

PIOTR PAWEŁCZYK, BARBARA JANKOWIAK

*Uniwersytet im. Adama Mickiewicza
w Poznaniu*

STUDENCI A POLITYKA. BADANIE KOMPONENTU EMOCJONALNEGO POSTAW

ABSTRACT. Pawełczyk Piotr, Jankowiak Barbara, *Studenci a polityka. Badanie komponentu emocjonalnego postaw* [Students and politics. The research of emotional attitudes component]. Studia Edukacyjne nr 27, 2013, Poznań 2013, pp. 325-335. Adam Mickiewicz University Press. ISBN 978-83-232-2691-8. ISSN 1233-6688

The liberal democracy assumes that the most crucial factor of system legitimization, the issue of common political participation, especially electoral activity. Realizing this goal is possible through creating the attitudes of participation, mostly among the generation starting the adult life. One of the goals realized on various stages of educational teaching programs is increasing social and political engagement of teenagers, creating citizenship attitude and as a result increasing active participation of the youth in politics. Creating emotional side of the attitude- not only in relations to the politics- is far easier than cognitive or behavioral component. In the subject literature the impact of emotions on creating the attitudes is widely described. In the object literature the role of emotions in creating the attitudes (also political ones) is widely described. Positive emotions in many cases are the conditions for certain behaviours towards attitude objects. It might be assumed that positive feeling about politics and political institutions will result in greater effectiveness in the sphere of political society. This thesis analyses the conditions of students attitudes towards politics and dependencies between experienced emotions and the issues including political engagement, citizenship attitude, nationalistic attitude. The thesis shows mutual changes between them. The question which has been also analyzed is the issue of political socialization subjects in creating positive feelings about politics. The results of the analyses performed showed dominating role of media in creating emotional attitudes towards politics as not traditional socialization agendas such as family, school or church. The results obtained present also what personal and sociodemographic features of the questioned are linked to their positive emotions in the researched area. The most crucial personal property appeared to be optimism, while sociodemographic variable is parents education.

Key words: political attitudes, political socialization, students

Celem badań było zarówno poznanie komponentu emocjonalnego postaw studentów wobec polityki i jej instytucjonalnych podmiotów: Sejmu, Senatu, partii politycznych oraz Unii Europejskiej, jak też uwarunkowań kształtowania się siły i znaku tych emocji¹. Założono, że pozytywne emocje

¹ Wyniki, które posłużą do dokonania analiz, stanowiły część szerszego projektu badawczego: „Diagnoza postaw politycznych studentów poznańskich uczelni”, realizowanego w WSNHiD pod kierunkiem Karoliny Churskiej-Nowak.

związane z określonymi instytucjami politycznymi mogą się przekładać na większą partycypację polityczną, która stanowi postawę niezbędną dla legitymizacji systemu demokratycznego². Aktywność polityczna, emocje wobec polityki, a także wiedza polityczno-społeczna składają się bowiem na postawy polityczne badanej grupy – między tymi elementami występują wzajemne zależności i uwarunkowania. W tej części analizy przedstawiono dane dotyczące sympatii wobec analizowanych instytucji. Znaczenie determinującego wpływu emocji na kształtowanie się postaw jest znane i szeroko opisywane w literaturze przedmiotu³.

W badaniach zastosowano metodę korelacyjną, technikę ankiety, poprzez zastosowanie narzędzia badawczego, specjalnie skonstruowanego do celów badań „Kwestionariusza do badania postaw politycznych studentów”. Narzędzie to stworzono opierając się na wiedzy z zakresu psychologii społecznej, psychologii politycznej, politologii oraz metodologii badań.

Do grupy badanej zostali wybrani studenci pierwszego roku studiów (N = 573), studiujący kierunki społeczne na poznańskich uczelniach zarówno publicznych, jak i niepublicznych (tj. politologię, pedagogikę, stosunki międzynarodowe, dziennikarstwo i komunikację społeczną, bezpieczeństwo narodowe, psychologię). Wybór grupy do badań był podyktowany chęcią włączenia się w dyskusję dotyczącą stopnia zainteresowania młodzieżą polityką. Badania młodych dorosłych prowadzone w ostatnich latach wskazują bowiem na spadek zainteresowania, zaangażowania, wzrost cynizmu politycznego oraz zmianę form aktywności – od politycznej do społecznej⁴. Wyniki prowadzonych analiz wskazują, 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. Postanowiono sprawdzić niektóre z opisywanych tendencji.

