

Autoreferat

1. **Imię i nazwisko:** Tomasz Płudowski

2. **Posiadane dyplomy, stopnie naukowe – z podaniem nazwy, miejsca i roku ich uzyskania oraz tytułu rozprawy doktorskiej:**

- Doktor nauk humanistycznych, specjalność: socjologia polityki i kultury, Uniwersytet Łódzki, 1999; tytuł rozprawy doktorskiej: „Political Advertising in Two Cultures: A Comparative Content Analysis of Presidential Campaign Television Broadcasts in the United States and Poland”
- Magister filologii angielskiej, praca nt. percepcji kultury amerykańskiej w społeczeństwie fińskim, Uniwersytet Łódzki, 1995.

3. **Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych:**

- Adiunkt, Katedra Amerykanistyki, Wydział Prawa i Administracji, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, kierunek: stosunki międzynarodowe, 2010-obecnie,
- Wykładowca nieetatowy, Collegium Civitas, kierunek: interdyscyplinarne studia społeczne, 2003-2016,
- Adiunkt, Wydział Filologiczno-Historyczny, Instytut Stosunków Międzynarodowych, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach (wcześniej Akademia Świętokrzyska), Filia w Piotrkowie Trybunalskim, kierunek: stosunki międzynarodowe, 2004-2010,
- Wykładowca nieetatowy, Wydział Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Jagielloński, kierunek: dziennikarstwo i komunikacja społeczna, 2007-2009,



- Adiunkt, Wyższa Szkoła Studiów Międzynarodowych w Łodzi, 2002-2006,
- Adiunkt, Katedra Amerykanistyki i Mass Mediów, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych, Uniwersytet Łódzki, kierunek: stosunki międzynarodowe, 2000-2004.

4. Wskazanie osiągnięcia* wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. 2016 r. poz. 882 ze zm. w Dz. U. z 2016 r. poz. 1311.):

a) tytuł osiągnięcia naukowego:

Monografia poświęcona funkcjonalnej koncepcji poszukiwania przewagi wyborczej w oparciu o teorie własności problemów społeczno-politycznych, teorię ustanawiania agendy oraz analizę ramowania w amerykańskich kampaniach prezydenckich w latach 1952-2016.

b) autor/autorzy, tytuł/tytuły publikacji, rok wydania, nazwa wydawnictwa, recenzenci wydawniczy:

Tomasz Płudowski, *American Political Issue Ownership and Framing. A Functional Theory of Electoral Advantage-Seeking in Presidential Advertising from Eisenhower to Trump*, Komisja Fulbrighta, Collegium Civitas, Wydawnictwo Aspra, Warszawa 2018, 319 s.

Recenzenci wydawniczy: dr hab. Łukasz Wordliczek, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politycznych Uniwersytetu Jagiellońskiego; dr hab. Stanisław Mocek, prof. Collegium Civitas.

c) omówienie celu naukowego ww. pracy i osiągniętych wyników wraz z omówieniem ich ewentualnego wykorzystania:

Ogólnym celem naukowym ww. monografii, która stanowi moje osiągnięcie badawcze w dyscyplinie nauki o polityce było rozpoznanie i wyjaśnienie ilościowych i jakościowych prawidłowości strukturalnych w przekazie wyborczym partii amerykańskich w epoce kampanii audiowizualnych, czyli od roku 1952.

Szczegółowe cele pracy to m.in.

C1: opracowanie funkcjonalnej taksonomii tematyki przekazów;

C2: zbudowanie funkcjonalnej taksonomii struktury przekazów;

C3: wskazanie podstaw aksjologicznych przekazów;

C4: weryfikacja tezy o odmiennych spoiwach partyjnych, tzn. partii demokratycznej jako koalicji grup interesu oraz partii republikańskiej jako wspólnoty połączonej ideologią konserwatywną, przez porównawczą analizę odwołań do spraw pracowniczych, kobiet, mniejszości etnicznych oraz LGBT z jednej strony i konserwatyzmu czy liberalizmu z drugiej;

C5: weryfikacja teorii własności problemów społecznych Petrocika (Issue ownership in presidential elections, with a 1980 case study, *American Journal of Political Science*, 1996, 40, 3, s. 825-850) w celu zbadania, czy i w jakim stopniu partie demokratyczna i republikańska rzeczywiście odwołują się w kampaniach do problemów „posiadanych na własność”, czyli takich, które opinia publiczna uznaje za należące do ich obszaru kompetencji i skuteczności;

C6: rozpoznanie różnic leksykalnych między przekazami partyjnymi oraz wyjaśnienie ich;

C7: opracowanie koncepcji procesu budowania agendy wyborczej w oparciu o teorie ustanawiania agendy, unoszenia się na fali medialnej (*wave-riding*), własności oraz

ramowania zagadnień społeczno-politycznych;

C8: opracowanie taksonomii dwukadencyjnych powojennych prezydentów pod kątem budowania agendy kampanijnej;

C9: przedstawienie wyborczego przekazu Donalda Trumpa w ujęciu dotychczasowego powojennego partyjnego wzorca własności i ramowania zagadnień oraz

C10: opracowanie partyjnych modeli przekazu dla Demokratów i Republikanów.

Badanie powstało w oparciu o szereg pytań i hipotez badawczych:

P1: Czy istnieje wzorzec treści przekazów wyborczych w odniesieniu do tematyki oraz struktury?

P2: Do jakich wspólnych wartości służących jako podstawa perswazyjna w próbie zmiany postaw wyborców odwołują się kandydaci?

