de mult caracteristica sa de bun familist, important este ca el să fie căsătorit. Și dacă se întâmplă ca acesta să fie și de sex masculin (94% dintre opțiuni), să fie și de etnie română (96,1% dintre opțiuni) și să aibă și vârsta între 40 și 49 de ani, se cheamă că am descoperit o mare parte dintre trăsăturile de bază ale candidatului „ideal” la președinția României, din perspectiva electoratului timișorean.

Pentru a avea adeviziunea electorilor într-o campanie, după opinia subiecților chestionați (57,7%), un candidat ar trebui să utilizeze un limbaj natural, accesibil tuturor, indiferent de situația în care se află și să manifeste o atitudine familiară, informală.

În ceea ce privește semnificația pentru alegători a apartenenței religioase a candidatului înscris în cursa electorală pentru Cotroceni, 56,4% dintre aceștia consideră că aceasta nu este importantă. Totuși, aproape jumătate dintre subiecți califică un individ în funcție de apar-

tenența sa religioasă. Dintre aceștia, 97% consideră că un viitor președinte al României trebuie să aparțină religiei ortodoxe.

Q15. Prin ce mijloace vă dați cel mai bine seama de calitățile unui candidat la președinție?

Cei mai mulți dintre subiecții investigați au apreciat că trăsăturile candidaților la președinție le sunt cel mai accesibile prin intermediul televiziunii (71%). S-a obținut un procent semnificativ (18%) a celor care preferă să cunoască direct persoana candidatului, în raport cu numai 4% care aleg presa scrisă ca principal mijloc de informare pe această temă.

Continuând aceeași idee, se remarcă un procent ridicat (73,9%) al celor care utilizează televiziunea ca principal mijloc cultural de petrecere a timpului liber, urmată apoi de presa scrisă (35%) și radio (34,7%). În aceste condiții, putem să afirmăm că televiziunea se constituie ca un factor cheie al spațiului public, iar comunicarea audio-vizuală ca o dimensiune esențială a oricărei politici. Deci, reușita acestei comunicări determină în mare măsură succesul politic.

Într-o campanie electorală un candidat la președinție ar trebui:

- să se arate convins de ceea ce exprimă;
- să anticipeze dorințele alegătorilor și să le ofere ceea ce ei au nevoie;
- să arate oamenilor că are încredere în ei;
- înainte de a critica pe alții, să-și recunoască propriile greșeli;
- să fie el însuși, să nu-și făurească imaginea publică pe minciuni;
- să țină cont că nimănui nu-i place să primească ordine;
- să-i lase pe alegători să creadă că ideile sugerate de el sunt ale lor.

Ce se așteaptă de la președintele țării:

- să țină la poporul său și la țara sa;
- să fie la curent cu problemele țării sale, să se preocupe de ele și să le găsească soluții;
- să încerce să vadă problemele și prin prisma cetățenilor;

Portretul „ideal” al candidatului la președinția României

- să acorde importanță reprezentării pe plan extern;
- să prezinte garanție pentru stabilitatea României;
- să respecte legile și să vegheze la respectarea lor de către ceilalți;
- să fie un președinte al tuturor și nu al unui singur segment de electorat;
- să întrunească calitățile unui lider;
- să aibă prestanță;
- să fie o persoană care a reușit în viață;
- să respecte opiniile adversarilor.

Portretul „ideal” al candidatului la președinția României din perspectiva electoratului din Timișoara

