

Autoreferat

1. Imię i nazwisko.

Dr Wojciech Peszyński

Wydział Nauk o Polityce i Bezpieczeństwie

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

2. Posiadane dyplomy, stopnie naukowe lub artystyczne – z podaniem podmiotu nadającego stopień, roku ich uzyskania oraz tytułu rozprawy doktorskiej.

Tytuł zawodowy magistra, na kierunku Politologia (specjalność samorząd terytorialny), uzyskałem w 2006 r. na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu (Wydział Humanistyczny). Pracę magisterską pt. „Organizacja, przebieg i efekty kampanii wyborczej w wyborach do Parlamentu Europejskiego w 2004 roku w Polsce” napisałem pod kierunkiem prof. dr. hab. Karola B. Janowskiego. Studia na kierunku Politologia ukończyłem z wynikiem bardzo dobrym.

Studia doktoranckie w zakresie Politologii odbyłem na Wydziale Humanistycznym UMK w Toruniu w latach 2006–2010, kończąc obroną rozprawy doktorskiej. W dniu 6 VII 2010 r. uzyskałem **stopień naukowy doktora nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce**, nadany uchwałą Rady Wydziału Politologii i Studiów Międzynarodowych UMK w Toruniu, na podstawie obrony rozprawy doktorskiej pt. „Telewizyjna reklama polityczna w polskich kampaniach parlamentarnych w latach 2001–2007”. Promotorem w przewodzie doktorskim był dr hab. Marek Jeziński, prof. UMK, a recenzentami dr hab. Mariusz Kolczyński prof. UŚ oraz dr hab. Alfred Lutrzykowski, prof. UMK. W czasie studiów doktoranckich opublikowałem 1 monografię naukową, 2 artykuły w recenzowanych czasopismach naukowych i 6 artykułów w książkach pod redakcją. Wziąłem również udział w 15 konferencjach naukowych.

Trzysemestralne studia podyplomowe na kierunku Przygotowanie Pedagogiczne na Uczelni Nauk Społecznych w Łodzi ukończyłem w 2020 r. z wynikiem bardzo dobrym, obroną pracy dyplomowej pt. „Przebieg i efekty współpracy IV LO w Toruniu z Wydziałem Nauk o

Polityce i Bezpieczeństwie UMK”, napisaną pod kierunkiem prof. dr hab. Małgorzaty Jagodzińskiej. W dniu 1 IX 2020 r. uzyskałem **stopień nauczyciela mianowanego**, nadany przez Prezydenta Miasta Torunia w dniu 14 IX 2020 r.

3. Informacja o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych lub artystycznych.

Od 1 IX 2010 r. jestem zatrudniony na stanowisku adiunkta w Katedrze Filozofii i Teorii Polityki Wydziału Nauk o Polityce i Bezpieczeństwie Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu (przed zmianą organizacyjną, w latach X 2010 – IX 2019 r. Katedra Teorii Polityki Wydziału Politologii i Studiów Międzynarodowych UMK). Od 1 X 2006 r. do 30 IX 2010 r. prowadziłem ćwiczenia i konwersatoria na UMK, na studiach niestacjonarnych, na kierunkach Politologia oraz Stosunki Międzynarodowe oraz na studium podyplomowym Komunikacja i Public Relations (na podstawie umów o dzieło). W roku akademickim 2006/2007 prowadziłem konwersatorium w Grudziądzkiej Szkole Wyższej (na podstawie umowy o dzieło).

4. Omówienie osiągnięć, o których mowa w art. 219 ust. 1 pkt. 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2021 r. poz. 478 z późn. zm.).

1) Monografia naukowa

Peszyński W., (2023), *Prezydencjalizacja kampanii wyborczych. Przypadek polskich elekcji parlamentarnych w latach 2005 – 2019*, Toruń: Wydawnictwo UMK.

Do podjęcia wysiłków badawczych nad prezydencjalizacją skłoniła mnie obserwacja kampanii parlamentarnych (głównie w demokracjach zachodnioeuropejskich), których przebieg przypominał wybory prezydenckie. Do rozpoczęcia badań nad tym naukowym fenomenem przekonywał mnie również argument, że w ówczesnym stanie badań występowała znacząca luka polegająca na braku dostatecznej liczby prac traktujących o przenikaniu stylu jednych wyborów do innych.

Przygotowanie tej dysertacji rozpocząłem od analizy książek dedykowanych przedmiotowej problematyce, których większość zakupiłem ze środków pozyskanych z grantu

471-PSM, otrzymanego w 2011 r. (zob. Tabela 1). To były przede wszystkim prace takich autorów, jak Anthony Mughan [2000] czy Lauri Karvonen [2010]. W późniejszym okresie niezwykle pomocne w zrozumieniu fenomenu prezydencjalizacji okazały się dla mnie liczne artykuły Ludgera Helmsa [2005; 2013; 2018, 2019; 2021]. Jednak kluczowa w tym aspekcie okazała się dla mnie książka pod redakcją Thomasa Poguntke i Paula Webba [2005]. Na kartach tej publikacji zmierzono natężenie prezydencjalizacji w łącznie 16 państwach. Lektura tej publikacji stała się dla mnie inspiracją do podjęcia wysiłków badawczych nad tą kategorią w polskich uwarunkowaniach.

W swojej publikacji, dedykowanej zmianom dynamiki polskich kampanii parlamentarnych (upodobnieniu się do kampanii prezydenckich) zaprezentowałem rezultaty badań nad prezydencjalizacją kampanii wyborczych do Sejmu RP w latach 2005–2019. Wybór takiego **poła badawczego** uzasadniam tym, że w każdych dotychczasowych wyborach przynajmniej dwie największe partie wskazywały swoich kandydatów na premierów. To stanowi warunek *sine qua non* w aspekcie podejmowania badań nad upodobnieniem się kampanii parlamentarnych do prezydenckich. W tejże pracy uwzględniłem dwie główne kategorie odbiorców ofert wyborczych: elektorat i media masowe. Napisanie tej pracy miało służyć **weryfikacji 7 hipotez badawczych** (szczegółowa prezentacja hipotez w dalszej części autoreferatu – WP). Korzystałem głównie z **metod ilościowych** (badania elektoratu, analizy treści mediów), ale też **jakościowych**. Dokonywałem również **triangulacji** danych wywołanych (własne badania) i zastanych.

Dzięki partycypacji w projekcie „Preferencje polityczne. Postawy – identyfikacje – zachowania” stworzyłem **obszerną bazę danych**, na podstawie których mogłem sformułować wiarygodne wnioski na temat prezydencjalizacji polskich kampanii wyborczych. Kolejne dane ilościowe pozyskałem na podstawie analizy treści wiadomości w telewizyjnych serwisach informacyjnych z pięciu kampanii wyborczych, a w przypadku kampanii w 2019 r. również z analizy treści dziennika prasowego. Dokonałem transkrypcji zaliczonych do próby materiałów telewizyjnych (238 jednostek), liczących łącznie blisko 40 tys. sekund. Następnie obliczyłem wartości przyjętych wskaźników. Wymienione materiały pochodziły zarówno z nagrań własnych, jak i ze źródeł pozyskanych od TVP i TVN ze środków z grantów 1668-PSM, 1881-PSM i 2468-PSM, realizowanych w latach 2013–16 (zob. Tabela 1).

Podjęta przeze mnie problematyka mieści się zarówno w obszarze marketingu politycznego, studiów wyborczych, jak i komunikowania politycznego. **Dominowało jednak podejście marketingowe**, co było dostrzegalne w propozycjach natury teoretycznej, stosowanej terminologii i strukturze wywodu. **Rozdział pierwszy** pt. „Prezydencki i

parlamentarny styl kampanii wyborczej” ma charakter teoretyczny. Podobieństwa i różnice między tymi stylami zostały przeanalizowane w oparciu o siedem kryteriów, tj.: uwarunkowania ustrojowe, cel wyborów i zwycięzcy, nominacje kandydatów, główny produkt polityczny kampanii, strategia wyborcza, relacjonowanie kampanii w środkach masowego przekazu i zachowania głosujących. Takie podejście miało na celu zapewnienie kompleksowego zrozumienia dalszych rozważań – zwłaszcza treści rozdziałów empirycznych.

Rozdział drugi pt. „Prezydencjalizacja kampanii wyborczych” również ma charakter teoretyczny. Na jego łamach dokonałem oryginalnej konceptualizacji najważniejszych kategorii teoretycznych i analitycznych. Wiele miejsca przeznaczyłem na wyjaśnienie podobieństw i różnic pomiędzy kategoriami „personalizacja” i „prezydencjalizacja”. W jednym z podrozdziałów przedstawiłem argumenty zwolenników i przeciwników zasadności używania terminu prezydencjalizacja, aktywnie włączając się do tejże polemiki [zob. Dowding 2013, 2013a; Poguntke, Webb 2005, 2013; Foley 2013; Heffernan 2013 i Kefford 2013]. Za istotne uznałem dokonanie konceptualizacji kategorii *Spitzenkandidat* (co tłumaczę na język polski jako lider wyborczy lub główny kandydat) oraz kandydat na premiera.

Rozdział trzeci pt. „Efekt lidera w zachowaniach polskiego elektoratu” oparłem na wynikach ogólnopolskich badań ilościowych, w ramach projektu realizowanego pod kierownictwem naukowców UŚ i UW. Wziąłem pod uwagę badania przeprowadzone bezpośrednio po wyborach do Sejmu RP w latach 2015 i 2019 oraz po wyborach do sejmików 2018 r. (zważając na kontekst krajowy tych elekcji). W każdym z przypadków ankietowani wyrażali swój stosunek do stwierdzenia: „Na mój wybór w głosowaniu do sejmiku/sejmiku województwa w większym stopniu wpływa profil popieranej partii niż osobowość jej lidera”. Badani ustosunkowywali się do treści tego zdania, zaznaczając swoje preferencje według pięciostopniowej skali Rensisa Likerta [1932]. Zebrane dane posłużyły do weryfikacji dwóch hipotez badawczych: (1) Osoba partyjnego lidera w mniejszym stopniu determinowała decyzje elektoratu w wyborach do Sejmu w 2019 r. niż w 2015 r. oraz (2) Osoba partyjnego lidera w mniejszym stopniu determinowała decyzje elektoratu w wyborach do Sejmu w 2019 r. niż w wyborach do sejmików województw w 2018 r. Proces weryfikacji tych naukowych przypuszczeń przeprowadziłem na dwóch płaszczyznach: z osobna dla każdego z czterech podmiotów mających zarejestrowane listy kandydatów w tych trzech elekcjach i dla wszystkich komitetów łącznie. Obie hipotezy zostały przyjęte w sposób częściowy, do czego przyczyniła się komparatystyka wyników Lewicy i PSL. Szczególnie należy zwrócić uwagę na wysoki poziom efektu lidera PSL z 2019 r. (30,12%). Zestawienie takiego rezultatu z wydarzeniami z przebiegu kampanii, liczbą uzyskanych przez ten komitet głosów oraz wynikami innych

ogólnopolskich sondaży doprowadziły do wniosku, że gdyby nie postawa prezesa PSL Władysława Kosiniaka-Kamysza, to wynik tego komitetu byłby znacznie niższy od tego uzyskanego w rzeczywistości. Trudno jednak precyzyjnie oszacować jaka byłaby to różnica.

Rozdział czwarty zatytułowałem „Wielkie debaty telewizyjne w preferencjach polskiego elektoratu”. Ze względu na istotność dla przedmiotowych dociekań pojęcia „wielka debata telewizyjna” dokonałem konceptualizacji tejże kategorii, ale również uznałem za konieczne prezentację niniejszej problematyki w ujęciu historycznym. W tym badaniu wziąłem pod uwagę rozkład preferencji z wyników pięciu ogólnopolskich badań, realizowanych przez zespół, w pracach którego partycypowałem. W badaniu ankietowani wyrażali swój stosunek do stwierdzenia: „Telewizyjne debaty liderów dwóch największych partii powinny stać się obowiązkowym elementem każdej kampanii wyborczej”. Głównym celem takich wysiłków badawczych była weryfikacja następującej hipotezy: organizacją debat telewizyjnych liderów dwóch największych partii są bardziej zainteresowani wyborcy popierający dwie największe partie niż wyborcy pozostałych komitetów. Z tego też względu postanowiłem dokonać pomiaru tychże preferencji w dwóch grupach: wyborców PiS i PO/KO oraz elektoratów pozostałych podmiotów. Uzyskane wyniki uprawniały do wniosku o pozytywnej weryfikacji hipotezy. Chciałbym również zwrócić uwagę na ważną korelację, bowiem w latach, w których przeprowadzono ogólnopolskie wybory, wartości indeksu dla dwóch największych partii łącznie były wyższe niż w okresach niewyborczych.

