

**PREFERENCJE POLITYCZNE**  
**POSTAWY – IDENTYFIKACJE – ZACHOWANIA**  
**2/2011**

Redakcja naukowa  
Agnieszka Turska-Kawa  
Zbigniew Widera  
Waldemar Wojtasik

**Katowice 2011**

**Recenzenci**

prof. dr hab. Tadeusz Godlewski  
prof. dr hab. Stanisław Michalczyk  
prof. dr hab. Jacek Wojnicki

**Projekt okładki:**

Jarosław Wichura

**Skład komputerowy:**

Przemysław Grzonka

**Kolegium redakcyjne:**

dr Agnieszka Turska-Kawa (przewodnicząca, redaktor tematyczny: zachowania wyborcze), dr Zbigniew Widera (redaktor tematyczny: postawy polityczne), dr Waldemar Wojtasik (redaktor tematyczny: autoidentyfikacje polityczne), mgr Przemysław Grzonka (redaktor statystyczny), mgr Ewelina Janosik (sekretarz), mgr Jarosław Wichura (sekretarz)

Wersja pierwotna czasopisma: papierowa.

© Centrum Innowacji, Transferu Technologii i Rozwoju Fundacja Uniwersytetu Śląskiego  
Katowice 2011

Patronat nad projektem sprawuje Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych.

Wydawcą publikacji jest Centrum Innowacji, Transferu Technologii i Rozwoju Fundacja Uniwersytetu Śląskiego.

**ISBN: 2083-327X**

**ISSN: 978-83-62314-28-7**

Druk:

TextPartner sp.j.  
ul. Józefowska 30/5,  
40-144 Katowice  
info@textpartner.com

---

## SPIS TREŚCI

Spis treści .....	3
Contents .....	5
Wstęp .....	5
<b>Agnieszka Turska-Kawa</b> <b>Waldemar Wojtasik</b> Zachowania wyborcze obywateli w 2010 roku .....	11
<b>Kinga Jaruga</b> <b>Żaneta Krawczyk</b> Stosunek Polaków do wydarzeń posmoleńskich w perspektywie deklarowanych preferencji politycznych.....	31
<b>Magdalena Marzec</b> <b>Jarosław Wichura</b> Preferencje polityczne a opinia publiczna .....	55
<b>Robert Alberski</b> Dylematy wyborcy. Czynniki wpływające na zachowania wyborcze w kampanii prezydenckiej i samorządowej w 2010 roku .....	79
<b>Danuta Karnowska</b> Indywidualizm versus wspólnotowość .....	101
<b>Agnieszka Kampka</b> Symboliczne formy władzy .....	121
<b>Irena Pilch</b> Makiawelizm jako osobowościowy predyktor zachowań wyborczych.....	145
<b>Agnieszka Turska-Kawa</b> Osobowościowe predykatory zachowań wyborczych. Rozważania w kontekście modelu „Wielkiej Piątki” .....	165

---

<b>Łukasz Tomczak</b>	
Przywódcy polskich partii politycznych.....	187
<b>Waldemar Wojtasik</b>	
Istotność wyborów i jej czynniki w świadomości społecznej .....	205
<b>Wojciech Peszyński</b>	
Kandydat czy partia? W poszukiwaniu determinant zachowań wyborczych elektoratu.....	227
<b>Zbigniew Widera</b>	
Wybrane elementy marketingu wyborczego, jako determinant decyzji wyborczych elektoratu w trakcie kampanii wyborczych.....	249
<b>Julia Liszkowska</b>	
Opinia wyborców o integracji Polski z Unią Europejską a preferencje i aktywność wyborcza.....	269
Spis tabel i wykresów .....	287
Summaries.....	297
Aneks .....	303

---

## CONTENTS

Spis treści .....	3
Contents .....	5
Introduction .....	5
<b>Agnieszka Turska-Kawa</b> <b>Waldemar Wojtasik</b> Electoral behavior of citizens in 2010. ....	11
<b>Kinga Jaruga</b> <b>Żaneta Krawczyk</b> The attitude of the Poles towards the events taking place after the Smoleńsk plane crash in view of declared political preferences. ....	31
<b>Magdalena Marzec</b> <b>Jarosław Wichura</b> Political preferences of a public opinion. ....	55
<b>Robert Alberski</b> Dilemmas of the voter. Factors influencing the electoral behavior in the presidential and local campaign in 2010. ....	79
<b>Danuta Karnowska</b> Individualism versus community. ....	101
<b>Agnieszka Kampka</b> The Symbolic Forms of Power. ....	121
<b>Irena Pilch</b> Machiavellianism as a predictor of voting behavior. ....	145
<b>Agnieszka Turska-Kawa</b> Personality predictors of voting behavior. Considerations in the context of the "Big Five" model. ....	165

---

<b>Łukasz Tomczak</b>	
The leaders of Polish political parties.....	187
<b>Waldemar Wojtasik</b>	
Significance of the elections and its factors in the social consciousness.....	205
<b>Wojciech Peszyński</b>	
A candidate or a party? Searching for determinants of political behavior of Polish electorate.....	227
<b>Zbigniew Widera</b>	
Selected elements of election marketing as a determinant of the decision of the electorate during the electoral campaign.....	249
<b>Julia Liszkowska</b>	
Opinion of voters on Polish accession to EU in relation to political preferences and activity.....	269
Table and Figure Index.....	287
Summaries.....	297
Anex.....	303

---

**Irena Pilch**

**MAKIAWELIZM  
JAKO OSOBOWOŚCIOWY PREDYKTOR  
ZACHOWAŃ WYBORCZYCH**

*Wprowadzenie*

Przez wiele dziesięcioleci badacze zachowań politycznych nie eksponowali czynnika osobowości wyborcy w swych analizach. Za jedną z przyczyn małej popularności tej problematyki można uznać przekonanie, że różnice osobowościowe wpływają na zachowanie ludzi jedynie w niewielkim stopniu, a więc koncentrowanie się na nich jest nieopłacalne i niecelowe. To przekonanie mogło być konsekwencją radykalnej krytyki teorii cech (koncepcji ujmującej osobowość człowieka jako strukturę względnie stałych dyspozycji), jaką przedstawił w latach 70. XX wieku psycholog Walter Mischel. Jednak w ciągu ubiegłych dwudziestu lat teoria cech osobowości nabrała znaczenia, a na jej gruncie zbudowano nowy, pięcioczynnikowy model osobowości [Costa, McCrae 2005], który zyskał ogromną popularność i jest obecnie powszechnie stosowany w badaniu uwarunkowań ludzkich działań we wszystkich obszarach życia.