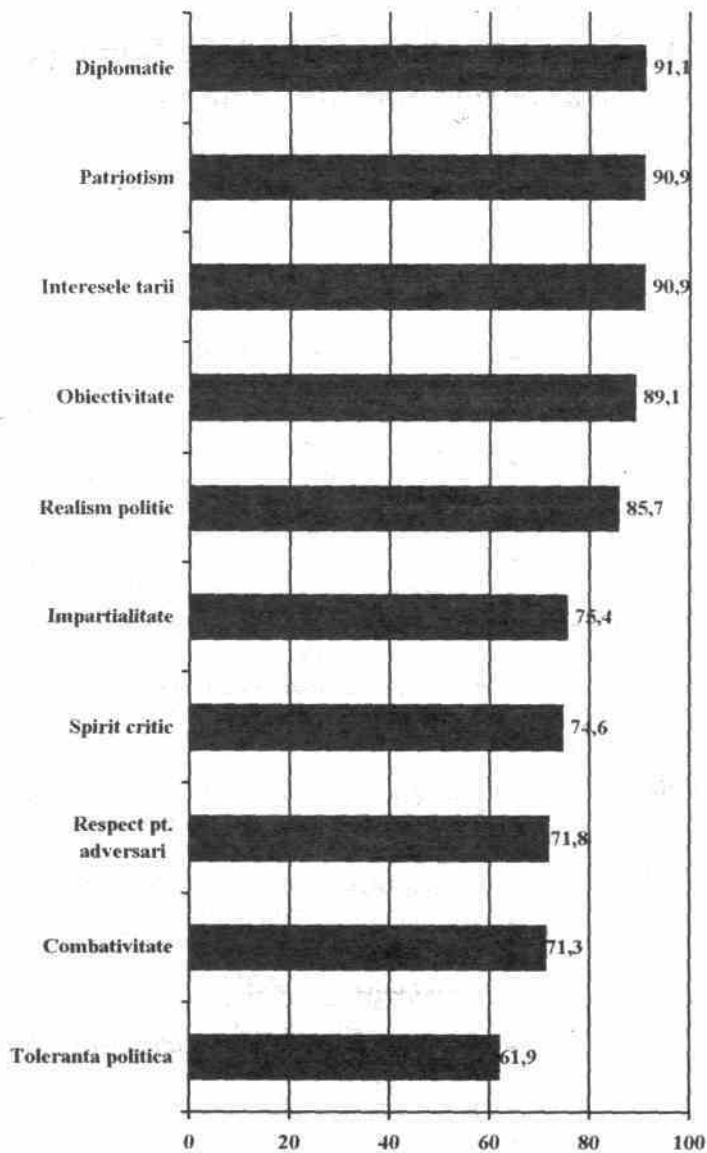
- Sexul:** masculin (94%)
- Vârsta:** 40 - 49 de ani (50,7%)
- Naționalitatea:** română (96,1%)
- Studii:** studii superioare (52,2%)
studii postuniversitare (45,4%)
- Starea civilă:** căsătorit (94,8%)
- Caracteristici politice:**
- diplomat
 - patriot
 - susținător al intereselor țării
 - obiectiv
 - realist
- Caracteristici morale:**
- cinstit
 - să respecte legile
 - să respecte promisiunile făcute
 - sincer
 - responsabil
- Caracteristici psiho-sociale:**
- inteligent
 - să posede voință
 - autoritar
 - caracter puternic
 - prestigiu social
- Caracteristici fizice:**
- sănătos fizic și psihic
 - aspect exterior plăcut
- Alte caracteristici:**
- flexibil în ceea ce privește atitudinea față de situațiile problematice
 - să utilizeze un limbaj natural și accesibil
 - să poată relaționa și informal cu alegătorii
 - să dețină o activitate politică îndelungată și intens mediatizată



Graficul 1

În ce măsură considerați că următoarele caracteristici politice sunt necesare unui candidat la președinție ?

Valorile reprezintă procentul subiecților care au ales variantele de răspuns: "în mare măsură" și "în foarte mare măsură", la fiecare dintre aceste caracteristici.

