

UNIVERSITATEA „BABEȘ-BOLYAI” CLUJ-NAPOCA
FACULTATEA DE SOCIOLOGIE ȘI ASISTENȚĂ SOCIALĂ

**CORELATE SOCIOPSIHOLOGICE ALE
COMPORTAMENTULUI ELECTORAL**

**IMPACTUL PERCEPȚIEI CONTEXTULUI SOCIAL ASUPRA STABILITĂȚII
ATITUDINILOR PARTINICE**

– REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT –

COORDONATOR ȘTIINȚIFIC:
PROF. UNIV. DR. PETRU ILUȚ

DOCTORAND:
OANA PINTEA

**CLUJ-NAPOCA
2013**

CUPRINSUL TEZEI

LISTA TABELELOR	Error! Bookmark not defined.
INTRODUCERE	Error! Bookmark not defined.
CAPITOLUL I	Error! Bookmark not defined.
COMPORTAMENTUL ELECTORAL: DEFINIȚIE ȘI MODELE TEORETICE	Error! Bookmark not defined.
1.1. Definiție	Error! Bookmark not defined.
1.2. Modelul sociologic al comportamentului electoral	Error! Bookmark not defined.
1.3. Modelul psihosocial al comportamentului electoral	Error! Bookmark not defined.
1.4. Teoria alegerii raționale	Error! Bookmark not defined.
1.5. Metode de investigare a comportamentului electoral	13
1.5.1. Ancheta sociologică	15
1.5.2. Metoda experimentală	19
CAPITOLUL II	Error! Bookmark not defined.
ATAȘAMENTUL FAȚĂ DE PARTIDELE POLITICE	Error! Bookmark not defined.
2.1. Atașamentul față de partidele politice	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Atașamentul față de partidele politice: definiție	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Teoria identității sociale	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Măsurarea atașamentului partinic	Error! Bookmark not defined.
2.2. Atitudinile partinice	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Definiție și caracteristici	Error! Bookmark not defined.
2.2.2. De la atitudini individuale la formarea opiniei publice	Error! Bookmark not defined.
2.2.3. Definirea opiniei publice	Error! Bookmark not defined.
2.2.4. Modele teoretice ale opiniei publice	Error! Bookmark not defined.
2.2.5. Teoria cognitiv-socială a opiniei publice	Error! Bookmark not defined.
2.2.6. Rolul rețelelor sociale în formarea și schimbarea atitudinilor	Error! Bookmark not defined.
2.2.6.1. Schimbarea atitudinilor	p.39
2.2.7. De la schimbarea atitudinilor individuale la schimbarea opiniei publice	44
2.2.8. Concluzii	45
2.2.9. Măsurarea atitudinilor partinice (metaanaliză)	45
CAPITOLUL III	52
REȚELELE SOCIALE	52
3.1. Definiția rețelelor sociale	52
3.2. Procedura name generator	55
CAPITOLUL IV	63
OBIECTIVELE CERCETĂRII	63

CAPITOLUL V.....	65
METODOLOGIA CERCETĂRII.....	65
5.1. Eșantionul studiat.....	65
5.2. Materiale	66
5.3. Procedură	68
CAPITOLUL VI	69
STUDIUL I	69
6.1. Ipoteze.....	69
6.2. Rezultate	70
6.3. Discuții.....	83
6.4. Concluzii.....	87
CAPITOLUL VII	88
STUDIUL II	88
7.1. Ipoteze.....	88
7.2. Rezultate	88
7.3. Discuții.....	108
7.4. Concluzii	112
CAPITOLUL VIII.....	114
STUDIUL III.....	114
8.1. Ipoteze.....	114
8.2. Rezultate	115
8.3. Discuții.....	132
8.4. Concluzii	136
CAPITOLUL IX	138
CONCLUZII FINALE, LIMITE ȘI POSIBILE DEZVOLTĂRI.....	138
REFERINȚE BIBLIOGRAFICE	144
ANEXE	152

Cuvinte cheie: *atitudini, alegere rațională, ambivalență, atașament partinic, distorsiunea identificării, comportament electoral, procedura name generator, rețele sociale, schimbare atitudinală.*

Structura Rezumatului

1. Obiectivul general al cercetării	5
2. Motivația cercetării	6
3. Descrierea succintă a celor trei capitole teoretice (I-III)	6
4. Metodologia cercetării	7
5. Principalele concluzii obținute în urma efectuării studiului 1	8
6. Principalele concluzii obținute în urma efectuării studiului 2	9
7. Principalele concluzii obținute în urma efectuării studiului 3	9
8. Concluziile finale ale întregului demers empiric	10
9. Bibliografia tezei	13

1. Obiectivul general al cercetării

Scopul cercetării de față a fost să testeze un mecanism prin care percepția contextului social în care trăim influențează schimbarea atitudinilor partinice, precum și modul în care aceste schimbări se reflectă asupra exprimării intenției de vot, rezultatele fiind comparate și cu datele referitoare la identificarea partinică.

