

Recenzja dorobku w postępowaniu habilitacyjnym dr Marty Żerkowskiej-Balas

I. Charakterystyka Kandydatki

Ścieżka rozwoju akademickiego dr Marty Żerkowskiej-Balas rozpoczęła się wraz z uzyskaniem tytułu magistra na kierunku iberystyka (2006 rok, Uniwersytet Warszawski; w recenzowanym dorobku nie ma elementów „iberystycznych”). Następnie w 2008 roku uzyskała tytuł licencjata z politologii (Szkola Wyższa Psychologii Społecznej, aktualnie Uniwersytet SWPS). W 2010 roku zainicjowała współpracę badawczą i dydaktyczną z SWPS, a w 2014 roku z powodzeniem obroniła także pracę doktorską „Czy głosowanie jest racjonalną decyzją? Analiza partycypacji wyborczej w Polsce na tle wybranych demokracji europejskich” (promotorem pracy był prof. Radosław Markowski). Rok później została zatrudniona w Instytucie Nauk Społecznych Uniwersytetu SWPS jako adiunkt i w tym charakterze jest aktualnie związana z tą uczelnią.

Kandydatka po obronie doktoratu opublikowała jedną książkę autorską, jedną książkę współautorską, osiemnaście artykułów naukowych (w tym artykuły stanowiące cykl publikacji będącego podstawą do ubiegania się o stopień doktora habilitowanego) oraz cztery rozdziały w monografiach naukowych. Część z tych publikacji ma charakter wieloautorski. Wygłosiła także dwadzieścia referatów na krajowych i międzynarodowych konferencjach naukowych oraz przygotowała dziewięć recenzji artykułów dla czasopism naukowych.

Dr Żerkowska-Balas kierowała czterema projektami badawczymi, w tym jednym finansowanym ze środków NCN. Brała bądź dalej bierze udział w kolejnych trzynastu projektach badawczych krajowych i zagranicznych w charakterze badaczki lub eksperta krajowego. Jest członkiem kilku naukowych organizacji, w tym Polskiego Towarzystwa Nauk Politycznych oraz Council for European Studies. Brała udział w stażach oraz stypendiach i szkoleniach (w tym zagranicznych).

Szczegółowych osiągnięć Kandydatki jest znacznie więcej (*vide* Załącznik nr 4 do wniosku o przeprowadzenie postępowania habilitacyjnego ze szczegółowym ich wykazem); do części z nich będę się jeszcze odwoływał w dalszej części recenzji.

II. Ocena dorobku naukowego

Ustawa z dnia 20 lipca 2018 roku Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (tekst ujednolicony DzU 2022 poz. 574) w art. 219 stanowi, że jednym z warunków nadania stopnia doktora habilitowanego jest „osiągnięcia naukowe albo artystyczne, stanowiące znaczny wkład w rozwój określonej dyscypliny”. Artykuł ów dopuszcza zarazem cykl powiązanych tematycznie artykułów naukowych jako podstawę oceny dorobku naukowego. Ze ścieżki takiej korzysta właśnie Habilitantka, przedkładając do recenzji cykl publikacji zatytułowany „Natura i dynamika relacji partia-wyborca w Polsce”. Na cykl ten składają się następujące artykuły (w porządku chronologicznym):

- 1) Żerkowska-Balas, M. (2015). *Identyfikacja partyjna i bliskość programowa partii jako determinanty decyzji wyborczej w wyborach parlamentarnych 2011 roku*, „Studia Socjologiczno-Polityczne. Seria Nowa”, nr 1
- 2) Żerkowska-Balas, M., Lyubashenko, I., i Kwiatkowska, A. (2016). *Determinanty preferencji wyborczych: Polska w latach 1997-2015*, „Studia Socjologiczne”, nr 4
- 3) Kwiatkowska, A., Cześnik, M., Żerkowska-Balas, M. i Stanley, B. (2016). *Ideologiczna treść wymiaru lewica-prawica w Polsce w latach 1997-2015*, „Studia Socjologiczne”, nr 4
- 4) Żerkowska-Balas, M. (2019). *Marka polskich partii politycznych – analiza empiryczna*, „Athenaeum Polskie. Studia Politologiczne”, nr 61
- 5) Wenzel, M., i Żerkowska-Balas, M. (2020). *The left returns to Polish Parliament: a change of people's hearts? Determinants of right and left identification on the individual level*, „East European Politics”, nr 3
- 6) Żerkowska-Balas, M., Lutostański, M.J., i Prochera, P. (2022). *Archetypes of Polish Political Parties - Empirical Analysis*, „Journal of Political Marketing” (online)
- 7) Żerkowska-Balas, M. (2022). *Konsumpcja mediów a negatywna identyfikacja partyjna w Polsce w 2015 i 2019 roku*, „Studia Socjologiczne”, nr 2
- 8) Żerkowska-Balas, M. (2022). *Of Love and Hate. Origins and Effects of Positive and Negative Party Identification in Poland*, „Polish Sociological Review”, nr 217(1)

Nim przejdę do szczegółowej oceny, zacznę od interpretacji kryterium „znacznego wkładu w rozwój określonej dyscypliny”; w cytowanej Ustawie pozostawione jest ono na poziomie bardzo dużej ogólności. Rzecz jasna, podstawowym kontekstem jest dyscyplina (nauki socjologiczne) oraz stan dyskursu naukowego, który z racji podjętej tematyki w największym stopniu dotyczy prac polskich badaczy i badaczek spod znaku socjologii polityki, zajmujących się