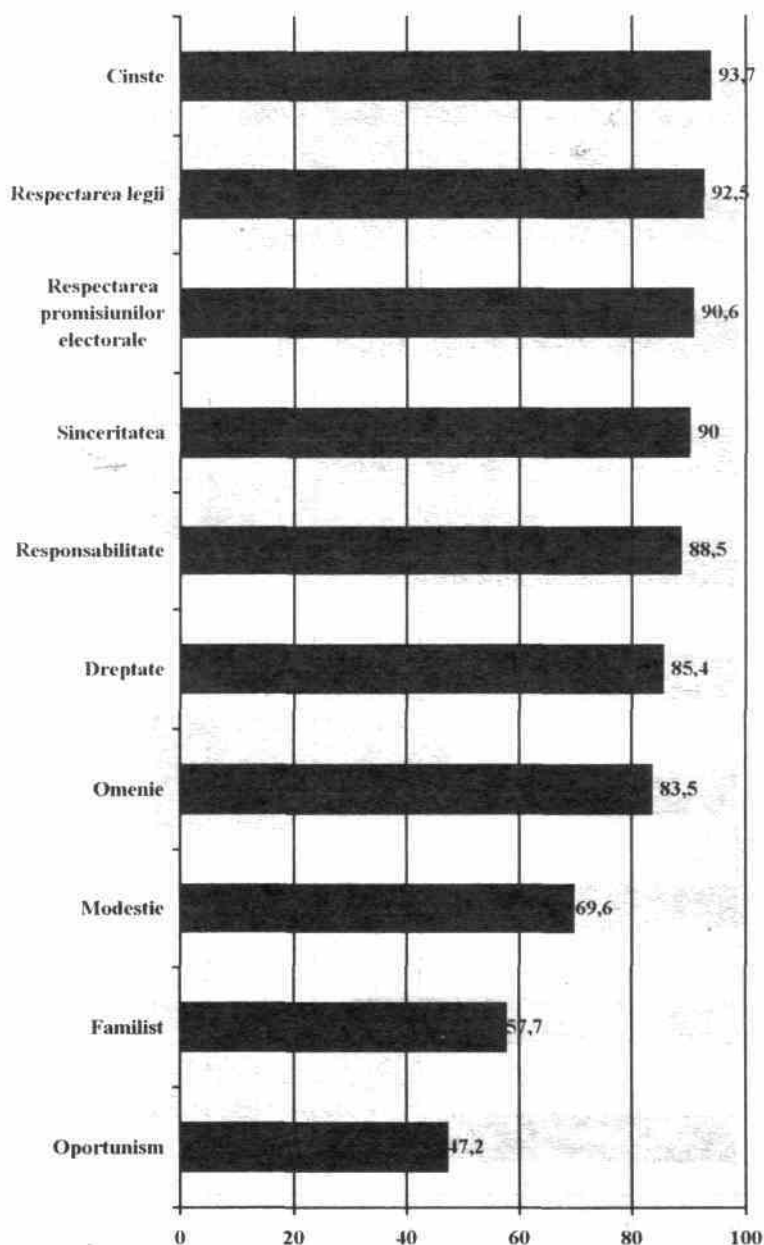


Portretul „ideal” al candidatului la președinția României

Graficul 2

În ce măsură considerați că următoarele caracteristici morale sunt necesare unui candidat la președinție ?

Valorile reprezintă procentul subiecților care au ales variantele de răspuns: "în mare măsură" și "în foarte mare măsură", la fiecare dintre aceste caracteristici.

