

Piotr PAWEŁCZYK, Karolina CHURSKA-NOWAK, Barbara JANKOWIAK

Poznań

Struktura i uwarunkowania afektywnego komponentu postaw politycznych studentów

I. Kształtowanie postaw politycznych

Przyjmuje się, że postawą wobec dowolnego obiektu nazywamy względnie stałą skłonność do pozytywnego lub negatywnego ustosunkowywania się człowieka do tego obiektu. Trójskładnikowa definicja postawy mówi, iż tworzą ją komponenty: emocjonalny, poznawczy i behawioralny. W konsekwencji możemy przyjąć, iż także genezy postaw należy upatrywać w trzech mechanizmach: nabywania przekonań na temat właściwości danego obiektu, przeżyć emocjonalnych związanych z danym obiektem oraz własnych zachowań kierowanych na ów obiekt. W toku dalszych rozważań i analizy badania interesować nas będzie zwłaszcza wpływ na afektywny komponent postawy.

Kształtowanie się postawy w tym aspekcie dokonuje się¹:

- po pierwsze, poprzez warunkowanie klasyczne, tzn. wielokrotne pojawianie się obiektu, któremu towarzyszy bodziec, który bez uczenia wywołuje pozytywne lub negatywne reakcje emocjonalne, co prowadzi do wykształcenia się pozytywnego lub negatywnego stosunku do obiektu;
- po drugie, przeniesienie ustosunkowania z jakiegoś bodźca wywołującego reakcję emocjonalną (pozytywną lub negatywną) na współwystępujący z nim obiekt;
- po trzecie, warunkowanie instrumentalne, polegające na uczeniu się znaczenia pierwotnie obojętnej reakcji dzięki temu, że pojawiają się po niej pozytywne lub negatywne dla jednostki zdarzenia np. opinie czy oceny;
- po czwarte, zjawisko samej ekspozycji, które powoduje wzrost sympatii do obiektu na skutek habituacji (wygaszenie reakcji negatywnej na nowy, nieznany, a więc potencjalnie niebezpieczny obiekt). Oczywiście efekt ekspozycji jest szczególnie silny w przypadku obiektów mało istotnych dla jednostki. W przypadku ważniejszych, dysponuje ona większą ilością informacji na ich temat, co zmniejsza znaczenie ekspozycji. Zresztą zawsze może ona prowadzić także do znużenia obiektem i przejścia w stosunek obojętny lub wręcz negatywny.

Postawy polityczne kształtują się w procesie socjalizacji politycznej. Ich obiektami są role polityczne, wykonawcy tych ról, instytucje polityczne oraz system polityczny jako całość. Polityczny charakter obiektów nie determinuje szczególnego sposobu nabywania postaw. Zważywszy jednak na fakt, iż polityka jest sferą wyjątkowo złożoną, zawierającą wiele bardzo niejednoznacznych, a nawet sprzecznych informacji oraz dostrzegając zwykle niski poziom wiedzy politycznej, łatwo zauważyć, iż postawy polityczne są nieustrukturyzowane i względnie nieprzewidywalne.

Rodzina, szkoła, media, a w niektórych krajach także instytucje religijne, to podmioty odgrywające zasadniczą rolę w procesie socjalizacji politycznej. W różnych okresach badań nad

¹ B. Wojciszke, *Postawy i ich zmiana*, w: *Psychologia*, t. 3, red. J. Strelau, Gdańsk 2005, s. 81, 82.

