

Wymiary dyferencjacji profili spostrzeganych cech osobowości polskich polityków: analiza danych zagregowanych

Oleg Gorbaniuk

Institut Psychologii, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

Głównym celem badań było ustalenie podstawowych wymiarów, z uwagi na które wizerunki polityków różnią się w zakresie cech osobowości. 390 osób w wieku od 18 do 75 lat opisywało 24 polityków losowo przyporządkowanych do sześciu zestawów, po czterech polityków w każdym, na skali składającej się ze 148 przymiotników. Analiza czynnikowa 24 profili cech osobowości przypisywanych politykom pozwoliła na wyodrębnienie czterech wymiarów ich zróżnicowania: kompetencja (inteligencja, nastawienie na cel oraz realizm), brak ugodowości (awanturniczość, bezkompromisowość i makiawelizm), ekstrawersja (otwartość na innych i energia) i prawość (uczciwość, patriotyzm). Profile spostrzeganych cech osobowości dla poszczególnych polityków zostały skorelowane z wynikami sondaży opinii publicznej w celu ustalenia cech pozwalających na ich predykcję.

Słowa kluczowe: podejście leksykalne, osobowość, wizerunek polityków, analiza głównych składowych, deskryptory osobowościowe, dane zagregowane

Wprowadzenie

Konsument, podejmując decyzję o zakupie określonej marki spośród wielu dostępnych, kieruje się przede wszystkim jej wizerunkiem, czyli subiektywnym przekonaniem na temat cech produktu o określonej nazwie i logo. Z kolei wyborca, podejmując decyzje wyborcze, kieruje się między innymi wizerunkiem partii i/lub polityków w zależności od specyfiki wyborów politycznych. Wizerunek polityka jest szczególnego rodzaju wyobrażeniem ukształtowanym w umyśle wyborców, które – wywołując określone skojarzenia – staje się źródłem postaw i wpływa na preferencje wyborcze.

Wizerunek polityka nie musi się pokrywać z jego rzeczywistymi cechami, dlatego też Newman (1999) proces jego kształtowania określa jako „fabrykowanie”. Posługując się terminologią zapożyczoną z marketingu gospodarczego, wizerunek danego polityka można uznać za wypadkową jego tożsamości medialnej oraz sposobu jej komunikacji za pośrednictwem mediów. Tożsamość

medialna polityka jest to pożądaną przez niego i jego sztab obraz, który w założeniu ma być zgodny z oczekiwaniami określonej grupy wyborców. W zdecydowanej większości wypadków to właśnie media pośredniczą w procesie komunikacji polityków z wyborcami, dokonując w sposób interakcyjny transformacji spostrzegania polityków przez wyborców. Efektem końcowym tego procesu jest wizerunek danego polityka powstały w umyśle odbiorcy.

Personalizacja polityki

Obserwacje badaczy sceny politycznej w różnych krajach wskazują, że różnice ideologiczne w programach i poglądach polityków nadal są ważne dla wyborców, ale ich znaczenie stopniowo maleje (Caprara i Zimbaro, 2004). Jednocześnie obserwuje się rosnące znaczenie spostrzeganych przez wyborców cech osobowości w wizerunku polityków do tego stopnia, że niektórzy politolodzy już na początku lat dziewięćdziesiątych proklamowali rozpoczęcie nowej ery w polityce – skoncentrowanej na kandydacie (Wattenberg, 1991). Z analiz powojennych amerykańskich kampanii prezydenckich wynika, że przekonania wyborców na temat cech osobowości polityków odgrywają coraz ważniejszą rolę, natomiast maleje rola

Oleg Gorbaniuk, Institut Psychologii, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Al. Raclawickie 14, 20-950 Lublin, e-mail: oleg.gorbaniuk@gmail.com

programów wyborczych i wspierających ugrupowań politycznych (Miller, Wattenberg i Malanchuk, 1986). Podobnie analiza treści odpowiedzi na pytania otwarte w sondażach przedwyborczych lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych w Kanadzie wskazywała, że ponad 75% komentarzy dotyczyło cech osobowych polityków (Brown, Lambert, Kay i Curtis, 1988). Analogiczne badania w krajach europejskich wskazują, że proces personalizacji sceny politycznej nie dotyka w jednakowym stopniu wszystkich krajów i zależy w dużym stopniu od stabilności sceny politycznej (Kaase, 1994; Klingemann i Wattenberg, 1992).

Można wyróżnić kilka powodów rosnącego znaczenia przekonań na temat cech osobowości polityków. Przede wszystkim wzrasta stopień indywidualizacji decyzji wyborcy (Dalton i Wattenberg, 1993), którego preferencje polityczne w coraz większym stopniu uniezależniają się od opinii ważnej dla niego grupy odniesienia. Zmianom stylu podejmowania decyzji wyborczej sprzyja między innymi wzrost poziomu wykształcenia wyborców i ich większe zainteresowanie polityką (Caprara i Zimbardo, 2004).

Cechą charakterystyczną nowych demokracji powstałych w Europie Wschodniej jest formowanie partii wokół liderów, a nie ich wyłanianie się z organizacji partyjnych (Cwalina, Falkowski i Kaid, 2000). W przypadku polskiej sceny politycznej dochodzi dodatkowo częsta zmiana nazw partii, powstawanie nowych partii i przechodzenie czołowych polityków z jednej partii do drugiej. W warunkach niestabilnego wizerunku formacji politycznej przekonania na temat cech osobowości polityków mogą stanowić kotwicę, wokół której są organizowane informacje na temat osoby polityka, umożliwiające predykcję jego zachowania, w tym ocenę konsekwencji w realizacji obietnic wyborczych.

Odchodzenie partii od akcentowania różnic ideologicznych do akcentowania celów pragmatycznych sprawia, że programy wyborcze różnych partii często zawierają podobne hasła. Przy niewielkim zainteresowaniu wyborców zawartością tych programów, możliwości dyferencjacji partii na ich podstawie są bardzo ograniczone, wobec czego większego znaczenia może nabierać skład osobowy ugrupowań politycznych.

Politycy, kreując własny wizerunek, próbują wyróżnić go względem innych, akcentując takie, a nie inne cechy osobowościowe. Z uwagi na malejące różnice programowe między partiami oraz konieczność ujednoczenia indywidualnych programów w ramach konkretnej partii, obszar spozstrzeganych cech osobowościowych w wizerunku konkretnego polityka stanowi jedną z nielicznych przestrzeni, gdzie możliwości kreacyjne pozostają bardzo

duże. Analogiczne procesy obserwujemy w marketingu gospodarczym, a w szczególności w procesie kreowania symbolicznego wizerunku marki (Aaker, 1997): zbieżność właściwości funkcjonalnych produktów czołowych producentów zmusza do sztucznego ich różnicowania na poziomie wizerunków marek przez przypisywanie markom odmiennych, a zarazem typowo ludzkich cech. W kontekście marketingu politycznego możliwości twórcze specjalistów od kreowania wizerunku są po części ograniczone faktyczną osobowością polityka, jego dotychczasowym wizerunkiem w oczach wyborców oraz elastycznością polityka w konsekwentnej realizacji programu modyfikacji/kształtowania wizerunku medialnego.

Oprócz komunikacji sterowanej przez specjalistów od *public relations*, media, realizując własne cele, próbują zwiększyć swoje audytorium przez urozmaicanie informacji ze świata polityki. Wskutek tego systematycznie wzrasta liczba informacji ukazujących polityków w różnych perspektywach i rolach, wykraczających poza role i programy polityczne swoich partii. Przykładem może być udział wielu polskich polityków w programach telewizyjnych dalekich od tematyki politycznej, które pozwalają widzom poznać ich (a politykom się pokazać) od innej niż dotychczas strony, ukazując ich „zwyczajną” twarz.

Wymiary spozstrzegania osobowości polityków

Badania nad osobowością polityków można sprowadzić do trzech ogólnych nurtów: (1) bezpośredniego lub (2) pośredniego pomiaru osobowości polityków oraz (3) pomiaru spozstrzeganych przez obywateli cech osobowości polityków. Ta ostatnia perspektywa stanowi właściwy przedmiot zainteresowań autora.

Próby bezpośredniego pomiaru osobowości polityków, w których w roli respondentów wystąpili oni sami, są bardzo nieliczne. Opierając się na źródłach opublikowanych, można wyróżnić dwa przypadki zakrojonych na większą skalę badań ilościowych. W latach 1968–1976 przy okazji pięciu kolejnych kampanii prezydenckich w Stanach Zjednoczonych Costantini i Craik (1980) przeprowadzili badania wśród liderów partyjnych stanu Kalifornia, używając listy przymiotnikowej ACL Gougha (1960). 25 lat później Caprara wraz ze swoimi współpracownikami przeprowadził badania włoską wersją listy przymiotnikowej do badania Wielkiej Piątki wśród włoskich polityków różnych szczebli partyjnych, uzyskując 109 kwestionariuszy na ponad tysiąc wysłanych (Caprara, Barbaranelli, Consiglio, Picconi i Zimbardo, 2003). W obu przypadkach celem badań było ustalenie cech specyficznych dla profilu osobowości polityków na tle populacji generalnej.

Znacznie więcej było prób pośredniego pomiaru osobowości polityków na podstawie analizy zawartości przemówień, wywiadów, nagrań wideo, materiałów archiwalnych lub opinii kilku ekspertów (Immelman, 2003; McCann, 2005; Rubenzer, Faschingbauer i Ones, 2000; Simonton, 1986; Steinberg, 2005). Korzystając z dostępnych materiałów, dokonywano ilościowej oceny osobowości czołowych postaci świata polityki, tworząc następnie typologie i próbując korelować uzyskane dane z różnymi wskaźnikami. Reprezentantem takiego podejścia jest Winter (2005), w którego opinii osobowość polityków może być obiektywnie i rzetelnie mierzona „na odległość”. Jego zdaniem, zachowania polityka można wyjaśniać i przewidywać, uwzględniając jego motywację osiągnięć, afiliację i dominację oraz konkretne uwarunkowania sytuacyjne.

Jak już wcześniej wspomniano, z punktu widzenia badań nad wizerunkiem polityków istotniejsze jest to, jakie cechy osobowości są przypisywane politykom, niż to, jakie cechy on naprawdę posiada. Dlatego też dalszy tok wyводу będzie oscylował dookoła pomiaru spostrzeganych cech osobowości polityków: aktualnego stanu badań, problemów metodologicznych oraz perspektyw dalszych badań. Badania spostrzeganych cech osobowości polityków były prowadzone z perspektywy spostrzegania społecznego i dotyczyły procesów atrybucji (np. Pancer, Brown, Gregor i Claxton-Oldfield, 1992) lub też z perspektywy psychologii osobowości, gdzie zmierzały do identyfikacji najważniejszych wymiarów spostrzegania osobowości polityków. Spośród tych ostatnich należy wyróżnić badania Pancera, Browna i Barr (1999), Wojciszke i Klusek (1996) oraz serię badań Caprara, Barbaranelliego i Zimbardo (1997, 2002). Pancer wraz ze współpracownikami (1999), korzystając z listy przymiotnikowej, skonstruowanej na podstawie wcześniejszej analizy wolnych skojarzeń, przeprowadzili badania wśród studentów ze Stanów Zjednoczonych, Kanady i Wielkiej Brytanii, w toku których przy użyciu analizy czynnikowej ustalili trzy wspólne dla badanych krajów wymiary spostrzegania wizerunku polityków: charyzma (charyzmatyczny, atrakcyjny, uroczy), kompetencja (zdolny, pracowity, inteligentny, ukierunkowany na cel) i prawość (uczciwy, szczerzy, odpowiedzialny, zaangażowany). Dodatkowo autorzy ustalili, że struktura spostrzegania czołowych polityków jest zbliżona do struktury percepcji postaci spoza świata polityki (prezenterzy telewizyjni, piosenkarki).