W **rozdziale piątym** pt. „Relacjonowanie sprezydencjalizowane w serwisach informacyjnych stacji telewizyjnych” zaprezentowałem wyniki analiz treści programów informacyjnych Fakty TVN i Wiadomości TVP z okresu czterech kampanii z lat 2005–2015. Miało to na celu weryfikację dwóch hipotez badawczych. Odkryłem, że poziom relacjonowania sprezydencjalizowanego nie wzrastał systematycznie z kampanii na kampanię. W czterech z pięciu płaszczyzn analizy najwyższe wartości wskaźników osiągnięto w przypadku 2011 r. dzięki czemu mogę sformułować wniosek, że spośród wszystkich przeanalizowanych kampanii parlamentarnych to właśnie ta z 2011 r. była najbardziej sprezydencjalizowana. To doprowadziło mnie do kolejnej ważnej konkluzji, że stopień sprezydencjalizacji relacji z przebiegu kampanii wyborczej jest przede wszystkim zależny od uwarunkowań kontekstowych, a nie trendów natury komunikacyjnej. To wyjaśnienie jest ważne z perspektywy poszerzania wiedzy o tym zjawisku w ramach przedmiotowej subdyscypliny.

Za zaskakujące uznaję wyniki badań porównawczych relacjonowania kampanii przez serwisy informacyjne stacji komercyjnej i publicznej. Można było przypuszczać, że to właśnie status nadawcy prywatnego bardziej sprzyja upodabnianiu się relacji z kampanii

parlamentarnych do prezydenckich. To naukowe przypuszczenie zostało przyjęte w trzech przypadkach. Jednak na jednej z pięciu płaszczyzn weryfikacji ta hipoteza została w pełni odrzucona, a na innej odrzucona w sposób częściowy. Odsetek czasu wypowiedzi głównych kandydatów okazał się wyższy dla serwisu nadawcy publicznego w trzech kampaniach (lata 2007–2015), co skłoniło do obalenia drugiej z hipotez na głównej płaszczyźnie weryfikacji. W przypadku proporcji wiadomości odnoszących się do liderów wyborczych dwóch największych partii w dwóch kampaniach wyższe wartości indeksu odnotowano dla programu stacji komercyjnej, a w dwóch dla serwisu telewizji publicznej. To zgodnie z przyjętymi kryteriami skłaniało do wniosku, że to naukowe przypuszczenie to należy przyjąć częściowo.

W rozdziale szóstym pt. „Relacjonowanie sprezydencjalizowane w kampanii 2019 r. Analiza porównawcza telewizyjnego serwisu informacyjnego i dziennika prasowego” skoncentrowałem się na innych mediach niż w poprzedniej części dysertacji. Wysoki poziom upartyjnięcia treści „Wiadomości” TVP w czasie kampanii w 2019 r. zasadniczo obiegał od standardów obecnych w latach 2005–2015 i uniemożliwiał kontynuowanie analizy komparatystycznej. Rozważania zaprezentowane w treści niniejszej części doprowadziły do podobnych konkluzji jak w rozdziale piątym, choć w 2019 r. odnotowano niższe natężenie prezydencjalizacji niż we wszystkich poprzednich kampaniach. Jednak warto zauważyć, że w tej części porównywałem ze sobą telewizyjny serwis informacyjny („Wydarzenia” Polsatu) i prasowy dziennik opinii („Rzeczpospolita”) odznaczające się wysokim poziomem neutralności, wyłącznie na przykładzie kampanii 2019 r. W oparciu o dokonania innych badaczy [Takens, van Atteveldt, Avan Hoff, Kleinnijenhuis 2013] sformułowałem hipotezę, że wyższy poziom prezydencjalizacji, na każdej z trzech płaszczyzn analizy, osiągnie informacyjny program telewizyjny. Wyniki badań pozwoliły na przyjęcie hipotezy dla dwóch płaszczyzn, zaś jednym przypadkiem (wywiady z głównymi kandydatami) hipoteza została częściowo odrzucona. Na marginesie zasadniczych rozważań warto jednak zwrócić uwagę na niski poziom wartości wskaźników prezydencjalizacji medialnej. Tutaj trzeba też mieć na względzie kontekst kampanii z 2019 r., kiedy dwa największe komitety dokonały prezydencjalizacji zastępczej [por. Kolczyński 2015] swoich ofert, nadając nieformalny status kandydatów na premiera osobom mającym dość ograniczony zakres władzy w swoich partiach.

Podsumowując, przedmiotowa książka stanowi istotny wkład w rozwój nauki o polityce. Ów wkład jest dostrzegalny zarówno na płaszczyznach teoretycznej, metodologicznej, jak i empirycznej. Zagadnieniom teoretycznym dedykowałem dwa rozdziały monografii, na kartach których dokonałem konceptualizacji kategorii, które wcześniej nie stanowiły wzmożonego zainteresowania teoretyków polityki. Za osiągnięcie

kluczowe uznaję wzmocnienie pojęcia prezydencjalizacja, a w tym opracowanie kompleksowej koncepcji prezydencjalizacji kampanii wyborczych. W tym aspekcie wykazałem podobieństwa i różnice pomiędzy prezydencjalizacją a personalizacją. Włączyłem się również do polemiki nad zasadnością posługiwania się terminem prezydencjalizacja, przedstawiając swoje argumenty na rzecz obrony naukowości tego terminu.

Za cenne **osiągnięcie teoretyczne** uważam modelowe ujęcie stylów kampanii wyborczych – prezydenckiego i parlamentarnego. W sposób kompleksowy dokonałem konceptualizacji terminów *Spietzennkandidate* (główny kandydat, lider wyborczy) oraz kandydat na premiera. Dotąd w polskim dyskursie terminy te nie wychodziły poza obszar publicystyki. Osobny podrozdział dedykowałem kategorii „wielka debaty telewizyjna”. Moje osiągnięcia natury teoretycznej z powodzeniem mogą służyć innym naukowcom do badań nie tylko personalizacji czy prezydencjalizacji, jak również mogą stanowić podstawę do formułowania dalszych koncepcji teoretycznych.

Na gruncie metodologicznym dostosowałem do potrzeb badawczych aparaturę pomiarową. Musiałem zmodyfikować część narzędzi adekwatnie do postawionych celów badawczych, a jedno z nich opracować od podstaw. Za autorskie uznaję narzędzie służące do porównywania natężenia prezydencjalizacji w treści telewizyjnego serwisu informacyjnego oraz dziennika opinii. To narzędzie z powodzeniem może być wykorzystywane przez innych badaczy, również do analizy zawartości portali informacyjnych.

W poczet **osiągnięć natury empirycznej** zaliczam wykonanie kompleksowych badań dotyczących efektu lidera, preferencji społecznych odnośnie do debat telewizyjnych, a przede wszystkim zmierzenie poziomu prezydencjalizacji telewizyjnych serwisów informacyjnych oraz treści dziennika opinii. W aspekcie badań nad prezydencjalizacją medialną za szczególnie istotny uważam wniosek podważający dotychczasowe naukowe przypuszczenia jakoby to komercyjny status medium bardziej sprzyjał upodabnianiu się kampanii parlamentarnych do prezydenckich. Dowiódł tego w szczególności przypadek z 2011 r., kiedy treść programu informacyjnego osiągnęła najwyższe dotąd wartości wskaźników prezydencjalizacji medialnej. Chciałbym, też uwypuklić, że upodabnianie się kampanii parlamentarnych do prezydenckich w treści serwisów informacyjnych zachodzi niemalże wyłącznie w zakresie czasu wypowiedzi głównych kandydatów. Jednak biorąc pod uwagę pozostałe wymiary prezydencjalizacji medialnej (np. prezentacje sondaży czy osoby małżonków ich małżonków) dochodzimy do wniosku, że natężenie tego procesu wykazywało wartości minimalne. Wszystkie zebrane w rozdziałach analitycznych wnioski prowadzą do nadrzędnej konkluzji, że poziom natężenia

prezydencjalizacji jest zależny przede wszystkim od kontekstu kampanii wyborczej, a nie od tendencji natury komunikacyjnej.

Książka ta posiada również **walory aplikacyjne**. Koncepcje teoretyczne, metodologia czy osiągnięcia natury empirycznej mogą być wykorzystywane nie tylko przez naukowców (politologów, komunikologów czy specjalistów od marketingu), ale również przez partie polityczne, kandydatów czy doradców politycznych – np. w zakresie projektowania czy implementowania strategii wyborczych.

2) **Cykl powiązanych tematycznie artykułów naukowych pt. „Personalizacja kampanii wyborczych pierwszego i drugiego rzędu w badaniach empirycznych”** (osiągnięcie z art. 219 ust. 1 pkt. 2b ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2021 r. poz. 478 z późn. zm.).

Przedmiotowy cykl składa się z 14 powiązanych ze sobą tematycznie artykułów, opublikowanych w czasopismach naukowych znajdujących się w wykazie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego:

- 1) Peszyński W. (2010), *Spoleczne oddziaływanie strategii tworzenia list wyborczych*, „Preferencje polityczne”, nr 1 s. 57–77.
- 2) Peszyński W., (2011), *Personalne aspekty rywalizacji wyborczej do Sejmu RP. Analiza zjawiska „jeżdżenia na gapę” na wybranych przykładach*. „Studia Wyborcze” tom 10, s. 47-68.
- 3) Peszyński W., (2011), *Kandydat czy partia? W poszukiwaniu determinant zachowań wyborczych elektoratu*, „Preferencje polityczne” nr 2, s. 227-248.
- 4) Peszyński W., (2012), *Personalizacja kampanii parlamentarnej w Polsce 2011 roku*, „Athenaeum Polskie Studia Politologiczne” nr 35, s. 62-77.
- 5) Peszyński W., (2012), *Personalizacja politycznych preferencji*, „Preferencje polityczne” nr 3, s. 175-194.
- 6) Peszyński W., (2013), *Prezydencjalizacja zachowań elektoratu w roku niewyborczym 2012*, „Political Preferences” nr 6, s. 75-90, DOI:10.6084/m9.figshare.841764.

- 7) Peszyński W., (2014), *Prezydencjalizacja zachowań elektoratu w 2013 roku na tle porównawczym z poprzednim sezonem „niewyborczym”*, „Political Preferences” nr 8, s. 11-28, DOI:10.6084/m9.figshare.1194838.
- 8) Peszyński W., (2015), *Strategie personalne w wyborach do Parlamentu Europejskiego 2014. Próba oceny efektywności polskich partii*, „Studia Wyborcze”, tom. 19, s. 31-52.
- 9) Peszyński W., (2016), *Prezydencjalizacja zachowań wyborczych w elekcji parlamentarnej w 2015 roku*, „Political Preferences” nr 12, s. 37-56. DOI:10.6084/m9.figshare.4128951.
- 10) Peszyński W., (2016), *Presidentialization of Parliamentary Election. The Case of Polish Election of 2015*, „Roczniki Nauk Społecznych” nr 1/(8)44, s. 87–106. DOI:10.18290/rns.2016.
- 11) Peszyński W., (2016), *Polish Presidential Election 2015 in the light of first and second order election conception*, „Political Preferences” nr 13, s. 57-72, DOI:10.6084/m9.figshare.4284638.
- 12) Peszyński W., (2019), *Presidentialization of Electorate’s Behavior in the Election to Voivodeship Sejmiks in 2018*, „Political Preferences” nr 24, s. 27-44, DOI:10.31261/polpre.2019.24.27-44.
- 13) Peszynski W., (2019), *Specyfika wyborów na urząd prezydenta Warszawy. Elekcja 2018 roku*, „Studia Wyborcze”, tom XXVIII, s. 75-96, DOI:10.26485/SW/2019/28/5.
- 14) Peszyński W., (2019), *Systemic preconditions of centralized personalization of the election campaign to the Polish Sejm*, „Atheaneum Political Science Studies”, nr 63 (3), s. 34–49, DOI:10.15804/athena.2019.63.03.

Personalizacja pierwszego rzędu dotyczy wyłącznie głównych kandydatów (liderów wyborczych). Personalizacja drugiego rzędu obejmuje z kolei wszystkich kandydatów [por. Andeweg, van Holsteyn 2012]. W literaturze przedmiotu częściej używa się terminów (odpowiednio) personalizacja scentralizowana i personalizacja zdecentralizowana [zob. Balmas, Rahat, Sheaffer, Shenhav 2014: 38–41], a klasyfikacja ta jest w swoim założeniu podobna do ustaleń poczynionych przez holenderskich uczonych [por. Andeweg, van Holsteyn 2012]. Z uwagi na to, że dominacja liderów partyjnych nad formami organizacyjnymi nadaje większego znaczenia rywalizacji o stanowisko szefa rządu, a nawet kreuje wrażenie o upodabnianiu się wyborów parlamentarnych do prezydenckich, jako synonimy personalizacji

pierwszego rzędu (scentralizowanej) można używać również takich terminów, jak *Prime Ministerialisation* [Dowding 2013] oraz prezydencjalizacja.

Planując ten cykl, postanowiłem się skoncentrować na kategoriach stanowiących integralne części fenomenu personalizacji kampanii wyborczych [zob. Karvonen 2010: 5-21]. Do takich zaliczyłem: determinanty związane z systemem politycznym, efekt lidera, debaty telewizyjne liderów dwóch największych partii, prezydencjalizację wewnętrzną, efekty funkcjonowania półotwartych list kandydatów w wyborach proporcjonalnych oraz analizy poszczególnych przypadków. Dlatego też w tymże cyklu silnie zostało wyeksponowane kryterium przedmiotowe.

Wykres 1.