Pentru atingerea acestui obiectiv major au fost stabilite alte câteva obiective specifice:

1. Examinarea relației dintre nivelul expertizei politice, omogenitatea percepută a contextului social și schimbarea atitudinilor partinice:
 - identificarea diferențelor existente în modul de percepție a propriei expertize politice în funcție de variațiile omogenității percepute a contextului social;
 - evidențierea diferențelor existente între nivelul expertizei politice măsurate obiectiv în funcție de variațiile omogenității percepute a contextului social;
 - stabilirea relației existente între expertiza politică subiectivă și obiectivă și ambivalența atitudinală manifestată prin diferențierea interpartinică (adică diferența între două atitudini exprimate vis-a-vis de două partide politice);
 - stabilirea relației dintre nivelul expertizei politice obiective și subiective și stabilitatea atitudinilor față de partidele politice.
2. Analiza relației existente între omogenitatea atitudinală percepută a contextului social, emoțiile pe care aceasta le produce și schimbarea atitudinilor partinice:
 - stabilirea eventualelor diferențe în valența emoțiilor în funcție de variațiile nivelului acordului perceput din contextul social;
 - investigarea relației dintre valența emoțiilor și nivelul de diferențiere interpartinică;
 - analiza rolului pe care valența emoțională îl are asupra nivelului de informare politică obiectiv și subiectiv;
 - investigarea modului în care valența emoțională influențează schimbarea atitudinilor partinice.
3. Studiarea influenței pe care nivelul acordului perceput din contextul social o exercită asupra schimbării atitudinilor partinice prin intermediul ambivalenței atitudinale exprimată prin diferențierea interpartinică:
 - identificarea diferențelor existente la nivelul diferențierii interpartinice în funcție de variațiile omogenității percepute a contextului social;

- evidențierea relației existente între diferențierea interpartinică și schimbarea atitudinilor partinice;
 - analiza relației dintre schimbarea atitudinilor partinice și a opțiunii de vot.
4. Realizarea unei comparații între impactul exercitat de variațiile nivelului acordului perceput din contextul social asupra celor două tipuri de atașament partinic (identificarea partinică și atitudinile partinice):
- identificarea variațiilor existente în stabilitatea identificării partinice în funcție de modificările nivelului omogenității percepute a contextului social;
 - analiza relației dintre identificarea partinică și opțiunile de vot;
 - compararea influențelor pe care identificarea partinică și atitudinile partinice le exercită asupra exprimării opțiunilor de vot.

2. Motivația cercetării

Sintetizând datele existente în literatura de specialitate, se poate considera că ne aflăm în următoarea situație:

- Atitudinile partinice sunt ciclice (partidele aflate la putere pierd electorat în favoarea celor din opoziție) (Kenneth și Laver, 2006), fapt ce atrage după sine modificarea opțiunilor de vot, acest comportament fiind cea mai directă, bine definită și operaționalizată consecință a atitudinilor partinice (Fark și Sagarin, 2009);
- Percepția compoziției atitudinale a contextului social are impact considerabil asupra stabilității atitudinilor, însă deși persoanele dintr-un context social heterogen au un nivel mai ridicat al cunoștințelor decât cele dintr-un context omogen, indivizii din prima categorie prezintă o stabilitate mai scăzută a atitudinilor în comparație cu cei din a doua categorie, mecanismul ce generează acest fenomen fiind foarte puțin explorat (Levitán și Visser, 2009);
- Nu există date concludente în ceea ce privește compararea efectului identificării și a atitudinilor partinice asupra comportamentului electoral.

3. Descrierea succintă a celor trei capitole teoretice (I-III)

Capitolul I a fost structurat pe două componente majore. Una dintre ele trece în revistă principalele definiții și modele teoretice ale comportamentului electoral, focalizarea fiind pe modelul sociologic, psihosocial și teoria alegerii raționale. Cealaltă componentă prezintă

principalele metode de cercetare utilizate pentru studierea comportamentului electoral, accentul fiind pus pe ancheta sociologică și experiment.

Cel de-al doilea capitol abordează subiectul atașamentului partinic din două perspective: al identificării și al atitudinilor partinice, pentru ambele concepte fiind prezentate atât modelele teoretice cât și instrumentele utilizate pentru măsurarea lor. Dacă în ceea ce privește măsurarea identificării partinice același instrument este utilizat fără mari rezerve în majoritatea cercetărilor, varietatea instrumentelor utilizate pentru măsurarea atitudinilor partinice a impus efectuarea unei metaanalize proprii pentru identificarea celui mai eficient instrument (datele fiind de asemenea incluse în acest capitol).

Al treilea capitol teoretic al acestei cercetări abordează problematica rețelelor sociale. Prin urmare, capitolul include date teoretice referitoare la definirea și caracteristicile rețelelor sociale, dar și analiza critică a principalei metode de investigare a acestui concept utilizată în științele politice: procedura name generator.