² W odrębnym artykule wykazano, że sympatia ma większe znaczenie w podejmowaniu zachowań wyborczych niż ocena cech wizerunku politycznego (P. Pawełczyk, B. Jankowiak, *Cechy wizerunku politycznego a emocje w głosowaniu na Bronisława Komorowskiego i Jarosława Kaczyńskiego w wyborach prezydenckich w 2010 roku. Raport z badań postaw politycznych studentów*, Przegląd Politologiczny, 2013, 2).

³ Np. B. Wojciszke, *Postawy i ich zmiana*, [w:] *Psychologia* – t. 3, red. J. Strelau, Gdańsk 2005, s. 81-82; G. Bohner, M. Wanke, *Postawy i zmiana postaw*, Gdańsk 2004.

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

⁵ E. Uslaner, *Social capital, television and He mean Word: Trust, optimism, and civil participation*, *Political Psychology*, 1999, 19, p. 441-467; R. Putnam, *Bowling alone: The collapse and Revival of American Community*, New York 2000.

Tabela 1

Charakterystyka osób badanych

Zmienne socjodemograficzne	Dane liczbowe
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%) inni 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%)
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%)

Uznano także za istotne przeanalizowanie, jakie agendy socjalizacji politycznej badani uznali za istotne w kształtowaniu ich postaw wobec polityki. Analiza ta pozwoli na sprawdzenie, czy tradycyjne instytucje

socjalizujące, jak Kościół, rodzina, szkoła bądź nietradycyjne, jak np. media, grupa rówieśnicza, partner mają większy wpływ według badanych na ich poglądy i sympatie polityczne.

Prowadzone analizy pozwoliły na zweryfikowanie, jakie czynniki warunkują pozytywne postawy emocjonalne wobec polityki i instytucji politycznych. Brano pod uwagę takie zmienne, jak:

– wybrane zmienne socjodemograficzne (płeć, stan cywilny, miejsce pochodzenia, religijność, ocena sytuacji materialnej, wykształcenie rodziców);
 – opracowane i zastosowane skale (obliczono rzetelność stosowanych skal):

- Lista oceny wpływu agend socjalizujących na sympatie polityczne oraz korzystania z mediów zarówno nowych, jak i tradycyjnych;
- Skala zaangażowania politycznego, rzetelność skali Alpha Cronbacha wynosi 0,839;
- Skala oceny postawy obywatelskiej, rzetelność skali Alpha Cronbacha wynosi 0,77;
- Skala postawy patriotyzm-nacjonalizm, rzetelność skali Alpha Cronbacha wynosi 0,769;

Dołączono także dwie dodatkowe skale:

- PWI – Psychospołeczne Prosperowanie, rzetelność skali Alpha Cronbacha wynosi 0,86;
 - SP – Wskaźnik Osobistego Dobrostanu, rzetelność skali Alpha Cronbacha wynosi 0,84;
- subiektywną oceną wpływu podmiotów socjalizujących (rodzina pochodzenia, religia, szkoła/uczelnia, media, znajomi, partner/małżonek).

W celu ustalenia uwarunkowań sympatii wobec polityki i instytucji politycznych zastosowano analizę regresji metodą krokową.

Tabela 2

Uwarunkowania sympatii wobec polityki

Uwarunkowania sympatii	Współczynnik standaryzowany Beta	T	Istotność
Zaangażowanie polityczne	,531	12,080	,000
PWI	,129	2,913	,004
Wpływ mediów	,101	2,283	,023

Analiza uzyskanych wyników badań wskazuje na istnienie trzech zmiennych warunkujących sympatię wobec polityki. Najistotniejsze

okazało się zaangażowanie polityczne badanych. Osoby darzące politykę sympatią uzyskały także wysokie wyniki w skali PWI (psychospołecznego prosperowania), która mierzy poziom zadowolenia między innymi z życia, relacji z innymi ludźmi, statusu materialnego, zdrowia, osiągnięć, codziennych zajęć. Wynika z tego, że osoby te wysoko ewaluuują satysfakcję z własnego życia. Analiza uzyskanych wyników wskazuje również, że im silniejsze przekonanie o wpływie mediów na własne postawy wobec polityków i polityki, tym większa sympatia wobec polityki. Znaczenie tradycyjnych agend socjalizacji politycznej, takich jak rodzina pochodzenia, Kościół, czy szkoła okazało się nieistotne.