tym procesem wskazywano różną ich wagę i poziom determinacji. Rodzina ze względu na swe znaczenie w socjalizacji pierwotnej ma ogromne możliwości kształtowania pierwszych nastawień emocjonalnych wobec obiektów politycznych. Stąd też komponent emocjonalny postawy politycznej (tym samym orientacja afektywna w kulturze politycznej) kształtuje się najwcześniej. Szkoła jest miejscem, w którym powinna być kształtowana przede wszystkim orientacja poznawcza. Nietrudno jednak zauważyć, iż przywiązywanie do symboli, które ma miejsce od pierwszych lat edukacji ma głównie znaczenie emocjonalne. Zanim dziecko zgromadzi informacje na temat funkcjonowania obiektów politycznych ma już ukształtowany stosunek emocjonalny do wielu z nich. Z kolei media jeszcze w połowie XX wieku uważano za pełniące tylko rolę pomocniczą w socjalizacji politycznej. Jednak w ostatniej dekadzie minionego wieku dostrzeżono – w związku z ogromnymi zmianami, jakie następowały w komunikowaniu politycznym – iż stały się głównym elementem tego procesu. Wpływ mediów na kształtowanie się postaw politycznych nie daje się jednak ocenić jednoznacznie. Po pierwsze, kontakt z mediami nie zawsze powoduje przyrost wiedzy o obiektach politycznych (komponent poznawczy), a na pewno kształtuje silnie afektywny składnik postaw. Po drugie, poczucie poinformowania może powodować zniechęcenie do aktywności w obszarze polityki (komponent behawioralny), co w połączeniu z niskim poziomem wiedzy jeszcze mocniej powoduje dominację czynnika emocjonalnego. Po trzecie, media nie zawsze są podmiotem kształtowania postaw, mogą być też instrumentalnie wykorzystywane przez inne agendy socjalizacyjne np. polityków czy Kościół.

Cechą, która łączy wpływ najsilniejszych podmiotów socjalizacji politycznej jest pragnienie opanowania sfery afektywnej. Przekonywanie rozumowe jest długie i niepewne w skutkach, natomiast ukształtowanie pozytywnego nastawienia emocjonalnego przekłada się na kształtowanie korzystnych dla nadawcy komunikatu derywacji (wytłumaczeń, racjonalizacji, pseudologicznych dowodów itp.). Rozwój technik i środków współczesnego marketingu politycznego potwierdza ten fakt. Jego uznanie tłumaczy nasze zainteresowanie badaniem właśnie komponentu afektywnego postawy.

II. Metodologia badań własnych

2.1. Cele badań

- Zbadanie postaw politycznych studentów (w tej części analizy przede wszystkim komponentu afektywnego).
- Zbadanie struktury postaw politycznych studentów.
- Zbadanie uwarunkowań postaw politycznych studentów.

W prezentowanym artykule zostaną przedstawione wyniki badań dotyczące struktury i uwarunkowań afektywnego komponentu postaw politycznych.

2.2. Charakterystyka osób badanych

Wybór osób do badań był dobozem celowym. Do grupy badanej zostali wybrani studenci pierwszego roku studiów. Poddane analizie zostały postawy polityczne w jednej ze specyficznych subkultur, jaką stanowi kultura polityczna młodzieży studenckiej². Przeprowadzono badania korelacyjne (przy użyciu ankiety) wśród studentów pierwszego roku

² J. Garlicki, N. Bogomilski, *Kultura Polityczna w społeczeństwie demokratycznym*, Warszawa, 2004.

– studiujących kierunki społeczne na poznańskich uczelniach zarówno publicznych, jak i niepublicznych (tj. politologia, pedagogika, stosunki międzynarodowe, dziennikarstwo i komunikacja społeczna, bezpieczeństwo narodowe, psychologia).

Wybrana grupa badana jest od lat przedmiotem analizy wielu autorów polskich i zagranicznych, ponadto ośrodki badań opinii społecznej i publicznej prowadzą systematyczne badania postaw i zachowań młodzieży (warto wspomnieć w tym miejscu o powtarzanych przez CBOS badaniach z serii „Młodzież o polityce”). Interesującym projektem było przygotowanie przez Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego raportu z badań kompetencji politycznych, mentalności i postaw politycznych warszawskich licealistów³. Badania młodych dorosłych prowadzone w ostatnich latach wskazują na spadek zainteresowania, zaangażowania, wzrost cynizmu politycznego oraz zmianę form aktywności – od *stricte* politycznej do społecznej⁴. Mimo, że młodsze kohorty wiekowe są lepiej wykształcone niż starsze, mają niższy poziom wiedzy o polityce, niższą partycypację w organizacjach politycznych i niższy udział w wyborach⁵. Analiza wyników pozwoli na zweryfikowanie tych tendencji oraz włączenie się w dyskusję dotyczącą stopnia zainteresowania młodzieży polityką. Uzyskane wyniki badań pozwolą także na ustalenie struktury postaw emocjonalnych studentów wobec polityki oraz uwarunkowań tych postaw ze szczególnym uwzględnieniem agend socjalizujących. Wydaje się być to szczególnie istotne w związku z opisywaną w literaturze słabnącą rolą niektórych tradycyjnych instytucji socjalizacyjnych na skutek przemian społeczno-kulturowych.