4. Metodologia cercetării

După cum reiese din obiectivele deja prezentate, cercetarea de față urmărește un proces de schimbare a atitudinilor partinice, fapt ce conform literaturii de specialitate este cel mai bine urmărit printr-un studiu longitudinal. În aceste condiții, această cercetare s-a desfășurat pe parcursul unui an întreg, timp în care s-a recurs la 3 aplicări la interval de 6 luni, aplicări în urma cărora au rezultat 3 studii ale căror concluzii vor fi prezentate în paragrafele ulterioare. Pentru realizarea cercetării s-a apelat la un eșantion de 218 subiecți, instrumentul de colectare a datelor fiind un chestionar alcătuit din mai multe scale, principalele scale ce intră în componența acestui instrument fiind prezentate în continuare, chestionarul putând fi consultat în întregime în anexa 2 a tezei:

- scală pentru măsurarea atitudinilor partinice – constă în diferențiatori semantici, scale unipolare, care includ câteva adjective, iar subiecților li se solicită ca pe o scală de la 1 la 7, unde 1=deloc, iar 7=foarte mult, să indice în ce măsură consideră ei că acele adjective constituie o descriere a partidului politic vizat;
- scală pentru măsurarea gradului de omogenitate percepută al rețelelor sociale din care fac parte participanții la studiu și dimensiunea acestor rețele; instrumentul se bazează pe procedura „name generator” și presupune faptul că subiecții trebuie să listeze 5 persoane cu care discută subiecte politice, iar apoi pe o scală de la 1 la 5, unde 1=deloc și 5=foarte mult, trebuie să indice măsura în care opinia sa referitoare la teme

politice corespunde cu cea a fiecărui membru din rețea listat de către cel care completează chestionarul (Richey, 2008);

- instrument pentru măsurarea nivelului obiectiv al cunoștințelor politice – constă într-un set de întrebări de tip grilă, subiecților solicitându-se să aleagă pentru fiecare întrebare o singură variantă de răspuns;
- scală pentru măsurarea aprecierii subiective a propriei expertize politice – constă într-o scală cu 5 trepte, unde 1=deloc, iar 5=foarte mult, pe care subiecții trebuie să indice cât de informați se simt cu privire la temele politice (Levitan, 2009);
- instrument pentru măsurarea emoțiilor relaționate cu discutarea subiectelor politice în interiorul rețelei sociale – implică o listă de cuvinte care reprezintă emoții ex. Furie, mulțumire, tristețe etc, care le este prezentată subiecților. Aceștia trebuie să stabilească pentru fiecare emoție în parte pe o scală de la 1 la 5, unde 1=deloc, iar 5=foarte des, cât de des experimentează acea emoție pe parcursul discutării diverselor subiecte politice în rețeaua lor socială;
- Instrument pentru măsurarea identificării partinice- este reprezentat de acea baterie descrisă în capitolul dedicat identificării partinice. Scala e compusă din două întrebări, una dintre ele le cere subiecților să spună dacă se consideră „un democrat liberal, un liberal, social democrat sau independent” (scala vizând doar cele 3 mari partide de pe scena politică din România), iar cealaltă întrebare pentru cei care și-au declarat identificarea cu unul dintre partide constă în faptul că le solicită acestor subiecți să spună cât de convinși sunt de această identificare, în timp ce cei care s-au declarat independenți sunt întrebați de care partid se simt mai apropiați.

5. Principalele concluzii obținute în urma efectuării Studiului 1

- diferențele existente în percepția nivelului acordului atitudinal în propriile contexte sociale generează diferențe în nivelul cunoștințelor pe teme politice și al emoțiilor pe care participanții la studiu le experimentează în timpul discuțiilor unor subiecte politice;
- asocierea semnificativă existentă între emoțiile pozitive și nivelul cunoștințelor pe teme politice;
- existența asocierii între nivelul de informare al subiecților și nivelul ambivalenței atitudinale interpartinice;
- rolul predictiv pe care identificarea partinică și atitudinile îl au asupra exprimării opțiunii de vot.

6. Principalele concluzii obținute în urma efectuării Studiului 2

- nivelul emoțiilor pozitive relaționate cu discutarea subiectelor politice experiențiate de către persoanele studiate, nivelul lor de informare politică și schimbarea atitudinilor partinice sunt sensibile la modificările nivelului acordului perceput din propriile rețele sociale, scăderea acordului perceput reflectându-se în scăderea nivelului emoțiilor pozitive, creșterea nivelului de informare politică și a schimbării atitudinilor partinice;
- emoțiile pozitive constituie un bun predictor al nivelului de informare politică, sporirea emoțiilor pozitive asociindu-se cu creșterea nivelului de cunoștințe;
- nivelul ridicat al cunoștințelor politice diminuează schimbarea atitudinilor partinice;
- odată formată, identificarea partinică e stabilă, fiind un bun predictor al opțiunii de vot;
- variațiile compoziției atitudinale percepute a contextului social și ale nivelului de informare politică perceput nu sunt relaționate semnificativ cu variațiile identificării partinice;
- atitudinile partinice sunt sensibile la variațiile acordului perceput din interiorul contextului social, fapt ce stă la baza rezultatului care a evidențiat că atitudinile partinice își păstrează puterea predictivă asupra opțiunilor de vot, chiar și după un interval de timp de șase luni.