fenomenem wyborów w systemie politycznym po 1989 roku. Warto tu wskazać na specyficzny status tej subdyscypliny. W światowej socjologii, zostawiając na boku antecedencje XIX-wieczne czy wcześniejsze, kluczowym punktem odniesienia dla studiów poświęconych wyborcom i wyborom są amerykańskie badania Paula Lazarsfelda i Angusa Campbella z lat czterdziestych ubiegłego wieku. Polskie pole socjologii polityki ukonstytuowało się dopiero po 1989 roku, kiedy to nieoczekiwane skutki czerwcowych wyborów wywołały pojawienie się pluralistycznej sceny politycznej oraz demokratycznego otoczenia zachowań wyborczych. Polscy socjolodzy stanęli zatem wobec rzeczywistości *in statu nascendi*, szczęśliwie nie grzęznąc w gorsecie tranzytologii i wypracowując własne problemy i tezy. Habilitantka jest więc częścią pola socjologii polityki, które jest względnie młode (cały czas obecne są w nim osoby, które konstytuowały te pole w latach dziewięćdziesiątych ub. wieku), przy tym żywe, cieszące się niesłabnącym zainteresowaniem społecznym oraz legitymizujące się ważnymi osiągnięciami naukowymi. Nawiasem biorąc, środowisko naukowe Uniwersytetu SWPS, które Kandydatka od niemal dziesięciu lat współtworzy, jest na mapie socjologii polityki jednym z bardziej istotnych w Polsce.

To, czego przede wszystkim jako recenzent będę szukał w publikacjach Kandydatki, to samoświadomość, niebanalność i błyskotliwość teoretyczna, analityczna lub badawczo-metodologiczna. Pozwolę sobie te trzy wymiary w roboczym skrócie zilustrować. Przykładem dobrej jakości teoretycznej mogłaby być książka Mirosławy Grabowskiej *Podział postkomunistyczny*, zawierająca oryginalną odautorską redefinicję koncepcji podziałów społecznych (*cleavages*) Seymoura M. Lipseta i Steina Rokkana. Niebanalne i ciekawe analitycznie problemy przynoszą tezy o cynizmie i populizmie polskich wyborców (*vide* cykl badań Sławomira Sierakowskiego i Przemysława Sadury i ich książka *Społeczeństwo populistów* z 2023 roku oraz artykuł Mikołaja Cześnika i Bena Stanleya *Uninformed or informed populists? The relationship between political knowledge, socio-economic status and populist attitudes in Poland* z 2021 roku). Wreszcie przykładem wysokiej jakości metodologicznej czy nieoczywistości badawczej może być książka Jarosława Flisa *Złudzenia wyboru* z 2014 roku (pomysłowość w wykorzystaniu danych Państwowej Komisji Wyborczej) lub studium Pawła Stępnia i Michała Pierzgałskiego *Wybory niekonkurencyjne w Polsce – wyniki badań terenowych* z tomu XIX „Przeglądu Socjologii Jakościowej” (niecodzienne dla subdyscypliny typowo jakościowe instrumentarium badawcze zmieszane z klasycznymi technikami ilościowymi).

Widzę także zasadność, aby wobec kryterium „znacznego wkładu w rozwój określonej dyscypliny” zapytać o spójność merytorycznego, publikacyjnego dorobku naukowego wykraczając poza prosto odczytany tematyczny wspólny mianownik. Pytanie takie prowokuje zwłaszcza sytuacja Kandydatki, w której podstawą merytoryczną wniosku habilitacyjnego jest cykl

artykułów (którego równą połowę stanowią te, gdzie dr Żerkowska-Balas jest jedyną kandydatką), a nie autorska monografia. Stawiam zatem pytanie, czy zaprezentowane artykuły tworzą identyfikowalny system wzajemnie odnoszących się do siebie tez, ustaleń i koncepcji czy też raczej stanowią zbiór przyczynkarskich studiów.

Ad. 1) Tekst podjął klasyczne zagadnienie identyfikacji partyjnej w kontekście wyborów parlamentarnych z 2011 roku. Dr Żerkowska-Balas proponowała bardziej zniuansowane rozumienie identyfikacji partyjnej posiłkując się koncepcją Morrisa Fioriny. Jej lepsze dopasowanie do sytuacji krajów postkomunistycznych Europy Środkowo-Wschodniej wiąże się – jak przekonuje Autorka – m.in. z porzucenia elementu dziedziczności tożsamości politycznych w obliczu tzw. młodych demokracji. Dodatkowo Autorka proponowała teorię głosowania przestrzennego, którą można uznać za wariację perspektywy racjonalnego wyboru. Następnie proponowała pięć hipotez biorących pod uwagę dwie zmienne: identyfikację partyjną oraz dystans programowy.

Operacjonalizacja tych zmiennych nie budzi zastrzeżeń; dane empiryczne w studium pochodziły z bazy Polskiego Generalnego Studium Wyborczego. Analiza wykazała, że to identyfikacja z partią decyduje w większym stopniu o wyrażeniu poparcia poprzez głosowanie, zwłaszcza w odniesieniu do elektoratów Prawa i Sprawiedliwości oraz Platformy Obywatelskiej. Czynniki ten był także bardziej istotny w kontekście zwiększenia prawdopodobieństwa udziału w wyborach. Konkludując, autorka postawiła tezę o istnieniu wyraźnej identyfikacji partyjnej z dwiema największymi dla ówczesnej sceny politycznej partiami: PiS i PO.

Założenie abstrahujące od aspektu reprodukcji międzypokoleniowej tożsamości politycznej (koncepcja Fioriny) brzmi rozsądnie, choć wypada wskazać, że identyfikacja partyjna po 1989 roku niekoniecznie powstawała *ab ovo*, o czym przekonuje teza Mirosławy Grabowskiej o podziale postkomunistycznym i istnieniu dwóch względnie trwałych nurtów tożsamości politycznych: postsolidarnościowej i postkomunistycznej.