Cykl artykułów personalizacja kampanii wyborczych pierwszego i drugiego rzędu w badaniach empirycznych



Źródło: opracowanie własne

Uwarunkowaniom prawnym w Polsce jest dedykowany artykuł, opublikowany w 2019 r. w numerze 63 periodyku „Atheaneum Polish Political Science”. Oceniając podatność przedmiotowego procesu na takie determinanty, wziąłem pod uwagę sześć czynników, z czego dwóm (pozycji premiera i systemowi wyborczemu), ze względu na ich istotność, nadałem podwójną wagę. Opracowałem narzędzie badawcze, za pomocą którego mierzyłem przynależność danej kategorii do zbioru w skali od 0 do 1. Do stworzenia takiej aparatury służącej pomiarowi podatności systemu politycznego na personalizację scentralizowaną zainspirowała mnie propozycja autorstwa Johna Downeya i Jamesa Stanyera [2010]. W efekcie kilku modyfikacji (przede wszystkim usunięcia istotnego mankamentu) powstał zespół wskaźników, służący pomiarowi podatności danego państwa na personalizację, które przetestowałem na znanym mi polskim gruncie.

Wpływ uwarunkowań systemowych na personalizację scentralizowaną wyborów do Sejmu oceniłem jako średni (4,1 w skali od 0 do 8,0). Zasada proporcjonalności wyborów do Sejmu jest racjonalizowana przez ustawowe progi reprezentacji, metodę ustalania wyników wyborów (D'Hondta), jak również przez wielkość okręgów wyborczych. Dodatkowo czynnikiem sprzyjającym wzrostowi poziomu personalizacji scentralizowanej w polskich kampaniach parlamentarnych jest sposób finansowania partii politycznych, który przyczynił się do redukcji efektywnej liczby partii i wzmocnieniu pozycji ich przywódców wewnątrz organizacji. Wzrostowi poziomu personalizacji pierwszego stopnia nie sprzyja instytucja powszechnych i bezpośrednich wyborów Prezydenta RP. To powoduje, że zarówno uprawnieni do głosowania, media masowe, jak i podmioty polityki w znacznie mniejszym stopniu potrzebują ekwiwalentu w postaci prezydencjalizacji kampanii parlamentarnych niż w demokracjach, w których głową państwa jest dziedziczny monarcha lub prezydent powoływany przez parlament.

Na **efekt lidera** można mieć ogląd z przynajmniej dwóch perspektyw. Po pierwsze, wskazuje ona, dla ilu wyborców danego komitetu osoba głównego kandydata stanowiła najważniejszą determinantę decyzji o poparciu tego komitetu. Po wtóre, efekt lidera można identyfikować z różnicą między rezultatem uzyskanym przez partię z danym głównym kandydatem a potencjalnym rezultatem partii osiągniętym bez tego właśnie lidera wyborczego. Pięć artykułów, czyli najwięcej spośród wszystkich składających się na przedmiotowy cykl, dotyczy właśnie tego zagadnienia. Każdy z nich stanowił pokłosie ogólnopolskich badań elektoratu, w których skoncentrowałem na oddziaływaniu na zachowania wyborców osób posiadających nieformalny status głównego kandydata. Poziom efektu lidera mierzyłem w skali od 0 do 100. Kiedy teoretycznie wskaźnik ten osiągnie maksymalną wartość (100), oznacza to, że wszyscy wyborcy oddali głos na dany komitet ze względu na osobę lidera wyborczego. Wtedy stwierdza się pełną prezydencjalizację, równoznaczną z sytuacją, gdy zamiast powszechnego głosowania w wyborach parlamentarnych przeprowadza się wybory prezydenckie i rezultaty są dokładnie takie same. Natomiast jeśli efekt lidera osiągnie poziom 0, mamy do czynienia z całkowitym upartyjnieniem. W takiej konfiguracji wynik głosowania w wyborach prezydenckich byłby identyczny jak w parlamentarnych bez względu na to, którzy z kandydatów zostaliby nominowani przez swoje partie.

Pierwszy z takich pomiarów został przeprowadzony bezpośrednio po wyborach do Sejmu w 2011 r. Przeszło jedna czwarta wszystkich ankietowanych (25,55%) wskazała lidera wyborczego jako główną przyczynę udzielenia poparcia dla danego komitetu, 22,12% respondentów uznało zaś, że ich decyzja wyborcza stanowiła wyraz sprzeciwu wobec lidera

partii konkurencyjnej. Chciałbym nadmienić, że osobowość kandydata była najrzadziej wskazywaną przyczyną wyborczych decyzji (12,95%).

Cztery następne pomiary efektu lidera przeprowadziłem, prosząc respondentów o ustosunkowanie się do zawartego w ankiecie tego samego twierdzenia. Ankietowani nanosili odpowiedzi według pięciostopniowej skali Likerta [1932]. Dwa badania przeprowadziłem bezpośrednio po powszechnych głosowaniach, a dwa w latach, w których nie przeprowadzono ogólnopolskich wyborów. Na części z tych danych bazowałem w pracy nad książką na temat prezydencjalizacji, jednak posłużyły one do weryfikacji zupełnie innych hipotez.

Proporcjonalnie najwięcej ankietowanych identyfikowało partyjnego lidera z główną determinantą decyzji wyborczej w 2018 r., w elekcji do sejmików województw (25,93%). To stanowi świadectwo silnego oddziaływania kontekstu krajowego na zachowania głosujących w elekcjach regionalnych. Za niespodziewane należy uznać również rezultaty badań z 2015 r. dla organizacji silnie spersonifikowanych – mających w swoich oficjalnych nazwach nazwiska liderów. Osoby głosujące na takie podmioty w słabym stopniu identyfikowały liderów tych organizacji z determinantą swoich decyzji wyborczych.

Na podstawie analizy wszystkich rezultatów badań, w konfrontacji z wynikami innych sondaży, można sformułować główną konkluzję, że efekt lidera w przeważającej liczbie przypadków był kontrolowany przez afiliacje partyjne. Oznacza to, że wśród zadeklarowanych wyborców konkretnych organizacji było stosunkowo niewiele osób, które zagłosowałyby inaczej w przypadku, gdyby głównym kandydatem był ktoś inny.

Społecznej aprobacie dla **organizacji debat telewizyjnych liderów dwóch największych partii** poświęciłem rozważania na łamach czterech artykułów. Dwukrotnie o zasadność organizacji debat pytałem w latach „niewyborczych” 2012 i 2013, raz bezpośrednio po głosowaniu w wyborach do Sejmu i Senatu w 2015 r., a także bezpośrednio po drugiej turze wyborów samorządowych w 2018 r. W treści każdego z czterech kwestionariuszy ankiety pojawiło się tak samo brzmiące twierdzenie: „Telewizyjne debaty liderów dwóch największych partii powinny stać się obowiązkowym elementem każdej kampanii wyborczej”, a ankietowani ustosunkowywali się do niego, nanosząc odpowiedzi według skali Likerta [1932]. Na części z tych danych bazowałem w pracy nad książką na temat prezydencjalizacji, jednak posłużyły one do weryfikacji zupełnie innych hipotez.

Badania nad debatami telewizyjnymi pozwoliły na sformułowanie trzech wniosków. Po pierwsze, zawsze większość ankietowanych opowiadała się za implementacją proponowanego rozwiązania. Po drugie, relatywnie wysokie poparcie dla organizowania takich medialnych pojedynków odnotowywano również wśród elektoratu PiS, partii często niechętniej takim

formom wyborczej komunikacji, co unaoczniają postawy z kampanii z lat 2011, 2019, 2020 czy 2023. Po trzecie, zawsze wśród elektoratów „partii trzecich” przeważali zwolennicy obligatoryjności tego typu pojedynków, w których przecież główni kandydaci takich podmiotów mieliby bardzo ograniczone szanse na partycypację. Dotyczy to zwłaszcza SLD, bowiem wśród tej grupy wyborców bywało proporcjonalnie więcej zwolenników obligatoryjności debat niż wśród deklarujących poparcie dla PiS (lata 2012 i 2013).

W swoich badaniach poruszyłem też kwestię **prezydencjalizacji wewnętrznej**, czyli wpływu wyborów prezydenckich lub bezpośrednich wyborów premiera na elekcje do organów legislatywy. Temu zagadnieniu były dedykowane rozważania zamieszczone w dwóch numerach „Political Preferences” (nr 5 i 11). W kwestionariuszu ankiety stanowiącym narzędzie w ogólnopolskich badaniach elektoratu z 2011 r. umieszczone zostało sformułowane przeze mnie pytanie dotyczące propozycji zmiany reguł wyłaniania osoby premiera w Polsce. Za utrzymaniem dotychczasowych zasad opowiedziało się 32,12% badanych, a za bezpośrednimi wyborami szefa rządu 31,93% respondentów. Spośród badanej grupy 17,47% skłoniło się do wyboru wariantu polegającego na nominowaniu na premiera, z mocy prawa, głównego kandydata partii z największą liczbą głosów. Liczna grupa ankietowanych (18,47%) wyraziła w tej kwestii brak zdania. Łącznie za zamianą reguł kreowania stanowiska szefa rządu opowiedziało się 49,79% badanych. To jednak w żaden sposób nie mogło wpłynąć na rozpoczęcie publicznej dyskusji w przedmiotowym aspekcie, ponieważ zmianami reguł funkcjonujących w polskim porządku konstytucyjnym od początku istnienia III RP (i wcześniej) nie była i nie jest zainteresowana żadna z liczących się partii. Organizacje polityczne dostosowały się bowiem do prawnych reguł rywalizacji wyborczej. Dowodzi tego przede wszystkim brak poważniejszych kryzysów gabinetowych – zwłaszcza w latach 2007–2023. Nie ma więc potrzeby wdrażania takiej reformy, jak w Izraelu w latach 1996–2001, co również w Polsce mogłoby przynieść skutek odwrotny od zamierzonego.

W artykule pt. „Polish Presidential Election 2015 in the light of first and second order election conception” zbadłem także oddziaływanie wyborów prezydenckich na parlamentarne w 2015 r., w oparciu o czynniki jakościowe, jak i ilościowe. To doprowadziło mnie do wniosku o dużym wpływie elekcji prezydenckiej na wyniki uzyskane w wyborach do Sejmu przez PiS, Kukiz’15 i Zjednoczoną Lewicę. Na poczet tego artykułu stworzyłem narzędzie ułatwiające rozstrzygnięcie, czy dane wybory można zaliczyć do pierwszo czy drugorzędnych. W przypadku tym uwzględniłem sześć kryteriów: strategię programową, strategię kadrową, relacjonowanie kampanii w serwisach informacyjnych, działania kandydatów w mediach społecznościowych, frekwencję i wpływ wyników z wyborów prezydenckich na wyniki

głosowania w wyborach do Sejmu RP. Wartość każdego z tych wskaźników oceniłem w skali od 0 do 5, a następnie wyciągnąłem średnią. To narzędzie może być wykorzystane w rozstrzygnięciu o charakterze każdego wyborów w państwach demokratycznych.

Wyniki badań prowadzonych dla tego konkretnego przypadku potwierdziły, że wybory prezydenckie w Polsce, nawet traktowane przez większość partii w sposób zachowawczy (jak to miało miejsce w 2015 r.), mają pierwszorzędny charakter i silnie wpływają na kształt polskiej sceny politycznej. Trzeba mieć na względzie, że taka determinanta (istotne znaczenie wyborów prezydenckich w praktyce polskiego systemu politycznego) wpływa na niski poziom personalizacji scentralizowanej wyborów parlamentarnych.

Zagadnieniu prezydenccjalizacji wewnętrznej dedykowałem również rozważania umieszczone w artykule pt. „Specyfika wyborów na urząd prezydenta Warszawy. Elekcja 2018 roku” („Studia Wyborcze” t. 28). Tutaj zbadałem oddziaływanie wyborów prezydentów miast na wybory do rad miejskich w polskich miastach powyżej 500 tys., przez co chciałem uchwycić poziom specyfiki elekcji w stolicy na tle innych dużych ośrodków. Rozpatrzyłem również kwestię wpływu wyborów prezydentów miast na decyzję głosujących w elekcji do sejmików województw (w tych pięciu miastach). W tym aspekcie korzystałem głównie ze wskaźnika związku kandydata z zapleczem (WZKZ), którego autorem jest Adam Gendźwił [2008]. Wziąłem również pod uwagę poziom wyborczej partycypacji. Postawiona hipoteza o specyficznym charakterze wyborów na urząd prezydenta Warszawy została przyjęta częściowo. Na podstawie wyników badań ilościowych, jak również czynników jakościowych, stwierdziłem, że zachowania wyborcze głosujących w Warszawie nie miały charakteru wysoce unikatowego, a w dużej mierze były determinowane przez kontekst ogólnopolski. Jednak równolegle zauważyłem, że czynnikami zasadniczo odróżniającymi wybory prezydenta Warszawy od tych w innych dużych polskich miastach były ewidentnie wyższy poziom partycypacji w stolicy oraz większy wpływ na wyniki głosowania i wyborów do Sejmiku Województwa Mazowieckiego.