7. Principalele concluzii obținute în urma efectuării Studiului 3

- Profilul persoanelor care își percep propriile rețele sociale ca fiind omogene atitudinal diferă de cel al celor care își percep rețelele sociale ca fiind heterogene, cei din prima categorie având tendința de a fi mai puțin informați, a se simți mai bine informați și de ași schimba mai puțin atitudinile partinice în comparație cu cei din ultima categorie.
- Emoțiile pozitive au efect mediator în relația dintre nivelul acordului perceput și al cunoștințelor politice.
- Atitudinile politice sunt sensibile la variațiile compoziției atitudinale percepute a rețelelor sociale, însă acest efect pare a fi mai de grabă indirect, influența asupra schimbărilor atitudinale exercitată de cunoștințele politice și de percepția asupra nivelului de informare fiind mai consistentă.

- În contextul în care nivelul acordului perceput a crescut în comparație cu studiul anterior al cercetării curente, iar modificările atitudinilor partinice și ale opțiunilor de vot stagnează, se constată o scădere a puterii predictive a atitudinilor partinice asupra opțiunilor de vot.
- În contrast cu atitudinile partinice, identificarea partinică nu se modifică semnificativ nici în acest ultim studiu, în comparație cu cel anterior, întărind ideea conform căreia acest tip de atașament partinic este în principal rezultatul experiențelor personale, fiind prea puțin sensibil la contextul social în care trăim și la evenimentele ce au loc aici. Însă, odată format, puterea sa predictivă asupra comportamentului electoral e considerabilă.

8. Concluziile finale ale întregului demers empiric

Coroborând toate rezultatele obținute în urma derulării celor trei studii incluse în cercetarea de față se pot extrage câteva concluzii relevante:

O primă concluzie se referă la faptul că percepția pe care persoanele din eșantionul studiat o au asupra contextului social în care trăiesc variază în timp. Astfel, nivelul acordului perceput referitor la subiecte politice a suferit variații atât în sens descrescător, cât și crescător, aceste variații fiind cel mai probabil generate de numărul și amploarea evenimentelor politice de pe scena politică, evenimentele importante generând scăderea acordului.

Aceste date referitoare la nivelul acordului perceput s-au dovedit a fi destul de importante, într-ucât chiar dacă modul în care e perceput contextul social e distorsionat sau nu, această percepție atrage după sine modificări semnificative în sfera nivelului de cunoștințe politice, a nivelului de apreciere al propriilor cunoștințe și al schimbărilor atitudinale vis-a-vis de partidele politice. S-a ajuns astfel la constituirea unui adevărat profil al persoanelor ce își percep contextul social ca fiind omogen din punct de vedere al opiniilor exprimate pe teme politice și al celor ce se percep ca fiind integrat într-un context social heterogen. Prin urmare, persoanele din prima categorie prezintă un nivel mai scăzut al cunoștințelor politice și al ratei de schimbare a atitudinilor față de partidele politice, dar manifestă mai multă încredere în informațiile pe teme politice furnizate de către membrii grupurilor lor și se simt mai bine informați în comparație cu persoanele din cea de-a doua categorie.

În ceea ce privește relația dintre nivelul acordului perceput și cel al cunoștințelor politice, explicația ar fi că în grupurile heterogene diversitatea informațiilor vehiculate e mai mare, fapt ce le permite membrilor acestor grupuri să își extindă în permanență baza proprie

de cunoștințe, fapt ce coincide și cu formarea unor atitudini mai stabile (Levitan, 2009; Levitan și Visser, 2009). Cu toate acestea, cercetarea de față a evidențiat și faptul că emoțiile pozitive au efect mediator în relația dintre nivelul acordului perceput și al cunoștințelor, afectele pozitive fiind cele care facilitează funcțiile cognitive necesare achiziționării și stocării informațiilor (Hill et al., 2005).

În tocmai ca și pentru nivelul cunoștințelor măsurate obiectiv și pentru variațiile expertizei subiective se oferă aceeași explicație. De data aceasta însă, se consideră că chiar gama restrânsă de informații vehiculate în grupurile omogene îi face pe acești indivizi să se simtă mai puțin confuzi și deci mai bine informați în comparație cu cei din grupurile heterogene (Levitan, 2009).

Dacă pentru variațiile nivelului cunoștințelor și al expertizei subiective odată cu modificările nivelului acordului perceput din contextul social există deja explicații teoretice și empirice, paradoxale rămân datele referitoare la schimbările atitudinilor. Astfel, atât în alte studii din domeniu, cât și în cercetarea de față, persoanele care se consideră integrate în grupuri heterogene atitudinal, în ciuda nivelului de cunoștințe mai ridicat pe care îl au (fapt ce ar trebui să asigure stabilitatea atitudinilor), tind să își schimbe mai ușor atitudinile partinice în comparație cu persoanele din grupurile omogene.