Ad. 2) Artykuł poświęcony był identyfikacji czynników wpływających na zachowania wyborcze w okresie 1997–2015. Bazował na danych z Polskiego Generalnego Studium Wyborczego. W punkcie wyjścia, po krytycznym przeglądzie podstawowych stanowisk teoretycznych Autorzy (obok dr Żerkowskiej-Balas dwóch innych badaczy) postawili trzy hipotezy dotyczące dynamiki czynnika predyspozycji politycznych, kwestii ideologiczno-kulturowych oraz ekonomicznych, które testują w odniesieniu do czterech różnych modeli (w odniesieniu do 2015 roku pięciu). Wyraźnie najlepsze dopasowanie znalazł model strukturalny (pozycji w strukturze społecznej).

Waga znaczenia statusu społecznego nie spadała także w kolejnych wyborach – choć rok 2015 wykazywał pewne elementy możliwej zmiany (wyraźnie lepsze dopasowanie modelu kulturowo-ideologicznego uwzględniającego stosunek do integracji z UE).

W zakończeniu znalazła się nieco zaskakująca konstatacja mówiąca o istnieniu w Polsce stanu wojny kulturowej – z klasycznie zarysowanymi frontami przebiegającymi wzdłuż podziału konserwatyzm-liberalizm (obyczajowy). W 2016 roku, kiedy niniejszy artykuł został opublikowany, hasło wojny kulturowej nie było specjalnie (o ile pamiętam) eksploatowane w dyskursie medialnym, wielkie protesty społeczne związane z zaostrzeniem przepisów dotyczących aborcji w Polsce rozpoczęły się dopiero jesienią 2020 roku. Nieco szkoda zatem, że Kandydatka wraz z pozostałymi Autorami nie pokusiła się o rozwinięcie tej obserwacji.

Ad. 3) Tekst, napisany wspólnie z Agnieszką Kwiatkowską, Mikołajem Cześnikiem i Benem Stanleyem, poświęcony był odpowiedzi na pytania o zasadność stosowania skali lewica-prawica do analiz polskiej sceny politycznej (moc eksplanacyjną zachowań wyborczych) oraz o zakres i dynamikę znaczeniową terminów prawica i lewica. Analiza bazowała na danych PGSW. Autorzy zaprezentowali dwa możliwe podejścia teoretyczne do podziału lewica-prawica: symboliczno-ideologiczne (dwa antagonistyczne zestawy norm i wartości) oraz analityczne (dwa przeciwległe bieguny aktualnego konfliktu politycznego). Przyjmując to drugie, za główne cele postawili sobie przetestowanie hipotez dotyczących istotności problemów ekonomicznych i europejskich, preferencji światopoglądowych oraz umiejscowienia w strukturze społecznej jako czynników identyfikacji politycznych.

Polacy nie mają problemów w autoidentyfikacji na skali lewica-prawica, problemem stają się za to skuteczne identyfikacje dotyczące partii politycznych: w zasadzie problematyczna w tej mierze okazała się być połowa sceny politycznej w 2015 roku. Nieproblematyczne w tej kwestii są Prawo i Sprawiedliwość, Platforma Obywatelska oraz Polskie Stronnictwo Ludowe, gdzie dodatkowo w przypadku tych dwóch pierwszych partii widać wyraźnie dynamikę zmiany światopoglądowej elektoratów. Elektorat PiS w latach 2001–2015 stawał się wyraźnie prawicowy, a elektorat PO centrowo-lewicowy, przy czym obie te partie w punkcie startu (2001) zajmowały w gruncie rzeczy tę samą pozycję na skali.

Poglądy polityczne między 1997 a 2015 rokiem w największym stopniu definiował stosunek do Kościoła katolickiego oraz aborcji. Światopoglądy polskich wyborców grawitują też w coraz większym stopniu wokół problemów związanych z Unią Europejską; kwestie ekonomiczne pozostają w gruncie rzeczy nieistotne. Nieistotne dla kształtowania się

światopoglądów okazały się również czynniki strukturalne. Spośród tych klasycznie rozumianych wyznaczników miejsca w strukturze społecznej statystycznie istotne było jedynie wykształcenie.

W zasadzie – tak odczytuję ustalenia tekstu – najważniejszym elementem definiującym autoidentyfikację na skali lewica-prawica pozostaje identyfikacja partyjna. Przy czym widać tu interesujące zjawisko ujednolicenia autoidentyfikacji oraz definiowania partii na skali lewica-prawica. Zatem – definiuję się jako wyborca prawicowy, ponieważ głosuję na partię, którą postrzegam jako prawicową.

Artykuł kończy konkluzja, która – mimo wszystkich ustaleń i zastrzeżeń – wskazuje na użyteczność skali lewica-prawica. Konkluzja ta w pewnej mierze nie jest przekonująca; wróć do tej myśli przy omawianiu jednego z kolejnych artykułów.

Wydaje mi się, że bodaj najważniejszym ustaleniem tekstu jest względna nieistotność czynników strukturalnych. To ważna obserwacja, bo pozwala w dużej mierze dekonstruować popularne narracje o takim czy innym segmencie elektoratu w oparciu o czysto obiegowe opinie i stereotypowe wyobrażenia (elektorat starszy, wiejski, niewykształcony vs. elektorat młodszy, miejski, wykształcony).

Ad. 4) Perspektywa marek politycznych, jak przekonywała Autorka w punkcie wyjścia, miała dać bardziej satysfakcjonujące podejście do badania relacji między partiami a wyborcami. Owa marka rozumiana jest jako kompleks doświadczeń, emocji, skojarzeń i symboli odzwierciedlający obraz partii politycznych. Perspektywa ta wprowadza jeszcze jedno ważne założenie: wybór tej lub innej partii to wynik jej aktualnej atrakcyjności, lojalność lub też racjonalna ocena wyborców są tu wyraźnie wtórne lub nieistotne.

Podejście to czerpie z doświadczeń badań konsumentów. Autorka zaproponowała tu metodologię BCM (*Brand Concept Map*), która polega na identyfikacji sieci skojarzeń z konkretnym obiektem. Celem artykułu była analiza polskich partii politycznych przez pryzmat marki oraz w oparciu o dane uzyskane dzięki wywiadam fokusowym.