Znaczenie moralności i kompetencji jako istotnych wymiarów w percepcji polityków zostało potwierdzone przez Wojciszke i Klusek (1996) na podstawie badań reprezentatywnej próby Polaków uprawnionych do głosowania. Ponieważ użyta w tych badaniach lista 14 przymiotników z góry była zawężona do wymiaru moralności

(np. uczciwy, prawy, szczerzy), kompetencji (np. rozumny, skuteczny, przezorny, inteligentny) i sympatii (np. skromny, przyjemny, atrakcyjny), użyta analiza czynnikowa nie mogła wykryć innych wymiarów istotnych w percepcji osobowości polityków, których istnienie nie jest wykluczone.

Caprara, Barbaranelli i Zimbardo (1997, 2002) dwukrotnie przeprowadzili badania we Włoszech i Stanach Zjednoczonych na dużych próbach, zbliżonych pod względem cech demograficznych do populacji, posługując się zestawem przymiotników opisujących osobowość „zwykłych” ludzi. Była to 25-przymiotnikowa skala włoskiej adaptacji Wielkiej Piątki (Caprara, Barbaranelli, Borgogni i Perugini, 1993). W badaniach tych ustalono, że podczas gdy osoby spoza polityki (sportowiec i gwiazda telewizyjna) były spostrzegane na pięciu klasycznych wymiarach typowych dla populacji generalnej, to politycy (Berlusconi, Prodi, Clinton, Dole) byli spostrzegani na zredukowanej liczbie wymiarów. Struktura czynnikowa w przypadku włoskich polityków była ograniczona do dwóch wymiarów (energii/innowacji oraz uczciwości/wiarygodności), natomiast w przypadku amerykańskich polityków – do trzech wymiarów, z których dwa były podobne do badań włoskich (energii/innowacji, ugodowości/sumienności), natomiast trzeci spośród wyodrębnionych czynników nie został przez autorów nazwany (Caprara, Barbaranelli i Zimbardo, 1997). Struktura spostrzegania polityków była identyczna w różnych elektoratach i nie zależała od preferencji politycznych respondentów. Kolejne badania wykazały, że struktura czynnikowa spostrzegania polityków okazała się stabilna również w czasie. Badania zrealizowane pięć lat później potwierdziły dwuwymiarową strukturę percepcji osobowości czołowych postaci włoskiej polityki (Berlusconi, Prodi, D’Alema i Fini). Przy czym poszczególne rozwiązania czynnikowe dla każdego polityka różniły się między sobą procentem wyjaśnionej wariancji przez każdy wyodrębniony czynnik oraz przymiotnikami, które wysycyły te dwa główne czynniki. Na przykład w przypadku D’Alemy wymiar Energii powstał z połączenia energii i sumienności, a u Berlusconiego – z połączenia energii i otwartości.

Analogiczne badania zmierzające do identyfikacji najważniejszych wymiarów spostrzegania osobowości polityków zostały przeprowadzone także w Polsce w kwietniu 2007 roku (Błaszczuk i Gorbaniuk, 2009). Z uwagi na metodologię badań sytuują się one, podobnie jak badania Caprara i współpracowników (1997, 2002), w ramach nurtu leksykalnego teorii cech. W odróżnieniu jednak od badań Caprara, badaniami objęto większą liczbę polityków (w sumie 24), a listę przymiotnikową z polskich badań leksykalnych autorstwa Szaroty (1995) uzupełniono

przymiotnikami z dotychczasowych badań nad wizerunkami polityków oraz przymiotnikami z badań wolnych skojarzeń. Posługując się analizą głównych składowych, dla każdego z 24 polityków, zidentyfikowano specyficzne dla nich wymiary przypisywanych im cech osobowości. Porównując 24 struktury czynnikowe ustalono, że zawierały one trzy podobne z uwagi na treść wymiary: kompetencja/sumienność, impulsywność/brak ugodowości, energia/ekstrawersja. Czwarty wymiar – uczciwość – zaistniał tylko w przypadku siedmiu spośród dwudziestu czterech otrzymanych struktur czynnikowych.

Struktura osobowości w badaniach leksykalnych

Poszukując punktów odniesienia w ocenie liczby i treści wymiarów spostrzegania osobowości polityków, należy odnieść je do percepcji osobowości „zwykłych” ludzi. Podejście leksykalne w teorii cech może stanowić właściwą płaszczyznę takich porównań. U jego podstaw leży hipoteza leksykalna zakładająca, że w naturalnym języku na drodze ewolucji gatunku ludzkiego zostały zakodowane najważniejsze indywidualne różnice, najbardziej istotne z punktu widzenia przetrwania oraz życia społecznego (John, Angleitner i Ostendorf, 1988). Z biegiem czasu te wiązki znaczeń zostały wyrażone w formie słowa. Im bardziej znacząca jest dana cecha, tym więcej ma ona znaczników w języku i jest szerzej reprezentowana. Badania leksykalne prowadzone w różnych krajach i różnych językach w ostatnich latach zamiast struktury pięcioczynnikowej doprowadziły do wyłonienia sześcioczynnikowej struktury osobowości „zwykłych” ludzi, która jest obecnie określana jako HEXACO (Lee i Ashton, 2004). Porównując wyniki niezależnie zrealizowanych badań w siedmiu krajach i odpowiednio w siedmiu różnych językach (w tym polskim), zgodnie ze standardową procedurą leksykalną wyodrębniono sześć głównych czynników osobowości replikowalnych w każdym z uwzględnionych obszarów kulturowych: ekstrawersja, ugodowość, sumienność, stabilność emocjonalna, otwartość na doświadczenia, uczciwość/skromność (Ashton, Lee, Perugini, Szarota, de Vries, Di Blas, Boies i De Raad, 2004).

Wyniki badań wielokrotnie wykazały, że ludzie opisują osobowość innych na takich samych wymiarach, na jakich opisują własną osobowość (Goldberg, 1990; Hofstee, Kiers, De Raad, Goldberg i Ostendorf, 1997; Norman, 1963). Przy czym nasilenie ocen na poszczególnych skalach przymiotnikowych ulega zmianom w zależności od osoby i stopnia znajomości osoby ocenianej. Niezmienna natomiast pozostaje struktura spostrzegania – osoby nadal posługują się tymi samymi wymiarami/kategoriami (Passini i Norman, 1966; Watson, 1989), aczkolwiek

niektóre wymiary, jak na przykład neurotyzm/stabilność emocjonalna nie są tak wyraźne w opisie innych ludzi, jak w przypadku samoopisu (Saucier, 1998). Badania wskazują również na to, że oceny cech w mniejszym lub większym stopniu odzwierciedlają aktualne różnice indywidualne w zachowaniu i nie stanowią fikcji poznawczej pozbawionej podstaw w rzeczywistości (McCrae, 1982).

Potencjalne powody redukcji

liczby wymiarów percepcji osobowości polityków

Porównanie wyników badań polityków i „zwykłych” ludzi w badaniach włoskich, amerykańskich i polskich wskazuje na to, że politycy są spostrzegani na mniejszej liczbie wymiarów. Analiza wymiarów percepcji polskich polityków pozwala stwierdzić, że redukcja sześciu czynników do trzech-czterech następuje przede wszystkim przez łączenie w jeden wymiarów, które w przypadku „zwykłych” ludzi występują jako wymiary niezależne. A więc intelekt jest łączony z sumiennością, a stabilność emocjonalna z ugodowością. W związku z tym, nasuwa się pytanie: z czego wynika redukcja liczby wymiarów spostrzegania polityków? Odpowiadając na to pytanie, można rozważyć kilka, wzajemnie niewykluczających się, a być może nawet uzupełniających się możliwości.

Powodów redukcji liczby wymiarów spostrzegania można upatrywać w procesie selekcji: do „wielkiej” polityki mogą trafiać osoby o specyficznej kombinacji cech, efektem czego jest rzeczywiste łączenie się niektórych wymiarów u większości czołowych polityków, co znajduje swoje odzwierciedlenie w spostrzeganiu ich osobowości. Jest to wyjaśnienie mało prawdopodobne, ale teoretycznie możliwe. Weryfikacja takiej hipotezy wymaga jednak bezpośredniego pomiaru cech osobowości medialnie aktywnych polityków. We wspomnianych wcześniej badaniach Caprara wraz ze współpracownikami (2003), mimo że dysponowali bezpośrednim pomiarem cech osobowości polityków niższego i średniego szczebla partyjnego, poprzestali na obliczeniu nasilenia wymiarów, korzystając z klucza dla populacji generalnej.

Nie jest wykluczone, że w procesie kreowania wizerunku polityków w ich tożsamości medialnej łączy się pewne cechy, które są – zdaniem doradców i samych zainteresowanych – pożądane przez wyborców. Systematyczne promowanie takich samych wiązek cech może przekładać się na przekonania wyborców o ich współwystępowaniu w osobowości polityków.

Kolejną możliwą przyczyną redukcji liczby wymiarów percepcji osobowości polityków może tkwić w specyfice samego procesu spostrzegania. Barsalou (1985) rozróżnia kategorie taksonomiczne i kategorie powstałe z uwagi na cel. Kategorie taksonomiczne odzwierciedlają korelacyj-

na strukturę świata, natomiast kategorie powstałe z uwagi na cel odzwierciedlają ludzkie cele. Jeżeli spostrzegamy polityków przez pryzmat celu wyborczego, jakim jest np. bycie dobrym posłem lub prezydentem, to należy oczekiwać, że cechy w opisie osobowości polityków mogą być inaczej kategoryzowane niż wtedy, kiedy opisujemy „zwykłych” ludzi czy nawet sportowców i prezenterów telewizyjnych, w przypadku których cel ten jest mniej określony, zróżnicowany lub jest luźno powiązany z cechami osobowości osoby opisywanej. Caprara i jego współpracownicy (1997, 1999, 2002, 2003) tłumaczą uzyskaną w swoich badaniach redukcję liczby wymiarów spostrzegania polityków stosowaniem przez wyborców strategii ekonomii poznawczej i heurystyki dyspozycyjnej w celu poradzenia sobie z ogromem informacji, którymi są bombardowani, rozważając je w kategoriach dychotomicznych: głosować, czy nie głosować na danego polityka. Prowadzi to do uformowania uproszczonego schematu spostrzegania lidera, a także partii, którą on reprezentuje (Jones i Hudson, 1996), ograniczonego jedynie do cech, które zwiększają prawdopodobieństwo pewnych zachowań polityka, kiedy zostanie on wybrany na dane stanowisko (Funk, 1999).

Kiedy mówimy o opisach osobowości innych osób, należy zaznaczyć, że w sądach na temat osobowości aspekty deskryptywny i ewaluatywny są bezpośrednio ze sobą powiązane (Saucier, Ostendorf i Peabody, 2001). Komponent ewaluatywny stanowi wspólny element wszystkich czynników Wielkiej Piątki i jest odpowiedzialny za interkorelacje między czynnikami (Peabody i Goldberg, 1989; Saucier, 1994; Muek, 2007). O ile w psychologii osobowości twórcy narzędzi usiłują maksymalizować czynnik deskryptywny przez minimalizację lub eliminację (w zamierzeniu) czynnika ewaluatywnego, o tyle w psychologii społecznej ewaluacja jest traktowana jako dominujący czynnik w percepcji społecznej (Saucier i in., 2001). Usunięcie komponentu ewaluatywnego zmniejsza trafność predykcji zachowań interpersonalnych (McCrae i Costa, 1983). Jego rolę w percepcji polityków potwierdzają badania Abelsona, Kindera, Petersa i Fiske (1982), którzy prosili respondentów o opisanie polityków w kategoriach cech osobowościowych, a w ramach osobnego pomiaru – o opisanie emocji, jakie wywołują u nich ci politycy. Okazało się, że sumaryczny wynik afektu posiada znacznie większą moc predykcijną preferencji politycznych niż sądy na temat osobowości polityków. Można zatem przypuszczać, że jednym z powodów redukcji liczby wymiarów percepcji osobowości polityków jest dominacja komponentu ewaluatywnego w ich percepcji.