Explicația pentru acest paradox oferită atât de alte studii din domeniu, cât și de rezultatele cercetării curente se referă la faptul că expertiza subiectivă are rolul principal. Așadar, persoanele care se simt mai bine informate sunt mai sigure de informațiile pe care le dețin, fapt ce îi poate face mai susceptibili la respingerea informațiilor contradictorii, dezvoltând astfel atitudini mai stabile (Visser și Mirabile 2004; Levitan, 2009).

Cu toate acestea, schimbarea atitudinilor partinice ar mai putea avea o explicație ce nu e deloc de neglijat. Această explicație se referă la conformism și coeziunea de grup. Astfel, se poate considera că în grupurile omogene conformismul și coeziunea sunt mai ridicate decât în grupurile heterogene (Dunlop, 2011), fapt ce le determină pe persoanele din prima categorie să accepte mai ușor părerile celor din propriul grup și să le respingă pe cele din exterior, mai ales dacă sunt contradictorii cu cele exprimate în grup pentru a nu fi respinși (Martin et al., 2002). Acest lucru ar avea ca și efect scăderea diversității părerilor în grup și implicit scăderea diversității termenilor de comparație, fapt ce ar permite structurarea unor atitudini stabile.

Această ipoteză nu a fost testată în cercetarea de față, fapt pentru care în urma celor trei studii efectuate ne putem permite să concluzionăm doar că schimbarea atitudinilor partinice e mai consistentă în cazul persoanelor care percep un nivel scăzut al acordului în

propriile rețele sociale, în comparație cu cei care percep un nivel ridicat al acestei variabile, fapt ce sugerează că o bază de cunoștințe solidă nu e în totdeauna garanția stabilității atitudinilor, modul în care este percepută realitatea în care trăim putând avea o influență mai consistentă asupra modificărilor din sfera atitudinilor. Efectul acordului perceput pare a fi însă mai de grabă indirect asupra schimbării atitudinilor partinice, în relația dintre aceste două variabile intervenind alți factori precum expertiza subiectivă a subiecților, conformismul și probabil și alții încă neidentificați.

Pentru a putea delimita contribuția expertizei subiective și a conformismului la schimbările atitudinale s-ar impune efectuarea unor studii experimentale care să testeze atitudinile inclusiv la nivel implicit, deoarece acest nivel e mai puțin influențat de presiunile sociale.

Identificarea cu precizie a factorilor ce ar putea explica schimbările atitudinilor partinice este importantă, deoarece în concordanță cu literatura de specialitate, cercetarea de față a evidențiat faptul că atitudinile au o putere predictivă bună asupra exprimării opțiunilor de vot, mai ales atunci când ambele variabile menționate anterior suferă modificări într-un anumit interval de timp.

Contrar atitudinilor partinice, identificarea partinică s-a dovedit a fi mult mai puțin influențată de modul în care participanții la acest studiu și-au perceput contextul social în care trăiesc, dar și de alți factori precum nivelul cunoștințelor politice și nivelul expertizei subiective, fapt ce sugerează că este foarte posibil ca acest tip de atașament să se dezvolte în principal ca urmare a experiențelor personale pe care persoanele în cauză le-au trăit de-a lungul timpului (Tufiș, 2010), experiențe relaționate cu partidele politice din România. În plus, numărul mare de subiecți din eșantionul studiat care consideră că nu se identifică cu vreun partid politic din România indică faptul că într-adevăr în țările postcomuniste procesul de formare a identificării partinice e lent (Tufiș, 2010; Miler și Klobucar, 2000).

Cu toate acestea, odată formată identificarea partinică este mult mai stabilă decât atitudinile partinice (pe parcursul unui an neidentificându-se schimbări semnificative statistic), puterea sa predictivă asupra comportamentului electoral fiind mai ridicată în comparație cu atitudinile partinice.