P3: Czy istnieją zauważalne prawidłowości w przekazie kandydatów, które można wyjaśnić odmiennymi wzorcami reprezentacji politycznej obu partii?

P4: Czy kandydaci obu partii odwołują się w swoich przekazach częściej do kwestii uważanych przez Petrocika za „posiadane na własność” (*owned issues*) w odniesieniu do polityki socjalnej,

P5: ... zagranicznej,

P6: ... gospodarczej,

P7: ... ubezpieczeń społecznych,

P8: ... opieki zdrowotnej oraz

P9: ... edukacji?

P10: Czy istnieje partyjny wzorzec zastosowania elementów leksykalnych i jak można go wyjaśnić?

P11: Jak można skonceptualizować proces budowania agendy politycznej?

P12: Jak dwukadencyjni powojenni prezydenci budowali swoją agendę kampanijną?

P13: Na czym polega wyjątkowość kampanii Donalda Trumpa w ujęciu teorii własności problemów?

P14: Jak można przedstawić modele przekazów partyjnych w oparciu o dotychczasową analizę?

W oparciu o teorię Petrocika postawiono hipotezę, że w większości kwestii częściej odwołują się do nich kandydaci i środowiska związane z partiami, które uznawane są za posiadające owe kwestie „na własność”:

H1: Polityka socjalna jest częściej przywoływana przez Demokratów,

H2: Polityki zagraniczna jest częściej przywoływana przez Republikanów,

H3: Polityka gospodarcza jest częściej przywoływana przez Republikanów,

H4: Polityka ubezpieczeń społecznych jest częściej przywoływana przez Demokratów,

H5: Polityka opieki zdrowotnej jest częściej przywoływana przez Demokratów,

H6: Polityka edukacyjna jest częściej przywoływana przez Demokratów.

Populacją była zebrana i transkrybowana treść werbalna 400 prominentnych reklam ze wszystkich kampanii prezydenckich od pierwszego zastosowania przekazów audiowizualnych w 1952 roku i przeanalizowano je przy pomocy oprogramowania do analizy jakościowej, ilościowej i tekstualnej pod kątem zaobserwowanych wzorców przy użyciu metody porównawczej.

Po raz pierwszy w Polsce zastosowano na szerszą skalę monografii naukowej teorię własności problemów społeczno-politycznych oraz analizę ramowania. Zastosowane metodologie to m.in. metoda porównawcza w odniesieniu do głównych partii amerykańskiego systemu dwupartyjnego, analiza tekstualna, frekwencyjna oraz wspomniana

analiza ram interpretacyjnych, znana także jako analiza ramowa. Ta ostatnia została zastosowana w swojej odmianie socjologicznej, nie psychologicznej, tzn. mamy do czynienia z ramowaniem emfatycznym, nie równoważnym. Sięga ono początkami teoretycznymi pracy Ervinga Goffmana *Analiza ramowa* (1974, pol. wyd. 2010). Dotyczy nie drobnych różnic w prezentacji identycznych informacji, ale wyboru sposobu konstrukcji informacji, m.in. poprzez definicję problemu i przypisanie odpowiedzialności. Bywa definiowane jako schemat, nacisk, wybór, sposób prezentacji. W badaniach operacjonalizowane bywa różnie, począwszy od jednosłownej etykiety po narrację. W celach eksplikacyjnych odwołano się także do teorii ustanawiania agendy, unoszenia się na fali doniesień medialnych (*wave-riding*) oraz kognitywnych modeli rodzinnych George'a Lakoffa.

Analizie przyświeca funkcjonalistyczne założenie, że przekaz kandydata w kampanii pełni głównie funkcję różnicującą go od kontrkandydatów w celu zdobycia przewagi. To rozumowanie oparte jest na sześciu aksjomatach: 1) głosowanie jest aktem porównawczym, 2) kandydaci muszą się odróżnić od konkurentów, 3) proces odróżnienia się jest dokonywany dzięki przekazom kampanijno-wyborczym, 4) kandydaci osiągają ten cel przez szereg decyzji dotyczących wyboru tematów (własność problemów), strategii budowania agendy wyborczej (surfowanie po fali agendy medialnej lub ustanawianie własnej), ilości poświęcanej tematowi uwagi oraz sposobu ramowania, 5) komunikacja kampanijna obejmuje dwa główne aspekty: problemowy (zagadnienia społeczno-polityczne) i osobowy (wizerunek, osobowość samych kandydatów), a także dwie perspektywy czasowe: retrospektywną i prospektywną, 6) kandydaci muszą zdobyć większość głosów elektoralskich. Ostatecznie stają więc przed szeregiem wyborów kształtujących ich przekaz.

Praca składa się z dziesięciu części i dzieli się na część teoretyczno-metodologiczną (Wstęp, s. 13-32), badawczą (rozdziały 1-8, s. 33-283 i Wnioski, s. 285-307) oraz spisy treści, tabel, wykresów, bibliografię i indeks nazwisk.

Wstęp wskazuje na znaczenie pracy w kontekście dotychczasowego dorobku nauki o polityce, zwłaszcza badań nad decyzją wyborczą, wpływem mediów oraz rolą samej reklamy politycznej. Zasadnicza dla pracy część badawcza sama podzielona jest na cztery elementy. Pierwszy, wprowadzający, na który składają się rozdziały 1-3, dotyczy struktury przekazu (rozdział 1), funkcji perswazyjnych podstaw aksjologicznych (rozdział 2) oraz odzwierciedlenia przedstawicielskiej funkcji amerykańskich partii politycznych (rozdział 3).