Tabela 1

Charakterystyka osób badanych

Zmienne socjodemograficzne	Dane liczbowe
1	2
Liczebność	573 osoby
Płeć	Kobiety 424 (74%) Mężczyźni 138 (24,1%)
Miejsce pochodzenia	Wieś 157 (27,40%) Miasto do 50 tys. mieszkańców 175 (30,54%) Miasto powyżej 50 tys. do 200 tys. mieszkańców 102 (17,80%) Miasto powyżej 200 tys. do 500 tys. mieszkańców 42 (7,33%) Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców 92 (16,06%)
Religijność	Głęboko wierzący/a 62 (10,82%) Wierzący/a 306 (53,40%) Poszukujący/a religijnie 80 (13,96%) Niewierzący/a 79 (13,79%) Inny 36 (6,28%)
Kierunek studiów	Pedagogika 189 (32, 98%) Psychologia 75 (13,09%) Politologia 67 (11,69%) Stosunki międzynarodowe 93 (16,23%) Bezpieczeństwo narodowe 33 (5,76%) Dziennikarstwo i komunikacja społeczna 107 (18,67%)

³ *Socjalizacja polityczna młodego pokolenia Polaków*, red. W. Jakubowski, E. M. Marciniak, P. Załęski, Warszawa 2008.

⁴ A. Smith, *The effects of investment in the social capital in youth on political and civic behavior in young adulthood*, „Political Psychology” 1999, nr 20, s. 553–580; M. DelliCarpini, *Youth, civic engagement and the new informational environment*, „Political Communication” 2000, nr 17, s. 341–349.

⁵ E. Uslaner, *Social capital, television and He mean Word: Trust, optimism, and civil participation*, „Political Psychology” 1998, nr 19, s. 441–467; R. Putnam, *Bowling alone: The collapse and Revival of American Community*, New York 2000.

1	2
Wykształcenie matki	Podstawowe 9 (1,57%) Zasadnicze zawodowe 70 (12,22%) Średnie zawodowe 115 (20,07%) Średnie ogólne 69 (12,04%) Policealne / pomaturalne 42 (7,33%) Niepełne wyższe 24 (4,19%) Wyższe 239 (41,71%)
Wykształcenie ojca	Podstawowe 13 (2,27%) Zasadnicze zawodowe 120 (20,94%) Średnie zawodowe 144 (25,13%) Średnie ogólne 61 (10,65%) Policealne / pomaturalne 40 (6,98%) Niepełne wyższe 30 (5,24%) Wyższe 154 (26, 88%)

2.3. Metoda badawcza

W badaniach zastosowano metodę korelacyjną, technikę ankiety, poprzez zastosowanie narzędzia badawczego, specjalnie skonstruowanego do celów badań „Kwestionariusza do badania postaw politycznych studentów”. Narzędzie to skonstruowano w oparciu o wiedzę z zakresu psychologii społecznej, psychologii politycznej, politologii oraz metodologii badań. Cennymi w konstrukcji skal zaangażowania politycznego, oceny postawy obywatelskiej oraz skali patriotyzm-nacjonalizm były badania przygotowane przez Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego⁶.