9. Bibliografia tezei

- Basarabă, A. (2007). *Comportamentul electoral al populației Banatului: Studiu longitudinal*. Teză de doctorat nepublicată.
- Basinger, S., J., & Lavine H. (2005). Ambivalence, Information and electoral choice. *American Political Science Review*, 99, 2, 169-184.
- Beck, P. A., Dalton, J., Greene, S., & Huckfeldt, R. (2002). The social calculus of voting: Interpersonal, media, and organizational influences on presidential choice. *The American Political Science Review*, 96, 1, 57-73.
- Bickman, L., Rog, D. J., & Hedrick, T. E. (1998). Applied research design: a practical approach. În L. Bickman & D. J. Rog (eds.), *Handbook of Applied Social Methods*. London: Sage Publications.
- Blais, A., Gidengil, E., Nadeau, E., & Nevitte, N. (2001). Measuring party identification: Britain, Canada and the United States. *Political Behavior*, 23, 1.
- Boroș, S., Curșeu, P. L. & Miclea M. (2011). Integrative tests of a multidimensional model of organizational identification. *Social Psychology*, 42, 2, 111-123.
- Boudon, R. (1995). *Le juste et le vrai*. Paris: Fayard.
- Brewer, D. D. (2000). Forgetting in the recall-based elicitation of personal and social networks. *Social Networks*, 22, 29-43.
- Burden, B. C., & Green, S. (2000). Party attachments and state election laws. *Political Research Quarterly*, 53, 63-76.
- Burden, B. C., & Klofstad, C. A. (2005). Affect and Cognition in Party Identification. *Political Psychology* 26(6), 869-886.
- Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1986). Central and peripheral routes to persuasion: An individual difference perspective. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 51, 103-1043.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1960). *American Voter*. New York: Wiley.
- Campus, D., Pasquino, G. & Vaccari, C. (2008). Social networks, political discussion, and voting in Italy: a study of the 2006 election. *Political Communication*, 25, 4, 423-440.
- Carnap, R. (1936). Testability and meaning. *Philosophy of Science*, 3, 4.

- Chaiken, E. M., & Sorolla, R. P. (1995). Structural consistency and attitude strength. În Petty, R. E. (coord.), *Attitude Strength: Antecedents and Consequences*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Chelcea, S. (2006). *Opinia publică. Strategii de persuasiune și manipulare*. București: Ed. Economică.
- Chelcea, S. (coord.) (2008). *Psihosociologie. Teorii, cercetări, aplicații*. Iași: Polirom.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Comșa, M. (2010). De ce „nu” votează oamenii? În M. Comșa, A. Gheorghită & C.D. Tufiș (coord.), *Alegerile Pentru Parlamentul European. România 2009*. Iași: Polirom.
- Comșa, M. (2012). Opinia publică despre România politică. În T. Rotariu & V. Voineagu (coord.), *Inerție și schimbare. Dimensiuni sociale ale tranziției în România* (pp. 361-406). Iași: Polirom.
- Corbetta, P. (2003). *Social research theory, method and techniques*. London: Sage Publications.
- Crano, W. D., & Brewer, M. B. (2002). *Principles and methods of social research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Crites, S. L., Fabrigar, J. R. L., & Petty R. E. (1994). Measuring the affective and cognitive properties of attitudes: Conceptual and methodological issues. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 20, 6, 619-634.
- Dalton, J. R. (2000). The decline of party identifications. În D. J. Russell & M.P. Wattenberg (eds.), *Parties Without Partisans* (pp. 19-36). New York: Oxford University Press.
- David, D. (2006). *Metodologia cercetării clinice: Fundamente*. Iași: Polirom.
- De Singly, F. (1998). *Ancheta și metodele ei: Chestionarul, interviul de producere a datelor, interviul comprehensiv*. Iași: Polirom.
- Drăgan, I., Beciu, C., Dragomirescu, I., Marinescu, V., Perpelea, N., Rusu, D., & Ștefănescu, S. (1998). *Construcția simbolică a câmpului electoral*. București: Institutul European.
- Dunlop, W., & Beauchamp, M. (2011). Does similarity make a difference? Predicting cohesion and attendance behaviors within exercise group settings. *Group Dynamics: Theory, Research, And Practice*, 15, 3, 258-266.

- Farc, M. M., & Sagarin, B. J. (2009). Using attitudes strength to predict registration and voting behavior in the 2004 U.S. presidential election. *Basic And Applied Social Psychology*, 31, 2, 160-173.
- Fischer, C. T. (2006). *Qualitative research methods for psychologists. Introduction through empirical studies*. New York: Academic Press.
- Fowler, F. J. (1998). Design and evaluation of survey questions. In L. Bickman & D. J. Rog (eds.), *Handbook of Applied Social Research Methods*. London: Sage Publications.
- Gerber, A. S., Huber, G. A., Doherty, D., & Dowling, C. M. (2010). Personality and political attitudes: Relationships across issues domains and political contexts. *American Political Science Review*, 104, 1.
- Greene, S. (2004). Social identity theory and party identification. *Social Science Quarterly*, 8, 1.
- Greene, S. (2002). The social-psychological measurement of partisanship. *Political Behavior*, 24, 3.
- Greene, S. (2005). The structure of partisan attitudes: Reexamining partisan dimensionality and ambivalence. *Political Psychology*, 26, 5.
- Greene, D. P., & Palmquist, B. L. (1990). Artifacts and partisan instability. *American Journal of Political Science*, 34, 872-902.
- Greene, D. P., Palmquist, B. L. & Schickler, E. (2002). *Partisan hearts and minds: Political parties and social identities of voters*. New Haven: Yale University Press.
- Goren, P. (2005). Party identification and core political values. *American Journal of Political Science*, 49, 4, 881-896.
- Haies, B. C. (1995). The impact of religious identification on political attitudes: An international comparison. *Sociology of Religion*, 56, 2, 177.
- Hiel, A. V., & Mervielde, I. (2002). Social identification among political party voters and members: An empirical test of optimal distinctiveness theory. *The Journal of Social Psychology*, 142, 2, 202-209.
- Hill, R. D., Boxtel, V., Ponds, R., Houx, P. J., & Jolles, J. (2005). Positive affect and it's relationship to free recall memory performance in a sample of older dutch adults from Maastricht Aging Study. *International Journal of Geriatric Psychiatry*, 20, 5.