Rozdział pierwszy omawia schemat struktury przekazów przez opracowanie ich taksonomii tematycznej oraz propozycję koncepcji „ram skupienia uwagi” (*focus frames*), co stanowi dwie pierwsze części osiągnięcia naukowego (O1-2). Ta druga koncepcja jest wypadkową następujących zmiennych: ram czasowych (retrospektywne lub prospektywne), tonu (negatywnego/krytycznego lub pozytywnego/konstruktywnego), obiektu (własny lub przeciwny) oraz tematu (kandydat/osobowość lub program/problem). Poza tym, rozdział zawiera porównawczą hierarchię atrybucyjnych taksonomii „Ameryki”, które przywołują kandydaci, wskazując na relatywnie większe znaczenie kwestii bezpieczeństwa i siły dla Republikanów oraz wspólnoty, przywództwa i nowego początku dla Demokratów (O3).

Rozdział drugi prezentuje aksjologię partii politycznych przez analizę wartości, do których kandydaci się odwołują, także w ujęciu komparatywnym (O4). Wartości owe są przedstawione w perspektywie funkcjonalistycznej, czyli pełnionych funkcji perswazyjnych (m.in. auto-definiującej, normatywnej, instrumentalnej, symbolicznej, agitacyjnej czy delegitymizującej), jako kotwice do zmiany postaw wyborców, co wynika z tego, że w większości przypadków są podzielane społecznie jako wartości amerykańskie. Jako takie, należą do kategorii kwestii współdzielonych. Są to głównie wolność, amerykański sen i możliwości rozwoju (*opportunity*) oraz wiara. Republikanie nieco częściej przywołują Boga, a George W. Bush wręcz twierdzi, że „Bóg kazał mu zaatakować Irak”, podczas gdy Al Gore sprzeciwia się temu, by urzędnicy „grali Boga” decydując o życiu i śmierci chorych,

ograniczając im świadczenia zdrowotne. Jednak jeszcze w latach 50-tych Demokraci powoływali się na Boga argumentując za równością rasową. Inne wartości są rzadziej przywoływane i głównie służą identyfikacji z partyjnymi grupami docelowymi.

Rozdział trzeci tłumaczy natomiast różnice wzorców występujących treści w kategoriach odmiennych rodzajów reprezentacji politycznej przyjętych przez obie partie (O5). Mianowicie, partia republikańska częściej powołuje się na spoiwo wspólnej ideologii konserwatywnej, natomiast przekazy partii demokratycznej wskazują na jej funkcję jako reprezentanta koalicji różnorodnych interesów grupowych, m.in. robotników, kobiet, mniejszości etnicznych, czy środowisk LGBT, co jest widoczne dodatkowo w strukturze konstrukcji organizacji partyjnej. Niemniej jednak badanie dodatkowo pokazuje, że odwołania ideologiczne występują w obu partiach, sprowadzając się głównie do odmiennych koncepcji roli państwa, tzn. rządu aktywnego (Demokraci) lub ograniczonego (Republikanie) (O6).

W oparciu o tezę Petrocika (1996) nt. posiadania przez amerykańskie partie polityczne problemów społecznych na własność, czyli istniejącej w elektoracie percepcji większej kompetencji i osiągnięć każdej z partii w wybranych dziedzinach, rozdziały 4-7 weryfikują, czy kandydaci partii demokratycznej oraz republikańskiej odwołują się w wyborach prezydenckich do „posiadanych” zagadnień, w jakim stopniu i jak. W celu weryfikacji teorii zoperacjonalizowano stopień własności zagadnień, opracowując typologię własności zagadnień przez stworzenie pojęć własności wyłącznej, większościowej, współdzielonej i mniejszościowej, zapożyczonych z ekonomii (O7). Każdy z następujących czterech rozdziałów zajmuje się innym obszarem kwestii społeczno-politycznych, dochodząc w każdym przypadku do odmiennych wniosków.

W kwestii polityki opieki społecznej (*social welfare policy*), zwłaszcza zagadnień dotyczących przetrwania biologicznego najbiedniejszych i najbardziej potrzebujących, np.

mieszkalnictwa, wyżywienia czy seniorów, badanie pozytywnie weryfikuje H1, czyli wyłączną własność Demokratów (O8). Dalsza analiza pokazuje, że jest ona osiągana retorycznie nie tylko przez uwzględnianie tematyki pomocy społecznej w agendzie politycznej, ale także przez opisany zabieg werbalnej proksymizacji psychologicznej drogą przywoływania szczegółów codziennego życia danych społeczności, np. fabryk (O9).

H2 zostaje natomiast sfalsyfikowana, mianowicie zagadnienia polityki zagranicznej, uważane przez Petrocika za „należące” do Republikanów, okazują się być rzeczywiście nieco częściej poruszane przez tę partię, co określam mianem „własności większościowej” (*majority ownership*) (O10). Główne różnice między partiami okazuje się jednak wyjaśniać nie koncepcja własności problemów, ale ram interpretacyjnych. Otóż, partie traktują owe kwestie wybiórczo, umieszczając politykę zagraniczną w agendzie głównie w przypadku konfliktów zbrojnych w trakcie dwóch okresów, tzn. zimnej wojny (-1989) oraz walki z terroryzmem (2001-), a zaobserwowane różnice sprowadzają się do ramowania przez przypisanie odpowiedzialności za trwający konflikt przeciwnikowi. Tak więc prawdopodobieństwo poruszenia przez kandydata danej partii tematu aktualnego konfliktu zbrojnego jest większe, jeśli konflikt ów został rozpoczęty/zintensyfikowany w okresie sprawowania władzy wykonawczej przez partię konkurenta. Różne są także proponowane przez partie rozwiązania problemu, mimo podzielanego celu, czyli utrzymania światowego przywództwa Stanów Zjednoczonych. I tak, Demokraci postulują pokój drogą dyplomacji a Republikanie skupiają się na utrzymaniu bezpieczeństwa przez zachowanie potęgi militarnej (O11).