W przypadku zastosowanych skal obliczono ich rzetelność. Uzyskano wysoką rzetelność skal (wyniki przedstawiono poniżej). Kwestionariusz składał się z VII części:

- I. metryczkowej;
 - II. dotyczącej komponentu poznawczego postaw politycznych (dyferencjały semantyczne dotyczące cech wizerunku politycznego);
 - III. dotyczącej komponentu emocjonalnego postaw politycznych (nasilenie emocji pozytywnych i negatywnych wobec polityków, partii politycznych, instytucji politycznych);
 - IV. dotyczącej komponentu behawioralnego postaw politycznych (partycypacja polityczna);
 - V. dotyczącej oceny wpływu agend socjalizujących na sympatie polityczne oraz korzystania z mediów zarówno nowych jak i tradycyjnych;
 - VI. skali zaangażowania politycznego, rzetelność skali AlphaCronbacha wynosi 0,839;
 - VII. skala oceny postawy obywatelskiej, rzetelność skali AlphaCronbacha wynosi 0,77;
 - VIII. skali patriotyzm-nacjonalizm, rzetelność skali AlphaCronbacha wynosi 0,769;
- dołączono także dwie dodatkowe skale:
PWI – Psycho-społeczne prosperowanie, rzetelność skali AlphaCronbacha wynosi 0,86;
SP – Wskaźnik Osobistego Dobrostanu, rzetelność skali AlphaCronbacha wynosi 0,84.

2.4. Organizacja badań

W celu przetestowania narzędzi badawczych i określenia ich ostatecznego kształtu przeprowadzono badanie pilotażowe. Odbyło się ono w październiku 2011 roku i obejmowało 50 osób. Zastosowano takie same kryteria doboru osób do grupy badanej jak w badaniu

⁶ W. Jakubowski, E. M. Marciniak, P. Załęski (red.), op. cit.

właściwym. Przeprowadzona została analiza rzetelności poszczególnych skal. Dzięki uzyskanym wynikom możliwe było wyeliminowanie pozycji obniżających rzetelność. Przeprowadzono również analizę czynnikową w celu przeanalizowania zależności pomiędzy poszczególnymi itemami skal. Uzyskano wysoką rzetelność skal.

Badania właściwe przeprowadzono w listopadzie 2011. Procedura badawcza składała się z trzech etapów:

- Etap selekcyjny – wybór osób do badań. Etap ten polegał na uzyskaniu zgody osób do wzięcia udziału w badaniach. Po uzyskaniu wstępnej zgody na badanie osobie badanej przedstawiony został cel badań i sposób ich przeprowadzenia. Osoby badane uzyskały również wszelkie potrzebne wyjaśnienia dotyczące dyskrecji, dobrowolności i anonimowości badań.
- Etap badań właściwych. Polegał na anonimowych badaniach kwestionariuszowych. Wszyscy badani zostali jeszcze raz poinformowani o celu przeprowadzanych badań, o ich anonimowości i dobrowolności. Osoby badane wypełniały kwestionariusze samodzielnie i w umówionym (dogodnym dla nich) terminie oddawały je prowadzącemu badanie. Etap opracowania wyników. Polegał na statystycznym opracowaniu wyników w programie SPSS oraz ich interpretacji.

III. Wyniki badań

3.1. Struktura emocjonalnych komponentów postaw wobec polityki

Przeprowadzono analizę głównych składowych odnośnie emocjonalnych komponentów postaw wobec wyróżnionych osób i struktur. Celem było określenie zależności wyższego rzędu pomiędzy jednostkowymi postawami (politykami, partiami politycznymi, instytucjami politycznymi, polityką). Najsilniej wyodrębniły się postawy emocjonalne wobec PO i rządu, oraz Ruchu Palikota. Postawy wobec PiS są określone raczej na zasadzie antypatii i w silnej opozycji do postaw wobec PO i rządu. Jednocześnie postawy wobec PO są odrębne od postaw wobec Ruchu Palikota. W badanej grupie, postawa wobec PiS reprezentowana jest głównie przez antypatie zwolenników PO i RP. Postawy wobec PiS i Jarosława Kaczyńskiego wydają się mniej wyraziste niż wobec PO i Donalda Tuska. Rząd i PO kojarzone są przede wszystkim z Unią Europejską. Badani przejawiający pozytywne postawy emocjonalne wobec polityki lepiej oceniają działalność partii politycznych oraz Sejmu. Opisane zależności przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2