Wymiar ewaluatywny był również wyodrębniany jako jeden z kilku niezależnych wymiarów spostrzegania wizerunku polityków. Forgas, Kagan i Frey (1977) za pomocą dyferencjału semantycznego i procedury skalowania wielowymiarowego wizerunków 13 czołowych polityków z różnych krajów ustalili, że wyborcy spostrzegają polityków na trzech wymiarach. W Wielkiej Brytanii był to wymiar siły (polityczna potencja), ewaluacji i inteligencji, natomiast w RFN – ewaluacji, konserwatyizmu i siły (polityczna potencja). Również w polskich badaniach zrealizowanych przez Wojciszke i Kłusek (1996) obok kompetencji i moralności jako trzeci – a zarazem najniższy czynnik – wyodrębniono reakcję afektywną w stosunku do polityka. Pojawienie się „czystego” wymiaru ewaluatywnego w tego typu badaniach należy tłumaczyć przede wszystkim włączaniem do skal przymiotników z kategorii ocen społecznych, które w badaniach leksykalnych, akcentujących stałe wzorce zachowań, są wykluczane z puli przymiotników, ograniczanej wyłącznie do deskryptorów dyspozycyjnych (John i in., 1988).

Na koniec warto wspomnieć o ograniczeniach metodologicznych dotychczasowych badań. Używane narzędzia pomiarowe mogą prowadzić do zniekształceń spostrzegania przez sugerowanie nieistotnych wymiarów wskutek włączania do listy nadmiernej liczby przymiotników reprezentujących określone wymiary. Mogą też ograniczać spostrzeganie tylko do wymiarów możliwych do ujawnienia przez dany kwestionariusz, kiedy lista przymiotników jest niepełna i zawężona do niektórych wymiarów. Na koniec badacz może uwzględnić niepełną liczbę bodźców, a więc posłużyć się niereprezentatywną pulą polityków lub nawet ograniczać badania do pojedynczej osoby, co stawia pod znakiem zapytania możliwości generalizacji ich wyników.

Do potencjalnych ograniczeń metodologicznych należy także zaliczyć posługiwanie się analizą czynnikową (lub skalowaniem wielowymiarowym) jako narzędziem do wykrywania wymiarów spostrzegania osobowości polityków. Podobnie jak w przypadku badania osobowości „zwykłego” człowieka, jest to kontrowersyjne z dwóch zasadniczych powodów. Pierwszy powód dotyczy wyboru modelu czynnikowego osobowości, a więc liczby wymiarów, ich ortogonalności/skośności oraz interpretacji treści czynników. Problemy te wynikają ze specyfiki samej analizy czynnikowej oraz arbitralności podejmowanych decyzji w trakcie jej zastosowania i interpretacji wyników analiz (Szarota, 2008). Druga kontrowersja dotyczy istoty tego, co uzyskujemy, stosując analizę czynnikową w badaniu osobowości ludzkiej, a więc czym jest uzyskiwana w toku badań i analiz struktura czynnikowa i o czym nas informuje. Podczas gdy zwolennicy Wielkiej Piątki utrzy-

mują, że analiza czynnikowa pozwala wykrywać źródłowe cechy osobowości, inni utrzymują, że uzyskiwana struktura czynnikowa pozwala jedynie wykryć, jakimi kategoriami posługują się obserwatorzy w ocenie siebie lub innych osób, a więc umożliwia nam odkrywanie ukrytej teorii osobowości obserwatora (Borkenau, 1992). Stanowisko autora w kontekście społecznej percepcji cech osobowości jest następujące: analiza czynnikowa porządkuje dane i wykrywa kategorie ważne z uwagi na cel, jakimi ludzie posługują się, opisując innych. Umożliwiając taksonomię i klasyfikację, nie pozwala jednocześnie na realizację celu eksplanacyjnego nauki (Mischel i Shoda, 1994). Nie jest w stanie wykryć nic ponad to, co jest zawarte w materiale leksykalnym użytym do opisu innych osób.

Problemy badawcze

Rozbieżności w ocenach tej samej osoby przez różnych obserwatorów wskazują na to, że cechuje je różny stopień trafności. A więc w opisach innych osób w procedurze *peer-rating* tkwi wariancja błędu, związana z osobą opisującą, a nie z osobą opisywaną. Jednym ze sposobów usunięcia tej rozbieżności jest wykorzystanie wielu opisów tej samej osoby, wykonanych przez różnych obserwatorów przez uśrednienie ich ocen, zakładając, że średnia „obiektywizuje” percepcję danej cechy u opisywanej osoby. W zasadzie niektórzy badacze, reprezentujący nurt leksykalny, z uwagi na łatwość zakłamania samoopisu na skalach przymiotnikowych proponują zastąpić go uśrednionym opisem osób z otoczenia osoby ocenianej z uwagi na większą obiektywność takiego pomiaru (Szarota, 2008). Istotny jest tutaj stopień znajomości opisywanej osoby, w przeciwnym razie braki informacji będą rekompensowane ukrytymi teoriami osobowości.

Jeżeli źródłem struktury percepcji osobowości innych osób jest struktura spostrzeganego współwystępowania cech wywnioskowanych z ich zachowania, to struktura percepcji pojedynczej osoby powinna być zbieżna ze strukturą zróżnicowania spostrzeganych cech osobowości w danej grupie społecznej. Na poziomie operacyjnym odpowiednikiem tej ostatniej jest struktura zróżnicowania profili spostrzeganych cech osobowości wielu obiektów opisu (np. polityków), powstałych wskutek uśrednienia ocen wielu obserwatorów opisujących te same osoby należące do danej kategorii społecznej (np. polityków). Takie założenie odpowiada modelowi dokładnego odzwierciedlenia, który zakłada, że współwystępowanie cech przekłada się na skorelowanie ich ocen w opisach, co z kolei konstituuje ukryte teorie osobowości (Block, Weiss i Thorne, 1979; Jackson, Chan i Stricker, 1979). W ten sposób ukryte teorie osobowości odzwierciedlają doświadczenie osób wynikające ze spostrzeganą wspól-

zmienności cech. Gdyby natomiast uzasadniony był alternatywny model systematycznych rozbieżności, struktura percepcji osobowości polityków powinna być taka sama, jak struktura percepcji „zwykłych” ludzi, pod warunkiem zastosowania takiej samej listy przymiotników (Shweder i D’Andrade, 1979, 1980). Badania Caprari i współpracowników (1997, 2002), spełniające ten warunek, wskazują jednak na istnienie znaczących rozbieżności w strukturze percepcji polityków i „zwykłych” ludzi.

Biorąc pod uwagę wyniki dotychczasowych badań nad percepcją cech osobowości polityków, postanowiono przeprowadzić badania własne uwzględniające dwa najważniejsze źródła zmienności w spostrzeganiu wizerunku działaczy politycznych: (1) wyborcy różnią się w opisie tych samych polityków, (2) wizerunki medialne polityków różnią się między sobą, wskutek czego ta sama osoba inaczej opisuje różnych polityków. W badaniach struktury percepcji cech osobowości osób z najbliższego otoczenia (*peer-rating*) w ramach podejścia leksykalnego nie wprowadza się takiego rozróżnienia, aczkolwiek wspomniane źródła wariancji są obecne w percepcji innych osób. W przypadku redukcji liczby opisywanych osób, jak w przypadku polityków, odseparowanie tych źródeł wariancji staje się zasadne i technicznie możliwe. Celem podjętych badań było wyizolowanie drugiego źródła wariancji i zidentyfikowanie zmiennych odpowiedzialnych za zróżnicowanie profili osobowościowych wizerunku polityków. Przyjęta procedura pozwala na różnicowanie wizerunków polityków między sobą, a nie na różnicowanie opinii różnych osób na temat danego polityka. Dlatego też jako pierwsze sformułowano następujące pytanie badawcze:

P1: Jakie są wymiary dyferencjacji profili spostrzeganych cech osobowości polityków?

Czy wiedza na temat wymiarów zróżnicowania profili osobowościowych polityków pozwala przewidywać opinię wyborców w skali makrospołecznej? Jest to istotne pytanie z punktu widzenia marketingu politycznego, ponieważ istnienie takiego związku oznacza konieczność uwzględnienia określonych cech osobowości w pozycjonowaniu marki polityka (Caprari i in., 1999). Oprócz wartości deskryptywnej wiedza na temat wymiarów dyferencjacji osobowości polityków zyskałaby również wartość wyjaśniającą. Przegląd literatury z zakresu marketingu politycznego/wyborczego dokonany przez Funk (1999) wskazuje na to, że oceny na wymiarze kompetencji i moralności są najistotniejsze w przewidywaniu preferencji wyborców. Są to też wymiary percepcji polityków uważane za kluczowe przez McCurleya i Mondaka (1995), Wojciszke i Klusek (1996) oraz Skarżyńską (2005). Potwierdza to ogólniejszą tezę Wojciszke (2005),

zdaniem którego kategorie sprawnościowe i moralnościowe należą do najważniejszych w percepcji społecznej i wyjaśniają znaczną część wariancji dokonywanych przez ludzi ocen własnego i cudzego zachowania. Zatem kolejne pytania badawcze można sformułować w następujący sposób:

P2: Czy istnieje związek pomiędzy wymiarami dyferencjacji profili spostrzeganych cech osobowości a popularnością polityków wśród wyborców oraz które spośród tych wymiarów mają kluczowe znaczenie w wyjaśnianiu zaufania do polityków?

Metoda

Wybór polityków

Na podstawie analizy comiesięcznych badań CBOS od grudnia 2005 roku do marca 2007 roku wyselekcjonowano 24 polityków rozpoznawanych przez ponad 70% Polaków. Następnie przydzielono ich losowo z uwzględnieniem przynależności partyjnej do sześciu zestawów po cztery osoby w każdym, z rotowaną kolejnością: (1) Hanna Gronkiewicz-Waltz, Ludwik Dorn, Marek Borowski, Antoni Macierewicz; (2) Zyta Gilowska, Marek Jurek, Bronisław Komorowski, Andrzej Lepper; (3) Roman Giertych, Lech Kaczyński, Zbigniew Ziobro, Donald Tusk; (4) Kazimierz Marcinkiewicz, Wojciech Olejniczak, Zbigniew Religa, Lech Wałęsa; (5) Leszek Balcerowicz, Aleksander Kwaśniewski, Jan Rokita, Zbigniew Wassermann; (6) Przemysław Gosiewski, Jarosław Kaczyński, Waldemar Pawlak, Jerzy Szmajdziński.

Kompletowanie listy przymiotników

Przymiotniki, które weszły do ostatecznej listy wykorzystanej w badaniach własnych, pochodziły z trzech źródeł. Pierwszym źródłem była lista 290 przymiotników, które zostały wyselekcjonowane ze słownika języka polskiego przez Szarotę (1995) jako opisujące stałe cechy charakteru i osobowości. Kolejnych 147 przymiotników pochodziło z kwestionariuszy do badania wizerunku polityków, które były wykorzystywane w dotychczasowych badaniach preferencji politycznych polskich wyborców (Cwalina, Falkowski i Rożnowski, 1997; Cwalina i Falkowski, 2005; TNS OBOP, 2000; CBOS, 1997). Ostatnim źródłem przymiotników był test wolnych skojarzeń z listą 24 najbardziej rozpoznawanych polityków według badań CBOS (2005–2007) na grupie 24 osób w wieku 23–58 lat (13 kobiet, 11 mężczyzn). Każda osoba oceniała trzech losowo wybranych polityków. Zgromadzono w ten sposób kolejne 81 przymiotników. Następnie z całej tej puli wyeliminowano przymiotniki powtarzające się, synonimy, określenia potoczne, niezrozumiałe i o niejednoznacznym rozumieniu. W konsekwencji powstała lista 410 przy-

miotników, które następnie zostały przedstawione 14 studentom V roku psychologii do oceny pod kątem przydatności (możliwość rozpoznania cechy oraz wariancja cechy) do opisu osobowości polityków na 7-stopniowej skali. Do dalszych badań wybrano 148 przymiotników, które uzyskały ocenę co najmniej 5 i były jednoznacznie rozumiane.