Gospodarka, podobnie jak polityka zagraniczna, okazuje się być zbyt ważna, by zostać pominięta przez partię, która nie posiada jej „na własność”, co wyjaśnia falsyfikację H3. Kluczem do obserwowanych różnic ilości uwagi poświęcanej gospodarce jest selektywność ujęcia problemów gospodarczych. Mianowicie, Republikanie podejmują większość tematów

ekonomicznych (wzrost, recesja, inflacja, wydatki), z wyjątkiem deficytu, krytykowanego przez Demokratów w polityce administracji republikańskich. Badanie przynosi także ciekawe wyniki w obszarze dwóch kluczowych ekonomicznie zagadnień: dobrobytu (*prosperity*) oraz sprawiedliwości społecznej (*fairness*). Otóż odwołania do dostatku są skorelowane ze statusem kandydata w kampanii (partia władzy czy opozycyjna) a użycie tematyki sprawiedliwości wyjaśniają partyjne preferencje ideologiczne w odniesieniu do roli i stopnia zaangażowania administracji (O12).

Ostatni z rozdziałów poświęconych bezpośrednio własności problemów (r. 7), bada odwołania do programu ubezpieczeń społecznych (*social security*), opieki zdrowotnej oraz edukacji, konkludując, że każde z nich jest inaczej ramowane.

W odniesieniu do własności programu *Social Security*, H4 zostaje w zasadzie potwierdzona. Program ten – jako wprowadzony przez Demokratów – daje tej partii naturalną przewagę własności problemu, ale jako ważne zabezpieczenie społeczne okazuje się retorycznie współdzielony przez obie partie, choć z większością przewagą Demokratów (O13).

H5 także zostaje pozytywnie zweryfikowana: Demokraci mają własność większościową kwestii opieki zdrowotnej, które okazują się z kolei być przedmiotem ramowania ideologicznego, tzn. związanego z partyjnymi różnicami wizji roli państwa (O14).

H6 również zostaje pozytywnie zweryfikowana, a więc edukacja okazuje się rzeczywiście należeć do sfery własności Demokratów, ale tylko do wyborów 2000r., kiedy to George W. Bush dokonuje częściowego naruszenia własności (*issue trespassing*) (O15).

Rozdział 8 stanowi trzecią część analizy badawczej, która szuka wyjaśnienia stanowisk obu partii w szeregu poruszanych kwestii, przechodząc od analizy indukcyjnej do dedukcyjnej. Ta pierwsza prowadzi do opracowania koncepcji „własności leksykalnej” obu partii, wyróżniając słownictwo „relacyjne” i „substancyjne” (O16). W kategorii relacyjnej,

Demokraci okazują się mieć wyłączną własność czasowników móc/być w stanie (*able to*), zapewniać/dostarczać (*provide*) i martwić się (*worry*), a Republikanie - wymagać/żądać (*demand*). Różnice te wskazują na potencjał eksplikacyjny teorii George'a Lakoffa (1996), która wiąże Demokratów z modelem opiekuńczego rodzica (NP, *Nurturant Parent Model*), a Republikanów z modelem surowego ojca (SF, *Strict Father Model*). Teoria Lakoffa zostaje więc zastosowana dedukcyjnie do całej próbki, pozytywnie weryfikując różnice między partiami (O17). W rezultacie przekazy Republikanów okazują się mieć znacznie wyższe wskaźniki użycia słownictwa odwołującego się do wartości surowego ojca (SF), np. władza/autorytet, porządek, hierarchia, posłuszeństwo, samodyscyplina, poleganie na samym sobie, czy odpowiedzialność jednostki. W przypadku słownictwa typowego dla modelu opiekuńczego rodzica, różnice międzypartyjne są mniejsze, ale Demokraci rzeczywiście okazują się go preferować, choć Republikanie także moderują swój język wartości surowego ojca odwołaniami do opiekuńczych wartości NP (opieka, współpraca, równość, wspólnota, sprawiedliwość, możliwości, ochrona, odpowiedzialność społeczna).

Następnie rozdział prezentuje taksonomię dwukadencyjnych powojennych prezydentów amerykańskich w kontekście odwoływania się przez nich do wartości surowego ojca i opiekuńczego rodzica (O18). Przeprowadzona analiza potwierdza partyjność obu modeli, prowadząc do wniosku, że Ronald Reagan był kandydatem reprezentującym wartości surowego ojca, a Bill Clinton - opiekuńczego rodzica. Jednakże w XXI wieku kandydaci zaczęli stosować typy idealne mniej ortodoksyjnie, dokonując transgresji w kierunku wartości konkurencyjnej partii, czego przejawem była zarówno na wprost opiekuńcza retoryka Republikanina George'a W. Bush'a, jak i zmierzająca w odwrotnym kierunku retoryka Demokraty Baracka Obamy, stosującego wybrane odwołania do wartości surowego ojca.

Na zakończenie, w oparciu o wnioski z całości przeprowadzonych analiz, praca kieruje się ku próbie stworzenia Teorii Poszukiwania Przewagi (*Advantage-Seeking Theory*).