Dziś nie ulega już wątpliwości, że decyzje polityczne wyborców, znajdujące swój najpełniejszy wyraz w akcie głosowania, zależne są nie tylko od głoszonej przez jednostkę ideologii czy cech socjodemograficznych, lecz także od jej cech indywidualnych, które wpływają na percepcję, przetwarzanie informacji i proces decyzyjny. Badania dowodzą, że osobowość wyborców może silniej wpływać na sądy polityczne niż cechy demograficzne: wiek, płeć, wykształcenie czy miejsce zamieszkania [Caprara, Zimbardo 2004]. Niemniej ważna jest osobowość polityka, lub raczej jego wizerunek w opinii wyborców. Szereg różnorodnych czynników, takich jak: lepsze wykształcenie elektoratu i dostęp do informacji, spadek liczby i różnorodności partii politycznych, podobieństwo programów głoszonych przez partie opozycyjne, prezentacja wizerunków polityków w mediach, wspiera proces personalizacji wyborów politycznych.

Wiele badań poświęcono relacjom między cechami osobowości a orientacją polityczną wyborcy. Zidentyfikowano cechy różniące wyborców liberalnych i konserwatywnych, takie jak: impulsywność, negatywizm, samokontrola, tolerancja wieloznaczności, czy też cechy Wielkiej Piątki: otwartość na doświadczenie, ugodowość i sumienność [Barbaranelli, Caprara, Vecchione, Fraley 2007].

Wśród cech polityka, ważnych w procesie tworzenia sądów o kandydatkach, za najistotniejsze są uważane: kompetencja, prawość i jakość przywództwa [Pierce 1993]. Z punktu widzenia polityka jest zatem ważne prezentowanie takiego wizerunku, jaki jest zgodny z oczekiwaniami jego potencjalnych wyborców, choć przecież pragnienia wyborców nie są jednakowe. Jednak – być może – podstawowe znaczenie ma relacja między osobowością polityka a osobowością wyborcy. Wiele badań wskazuje na rolę zgodności cech polityków i ich wyborców [Caprara, Barbaranelli, Consiglio, Picconi, Zimbardo 2003]. Wyborcy głosują na polityków, których osobowość jest zgodna z ideologią preferowanej przez nich partii politycznej oraz takich, których cechy są zgodne z ich własnymi [Caprara, Zimbardo 2004]. Prowadzone we Włoszech i w Hiszpanii badania wykazały, że podobieństwo cech wyborcy i wybieranego jest wyższe, gdy dotyczy cech charakterystycznych dla danego lidera i jego ugrupowania, oraz że jest ono szczególnie wyraźne dla cech związanych z ugodowością, na przykład „lojalny” czy „szczerzy” [Vecchione, Gonzalez Castro, Caprara 2011]. Prócz cech, bardzo ważną rolę w wyborze kandydata pełnią inne składniki osobowości: wyborcy będą preferować polityków, którzy podzielają ich sposób widzenia świata, motywy i system wartości [Caprara, Zimbardo 2004].

### ***Makiawelizm jako cecha osobowości***

Cechy pięcioczynnikowego modelu osobowości stwarzają układ odniesienia dla innych cech ludzkich, analizowanych na niższym poziomie ogólności. Jedną z takich cech jest makiawelizm, charakteryzujący osobę o specyficznej, negatywnej i cynicznej wizji świata społecznego oraz wysoce egoistycznym, podstępny i obłudny styl interpersonalny, skłonny do osiągnięcia celów drogą manipulacji interpersonalnej [Jones, Paulhus 2009; Pilch 2008(2)]. Tak jak inne cechy osobowości, jest traktowany jako właściwość poddająca się pomiarowi na drodze samoopisu lub szacowania. Makiawelizm stanowi więc wymiar, na którym można szeregować jednostki – od najniższego do najwyższego nasilenia cechy. Osoby zajmujące niskie pozycje na tym wymiarze nazywane są niemakiawelistami, a osoby zajmujące pozycje wysokie – makiawelistami.

Jest makiawelizm właściwością względnie stałą, identyfikowaną już u młodszych dzieci [Repacholi, Slaughter, Pritchard, Gibbs 2003], wpływającą



na procesy poznawcze, emocje i zachowanie człowieka w sytuacjach społecznych [Fehr, Samsom, Paulhus 1992]. Cecha ta jest uważana za element niezaburzonej osobowości, w przeciwieństwie do psychopatii i narcyzmu, które także uwidaczniają się w zachowaniu w postaci tendencji do manipulacji i eksploatacji partnera. Badania określiły związki makiawelizmu z cechami Wielkiej Piątki: zmienna ta koreluje ujemnie z ugodowością oraz (w mniejszym stopniu) z sumiennością. Są więc osoby makiaweliczne nieugodowe i mniej sumienne w porównaniu z niemakiawelistami [Jakobwitz, Egan 2006]. W badaniach genetyki zachowania cecha ta okazała się odziedziczalna w 31%, natomiast za pozostałą część jej wariacji odpowiedzialne jest środowisko indywidualne jednostki (30%) i środowisko wspólne, a więc głównie wychowanie (39%) [Vernon, Villani, Vickers, Harris 2008]. Zmienna makiawelizmu jest stosowana do wyjaśniania zachowania nie tylko w badaniach psychologii społecznej, lecz także w różnych dziedzinach psychologii stosowanej: psychologii organizacji, ekonomicznej, zachowań konsumenckich, rozwojowej i wychowawczej.

Osoby o wysokim poziomie makiawelizmu spostrzegają świat jako arenę walki o zasoby, w którym silniejsi wygrywają kosztem słabszych, a innych ludzi jako słabych, leniwych, nieuczciwych i niegodnych zaufania, a jednocześnie sprytnych i podatnych na wpływ. W tych niesprzyjających – ich zdaniem – warunkach koncentrują się na własnych korzyściach sądząc, że inni robią to samo. Jednocześnie są skłonni ignorować cele i potrzeby partnera, który traktowany jest instrumentalnie i – jeśli warunki na to pozwolą – bez skrępowań wykorzystywany.

Specyficzny jest stosunek makiawelistów do norm moralnych: znają, rozumieją i w zasadzie akceptują normy (choć tolerancja dla ich łamania jest u makiawelistów większa), jednak w sytuacji, gdy norma utrudnia realizację celu, łamią ją zgodnie z zasadą „cel uświęca środki”. Makiaweliści wierzą, że manipulacja, podstęp, zdrada są skutecznymi sposobami działania i że są powszechnie stosowane, stąd nieufność wobec innych ludzi. Manipulację partnerem ułatwia im niższy niż przeciętny poziom empatii [Wastell, Booth 2003], skoncentrowane na aspektach poznawczych i na kontroli, chłodne, aemocjonalne funkcjonowanie w sytuacjach społecznych i odporność na wpływ społeczny [Christie, Geis 1970]. Jednak to, czy osoba o wysokim makiawelizmie faktycznie zdecyduje się na manipulację, zależy w dużej mierze od cech sytuacji. Kalkulacja zysków i kosztów sprawia, że nieetyczne działanie nie pojawi się, gdy ryzyko niepowodzenia i straty (na przykład wskutek rewanzu lub sankcji społecznych) jest zbyt duże [Wirtz, Kum 2004]. W istocie makiaweliści są mistrzami w rozpoznawaniu sytuacji, w których mogą pozostawać bezkarni [Spitzer, Fischbaher, Herrnberger, Gron, Fehr 2007]. Jednocześnie przejawiają oni – jako grupa – niższą inteligencję emocjonalną i niższy poziom kompeten-

---

cji społecznych w porównaniu z niemakiawelistami [Austin, Farrelly, Black, Moore 2007; Paal, Bereczkei 2007; Pilch 2008 (1)].