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że osoby o pozytywnych emocjach wobec polityki to studenci zaangażowani w życie społeczno-polityczne, zadowoleni z własnego życia i czerpiący wzorce społeczne z przekazów medialnych.

Tabela 3

Uwarunkowania sympatii wobec Sejmu

Uwarunkowania sympatii	Współczynnik standaryzowany Beta	T	Istotność
PWI	,159	3,093	,002
Postawa obywatelska	,104	2,013	,045

Pozytywne emocje wobec Sejmu warunkowane są dwiema zmiennymi. Pierwszą stanowią wysokie wyniki badanych w skali PWI, badającej zadowolenie z własnego życia, drugą – wysokie wyniki w skali oceny postawy obywatelskiej, która wiąże się z wysoką ewaluacją zaangażowania społecznego i politycznego, z szacunkiem dla osób rządzących krajem.

Tabela 4

Uwarunkowania sympatii wobec Senatu

Uwarunkowania sympatii	Współczynnik standaryzowany Beta	T	Istotność
Zaangażowanie polityczne	,137	2,636	,009

Sympatia wobec Senatu wiąże się tylko z jedną zmienną – zaangażowaniem politycznym badanych. Osoby pozytywnie odnoszące się do tej izby parlamentu są aktywne polityczne, są członkami partii politycznych, planują karierę polityczną.

Tabela 5

Uwarunkowania sympatii wobec partii politycznych

Uwarunkowania sympatii	Współczynnik standaryzowany Beta	T	Istotność
PWI	,196	3,821	,000
Zaangażowanie polityczne	,102	1,982	,048

Uwarunkowania sympatii wobec partii politycznych kształtują dwie zmienne. Pierwszą z nich są wysokie wyniki badanych w skali PWI, badającej zadowolenie z własnego życia w sensie jego standardów, własnego zdrowia, codziennych zajęć, relacji z innymi i wiary w pozytywną przyszłość. Drugą zmienną jest zaangażowanie polityczne studentów, czyli aktywne uczestniczenie w życiu politycznym, plany kariery politycznej.

Tabela 6

Uwarunkowania sympatii wobec Unii Europejskiej

Uwarunkowania sympatii	Współczynnik standaryzowany Beta	T	Istotność
Wpływ organizacji religijnej	-,166	-3,237	,001
Wpływ mediów	,177	3,457	,001
Wykształcenie rodziców	,103	2,079	,038
PWI	,135	2,666	,008
Skala patriotyzm-nacjonalizm	-,194	-3,495	,001
Postawa obywatelska	,144	2,660	,008

Analiza uzyskanych wyników wskazuje na istnienie sześciu zmiennych warunkujących sympatię wobec Unii Europejskiej. Najistotniejszą jest ujemna korelacja z poczuciem wpływu na postawy polityczne organizacji religijnej. Wynika z tego, że badani studenci uważają, że nauka Kościoła nie kształtuje ich sympatii i poglądów politycznych. Kolejną zmienną, istotną w kształtowaniu sympatii wobec UE, jest przekonanie badanych o wpływie przekazów medialnych na ich poglądy polityczne. Istotne okazało się również 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). Im lepiej

wykształceni rodzice badanych studentów, tym większa ich sympatia wobec analizowanej instytucji politycznej. Uzyskano także dodatnią korelację ze skalą PWI, z czego wynika, że badani ci są zadowoleni ze swojego życia. Istotną okazała się także ujemna korelacja ze skalą patriotyzm-nacjonalizm. Oznacza to, że studenci przejawiający sympatie wobec Unii Europejskiej cechują się niskim poziomem nacjonalizmu. Ostatnią istotną zmienną okazała się wysoka ocena postawy obywatelskiej, wyrażającej się w uczestnictwie w wyborach, zaangażowaniu społecznym, szacunku dla osób rządzących krajem.