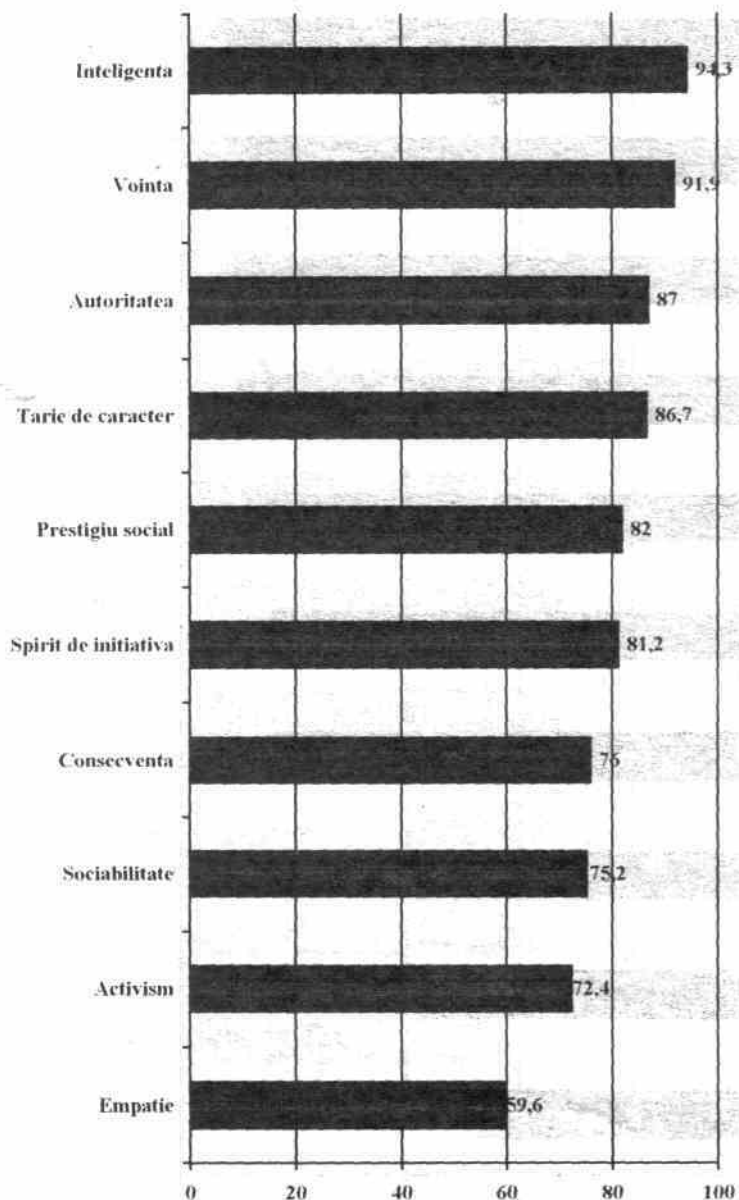




Graficul 3

În ce măsură considerați că următoarele caracteristici psiho-sociale sunt necesare unui candidat la președinție ?

Valorile reprezintă procentul subiecților care au ales variantele de răspuns: "în mare măsură" și "în foarte mare măsură", la fiecare dintre aceste caracteristici.

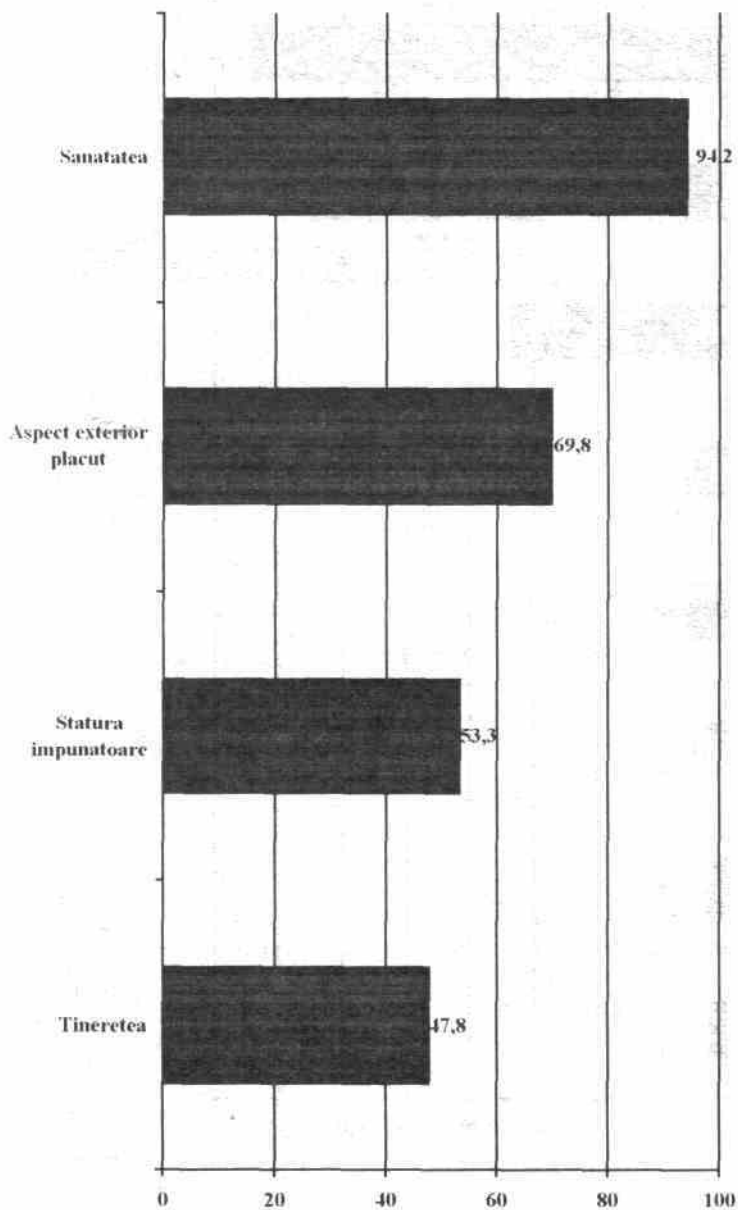


Portretul „ideal” al candidatului la președinția României

Graficul 4

În ce măsură considerați că următoarele caracteristici fizice sunt necesare unui candidat la președinție ?

Valorile reprezintă procentul subiecților care au ales variantele de răspuns: "în mare măsură" și "în foarte mare măsură", la fiecare dintre aceste caracteristici.





Graficul 5

Clasificați în ordinea importanței pentru dumneavoastră următoarele categorii de caracteristici.

Graficul prezintă procentul alegerilor la fiecare dintre aceste categorii, în funcție de prima preferință a subiecților.