Koncepcja wychodzi od opracowania struktury procesu budowy agendy politycznej (O19), która konceptualizuje ją przez szereg decyzji dotyczących wyboru przez sztab grup docelowych, ważnych dla nich zagadnień, typu własności danego problemu (współdzielona czy nie?), obecności owych zagadnień w agendzie medialnej, wyboru drogi kształtowania agendy (surfowanie po fali agendy medialno-społecznej lub ustanawianie własnej), skończywszy na stanowisku obu stron w danej kwestii. Proces ów prowadzi do taksonomii ośmiu opcji ramowania zagadnień, poczynając od kategorii współdzielonych (wartości), przez silne lub słabe okazje do dyferencjacji stron przez przypisanie odpowiedzialności, utajone ramowanie bipolarne i szereg rozrzuconych po pracy pojęć składających się na taksonomię ramowania (O20), surfowanie na fali agendy zainteresowania medialnego, po ideologiczne przeramowanie, przejęcie własności zagadnienia czy też okazje do ustanowienia własnej agendy.

Innym efektem zastosowania zaproponowanych kategorii jest taksonomia wspomnianych dwukadencyjnych, powojennych prezydentów epoki mediów elektronicznych w odniesieniu do wybranej przez nich drogi budowania agendy politycznej (O21). Ronald Reagan i Barack Obama okazują się kandydatami unoszonymi na fali doniesień medialnych (*wave-riding*), a Bill Clinton i George W. Bush - kandydatami bardziej aktywnymi w ustanawianiu własnej agendy (*agenda-setting*).

Ta część przedstawia też kampanię Donalda Trumpa jako kulminację zjawiska naruszania, a nawet przejmowania własności problemów i surfowania po fali agendy medialnej (O22). Polega ona na przejściu od Demokratów tematyki miejsc pracy i odwołań do elektoratu robotniczego (*issue take-over*) oraz skorzystaniu z wysokiej widoczności medialnej tematyki uchodźczej.

Ostatecznym podsumowaniem wniosków z pracy są demokratyczny i republikański model przekazów partyjnych (*Democratic and Republican Issue Ownership and Framing*

Models), który stanowi ostatnie osiągnięcie naukowe niniejszej pracy (O23). Wspólną w większości podstawę obu modeli stanowią wartości amerykańskie, takie jak wolność, wiara czy możliwości samorealizacji zawodowej i życiowej (*American Dream, opportunity*). Dalej partie różnią się wyborem modelu surowego ojca i/lub opiekuńczego rodzica oraz szerokością odwołań do palety podstaw moralnych Haidta (znacznie częstsze u Demokratów zainteresowanie opieką/krzywdą grup mniejszościowych i słabszych oraz sprawiedliwością, przy potencjalnie (bo rzadziej obserwowanym w badaniu) szerszym zakresie podstaw moralnych Republikanów, który częściej obejmuje lojalność/zdradę, autorytet i świętość oraz – co widoczne m.in. w rozdziale poświęconym gospodarce – inaczej ramuje sprawiedliwość i brak krzywdy – jako postulowane ograniczenie ingerencji państwa w życie jednostki, głównie w aspekcie fiskalnym). Idea reprezentacji oraz struktura partyjna skłaniają Demokratów do opowiadania się za prawami robotników, kobiet oraz mniejszości a Republikanów do ideologii ograniczonej roli państwa. Demokraci mają na własność kwestie opieki społecznej i edukacji a Republikanie bezpieczeństwa, niskich podatków i większości spraw ekonomicznych. Obie partie okazjonalnie korzystają z medialnej fali zainteresowania agendą publiczną, zwłaszcza w sprawach polityki zagranicznej i gospodarki, głównie by przypisać odpowiedzialność kandydatowi konkurencyjnej partii. Co więcej, od czasu do czasu próbują przejąć lub naruszyć własność kwestii „należących” do przeciwników, albo przez ujęcie ich w ramy interpretacyjne typowych dla siebie wartości z gamy SF/NP czy terminologii z obszaru posiadanej przewagi własności („recesja edukacyjna” Busha w 2000r.), albo przez bezpośrednie przejęcie na drodze zwiększenia udziału deklarowanej własności, zwłaszcza w sytuacji trwającego kryzysu czy niepowodzenia polityki własnej (propozycja reformy systemu pomocy społecznej w kampanii Clintona z 1992r.) lub oponenta (odwrócenie globalizacji i *outsourcingu* miejsc pracy w kampanii Trumpra w 2016r.).

Podsumowując, w wyniku podjętych analiz stworzyłem „funkcjonalną koncepcję

poszukiwania przewagi retoryczno-perswazyjnej” przez dobór problemów społeczno-politycznych, ilość poświęcanej im uwagi oraz nadawanie im ram interpretacyjnych, głównie przez definiowanie problemów oraz przypisywanie odpowiedzialności za nie. Jej elementem są partyjne modele przekazu zwane „republikańskim i demokratycznym modelem własności oraz ramowania problemów” oraz szereg taksonomii dwukadencyjnych powojennych prezydentów (m.in. podział na kandydatów odwołujących się do wartości surowego ojca oraz opiekuńczego rodzica wg. koncepcji Lakoffa). Opracowałem też typologie rodzajów ramowania problemów społeczno-politycznych (szereg terminów zastosowanych w trakcie analizy), koncepcję i typologię „własności leksykalnej” (substancywnej i relacyjnej), „strukturalną koncepcję ram skupienia uwagi” (*focus frames*) oraz taksonomię w ramach istniejącej teorii własności problemów („własność wyłączna, większościowa, mniejszościowa, współdzielona”). Powstała także konceptualizacja „procesu uzgadniania ram interpretacyjnych oraz budowania agendy wyborczej”, w którą włączono koncepcje ustanawiania agendy kampanijnej (*agenda-setting*) i surfowania po fali zainteresowania medialno-polityczno-społecznego (*wave-riding*).