W aspekcie badań nad personalizacją drugiego rządu szczególnie zainteresowało mnie zagadnienie **praktycznych efektów funkcjonowania półotwartych list kandydatów** w polskich wyborach. Celem, który postawiłem sobie w artykule pt. „Społeczne oddziaływanie strategii tworzenia list wyborczych” było znalezienie odpowiedzi na następujące pytanie badawcze: czy przynależność do danego segmentu elektoratu predestynuje do głosowania na liderów list wyborczych? Skoncentrowałem się na zachowaniach elektoratu w wyborach do Sejmu w 2007 r. i do PE w 2009 r. Podstawę do rozwiązania tak sformułowanego problemu stanowiły rozkłady odpowiedzi na dwa pytania, zadane w ramach pierwszego ogólnopolskiego

badania „Preferencje polityczne”. Wyniki pozwalają na sformułowanie wniosku, że dwie grupy elektoratu wykazywały istotną skłonność do głosowania na kandydatów z numerami pierwszymi na listach. Po pierwsze, były to osoby z zawodowym wykształceniem. Po wtóre, takie zachowania wyborcze stały się charakterystyczne dla osób w najstarszego wiekowo segmentu badanych.

Rozkład deklaracji respondentów pod względem zachowań elektoratów poszczególnych partii oraz w segmentach geograficznych skonfrontowałem z własnymi obliczeniami na podstawie wyników głosowań powszechnych. Komparatystyka obu zbiorów danych doprowadziła do zaskakujących konkluzji. Według rozkładu preferencji widocznych w rezultatach tych badań najwyższy poziom głosowania na „jedyńki” w obu elekcjach wykazywał elektorat PSL, kiedy w rzeczywistości komitet ten cechował najniższy wskaźnik personalizacji partyjnej. Z wyników głosowań powszechnych było widoczne, że kandydaci z numerami pierwszymi na wyborczych listach otrzymywali najwięcej głosów w największych miastach Polski. Tymczasem z deklaracji ankietowanych wynikał zupełnie odwrotny wniosek.

Drugim artykułem był tekst pt. „Kandydat czy partia? W poszukiwaniu determinant zachowań wyborczych elektoratu”. Badania te były prowadzone w grudniu 2010 r., bezpośrednio po drugiej turze wyborów samorządowych. Tak jak rok wcześniej, skoncentrowałem się na głosowaniu na liderów list wyborczych, ale tym razem przedmiot stanowił rozkład preferencji badanych w aspekcie elekcji do sejmików województw. Podjęte wysiłki miały na celu znalezienie odpowiedzi na następujące pytanie badawcze: Które z aspektów – partyjne czy personalne – w większej mierze przyczyniają się do oddania głosu na daną listę kandydatów? Wyniki badań ankietowych skonfrontowałem również z własnymi obliczeniami na podstawie rzeczywistych rezultatów głosowań w wyborach do sejmików. Proces badawczy doprowadził do głównej konkluzji, że najczęściej to wyborcy PO kierowali się w swoich decyzjach osobą kandydata, zaś elektorat pozostałych podmiotów kształtował swoje preferencje przede wszystkim w oparciu o determinanty partyjne.

W artykule pt. „Personalne aspekty rywalizacji wyborczej do Sejmu RP. Analiza zjawiska ‘jeżdżenia na gapę’ na wybranych przykładach” zająłem się zagadnieniem uzyskiwania mandatów poselskich przez kandydatów z proporcjonalnie niskim odsetkiem głosów w skali listy, dzięki wysokiemu poparciu otrzymanej przez inną osobę. Takie zjawisko określiłem mianem „jeżdżenie na gapę”. Celem podjętej przeze mnie analizy było znalezienie odpowiedzi na dwa pytania badawcze: Czy występowanie „pasażerów na gapę” ujemnie wpływa na poziom rywalizacyjności polskich wyborów do Sejmu oraz czy występowanie tego zjawiska wymaga zmodyfikowania lub zmiany dotychczasowych zasad rywalizacji?

Analizowałem głosowania w wyborach do Sejmu w latach 2001–2007. Liczba przypadków, jak również poparcie otrzymane przez „pasażerów na gapę”, nie pozwoliło stwierdzić, że skala tego zjawiska negatywnie wpływa na rywalizacyjność wyborów do Sejmu RP. Tym samym nie zachodziły poważne przesłanki nakazujące zmodyfikować dotychczasowe zasady wyłaniania składu ważniejszej izby polskiego parlamentu.

W tekście pt. „Strategie personalne w wyborach do Parlamentu Europejskiego 2014. Próba oceny efektywności polskich partii” podjąłem się rozstrzygnięcia dylematu o wpływie składów list na rezultat wyborczy całego komitetu. Wyniki analizy doprowadziły do wniosku o najbardziej znaczącym wpływie składu list na wynik PO. Komitet ten zdobył w tej elekcji najwyższe poparcie, o 24 tys. wyższe niż PiS, do czego przyczyniła się optymalizacja strategii kadrowej. W przypadku zaś pozostałych czterech komitetów, które w tej elekcji wprowadziły swoich przedstawicieli do PE, kształty list wyborczych miał niewielki wpływ na ich wynik powszechnego głosowania.

W cyklu artykułów dedykowanych personalizacji pierwszego i drugiego rzędu znalazły się również publikacje stanowiące stricte **analizy przypadków konkretnych wyborów** parlamentarnych, a dokładnie elekcji z 2011 i 2015 r. Pierwszy z nich został opublikowany na łamach „Atheaneum Polskie Studia Politologiczne” nr 36. Był to efekt prac prowadzonych w ramach grantu nr 471-PSM (zob. Tabela 1). Podjęte w tym tekście badania miały służyć weryfikacji hipotezy o dominacji przywódców nad partyjnymi strukturami w 2011 r. Analizę tej parlamentarnej kampanii przeprowadziłem na trzech wymiarach personalizacji scentralizowanej: strategii komitetów wyborczych, medialnej oraz zachowań elektoratu. Strategie komitetów wyborczych analizowałem na podstawie treści reklam politycznych (audiowizualnych i wizualnych). Badania personalizacji medialnej prowadziłem na podstawie danych ilościowych z raportu Fundacji Batorego dotyczącego serwisów informacyjnych, ale brałem pod uwagę również czynniki jakościowe. O zachowaniach wyborczych względem głównych kandydatów partii rozstrzygałem na podstawie analizy komparatystycznej danych PKW. Przeprowadzony proces badawczy, na wszystkich płaszczyznach analizy, pozwolił przyjąć hipotezę o dominacji liderów wyborczych nad aparatami partii.

W tekście pt. „Presidentialisation of Parliamentary Election. The case of Polish election of 2015” za cel przyjąłem zbadanie stopnia upodobnienia się polskich wyborów do Sejmu do stylu prezydenckiego. Badaniem objęto okres czterech ostatnich tygodni kampanii. Analizę oparto na sześciu płaszczyznach: (1) cele wyborów (2) nominacje kandydatów, (3) główny produkt kampanii, (4) strategia wyborcza, (5) relacjonowanie kampanii przez środki społecznego przekazu oraz (6) figura przeciwnika. Przedwyborczy dyskurs analizowałem na

wybranych dziennikach opinii, wybranych portalach informacyjnych oraz na wydaniach telewizyjnych serwisów informacyjnych z okresu kampanii (nadawców publicznego i prywatnego). Największe natężenie personalizacji pierwszego rzędu odnotowano na płaszczyźnie strategii komitetów wyborczych, co bezpośrednio przełożyło się na relatywnie wysoki poziom personalizacji medialnej. Szczególnie na zachowania wyborców przełożył się przebieg debaty telewizyjnej, w której udział wzięło ośmioro liderów ogólnopolskich komitetów wyborczych. Jednakże kwestia obsady stanowiska premiera nie miała w tych wyborach znaczenia istotnego, zwłaszcza jeśli zestawimy to zagadnienie z poziomem prezydencjalizacji kampanii z 2011 r.

Podsumowując, zaprezentowany cykl artykułów stanowi cenny wkład - natury metodologicznej, teoretycznej czy empirycznej - do nauk o polityce i administracji. Za szczególne osiągnięcie **w aspekcie metodologicznym** uznaję stworzenie dwóch narzędzi badawczych. W obu przypadkach inspirowałem się dokonaniem innych badaczy jednak finalna wersja tych aparatów pomiarowych w zasadniczy sposób różni się od pierwowzorów. Pierwszy z instrumentów służy do mierzenia podatności uwarunkowań ustrojowych na personalizację scentralizowaną. Tutaj wzięto pod uwagę sześć zmiennych, z czego dwóm (pozycji premiera i systemowi wyborczemu) nadano podwójną wagę. Przynależność do zbioru oceniano w skali od 0 do 1, uwzględniając oczywiście udział częściowy. Łącznie podatność danego systemu mogła zostać oceniona w skali od 0 do 8. Zaproponowano pięciostopniową gradację (od stopnia bardzo słabego do bardzo mocnego), a o uzyskaniu konkretnego poziomu podatności decyduje osiągnięta wartość wskaźnika ilościowego. Takie narzędzie z powodzeniem może być wykorzystywane w badaniu stopnia podatności na personalizację scentralizowaną każdego systemu demokratycznego.

Drugie z opracowanych przeze mnie narzędzi ma za zadanie służyć rozstrzygnięciu kwestii czy dane wybory mają charakter bardziej pierwszo czy drugorzędnych. Zastosowano je w przypadku na podstawie podwójnej elekcji z 2015 r., aby rozstrzygnąć o poziomie wpływu wyborów prezydenckich na parlamentarne (prezydencjalizacja wewnętrzna). Jednak zastosowanie tej aparatury może mieć miejsce również w przypadku każdego z wyborów.

Fragmety przedmiotowego cyklu artykułów stanowiły też **wkład w rozwój teorii studiów wyborczych**. Szczególnie w tym aspekcie należy zwrócić uwagę na moją autorską kategorię pasażera na gapę, czyli deputowanego, który swój status zawdzięcza przede wszystkim wysokiemu poziomowi poparcia innej osoby z listy wyborczej. Koncepcję tę z powodzeniem można stosować przy badaniu systemów wyborczych opartych o półotwarte listy kandydatów. Ja poddałem ją empirycznej weryfikacji na podstawie wyników wyborów do

Sejmu z lat 2001–2007, co doprowadziło mnie do wniosku, że natężenie tego zjawiska jest niewysokie, przez co nie wymaga zmian reguł wyłaniania składu ważniejszej izby polskiego parlamentu.

Również pozostałe moje wnioski z analiz poświęconych zagadnieniu personalizacji zdecentralizowanej **przyczyniają się do rozwoju badań politologicznych** nad tym zjawiskiem. Na podstawie analizy zachowań polskiego elektoratu wyborach do Sejmu w 2007 r. i do Parlamentu Europejskiego w 2009 r. odkryłem korelację pomiędzy głosowaniem na liderów list wyborczych a przynależnością do konkretnych grup społecznych. Badania wyborów wykonane po wyborach do sejmików województw w 2010 r. pozwoliły mi odpowiedzieć na pytanie czy bardziej na decyzje elektoratów poszczególnych partii wpływają czynniki natury partyjnej czy personalnej. Z kolei szczegółowa analiza wyników głosowania do PE w 2014 r. doprowadziła mnie do wniosku, że odpowiednia optymalizacja strategii kadrowej jednej partii w istotny sposób przyczyniła się do zajęcia przez PO pierwszego miejsca w tejże elekcji.

Badania dedykowane analizie konkretnych przypadków stanowią kolejny dowód (po analizie treści serwisów informacyjnych) na to, że dotąd najbardziej spersonalizowana polska parlamentarna kampania wyborcza miała miejsce w 2011 r. Również wartościowy wkład stanowią wnioski z badań nad efektem lidera oraz preferencjami odnośnie debat telewizyjnych. Doszedłem do konkluzji, że efekt lidera w przeważającej liczbie przypadków jest kontrolowany przez afiliacje partyjne. Oznacza to, że poza nielicznymi wyjątkami wśród zadeklarowanych wyborców konkretnych organizacji było stosunkowo niewiele osób, które zagłosowałyby inaczej w przypadku, gdyby głównym kandydatem była inna osoba. W zakresie badań nad preferencjami społecznymi odnośnie do obligatoryjnego charakteru debat liderów dwóch największych partii za istotny należy uznać fakt, że w każdym z badań było wyraźnie więcej zwolenników niż przeciwników implementacji takiego pojedynku. Ten wniosek odnosi się nie tylko do całości, ale również elektoratów poszczególnych partii – zwłaszcza tych, których liderzy nie wzięliby udziału w takim pojedynku. Badania dotyczące debat telewizyjnych pozwoliły mi również na dostrzeżenie ważnej korelacji pomiędzy okresem badań (powyborczym w roku niewyborczym) a preferencjami elektoratów dwóch największych partii. W latach, w których miały miejsce wybory ogólnopolskie, wartości indeksu dla dwóch największych partii były proporcjonalnie wyższe niż w okresach niewyborczych.

Przedstawiony cykl ma znaczenie praktyczne i tym samym **walor wdrożeniowy**. Zaprezentowane na łamach tych artykułów koncepcje teoretyczne, metodologiczne oraz wyniki badań empirycznych mogą przydać się badaczom reprezentującym nauki społeczne czy

specjalistom od marketingu politycznego. Mogą być również wykorzystane w tworzeniu dokumentów natury taktycznej czy strategicznej przez podmioty uczestniczące w kampaniach wyborczych – zarówno na poziomach ogólnokrajowym, regionalnym czy lokalnym.