Zadaniem respondentów było sporządzenie opisu każdego z czterech polityków za pomocą listy przymiotnikowej, zaznaczając, w jakim stopniu konkretne określenie jest w stosunku do danego polityka trafne. Skala odpowiedzi była pięciostopniowa i została zaczerpnięta z polskich badań leksykalnych (Szarota, 1995). Dla ułatwienia respondentowi identyfikacji polityka, obok jego nazwiska zostało umieszczone zdjęcie.

Osoby badane

Dobierając próbę, zmierzano do zapewnienia jej możliwie szerokiej reprezentacji geograficznej i wiekowej – na tyle, na ile pozwalały możliwości badacza i czasochłonność samego wypełniania kwestionariuszy. Najwięcej respondentów pochodziło z następujących miast i ich okolic: Warszawy, Lublina, Płocka, Siedlec, Sokołowa Podlaskiego i Limanowej. Wiek respondentów wahał się w granicach 18–75 lat ze średnią 31,54 oraz odchyleniem standardowym 14,31. Rozkład wieku był skośny prawostronnie ($A_s = 1,29$) z uwagi na znaczny udział studentów w próbie. Kobiety stanowiły 57% próby, a mężczyźni – 43%. 47% osób miało wykształcenie średnie, 23% wykształcenie niepełne wyższe bądź licencjat, 18% – wykształcenie wyższe, najmniej osób określiło własne wykształcenie jako podstawowe bądź zawodowe – łącznie 9%. 58% respondentów mieszkało w mieście, a 42% – na wsi.

Przebieg badań

Badania zostały przeprowadzone metodą ankiety roznoszonej w drugiej połowie kwietnia 2007 roku, przed podjęciem decyzji o przeprowadzeniu przedterminowych wyborów do Sejmu¹. Osoba badana otrzymywała kwestionariusz poprzedzony instrukcją, a ankieter wyjaśniał osobiście sposób, w jaki należy go wypełnić. Po upływie uzgodnionego z respondentem czasu osobiście odbierano kwestionariusz. Kwestionariusze były roznoszone w następujących miejscach: akademiki, mieszkania i domy, miejsca pracy. Rotowano przy tym zestawy, wskutek czego uniknięto sytuacji, w której dany polityk byłby opisywany przez osoby z jednej tylko miejscowości. W sumie rozdano 420 kwestionariuszy. Część kwestionariuszy została odrzucona z racji małej rzetelności wypełnienia bądź niekompletności opisów. Ostatecznie uzyskano 390

kompletnie wypełnionych kwestionariuszy, co dało stopień zwrotu 93%.

Zanim przystąpiono do analiz statystycznych, obliczono wariancję ocen polityków osobno dla każdego opisu i usunięto z pliku danych te, których odchylenie standardowe było mniejsze niż 0,40 (poniżej dwóch odchyłeń standardowych od średniego odchylenia standardowego dla wszystkich opisów), zmniejszając w ten sposób prawdopodobieństwo uwzględnienia nierzetelnych ocen narzonych na błąd serii.

Wyniki

Wymiary dyferencjacji profili osobowościowych

W celu zidentyfikowania wymiarów zróżnicowania profili osobowościowych polityków wyeliminowano wariancję wynikającą z różnic spostrzegania danego polityka przez uśrednienie ocen na skalach przymiotnikowych. Ponieważ każdy z 24 polityków został opisany przez 65 osób, obliczono dla każdego z nich średni profil postrzeganych cech osobowości na podstawie użytej listy przymiotnikowej. Uzyskano w ten sposób 24 profile osobowościowych, które potraktowano jako obserwacje w pliku danych. Następnie obliczono macierz korelacji *r* Pearsona, które stanowiły w tym przypadku miarę częstotli-

ści współwystępowania poszczególnych przymiotników w opisach osobowości polityków. Na podstawie tej macierzy korelacji wykonano analizę głównych składowych z rotacją Varimax, a ustalone czynniki identyfikowały grupy najczęściej współwystępujących ze sobą przymiotników w wizerunkach polityków. Wartości własne dla pierwszych ośmiu czynników wynosiły odpowiednio: 79,24; 24,27; 13,25; 10,11; 3,5; 2,79; 1,89; 1,77. Dane te wskazują, że, poczynając od piątego czynnika, zaczyna się spłaszczenie krzywej osypiska. Oprócz tego przy rozwiązaniu 5-czynnikowym do piątego czynnika wchodzi tylko dwa przymiotniki z ładunkiem czynnikiem powyżej 0,50, a przy zwiększaniu liczby czynników do kolejnych wchodzi tylko pojedyncze pozycje spełniające ten warunek. Z tego względu uznano, że satysfakcjonujące będzie 4-czynnikowe rozwiązanie, wyjaśniające 86% wariancji zawartej w wejściowej macierzy korelacji. Uzyskane cztery czynniki na podstawie przymiotników o ładunku czynnikiem powyżej 0,70 można było określić jako brak ugodowości, kompetencja, ekstrawersja oraz prawość (zob. Tabela 1; ładunki czynnikiowe są podane w nawiasach obok przymiotników).

W celu zidentyfikowania podgrup najczęściej współwystępujących ze sobą przymiotników w ramach po-

Tabela 1.

Skład wymiarów i podwymiarów dyferencji profili osobowościowych polityków

NIEUGODOWOŚĆ ($F = 22,86$; $\eta^2 = 0,26$)	KOMPETENCJA ($F = 11,05$; $\eta^2 = 0,14$)	EKSTRAWERSJA ($F = 12,54$; $\eta^2 = 0,16$)	PRAWOŚĆ ($F = 7,48$; $\eta^2 = 0,10$)
Awanturniczość ($F = 21,59$; $\eta^2 = 0,24$)	Inteligencja ($F = 17,45$; $\eta^2 = 0,21$)	Otwartość na innych ($F = 11,38$; $\eta^2 = 0,15$)	Uczciwość ($F = 9,27$; $\eta^2 = 0,12$)
<ul style="list-style-type: none"> • konfliktowy (0,82) • porywczy (0,78) • awanturniczny (0,75) • impulsywny (0,81) • agresywny (0,78) 	<ul style="list-style-type: none"> • inteligentny (0,89) • zdolny (0,86) • uczony (0,84) • rozumny (0,86) • kompetentny (0,88) 	<ul style="list-style-type: none"> • komunikatywny (0,80) • otwarty (0,82) • nudny (-0,70) • medialny (0,79) • ma dobre kontakty ze światem (0,69) 	<ul style="list-style-type: none"> • uczciwy (0,71) • prawdomówny (0,71) • chciwy (-0,74) • szczery (0,77) • praworządny (0,78)
Bezkompromisowość ($F = 11,69$; $\eta^2 = 0,15$)	Nastawienie na cel ($F = 5,59$; $\eta^2 = 0,08$)	Energia ($F = 10,04$; $\eta^2 = 0,13$)	Patriotyzm ($F = 5,24$; $\eta^2 = 0,07$)
<ul style="list-style-type: none"> • pewny siebie (0,91) • nieugięty (0,89) • bezkompromisowy (0,90) • walczący (0,87) • dominujący (0,87) 	<ul style="list-style-type: none"> • wytrwały (0,73) • dociekliwy (0,78) • samodzielny (0,74) • ambitny (0,77) • konsekwentny (0,75) 	<ul style="list-style-type: none"> • energiczny (0,91) • dynamiczny (0,92) • aktywny (0,85) • dowcipny (0,87) • wygadany (0,74) 	<ul style="list-style-type: none"> • patriotyczny (0,88) • mający poczucie misji (0,76) • troszczący się o kraj (0,81) • zaangażowany (0,69) • idealista (0,68)
Makiawelizm ($F = 13,53$; $\eta^2 = 0,17$)	Realizm ($F = 8,19$; $\eta^2 = 0,11$)		
<ul style="list-style-type: none"> • zarozumiały (0,83) • przebiegły (0,77) • arogancki (0,77) • dążący do władzy za wszelką cenę (0,69) • bezwzględny (0,88) 	<ul style="list-style-type: none"> • przewidyjący (0,89) • konkretny (0,87) • realistyczny (0,79) • dalekowzroczny (0,91) • zrozumiały (0,84) 		

szczególnych czynników wybrano przymiotniki korelujące z danym czynnikiem powyżej 0,70 i wykonano niezależne analizy głównych składowych w ramach każdego z wymiarów. Przy ustalaniu liczby podwymiarów, jako kryterium przyjęto wartość własną powyżej 1,0. Z kolei w celu zidentyfikowania przymiotników najwyżej korelujących z podwymiarem, obliczono korelację typu *item-total* i wybrano po pięć przymiotników najwyżej korelujących z całością. Ostateczny skład wymiarów i podwymiarów dyferencjacji profili osobowościowych polityków zawiera Tabela 1. Wymiar kompetencji współtworzą trzy podwymiary: inteligencja, nastawienie na cel oraz realizm. Brak ugodowości także posiada trzy podwymiary: awanturniczność, bezkompromisowość i makiawelizm. Ekstrawersja składa się z dwóch podwymiarów: otwartości na innych i energii. Prawość współtworzy podwymiar uczciwość wraz patriotyzmem.

W celu sprawdzenia, czy liczba i treść wymiarów są wrażliwe na zmienne demograficzne, w taki sam sposób jak wyżej obliczono wymiary dyferencjacji profili spostrzegania cech osobowości polityków wśród osób (1) ze wsi vs. z miasta, (2) z wykształceniem podstawowym i średnim vs. niepełnym wyższym i wyższym, (3) wiek do 30 lat vs. powyżej 30 lat, (4) kobiety vs. mężczyźni. W sumie obliczono osiem struktur czynnikowych, które następnie przeanalizowano pod względem treści. Ustalono, że we wszystkich przypadkach jednoznacznie adekwatną jest struktura 4-czynnikowa, która w zależności od grupy wyjaśnia od 78% do 84% wariacji. Wartości własne dla poszczególnych czynników kształtowały się w sposób zbliżony do całej próby z wyraźnym spłaszczeniem krzywej osypiska w piątym czynniku. Analiza treści poszczególnych wymiarów na podstawie przymiotników o najwyższych ładunkach czynnikowych wykazała, że niemal we wszystkich grupach rdzeń czynników pozostaje niezmienny, zmienia się najwyżej ich kolejność. Aspektowe różnice dotyczące wyłącznie wymiaru nieugodowości zaobserwowano w grupie kobiet oraz w grupie osób mieszkających na wsi. W tych grupach czynnik nieugodowości uległ rozszczepieniu: stanowczość/bezkompromisowość wyodrębniła się na samodzielny czynnik, natomiast awanturniczność stanowiła przeciwny kraniec kompetencji, a makiawelizm – przeciwny kraniec uczciwości. Podobny schemat rozbieżności w grupie kobiet i wśród osób ze wsi wynika z tego, że wśród osób ze wsi kobiety stanowiły 63%, natomiast w mieście 53%. A więc opisana specyfika spostrzegania polityków w zakresie jednego wymiaru dotyczy tylko kobiet.