Wyniki pracy mają bezpośrednie zastosowanie w praktyce kampanii wyborczych, głównie w Stanach Zjednoczonych, ale także w większości demokracji zachodnich. Na poziomie teoretycznym, mogą posłużyć do zbadania lokalnego systemu politycznego, np. w odniesieniu do istniejącej własności problemów przez partie polityczne, zwłaszcza w aspekcie socjalnym (np. program 500+ Prawa i Sprawiedliwości kontra programy partii lewicowych czy Platformy Obywatelskiej/Koalicji Europejskiej w dziedzinie własności zagadnienia polityki socjalnej). Zastosowanie mogą także znaleźć wskazane taksonomie rodzajów ram interpretacyjnych oraz metody elektronicznej analizy tekstualnej do badania i tworzenia teorii w ujęciu indukcyjnym i dedukcyjnym. Na poziomie czysto praktycznym, opracowana koncepcja procesu uzgadniania ram interpretacyjnych może znaleźć

zastosowanie w działalności związanej z marketingiem i komunikacją polityczną, do budowy własnego przekazu wyborczego oraz/lub odpowiedzi na przekaz konkurenta.

5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo - badawczych:

Przeprowadzona przeze mnie analiza komunikacji politycznej nie ograniczała się do badań nad własnością oraz ramowaniem problemów wyborczych. W sumie jestem autorem około 30 artykułów i rozdziałów, 3 haseł encyklopedycznych oraz kolejnej monografii, jak też kilku tłumaczeń oraz redaktorem prac zbiorowych. Łączą one w różnych zestawieniach tematykę politologiczną, amerykańskimi międzynarodową i medioznawczo-komunikologiczną.

Tematyce amerykańskiej komunikacji politycznej (zob. załącznik A, punkt II.A) poświęciłem także przeglądową monografię *Komunikacja polityczna w amerykańskich kampaniach wyborczych* (2008, PWN i Collegium Civitas, recenzent wydawniczy: prof. Tomasz Goban-Klas) oraz 8 artykułów, opublikowanych m.in. w tomie zbiorowym Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego („Media masowe w amerykańskich wyborach prezydenckich 2004 roku”, [w:] *Kampania wyborcza: marketingowe aspekty komunikowania politycznego*, s. 34-56, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław, 2005) oraz w periodykach *Studia Polityczne* („How Television Serves the American Electorate”, vol. XVI, Warszawa, ISP PAN & Collegium Civitas, 2004), *Ad Americam. A Journal of American Studies* („Televised Political Advertising Research in the US”, vol. 5, pp. 81-88, Cracow, Jagiellonian University, 2004), *Studia Medioznawcze* („Model normatywny i komercyjny reklamy politycznej w Stanach Zjednoczonych i Polsce. Porównawcza analiza treści telewizyjnych programów wyborczych w wyborach prezydenckich”, Wyd. UW, Warszawa, 2007), czy *Państwo i społeczeństwo* („Telewizyjna reklama polityczna w amerykańskich wyborach prezydenckich”, nr 2, 2005). Byłem także redaktorem tomu *American Politics, Media, and Elections. International Perspectives on US Presidency, Foreign Policy, and Political Communication* (Warszawa i

Toruń: Collegium Civitas i Adam Marszałek, 2005, 470 s.), w którym ukazał się rozdział „Functions, Uses, and Effects of Televised Political Advertising in American Presidential Elections” (s. 252-269).

Dwa artykuły poświęciłem komunikacji politycznej w polskich kampaniach wyborczych (zał. A, II.B), w tym ostatnio: „*Staying on message. Strategie komunikacyjne uczestniczek przedwyborczej debaty telewizyjnej „Rozmowa o Polsce”*”, [w:] *20 lat polskich telewizyjnych debat przedwyborczych*, red. A. Budzyńska-Daca, Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, 2016, s. 243-275, a wcześniej m.in. „*Liberalism vs. Solidarity or Freedom vs. Socialism? Conflicting and Misleading Framings of Mediated Messages in the 2005 Polish Presidential Campaign: A Political Communication Perspective*”, *Polish Political Science Yearbook*, 2006 oraz „*Politics and Media in Poland after 1989: The Rise of the Peripheral Strategy of Persuasion in Political Communication on Television*”, *International Studies: Interdisciplinary Political and Cultural Journal*, vol. 1, s. 63-69, 2000.

Innym obszarem zainteresowań badawczych była analiza treści relacji medialnych (zał. A, II.E), stosowana m.in. w tekstach „*The 2009 Iranian Presidential Election in the Polish Media*”, [w:] *Media, Power, and Politics in the Digital Age: The 2009 Presidential Election Uprising in Iran*, (red. Yahya Kamalipour, Lanham, Maryland, Rowman & Littlefield Publishers, 2010) oraz „*American Press Media Reactions to Madrid March 11 Train Attacks*”, *The Americanist: the Warsaw Journal for the Study of the United States*, s. 153-169, Warsaw University Press, Warsaw, 2006 (wydanie polskie jako „*Reakcje prasy amerykańskiej na madrycki atak terrorystyczny z 11 marca 2004 roku*”, [w:] *Hiszpania: Media masowe i wybory w obliczu terroryzmu*, red. B. Dobek-Ostrowska, M. Kuś, s. 139-159, Wyd. UW, Wrocław, 2007).