Makiaweliści pozbawieni są przymiotów moralnych (prawości), co przejawia się w tendencji do częstszego kłamania (głównie w interesie własnym) [McLeod, Genereux 2008], oszukiwania [Nathanson, Paulhus, Williams 2006] i popełniania lżejszych wykroczeń wobec prawa. Choć odczuwają potrzeby społeczne, skoncentrowani są na dążeniu do celów materialnych [McHoskey 1999], co przejawia się w życiu codziennym jako szczególna waga przywiązywana do pieniędzy [Engelberg, Sjoberg 2007]. Jako przywódcy stanowią zagrożenie dla swych podwładnych, gdyż pozostają lojalni jedynie wobec siebie samych [House, Howell 1992].

Osoby o niskim makiawelizmie wierzą, że ludzie są generalnie dobrzy i godni zaufania, cenią sobie kontakty społeczne, chętnie podejmują współpracę i dzielą się zasobami. Osoba partnera, jego potrzeby i dążenia, są dla nich równie ważne jak osobiste cele. Niemakiaweliści przywiązują dużą wagę do etycznego aspektu swych działań, nie zdradzają jako pierwsi, respektują normy sprawiedliwej wymiany i tego samego oczekują od innych. Gdy inni łamią normy, są skłonni do oburzania się i udzielania kar. Są bardziej podatni na wpływ, także na zabiegi mające na celu wytworzenie przywiązania, potrafią być lojalni wobec partnera i wobec grupy, do której należą, lecz jednocześnie łatwiej mogą być wykorzystywani.

Dotychczas niewiele było badań w obrębie psychologii politycznej, uwzględniających wymiar osobowości makiawelicznej, mimo iż sam konstrukt wywodzi się z tego obszaru badawczego – był skutkiem badań nad osobowością liderów organizacji ekstremistycznych, prowadzonych w latach 50. XX wieku przez psychologa Richarda Christiego [Christie, Geis 1970]. Sama nazwa makiawelizmu pochodzi przecież od nazwiska Niccolo Machiavellego, uważanego za twórcę nowoczesnej teorii politycznej, a główne idee koncepcji osobowości makiawelicznej zaczerpnięto z dzieł Machiavellego: *Księcia* i *Rozpraw*. Zgodnie z jego genezą, konstrukt makiawelizmu stosowano do opisu i oceny osobowości przywódczej. W 1986 roku Dean Simonton, posługując się stworzoną przez Gougha listą przymiotników opisujących cechy ludzkie, wyróżnił 14 czynników przydatnych do opisu osobowości polityka. Ta lista była następnie używana w badaniach politycznego przywództwa [Simonton 1986, 1988; McCann 1992; Roets, Van Hiel 2009]. Jednym z wyróżnionych wymiarów był makiawelizm.

Opinie wyborców zdają się potwierdzać zdanie tych badaczy, którzy uważają makiawelizm przywódcy za zdecydowanie niepożądany. Wśród 14 wymiarów osobowości wyróżnionych przez Simontona, makiawelizm uplasował się na przedostatnim miejscu w rankingu cech przydatnych dla „idealnego”

polityka i był oceniany jako właściwość niekorzystna [Roets, Van Hiel 2009]. Cecha ta była istotnie wyżej oceniana przez wyborców o orientacji prawicowej w porównaniu z tymi o orientacji lewicowej. W polskich badaniach, których celem było określenie oczekiwań wobec osoby sprawującej urząd prezydenta [Pilch 2010], respondenci także ocenili makiawelizm jako cechę przydatną „w bardzo małym stopniu” i oceny te nie różniły się istotnie w grupach zwolenników poszczególnych partii politycznych.

## ***Problem***

Dotychczasowe badania uwzględniające teorię osobowości w obszarze psychologii politycznej brały pod uwagę makiawelizm jako cechę polityka – przywódcy. Nie określono empirycznie tego, w jaki sposób ta właściwość wpływa na oceny i zachowania wyborcy. Celem prezentowanych badań jest analiza związków pomiędzy poziomem makiawelizmu wyborców a ich preferencjami politycznymi i zachowaniami wyborczymi. Podobnie jak w innych analizach w tym tomie, posłużono się danymi odwołującymi się do zachowań w wyborach prezydenckich i samorządowych 2010 roku oraz do preferencji politycznych wyrażonych w odpowiedzi na pytanie: „na kogo oddał(a)by Pan(i) swój głos, gdyby wybory do Sejmu odbywały się w najbliższą niedzielę”.

Sformułowano następujące pytania badawcze:

- Czy istnieje zależność między poziomem makiawelizmu respondenta a jego zachowaniami wyborczymi w pierwszej turze wyborów prezydenckich 2010 roku?
- Czy istnieje zależność między poziomem makiawelizmu respondenta a jego zachowaniami wyborczymi w wyborach do sejmików wojewódzkich 2010 roku?
- Czy istnieje zależność między poziomem makiawelizmu respondenta a jego preferencjami politycznymi, wyrażonymi poprzez wskazanie partii politycznej lub ugrupowania, na które oddałby głos, gdyby wybory odbywały się w najbliższą niedzielę?
- Czy istnieje zależność między poziomem makiawelizmu respondenta a jego aktywnością wyborczą?

Poziom makiawelizmu respondentów określano na podstawie odpowiedzi na pytania skali Mach IV [Christie, Geis 1970]. Narzędzie składa się z 20 stwierdzeń („Nigdy nie mów nikomu o prawdziwych powodach swojego postępowania, chyba że uznasz to za pożyteczne”, „Dla kłamstwa nie ma usprawiedliwienia”). Osoba badana ustosunkowuje się do każdego z nich, korzystając ze skali siedmiostopniowej (od „całkowicie się nie zgadzam” do „całkowicie się zgadzam”). Wynik jest sumą punktów (+20) i przyjmuje

wartości od 40 do 160. Im wyższy wynik, tym wyższy poziom makiawelizmu. Rzetelność skali w badaniu była zadowalająca (*alfa* Cronbacha = 0,76;  $M=93$ ,  $SD=12,8$ ). W analizie statystycznej wykorzystano jednoczynnikową analizę wariancji, test post-hoc porównań wielokrotnych NIR oraz test *t*.

### **Wybory prezydenckie 2010**

Średnie i odchylenia standardowe poziomu makiawelizmu w poszczególnych grupach wyborców, wyróżnionych na podstawie zachowań podczas pierwszej tury wyborów prezydenckich 2010 roku, zaprezentowano w Tabeli 1. Najniższy poziom makiawelizmu cechuje wyborców Jarosława Kaczyńskiego ( $M=90,49$ ), nieco wyższy – wyborców Waldemara Pawłaka ( $M=91,77$ ) i Bronisława Komorowskiego ( $M=92,61$ ). Powyżej średniej dla całej grupy badanej ( $M=93,05$ ) plasują się średnie wyników zwolenników Grzegorza Napieralskiego ( $M=94,91$ ), wyborców głosujących na innych kandydatów ( $M=95,30$ ) oraz niegłosujących ( $M=94,98$ ).