Struktura postaw emocjonalnych studentów (macierz rotowanych składowych)

Emocjonalne komponenty postaw	Składowa		
	sympatia wobec PO i rządu oraz antypatia wobec PiS	sympatia wobec RP oraz antypatia wobec PiS	pozytywne emocje wobec polityki
1	2	3	4
Rząd	,783	–	–
PO	,773	–	–
D. Tusk	,754	,421	–
B. Komorowski	,747	–	–

1	2	3	4
Senat	,665	–	–
UE	,595	–	–
J. Palikot	–	,890	–
Ruch Palikota	–	,867	–
J. Kaczyński	–,467	–,506	–
PiS	–,460	–,501	–
Polityka	–	–	,790
Partie polityczne	–	–	,770
Sejm	,483	–	,567

3.2. Uwarunkowania postaw emocjonalnych wobec Platformy Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości

Następnie zastosowano analizę regresji metodą krokową w celu sprawdzenia zależności pomiędzy nasileniem emocji wobec partii politycznych, polityków i instytucji politycznych a:

- wybranymi zmiennymi socjodemograficznymi (płeć, stan cywilny, miejsce pochodzenia, religijność, ocena sytuacji materialnej, wykształcenie rodziców);
- opracowanymi i zastosowanymi skalami;
- subiektywną oceną wpływu podmiotów socjalizujących (rodzina pochodzenia, religia, szkoła/uczelnia, media, znajomi, partner/małżonek).

Analiza uzyskanych w ten sposób wyników umożliwia ocenę uwarunkowań postaw emocjonalnych badanych.

W niniejszym artykule przedstawiono uwarunkowania postaw emocjonalnych wobec dwóch głównych partii biorących udział w ostatnich wyborach parlamentarnych – PO i PiS oraz Prezydenta, Premiera oraz Prezesa głównej partii opozycyjnej.

Tabela 3

Uwarunkowania emocjonalnego komponentu postaw politycznych wobec PO

Uwarunkowania postaw	Współczynnik standaryzowany Beta	t	Istotność
Skala patriotyzm-nacjonalizm	–,257	–4,657	,000
PWI	,196	3,908	,000
Wpływ mediów	,160	3,134	,002
Wpływ organizacji religijnej	–,126	–2,462	,014
Postawa obywatelska	,125	2,321	,021

Analiza uzyskanych wyników badań wskazuje istnienie pięciu zmiennych warunkujących pozytywne postawy emocjonalne wobec PO. Osoby przejawiające sympatie wobec Platformy Obywatelskiej cechuje przede wszystkim niski poziomem nacjonalizmu. Osoby te uzyskały także wysokie wyniki w skali PWI (psycho-społecznego prosperowania), która mierzy poziom zadowolenie m.in. z życia, relacji z innymi ludźmi, statusu materialnego, zdrowia, osiągnięć, codziennych zajęć. Wynika z tego, że osoby głoszące na Platformę Obywatelską wysoko ewalują satysfakcję z własnego życia. Analiza uzyskanych wyników wskazuje także, iż im silniejsze przekonanie o wpływie mediów na sympatie wobec polityków i polityki,

tym bardziej pozytywna postawa emocjonalna wobec Platformy Obywatelskiej. Można więc przypuszczać, że osoby, które mają pozytywną postawę wobec PO, w większym stopniu kształtują ją na podstawie przekazów medialnych. Badani ci jednocześnie nisko oceniają wpływ organizacji religijnych na własne decyzje polityczne oraz sympatie polityczne. Ostatnią istotną zmienną okazała się wysoka ocena postawy obywatelskiej wyrażającej się w uczestnictwie w wyborach, zaangażowaniu politycznym i społecznym, szacunku dla osób rządzących krajem.