5. Informacja o wykazywaniu się istotną aktywnością naukową albo artystyczną realizowaną w więcej niż jednej uczelni, instytucji naukowej lub instytucji kultury, w szczególności zagranicznej.

Staż naukowy na Wydziale Nauk o Polityce i Administracji Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy (5–23 VI 2023 r.)

W dniach 5–6 VI 2023 r. zrealizowałem kwerendę w Bibliotece UKW. W dniu 13 VI 2023 r. partycypowałem seminarium, zorganizowanym przez opiekunkę stażu dr hab. Izabelę Kapsę prof. UKW, w obecności większości pracowników naukowych WNoPiA UKW. Swoje wystąpienie skoncentrowałem na prezentacji wniosków, do jakich doprowadził mnie proces przygotowania książki na temat prezydencjalizacji.

W drugim tygodniu stażu recenzowałem cztery teksty przekazane przez autorów do czasopisma „Świat Idei i Polityki”. W ostatnim dniu stażu przekazałem do czasopisma „Świat Idei i Polityki” swoją recenzję książki pt. „Umówmy się na Polskę, na łamach której kilkadziesiąt badaczy z kilku dyscyplin (m.in. prawo, nauki o polityce, socjologia) zaprezentowało propozycję nowej umowy społecznej – jako postulat zwiększenia efektywności instytucji władz centralnej i samorządowych w Polsce.

Przez cały okres pobytu w Bydgoszczy podejmowałem wysiłki nad przygotowaniem artykułu naukowego pt. „Candidate for Prime Minister. Conceptualization of categories”, który zamierzam przekazać do recenzji wydawniczej do czasopisma naukowego „Polish Political Science Review”.

6. Informacja o osiągnięciach dydaktycznych, organizacyjnych oraz popularyzujących naukę lub sztukę.

6.1 Otrzymane nagrody i wyróżnienia za działalność organizacyjną i dydaktyczną

W 2015 r. zakwalifikowałem się do ścisłego finału (3 uczestników) konkursu im. Aleksandra Rojszczaka, organizowanego przez Klub Stypendystów Fundacji na rzecz Nauki

Polskiej (Odolanów, 23 V 2015 r.). Nagroda ta jest przeznaczona dla młodych uczonych wyróżniających się humanistyczną postawą i umiejętnością przekraczania wąskich barier specjalizacji. W pierwszym etapie, w którym partycypowało 11 naukowców zdobyłem największą liczbę punktów. Zostałem doceniony nie tylko za efekty pracy naukowej, ale przede wszystkim za zaangażowanie i zaszczepianie pasji do aktywności społecznej studentom i wykładowcom UMK.

Za działalność organizacyjną na rzecz Uniwersytetu Mikołaja Kopernika (zwłaszcza mojego Wydziału), za lata 2014, 2016, 2017 i 2021, byłem nagradzany przez Rektora UMK wyróżnieniami. W latach 2017, 2018 i 2020 otrzymywałem nagrody od Prezydenta Miasta Torunia za zaangażowanie w toruńskie finały Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. W 2016 r. za pracę dydaktyczną otrzymałem nagrodę Dyrektor IV LO w Toruniu.

Na początku 2017 r. zostałem zwycięzcą dorocznego plebiscytu „Gazety Pomorskiej” na „Osobowość Roku” 2016 w Toruniu, w kategorii Samorządność i Społeczność Lokalna, uzyskując 733 głosy. Czytelnicy docenili moje zaangażowanie w WOŚP, Szlachetną Paczkę i inne akcje społeczne. W 2021 r. koordynowany przeze mnie projekt WNoPiB dla WOŚP otrzymał pierwszą nagrodę w prestiżowym plebiscyie „Gala Copernicana UMK”.

6.2 Efekty prowadzonych zajęć dydaktycznych

W okresie od X 2006 r. do VI 2023 r. przeprowadziłem 4925 godzin zajęć dydaktycznych (wykładów, ćwiczeń, konwersatoriów i laboratoriów). Zawsze staram się, aby moje zajęcia miały wymiar jak najbardziej praktyczny. Na ćwiczeniach i laboratoriach często studenci pracują metodą projektu, a opracowane strategie mają za zadanie wdrożyć w życie. Projekty te zazwyczaj dotyczą kwestii związanych z uczelnią, np. projekty strategii promocji Wydziału czy kół studenckich. Kilka z takich projektów przyniosło nadspodziewanie pozytywne efekty społeczne. Przykład stanowi akcja pt. „Rozejrzyj się, nie zasłaniaj”, mająca na celu ułatwienie osobom niepełnosprawnym oglądanie zawodów żużlowych. W 2017 r. ta akcja została wdrożona na wszystkich stadionach Speedway Ekstraligi.

W latach 2014–2020 prowadziłem seminaria licencjackie na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Dążyłem do tego, aby te zajęcia służyły rozwijaniu przez studentów swoich zainteresowań z zakresu komunikacji społecznej. Zawsze na moje seminaria było zdecydowanie więcej chętnych niż miejsc. Łącznie wypromowałem 51 licencjatów. Oprócz prac swoich seminarzystów zrecenzowałem dysertacje licencjackie i magisterskie 68 osób (dane z Archiwum Prac Dyplomowych UMK).

6.3 Nauczyciel w IV Liceum Ogólnokształcącym im. Tadeusza Kościuszki w Toruniu

Od października 2014 r. jestem zatrudniony na umowę o pracę w IV LO w Toruniu i prowadzę zajęcia z przedmiotu Wiedza o Społeczeństwie (w roku szkolnym 2019/2020 również Historia i Społeczeństwo). Od 2016 r. przygotowuję do egzaminu maturalnego z WOS, w których moi uczniowie każdego roku uzyskują wyniki wyraźnie wyższe od przeciętnej w skali ogólnopolskiej. Przykładowo w 2023 r. średnia w skali kraju wyniosła 42, a w IV LO w Toruniu 71 punktów. Tak jak w przypadku dydaktyki na UMK, również w IV LO staram się, aby moje lekcje miały wymiar praktyczny. Dzięki moim staraniom uczniowie mogą uczestniczyć jako publiczność w rozprawach karnych w sądach czy w sesjach Rady Miasta Torunia.

Angażuję się także w przygotowanie do olimpiad i konkursów przedmiotowych. W 2018 r. moja podopieczna wygrała regionalny etap „Ogólnopolskiego konkursu wiedzy o prawie wyborczym – Wybieram Wybory” i jako jedyna osoba z kujawsko-pomorskiego uczestniczyła w krajowym finale tej konkurencji (III 2018 r., siedziba PKW). Pomagam również w przygotowaniach reprezentantów Szkoły w turniejach debat oxfordzkich. W roku szkolnym 2022/2023 reprezentacja IV LO wygrała Kujawsko-Pomorską Ligę Debat. W roku 2019/2020 byłem opiekunem dwóch uczniów w programie „Humanisci na start” organizowanego przez Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

Koordynuję również współpracę z moim Wydziałem, ale nierzadko również z całym Uniwersytetem. Przykładem jest udział 168 uczniów IV LO w badaniu przeprowadzonym w ramach programu SONATA „W poszukiwaniu psychofizycznych i neuronalnych korelatów temporalnego czynnika g: percepcja kolejności bodźców a inteligencja ogólna”, realizowanym w 2019 r. przez Interdyscyplinarne Centrum Nowoczesnych Technologii UMK (kierownik projektu dr Monika Lewandowska). Ponadto z powodzeniem zachęcam wykładowców i ambitnych studentów z WNoPiB UMK do prowadzenia zajęć dla uczniów „Czwórki”.

6.4 Działalność w Polskim Towarzystwie Nauk Politycznych

W marcu 2009 r. zostałem wybrany do Zarządu o. Toruń PTNP. W latach 2009–2016 i 2019–2022 pełniłem funkcje skarbnika oddziału. Jednakże moja działalność nie ograniczała się wyłącznie do zbierania składek. Mam spory udział w organizacji przedsięwzięć o charakterze popularno-naukowym, zwłaszcza implementację projektu Toruńska Kawiarnia Politologiczna. To koncept mający na celu popularyzowanie rezultatów badań politologicznych wśród mieszkańców Torunia. Spotkania te zawsze odbywały się Centrum Sztuki Współczesnej, a było ich pięć: (1) 25.02.2010 r. – wykład prof. dr hab. Jerzego Borejszy pt. „*Granice naukowości historii współczesnej*”; (2) 22.03.2010 r. - wykład dr Iwony Massaki pt. „*Muzyka pamięci*”; (3)

15.02.2011 - wykład dra Dawida Bunikowskiego pt. „*Ingerencja prawa w sferę moralności*”;
(4) 16.11.2011, wykład dr Aleksandry Sekleckiej, pt. „*Socjotechniki kampanii wyborczych*”;
(5) 25.01.2012, wykład dra Marcina Czyżniewskiego pt. „*Vaclav Havel. Jak idealista czuł się w polityce*”)

W dniu 10 V 2016 r. wybrano mnie na prezesa o. Toruń PTNP. W tym okresie miałem duży wkład w organizację następujących przedsięwzięć o charakterze naukowym, popularno-naukowym oraz charytatywnym: (1) organizacja wykładu mgr Joanny Kobylskiej pt. „Mem internetowy jako gatunek publicystyki politycznej” (24 V 2016 r., Biblioteka WPiSM UMK) ; (2) delegat na Walny Zjazd Delegatów (sprawozdawczo-wyborczy) PTNP (Poznań, 23 IX 2016 r.); (3) Organizacja spotkania autorskiego z Maciejem Czarneckim, autorem książki „Dzieci Norwegii. O państwie (nad)opiekunycznym”, (7 X 2016 r., WPiSM UMK); (4) Organizacja wykładu prof. Leszka Balcerowicza pt. „Dobre i złe transformacje”, 6 III 2017 (Aula UMK); (5) Zbiórka darów rzeczowych dla mieszkańców Rytle uszkodzonych w nawałnicy z 11 VIII 2017 r. (dostarczone 30 VIII 2017 r.); (6) konferencja naukowa Wybory 2018. Polska i Świat (30 I 2019 r., Wydawnictwo Adam Marszałek), (7) delegat na Walny Zjazd Delegatów PTNP (Warszawa, 13 X 2017 r.), (8) Debata „Divided Europe. Shaping Brexit and Common Future” (z udziałem zastępcy ambasadora UK w Polsce) (5.03.2019, Klub Od Nowa Toruń) – we współpracy z Funduszem Wyszehradzkim (5 III 2019 r., Aula ACKiS OdNowa UMK); (9) założenie i administrowanie profilem oddziału na portalu Facebook.

W październiku 2010 r. opracowałem na prośbę prof. dr hab. Romana Bäckera (ówczesnego prezesa PTNP) projekt regulaminu sekcji badawczych PTNP. W listopadzie 2010 r. projekt ten został przyjęty z nielicznymi poprawkami. Byłem jednym z pomysłodawców powstania Sekcji Badań Wyborczych PTNP. W latach 2011–2014 pełniłem funkcję wiceprzewodniczącego tej sekcji. Pod patronatem tejże jednostki odbyły się dwie organizowane przeze mnie konferencje naukowe (dedykowane wyborom) oraz cztery ogólnopolskie badania preferencji, identyfikacji i postaw elektoratu w latach 2011–2014. Od 2015 r. jestem administratorem profilu tej sekcji na portalu społecznościowym Facebook.

6.5 Koordynator projektu charytatywnego WNoPiB dla WOŚP

Pod koniec 2011 r., razem z grupą studentów, postanowiliśmy zrealizować charytatywny projekt (wydziałowy turniej w piłkę nożną) w ramach XX Finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Nikt wtedy nie mógł przypuszczać, że koordynowane przeze mnie przedsięwzięcie przetrwa tyle lat i przyniesie takie pozytywne efekty. Przez 12 edycji zebraliśmy na leczenie ciężko chorych dzieci i seniorów przeszło 145 tys. zł. oraz kilkaset

litrów krwi. Obecnie WNoPiB dla WOŚP (w latach 2012-19 WOŚP na WPiSM) to turnieje sportowe czy e-sportowe, koncerty, zabawy taneczne, a przede wszystkim licytacje przedmiotów podarowanych przez znanych ludzi nauki, sportu czy kultury. Przy realizacji tego przedsięwzięcia mieliśmy i mamy zaszczyt współpracować z takimi osobami, jak Bartosz Frankowski (sędzia piłkarski FIFA i UEFA, jeden z arbitrow finalu Ligi Mistrzów w 2023 r.), Magdalena Fularczyk (mistrzyni olimpijska we wioślarstwie z 2016 r), Katarzyna Skowrońska-Dolata (mistrzyni Europy w siatkówce) czy Aneta Rygielska (wicemistrzyni Europy w boksie). Studenci, nie tylko ci zrzeszeni w kołach naukowych, partycypując w organizacji takich imprez, zdobywają cenne kompetencje niezwykle przydatne nie tylko na rynku pracy. Impreza ta stanowi ważny komponent strategii promocji WNoPiB UMK, ukazując tę jednostkę jako organizację społecznie odpowiedzialną. Za zaangażowanie w tym projekcie byłem wielokrotnie nagradzany (zob. punkt 6.1).