Ustalenia Kandydatki są ciekawe, choć raczej nie zaskakujące. Prawo i Sprawiedliwość charakteryzowało się najbardziej wyrazistą marką, najbardziej złożoną siecią asocjacji (i pozytywnych, i negatywnych), a jej ogólny wizerunek kształtowały elementy takie jak rodzinność, patriotyzm, katolicyzm oraz normalne życie na przeciętnym poziomie. Platforma Obywatelska rysowała się wyraźnie jako partia w kryzysie tożsamości, a jej podstawowa cecha została określona jako proeuropejska niemożność. Spośród pozostałych analizowanych bytów partyjnych (większość dziś już nie istnieje) warto zwrócić jeszcze uwagę na rozpoznawalność Sojuszu Lewicy Demokratycznej oraz Polskiego Stronnictwa Ludowego, której jednak towarzyszy mocno uboga

sieć skojarzeń. Szczególnie status PSL jest w tej mierze ciekawy – perspektywa *political branding* zdaje się sugerować, że partia bez wizerunku jest skazana na porażkę (w 2024 roku PSL uparcie trwa na polskiej scenie politycznej). Autorka zauważyła jeszcze jedną ważną rzecz: marki są w kontekście polskiej sceny politycznej związane z liderami kategoryzowanymi przez pryzmat osobowości oraz z bieżącymi wydarzeniami na scenie politycznej, co wskazywałoby – jak przekonuje Autorka – na nietrwałość identyfikacji partyjnych.

Perspektywa marek może mieć pewien potencjał, ale tekst ten raczej go zapoznawał, niż mocno i głęboko eksplorował. Niezbędne wydaje się tutaj wyraźne zakorzenienie teoretyczne, ale także poczynienie klarownych operacjonalizacji. Przykładowo, Kandydatka w pewnym miejscu tekstu stwierdza, że najsilniejszą marką dysponuje Prawo i Sprawiedliwość, zaś w innym pisze o słabszym wizerunku Platformy Obywatelskiej. Tymczasem kategoria siły marki jest w wywodzie sprawą niejasną. Na tyle, na ile rozumiem metodologię BCM, operuje ona kategorią siły łączenia obiektów (jedna, dwie lub trzy linie łączące elementy sieci skojarzeń są tego graficznym odwzorowaniem), ale nie jest to tożsame z siłą marki.

Ad. 5) Artykuł próbował odpowiedzieć na pytanie o powrót partyjnej lewicy do polskiego parlamentu wskutek wyborów w 2019 roku. Autorzy wyszli od pytań o trwałość politycznych identyfikacji na osi lewica-prawica oraz o zmieniające się znaczenie owych identyfikacji. Przypomnieli również – w całkiem zgrabnej i syntetycznej postaci – historyczne okoliczności kształtowania się tego podziału oraz proces zmiany ustrojowej w Europie Środkowo-Wschodniej.

Znaczenie identyfikacji lewica-prawica miało dla lat dziewięćdziesiątych oraz wczesnych dwutysięcznych przede wszystkim charakter kulturowy (odwołujący się do wartości) oraz historyczny (stosunek do minionego systemu). Dziś jednak orientacja lewica-prawica jest wtórna wobec identyfikacji partyjnej. Choć orientacja ta, a w zasadzie schemat lewica – centrum – prawica, jest trwała (także – z grubsza – w kontekście proporcji), to zaobserwować można dwie ważne zmiany. Po pierwsze, między 2015 a 2019 rokiem widoczne były znaczące przepływy między wszystkimi grupami wyborców kategoryzowanymi przez podział lewica-prawica. Nie da się przy tym zidentyfikować żadnego wyraźnego wzoru – przepływy te mogły dotyczyć zmiany orientacji z lewicowej na prawicową i *vice versa*, względnie stałą grupą okazali się jedynie wyborcy prawicowi. Po drugie, lewicowość i prawicowość polskich wyborców kształtowały kwestie kulturowe (stosunek do Kościoła katolickiego, aborcji, względnie do integracji z Unią Europejską), kwestie ekonomiczne były względnie nieistotne. Identyfikacje te są stałe, w zasadzie w dużej mierze od początków transformacji. Stąd odpowiedź na pytanie o powrót lewicowej, partyjnej reprezentacji do parlamentu w 2019 roku udzielona przez Autorów tekstu jest dość

zaskakująca – chodziło o skuteczną rekonfigurację lewicowych elit (blok wokół Sojuszu Lewicy Demokratycznej).

Artykuł *The left returns to Polish Parliament* jest raczej jednym ze słabszych w przedłożonym we wniosku habilitacyjnym cyklu. Nie idzie wyłącznie o to, że problem znaczeń podziału lewica-prawica podejmowany był już przez Kandydatkę wcześniej (vide artykuł *Ideologiczna treść wymiaru lewica-prawica w Polsce w latach 1997–2005*) i to na bardziej pogłębionym i wyrafinowanym poziomie (m.in. wątek wpływu struktury społecznej na identyfikację lewica-prawica). Już tekst z 2016 roku wskazywał, że skala lewica-prawica jest do pewnego stopnia historycznie mylącym, niedoskonałym i wtórnym narzędziem wobec innych modeli (choćby identyfikacji partyjnej). Mimo to tekst ów wcześniejszy tekst kończył się ostrożną konkluzją wskazującą, że skala lewica-prawica dalej jest użyteczną heurystyką do analizy polskiej sceny politycznej. W analizowanym tu artykule konkluzja taka nie jest wyrażona wprost, ale można ją wyczytać między wierszami. To nieco rozczarowujące, biorąc pod uwagę zarówno ustalenia badawcze Kandydatki, jak i kierunek nowszych zainteresowań dr Żerkowskiej-Balas (polityczny *branding*, archetypy) – gdzie niejako bez słowa porzuca wcześniej przyjęte i stosowane założenia, tezy i koncepcje teoretyczne.