- Hooghe, M., & Wilkenfeld, B. (2008). The stability of political attitudes and behaviors across adolescence and early adulthood: A comparison of survey data of adolescents and young adults in eight countries. *Journal of Youth And Adolescence*, 37, 155-167.
- Hovland, C., Janis, & J., Kelly, H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven: Yale University Press.
- Howard, L. (2001). The electoral consequences of ambivalence toward presidential candidates. *American Journal of Political Science*, 45, 4, 915-929.
- Huckfeldt, R. (2001). The social communication of political expertise. *American Journal of Political Science*, 45, 425-438.
- Huckfeldt, R., & Ryan, J. B. (2007). *Networks, groups, and contextual constraints on political communication*. Prepared for Annual Meetings of the American Political Science Association, Chicago.
- Iluț, P. (1997). *Abordarea calitativă a socioumanului: Concepte și metode*. Iași: Polirom.
- Iluț, P. (2009). *Psihologie socială și sociopsihologie. Teme recurente și noi viziuni*. Iași: Polirom.
- Iluț, P., Nistor, L. (2009). Probleme teoretico-metodologice ale ambivalenței și ambiguității. În P. Iluț (autor, editor), *Psihologie socială și sociopsihologie. Teme recurente și noi viziuni* (pp. 432-437). Iași: Polirom.
- Ivan, G., & Ivan, C. (2008). Partide și electorat în 2008: Deplasări de voturi. În G. Teodorescu (coord), *Alegeri 2008, Volumul I: Campanii, Lideri și Sondaje*. Iași: Polirom.
- Johnson, M., Shively, W. P., & Stein, R. M. (2002). Contextual data and the study of elections and voting behavior connecting individuals to environments. *Electoral Studies*, 21, 219-233.
- Kroznick, J. A. (1991). The stability of political preferences: Comparisons of symbolic and nonsymbolic attitudes. *American Journal of Political Science*, 35, 3, 547-576.
- Kenneth, B. și Laver, M. (2006). *Policy and political competition. Party Policy In Modern Democracy*. Taylor and Francis E-Library.
- Klofstad, K. A., McClurg, S. D., & Rolfe, M. (2009). Measurement of political discussion networks. A comparasion of two name generator procedures. *Public Opinion Quarterly*, 73, 3, 462-483.

- Knobloch-Westeric, S., & Meng, J. (2009). Looking the otherway: Selective exposure to attitude-consistent and counterattitudinal political information. *Communication Research*, 36, 3, 426-441.
- Knoke, D. (2001). *Changing Organizations: Business Networks in the New Economy*. Boulder, CO: Westview Press.
- Kuhn, T. S. (1962). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lee, F. L. F., & Chan J. M. (2009). The political consequences of ambivalence: The case of democratic reform in Hong Kong. *International Journal Of Public Opinion Research*, 21, 1, 47-65.
- Lee, F. L. F. (2005). Collective efficacy, support for democratization, and political participation in Hong-Kong. *International Journal Of Public Opinion Research*, 18, 3.
- Levesque, R. (2004). *Pathologie of rational choice theories, a mistaken diagnosis?* Paper prepared for the Annual Meeting of Canadian Political Science Association, Winnipeg, Manitoba.
- Levitan, L. C. (2009). *The impact of the social network composition upon knowledge and rezistance to persuasion: Reconciling findings*. Paper Presented at the 2009 Anual Meeting of the American Political Science Association.
- Levitan, L. C., & Visser, P. S. (2009). Social network composition and attitude strength: Exploring the dynamics within newly formed social networks. *Journal Of Experimental Social Psychology*, 45, 1057-1067.
- Marcus, G. E. (2000). Emotions in politics. *Anual Review of Political Science*, 3, 221-250.
- Marcus, G. E., & Mackuen, M. B. (1993). Anxiety, enthuziasm, and the vote: The emotional underpinnings of learning and involvement during presidential campaigns. *American Political Science Review*, 87, 672-685.
- Marin, A. (2004). Are respondents more likely to list alters with certain characteristics? Implications for name generator data. *Social Networks*, 26, 289–307.
- Marin, A. & Wellman, B. (2010). Social Network Analysis: an Introduction. În P. Carrington & J. Scott (eds.), *Handbook of Social Network Analysis*. London: Sage.
- Martin, R., Gardikiotis, A., & Hewston, M. (2002). Levels of consensus and majority and minority influence. *European Journal of Psychology*, 32, 645-665.