Tabela 1. Statystyki opisowe zmiennej makiawelizm w grupach osób wyróżnionych na podstawie zachowań wyborczych podczas pierwszej tury wyborów prezydenckich 2010.

Grupa wyborców	<i>N</i>	Makiawelizm	
		<i>M</i>	<i>SD</i>
Jarosław Kaczyński	232	90,49	13,16
Bronisław Komorowski	415	92,61	12,24
Grzegorz Napieralski	117	94,91	14,09
Waldemar Pawlak	30	91,77	13,85
Inny	86	95,30	14,37
Nie głosowałam/em	208	94,98	11,43
Razem	1088	93,05	12,81

W celu porównania poziomu makiawelizmu powyższych grup wyborców przeprowadzono jednoczynnikową analizę wariancji. Makiawelizm potraktowano jako zmienną zależną, zaś przynależność osoby badanej do grupy stanowiła zmienną niezależną. Wynik wskazuje, że średnie makiawelizmu w badanych grupach wyborców różnią się w sposób istotny ( $F=4,027$ ,  $df=5,1082$ ,  $p=0,001$ ). Dla określenia, które ze średnich są istotnie różne, zastosowano test post-hoc NIR (Tabela 2). Istotne różnice w poziomie makiawelizmu zaobserwowano pomiędzy grupą wyborców J. Kaczyńskiego a czterema innymi grupami: zwolennikami G. Napieralskiego, wyborcami B. Komorowskiego, wyborcami głosującymi na innych kandydatów oraz grupą niegłosujących. Średni poziom makiawelizmu w tych czterech grupach był istotnie wyższy od pozio-

mu makiawelizmu zwolenników J. Kaczyńskiego. Dodatkowo grupa wyborców B. Komorowskiego prezentowała istotnie niższy poziom makiawelizmu w porównaniu z osobami niegłosującymi.

Tabela 2. Wyniki testu NIR identyfikującego istotne różnice w poziomie makiawelizmu między grupami osób o odmiennych zachowaniach wyborczych podczas pierwszej tury wyborów prezydenckich 2010

	Jarosław Kaczyński	Bronisław Komorowski	Grzegorz Napieralski	Waldemar Pawlak	Inny	Nie głosowałam/em
Jarosław Kaczyński	–	I-J =2,12 p=0,042	I-J =4,42 p=0,002	x	I-J =4,81 p=0,003	I-J =4,48 p<0,001
Bronisław Komorowski	I-J =2,12 p=0,042	–	x	x	x	I-J =2,37 p=0,29
Grzegorz Napieralski	I-J =4,42 p=0,002	x	–	x	x	x
Waldemar Pawlak	x	x	x	–	x	x
Inny	I-J =4,81 p=0,003	x	x	x	–	x
Nie głosowałam/em	I-J =4,48 p<0,001	I-J =2,37 p=0,29	x	x	x	–

Zdecydowanie najniższy średni wynik w zakresie makiawelizmu obserwowany był w grupie wyborców J. Kaczyńskiego. Polityka tego wyróżnia spośród innych autorytarny styl sprawowania władzy, a więc silna koncentracja na realizowanym celu bez oglądania się na koszty ponoszone przez jednostki, którym przewodzi. Jego styl interpersonalny cechuje nieufność, konfliktowość i wrogość. Inną, ważną różnicę stanowi wprost głoszona idea prymatu celu nad środkami, zgodnie z zasadą „cel uświęca środki”, której realizację spostrzec można zarówno w okresie wyborczym (pozytywne wypowiedzi na temat lewicy), jak i w czasie sprawowania rządów przez Prawo i Sprawiedliwość (koalicja z Samoobroną). Powyższe elementy są wyznacznikami osobowości makiawelicznej. W badaniach przeprowadzonych przed pierwszą turą wyborów prezydenckich 2010 respondenci przypisywali J. Kaczyńskiemu najwyższy – w porównaniu z pozostałymi kandydatami – poziom makiawelizmu [Pilch 2011] i wysoki poziom cech składających się na ten syndrom osobowości [Turska-Kawa 2011]. Tak więc wyborcy kandydata spostrzeganego jako „makiaweliczny”, a więc cyniczny i manipulujący, sami okazują się stosunkowo najmniej makiaweliczni. Nie jest to zgodne z zasadą podobieństwa osobowości polityka i jego wyborców, która została sformułowana na podstawie innych badań [Caprara, Zimbardo 2004]. Jakie mogą być przyczyny tego zaskakującego wyniku?



W badaniach odwołujących się do opinii wyborców zanotowano bardzo wyraźne rozbieżności między opiniami zwolenników J. Kaczyńskiego i ocenami pozostałych respondentów [Pilch 2011]. Można wręcz odnieść wrażenie, że jego wyborcy głosują na zupełnie inną osobę! Zwolennicy Prawa i Sprawiedliwości charakteryzowali swojego kandydata jako ugodowego, ekstrawertycznego, otwartego i niemakiawelicznego, podczas gdy wszyscy pozostali respondenci (także niegłosujący) byli odmiennego zdania. Tak mocna idealizacja nie była obserwowana w grupach zwolenników pozostałych kandydatów. Można więc założyć, że niemakiaweliczni zwolennicy J. Kaczyńskiego głosowali na niemakiawelicznego (w ich oczach) lidera. Podobnie w badaniach Agnieszki Turskiej-Kawy [2011] zwolennicy J. Kaczyńskiego przypisywali mu cechy świadczące o zaufaniu i atrakcyjności społecznej (uczciwy, wiarygodny, empatyczny, przyjacielski), czyli niemakiaweliczne, natomiast pozostali respondenci spostrzegali go jako osobę nieuczciwą, niewiarygodną, wrogą i nieżyczliwą, a więc makiaweliczną. Te badania pozwalają także na uchwycenie jeszcze jednego mechanizmu atrybucji cech osobowości lidera: cecha „konfliktowy” współwystępowała w ocenach zwolenników prezesa PiS z cechami „odważny”, „silny” i „niezależny”, stąd na ich tle zmieniała w dużej mierze swą wymowę, natomiast pozostali respondenci łączyli ją z właściwościami zdecydowanie negatywnymi: „agresywny” i „podejrzliwy”.

Inne cechy osobowości wyróżniające zwolenników PiS: niskie poczucie własnej skuteczności, pesymizm i wyższy lęk jako cecha oraz dodatkowo wysoki poziom poczucia anomii i alienacji politycznej [Turska-Kawa 2010: 108-114] mogą kierować ich w stronę „silnego” lidera, który przejmie odpowiedzialność i zapewni poczucie bezpieczeństwa. Jedynym liderem, który w chwili obecnej jest w stanie spełnić te oczekiwania, wydaje się być J. Kaczyński. Jego wysoki makiawelizm, charyzma i sprawność werbalna sprawiają, że osoby niemakiaweliczne – podatne na wpływ – są skłonne przyjąć jego przywództwo, zaprzeczając niepożądanym cechom lidera i łagodząc tym samym dysonans poznawczy towarzyszący różnicy pomiędzy jego cechami a własnymi. Dodatkowo z poprzednich badań wynika, że osoby o orientacji konserwatywnej w większym stopniu tolerują makiaweliczne zachowania przywódców [Roets, Van Hiel 2009].