6.6 Koordynowanie innych akcji charytatywnych na WPiSM / WNoPiB UMK

Oprócz projektu WNoPiB dla WOŚP koordynowałem też kilka innych akcji charytatywnych prowadzonych na moim Wydziale. Wynikało to przede wszystkim z poczucia mojej wrażliwości, jak również z potrzeby zaszczepiania wśród studentów wysokiego poziomu kultury obywatelskiej. To także pozwala młodym ludziom zdobywać cenne doświadczenie. Będąc ze swoją ciężko chorą córką na oddziale Neurochirurgii CZD, poznałem dziewczynkę z podtoruńskiej wsi, cierpiącą na bardzo rzadką chorobę (zespół Crouzona). W dniu 14 VI 2014 r. na rzecz Oli zorganizowaliśmy, na największym stadionie piłkarskim w Toruniu, turniej charytatywny MundiaLO WPiSM. Do udziału w tym przedsięwzięciu udało się zaprosić Prezydenta Torunia, lokalne media, kluby sportowe czy znanych naukowców i sportowców.

W latach 2015–2017, ja i inne osoby zaangażowane w realizację projektu WOŚP na WPiSM, wsparliśmy swoimi działaniami grupę osób z Naszego Wydziału włączonych w inicjatywę Szlachetnej Paczki. Kupowaliśmy i zbieraliśmy dary, które następnie zostały przekazane potrzebującej rodzinie. Należy nadmienić, że kilka tygodni później osoby ze Szlachetnej Paczki angażowały się w projekt WOŚP. Do dziś mam olbrzymią satysfakcję, że dzięki mojej inicjatywie udało się połączyć potencjał tych dwóch organizacji.

W sierpniu 2017 r., poruszony efektami nawałnicy w Borach Tucholskich podjąłem się wysiłku zorganizowania pomocy dla poszkodowanych. Do udziału akcji „WPiSM dla Borów”, oprócz Kolegium Dziekańskiego WPiSM UMK, namówiłem członków Zarządu o. Toruń PTNP oraz dwa wydziałowe koła studenckie. Weszliśmy we współpracę ze Stowarzyszeniem na rzecz Dzieci i Młodzieży Rytla i okolic, a na rzecz podopiecznych tej organizacji zebraliśmy

kilkadziesiąt szkolnych wyprawek. Następnie do pomocy poszkodowanym przez żywioł udało mi się przekonać cenionego ekonomistę prof. Włodzimierza Karaszewskiego, który od lat pomaga potrzebującym organizując duże koncerty muzyczne. Zbiórka przeprowadzona podczas koncertu grupy Voo Voo w Auli UMK (9 XII 2017 r.) została przekazana na rzecz mieszkańców wsi Wielowiczek (gmina Sośno). Aktywnie włączyłem się w przygotowanie tego koncertu, darując na aukcję cenną rzecz (koszulkę Roberta Lewandowskiego). Z inicjatywy prof. Karaszewskiego przeprowadziliśmy na wszystkich wydziałach UMK również zbiórkę świąteczną, a dzięki hojności darczyńców przekazaliśmy każdemu mieszkańcowi Wielowiczka prezent, co na miejscu uczyniłem razem z ówczesną przewodniczącą Samorządu Studenckiego UMK.

W dniu rozpoczęcia rosyjskiej agresji na Ukrainę z mojej inicjatywy uruchomiono na WNoPiB UMK punkt zbiórki darów. Dzięki Urzędowi Miasta Torunia zostawały one przekazywane do szpitala w Łucku (miasto partnerskie Torunia) prowadzonego przez zakonne siostry Tereźjanki. Zbieraliśmy przede wszystkim materiały opatrunkowe, ale także latarki, powerbanki, odzież czy koce. W ramach pomocy uchodźcom przybywającym do Polski, udało mi się zaangażować w pomoc ukraińskich studentów. Te osoby jeździły ze mną na spotkania rodziców ukraińskich dzieci z dyrekcjami placówek edukacyjnych, pełniąc tam rolę tłumaczy. Następnie osoby te pomagały tym dzieciom oswoić się z nową sytuacją (np. pomagając w odrabianiu lekcji).

Z mojej inicjatywy ustawiono w holu Biblioteki WPiSM UMK pojemnik na korki od butelek. Środki ze sprzedaży nakrętek są przeznaczane na leczenie i rehabilitację podopiecznych Fundacji „Nasze Szczęścia” z gminy Łubianka. Akcja ta trwa od 2013 r. i do tej pory udało się zebrać kilkaset kilogramów tego surowca. Zapoznanie opinii publicznej z historią kilku podopiecznych fundacji sprawiło, że nakrętki systematycznie dostarczają nie tylko studenci i wykładowcy WPiSM UMK, ale także wiele osób spoza tej jednostki.

6.7 Współpraca z kołami naukowymi przy organizacji innych projektów studenckich

Przez cały okres pracy na stanowisku adiunkta mocno wspierałem projekty organizowane przez studentów zrzeszonych w SKN Klub Dziennikarza, Under Construction PR i we Stowarzyszeniu Jest Fajnie. Były to nie tylko akcje towarzyszące koordynowanym przeze mnie WNoPiB dla WOŚP czy Toruńskim Festiwalu Nauki i Sztuki. Studenci mogli zawsze liczyć na moje zaangażowanie przy organizacji takich wydarzeń, jak Bal Dziennikarza na Trawie, PIT – Pozytywnie Informujący Tramwaj czy różne, bardzo kreatywne akcje wiralowe autorstwa UC PR. Najbardziej pozytywnym skutkiem było to, że w 2012 r. grupa

studentów zainspirowanych moją aktywnością założyła Stowarzyszenie Jest Fajnie i przez kilka następnych lat realizowała bardzo pożyteczne projekty (nie tylko charytatywne).

6.8 Współpomysłodawca i współorganizator projektu „Polska Od Nowa”

Od 2018 r. na Wydziale Nauk o Polityce i Bezpieczeństwie UMK z powodzeniem realizowany jest projekt „Świat Od Nowa”, w ramach którego zapraszani są specjaliści od polityki międzynarodowej. W 2023 r. razem z dr hab. Marią Winclawską prof. UMK postanowiliśmy rozszerzyć ten projekt na grunt Polski. W klubie Od Nowa organizujemy spotkania, aby porozmawiać o polskiej polityce w sposób merytoryczny, bez zbędnych negatywnych emocji. Przyczynkiem do tych dyskusji są książki napisane przez znane osoby, uważane za ludzi dialogu. W dniu 11 V 2023 r. gościliśmy prof. dr. hab. Antoniego Dudka, a 13 VI 2023 r. red. Piotra Witwickiego. W dniu 4 X 2023 r. deliberowaliśmy z prezydentem Aleksandrem Kwaśniewskim o jego najnowszej książce. Dotychczas spotkania te legitymowały się sporym zainteresowaniem i wysokim poziomem aktywności publiczności. Dotyczy to zwłaszcza spotkania z byłym prezydentem RP, w którym duża sala w klubie Od Nowa została wypełniona do ostatniego miejsca. W dniu 15 XI 2023 r. gościem „Polski Od Nowa” był redaktor Kamil Dziubka.

6.9 Praca w zespołach przy Rektorze UMK

W III 2017 r. Rektor UMK prof. dr hab. Andrzej Tretyn powołał mnie do zespołu, którego zadaniem było wypracowanie nowej koncepcji „Głosu Uczelni”, czasopisma UMK. Zadaniem, jakie powierzono mojej osobie, było opracowanie planu komunikacji i promocji tego czasopisma. Opracowany przeze mnie koncept, po uwzględnieniu uwag pozostałych członków zespołu, stał się integralną częścią raportu. Raport ten stał się przedmiotem posiedzenia Kolegium Rektorskiego, a znaczna część jego wniosków została implementowana w życie.

Aktywna postawa w zespole ds. „Głosu Uczelni UMK” zaowocowała powołaniem mojej osoby do Rady Mediów UMK. Do tego gremium zostałem nominowany przez Dziekana WPiSM UMK, w 2018 r. jako reprezentant tej jednostki. Razem z innymi osobami zasiadającymi w tym gremium udało nam się wypracować koncepcję unowocześnienia i uproszczenia system komunikacji wewnętrznej i promocji UMK.

W kwietniu 2016 r. zostałem wydelegowany przez Rektora UMK do obserwacji przebiegu egzaminu maturalnego z przedmiotu Wiedza o Społeczeństwie w II LO w Toruniu (10 V 2016 r.).

6.10 Współzałożyciel i administrator profilu Wydziału Politologii i Studiów Międzynarodowych UMK na portalu społecznościowym Facebook

W połowie 2012 r. wraz z innym adiunktem założyliśmy stronę WPiSM na portalu społecznościowym Facebook. Administrowany przeze mnie i dra Mariusza Popławskiego fanpage odznaczał się wysokim poziomem zainteresowania użytkowników, o czym świadczyła druga lokata wśród wszystkich wydziałów UMK pod względem liczby obserwujących. We wrześniu 2019 r. przekazaliśmy prowadzenie tego portalu innym osobom.

6.11 Wydziałowy koordynator Toruńskiego Festiwalu Nauki i Sztuki UMK (edycje 2011–2017)

Pod koniec 2010 r. Dziekan WPiSM powierzył mi rolę koordynatora wydziałowego ds. organizacji TFNiS. Do moich obowiązków należało zachęcanie społeczności wydziału do zgłaszania imprez, lobbowanie za tymi kandydaturami wśród kapituły Festiwalu, jak również pomoc w ich organizacji. Na początku mojej kadencji w programie Festiwalu znajdowała się jedno wydarzenie wydziałowe, pod koniec było ich cztery a nawet pięć.

6.12 Wykładowca na Uniwersytetach Trzeciego Wieku, na Uniwersytecie Młodych UMK i na studiach podyplomowych

W latach 2014–2016 prowadziłem zajęcia na uniwersytetach trzeciego wieku – w Toruniu i w Ciechocinku. Były to wykłady o tematyce wyborczej, na których koncentrowałem się przede wszystkim na kwestiach ustalania wyniku wyborów (dla wielu starszych osób to kwestia niejasna). Ta działalność (*pro publico bono*) dostarczała mi wiele satysfakcji, bowiem obserwowałem, jak ludzie będący na emeryturze dbają o swoją aktywność intelektualną.

W roku akademickim 2014/2015 koordynowałem na WPiSM UMK organizację projektu Uniwersytet Młodych (realizowanego przez Fundację Amicus) oraz w soboty prowadziłem zajęcia z uczestnikami tego kursu (uczniowie gimnazjum).

W 2009 r. współtworzyłem studia podyplomowe „Komunikacja i Public Relations” (finansowane ze środków Funduszu Norweskiego). W ramach tego projektu prowadziłem zajęcia z dyrektorami wydziałów oraz pracownikami Urzędu Miasta Torunia.

6.13 Trener w szkoleniach centralnych dla Pracowników i Urzędników Korpusu Służby Cywilnej RP, organizowanych przez Kancelarię Prezesa Rady Ministrów RP

W latach 2010–2012 współpracowałem z Fundacją Inicjatyw Społecznych z Olsztyna w zakresie prowadzenia szkoleń centralnych dla urzędników i pracowników Korpusu Służby Cywilnej RP. Przez cały październik 2010 r., w Warszawie, prowadziłem kurs pt. „Lobbing i inne formy wywierania wpływu grup interesu na proces decyzyjny w administracji rządowej oraz proces stanowienia prawa”. W miesiącach IX–XI 2011 r. prowadziłem kursy pt. „Służebność korpusu służby cywilnej a prawne i etyczne obowiązki członków korpusu służby cywilnej” (Warszawa, Poznań i Łódź). Moja praca została dobrze oceniona przez uczestników kursu, o czym świadczyły wyniki ankiet.

6.14 Popularyzowanie wiedzy naukowej z zakresu politologii podczas przedsięwzięć innych niż konferencje naukowe

Przykładam również duże znaczenie do popularyzowania wiedzy politologicznej poza murami Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, przy okazji dbając o dobre relacje Wydziału Nauk o Polityce i Bezpieczeństwie z interesariuszami. W latach 2008–2011 reprezentowałem toruńską politologię w ramach Dni Edukacji w Sztumie, organizowanych przez burmistrza tego miasta. W każdej z tych czterech konferencji miałem wykład o tematyce wyborczej. W dniu 22 XI 2013 r. partycypowałem w debacie „Cisza Wyborcza, za i przeciw”, która została zorganizowana przez Centrum Studiów Wyborczych WPiA UMK w Toruniu. Moim polemistą był prof. UG dr hab. Piotr Uziębło.