Tabela 1 zawiera także dane na temat jednoczynnikowej analizy wariacji ($F_{(23,1536)}$) obliczonej dla poszczególnych wymiarów i podwymiarów na podstawie ocen

na skalach przymiotnikowych poszczególnych 24 polityków. Nasilenie wymiarów i podwymiarów dla każdej osoby badanej obliczono, sumując pozycje wchodzące w ich skład. Wszystkie wymiary i podwymiary różnicowały 24 polityków na poziomie istotności $p < 0,001$. Eta^2 dodatkowo wskazuje na część wariacji wyjaśnianą przez zmienną „polityk” podczas oceny polityków na poszczególnych wymiarach i podwymiarach, pozostała część wariacji wynika z różnic w percepcji danego polityka przez różne osoby i potencjalnie może być uzależniona m.in. od preferencji politycznych, zainteresowania polityką, zastosowanej metody badań itd. Najbardziej różnicującymi podwymiarami w ramach poszczególnych wymiarów okazały się awanturniczność, $F = 21,59$, $eta^2 = 0,24$; inteligencja, $F = 17,45$, $eta^2 = 0,21$; otwartość na innych, $F = 11,38$; $eta^2 = 0,15$; oraz uczciwość, $F = 9,27$, $eta^2 = 0,12$.

W celu weryfikacji struktury czynnikowej listy przymiotników zredukowanej do 50 przedstawionych w Tabeli 1, ponownie przeprowadzono analizę głównych składowych na wyselekcjonowanych przymiotnikach. Tabela 2 zawiera jej wyniki, które potwierdzają przynależność przymiotników do wcześniej wyodrębnionych czynników.

Tabela 2.

Weryfikacja struktury czynnikowej dyferencjacji profili spostrzeganych cech osobowości 24 polityków

Przymiotniki	Czynnik			
	1	2	3	4
konfliktowy	0,83	-0,50	-0,07	-0,07
porywczy	0,79	-0,54	0,03	-0,05
awanturniczy	0,77	-0,58	0,00	-0,11
impulsywny	0,82	-0,50	0,14	-0,02
agresywny	0,80	-0,50	0,02	-0,18
pewny siebie	0,94	0,13	0,22	-0,09
nieugięty	0,86	0,23	-0,09	0,31
bezkompromisowy	0,88	-0,09	-0,04	0,26
walczący	0,86	-0,25	0,06	0,30
dominujący	0,87	0,00	0,12	0,16
zarozumiały	0,85	-0,21	-0,15	-0,33
przebiegły	0,82	-0,20	0,01	-0,44
arogancki	0,80	-0,37	-0,09	-0,34
dążący do władzy za wszelką cenę	0,74	-0,24	-0,20	-0,41
bezwzględny	0,90	-0,02	-0,21	-0,16
inteligentny	-0,36	0,88	-0,05	0,21
zdolny	-0,41	0,85	0,06	0,21

Tabela 2 – cd.

Przymiotniki	Czynnik			
	1	2	3	4
uczony	-0,33	0,84	-0,13	0,23
rozumny	-0,42	0,85	0,05	0,21
kompetentny	-0,42	0,88	0,06	0,15
wytrwały	0,38	0,75	-0,02	0,42
dociekliwy	0,38	0,79	0,10	0,25
samodzielny	0,18	0,73	0,34	0,32
ambitny	-0,05	0,80	0,29	0,15
konsekwentny	-0,06	0,76	-0,10	0,46
przewidujący	-0,25	0,89	0,23	0,03
konkretny	-0,16	0,86	0,33	0,20
realistyczny	-0,39	0,78	0,31	0,13
dalekowzroczny	-0,11	0,91	0,24	0,06
zrozumiały	-0,26	0,83	0,29	0,01
komunikatywny	-0,21	0,47	0,82	-0,09
otwarty	-0,36	0,29	0,82	-0,06
nudny	0,30	-0,47	-0,71	-0,23
medialny	-0,08	0,40	0,82	-0,09
ma dobre kontakty ze światem	-0,36	0,36	0,64	0,07
energiczny	0,22	0,06	0,92	0,10
dynamiczny	0,19	0,15	0,93	0,11
aktywny	0,18	0,01	0,88	0,26
dowcipny	-0,08	-0,17	0,88	0,00
wygadany	0,47	-0,18	0,74	-0,28
uczciwy	-0,55	0,42	-0,01	0,67
prawdomówny	-0,41	0,52	0,13	0,68
chciwy	0,51	-0,37	-0,09	-0,71
szczery	-0,42	0,36	0,23	0,72
praworządny	-0,33	0,47	-0,01	0,78
patriotyczny	-0,09	-0,02	-0,13	0,90
mający poczucie misji	0,37	-0,08	-0,04	0,80
troszczący się o kraj	-0,22	0,29	0,18	0,81
zaangażowany	0,21	0,25	0,21	0,67
idealista	0,34	0,28	-0,06	0,73
wariancja wyjaśniona	14,15	14,00	7,80	7,68
udział	28%	28%	16%	15%

Postrzegane cechy osobowości a zaufanie do polityków

W celu udzielenia odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu respondenci byli zgodni w ocenie posiadanych cech przez konkretnych polityków, obliczono dla każdego

z nich współczynnik zgodności W Kendalla na podstawie wyników w 10 wyodrębnionych podskalach z Tabeli 1 i na podstawie opinii każdorazowo 65 osób. Największą zbieżność opinii odnotowano w przypadku Marcinkiewicza ($W = 0,74$) i Leppera ($W = 0,65$), najmniejsza zgodność była w przypadku Tuska ($W = 0,33$), Wassermanna ($W = 0,33$), Gosiewskiego ($W = 0,35$) i Rokity ($W = 0,36$). Pozostali politycy uzyskali następujące wyniki: Religa (0,56), Gronkiewicz-Waltz (0,54), Balcerowicz (0,54), Gilowska (0,49), Pawlak (0,48), Borowski (0,46), Jurek (0,46), Wałęsa (0,46), Kwaśniewski (0,45), Ziobro (0,45), Giertych (0,44), J. Kaczyński (0,42), Szmajdziński (0,42), Macierewicz (0,40), B. Komorowski (0,40), L. Kaczyński (0,39), Olejniczak (0,39), Dorn (0,39).

W oparciu o ustaloną strukturę obliczono metodą regresyjną wyniki czynnikowe dla poszczególnych polityków i przedstawiono je w Tabeli 3 (wyniki wyrażone na skali standardowej). Nazwiska polityków, którzy uzyskali wyniki odbiegające o jedno odchylenie standardowe od średniej, zostały pogrubione. Jako najbardziej kompetentni są postrzegani: Balcerowicz, Gilowska, Ziobro, Religa i Gronkiewicz-Waltz, a jako najmniej: Lepper, Wałęsa, Giertych i Macierewicz. Jako najbardziej ugodowi są oceniani: Marcinkiewicz, Pawlak i Religa, natomiast jako najmniej ugodowi prezentują się Lepper, Giertych, Macierewicz i Wałęsa. Jako najbardziej otwarci na innych są spostrzegani Marcinkiewicz, Kwaśniewski i Gilowska, natomiast jako najmniej otwarci są oceniani Giertych, Pawlak, Macierewicz i L. Kaczyński. Najwyżej na wymiarze patriotyzmu i uczciwości ocenieni zostali Marcinkiewicz, Ziobro i Jurek, natomiast najniższe wyniki uzyskali Lepper, Szmajdziński, Olejniczak i Kwaśniewski.

Konfrontując stopień zgodności (W Kendalla) spostrzegania przez wyborców osobowości polityków z zagregowanymi profilami osobowości tychże polityków przy użyciu współczynników korelacji rangowej rho Spearmana, ustalono istotną statystycznie i umiarkowaną co do siły zależność z wynikami w skali ekstrawersji, $\rho = 0,47$, $p < 0,05$: im bardziej polityk jest spostrzegany jako osoba dynamiczna i otwarta, tym większa jest spójność opinii wyborców na temat posiadanych przez niego cech osobowości. Pozostałe wymiary nie korelowały statystycznie istotnie ze współczynnikiem W Kendalla, wahając się w granicach 0,26–0,34.

Obliczenie profili spostrzeganych cech osobowości dla poszczególnych polityków umożliwia także ich zestawienie z wynikami badań sondażowych na temat zaufania do polityków, publikowanych co miesiąc przez CBOS². W analizach przedstawionych w Tabeli 4 uwzględniono raport CBOS z kwietnia 2007 roku (odpowiedni z uwagi na czas realizacji badań własnych), w którym są dane na te-

Tabela 3.
Wyniki czynnikowe (standaryzowane) 24 polityków

Kompetencja	z	Nieugodowość	z	Ekstrawersja	z	Prawość	z
Balcerowicz	1,70	Lepper	2,85	Marcinkiewicz	2,36	Marcinkiewicz	1,99
Gilowska	1,46	Giertych	1,32	Kwaśniewski	1,56	Ziobro	1,74
Ziobro	1,18	Macierewicz	1,13	Gilowska	1,16	Jurek	1,34
Religa	1,16	Wałęsa	1,01	Gronkiewicz-Waltz	0,83	Religa	0,94
Gronkiewicz-Waltz	1,03	J. Kaczyński	0,87	Lepper	0,79	L. Kaczyński	0,93
Marcinkiewicz	0,95	Tusk	0,28	Rokita	0,66	Gilowska	0,84
Rokita	0,66	Rokita	0,22	Wałęsa	0,62	J. Kaczyński	0,77
Jurek	0,65	Dorn	0,10	Ziobro	0,59	Wałęsa	0,52
J. Kaczyński	0,41	Gilowska	-0,05	Olejniczak	0,28	Rokita	0,40
Borowski	0,30	Gosiewski	-0,05	Jurek	0,17	Balcerowicz	0,36
Komorowski	0,17	Kwaśniewski	-0,05	Religa	0,15	Komorowski	0,04
Dorn	0,13	Gronkiewicz-Waltz	-0,06	Balcerowicz	0,14	Dorn	-0,01
Kwaśniewski	-0,03	L. Kaczyński	-0,09	Tusk	0,11	Pawlak	-0,05
L. Kaczyński	-0,11	Wasserman	-0,11	Komorowski	-0,02	Wasserman	-0,21
Wassermann	-0,30	Ziobro	-0,13	Borowski	-0,09	Gronkiewicz-Waltz	-0,42
Szmajdziński	-0,40	Borowski	-0,14	Szmajdziński	-0,25	Giertych	-0,56
Tusk	-0,47	Balcerowicz	-0,16	Gosiewski	-0,70	Tusk	-0,66
Olejniczak	-0,52	Komorowski	-0,25	Wasserman	-0,79	Gosiewski	-0,79
Pawlak	-0,84	Olejniczak	-0,34	Dorn	-0,96	Macierewicz	-0,86
Gosiewski	-0,96	Szmajdziński	-0,67	J. Kaczyński	-0,97	Borowski	-0,98
Macierewicz	-1,22	Jurek	-0,90	L. Kaczyński	-1,35	Kwaśniewski	-1,01
Giertych	-1,39	Religa	-1,13	Macierewicz	-1,41	Olejniczak	-1,19
Wałęsa	-1,67	Pawlak	-1,40	Pawlak	-1,43	Lepper	-1,56
Lepper	-1,88	Marcinkiewicz	-2,27	Giertych	-1,46	Szmajdziński	-1,57

Tabela 4.
Sprostrzegane cechy osobowości polityków a wyniki sondaży opinii publicznej

	Wymiary osobowości	Zaufanie	Nieufność	Obojętność	Nieznajomość	Średnia
r Pearsona	Kompetencja	0,64**	-0,61**	0,17	-0,13	0,74**
	Brak ugodowości	-0,39*	0,77**	-0,46**	-0,25	-0,64**
	Ekstrawersja	0,59**	-0,47**	0,12	-0,18	0,60**
	Prawość	0,40*	-0,27	0,15	-0,18	0,42*
Współcz. β	Kompetencja	0,08	-0,11	-0,51**	-0,02	0,15
	Brak ugodowości	-0,22	0,77**	-0,63**	-0,43	-0,51*
	Ekstrawersja	0,56**	-0,40**	0,35	-0,19	0,52*
	Prawość	0,25	0,15	0,23	-0,37	0,10
MR	R^2	0,56	0,80	0,28	0,21	0,79
	$F(4,14)$	4,53	14,01	1,36	0,94	13,08
	$p <$	0,01	0,001	0,299	0,469	0,001

* $p < 0,10$; ** $p < 0,05$.

mat zaufania społecznego dla 19 spośród 24 analizowanych polityków. Wspomniany raport w analizowanym okresie czasu pominął Marcinkiewicza, Wałęsę, Wasmanna, Balcerowicza oraz Szmajdzińskiego. Rozkład wyników przedstawiony w Tabeli 3, w ramach wyodrębnionych wymiarów sprawdzony testem Lilleforsa i Shapiro-Wilka, był normalny. Z kolei rozkład wyników sondażowych był normalny w przypadku pomiaru zaufania oraz obojętności, natomiast różnił się istotnie od normalnego w przypadku nieufności i niezajomości polityka. Z tego powodu oprócz współczynnika korelacji według momentu iloczynowego w celu jego weryfikacji obliczono współczynniki korelacji rangowej. Ponieważ współczynniki rho Spearmana nie różniły się bardziej niż o $\pm 0,05$ od r Pearsona, z uwagi na późniejsze zastosowanie wielokrotnej analizy regresji porzeczono na tych ostatnich.