- Masters, J. R. (2008). The relationship between number of response categories and reliability of likert-type questionnaires. În R. Jowell & C. Roberts (coords.), *Attitude Measurement*. Los Angeles: Sage Publications.
- McClurg, S. D. (2008). *Social networks and correct voting*. Paper Presented at 2008 Network in Political Science Conference, Harvard University.
- McClurg, S. D. (2003). Social networks and political participation: the role of interactions in explaining political participation. *Political Research Quarterly*, 56, 448-461.
- McClurg, S. D. (2006). The electoral relevance of political talk: Examining disagreement and expertise effects in social networks on political participation. *American Journal of Political Science*, 50, 3, 737-754.
- McNeill, P., Chapman, S. (2005). *Research methods* (third ed.). New York: Routledge.
- Miclea, M. (2000). *Psihologie cognitivă*. Iași: Polirom.
- Miller, A. H., & Klobucar, T. F. (2000). The development of party identification in post-soviet societies. *American Journal of Political Science*, 61, 4, 668-686.
- Mutz, D., C., & Mondak, J. J. (2006). The Workplace as a context for cross-cutting political discourse. *Journal of Politics*, 68, 140-155.
- Mutz, D. C. (2002a). Cross-cutting social networks: Testing democratizing theory in practice. *American Political Science Review*, 96, 1, 111-126.
- Mutz, D. C. (2002b). The consequence of cross-cutting networks for political participation. *American Journal Science*, 46, 838-855.
- Niemi, R. G., & Jennings, M. K. (1991). Issues and inheritance in the formation of party identification. *American Journal of Political Science*, 35, 4, 970-988.
- Nir, L. (2005). Ambivalent social networks and their consequences for participations. *International Journal of Public Opinion Research*, 17, 4.
- Parsons, B. M. (2010). Social networks and the affective impact of political disagreement. *Political Behavior*, 32, 2, 181-197.
- Pasti, V. (2009). Introducere. În G. Teodorescu (coord.), *Alegeri 2008*, Volumul I, *Campanii, Lideri și Sondaje*. Iași: Polirom.
- Price, V., & Jomini, N. S. (2005). Public attitudes toward polls: Evidence from the 2000 U.S. presidential election. *International Journal of Public Opinion Research*, 18, 4.

- Radu, I. (1994). Experimentul și studiul de teren. În I. Radu (coord.), *Psihologie socială* (pp. 335-341). Cluj-Napoca: Ed. Exe.
- Rateau, P. (2004). *Metodele și statisticile experimentale în științele sociale*. Ed. Iași: Polirom.
- Rotariu, T., & Iluț, P. (2006). *Ancheta sociologică și sondajul de opinie: Teorie și practică*. Iași: Polirom.
- Roscoe, D. D., & Christiansen, N. D. (2001). *Cognitive and affective components of partisanship: An examination of the intra-attitudinal structure and political behavior*. Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association. San Francisco.
- Russo, F. (2008). *Causality and causal modelling in the social sciences*. New York: Springer.
- Scheufele, D. A., Nisbet, M. C., Brossard, D., & Nisbet, E. C. (2004). Social structure and citizenship: Examining the impacts of social setting, network heterogeneity and informational variables on political participation. *Political Communication*, 21, 315-338.
- Schoe, H., Gutenberg, J., & Schuman, S. (2007). Personality traits, partisan attitudes and voting behavior. *Political Psychology*, 28, 4.
- Sean, R. (2008). The autoregressive influence of social network political knowledge on voting behavior. *Behavior Journal of Political Science*, 38, 527-542.
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics*, 69, 99-118.
- Sum, P. I., & Bădescu G. (2008). Ideological voting: A cross-national analysis of left-right orientation in voting behavior. *Studia Politica*, 53, 1, 52-74.
- Teodorescu, G. (coord.). (2009). *Alegeri 2008*. Iași: Polirom.
- Tufiș, C. D. (2010). Atașamentul față de partidele politice în România. În Comșa, Gheorghită & Tufiș (coord.), *Alegerile pentru parlamentul european. România 2009*. Iași: Polirom.
- Velicu, I. (2009). Criza financiar-economică și alegerile parlamentare din 2008. În G. Teodorescu (coord.), *Alegeri 2008*. Iași, Polirom.
- Visser, P. S., & Mirabile, R. R. (2004). Attitudes in the social context: The impact of social networks composition on individual-level attitude strength. *Journal of Personality And Social Psychology*, 87, 6, 779-795.

- Voogt, R. J. J., & Salis, W. (2003). To participate or not to participate: The link between survey participation, electoral participation and political interest. *Political Analysis*, 11, 164-169.
- Wogciesz, M., & Price, V. (2009). What underlies the false consensus effect? How personal opinion and disagreement affect perception of public opinion. *International Journal of Public Opinion Research*, 21, 1, 26-46.
- Wood, W. (2000). Attitude change: Persuasion and Social Influence, *Psychology*, 51, 539–570.
- Zamfir, C. (1999/2005). *Spre o paradigmă a gândirii sociologice. Texte alese*. Iași: Cantes, p. 378.