W kilku tekstach badałem także systemy medialne (II.F), głównie amerykański (np. „*Dziennikarstwo i środki masowego przekazu w rynkowym społeczeństwie*

demokratycznym: Krytyka modelu amerykańskiego”, [w:] *Dziennikarstwo, media, społeczeństwo*, s. 115-152, red. Stanisław Mocek, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa, 2005). Do tej kategorii należy także udział w pracach *SAGE Encyclopedia of Political Communication* (2008) czy rozdział w pracy zbiorowej wydanej przez UW. (2007).

Większość pozostałych badań należy w ostatnich kilku latach do obszaru amerykanistyki, także w ujęciu międzynarodowym (II.C i II.D). Są to trzy kolejno poszerzane wydania (2014, 2016, 2017) rozdziałów poświęconych aspektom politycznym, społecznym i kulturowym cywilizacji amerykańskiej (*Ameryka*, red. Zbigniew Lewicki, ASPRA, Warszawa), m.in. społeczeństwu (wersja 2017, s. 75-90), partiom politycznym i grupom interesu (s. 163-176), kampaniom i wyborom prezydenckim (tamże, s. 177-192), historii relacji rasowych (s. 265-278), mediom, (s. 297-312) i kulturze (s. 329-342). W tej kategorii mieszczą się też rozważania nt. polityki zagranicznej USA (Stany Zjednoczone - przyjaciel, konkurent czy silniejszy brat Europy, *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis, Studia Politologica 7*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, 2012, s. 185-199) oraz międzynarodowego wizerunku kraju (What the World Thinks of the U.S.: America's Declining Image since the Country's Response to 9/11, [w:] *U.S. Foreign Policy*, eds. A. Mania, P. Laidler, Ł. Wordliczek, Jagiellonian University Press, Cracow, 2007, s. 41-52).

Tematyce amerykanistycznej wcześniej poświęciłem też redagowane przeze mnie tomy (*Ameryka*, t. I-III, *Spółeczeństwo. Kultura. Polityka i stosunki międzynarodowe*, WAM & Collegium Civitas, 2008), choć tam byłem autorem jedynie jednego rozdziału, nt. mediów.

Kilka z ww. tekstów, mianowicie A.3-4 i 6-10, było zbliżonych linią argumentacyjną i/lub treścią do pracy doktorskiej a rozdział A.1 został w dużej części wykorzystany w głównym osiągnięciu jako podrozdział 5.3. Monografia (A.2) wykorzystuje z kolei jeden z artykułów nt. systemu medialnego, część rozdziału C.19, a w części rozdziału 3.2 - wycinek

wyników rozprawy doktorskiej.

W latach 2004-2008 współpracowałem z kilkudziesięcioma autorami z Europy, Ameryk, Chin oraz Australii przy wydaniu w Polsce, USA i Niemczech kilku redagowanych przeze mnie książek (zał. A, II.J). Organizowałem wtedy pierwszą konferencję MediaCom. Wybór referatów ukazał się drukiem w serii wydawnictwa Peter Lang pod moją współredakcją.

W ciągu dotychczasowej kariery zawodowej, uzyskałem dwa najważniejsze stypendia dostępne dla amerykanistów, tzn. stypendium Fundacji Kościuszkowskiej oraz Komisji Fulbrighta. W trakcie pierwszego (wiosna-lato 1998) przebywałem jako młodszy badacz na Uniwersytecie Nowojorskim oraz dodatkowo uczestniczyłem w zajęciach politologicznych w Barnard College/Uniwersytecie Columbia. Jako starszy badacz spędziłem wiosnę i lato 2007 roku na Uniwersytecie Stanforda, wydając jednocześnie kilka publikacji w kraju i zagranicą. Byłem także stypendystą rządu holenderskiego w Europejskim Centrum Dziennikarstwa w Maastricht (kurs „TV News”, 1999), Amerykańskiej Agencji Informacyjnej (prestiżowe *American Salzburg Seminar*, 2000) oraz Uniwersytetu w Glasgow (2001). Na przestrzeni dwóch dekad byłem członkiem wielu towarzystw naukowych, m.in. *International Communication Association* oraz *Association for Public Opinion Research*.

Wygłaszałem referaty na kilkunastu konferencjach, w tym w większości międzynarodowych, często zagranicznych, zarówno amerykanistycznych (głównie Polskiego i Europejskiego Towarzystwa Studiów Amerykanistycznych, m.in. w Gdańsku (1996), Łodzi (wielokrotnie) i Bordeaux (2002) oraz medioznawczych (*Association for Education in Journalism and Mass Communication* w Miami (2002), *Global Communication Association* w Chicago (2006), Krakowie (2010) i Berlinie (2015), „Images of Politics” w Holenderskich Archiwach w Amsterdamie (1997), MediaCom w Łodzi (2005), oraz na ogólnopolskiej interdyscyplinarnej konferencji naukowej UW pt. „20 lat polskich telewizyjnych debat

przedwyborczych” w Warszawie, gdzie prowadziłem także panel badawczy (2015).

Oprócz tego byłem aktywny na konferencjach włączających tematykę stosunków międzynarodowych; wygłosiłem np. referaty na międzynarodowej konferencji „USA vs. Europe: Conflict vs. Collaboration” (UJ, 2004), „Spanish mass media and parliamentary elections in the face of terrorism” (UWr., 2005), a także na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie (2010) oraz na zebraniu Instytutu Prawa Międzynarodowego, Unii Europejskiej i Stosunków Międzynarodowych (UKSW, 2011).