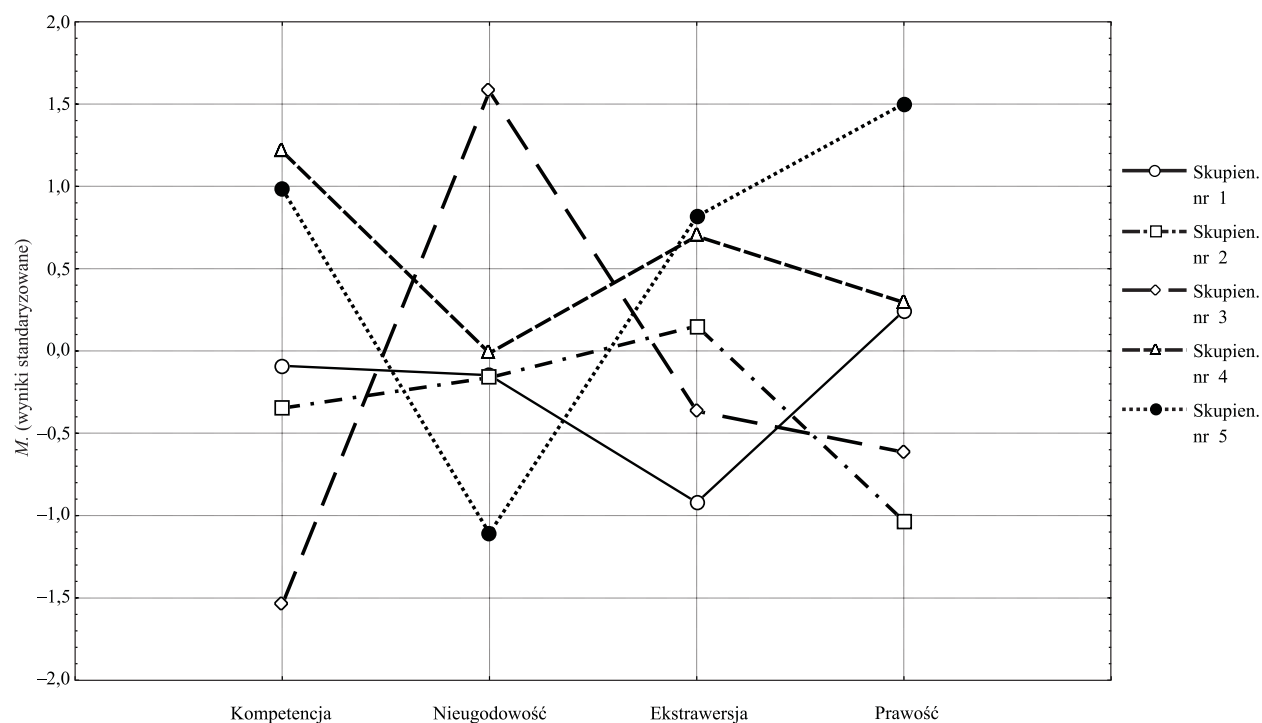
Współczynniki korelacji i wyniki analizy regresji, w której w roli zmiennych wyjaśnianych wykorzystano pomiary zmiennych w sondażach ogólnopolskich, wskazują, że zmienne osobowościowe wyjaśniają w 80% poziom nieufności wobec polityków, przy czym dodatnio koreluje z nią nieugodowość, $r = 0,77$, a ujemnie spostrzegana ekstrawersja, $r = -0,47$ i kompetencja, $r = -0,61$. Odsetek osób wyrażających zaufanie do polityków można wyja-

śnić w 58% spostrzeganym przez wyborców profilem ich osobowości: dodatnio koreluje z zaufaniem na poziomie istotności 0,05 spostrzegana ekstrawersja, $r = 0,59$ i kompetencja, $r = 0,64$.

Typowe konfiguracje cech osobowości polskich polityków

Ogląd Tabeli 3 nasuwa kolejne pytanie: którzy spośród polityków są spostrzegani jako najbardziej do siebie podobni i jakie grupy oni tworzą z uwagi na podobieństwo profili osobowościowych? Metodą pozwalającą wyodrębnić skupienia, a jednocześnie dającą wgląd w jego przeciętny profil osobowości, jest niehierarchiczna analiza skupień k-średnich. Za optymalne uznano rozwiązanie 5-skupieniowe, ponieważ dalsze zwiększanie liczby skupień powodowało, że w ich skład wchodziłi pojedynczy politycy (najbardziej odbiegający od pozostałych pod względem spostrzeganych cech osobowościowych). Średnie profile dla wyodrębnionych pięciu skupień przedstawia Wykres 1 (wyniki wyrażone na skali standardowej).

Do V skupienia weszło czterech polityków reprezentujących PiS: Jurek, Ziobro, Religa, Marcinkiewicz. Ten typ osobowości charakteryzuje się wysoką kompetencją, wysoką ugodowością, dużą otwartością i energią oraz szcze-



Wykres 1.

Klaster polityków z uwagi na spostrzegane cechy osobowości

gólnie wysoką spostrzeganą uczciwością i patriotyzmem. Podobnie jak w przypadku skupienia V, polityków w klastrze IV (Gronkiewicz-Waltz, Gilowska, Balcerowicz, Rokita) cechuje wysoka kompetencja oraz znaczna otwartość i energia, natomiast specyficzna jest przeciętna ugodowość i umiarkowana uczciwość. Skupia on polityków w większości ściśle związanych z finansami publicznymi, a więc stanowiskami wymagającymi obok kompetencji także dużej stanowczości. Odbiciem zwierciadlanym skupienia V jest skupienie III, w skład którego wchodzi Macierewicz, Lepper, Giertych i Wałęsa. Wizerunki tych polityków łączy spostrzegana bardzo niska kompetencja, bardzo nieugodowa postawa, obniżona ocena uczciwości oraz niższa niż przeciętna otwartość na innych. Cechą specyficzną polityków wchodzących w skład skupienia II (Borowski, Tusk, Olejniczak, Kwaśniewski, Gosiewski, Szmajdziński) i reprezentujących w większości SLD, jest niska ocena ich uczciwości i postawy patriotycznej. Pozostałe cechy politycy ci w oczach wyborców posiadają w przeciętnym nasileniu. Ostatnie skupienie I (Dorn, Komorowski, Wassermann, L. Kaczyński, J. Kaczyński, Pawlak), składające się w większości z przedstawicieli PiS, charakteryzuje także przeciętna kompetencja, uczciwość i ugodowość, specyficzna jest dla nich niska otwartość na innych i energia.

Następnie porównano wyodrębnione typy wizerunków polityków pod względem wskaźnika zaufania z badań CBOS. Najwyższy wskaźnik zaufania cechował polityków ze skupienia V ($M = 50,33$, $SD = 15,95$), najniższy zarejestrowano w skupieniu III ($M = 21,67$, $SD = 7,37$). Wyniki dla pozostałych skojarzeń były następujące: I ($M = 33,60$, $SD = 4,62$), II ($M = 37,40$, $SD = 15,25$), IV ($M = 40,33$, $SD = 4,04$).

W tym miejscu warto wyróżnić przypadki polityków najbardziej odbiegających od pozostałych pod względem spostrzeganych cech osobowości. Próby wyodrębnienia kolejnych skupień (6-, 7-) prowadziły do wyłonienia jednoosobowych klastrów. Z analizowanej grupy 24 polityków najbardziej specyficzne profile posiadają Marcinkiewicz oraz Pawlak. Marcinkiewicz jest oceniany jako kompetentny, wysoce ugodowy, wysoce otwarty i energiczny, a zarazem bardzo uczciwy, odbiegając od średniej dla badanej grupy polityków o ponad dwa odchylenia standardowe od średniej (por. Tabela 3). Z kolei Pawlak jest spostrzegany jako mało kompetentny, ugodowy, introwertywny oraz średnio uczciwy polityk.

Dyskusja

Analiza głównych składowych zidentyfikowała cztery podstawowe wymiary, z uwagi na które zagregowane profile osobowości polskich polityków różnią się między

sobą: kompetencja (inteligencja, nastawienie na cel oraz realizm), brak ugodowości (awanturczość, bezkompromisowość i makiawelizm), ekstrawersja (otwartość na innych i energia) oraz prawość (uczciwość i patriotyzm). Zarówno pod względem liczby wymiarów, jak też z uwagi na ich treść, pokrywają się one z najczęściej występującymi wymiarami percepcji każdego z polityków z osobna (Błaszczuk i Gorbaniuk, 2009). Można zatem przypuszczać, że wyodrębnione wymiary są wyznacznikami spostrzegania poszczególnych polityków, uzupełnione poprzez indywidualną specyfikę każdego z nich. Z punktu widzenia ukrytych teorii osobowości stanowiłoby to argument za modelem dokładnego odzwierciedlenia (Block, Weiss i Thorne, 1979; Jackson, Chan i Strieker, 1979).

Porównując uzyskaną strukturę czynnikową do wyników polskich i międzynarodowych badań leksykalnych (Ashton i in., 2004; Szarota, Ashton i Lee, 2007), można stwierdzić, że różnice pomiędzy wizerunkami polityków zawężonymi do cech osobowości sprowadzają się do mniejszej liczby wymiarów niż osobowość „zwykłych” ludzi. W przypadku polityków obserwujemy redukcję liczby wymiarów z sześciu do czterech, przy czym redukcja polega na łączeniu w jeden wymiarów występujących w badaniach leksykalnych jako niezależne w samoopisach lub opisach osób z najbliższego otoczenia. Analizując wymiar kompetencji, można stwierdzić, że łączy on składowe intelektu oraz sumiennosci. Zgodnie z wynikami wielu badań, ludzie w procesie interpretacji zachowania innych (w tym polityków) używają dwóch podstawowych kategorii: sprawczości i wspólnotowości (Wojciszke, 2005). Sprawczość odpowiada uzyskanemu w badaniach własnych wymiarowi kompetencji jako charakterystyki związanej ze zdolnością do realizacji celów. Z kolei wymiary nieugodowości, ekstrawersji i prawości są wyznacznikami jakości relacji z innymi ludźmi, a więc wspólnotowości. Pozytywna lub negatywna ocena stopnia, w jakim polityk realizuje swoje zadania, skutkuje skorelowaniu na poziomie percepcji oceny poziomu inteligencji polityka oraz poziomu sumiennosci – wymiarów wyznaczających zdolność polityka do osiągania celów. Sprzyja temu dominacja komponentu ewaluatywnego w przymiotnikach wchodzących w skład tych wymiarów. W ten sposób wysokiemu nasileniu intelektu towarzyszy wysoka ocena wytrwałości i konsekwencji w jego osiągnięciu, natomiast niska wytrwałość współwystępuje z niską oceną możliwości intelektualnych. Można to też traktować jako skutek poznawczego uproszczenia (por. Caprara i in., 1997; Skarżyńska, 2005) i tworzenia kategorii cech osobowości zorientowanej na cel, jakim jest sprawne rządzenie krajem. Z kolei w badaniach typu *peer-rating* nie

sugeruje się bezpośrednio lub pośrednio żadnego celu, z uwagi na który osoby mają być oceniane, dlatego też w ocenie cech osobowości „zwykłych” ludzi wymiar intelektu i sumiennosci mogą zaistnieć jako wymiary niezależne.