Tabela 4

Uwarunkowania emocjonalnego komponentu postaw politycznych wobec PiS

Uwarunkowania postaw	Współczynnik standaryzowany Beta	t	Istotność
Religijność	,200	3,801	,000
Skala patriotyzm-nacjonalizm	,181	3,436	,001
Zaangażowanie polityczne	-,144	-2,990	,003
Wpływ organizacji religijnej	,138	2,802	,005
Edukacja rodziców	-,109	-2,278	,023

Analiza uzyskanych wyników badań wskazuje istnienie pięciu zmiennych warunkujących pozytywne postawy emocjonalne wobec PiS. Najistotniejszą zmienną okazała się być wysoka religijność badanych. Osoby przejawiające sympatię wobec Prawa i Sprawiedliwości cechują się również wysokim poziomem nacjonalizmu. Uzyskano także istotną statystycznie ujemną korelację pomiędzy sympatią wobec PiS a wynikami w skali zaangażowania politycznego. Wynika z tego, że studenci ci nisko oceniają własne zainteresowanie polityką oraz zaangażowanie polityczne. Dane dotyczące oceny wpływu agend socjalizujących na sympatie polityczne tych badanych wskazują, że uważają oni, iż ich postawy polityczne kształtowane są w dużej mierze przez organizację religijną, do której należą. Ostatnią zmienną, która warunkowała postawy wobec PiS było wykształcenie rodziców (wykształcenie matki i ojca było ze sobą wysoko skorelowane: $r=0,57$, $p < 0,001$, więc zsumowano je i utworzono zmienną wykształcenie rodziców). Uzyskano ujemną korelację pomiędzy tą zmienną a sympatią wobec Prawa i Sprawiedliwości, oznacza to, że im niższe wykształcenie rodziców tym wyższa sympatia wobec tej partii.

Tabela 5

Uwarunkowania emocjonalnego komponentu postaw politycznych wobec Bronisława Komorowskiego

Uwarunkowania postaw	Współczynnik standaryzowany Beta	t	Istotność
Wpływ mediów	,162	3,248	,001
Zaangażowanie polityczne	,180	3,634	,000
Skala patriotyzm-nacjonalizm	-,179	-3,587	,000

Analiza uzyskanych wyników wskazuje na istnienie trzech zmiennych warunkujących pozytywną postawę emocjonalną wobec Bronisława Komorowskiego. Najistotniejszą okazała się subiektywna ocena badanych dotycząca wpływu mediów na ich postawy polityczne. Oznacza to, że badani przejawiający sympatię wobec Prezydenta RP mają przekonanie, że ich

postawy polityczne kształtowane są przez informacje zawarte w przekazach medialnych. Kolejną istotną zmienną jest zaangażowanie polityczne. Im wyższe wyniki uzyskali studenci w tej skali tym wyższe jest ich zainteresowanie polityką, partycypacja polityczna i aspiracje polityczne. Ostatnią zmienną warunkującą pozytywne emocje wobec Bronisława Komorowskiego jest korelująca ujemnie postawa nacjonalistyczna. Studenci sympatyzujący z Prezydentem RP uzyskali więc niskie wyniki w skali patriotyzm-nacjonalizm.

Tabela 6

Uwarunkowania emocjonalnego komponentu postaw politycznych wobec Donalda Tuska

Uwarunkowania postaw	Współczynnik standaryzowany Beta	t	Istotność
Skala patriotyzm-nacjonalizm	-,272	-5,038	,000
Postawa obywatelska	,158	3,003	,003
Wpływ partnera	,149	2,914	,004
Wpływ organizacji religijnej	-,170	-3,324	,001
Wpływ mediów	,152	2,963	,003
PWI	,141	2,874	,004