Dwukrotnie (IV i XI 2019 r.) byłem gościem spotkań z cyklu „Świat Od Nowa”, gdzie razem z dr Marią Winclawską miałem okazję dyskutować na temat (odpowiednio) partii politycznych oraz wynikach polskich wyborów parlamentarnych. Brałem udział w przedsięwzięciu „SPiNaj naukę” organizowaną przez Młyn Wiedzy w Toruniu (instytucja analogiczna do Centrum Nauki Kopernik), w dniach 8–12 XI 2022 r. W ostatnim dniu tego wydarzenia naukowego przedstawiłem wykład pt. „Psychologia wyboru – dlaczego głosujemy na konkretnych kandydatów”. W dniu 8 II 2023 r. pełniłem rolę eksperta podczas „Obywatelskiej Konferencji Wyborczej o wyborach i potrzebie reform”, organizowanym przez Stowarzyszenie Obywatelski Toruń. W wydarzeniu tym uczestniczyli naukowcy, czołowi politycy najważniejszych opcji w państwie, działacze lokalni oraz przedstawiciele organizacji pozarządowych. Podczas panelu dla naukowców przedstawiłem referat o specyfice systemu wyborczego do Sejmu RP. W 2019 r. w „Głosie Uczelni” ukazał się mój artykuł „Wycieczka

do wnętrza kampanii, czyli wyborcza kuchnia”. W ten sposób chciałem pokazać komponenty kampanii wyborczych, niewidoczne choćby w relacjach mediów masowych.

W dniu 9 XI 2023 r., w Szczecinie, wygłosiłem wykład na temat prezydencjalizacji zorganizowany przez Pracownię Badań Wyborczych Usz, co było związane z promocją mojej książki. Wśród słuchaczy znaleźli się nie tylko studenci i pracownicy Instytutu Nauk o Polityce i Bezpieczeństwie Usz, ale także słuchacze na co dzień niezwiązani z tą uczelnią.

6.15 Wywiady i opinie dla mediów ogólnopolskich, regionalnych i lokalnych

Rezultaty podejmowanych badań w obszarze nauk o polityce udostępniałem nie tylko w postaci monografii czy artykułów naukowych. Staralem i staram się również systematycznie dzielić tymi wynikami z opinią publiczną. Z tego też względu w miarę możliwości czasowych przyjmuję zaproszenia dziennikarzy to udziału w wywiadach, audycjach czy artykułach prasowych. Partycypowałem w wielu produkcjach realizowanych zarówno przez redakcje ogólnopolskie, jak i te o charakterze regionalnym czy lokalnym. Brałem udział w audycjach takich stacji, jak TVP Info, Polskie Radio program 1, TVN 24, TVN 24 BiŚ, Polsat News, TOK FM, RMF FM, TVP 3 Bydgoszcz, Radio PiK, Radio Gra, Melo Radio Toruń czy TVK Toruń. Moje obszernie opinie były umieszczane również na łamach takich gazet i portali, jak: Interia.pl, 5Kółek, Tylko Toruń czy Oto Torun.pl. Udzielałem wywiadom takim tytułom, jak „Gazeta Wyborcza”, „Gazeta Prawna”, „Tygodnik Przegląd”, „Gazeta Pomorska” czy „Nowości”.

6.16 Organizacja konferencji naukowych

Dotychczas partycypowałem w 23 komitetach organizacyjnych konferencji i seminariów naukowych. W większości przypadków byłem sekretarzem, co dotyczyło np. dorocznej konferencji „Nowe media” (lata 2007–2013) organizowanej przez Katedrę Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UMK, jak również trzech (moich autorskich) konferencjach dedykowanych wyborom (nie tylko w Polsce) w latach 2009–2011. W 2019 r. dwukrotnie pełniłem funkcję przewodniczącego komitetów organizacyjnych. Pierwszy raz dotyczył Seminarium Polish Political Science Yearbook oraz PTNP o. Toruń, pt. „Wybory 2018. Polska i Świat”. Drugi raz to było seminarium pt. „Divided Europe. Shaping Brexit and Common Future” (z udziałem zastępcy ambasadora Zjednoczonego Królestwa w Polsce), które jako PTNP Toruń współorganizowaliśmy razem z Funduszem Wyszehradzkim.

6.17 Współpraca ze środowiskiem zewnętrznym (publicznym i gospodarczym)

W latach 2013–2014 byłem członkiem zespołu MediaLab (przy WPiSM UMK), nastawionego na realizowanie projektów z zakresu komunikacji społecznej dla podmiotów zewnętrznych. W ramach tego zespołu wykonaliśmy badania zlecone przez Prezydenta Miasta Torunia pt. „Analiza stron internetowych Urzędu Miasta Torunia oraz stron finansowanych i współfinansowanych przez miasto Toruń” (VII 2013). W 2013 r. uczestniczyłem w pracach zespołu doradczego przy pełnomocniku Prezydenta Miasta Torunia ds. Promocji. W listopadzie 2011 r. odbywałem płatny staż w dziale HR koncernu farmaceutycznego Neuca, w ramach programu „SPIN – Spójność Przedsiębiorczości i Nauki” (8.2.1 PO KL). Efektem tego stażu było m.in. opracowanie przeze mnie projektu nowego kodeksu etyki tejże organizacji. W 2016 r., jako opiekun z kadry dydaktycznej nadzorowałem badania, jakie studenci SKN Klub Dziennikarza prowadzili dla wchodzącego na rynek klubu Kotłownia 2.0.

W 2014 r., na zamówienie regionalnych dzienników, wykonałem dwie ekspertyzy - prognozy mandatów w wyborach samorządowych. Pierwsza dotyczyła Rady Miasta Torunia i ukazała się w „Nowościach” 5 IX. Druga to symulacja dedykowana elekcji do Sejmiku Województwa Kujawsko-Pomorskiego i została opublikowana w „Gazecie Pomorskiej” 19 IX.

7 Inne informacje, ważne z punktu widzenia kariery zawodowej.

Oprócz osiągnięć naukowych zaprezentowanych w punkcie czwartym posiadam również inne istotne dokonania. Wymienianie ich zacznę od **artykułów dotyczących personalizacji kampanii wyborczych** (zarówno pierwszego, jak i drugiego rzędu), opublikowanych jako rozdziały w monografiach naukowych. W dwóch tekstach (opublikowanych jako rozdziały w książkach) skoncentrowałem się na prezydenjalizacji wewnętrznej wyborów samorządowych na przykładzie miast na prawach powiatu grodzkiego w kujawsko-pomorskim, w latach 2010 i 2014. Technikami wykorzystanymi w badaniu była ilościowa analiza zastanych danych statystycznych (wyników głosowania w wyborach do rad miast oraz w pierwszych turach wyborów prezydentów), wspomagana przez analizę dyskursu. W obu przypadkach rezultaty procesu badawczego dały możliwość przyjęcia hipotezy o zdominowaniu elekcji do organów uchwałodawczych przez wybory prezydentów miast, choć w 2010 r. poziom tej dominacji był wyraźnie wyższy niż w 2014 r.

Strategiom kadrowym komitetów wyborczych poświęciłem łącznie sześć tekstów. Te publikacje traktowały o efektywności doboru kandydatów na listy wyborcze polskich komitetów w elekcjach do Sejmu i Senatu jak i do PE w latach 2007–2011. Rozważania te

można sprowadzić do konkluzji, że składy list wyborczych mają większy wpływ na wynik komitetów w elekcjach do PE niż w wyborach do Sejmu, choć obu w rodzajach wyborów poziom tego oddziaływania odznacza się relatywnie niskimi rozmiarami.

Oprócz monografii, która w niniejszym wniosku stanowi jedno z dwóch moich głównych osiągnięć, **mam w swoim dorobku także dwie inne książki. Publikacja pt. „Pierwsze wybory do Parlamentu Europejskiego w Polsce”**, na łamach której podjąłem się rozwiązania problemu badawczego osadzonego w teorii *second order election* Karlheinz Reifa i Hermana Schmitta [1980]. Książka ta ukazała się na rynku wydawniczym trzy lata przed uzyskaniem przeze mnie stopnia naukowego doktora. Warto jednak wspomnieć o niej, bowiem do dziś pozostaje ona najbardziej obszernym źródłem wiedzy na temat przebiegu kampanii i wyników polskich, historycznych, wyborów do PE z 2004 r. Jakość efektów podjętych przeze mnie wysiłków badawczych została potwierdzona za sprawą wartości wskaźnika Google Scholar, bowiem to najbardziej cytowana z wszystkich moich publikacji.

Książka pt. „Walka na spoty po polsku. Przypadek kampanii parlamentarnych z lat 2001–2007” stanowi pokłosie mojej rozprawy doktorskiej, jednak w porównaniu z tą dysertacją jej treść została znacząco zmieniona. To praca politologiczna, wpisująca się w kanon badań odnoszących się do marketingu politycznego, komunikacji politycznej oraz studiów nad prawem wyborczym. Przystępując do przygotowania przedmiotowej publikacji, zauważyłem, że na rynku wydawniczym dominowały prace traktujące o reklamie wyborczej w kampaniach prezydenckich, a w przypadku parlamentarnych występowała znacząca luka. Z perspektywy czasu nadal mogę stwierdzić, że w sporej mierze udało mi skutecznie wypełnić tę lukę. W treści książki podjąłem się weryfikacji czterech hipotez badawczych, które odpowiadały poszczególnym funkcjom reklamy politycznej: informowanie na temat postulatów programowych, prezentację kandydatów partii, atakowanie politycznych konkurentów i wpływanie na kształt przedwyborczej debaty.

Książka „Walka na spoty po polsku” stanowi obszerne studium porównawcze dyskursu reklamowego, której przedmiot badania stanowiły aż trzy parlamentarne kampanie wyborcze. Sprostąłem wyzwaniu, dokonując analizy obszernego materiału badawczego, w poczet którego zaliczyłem bezpłatne audycje komitetów wyborczych, spoty telewizyjne. Jako główne osiągnięcie natury teoretycznej uważam dokonanie autorskiej, wielopłaszczyznowej, klasyfikacji telewizyjnych reklam politycznych. W aspekcie empirycznym dokonałem badań nad oddziaływaniem spotów na dyskurs medialny (na podstawie analizy treści trzech dzienników opinii), co stanowiło pierwszą i dotąd jedyną taką próbę na gruncie polskich badań politologicznych. Za osiągnięcie natury empirycznej traktuję również dokonanie

szczegółowych analiz treści komunikatów reklamowych pod kątem personalizacji, prezentacji programu partii oraz wykorzystywania tych narzędzi w kampanii negatywnej. W zakończeniu zawarłem fragment dotyczący możliwości ustaleń teoretycznych i wyników badań, co miało zainspirować innych naukowców do pracy w przedmiocie dyskursu reklamowego. Również dzięki temu przedmiotowe opracowanie posiada walory aplikacyjne do przez uczestników wyborczych rywalizacji.

Oprócz tego, że mam w swoim dorobku trzy monografie, **jestem współredaktorem pięciu książek**. Cztery z tych publikacji dotyczą analizy marketingowej polskich kampanii wyborczych (w latach 2009–2011), a jedna zaś odnosi się do politycznych aspektów nowych mediów. W czterech z tych publikacji znajdują się artykuły mojego autorstwa.

Razem z prof. dr hab. Łukaszem Tomczakiem (USz) podjęliśmy badania na praktyką funkcjonowania zasady proporcjonalności polskich wyborów. W 2022 r. na łamach „Przeglądu Prawa Konstytucyjnego” opublikowany został nasz **artykuł pt. „Konstytucyjna zasada proporcjonalności wyborów a wielkość okręgu i metoda podziału mandatów. Symulacja zmiany parametrów na przykładzie głosowania w wyborach do Sejmu RP”**. Naszym celem było znalezienie odpowiedzi na pytanie, który z czynników bardziej wpływa na wzrost proporcjonalności systemu wyborczego – zmniejszenie liczby okręgów czy zmiana formuły wyborczej? **Wyniki przeprowadzonego badania okazały się dość zaskakujące, bowiem znając wcześniejsze ustalenia specjalistów przypuszczaliśmy, że zmniejszenie liczby okręgów bardziej wpłynie na poziom proporcjonalności. Tymczasem wartości indeksu w obu wariatach symulacji, dla każdej z pięciu analizowanych elekcji, były niemalże identyczne**. W tym artykule wykazaliśmy, że skuteczność polskiego systemu wyborczego do Sejmu (a co jest tego pochodną stabilność systemu politycznego) opiera się na konfiguracji trzech elementów: klauzulach zaporowych, formule wyborczej i podziałowi państwa na okręgi. Kiedy jednak dokonamy modyfikacji jednego z tych komponentów, to poziom proporcjonalności wyborów wyraźnie wzrasta, co przełoży się na większe trudności w wyłonieniu bezwzględnej większości.

W artykule pt. **„Sondaże w kampanii prezydenckiej 2010 roku”** („Studia Wyborcze”, tom X) wraz z dr Aleksandrą Seklecką zidentyfikowaliśmy przyczyny rozbieżności pomiędzy wynikami badań sondaży publikowanych w trakcie kampanii a rezultatami powszechnych głosowań z 20 VI i 4 VII 2010 r.

W tekście pt. **„Polish Election to the European Parliament in 2009 at Regional Level. The Analysis of Competition on Kuyavian-Pomeranian Voivodeship”**, zamieszczonym w “Polish Political Science Yearbook” dokonałem analizy organizacji,

przebiegu i (zwłaszcza) efektów kampanii wyborczej do PE w 2009 r. w okręgu nr 2 (woj. kujawsko-pomorskie).

