

Spis treści:

WSTĘP	7
ROZDZIAŁ I	
ZAŁOŻENIA ROZWAŻAŃ TEORETYCZNYCH I PRZEPROWADZONYCH BADAŃ WŁASNYCH	11
ROZDZIAŁ II	
OSOBOWOŚĆ ORAZ JEJ MIEJSCE WE WSPÓŁCZESNYCH BADANIACH ZACHOWAŃ WYBORCZYCH	17
1. Osobowość – zagadnienia definicyjne i klasyfikacyjne	17
1.1. Pojęcie osobowości	17
1.2. Pomiar osobowości	20
1.3. Cechowe ujęcie osobowości	23
2. Pięcioczynnikowy model osobowości – historia, podstawowe założenia, krytyka	27
2.1. Historia badań nad pięcioczynnikowym modelem osobowości	27
2.2. Pięcioczynnikowa Teoria Osobowości Paula T. Costy i Roberta R. McCrae	31
2.3. Krytyka modelu pięcioczynnikowego	36
3. Osobowość jako kategoria polityczna	38
ROZDZIAŁ III	
POJĘCIE I SPECYFIKA ZACHOWAŃ WYBORCZYCH	48
1. Podstawowe formy zachowań wyborczych	48
2. Uwarunkowania aktywności wyborczej	55
2.1. Psychologiczne uwarunkowania aktywności wyborczej	56
2.1.1. Poznawcze mechanizmy motywacyjne	56
2.1.2. Procesy afektywne	60
2.1.3. Motywy specyficzne	61
2.2. Sytuacyjne uwarunkowania aktywności wyborczej	64
2.3. Społeczno-ekonomiczne uwarunkowania aktywności wyborczej	66

3. Modele zachowań wyborczych	69
3.1. Model socjologiczny (socjalno-strukturalny)	70
3.2. Model psychologiczny (identyfikacji partyjnej, uspołecznionej jednostki)	72
3.3. Model ekonomiczny (teoria racjonalnego wyboru)	74
4. Osobowościowe uwarunkowania preferencji politycznych. Klasyczne teorie i badania	78
4.1. Charakter autorytarny (Erich Fromm)	79
4.2. Osobowość autorytarna (Theodor W. Adorno, Nevitt Sanford, Else Frenkel-Brunswick, Daniel Levinson)	81
4.3. Umysłowość twarda-miękka (Hans J. Eysenck)	84
4.4. Dogmatyczność umysłu (Milton Rokeach)	86
4.5. Polaryzacja afektywna (Silvan Tomkins)	88
4.6. System wartości (Milton Rokeach)	90

ROZDZIAŁ IV

ZNACZENIE OSOBOWOŚCI W ANALIZIE I PROGNOZIE ZACHOWAŃ

WYBORCZYCH	93
1. Praktyczny wymiar badań nad osobowością wyborców	93
1.1. Segmentacja psychograficzna rynku	93
1.2. Rola osobowości wyborcy w kampaniach wyborczych	97
1.3. Psychograficzne wskaźniki jednostek biernych wyborczo i niezdecydowanych	101
2. Pomiar osobowości wyborców	105
2.1. Metody pomiaru osobowości wyborców	106
2.2. Trudności w pomiarze osobowości wyborców	110
3. Pięcoczynnikowy model osobowości w badaniach zachowań wyborczych	112

ROZDZIAŁ V

OPIS WYKORZYSTANYCH METOD BADAWCZYCH

ORAZ CHARAKTERYSTYKA PRÓBY	122
1. Metody pomiaru zmiennych	122
2. Organizacja badań, sposób doboru oraz charakterystyka badanej próby	127
2.1. Charakterystyka socjodemograficzna badanej próby	128
2.2. Charakterystyka socjodemograficzna jednostek biernych i aktywnych wyborczo w elekcjach 2009–2011	130
2.3. Charakterystyka socjodemograficzna jednostek o różnych preferencjach wyborczych i ideologicznych	135

ROZDZIAŁ VI

EMPIRYCZNA EKSPLOKACJA WYNIKÓW BADAŃ	140
1. Rozstrzygnięcia empiryczne	140
2. Pytania badawcze	145
3. Typy wyborców oraz ich charakterystyka osobowościowa	146
3.1. Lojalni	146
3.2. Aktywni labilni	151
3.3. Bierni	157
3.4. Niesystematyczni	164
4. Preferencje ideologiczne a typy wyborców	170
5. Nieufność polityczna a typy wyborców	178

ZAKOŃCZENIE:

MOBILIZACJA OBYWATELSKA – Dyskusja nad wnioskami płynącymi z przeprowadzonych badań	186
--	-----

BIBLIOGRAFIA	197
--------------------	-----

SPIS TABEL I RYSUNKÓW	227
-----------------------------	-----