Analiza uzyskanych wyników wskazuje na istnienie sześciu zmiennych warunkujących pozytywną postawę emocjonalną wobec Donalda Tuska. Najistotniejsza jest ujemna korelacja z postawą nacjonalistyczną. Studenci wykazujący sympatię wobec Premiera RP uzyskali niskie wyniki w skali patriotyzm-nacjonalizm. Dodatkowo koreluje kolejna zmienna, którą jest postawa obywatelska, która oznacza, że badani wysoko ewaluowali m.in. zachowania takie jak partycypacja polityczna, zainteresowanie polityką, okazywanie szacunku ludziom rządzącym krajem. Badani sympatyzujący z Donaldem Tuskiem wskazywali, że ich postawy polityczne w znacznej mierze kształtowane są przez opinie ich partnera życiowego. Badani ci oceniają nisko wpływ na ich postawy polityczne organizacji religijnych, co wyraża się w ujemnej korelacji z tą agendą socjalizującą. Studenci uważają jednocześnie, że istotne znaczenie dla ich stosunku do polityki i polityków mają przekazy medialne. Ostatnią zmienną korelującą dodatnio są wysokie wyniki na skali PWI, która mierzy poziom zadowolenia z własnego życia.

Tabela 7

Uwarunkowania emocjonalnego komponentu postaw politycznych wobec Jarosława Kaczyńskiego

Uwarunkowania postaw	Współczynnik standaryzowany Beta	t	Istotność
Skala patriotyzm-nacjonalizm	,277	4,919	,000
Religijność	,171	3,249	,001
Postawa obywatelska	-,150	-2,873	,004
Wpływ organizacji religijnej	,138	2,783	,006

Analiza uzyskanych wyników dotyczących uwarunkowań sympatii wobec Jarosława Kaczyńskiego wskazuje na istnienie czterech istotnych czynników. Pierwszym jest pozytywna korelacja z wysokimi wynikami w skali patriotyzm-nacjonalizm. Sympatycy Prezesa PiS-u wysoko oceniali postawę patriotyczną, przywiązanie do wartości narodowych i szacunek dla tradycji. Drugim uwarunkowaniem okazała się wysoka religijność badanych studentów.

Trzecią zmienną – tym razem korelującą ujemnie – jest postawa obywatelska. Oznacza to, że badani przejawiający pozytywne emocje wobec Jarosława Kaczyńskiego nisko ewaluowali m.in. zaangażowanie polityczne, partycypację polityczną oraz pracę na rzecz społeczeństwa. Ostatnią istotną zmienną jest przekonanie o wpływie organizacji religijnej na własne postawy polityczne.

IV. Wnioski

Przeprowadzone badania i ich wyniki pozwalają wysnuć kilka wniosków. Po pierwsze, osoby, które uznają, iż silną agendą socjalizacyjną jest Kościół katolicki, pozostają pod jej wpływem i wyrażają sympatię wobec PiS-u. W innym opracowaniu zamierzamy wykazać, czy przekonanie to nie wynika jednak z pozostawania pod wpływem mediów, które związane są w naszym kraju z Kościołem. Zaskakującym w tej grupie wydaje się być pogląd wskazujący na niskie zainteresowanie procesami politycznymi i niewiarę w możliwość wpływu na nie. Silne przywiązanie do wartości, które wyznaczają pole potencjalnej wolności jednostki (wartości i normy, które zinternalizowaliśmy i które określają, na co sami sobie pozwalamy), zazwyczaj kojarzone jest z pragnieniem walki w ich obronie i staraniami o ograniczenie społecznego pola wolności (wartości i normy, na straży których stoi system społeczny, swobody na które pozwala nam społeczeństwo). Być może, w wielkomijskim środowisku akademickim, w którym przeprowadzono badania, osoby o sympatiach prawicowych, pochodzący ze środowisk o relatywnie niższym wykształceniu czują się wyalienowane i wchodzą w swoistą spiralę milczenia.

Po drugie, młodzi zwolennicy PO przekonani są o tym, iż ich poglądy polityczne w głównej mierze wynikają z wpływu mediów. Jednocześnie uważają, że mają wpływ na procesy polityczne i jest on przez nich wysoko ceniony. Czują się kreatorami własnego życia i są z niego zadowoleni. Z drugiej strony wiadomo, iż dyscyplina w postaci frekwencji wyborczej nie jest jednak mocną stroną zwolenników ugrupowań liberalnych. Należy także pamiętać, iż zdecydowana większość ankietowanych pochodziła z regionu Wielkopolski, w którym przywiązanie do podmiotów politycznych silnie deklarujących związek z demokracją liberalną należy do tradycji.