Kolejnym wymiarem łączącym wymiary niezależne w percepcji osobowości „zwykłych” ludzi jest wymiar braku ugodowości, zawierający deskryptory wchodzące w skład ujemnego krańca ugodowości oraz stabilności emocjonalnej. Ponadto, zyskał on specyficzny dla polityków odcień, ponieważ określenia go ładujące dają się zidentyfikować jako znaczniki makiawelizmu, czyli typ osobowości nastawionej na manipulowanie ludźmi i osiągnięcie własnych celów, sukcesów i korzyści za wszelką cenę (por. Jarymowicz, 1980). Wymiar ten ma wymowę jednoznacznie negatywną, zawierając w sobie wszelkie określenia, które opisują człowieka fałszywego, cynicznego, bezwzględnego, porywczego, troszczącego się wyłącznie o własne dobro, traktującego instrumentalnie każdego, kto może przyczynić się do jego sukcesu, zdobycia władzy itd. Omawiany wymiar we wcześniejszych badaniach jako jedyny spośród wszystkich okazał się niezwykle spójny treściowo i ujawniał się w strukturze czynnikowej u każdego polityka (Błaszczuk i Gorbaniuk, 2009).

Czynnik określony jako prawość w dużym stopniu pokrywa się z czynnikiem uczciwości–skromności z międzynarodowych badań leksykalnych (Ashton i in., 2004). Zawiera on deskryptory konstytuujące jego rdzeń, takie jak uczciwy, prawdomówny, niechciwy i szczery. W badaniach własnych ustalono, że w wizerunkach polityków te określenia ściśle współwystępują ze specyficznymi dla kontekstu politycznego określeniami: patriotyczny, mający poczucie misji, troszczący się o kraj, idealista. Dlatego też ten wymiar można również określić jako uczciwość lub patriotyzm.

Pod względem treściowym replikowalny był wymiar ekstrawersji w zakresie składników kluczowych dla tego wymiaru w świetle wyników badań leksykalnych (Ashton i in., 2004): współtworzą go otwartość na innych (komunikatywny, otwarty, nienudny) i dynamiczność (energiczny, dynamiczny, aktywny, dowcipny, wygadany). W porównaniu z innymi wymiarami ten czynnik jest najmniej „polityczny”, aczkolwiek pojawiają się w nim określenia typu „medialny” i „mający dobre kontakty ze światem”. Warto zaznaczyć, że w polskich badaniach leksykalnych na próbie warszawskich licealistów wymiar ekstrawersji został zawężony tylko do dynamizmu (Szarota, 1995), natomiast w wizerunkach polityków dynamizm współwystępuje z przymiotnikami określającymi specyfikę relacji polityka z otoczeniem.

Na koniec warto byłoby odnieść otrzymane wymiary spostrzeganej osobowości polityków do wymiarów uzyskanych w badaniach włoskich (Caprara i in., 1997, 2002). Nie jest to dość adekwatne porównanie, chociażby z tej racji, iż Caprara i współpracownicy zastosowali w swoich badaniach listę 25 przymiotników, markerów Wielkiej Piątki, natomiast w badaniach własnych została wykorzystana lista 148 przymiotników oparta na materiale leksykalnym Szaroty (1995), poszerzona o przymiotniki specyficzne tylko dla polityków. Niemniej jednak część uzyskanych wymiarów koresponduje z czynnikami wyodrębnionymi w badaniach włoskich i amerykańskich, w których otrzymane wymiary zostały określone jako: energia/innovacja, uczciwość/wiarygodność oraz ugodowość.

To, czy ustalona struktura dyferencjacji profili spostrzeganych cech osobowości polityków jest stabilna w czasie, wymaga weryfikacji w kolejnych badaniach zrealizowanych po znaczącej rotacji polityków spełniających przyjęte kryterium 70-procentowej rozpoznawalności. Wymaga to jednak upływu kilku lat i kolejnych wyborów parlamentarnych i prezydenckich, które stanowią okazję do wypromowania nowych postaci politycznych. Należy przypuszczać, że wyodrębnione wymiary będzie cechowała względna stabilność z uwagi na zbieżność spostrzeganych cech osobowości ze spostrzeganiem osobowości „zwykłych” ludzi. Nie należy oczekiwać natomiast takiej stabilności w przypadku wyodrębnionych typów spostrzeganej osobowości polityków. Z uwagi na zmienność wizerunku polityków w czasie z powodu bieżących wydarzeń politycznych i stosowanych strategii medialnych, skład typów i ich liczba może ulegać zmianom, a ustalone konkretne grupy polityków o zbliżonych profilach osobowości obowiązują w krótkiej perspektywie „tu i teraz”. Dlatego też wyodrębnione w badaniach własnych typy polityków bardziej ukazują możliwości analizowania sceny politycznej na podstawie znajomości względnie stałych wymiarów dyferencjacji profili spostrzeganych cech osobowości w konkretnym przedziale czasu i nie mają charakteru uniwersalnego.

Analiza uśrednionych profili wizerunku wielu polityków wskazuje na nowe perspektywy badań na poziomie zagregowanym. Możliwe staje się ich zestawienie z różnymi wskaźnikami preferencji polityków, regularnie obliczanych na podstawie sondaży. Na zasadzie analogii podobna procedura obliczeń może być stosowana nie tylko w marketingu politycznym, lecz także gospodarczym, w odniesieniu do marek. Może to stanowić dodatkowe użyteczne narzędzie w procesie pozycjonowania marek i planowania ich strategii promocyjnych. W zaprezentowanych badaniach uśrednione profile oso-

owości zostały zestawione z wynikami ogólnopolskich sondaży CBOS na temat zaufania do polityków. Analiza korelacyjna wykazała, że dane na temat profili osobowościowych polityków wyjaśniają znaczny odsetek wariacji wskaźników zaufania do polityków: zaufanie najsilniej koreluje z ekstrawersją i kompetencją, natomiast nieufność z brakiem ugodowości i niską otwartością na innych. Uzyskane wyniki wskazują, że zaufanie do polityków koresponduje z przypisywanym im poziomem dojrzałości, przyjmując jako punkt odniesienia kryteria osobowości dojrzałej według Allporta (1988), czyli otwartość na innych, realistyczne spostrzeganie rzeczywistości, angażowanie w sprawy społeczne, umiejętność współpracy z innymi, doskonalenie własnych kompetencji. Wyniki analizy regresji pośrednio dowodzą, że wizerunki polityków różnią się między sobą w zakresie cech istotnych z punktu widzenia rządzenia krajem i reprezentowania interesów wyborców.

Ustalony związek cech osobowości w wizerunkach polityków ze wskaźnikami ich popularności potwierdzają wyniki badań na temat roli spostrzeganych cech osobowości kandydatów na różne stanowiska polityczne w decyzjach wyborczych, mimo że były one uzyskane za pośrednictwem odmiennych procedur badawczych, reprezentowały odmienne perspektywy teoretyczne, systemy polityczne i środowiska kulturowe (Funk, 1999; Jones i Hudson, 1996; Pierce, 1993; Wojciszke i Kłusek, 1996). Wprawdzie oceny na wymiarze kompetencji i moralności są najczęściej zaliczane do istotnych w przewidywaniu preferencji wyborców (Funk, 1997, 1999; McCurley i Mondak, 1995; Skarżyńska, 2005), w badaniach własnych wykazano, że na poziomie wskaźników zagregowanych prawość spośród wszystkich wymiarów najsłabiej korelowała ze wskaźnikami ufności wobec polityków – inaczej niż np. w badaniach Wojciszke i Kłusek (1996).

Jeżeli przyjąć, że uzyskane profile osobowości odzwierciedlają w większym lub mniejszym stopniu wizerunki medialne polityków, to systematyczne prezentowanie się w mediach przez polityka jako osoby otwartej i dynamicznej sprzyja ujednoczeniu przez wyborców percepcji jego wizerunku w aspekcie cech osobowościowych, które z kolei znajdują odzwierciedlenie we wskaźnikach odbioru społecznego w zakresie zaufania–nieufności. Inaczej mówiąc, jednym z warunków większego przełożenia medialnej tożsamości polityka (docelowy obraz polityka kreowany przez jego sztab) na jego medialny wizerunek (rzeczywisty odbiór polityka przez wyborców) jest wzmocnienie jego spostrzegania jako osoby otwartej i energicznej, o ile ma on wystarczający potencjał osobisty. Cechy osobowości stwarzają bogate możliwości pozycjonowania i są znacznie bardziej przystępne

dla przeciętnego wyborcy niż skomplikowane i niewiele względem siebie różniące się programy polityczne partii (Pierce, 1993).

Zrealizowane badania pozwalają odpowiedzieć na pytanie, czym się różnią wizerunki osobowościowe polityków między sobą i jak korelują z wynikami sondaży, nie są jednak w stanie jednoznacznie odpowiedzieć, dlaczego właśnie te cztery wymiary różnicują wizerunki. Czy wynikają one z naturalnej selekcji osób do „wielkiej polityki”, czy są może efektem celowych zabiegów specjalistów od budowania wizerunków, czy też są efektem redukcjonizmu na poziomie percepcji z uwagi na specyficzny kontekst polityczny i błędy w procesie atrybucji. Na początek należałoby wykluczyć czynnik metodologiczny wynikający ze stosowanej procedury wyodrębniania czynników na podstawie list przymiotnikowych. Te listy powinny być adekwatne do słownictwa, którego wyborcy używają w odniesieniu do polityków, a jednym z możliwych ich źródeł jest badanie wolnych skojarzeń i ich taksonomia na wzór badań leksykalnych.

LITERATURA CYTOWANA

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34 (3), 347–356.
- Abelson, R. P., Kinder, D. R., Peters, M. D., Fiske, S. T. (1982). Affective and semantic components in political person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42 (4), 619–630.
- Allport, G. W. (1988). *Osobowość a religia*. Warszawa: Instytut Wydawniczy PAX.
- Ashton, M. C., Lee, K., Perugini, M., Szarota, P., de Vries, R. E., Di Blas, L., Boies, K., De Raad, B. (2004). A six-factor structure of personality-descriptive adjectives: Solutions from psycholexical studies in seven languages. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86 (2), 356–366.
- Barsalou, L. W. (1985). Ideals, central tendency, and frequency of instantiation as determinants of graded structure in categories. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 11 (4), 629–654.
- Block, J., Weiss, D. S., Thorne, A. (1979). How relevant is a semantic similarity interpretation of personality ratings? *Journal of Personality and Social Psychology*, 37 (6), 1055–1074.
- Błaszczuk, E., Gorbaniuk, O. (2009). Wymiary postrzegania osobowości polskich polityków: analiza indywidualnych struktur czynnikowych. W: J. Miluska (red.), *Polityka i politycy. Diagnozy–oceny–doświadczenia* (s. 263–278). Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Borkenau, P. (1992). Implicit personality theory and the Five-Factor Model. *Journal of Personality*, 60 (2), 296–327.
- Brown, S. D., Lambert, R. D., Kay, B. J., Curtis, J. E. (1988). In the Eye of the Beholder: Leader images in Canada. *Canadian Journal of Political Science*, 21 (4), 729–755.