Ostatnia drobna krytyczna uwaga dotyczy wspomnianego opisu zmian w Europie Środkowo-Wschodniej. Oczywiście, jest on z natury rzeczy selektywny, przy tym jakoś dopasowany do horyzontu poznawczego anglojęzycznego czytelnika i nie stanowi kluczowej części artykułu. Niemniej wywód, który dobrze pasuje do przywołanej sytuacji Polski i Węgier z przełomu lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych, w małym lub znikomym stopniu pasuje do innych krajów Europy Środkowo-Wschodniej (myślę tu w pierwszej mierze o Rumunii i Niemczech Wschodnich). Pisanie zatem o całej Europie Środkowo-Wschodniej jest nieco nieuzasadnione.

Ad. 6) Artykuł zaproponował perspektywę marki politycznej (*political brand*) jako bardziej skuteczne podejście w analizowaniu relacji partia-wyborca, przewyżczające słabości modeli identyfikacji partyjnej oraz racjonalnego wyboru. Perspektywa ta wyrasta z doświadczeń rynkowych badań konsumenckich i bazuje na koncepcji archetypu: kompleksu symboli, wyobrażeń, emocji oraz motywacji, jaki ludzie przypisują określonych obiektom (w sporej mierze nieświadomie). W swojej genezie zaś koncepcja ta odwołuje się do psychologii Carla Gustava Junga i wyróżnionych przez niego dwunastu archetypów. Artykuł miał na celu identyfikację używanych przez wyborców charakterystyk w odniesieniu do partii politycznych, identyfikację zestawów tych cech układających się we wzór archetypu oraz rozpoznania potrzeb i emocji stojących za charakterystykami. Ramę analityczną stanowił model NeedScope operujący

sześcioma podtypami (dodatkowo oznaczanymi za pomocą sześciu kolorów). Autorzy zaproponowali tam mieszane metody badawcze w postaci wywiadów fokusowych oraz sondażu (CAWI, z reprezentatywną próbą respondentów). Analizie poddano siedem ówczesnie funkcjonujących na scenie partii politycznych.

Studium przynosi kilka ciekawych obserwacji. Po pierwsze, widać rozbieżność w identyfikowaniu partii poprzez archetypy w zależności od tego, czy mamy do czynienia ze zwolennikami danej partii czy z jej przeciwnikami. Rozbieżność ta jest jednak różna w zależności od partii (największa w przypadku Prawa i Sprawiedliwości). Po drugie, powszechnie spotykanymi i wysoko cenionymi cechami – bez względu na sympatie polityczne – są inteligencja, rozsądek i odpowiedzialność. Odczytuję to jako zaskakujące potwierdzenie dla tezy obecnej w obiegu publicystycznym mówiącej, że największą partią w Polsce jest partia zdrowego rozsądku. Artykuł kończy się kilkoma istotnymi postulatami badawczymi dotyczącymi głównie pogłębienia niektórych wątków.

We wstępie Autorzy twierdzili, że jest to pierwsza próba wykorzystania koncepcji archetypów w badaniach nad partiami politycznymi. Najpewniej chodziło tu o polski dyskurs socjologiczny, w naukach społecznych za granicą podobne próby podejmowano już wcześniej. Nie wykonywałem w tej mierze systematycznej kwerendy, niemniej zauważę, że w 2020 roku na Ohio University została obroniona praca magisterska zatytułowana *Exploring Politicians' Archetypes: A Deep Dive into the 2020 Democratic and Republican Presidential Candidates* (treść jest dostępna online). Praca wprost odwołuje się do Jungowskich archetypów, a w jej bibliografii znajdują się starsze teksty wykorzystujące koncepcję archetypu do analiz pola polityki.

Jest też dla mnie nieco niejasne, w jakich okolicznościach Kandydatka doszła do tezy o zasadniczej nieprzydatności perspektywy identyfikacji partyjnej lub racjonalnego wyboru. W tekście *Identyfikacja partyjna i bliskość programowa partii jako determinanty decyzji wyborczej w wyborach parlamentarnych 2011 roku z 2015 roku* obie perspektywy traktowane są jeszcze jako istotne dla rozumienia relacji partie-wyborcy (zwłaszcza model identyfikacji partyjnej), a pozostałe artykuły w zasadzie nigdzie tak jednoznacznie nie podważają zasadności tych perspektyw.

Wydaje mi się także, że Habilitantka nieco zbyt lekko przeszła nad Jungowską inspiracją. Nie mam tu na myśli ani zasadniczo psychologicznej proveniencji Junga, ani kwestionowanego statusu naukowego jego koncepcji. Nie jest jednak dla mnie jasne, czy dr Żerkowska-Balas zapożycza się u szwajcarskiego psychologa tylko poprzez wybraną terminologię, przefiltrowaną już zresztą przez komercyjne pole badań konsumenckich, czy też głębiej. Przykładowo, jaki status ma obserwacja mówiąca o uniwersalnym charakterze archetypów lub/i zestawie motywacji (ten aspekt uniwersalności był obecny także w Autoreferacie)? Czy to znak odwołania się do jakiegś

swoistej odmiany strukturalizmu, a jeśli tak, to czy ma ono charakter realistyczny, czy analityczny? Gdyby Kandydatka zdecydowała się dalej iść tą ścieżką badawczą, widziałbym tu potrzebę teoretycznego obudowania perspektywy marek.