Reasumując, analiza uzyskanych danych wskazuje, że studenci wykazujący pozytywne emocje wobec Unii Europejskiej to osoby kształtujące swoje postawy wobec polityki poprzez nietradycyjne agendy socjalizujące (jak np. media), natomiast odrzucające przekaz tradycyjnej agendy, jaką jest organizacja religijna, posiadający wykształconych rodziców oraz rozumiejący patriotyzm nie w kategoriach nacjonalistycznych, a zaangażowania społecznego i obywatelskiego.

Wnioski i dyskusja

Wyniki przeprowadzonych badań pozwoliły na sformułowanie kilku wniosków.

Po pierwsze, zdaniem badanych przejawiających pozytywne emocje wobec polityki, ich postawy polityczne kształtowane są poprzez przekazy medialne. Współczesny system demokracji liberalnej, w której masowość partycypacji politycznej (a zwłaszcza wyborczej) stanowi istotny czynnik legitymizacyjny, wymusza zainteresowanie obywateli sferą życia politycznego w nieznaną dotąd skali. Sprzyja temu rozwój środków społecznego przekazu, który w założeniach idealizacyjnych powinien sprzyjać poszukiwaniu kompetencji politycznych. Media masowego przekazu przyjęły w procesie komunikowania politycznego rolę jednego z głównych aktorów (obok podmiotów politycznych i odbiorców). Odgrywają zatem autonomiczną rolę, w którą niekoniecznie wpisany jest interes kształtowania komponentu poznawczego odbiorców. Taki cel mógłby bowiem powodować odływ zainteresowanych przede wszystkim informacjami lekkimi i silnie pobudzającymi emocje. Pojawienie się zjawiska *infotainmentu* jest odpowiedzią na to zapotrzebowanie, niosącą ze sobą jednak szereg konsekwencji w kształtowaniu postaw wobec polityki. W literaturze przedmiotu problem ten jest szeroko opisywany zwłaszcza w kontekście tabloidyzacji dyskursu politycznego⁶. Mechanizmy oddziaływania dotyczą zarówno in-

⁶ Zdaniem Boba Franklina, media zawsze musiały negocjować pomiędzy „potencjalnie konfliktowymi imperatywami dostarczania informacji, która jest zasadnicza dla obywateli

formacyjnego wpływu społecznego, wpływu normatywnego, jak i wpływu polegającego na wywoływaniu silnych emocji u widzów⁷. Uzyskane wyniki wykazały związek pomiędzy przekonaniem o wpływie mediów na własne przekonania i sympatie polityczne a pozytywnymi emocjami wobec polityki i Unii Europejskiej.

Nieznaczące w opinii badanych okazały się tradycyjne agendy socjalizacji politycznej, takie jak rodzina, czy szkoła/uczelnia. Rola rodziny okazała się jednak istotna, choć niedoceniana w deklaracjach badanych; wykazano bowiem istotny związek pomiędzy wyższym wykształceniem rodziców a sympatią ich dzieci wobec Unii Europejskiej. Opisywane w literaturze przedmiotu badania wykazały, że poziom zaufania Polaków wobec międzynarodowych instytucji (ONZ, NATO, UE) koreluje pozytywnie z ich wykształceniem⁸. Można więc przypuszczać, że lepiej wykształceni rodzice przekazują swoje pozytywne postawy wobec tych instytucji swoim dzieciom. W literaturze przedmiotu opisywana jest międzypokoleniowa transmisja postaw politycznych, zgodnie z którą skuteczne przekazywanie wzorców socjalizacji politycznej zależy między innymi od stopnia oceny sukcesu życiowego własnych rodziców, który wiąże się z ich wykształceniem. Lepiej wykształceni rodzice stanowią więc z jednej strony bardziej atrakcyjny wzorec identyfikacji, a z drugiej – stosują bardziej adekwatne oddziaływania wychowawcze sprzyjające internalizacji ich postaw przez dzieci⁹.

Wpływ organizacji religijnej miał znaczenie tylko w kontekście negatywnych uczuć wobec Unii Europejskiej. Badani przekonani, że ich postawy polityczne kształtowane są przez organizację religijną do której należą, mieli mniej pozytywne odczucia wobec tej instytucji międzynarodowej. W kształtowaniu sympatii wobec polityki i innych instytucji politycznych deklaracje odnośnie wpływu religii na własne postawy nie miały znaczenia, nie okazała się także istotna religijność badanych studentów.