6) Dodatkowe informacje nt. innych aspektów działalności, w tym dydaktycznej, organizacyjnej i popularyzatorskiej

Od drugiej połowy lat 90-tych XX w. na Uniwersytecie Łódzkim, przez kilkanaście lat spędzonych na Collegium Civitas, po dzień dzisiejszy na UKSW, wypromowałem kilkudziesięciu licencjatów oraz magistrów, piszących głównie na tematy amerykańskospołeczno-polityczne. Oprócz stałej dydaktyki w ramach pensum, prowadziłem kurs „Media and Democracy” na Teikyo University w Maastricht (2004) oraz wykładałem gościnnie, m.in. na *Facultat de Sciences Sociales* Uniwersytetu Buenos Aires (2016) oraz dla studentów Uniwersytetu Kalifornijskiego we Florencji (2018). Zostałem także zaproszony do współprowadzenia amerykańskiej szkoły letniej Wydziału Prawa Uniwersytetu Adama Mickiewicza.

Organizacyjnie wrzuciłem swój kamyczek do konsolidacji i rozwoju głównie dwóch środowisk naukowych na przestrzeni tych dwóch dekad, amerykańistów (w połowie lat 90-tych XX w.) oraz z mniejszym skutkiem - medioznawców (w połowie pierwszej dekady XXI w.). W środowisku amerykańskim byłem pierwszym sekretarzem istniejącego do dziś *Newslettera* Polskiego Towarzystwa Studiów Amerykanistycznych (w latach 1995-1996, zob.: www.paas.org.pl/newletter). W dziedzinie medioznawstwa tworzyłem natomiast —

jako redaktor naczelny — pierwszy w Polsce anglojęzyczny periodyk medioznawczy, polską edycję *Global Media Journal* (2005/6), która jednak cierpiała z powodu niewielkiej liczby powstających w kraju tekstów anglojęzycznych a przyjęła zasadę, by nie opierać się głównie na pracach zagranicznych. Niemniej jednak, dała impuls do większego umiędzynarodowienia polskiego medioznawstwa; w ślad za GMJ powstało np. angielskie tłumaczenie *Studiów Medioznawczych UW* oraz *Central European Journal of Communication*, który publikuje więcej prac z zagranicy. Na konferencji jednoczącego się środowiska medioznawców we Wrocławiu (2006) wygłosiłem referat na temat niedostatków dyscypliny w Polsce; zaproponowałem m.in. utworzenie - wzorem bliskiej mi hiszpańskiej serii *Paidos Iberica* - naukowej serii tłumaczeń kluczowych prac zachodnich, co zostało zrealizowane m.in. przez Wyd. UJ oraz prof. Dobek-Ostrowską, niestety bez mojego udziału. Mój tekst konferencyjny z zorganizowanej przez nią konferencji trafił do zbioru redagowanego przez dr J. Frasa z tej samej Katedry („Nauka o mediach i komunikowaniu w Polsce i w świecie”, zob. II.G). W trakcie mojego pobytu na Uniwersytecie Stanforda (2007) powstało natomiast Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej a następnie doszło do uznania nowej dyscypliny przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Moja działalność popularyzatorska obejmuje nie tylko okazjonalny udział w Festiwalu Nauki czy ogólnopolskich, regionalnych i polonijnych audycjach medialnych, ale także panele eksperckie, w ostatnich dwóch latach m.in. w Fundacji Adenauera („Polityka w dobie fake newsów”, 2018), w Domu Historii w Warszawie („Rocznica zamachów 11 września. Współczesne oblicza terroryzmu”, 2017), czy w Fundacji Janusza Kurtyki (Stosunki polsko-amerykańsko-żydowskie w kontekście ustawy o IPN, 2018), a wcześniej spotkania autorskie w Krytyce Politycznej oraz w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie z okazji wydania monografii *Komunikacja polityczna w amerykańskich kampaniach wyborczych* (2009).

Mimo że tłumaczenia nie należą do prac całkowicie autorskich, pochłonęły one większość mojej energii naukowej w latach 2009-2012 (zob. II.M). Chciałbym więc wymienić przeniesienie na grunt j. polskiego nowatorskich prac z dziedziny politologii i nowych mediów, tzn. czterech pierwszych tomów z serii Polity Press/PWN „Nowe media i społeczeństwo” - *Wyszukiwarki* (2012), *Komórka* (2012), *Hakerstwo* (2011), *YouTube* (2011) oraz ponad połowy rozdziałów z pierwszego tomu kluczowej dla badania zachowań wyborczych pozycji *Zachowania polityczne*, t. 1 i 2, red. naukowa Russell Dalton i Hans-Dieter Klingemann, red. naukowa wyd. polskiego Radosław Markowski, PWN i Oxford University Press, Warszawa, 2010 (oryg. *Oxford Handbook of Political Behavior*).

7) Podsumowanie:

A) Mierniki ilościowe:

- Liczba monografii autorskich: (2, w tym zgłaszane osiągnięcie naukowe)
- Liczba monografii współautorskich: 1 (w 3 różnych wydaniach)
- Liczba rozdziałów i artykułów: 30
- Liczba redagowanych tomów: 7 (w tym 3-tomowa *Ameryka*)
- Liczba tłumaczeń naukowych: 4 książki i 12 rozdziałów

B) Mierniki ilościowo-jakościowe:

- Liczba cytowań w bazie Google Scholar Citations: 120
- Indeks i10 wg Google Scholar/Publish or Perish: 4
- Indeks Hirscha wg Google Scholar/Publish or Perish: 6