Ad. 7) Artykuł skupił się na problemie negatywnej identyfikacji partyjnej i stawiał sobie za cel odpowiedź na pytanie o istnienie wpływu mediów masowych na poziom niechęci wobec partii politycznych. Autorka wykorzystała w nim badania z PGSW z 2015 i 2019 roku i postawiła cztery hipotezy dotyczące mechanizmów i czynników tworzenia się negatywnych identyfikacji partyjnych: wpływu tradycyjnych mediów i mediów społecznościowych, poziomu wyrobienia politycznego oraz korzystania z medium zgodnego z politycznym światopoglądem. W punkcie wyjścia Kandydatka pokazała, że niechęć Polaków skupia się na dwóch partiach: Prawie i Sprawiedliwości oraz Platformie Obywatelskiej. Stan ten nasilił się od 2005 roku osiągając w roku 2019 najwyższy poziom (ponad 57 proc. negatywnych identyfikacji w stosunku do PiS i ponad 30 proc. w stosunku do PO). Co dodatkowo ważne, Polacy dywersyfikują swoje medialne źródła wiedzy o polityce (w 2015 roku zaledwie jedna czwarta badanych korzystała wyłącznie z mediów popierających tę samą partię, choć w 2019 roku było to już ponad dwie trzecie badanych). Najciekawsze ustalenia dotyczą, jak sędzę, poziomu wiedzy politycznej jako czynnika wpływu na wykształcanie negatywnej identyfikacji partyjnej. W przypadku telewizji wysoki poziom wiedzy zwiększa ten wpływ, w przypadku mediów społecznościowych podobny efekt wyraźny był w 2015 roku, ale już nie w 2019. Różnica między 2015 a 2019 rokiem zaznacza się w jeszcze jednym elemencie: rok 2019 negatywna identyfikacja partyjna zaczęła mieć emocjonalny i tożsamościowy charakter.

Tekst przynosi bardzo ciekawe ustalenia zwłaszcza w odniesieniu do poziomu wiedzy: wszak modele bazujące na idei racjonalnego wyboru rozpoznałyby czynnik ten jako element moderujący. Poza tym analiza wskazała, że zgodność poglądów politycznych z poglądami prezentowanymi w medium nie wpływają na tworzenie się negatywnych identyfikacji (podobne obserwacje płyną z cyklu badań Sławomira Sierakowskiego i Przemysława Sadury). Zatem ani różnorodność palety „konsumowanych” mediów, ani wysokie wyrobienie polityczne nie stanowią barier dla tworzenia się negatywnych identyfikacji partyjnych – wbrew części założeń politycznego liberalizmu, obiegowym opiniom oraz niektórym powtarzanym tezom i modelom naukowym.

Artykuł jest również ważnym głosem w dyskusji dotyczącej polaryzacji politycznej w Polsce. To, co ponad ćwierć wieku temu Marek Czyżewski, Sergiusz Kowalski i Andrzej Piotrowski rozpoznali w przestrzeni dyskursu i nazwali rytualnym chaosem, w ostatnich latach

przybrało postać trwałej i nasilającej się polaryzacji. Sięga ona zresztą być może głębiej niż podziały ideologiczne, do sfery emocji moralnych, co sygnalizuje tylko dr Żerkowska-Balas (rola odrazy), a na wskazywał wyraźnie raport z badań „Polaryzacja polityczna w Polsce. Jak bardzo jesteśmy podzieleni?” przeprowadzonych przez Centrum Badań nad Uprzedzeniami w 2018 roku (proces dehumanizacji oraz moralizacji przekonań politycznych).

Ad. 8) Afektywna identyfikacja partyjna jest jako taka rozpoznana w dyskursie naukowym, niemniej, jak zauważyła Kandydatka, słabo przeanalizowany jest dotąd fenomen identyfikacji negatywnych. Zaproponowała ona, w oparciu o typologię Richarda Rose i Williama Mischlera, przeanalizować zwolenników partii politycznych w Polsce w okresie 2005–2019 pod kątem ich identyfikacji emocjonalnej (pozytywnej i negatywnej), określić proporcje między czterema zasadniczymi typami emocjonalnego poparcia oraz zbadać determinanty tych postaw. Tekst bazował na danych Polskiego Generalnego Sondażu Wyborczego.

Kontekst, w jakim Autorka proponowała przyjrzeć się identyfikacjom emocjonalnym, to głównie względnie wysoki i stały odsetek osób z negatywną identyfikacją partyjną (gwałtowny skok między 2005 a 2007 rokiem, z ok. 20 proc. do ponad 60 proc.), wyraźna dominacja Prawa i Sprawiedliwości oraz Platformy Obywatelskiej jako partii skupiających od 2011 roku ok. 70-80 proc. wyborców „negatywnych” oraz dopełniająca obraz sytuacja wyboru „mniejszego zła” jako strategii wybieranej przed pokaźny odsetek wyborców.

Wśród najważniejszych ustaleń analizy widzę malejący odsetek osób z negatywną identyfikacją emocjonalną. Zwrócę uwagę na jeszcze jeden aspekt. Otóż we fragmencie dotyczącym identyfikacji czynników determinujących przynależność do takiego lub innego typu stronników partyjnych Kandydatka doszła do wniosku, że nie ma jednego modelu, który tłumaczyłby tę przynależność. Dla jednego z typów idealnie pasują czynniki socjoekonomiczne, do innego raczej kwestie różnic światopoglądowo-ideologicznych, a w przypadku kolejnego (tu chodziło o negatywną identyfikację) w ogóle nie da się wskazać żadnych wyraźnych determinantów.

Tekst jest, zgodnie z deklaracjami Autorki, pionierski na gruncie polskiego dyskursu socjologii polityki, choć warto wskazać, że podobnym tematem dr Marta Żerkowska-Balas zajęła się także w odniesieniu do „konsumpcji” mediów (*vide* tekst nr 7).

Dr Marta Żerkowska-Balas jest naukowcem pracującym na dobrym, regularnym poziomie intensywności. Nie ulega dla mnie wątpliwości, że Kandydatka jest bardzo sprawną badaczką, o świetnym warsztacie, zwłaszcza w odniesieniu do instrumentarium typowo ilościowego. Warto przy tym wskazać, że w tekstach poświęconych markom i archetypom politycznym pojawiły się także elementy o jakościowej proveniencji. Kandydatka wykazuje wysoką świadomość teoretyczno-metodologiczną nie tylko w odniesieniu do projektowania narzędzi i skutecznej analizy danych, ale również poprzez umiejętność całościowego projektowania procesu badawczego. Niezależnie od ocenianego cyklu publikacji dr Żerkowska-Balas posiada także ciekawy dorobek dotyczący m.in. zachowań społecznych czasie pandemii Covid-19.