- Caprara, G. V., Barbaranelli, G., Borgogni, L., Perugini, M. (1993). The 'Big Five' Questionnaire: A new questionnaire to assess the Five Factor Model. *Personality and Individual Differences*, 15 (3), 281–288.
- Caprara, G. V., Barbaranelli, C., Zimbardo, P. G. (1997). Politician's uniquely restricted personalities. *Nature*, 385, 493.
- Caprara, G. V., Barbaranelli, C., Zimbardo, P. G. (1999). Personality profiles and political parties. *Political Psychology*, 20 (2), 175–197.
- Caprara, G., Barbaranelli, C., Zimbardo, P. G. (2002). When parsimony subdues distinctiveness: Simplified public perceptions of politicians' personality. *Political Psychology*, 23 (1), 77–95.
- Caprara, G. V., Barbaranelli, C., Consiglio, C., Picconi, L., Zimbardo, P. G. (2003). Personalities of politicians and voters: Unique and synergistic relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84 (4), 849–856.
- Caprara, G. V., Zimbardo, P. G. (2004). Personalizing politics: A congruency model of political preference. *American Psychologist*, 59 (7), 581–594.
- CBOS (1997). *Portrety liderów opozycji. Komunikat z badań*. BS/52/52/97. Raport z badań umieszczony na stronie <http://www.cbos.pl>. Pobrano 10.03.2007.
- CBOS (2005–2007). *Zaufanie do polityków*. Raporty z badań umieszczone na stronie <http://www.cbos.pl>. Pobrano 1.05.2007.
- Costantini, E., Craik, K. H. (1980). Personality and politicians: California party leaders, 1960–1976. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38 (4), 641–661.
- Cwalina, W., Falkowski, A. (2005). *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Cwalina, W., Falkowski, A., Kaid, L. L. (2000). Role of advertising in forming the image of politicians: Comparative analysis of Poland, France and Germany. *Media Psychology*, 2 (2), 119–147.
- Cwalina, W., Falkowski, A., Rożnowski, B. (1997). Decyzyjna teoria spostrzegania w badaniach preferencji politycznych. Analiza metodologiczna. *Przegląd Psychologiczny*, 40 (3/4), 331–346.
- Dalton, R. J., Wattenberg, M. P. (1993). The not so simple act of voting. W: A. Finifter (red.), *The state of the discipline II*, (s. 193–218). Washington: American Political Science Association.
- Forgas, J. P., Kagan, C., Frey, D. (1977). The cognitive representation of political personalities: A cross-cultural comparison. *International Journal of Psychology*, 12 (1), 19–30.
- Funk, C. L. (1997). Implications of political expertise in candidate trait evaluations. *Political Research Quarterly*, 50 (3), 675–697.
- Funk, C. L. (1999). Bringing the candidate into models of candidate evaluation. *The Journal of Politics*, 61 (3), 700–720.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative „Description of Personality“: The Big-Five Factor Structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59 (6), 1216–1229.
- Gough, H. G. (1960). The Adjective Check List as a personality assessment technique. *Psychological Reports*, 6 (1), 107–122.
- Hofstee, W. K. B., Kiers, H. A. L., De Raad, B., Goldberg, L. R., Ostendorf, F. (1997). A comparison of Big-Five structures of personality traits in Dutch, English, and German. *European Journal of Personality*, 11 (1), 15–31.
- Immelman, A. (2003). Personality in political psychology. W: T. Millon, M. J. Lerner, I. B. Weiner (red.), *Handbook of psychology: Personality and social psychology*. T. 5 (s. 599–626). Hoboken, NY: John Wiley and Sons.
- Jackson, D. N., Chan, D. W., Stricker, L. J. (1979). Implicit personality theory: Is it illusory? *Journal of Personality*, 47 (1), 1–10.
- Jarymowicz, M. (1980). Makiawelizm – osobowość ludzi nastawionych na manipulowanie innymi. W: J. Reykowski (red.), *Osobowość a społeczne zachowanie się ludzi* (s. 285–317). Warszawa: KiW.
- John, O., Angleitner, A., Ostendorf, F. (1988). The lexical approach to personality: A historical review of trait taxonomic research. *European Journal of Personality*, 2 (3), 171–203.
- Jones, P., Hudson, J. (1996). The quality of political leadership: A case study of British. *Journal of Political Science*, 26 (2), 229–245.
- Kaase, M. (1994). Is there personalization in politics? Candidates and voting behavior in Germany. *International Political Science Review*, 15 (3), 211–230.
- Klingemann, H. D., Wattenberg, M. P. (1992). Decaying versus developing party systems. *British Journal of Political Science*, 22 (2), 131–149.
- Lee, K., Ashton, M. C. (2004). Psychometric properties of the HEXACO Personality Inventory. *Multivariate Behavioral Research*, 39 (2), 329–358.
- McCann, S. J. H. (2005). Longevity, Big Five Personality Factors, and health behaviors: Presidents from Washington to Nixon. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 139 (3), 273–286.
- McCrae, R. R. (1982). Consensual validation of personality traits: Evidence from self-reports and ratings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43 (2), 293–303.
- McCrae, R. R., Costa, P. T. (1983). Social desirability scales: More substance than style. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 51 (6), 882–888.
- McCurtley, C., Mondak, J. J. (1995). Inspected by #1184063113: The influence of incumbents' competence and integrity in U.S. House elections. *American Journal of Political Science*, 39 (4), 864–885.
- Miller, A. H., Wattenberg, M. P., Malanchuk, O. (1986). Schematic assessment of presidential candidates. *American Political Science Review*, 80 (2), 521–540.
- Mischel, W., Shoda, Y. (1994). Personality psychology has two goals: Must it be two fields? *Psychological Inquiry*, 5 (2), 156–158.
- Musek, J. (2007). A general factor of personality: Evidence for the Big One in the five-factor model. *Journal of Research in Personality*, 41 (6), 1213–1233.
- Newman, B. I. (1999). Politics in an age of manufactured images. *Journal of Mental Changes*, 5 (2), 7–26.
- Norman, W. T. (1963). Toward an adequate taxonomy of personality attributes: Replicated factor structure in peer

- nomination personality ratings. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66 (6), 574–583.
- Pancer, M. S., Brown, S. D., Barr, C. W. (1999). Forming impressions of political leaders: A cross-national comparison. *Political Psychology*, 20 (2), 345–368.
- Pancer, M. S., Brown, S. D., Gregor, P., Claxton-Oldfield, S. P. (1992). Causal attributions and the perception of political figures. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 24 (3), 371–381.
- Passini, F. T., Norman, W. T. (1966). A universal conception of personality structure? *Journal of Personality and Social Psychology*, 4 (1), 44–49.
- Peabody, D., Goldberg, L. (1989). Some determinants of factor structures from personality-trait descriptors. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57 (3), 552–567.
- Pierce, P. A. (1993). Political sophistication and the use of candidate traits in candidate evaluation. *Political Psychology*, 14 (1), 21–35.
- Rubenzler, S. J., Faschingbauer, T. R., Ones, D. S. (2000). Assessing the U.S. presidents using the revised NEO Personality Inventory. *Assessment*, 7 (4), 403–420.
- Saucier, G. (1994). Separating description and evaluation in the structure of personality attributes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66 (1), 141–154.
- Saucier, G. (1998). A hierarchy of personality factors in the natural language. Referat wygłoszony na „9th European Conference on Personality”, Guildford, U.K.
- Saucier, G., Ostendorf, F., Peabody, D. (2001). The non-evaluative circumplex of personality adjectives. *Journal of Personality*, 69 (4), 537–582.
- Shweder, R. A., D’Andrade, R. G. (1979). Accurate reflection or systematic distortion? A reply to Block, Weiss & Thorne. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37 (6), 1075–1084.
- Shweder, R. A., D’Andrade, R. G. (1980). The systematic distortion hypothesis. W: R. A. Shweder (red.), *Fallible judgment in behavioral research: New directions for the methodology of social and behavioral science* (t. 4, s. 37–58). San Francisco: Jossey-Bass.
- Simonton, D. K. (1986). Presidential personality: Biographical use of the Gough Adjective Check List. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (1), 149–160.
- Skarżyńska, K. (2004). Politicians in television:” The Big Five” in impression formation. *Journal of Political Marketing*, 3 (2), 31–45.
- Skarżyńska, K. (2005). *Człowiek a polityka. Zarys psychologii politycznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Steinberg, B. S. (2005). Indira Gandhi: The relationship between personality profile and leadership style. *Political Psychology*, 26 (5), 755–789.
- Szarota, P. (1995). Polska Lista Przymiotnikowa (PLP): narzędzie do diagnozy pięciu wielkich czynników osobowości. *Studia Psychologiczne*, 23 (1–2), 227–255.
- Szarota, P. (2008). Wielka Piątka – stare problemy, nowe wątpliwości. *Roczniki Psychologiczne*, 11 (1), 127–138.
- Szarota, P., Ashton, M. C., Lee, K. (2007). Taxonomy and structure of the Polish Personality Lexicon. *European Journal of Personality*, 21 (6), 823–852.
- TNS OBOP (2000). *Postulowany model prezydentury*. Raport z badań umieszczony na stronie <http://www.tns-global.pl/archive-report>. Pobrano 10.03.2007.
- Watson, D. (1989). Strangers’ ratings of the five robust personality factors: Evidence of a surprising convergence with self-report. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57 (1), 120–128.
- Wattenberg, M. P. (1991). *The rise of candidate-centered politics: Presidential elections of the 1980s*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Winter, D. G. (2005). Things I’ve learned about personality from studying political leaders at a distance. *Journal of Personality*, 73 (3), 557–584.
- Wojciszke, B. (2005). Morality and competence in person and self-perception. *European Review of Social Psychology*, 16 (5), 155–188.
- Wojciszke, B., Klusek, B. (1996). Moral and competence-related traits in political perception. *Polish Psychological Bulletin*, 27 (4), 319–324.

PRZYPISY

1. Ankieta została przeprowadzona przez mgr Ewę Błaszczuk.
2. W sondażach CBOS badani oceniają poszczególnych polityków, posługując się jedenastopunktową skalą, której skrajne punkty są określone z jednej strony jako głęboka nieufność (–5), z drugiej jako bardzo duże zaufanie (+5). W raportach zaś przedstawiane są wyniki przetworzone w postaci odsetków respondentów wyrażających zaufanie (wskazania punktów od +1 do +5), obojętność (0) lub nieufność (od –1 do –5) do poszczególnych polityków, a także stopień ich nieznanomości. Natomiast średnia ocen jest syntetyczną miarą pozwalającą uchwycić siłę zarówno pozytywnych, jak i negatywnych nastawień do poszczególnych polityków, przy wyeliminowaniu różnic wynikających ze stopnia ich nieznanomości (por. CBOS, 2007, s. 9).

The dimensions of differentiation of perceived personality profiles of Polish politicians: An analysis of aggregated data

Oleg Gorbaniuk

Institute of Psychology, John Paul II Catholic University of Lublin

Abstract

The aim of the undertaken research was to establish the basic dimensions differentiating perceived personality profiles of politicians. 390 people, aged between 18 and 75, were asked to describe 24 Polish politicians, randomly combined in 6 sets, 4 politicians in each set, with a list of 148 adjectives. The principal components analysis of 24 personality profiles led to the extraction of four common dimensions differentiating images of Polish politicians: Competence (Intellect, Goal-directing, Realism), (non-)Agreeableness (Rowdiness, Unwillingness to compromise, Machiavellism), Extraversion (Openness to others, Energy), Integrity (Honesty, Patriotism). Personality profiles were correlated with results of public opinion polls.

Key words: lexical approach, social perception, image, politicians, personality assessments, personality descriptors, principal components analysis, aggregated data

Złożono do druku: 3.11.2008