W tej elekcji J. Kaczyński poszerzył swój elektorat o osoby dotychczas na PiS niegłosujące, które zapewne uległy wpływowi spokojnej i wyważonej kampanii wyborczej i uwierzyły w jego przemianę w osobę bardziej ugodową i przyjazną. Nowi wyborcy mogli także kierować się współczuciem i poczuciem, że politykowi, który – w związku z katastrofą smoleńską – doznał tak wielkiej straty, „należy się” zadośćuczynienie. W obu tych przypadkach osoby niemakiaweliczne, jako mniej podejrzliwe, kierujące się zasadą wzajemności i ulegające emocjom były bardziej podatne na tego typu argumenty.

Osoby, które nie uczestniczyły w ostatnich wyborach prezydenckich, nie różnią się poziomem makiawelizmu od wyborców G. Napieralskiego i grupy osób wybierających mniej popularnych kandydatów. Można przypuszczać, że osoby o wyższym makiawelizmie pozostały bierne wyborczo, nie widząc powodów by ponosić koszty związane z elekcją w sytuacji, którą oceniały jako bez znaczenia z punktu widzenia osobistych celów. Makiaweliści nie są bowiem skłonni do podejmowania zachowań „dla dobra wspólnego”. Natomiast osoby makiaweliczne, które brały udział w wyborach, najczęściej wybierały kandydatów z minimalnym poparciem, zaklasyfikowanych w powyższym zestawieniu jako „inni”, lub oddawały swój głos na G. Napieralskiego. Ze względu na małą liczebność i zróżnicowanie grupy zwolenników innych kandydatów trudno o konkluzje. Natomiast dobry – w porównaniu z oczekiwaniami – wynik wyborczy G. Napieralskiego można w świetle tych danych interpretować nie tyle jako skutek kampanii prezentującej kandydata jako sympatycznego i pracowitego człowieka, lecz raczej jako skutek nadziei sporej grupy osób na realną zmianę sytuacji politycznej, umożliwiającą realizację interesów tej właśnie grupy.

### ***Wybory do sejmików wojewódzkich 2010***

Średnie i odchylenia standardowe poziomu makiawelizmu w poszczególnych grupach wyborców, wyróżnionych na podstawie zachowań podczas wyborów samorządowych 2010 roku, zaprezentowano w Tabeli 3. Najniższy poziom makiawelizmu cechuje wyborców, którzy wybrali odpowiedź „nie pamiętam” ( $M=87,26$ ). Niski poziom makiawelizmu zaobserwowano także w grupach wyborców PiS ( $M=89,75$ ), nieco wyższy w grupach wyborców innych niż ujęte w zestawieniu ugrupowań ( $M=90,78$ ), zwolenników Polskiego Stronnictwa Ludowego ( $M=91,24$ ) i Platformy Obywatelskiej ( $M=92,17$ ). Powyżej średniej dla całej grupy ( $M=93,05$ ) uplasowały się średnie makiawelizmu w grupach wyborców Sojuszu Lewicy Demokratycznej ( $M=94,19$ ), niegłosujących ( $M=95,16$ ) i ugrupowań lokalnych ( $M=96,84$ ).

Tabela 3. Statystyki opisowe zmiennej makiawelizm w grupach osób wyróżnionych na podstawie zachowań wyborczych podczas wyborów do sejmików wojewódzkich 2010

	<i>N</i>	Makiawelizm	
		<i>M</i>	<i>SD</i>
Platforma Obywatelska	304	92,17	12,85
Polskie Stronnictwo Ludowe	61	91,24	12,63
Prawo i Sprawiedliwość	141	89,75	13,75
Sojusz Lewicy Demokratycznej	94	94,19	12,76

	<i>N</i>	Makiawelizm	
		<i>M</i>	<i>SD</i>
Partia/ugrupowanie lokalne lub regionalne	44	96,84	12,75
Inna	28	90,78	14,74
Nie pamiętam, na kogo głosowałam/em	31	87,26	9,46
Nie głosowałam/em	385	95,16	12,09
Razem	1088	93,05	12,81

Dla porównania poziomu makiawelizmu grup wyborców przeprowadzono analizę wariancji. Makiawelizm ponownie potraktowano jako zmienną zależną, zaś przynależność osoby badanej do grupy jako zmienną niezależną. Średnie wyników w teście makiawelizmu w porównywanych grupach wyborców różniły się w sposób istotny ( $F=5,012$ ,  $df=7,1080$ ,  $p<0,001$ ). Dla określenia, które z badanych średnich są istotnie różne, zastosowano test post-hoc NIR (Tabela 4). Zanotowano wiele istotnych różnic w poziomie makiawelizmu, występujących pomiędzy: (A) grupą niegłosujących a wyborcami PiS, PSL, PO i grupą osób niepamiętających, na kogo głosowały, (B) pomiędzy grupą preferujących ugrupowania regionalne a zwolennikami PiS, PSL, PO, innych partii i grupą osób niepamiętających, na kogo głosowały, (C) między zwolennikami SLD i PiS oraz (D) między wyborcami zaznaczającymi „nie pamiętam” a PO i SLD.

Nie dziwi, że najwyższy makiawelizm cechuje osoby, które oddały swój głos na ugrupowania lokalne lub regionalne, bowiem – nie będąc uwikłane w politykę prowadzoną przez oddalone „centrale” – mogą one podejmować decyzje faktycznie służące dobru środowiska lokalnego lub bronić określonych interesów. Osoby makiaweliczne byłyby więc bardziej skłonne do tego, by w wyborach samorządowych nie kierować się lojalnością wobec określonej partii politycznej, lecz raczej interesem własnym. Jednak zdecydowanie większa grupa badanych, o równie wysokim makiawelizmie, nie zdecydowała się na udział w wyborach, być może ze względu na przekonanie, że ich wynik nie przekłada się na konkretne zyski dla jednostki. Z kolei wyborcom, którzy nie byli w stanie przypomnieć sobie kandydata, na którego oddali głos, a których – jako grupę – cechował najniższy makiawelizm, przypisać można przeciwne motywacje: prospołeczny i zaangażowany w sprawy wspólnoty niemakiawelista może brać udział w akcie wyborczym nawet wtedy, gdy nie ma jasno sprecyzowanego poglądu, kogo chce poprzeć w głosowaniu. Poziom makiawelizmu zwolenników poszczególnych partii politycznych był zbliżony do makiawelizmu grup popierających kandydatów tych partii w wyborach prezydenckich. Nadal uwagę zwraca niższy makiawelizm w grupie wyborców PiS i wyższy w przypadku wyborców SLD.