Kandydatka jest świetnie zorientowana w klasycznym i bieżącym dyskursie badawczym poświęconym zachowaniom wyborczym, tak zagranicznym (anglojęzycznym), jak i polskim. Dobrym znakiem tego rozeznania, a przy okazji umiejętności syntetycznego skrótu, jest stosowny fragment Autoreferatu poświęcony podstawom teoretycznym cyklu. Tu jednak odnotuję małą, choć znaczącą nieobecność – dr Żerkowska-Balas ani w Autoreferacie, ani w artykułach recenzowanego cyklu nie odwołała się, choćby sygnałnie, do wspomnianej przeze mnie książki Jarosława Flisa *Złudzenia wyboru*.

Poszczególne artykuły składające się na recenzowany cykl są dobrze przemyślane i ustrukturyzowane. Ich jakość pozostaje na dobrym poziomie bez względu na to, czy Kandydatka była ich jedyną autorką czy też współautorką. Warto jeszcze dodać, że dr Marta Żerkowska-Balas pisze dobrą polszczyzną, jej język jest pozbawiony zbędnego żargonu naukowego. Co równie istotne, jest to język optymalnie „chłodny” i analityczny, bez wyraźnych oznak nastawienia emocjonalnego, ideologicznego oraz paternalizmu czy dydaktyzmu wobec polskiego społeczeństwa.

Niektóre z recenzowanych tekstów ze względu na objętość oraz mnogość podejmowanych kwestii stanowią niemal mikro-monografie (zob. np. tekst nr 3). Wszystkie są oryginalnym i ważnym wkładem w rodzimy dyskurs socjologii polityki. Artykuły Habilitantki mają co najmniej dobrą, a zazwyczaj bardzo dobrą jakość. Nieco wtórny w mojej ocenie jest jedynie tekst *The left returns to Polish Parliament*. Jest to przy tym cykl artykułów, który zgodnie z Autoreferatem koncentruje się na odpowiedzi na pytanie o determinanty relacji partie-wyborcy w oparciu o trzy klasyczne podejścia: strukturalne, identyfikacji/tożsamości partyjnej oraz racjonalnego wyboru. Dr Marta Żerkowska-Balas świetnie się orientuje we wszystkich tych podejściach, zna kanon i współczesne wariacje na jego temat, dobrze rozumie ograniczenia wiążące się z tymi modelami. Tu odrobinę niezrozumiała jest dla mnie decyzja Kandydatki o pozostawieniu poza cyklem przedłożonym do recenzji tych tekstów, które bezpośrednio odnosiły

się do modelu racjonalnego wyboru (choćby artykuł *Czy polski wyborca jest racjonalny? Analiza empiryczna* z 2015 roku; także doktorat Habilitantki wychodził, jak mi nie mam, od modelu racjonalnego wyboru).

Wydaje mi się także, że niektóre inne elementy dorobku naukowego Kandydatki, które nie zostały ujęte w cyklu publikacji, dobrze uzupełniają pewne wątki recenzowanego cyklu. Myślę tu m.in. o artykule *Co tam Panie w polityce? Struktura potocznej wiedzy politycznej Polaków* opublikowanego w 2017 roku w „Kulturze i Społeczeństwie”. Wedle zaprezentowanych tam ustaleń ową wiedzę cechuje głównie niestabilność, emocjonalność oraz fragmentaryczność. Te cechy zdają się tworzyć głębsze uzasadnienie i kontekst dla założeń perspektywy marek politycznych wskazujących na istoty sieci asocjacji znaczeń, symboli i emocji, które mogą być efemeryczne, a w polskim kontekście także silnie uzależnione od wizerunków liderów politycznych oraz bieżącego kształtu dyskursu politycznego.

Ponadto za cenne ustalenia uznaję teksty dotyczące afektywnych aspektów identyfikacji partyjnych – są one ważne zwłaszcza w kontekście dyskusji naukowej o polaryzacji politycznej. Reasumując – jest to dorobek spójny, a zaproponowany tytuł cyklu całkiem dobrze oddaje jego treść.

Najważniejsze i najciekawsze ustalenia i obserwacje starałem się wskazać we wcześniejszej części recenzji. Niemniej niektóre ustalenia Kandydatki, jakkolwiek poprawne, były bądź to mało sugestywne, bądź ginęła w gąszczu szczegółowych danych i logice wyводу statystycznego. Dotyczyło to tekstów tworzonych w paradygmacie ilościowym. Kandydatka w jednym z tekstów spoza cyklu autokrytycznie zauważyła, że poczynione ustalenia mogą być uznane za „mało odkrywcze, przewidywalne (...) zgodne z intuicjami wielu obserwatorów polskiej polityki, formułowanymi w licznych komentarzach powyborczych”. Odczytuję to jako swoisty paradoks – wyrafinowane narzędzia ilościowe pozwalają uzyskać wyniki, które są poprawne, ale w pewnym sensie schematyczne i ocierające się o prawdy zdroworozsądkowe. Uwagę tę osadzam w Millsowskiej wizji socjologii z jego *Wyobraźni socjologicznej*, całościowej i łamiącej paradygmaty teoretyczne i metodologiczne. Zatem w recenzowanym cyklu cenię sobie zwłaszcza te publikacje, w których Kandydatka nie powściągała swojej wyobraźni socjologicznej wychodząc poza paradygmat ilościowy lub/i osadzała niektóre ustalenia w szerszym kontekście. Bardzo chętnie widziałbym dr Martę Żerkowską-Balas w takiej roli i dyspozycji intelektualnej części i tak odczytuję teksty dotyczące archetypów i marek politycznych.