Rozważania zamieszczone w tekście **pt. „Produkt polityczny”** (rozdział w książce pod redakcją Małgorzaty Adamik-Szysiak i Wojciecha Magusia) **stanowią wkład w teoretyczny w aspekcie konceptualizacji wymienionej w tytule kategorii.** Co dla mnie ważne, opracowanie to stało się jedną z inspiracji dla dra Karola Zajdowskiego, autora monografii pt. „Marketing produktu politycznego”.

W artykule **pt. „Polskie doradztwo wyborcze na drodze amerykanizacji”** („Roczniki Nauk Społecznych” z 2014 r.) przeanalizowałem pracę polskich konsultantów wyborczych pod kątem występowania komponentów typowych dla metod stosowanych w amerykańskich kampaniach wyborczych. Badania te przeprowadziłem na sześciu płaszczyznach. **To pozwoliło mi na sformułowanie wniosku o postępującym procesie amerykanizacji polskiego doradztwa. Jednak równolegle specyfika pracy tych konsultantów stała się zbieżna zachodnioeuropejskim stylem kampanii wyborczych.**

Oprócz prac pozostających w nurcie badań nad wyborami, mam w swoim dorobku naukowym artykuły dotyczące partii politycznych czy relacji sportu z polityką. Dawniej swoje zainteresowania naukowe koncentrowałem na partiach politycznych, zwłaszcza na przypadku SLD. Partii tej poświęciłem kilka artykułów, które ukazały się głównie w książkach pod redakcją. Staram się również przenosić na grunt naukowy swoją pasję, jaką jest sport, a konkretnie relacje sportu z polityką. Też problematyce poświęciłem dotychczas trzy artykuły (w tym jeden napisany wspólnie z dr Aleksandrą Seklecką).

Od samego początku **jestem członkiem zespołu „Preferencje polityczne. Postawy – identyfikacje – zachowania”.** Podmiot ten funkcjonuje od 2009 r., a koordynatorami badań są dr hab. Agnieszka Turska-Kawa prof. UŚ, a od 2014 r. również dr hab. Robert Alberski prof. UW. Jako jeden z pierwszych w Polsce nasz zespół zaczął prowadzić ilościowe badania politologiczne na tak szeroką skalę, a efekty jego pracy niewątpliwie przyczyniły się do rozwoju dyscypliny nauki o polityce i administracji. Mam satysfakcję, że w tym osiągnięciu mam swój udział. W ramach tego zespołu, w latach 2009–2019, koordynowałem ogólnopolskie badania preferencji na terenie Województwa Kujawsko-Pomorskiego. W każdej z ankiet zawarte były dwa moje autorskie pytania, a wyniki tych badań i przygotowane raporty okazały się dla mnie kluczowe w aspekcie napisania książki nt. prezydenjalizacji, jak również przygotowania kilku artykułów naukowych (o czym wspominałem). W 2023 r. nasz zespół wznowił działalność i aktualnie prowadzimy badania po wyborach parlamentarnych.

Od 2007 r. aktywnie **partycypuję w ogólnopolskim zespole badającym wybory do sejmików województw** (koordynatorka dr hab. Marzena Cichosz prof. UWCr). W tym projekcie, odpowiadając za badania elekcji do Sejmiku Województwa Kujawsko-Pomorskiego. Dotychczas przygotowałem cztery raporty badawcze (w tym dwa we współpracy z dr hab. Aleksandrą Seklecką prof. UMK), poświęcone tym wyborom z lat 2006–2018. Teksty te zostały opublikowane jako rozdziały w książkach pod redakcją. Partycypacja w tym zespole dała mi możliwość bycia wykonawcą w ramach dwóch grantów naukowych. Pierwszy to grant NCN nr N N116 491740 pt. „Regionalna scena polityczna – wzorce rywalizacji w kontekście wyborów samorządowych 2010”. Drugi to grant z programu "Doskonała nauka II" pt. "Konferencja naukowa Sejmiki województw w polskich systemach politycznych", nr KONF/SN/0511/2023/01, którego realizowany jest obecnie (zob. Tabela 1). Kolejny projekt aktywnie realizowany przez nasz zespół dotyczy elekcji do sejmików z lat 1998 i 2002. Naszym celem jest zniwelowanie luki w stanie badań, bowiem cały czas występuję śladowa liczba opracowań na temat dwóch pierwszych wyborów do sejmików.

Od 2019 r. jestem również **członkiem zespołu badawczego „Polki i Polacy wobec wyzwań stojących przed rodziną, starzenia się populacji oraz kwestii światopoglądowych w kontekście preferencji wyborczych”** realizowanego przez Pracownię Badań Wyborczych Uniwersytetu Szczecińskiego. W 2019 r. koordynowałem badania ankietowe na terenie kujawsko-pomorskiego. Obecnie zespół wznowia działalność po przerwie spowodowanej pandemią koronawirusa. Ja koordynuję badania na terenie mojego województwa, a ich wyniki posłużą mi do napisania artykułu naukowego na temat personalizacji zdecentralizowanej.

Od początku XI 2023 r. partycypuję w zespole kierowanym przez dr hab. Joannę Marszałek-Kawę prof. UMK, realizującym warsztaty dla uczniów i nauczycieli szkół średnich, w ramach grantu naukowego EP/2023/79. **To działanie w ramach programu edukacyjnego „Niezwyczajni bohaterowie przeszłości – wzory patriotyzmu i tożsamości we współczesnym świecie”** (Program Wsparcia Edukacji i Nauki Ministerstwa Edukacji i Nauki RP moduł II – „Edukacja patriotyczna”). W ramach tego projektu jestem jednym z prowadzących przedmiotowe warsztaty, na terenie Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

Dotychczas partycypowałem w siedmiu grantach badawczych, a obecnie jestem zaangażowany w jeden taki projekt (według zestawienia):

Tabela 1: Zestawienie grantów, w których partycypowałem

Lata	Tytuł	Numer i dane podmiotu przyznającego	Rola
2011	Personalizacja polskich kampanii wyborczych, na przykładzie wyborów	Grant WPiSM UMK Nr 471-PSM	Kierownik

	samorządowych 2010 oraz elekcji parlamentarnej 2011		
2011 - 2013	Regionalna scena polityczna - wzorce rywalizacji w kontekście wyborów samorządowych 2010	Grant Narodowego Centrum Nauki NCN nr N N116 Kierownik dr hab. Robert Alberski prof. UW r	Wykonawcza
2012	Prezydencjalizacja polskich kampanii parlamentarnych 2001-2011	Grant WPiSM UMK Nr 1357-PSM	Kierownik
2013	Prezydencjalizacja w relacjach mediów masowych. Kазus polskich elekcji parlamentarnych 2001–2011	Grant WPiSM UMK Nr 1668-PSM	Kierownik
2014	Prezydencjalizacja w relacjach mediów masowych. Kазus polskich elekcji parlamentarnych 2001–2015	Grant WPiSM UMK Nr 1881-PSM	Kierownik
2016	Prezydencjalizacja w relacjach mediów masowych. Kазus polskich elekcji parlamentarnych 2001–2015	Grant WPiSM UMK Nr 2468-PSM	Kierownik
2016 - 2018	Pierwsze pokolenia wolności. Państwo, patriotyzm, demokracja w świadomości młodzieży studenckiej w Polsce i na Ukrainie – analiza porównawcza	Projekt był finansowany przez NCN, konkurs SONATA nr 2016/23/D/HS5/00902 Kierownik dr hab. Radosław Marzęcki	Wolontariat (przeprowadzanie ankiet)
IX - XII 2023	"Doskonała nauka II" pt. "Konferencja naukowa Sejmiki województw w polskich systemach politycznych",	KONF/SN/0511/2023/01 Kierownik dr hab. Marzena Cichosz prof. UW r	Wykonawca
XI – XII 2023	Program edukacyjny „Niezwyczajni bohaterowie przeszłości – wzory patriotyzmu i tożsamości we współczesnym świecie”	Programu Wsparcia Edukacji MEiN RP (nr grantu: EP/2023/79) Kierownik dr hab. Joanna Marszałek-Kawa prof. UMK	Wykonawcza

Źródło: opracowanie własne

W dniu 29 VI 2021 r., uchwałą Rady Dyscypliny Nauki o Polityce i Administracji UMK, zostałem powołany na **promotora pomocniczego**, w przewodzie doktorskim mgr Marii Lewandowskiej. Wymieniona doktorantka pisze pracę pt. „Poziom stronniczości politycznej stacji telewizyjnych w Polsce”, a głównym promotorem jest prof. dr hab. Roman Bäcker.

Jako **recenzent** artykułów współpracuję z redakcjami takich czasopism naukowych, jak: „Atheneum Polskie Studia Politologiczne”, „Polish Political Science Yearbook”, „Świat Idei i Polityki”, „Political Preferences”, „Nowa Polityka Wschodnia” czy „Media, Biznes, Kultura”. Dotychczas wykonałem recenzje 14 tekstów manuskryptów zarówno w języku polskim jak i angielskim. Recenzowałem również dwa maszynopisy, które później ukazały się w formie książek. Pierwszą recenzję realizowałem na zlecenie Instytutu Spraw Publicznych, drugą do Wydawnictwa UMK.

Bibliografia:

Andeweg Rudi, van Holsteyn Joop (2012), *Tweede Orde Personalisering: Voorkeurstemmen in Nederland*, „Res Publica”, nr 54 (2), s. 163–191.

- Balmas Meital, Rahat Gideon, Sheaffer Tamir, Shenhav Shaul R. (2014), *Two Routes to Personalized politics. Centralized and Decentralized Personalization*, „Party Politics”, nr 20 (1), s. 37–51.
- Dowding Keith (2013), *The Prime Ministerialisation of the British Prime Minister*, „Parliamentary Affairs”, nr 66, s. 617–635.
- Dowding Keith (2013a), *Beneath the Surface: Replies to Three Critics*, „Parliamentary Affairs”, nr 66 (3), s. 663–672.
- Downey John, Stanyer James (2010), *Comparative Media Analysis: Why some Fuzzy Thinking Might Help Applying Fuzzy Set Qualitative Comparative Analysis to the Personalisation of Mediated Political Communication*, „European Journal of Communication”, nr 25 (4), s. 331–347.
- Foley Michael (2013), *Prime Ministerialisation and Presidential Analogies: A Certain Difference in Interpretive Evolution*, „Parliamentary Affairs”, nr 66, s. 655–662.
- Gendźwił Adam, (2008), *Dlaczego sukces? Analiza wyborów prezydentów największych polskich miast*, [w:] Raciborski Jacek (red.). *Studia nad wyborami. Polska 2005–2006*, Warszawa: Scholar.
- Heffernan Richard (2013), *There’s No Need for the ‘-isation’. The Prime Minister is Merely Prime Ministerial*, „Parliamentary Affairs”, nr 66, s. 636–645.
- Helms Ludger (2005), *Presidentialisation of Political Leadership. British Notions and German Observations*, „The Political Quarterly”, nr 76 (3), s. 430–438.
- Helms Ludger (2013), *Is there a presidentialization of US presidential leadership? A European perspective on Washington*, „Acta Politica”, nr 50 (1), s. 1–19.
- Helms Ludger (2018), *Heir Apparent Prime Ministers in Westminster Democracies: Promise and Performance*, „Government and Opposition”, nr 55 (2), s. 260–282.
- Helms Ludger (2019), *Spitzenkandidaten beyond Westminster: Comparing German and Austrian Chancellor Candidates*, „Parliamentary Affairs”, nr 73 (4), s. 808–830.
- Helms Ludger (2021), *Chancellor Wanted! The 2021 German Chancellor Candidates in Context*, „OZP – Austrian Journal of Political Science”, nr 50 (2), s. 15–21.
- Karvonen Lauri (2010), *The Personalisation of Politics. The Study of Parliamentary Democracies*, Colchester: ECPR Press.
- Kefford Glenn (2013), *The Presidentialisation of Australian Politics? Kevin Rudd’s Leadership of the Australian Labor Party*, „Australian Journal of Political Science”, nr 48 (2), s. 135–146.
- Kolczyński Mariusz (2015), *Substitute Candidate in Polish Campaign Practice*, „Political Preferences”, nr 11, s. 19–34.
- Likert Rensis (1932), *A Technique for the Measurement of Attitudes*, „Archives of Psychology”, nr 140, s. 1–55.
- Mughan Anthony (2000), *Media and the Presidentialization of Parliamentary Elections*, Houndmill–Basingstoke–Hempshire–New York: Palgrave.
- Poguntke Thomas, Webb Paul, red. (2005), *The Presidentialization of Politics*, Oxford–New York: Oxford University Press.
- Rief Karlheinz, Schmitt Herman (1980), *Nine Second-Order National Elections – a Conceptual Framework for the Analysis of European Election Results*, ‘European Journal of Political Research’ t. 8, nr 1, s. 3–44.
- Takens Janet, van Atteveldt Wouter, van Hoff Anita i Kleinnijenhuis Jan (2013), *Media Logic in Election Campaign Coverage*, „European Journal of Communication”, nr 28 (3), s. 277–293.

.....
(podpis wnioskodawcy)