Tabela 4. Wyniki testu NIR, identyfikującego istotne różnice w poziomie makiawelizmu między grupami osób o odmiennych zachowaniach wyborczych w wyborach do sejmików wojewódzkich 2010

	Platforma Obywatelska	Polskie Stronnictwo Ludowe	Prawo i Sprawiedliwość	Sojusz Lewicy Demokratycznej	Partia/ugrupowanie lokalne lub regionalne	Inna	Nie pamiętam na kogo głosowałam/em	Nie głosowałam/em
Platforma Obywatelska	-	x	x	x	I-J =4,67 p=0,022	x	I-J =4,92 p=0,04	I-J =2,98 p=0,002
Polskie Stronnictwo Ludowe	-	-	x	x	I-J =5,59 p=0,026	x	x	I-J =3,91 p=0,025
Prawo i Sprawiedliwość	-	-	-	I-J =4,44 p=0,009	I-J =7,09 p=0,001	x	x	I-J =5,41 p<0,001
Sojusz Lewicy Demokratycznej	-	-	-	-	x	x	I-J =6,93 p=0,008	x
Partia/ugrupowanie lokalne lub regionalne	-	-	-	-	-	I-J =6,05 p<0,048	I-J =9,58 p=0,001	x
Inna	-	-	-	-	-	-	x	x
Nie pamiętam na kogo głosowałam/em	-	-	-	-	-	-	-	I-J =7,9 p=0,001

## *Deklarowane preferencje polityczne*

Statystyki opisowe, dotyczące poziomu makiawelizmu w grupach wyborców, wyróżnionych na podstawie deklarowanego zachowania w sytuacji, gdyby wybory do Sejmu odbywały się w kolejną niedzielę, zaprezentowano w Tabeli 5. Najniższy poziom makiawelizmu zaobserwowano w grupie wyborców stowarzyszenia Polska Jest Najważniejsza ( $M=90,43$ ) oraz PiS ( $M=91,02$ ). Z kolei najwyższy makiawelizm cechuje grupę zwolenników Ruchu Poparcia Palikota – Nowoczesna Polska ( $M=99,65$ ) oraz wyborców SLD ( $M=94,38$ ). W pozostałych grupach średnia makiawelizmu była zbliżona do średniej całej grupy badawczej ( $M=93,05$ ).

Tabela 5. Statystyki opisowe zmiennej makiawelizm w grupach osób wyróżnionych na podstawie deklaracji wyborczych, dotyczących wyborów do Sejmu, gdyby odbywały się w przyszłą niedzielę

	<i>N</i>	Makiawelizm	
		<i>M</i>	<i>SD</i>
Platforma Obywatelska	390	93,08	12,57
Polska Jest Najważniejsza	67	90,43	11,79
Polskie Stronnictwo Ludowe	56	93,78	12,59
Prawo i Sprawiedliwość	182	91,02	13,12
Ruch Poparcia Palikota – Nowoczesna Polska	37	99,65	14,90
Sojusz Lewicy Demokratycznej	129	94,38	13,16
Inna	45	92,82	16,45
Nie głosował(a)bym	182	93,53	11,19
Razem	1088	93,05	12,81

Podobnie jak poprzednio, w celu porównania poziomu makiawelizmu grup wyborców przeprowadzono analizę wariancji. Makiawelizm był traktowany jako zmienna zależna, zaś przynależność osoby badanej do grupy była zmienną niezależną. Średnie wyników w teście makiawelizmu w porównywanych grupach różniły się w sposób istotny ( $F=2,746$ ,  $df=7,1080$ ,  $p=0,008$ ). Dla określenia, które z badanych średnich są istotnie różne, zastosowano test post-hoc NIR (Tabela 6).

Wysoki poziom makiawelizmu, charakteryzujący grupę zwolenników Ruchu Poparcia Palikota, znalazł odzwierciedlenie w wynikach testu post-hoc: grupa różni się w tym aspekcie w sposób istotny od wszystkich pozostałych grup. Wynik ten pozwala przypuszczać, że stosowany przez J. Palikota sposób autoprezentacji w sposób szczególny przemawia do osób makiawelicznych. Być może cyniczni i egocentryczni makiaweliści oczekują, że RPP-NP jako partia

Tabela 6. Wyniki testu NIR, identyfikującego istotne różnice w poziomie makiawelizmu między grupami osób o odmiennych preferencjach wyborczych w wyborach do Sejmu

	Platforma Obywatelska	Polska Jest Najważniejsza	Polskie Stronictwo Ludowe	Prawo i Sprawiedliwość	Ruch Poparcia Palikota – Nowoczesna Polska	Sojusz Lewicy Demokratycznej	Inna	Nie głosował(a)bym
Platforma Obywatelska	–	x	x	x	I-J =6,57 p=0,003		x	x
Polska Jest Najważniejsza	x	–	x	x	I -J =9,21 P<0,001	I-J =3,95 p=0,04	x	x
Polskie Stronictwo Ludowe	x	x	–	x	I-J =5,86 p=0,03		x	x
Prawo i Sprawiedliwość	x	x	x	–	I-J =8,63 p<0,001	I-J =3,36 p=0,022	x	x
Ruch Poparcia Palikota – Nowoczesna Polska	I-J =6,57 p=0,003	I -J =9,21 P<0,001	I-J =5,86 p=0,03	I-J =8,63 p<0,001	–	I-J =5,27 p=0,027	I-J =6,83 p=0,016	I-J =6,12 p=0,008
Sojusz Lewicy Demokratycznej	x	I-J =3,9 p=0,04	x	I-J =3,36 p=0,022	I-J =5,27 p=0,027	–	x	x
Inna	x	x	x	x	I-J =6,83 p=0,016	x	–	x
Nie głosował(a)bym	x	x	x	x	I-J =6,12 p=0,008	x	x	–

lepiej niż pozostałe zadba o ich interesy. Jest to jednak niezbyt prawdopodobne ze względu na to, że pragmatyczni makiaweliści muszą być świadomi bardzo niewielkich – na razie – realnych możliwości wyborczych tego ugrupowania. Jednak w referowanym badaniu wyborcy składali jedynie deklaracje, które należy traktować raczej jako aprobatę dla pewnego stylu uprawiania polityki i – być może – dla pewnego kierunku zmian, niż jako wyraz realnego poparcia dla nowej siły politycznej.

Zwolenników SLD cechuje średnio wyższy makiawelizm niż wyborców pozostałych partii i osób niegłosujących, jednak różnica ta jest statystycznie istotna jedynie w przypadku elektoratów PiS oraz PjN, co odzwierciedla istotnie większy pragmatyzm, racjonalne podejście do problemów i mniejszą podatność na wpływ tej grupy wyborców.

Ponownie – podobnie jak w przypadku wyborów prezydenckich i samorządowych – grupa zwolenników PiS (a także PjN – ugrupowania założonego

przez usuniętych członków PiS) prezentuje najniższy poziom makiawelizmu w porównaniu z elektoratami pozostałych ugrupowań. Taki wynik sugeruje, że niska średnia makiawelizmu w grupie wyborców J. Kaczyńskiego (na którego głosowały 232 osoby, w porównaniu z 182 osobami pragnącymi głosować na PiS) nie była jedynie wynikiem napływu „nowych” wyborców, którzy mogli rekrutować się głównie spośród niemakiawelistów: łatwowiernych, empatycznych i współczujących.