W kształtowaniu sympatii wobec polityki nie wykazano znaczenia szkoły/uczelni. Biorąc pod uwagę, że programy edukacyjne realizowane na różnych etapach nauczania zawierają cele kształcenia skierowane na rozwijanie postawy obywatelskiej i demokratycznej, można postawić pytanie, czy uzyskane wyniki mogą świadczyć o porażce szkoły w kształtowaniu postaw wobec polityki? Być może zinstytucjonalizowane przekazy

w demokracji, i równoczesnego zabawiania publiczności” – B. Franklin, *Newszak and News Media*, London 1999, p. 5-6, cyt. za: D. Piontek, B. Hordecki, Sz. Ossowski, *Tabloidyzacja dyskursu politycznego w polskich mediach*, Poznań 2013, s. 73.

⁷ K. Skarżyńska, *Człowiek a polityka. Zarys psychologii politycznej*, Warszawa 2011, s. 308.

⁸ Tamże, s. 296.

⁹ Tamże, s. 129-130.

edukacyjne (nastawione na kształtowanie komponentów poznawczego i behawioralnego) są zbyt mało atrakcyjne wobec stabilizowanego (emocjonalnego i prostego w odbiorze) dyskursu politycznego w mediach.

Po drugie, istotne dla pozytywnej ewaluacji polityki ma ogólne zadowolenie z własnego życia i pozytywne nastawienie wobec tego, co może zdarzyć się w przyszłości – czyli nastawienie optymistyczne. Badania dotyczące optymizmu wykazały, że jest to tendencja do oceniania świata w kategoriach raczej pozytywnych niż negatywnych¹⁰ oraz zasób, który można kształtować¹¹. Optymizm zwiększa gotowość do działania oraz aktywność społeczną¹². Badania prowadzone w ramach psychologii polityki wykazały istnienie wielu cech indywidualnych sprzyjających aktywności politycznej, między innymi pozytywna samoocena, wewnętrzne umiejscowienie kontroli, poczucie skuteczności politycznej, asertywność¹³. W prezentowanych badaniach udowodniono, że optymizm przyczynia się do nasilenia pozytywnych emocji wobec polityki – można więc przypuszczać, że wiązać się będzie także z większą aktywnością polityczną. Można zatem wnioskować, że jeśli chcemy wychowywać zaangażowaną, aktywną społeczno-politycznie młodzież, cele w programach edukacyjnych w zakresie umiejętności społecznych należy wzbogacić o kształtowanie optymizmu.

Po trzecie, pozytywne emocje wobec polityki (polityka, Sejm i Senat, partie polityczne) przejawiają studenci zaangażowani politycznie, wykazujący aspiracje polityczne. Wydaje się, że – szczególnie w odniesieniu do sympatii wobec wyższej izby parlamentu, kiedy sympatia uwarunkowana jest tylko tym jednym czynnikiem – wiąże się raczej z planami kariery zawodowej niż z postawą obywatelską.

Po czwarte, predykatorem sympatii wobec Unii Europejskiej jest rozumienie patriotyzmu raczej w kategoriach zaangażowania społecznego i obywatelskiego, niż postawy nacjonalistycznej. Wyniki te korespondują z wieloma danymi opisywanymi w literaturze przedmiotu, dotyczącymi kwestii integracji z Unią Europejską, zgodnie z którymi ludzie tym bardziej obawiają się integracji, im silniejsze są ich nacjonalistyczne (czyli podkreślające wyższość i ekskluzywność polskiej tożsamości) postawy narodowe¹⁴. K. Skarżyńska (2011) cytuje wyniki badań, zgodnie z którymi nacjonalizm pozytywnie koreluje z wysokim poziomem niepokoju związanym

¹⁰ R. Stach, *Optymizm. Badania nad optymizmem jako mechanizmem adaptacyjnym*, Kraków 2006.

¹¹ M. Seligman, *Optymistyczne dziecko*, Poznań 1997; tenże, *Optymizmu można się nauczyć*, Poznań 2007.