Po trzecie, powiązanie poziomu wykształcenia rodziców z postawami badanych wobec obiektów politycznych pośrednio wskazuje, iż wpływ tej agendy jest wciąż silny choć nie doceniany w bezpośrednich odpowiedziach. Badana młodzież jest przekonana o wysokim stopniu autonomiczności swych wyborów i sympatii politycznych.

Po czwarte, badanie potwierdziło wyniki uzyskiwane w toku wcześniejszych analiz, wskazujące na silne przywiązanie narodowe i cechy nacjonalistyczne osób deklarujących sympatię wobec PiS i znacznie mniejsze zaangażowanie w tej sferze zwolenników PO. To z kolei wiąże się z ich pozytywnym nastawieniem wobec Unii Europejskiej i procesów integracyjnych.

Po piąte, badanie wskazuje na małe znaczenie szkoły jako agendy socjalizacji politycznej. Silnymi podmiotami wpływu pozostają rodzina i media a także organizacja religijna. Wpływ mediów wiąże się z sympatiami dla PO i jej lidera natomiast efekty oddziaływania Kościoła zaznaczają się wśród zwolenników PiS-u, deklarujących pozytywne emocje wobec Jarosława Kaczyńskiego.

Po szóste, pozytywne emocje wobec Bronisława Komorowskiego wiążą się mocno z jego pozytywnym i wyważonym wizerunkiem w mediach. Sympatycy Prezydenta zdają sobie jednak sprawę z silnej determinacji ich postawy przez środki masowego przekazu.

W niniejszej pracy przedstawiono część wyników badań wchodzących w skład szerszego projektu dotyczącego diagnozy postaw politycznych studentów. Analiza uzyskanych danych pozwoliła na opisanie głównych składowych emocjonalnego komponentu postaw politycznych w badanej grupie oraz scharakteryzowanie zmiennych, które warunkują postawy emocjonalne wobec dwóch najsilniejszych obecnie partii politycznych – PO i PiS oraz ich przywódców.

Bibliografia

- DelliCarpini M., *Youth, civic engagement and the new informational environment*. „Political Communication”, nr 17, 2000.
- Garlicki J., Bogomilski N., *Kultura polityczna w społeczeństwie demokratycznym*, Warszawa 2004.
- Putnam R., *Bowling alone: The collapse and Revival of American Community*, New York 2000.
- Socjalizacja polityczna młodego pokolenia Polaków*, red. W. Jakubowski, E. M. Marciniak, P. Załęski, Warszawa 2008.
- Smith A., *The effects of investment in the social capital in youth on political and civic behavior in young adulthood*, „Political Psychology” 1999, nr 20.
- Uslaner E., *Social capital, television and He mean Word: Trust, optimism, and civil participation*, „Political Psychology” 1998, nr 19.
- Wojciszke B., *Postawy i ich zmiana*, w: *Psychologia*, t. 3, red. J. Strelau, Gdańsk 2005.

The Structure and Factors of the Affective Component of Students' Political Attitudes

Summary

It is indisputable that emotions predominate in shaping political attitudes. This is corroborated by the development of political marketing, whose techniques and means are mainly directed at voters' emotions. The paper presents the results of research into the affective component in the political attitudes of university students. To a large extent the analysis confirms the hypothesis that religious organizations have a significant impact on developing a positive emotional attitude towards right-wing politicians and parties, whereas the media strongly influence the emergence of similar attitudes towards liberal political entities. Advocates of the right wing declare their commitment to national values and patriotism, while demonstrating a relatively passive attitude to politics. The respondents whose opinions indicate liberal sympathies emphasize their satisfaction with life and intention to be active in the field of politics. The important conclusion to be drawn from this research is that the family continues to have a significant impact on the emotional political attachments of the young, whereas the influence of school in this regard is definitely limited.