### ***Osoby aktywne i bierne wyborczo***

Aby sprawdzić, czy grupy osób aktywnych i biernych wyborczo różnią się poziomem makiawelizmu, porównano średnie wyników w tych grupach za pomocą testu *t* Studenta, osobno dla trzech badanych typów aktywności wyborczej (Tabela 7).

Tabela 7. Średnie i odchylenia standardowe oraz istotność różnic w poziomie makiawelizmu między grupami osób aktywnych i biernych wyborczo

Elekcja	Grupa	N	Makiawelizm				
			M	SD	t	df	p
Wybory prezydenckie 2010	Aktywni	880	92,59	13,08	2,420	1086	0,016
	Bierni	208	94,98	11,44			
Wybory do sejmików wojewódzkich 2010	Aktywni	703	91,89	13,06	4,042	1086	0,001
	Bierni	385	95,16	12,09			
Deklarowane zachowanie w wyborach do Sejmu	Aktywni	906	92,95	13,12	0,549	1086	n.i.
	Bierni	182	93,53	11,19			

Poziom makiawelizmu osób aktywnych wyborczo w wyborach prezydenckich i samorządowych był istotnie niższy w porównaniu z osobami, które nie głosowały. Makiawelistów cechuje koncentracja na własnym celu, z pominięciem celów innych ludzi, a podejmowane decyzje są wyznaczone poprzez rachunek zysków i strat. Udział w wyborach nie wiąże się z bezpośrednim lub łatwym do przewidzenia zyskiem. Może co prawda być źródłem nagród wewnętrznych – zadowolenia z wypełnienia obywatelskiego obowiązku, z możliwości wyrażenia swej opinii w akcie głosowania, poczucia więzi z innymi, myślącymi podobnie osobami, a także satysfakcji wynikającej z „odpłaty”, rewanżu wobec sił i osób, z którymi się nie zgadzamy. Jednak wszystkie te „korzyści”, będące następstwem aktywności wyborczej, są nagradzające

głównie dla prospołecznych, respektujących normy społecznej wymiany niemakiawelistów.

Różnice w poziomie makiawelizmu osób aktywnych i biernych wyborczo są istotne, gdy rozpatrujemy rzeczywiste zachowania wyborcze, lecz tracą istotność, gdy bierzemy pod uwagę deklaracje (wybory do Sejmu). Podobny wynik uzyskała Agnieszka Turska-Kawa (w niniejszym tomie), badająca związek ugodowości i otwartości na doświadczenie z zachowaniami i deklaracjami wyborczymi. Psychologowie zakładają, że badanie tendencji behawioralnych (deklaracji zachowania) może zastępować analizę rzeczywistego zachowania, nie wpływając w sposób zasadniczy na wyniki. Powyższe rezultaty zdają się przeczyć temu twierdzeniu – przynajmniej w odniesieniu do badania związków osobowości wyborcy z jego zachowaniami politycznymi. Deklaracje absencji wyborczej mogą być wyznaczone przez czynniki pozaosobowościowe – np. natury emocjonalnej. Być może na deklaracje większy wpływ mają inne cechy osobowości wyborców, nieuwzględnione w opisywanych badaniach, na przykład neurotyzm, związany z większą pobudliwością emocjonalną i brakiem odporności na stres, co może skutkować deklaracjami odmowy udziału w wyborach, wyznaczanymi przez aktualnie przeżywaną frustrację czy niezadowolenie. W sytuacji rzeczywistego wyboru, od którego „coś” zależy, zachowanie może być modyfikowane przez inne cechy, na przykład przez makiawelizm („czy mi się to opłaca? czy chcę być lojalny?”), czy ugodowość („czy inni tego ode mnie oczekują?”).

### *Podsumowanie*

Wyniki badania uwiaryściły statystycznie istotne różnice w poziomie makiawelizmu elektoratów poszczególnych podmiotów politycznych. Zdecydowanie najwyższy makiawelizm cechuje potencjalnych wyborców RPP – ten projekt polityczny poparły (w deklaracjach) jednostki cechujące się cynicznym i pragmatycznym światopoglądem, relatywizmem moralnym i egoistyczną motywacją. Nie jest wykluczone, że wśród postulatów zgłaszanych przez J. Paliokota, zdecydowanie różniących się od oferty pozostałych ugrupowań, osoby te znajdowały elementy ważne z punktu widzenia ich osobistych interesów. Wyższy niż przeciętny makiawelizm zaobserwowano także w grupie wyborców SLD i G. Napieralskiego, co odzwierciedla bardziej pragmatyczne a mniej ideologiczne nastawienie tego elektoratu. Średni makiawelizm prezentują zwolennicy PO i PSL.

Wśród osób, które – odpowiadając na pytania ankiety – wskazały konkretną osobę lub ugrupowanie, najniższy makiawelizm obserwowano w grupie zwolenników J. Kaczyńskiego, PiS i PJN. Niski makiawelizm zwolenników

J. Kaczyńskiego i PiS wyjaśnia w pewnym stopniu stabilność tego elektoratu, bowiem osoby niemakiaweliczne są nie tylko bardziej podatne na wszelkie zabiegi, mające na celu wytworzenie ideologicznego zaangażowania i emocjonalnego przywiązania, ale także pozostają lojalne nawet wtedy, gdy – patrząc przez pryzmat zysków i kosztów – nie jest to opłacalne. Niemakiaweliczni zwolennicy PiS pójdą więc do urn wyborczych nawet wtedy, gdyby byli pewni przegranej.

Powyższe wyniki pozwalają lepiej zrozumieć potrzeby wyborów PiS, dla których ważne jest poczucie wspólnoty i są skłonni do współpracy i poświęcenia „dla dobra wspólnego”. Wyniki te mogą także wnieść nową, ważną informację do koncepcji makiawelizmu. Co dzieje się z niemakiawelistami, gdy przekonać ich o dziejącej się niesprawiedliwości, odwołać się do konieczności obrony wspólnoty i norm moralnych, których czują się strażnikami? Podatność na wpływ, przewaga podejścia emocjonalnego nad pragmatyzmem i niezłomne przywiązanie do uznawanych norm i wartości łatwo można wykorzystać, wskazując tej grupie wroga, „winnego”, który sprzeniewierza się tym zasadom. Silne przekonanie, że mają rację, brak kalkulacji zysków i strat, bezgraniczna lojalność czyni ludzi tego typu żołnierzami „jedynie słusznej” sprawy. Niemakiaweliści to szczególnie łatwy łup dla sprawnego manipulatora (zapewne można było ich odnaleźć w elektoratach S. Tymińskiego i A. Lepera), lecz jednocześnie prawdopodobnie są szczególnie podatni nie tylko na formę oddziaływań (odwoływanie się do emocji, kategoryczność sądów), lecz także na treść narracji proponowanej przez PiS (zagrożenie dla wspólnoty, odwoływanie się do tradycyjnych i kolektywistycznych wartości, do normy sprawiedliwości), bowiem są mniej zainteresowani „zyskiem” natury materialnej, a bardziej aspektem społecznym („być częścią wspólnoty”) i moralnym („wprowadzać sprawiedliwość”, „mieć słuszność”) swych działań. Podkreślić należy, że powyższe rozważania są oparte wyłącznie na charakterystyce osobowościowej, stanowiącej nową kategorię opisu elektoratu PiS, względnie niezależną od wcześniej podnoszonych charakterystyk tej grupy osób, takich jak wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania czy religijność.