Niemniej – brakuje mi nieco jakiejś wyraźnej syntetycznej rekapitulacji własnego dorobku, który jest głównie pokłosiem intensywnego badania zachowań wyborczych w oparciu o klasyczne teorie, zmienne, narzędzia statystyczne i dane PGSW. Trochę takich wątków przynosi

Autoreferat Kandydatki, gdzie pisze o zmieniającym się znaczeniu i istotności czynników ekspresyjnych oraz merytorycznych. Recenzowany cykl oglądany z tej perspektywy wygląda z grubsza tak: dwa najstarsze teksty z recenzowanego cyklu jednoznacznie wskazują na przydatność modelu strukturalnego oraz tożsamości politycznej, a w późniejszych tekstach Kandydatka dochodziła do wniosków mówiących o zasadniczej lub względnej nieistotności modelu strukturalnego, podziału lewica-prawica czy też modelu identyfikacji i tożsamości politycznych. W zasadzie mało przydatny wydaje się być model racjonalnego wyboru. Natomiast w przypadku artykułów *Marka polskich partii politycznych* i *Archetypes of Polish Political Parties* dr Żerkowska-Balas pisze wprost o wątpliwej zasadności czy niskiej użyteczności tych klasycznych koncepcji – tym bardziej zasadna zdaje się potrzeba wspomnianej rekapitulacji.

Wydaje się przy tym, że perspektywa marek i archetypów jest oryginalna, posiada potencjał i kryje się w niej coś więcej niż atrakcyjny, nie zużyty dotąd słownik (podkreślę, że systematyczne analizy, jakie proponuje Autorka, mają dość pionierski charakter). Wyraźnie wskazane byłoby przy tym dobre obudowanie teoretyczne tej perspektywy, zwłaszcza że dopuszcza ona także pewne elementy sytuacyjne (znudzenie, pobudzenie, nieoczywiste bodźce medialne).

III. Ocena pozostałych osiągnięć Kandydatki

Kandydatka jest od 2021 roku pełnomocnikiem dziekana ds. jakości kształcenia. Tworzyła lub współtworzyła kilka programów studiów oraz specjalizacji, w tym program studiów magisterskich z socjologii. Prowadziła lub prowadzi zajęcia z ponad dwudziestu różnych przedmiotów, m.in. klasyczne przedmioty dla każdego toku studiów socjologicznych takie jak „Współczesne teorie socjologiczne”, „Analizy jakościowe” oraz „Analizy ilościowe”. Prowadziła także zajęcia w języku angielskim. Dr Marta Żerkowska-Balas wypromowała dwudziestu siedmiu licencjatów oraz siedemnastu magistrów (wśród nich dwunastu magistrów socjologii). Była również promotorem pomocniczym dla magistra Mateusza Zaremby, który w kwietniu ub. roku obronił pracę doktorską „Ponowny wybór Platformy Obywatelskiej w wyborach 2011 roku. Przyczyny ekonomiczne, społeczne i polityczne”.

Habilitantka jest aktualnie członkiem dwóch międzynarodowych projektów badawczych (w jednym w roli badacza, w drugim w roli eksperta krajowego) oraz projektu PGSW 2023. Była także kierowniczką polskiej części projektu „The Pandemic and its management – an end to illiberal political support?”, realizowanego we współpracy z austriackim Central European University.

Zaangażowanie organizacyjne Kandydatki wykraczało poza sferę okołonaukową (wnioski grantowe, role kierownika projektu etc.). Przykładowo, w latach 2018–2019 była członkiem zespołu Uniwersytetu SWPS, który przygotował wniosek i uzyskał akredytację Ashoka. Tych przedsięwzięć organizacyjnych oraz pozostałych aktywności było znacznie, znacznie więcej – Kandydatka szczegółowo prezentowała je w Załączniku nr 4 i nie widzę potrzeby powtarzania tych informacji. Podkreślę za to, że te instytucjonalne wskaźniki aktywności akademickiej i organizacyjnej ukazują jednoznacznie i wyraźnie Kandydatkę jako poważną badaczkę i organizatorkę życia naukowego, osobę pracowitą oraz ważną postać środowiska badawczego Uniwersytetu SWPS.

Odnosnie popularyzacji można powiedzieć, że dr Żerkowska-Balas jest rozpoznany ekspertem w dziedzinie zachowań wyborczych w przestrzeni medialnej. Jako taka zapraszana była m.in. do audycji organizowanych przez radio TOK FM, udzielała wywiadów dla lokalnych mediów, była gościem podcastów. Biorąc pod uwagę częstotliwość tego rodzaju działań (oraz objętość stosownego fragmentu Autoreferatu) nie jest to jednak pierwszorzędna działalność Kandydatki.

IV. Konkluzje

Wskazane wyżej uwagi krytyczne nie mają w żadnym razie charakteru dyskwalifikującego, a po części z pewnością wynikają z mojej określonej wrażliwości socjologicznej. Kandydatka dysponuje wszystkimi niezbędnymi zasobami, aby jako samodzielny pracownik naukowy podejmowała w przyszłości ważne i ciekawe przedsięwzięcia intelektualne: dysponuje olbrzymim i różnorodnym doświadczeniem badawczym, przygotowaniem teoretycznym, a także krytycznym, inspirującym i życzliwym (jak mi nie mam) otoczeniem zawodowym.

Nie mam wątpliwości, że osiągnięcie naukowe dr Marty Żerkowskiej-Balas spełnia ustawowe wymogi stawiane przed osobami ubiegającymi się o stopień doktora habilitowanego, tj. wnosi znaczący wkład w rozwój nauk socjologicznych, a także wykazuje się istotną działalnością naukową realizowaną w więcej niż jednej uczelni. Wnioskuje więc o dopuszczenie jej do dalszych etapów procedury nadania stopnia doktora habilitowanego.