¹² F. Alberoni, *Optymizm*, Warszawa 1997.

¹³ K. Skarżyńska, *Aktywność i bierność polityczna*, [w:] *Podstawy psychologii politycznej*, red. K. Skarżyńska, Poznań 2002, s. 33-41.

¹⁴ K. Skarżyńska, *Człowiek a polityka*, s. 298.

z akcesją Polski do struktur Unii Europejskiej, natomiast patriotyzm (rozumiany jako umiłowanie własnego narodu i duma z własnej narodowej tożsamości) z owym lękiem się nie wiąże¹⁵.

Uzyskane dane mogą przyczynić się do budowania programów edukacyjnych wiedzy o społeczeństwie, uwzględniających kształtowanie określonych własności uczniów oraz określonych postaw społecznych. W kontekście cech osobistych istotne znaczenie ma kształtowanie optymizmu – jako znaczącego zasobu zwiększającego zaangażowanie i aktywność społeczno-polityczną. Uzyskane wyniki wskazują, że kształtowanie postawy patriotycznej związanej z szacunkiem do własnego narodu oraz zaangażowaniem obywatelskim bardziej sprzyja pozytywnemu stosunkowi do polityki niż postawa nacjonalistyczna. Kształcenie młodzieży powinno więc być ukierunkowane na takie właśnie rozumienie patriotyzmu. Należy także podkreślić, że ogólne zwiększanie poziomu wykształcenia społeczeństwa może się przyczynić do większej otwartości wobec integracji z Unią Europejską – zarówno wobec obecnego, jak i kolejnego pokolenia – ze względu na międzypokoleniową transmisję postaw społeczno-politycznych. Analiza wyników uzyskanych badań wskazuje, z jednej strony, na znaczenie mediów w kształtowaniu sympatii wobec polityki, z drugiej – na brak skuteczności edukacji instytucjonalnej. Wydaje się więc, że należy pracować nad dostosowaniem oddziaływań edukacyjnych do potrzeb współczesnych uczniów, aby szkoła stała się istotnym elementem edukacji obywatelskiej i politycznej. Wyniki badań wskazują także, że w oddziaływaniach edukacyjnych dotyczących społeczeństwa skutecznym narzędziem wpływu są przekazy medialne.

BIBLIOGRAFIA

- Alberoni F., *Optymizm*, Warszawa 1997.
- Bohner G., Wanke M., *Postawy i zmiana postaw*, Gdańsk 2004.
- DelliCarpini M., *Youth, civic engagement and the new informational environment*, Political Communication, 2000, 17.
- Franklin B., *Newszak and News Media*, London 1999.
- Pawełczyk P., Jankowiak B., *Cechy wizerunku politycznego a emocje w głosowaniu na Bronisława Komorowskiego i Jarosława Kaczyńskiego w wyborach prezydenckich w 2010 roku. Raport z badań postaw politycznych studentów*, Przegląd Politologiczny, 2013, 2.
- Piontek D., Hordecki B., Ossowski Sz., *Tabloidyżacja dyskursu politycznego w polskich mediach*, Poznań 2013.
- Putnam R., *Bowling alone: The collapse and Revival of American Community*, New York 2000.

¹⁵ Tamże, s. 280-281.

- Seligman M., *Optymistyczne dziecko*, Poznań 1997.
- Seligman M., *Optymizmu można się nauczyć*, Poznań 2007.
- Skarżyńska K., *Aktywność i bierność polityczna*, [w:] *Podstawy psychologii politycznej*, red. K. Skarżyńska, Poznań 2002.
- Skarżyńska K., *Człowiek a polityka. Zarys psychologii politycznej*, Warszawa 2011.
- Smith A., *The effects of investment in the social capital in youth on political and civic behavior in young adulthood*, *Political Psychology*, 1999, 20.
- Stach R., *Optymizm. Badania nad optylizmem jako mechanizmem adaptacyjnym*, Kraków 2006.
- Uslaner E., *Social capital, television and He mean Word: Trust, optimism, and civil participation*, *Political Psychology*, 1999, 19.
- Wojciszke B., *Postawy i ich zmiana*, [w:] *Psychologia*, t. 3, red. J. Strelau, Gdańsk 2005.