Poziom makiawelizmu osób aktywnych wyborczo był niższy w porównaniu z grupą osób biernych. W literaturze poszukującej uwarunkowań partycypacji politycznej poświęca się wiele uwagi takim zmiennym, jak poziom wykształcenia, zdolności poznawcze, zainteresowanie polityką czy potrzeba oceniania [Denny, Doyle 2005]. Cechy osobowości mogą wpływać na udział w wyborach, m.in. przez oddziaływanie na percepcję kosztów i korzyści z tym związanych.



## ***Bibliografia***

- Austin E.J., Farrelly D., Black D., Moore H. (2007), *Emotional intelligence, Machiavellianism and emotional manipulation: Does EI have a dark side?* „Personality and Individual Differences”, nr 43, ss. 179-189.
- Barbaranelli C., Caprara G.V., Vecchione M., Fraley Ch.R. (2007), *Voters' personality traits in presidential elections*, „Personality and Individual Differences”, nr 42, ss. 1199-1208.
- Caprara G.V., Zimbardo P. (2004), *Personalizing politics. A congruency model of political preference*, „American Psychologist”, nr 59, ss. 581-594.
- 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”, nr 84, ss. 849-856.
- Christie R., Geis F. (1970), *Studies in Machiavellianism*, New York: Academic Press.
- Costa, P.T., Jr., McCrae R.R. (2005), *Osobowość dorosłego człowieka*, Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Denny K., Doyle O. (2005), *Political interest, cognitive ability and personality: determinants of voter turnout in Britain*, Geary Discussion Paper Series, WP 2005/07, Geary Institute.
- Engelberg E., Sjoberg L. (2007), *Money obsession, social adjustment, and economic risk perception*, „The Journal of Socio-Economics”, nr 36, ss. 686-697.
- Fehr B., Samsom D., Paulhus D.L. (1992), *The Construct of Machiavellianism: Twenty Years Later*. [w:] C.D. Spielberger, J.N. Butcher, (red.), *Advances in personality assessment*, tom 7, Hillsdale, NJ: Erlbaum, ss. 77-116.
- House R.J., Howell J.M. (1992), *Personality and charismatic leadership*, „The Leadership Quarterly”, nr 3, ss. 81-108.
- Jakobwitz S., Egan V. (2006), *The dark triad and normal personality traits*, „Personality and Individual Differences”, nr 40, ss. 331-339.
- Jones D.N., Paulhus D.L. (2009), *Machiavellianism*. [w:] M.R. Leary, R.H. Hoyle (red.), *Individual differences in social behavior*, New York: Guilford, ss. 93-108.
- McHoskey J.W. (1999), *Machiavellianism, intrinsic versus extrinsic goals, and social interest: a self-determination theory analysis*, „Motivation and Emotion”, nr 23, ss. 267-283.
- McLeod B.A., Genereux R.L. (2008), *Predicting the acceptability and likelihood of lying: The interaction of personality with type of lie*, „Personality and Individual Differences”, nr 45, ss. 591-596.

- Nathanson C., Paulhus D.L., Williams K.M. (2006), *Predictors of a behavioral measure of scholastic cheating: Personality and competence but not demographic*, „Contemporary Educational Psychology”, nr 31, ss. 97-122.
- Paal T., Bereczkei T. (2007), *Adult theory of mind, cooperation, Machiavellianism: The effect of mindreading on social relation*, „Personality and Individual Differences”, nr 43, ss. 541-551.
- Pierce P. (1993), *Political sophistication and the use of candidate traits in candidate evaluation*, „Political Psychology”, nr 14, ss. 21-35.
- Pilch I. (2008), *Machiavellianism, emotional intelligence and social competence. Are the Machiavellians interpersonally skilled?* „Polish Psychological Bulletin”, nr 39.
- Pilch I. (2008), *Osobowość makiawelisty i jego relacje z ludźmi*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Pilch I. (2011), *Osobowość „idealnego” prezydenta oraz profile osobowościowe kandydatów w wyborach prezydenckich 2010 w ocenie wybranej grupy wyborców*, [w:] J. Okrzesik, W. Wojtasik (red.), *Wybory prezydenckie 2010*, Katowice: REMAR, ss. 115-132.
- Repacholi B., Slaughter V., Pritchard M., Gibbs V. (2003), *Theory of mind, Machiavellianism and social functioning in childhood*, [w:] B. Repacholi, V. Slaughter (red.), *Individual differences in theory of mind. Macquarie monographs in cognitive science*, Hove, UK: Psychology Press, ss. 67-98.
- Roets A., Van Hiel A. (2009), *The ideal politician: Impact of voters' ideology*, „Personality and Individual Differences”, nr 46, ss. 60-65.
- Simonton D.K. (1986), *Presidential personality: Biographical use of Gough Adjective Check List*, „Journal of Personality and Social Psychology”, nr 51, ss. 149-160.
- Simonton D.K. (1988), *Presidential style: Personality, Biography, and Performance*, „Journal of Personality and Social Psychology”, nr 55, ss. 928-936.
- Spitzer M., Fischbaher U., Herrnberger B., Gron G., Fehr E. (2007), *The neural signature of social norm compliance*, „Neuron”, nr 56, ss. 185-196.
- Turska-Kawa A. (2011), *Profile psychologiczne kandydatów na prezydenta RP*, [w:] J. Okrzesik, W. Wojtasik (red.), *Wybory prezydenckie 2010*, Katowice: REMAR, ss.133-154.
- Turska-Kawa A. (2010), *Psychologiczne portrety elektoratów w wyborach do Parlamentu Europejskiego*, [w:] R. Glajcar, W. Wojtasik (red.), *Wybory do Parlamentu Europejskiego w Polsce*, Katowice: REMAR, ss. 97-118.
-



- Vecchione M., Gonzalez Castro J.L., Caprara G.V. (2011), *Voters and leaders in the mirror of politics: similarity in personality and voting choice in Italy and Spain*, „International Journal of Psychology”, DOI: 10.1080/00207594.2010.551124.
- Vernon P.A., Villani V.C., Vickers L.V., Harris J.A. (2008), *A behavioral genetic investigation of the Dark Triad and the Big 5*, „Personality and Individual Differences”, nr 44, ss. 445-452.
- Wastell C., Booth A. (2003), *Machiavellianism: An alexithymic perspective*, „Journal of Social and Clinical Psychology”, nr 22, ss. 730-744.
- Wirtz J., Kum D. (2004), *Consumer cheating on service guarantee*, „Journal of Academy of Marketing Science”, nr 32, ss. 159-175.

