

Łukasz SCHEFFS

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

O socjotechnicznych, a także prakseologicznych korzeniach doradztwa politycznego¹

Streszczenie: Artykuł traktuje przede wszystkim o doradztwie (konsultingu) politycznym i znaczeniu konsultantów politycznych w organizacji politycznej. Z oczywistych względów dotyka też zagadnień związanych z praktycznym zastosowaniem wiedzy naukowej. Autor dokonuje w nim próby analizy rozumienia pojęcia doradztwa politycznego poprzez wskazanie jego zależności z takimi terminami jak socjotechnika, doradztwo komunikacyjne, doradztwo osobiste, doradztwo merytoryczne i kampania wyborcza.

Słowa kluczowe: doradztwo polityczne, konsulting polityczny, socjotechnika

¹ Choć artykuł traktuje przede wszystkim o doradztwie (konsultingu) politycznym, to faktycznie dotyka zagadnień związanych z praktycznym zastosowaniem wiedzy naukowej. To z kolei rodzi szereg pytań – tu pozostawionych bez odpowiedzi – o etyczność takiego sposobu postępowania. Tym bardziej jeżeli osiągnięcia wiedzy profesjonalnej wykorzystywane są lub mogą być w celu sterowania społecznego (a nawet manipulacji), i to dodatkowo przy świadomym udziale ludzi nauki. Zagadnienia te, choć nie wprost powiązane z problematyką samego doradztwa politycznego we współczesnym rozumieniu tego słowa, porusza już m.in. Jarosław Rudniański (Rudniański, 1983, s. 163–167), czy też w swoisty sposób, mierząc się z zagadnieniem propagandy politycznej (nie bez zabarwienia ideologicznego) Michał Szulczewski (Szulczewski, 1971, s. 224–239). O podobnych dylematach, z tym, że w nawiązaniu do zjawiska komentatorów politycznych, pisze również Marcin Zaborski (Zaborski, 2010, s. 63–76), a już w sposób bezpośredni nawiązując do wzniosłej roli uczonego i uniwersytetu Aniela Dylus (Dylus, 2014, s. 472–488).

Niezależnie jednak od dylematów etycznych prawdziwe wydaje się stwierdzenie, „że wszelka wiedza, bez wyjątku, służy jako narzędzie”, a tym samym, że można z niej praktycznie korzystać, pamiętając oczywiście także o aksjologii, czy lepiej wartościowaniu i ocenie każdego tego typu działania (Wilden, 1972, s. xx). Ponadto pamiętać należy o tym, że w niniejszym opracowaniu idzie o takie wykorzystanie wiedzy naukowej w działaniu praktycznym, w którym sięga się po wytwory (ustalenia) dokonane przez ludzi nauki wprost na zlecenie, a nie do działania o jakim myślą i piszą niektórzy przedstawiciele prakseologii. Dla nich bowiem praktyczne wykorzystanie nauki to złożona i wielowątkowa procedura ściśle powiązana z metodologią i uprawianiem nauki w ogóle (Stonert, 1972, s. 55–86; Wojewódzki, 1976, s. 71–88).

Wojciech Peszyński, parający się m.in. problematyką marketingu politycznego, całkiem niedawno w jednym ze swoich artykułów wyraził przekonanie, że kwestia doradztwa politycznego (konsultingu) jak dotąd spotyka się z niewielkim zainteresowaniem rodzimych (polskich) badaczy. Jako jedną z głównych przyczyn tego stanu rzeczy ten sam uczony wskazywał niewielką w Polsce liczbę podmiotów trudniących się przedmiotową profesją. Znacząca jest także – w opinii tego badacza – nieufność społeczeństwa, ale i samych polityków do osób wykonujących ten zawód, a także brak wciąż dostatecznej ilości informacji pochodzących zza kulis wyborczego spektaklu (Peszyński, 2014, s. 39). Interesujące i godne podkreślenia jest również i to, że uczony ten wskazał, iż „doradztwo polityczne obejmuje swoim zasięgiem szerszy obszar niż tylko działalność nakierowaną na walkę o głosy wyborców. W zakresie jego działania należałoby zakwalifikować jeszcze lobbing², jak również doradztwo merytoryczne, które coraz częściej przyjmuje postać «think tanków»” (Peszyński, 2014, s. 39).

Podobny pogląd, przy próbie określenia tego czym w ogóle jest konsulting, zdaje się dzielić także Mariusz Kolczyński, który podejmując się eksploracji tematyki związanej z doradztwem politycznym pisał: „Obserwując przebieg współczesnych kampanii politycznych można (w pewnym uproszczeniu) uznać, że o ile konsulting zewnętrzny był i jest typowy dla organizowania kampanii w USA, o tyle w Europie częściej można spotkać model, w którym komórki doradcze (sztabowe) stanowią integralną część struktury organizacyjnej. Niezależnie od przyjętych w praktyce rywalizacji politycznej rozwiązań, należy mieć na uwadze to, że konsultanci polityczni stanowią całkowicie odrębną grupę zawodową, której celem jest pomoc w efektywnym i (wbrew obiegowym opiniom)

² O ważnej, szczególnie dla tu podjętych rozważań, socjotechnicznej proveniencji zjawiska lobbingu przeczytać można w artykule Eugeniusza Ponczka (Ponczek, 2009, s. 73–75).

W tym miejscu wypada jednak zaznaczyć, że działalność lobbingowa dotyczy przede wszystkim uchwalania prawa, działań zbiorowych, decyzji administracyjnych, względnie przyznawania funduszy. W szerokim rozumieniu jest to stosowany w życiu społecznym środek, służący wywieraniu wpływu na decyzje np. polityczne oraz na kształt ustaw i innych aktów prawnych, poprzez uczestnictwo m.in. w procesie ich tworzenia, modyfikacji lub uchylania. Lobbing jest z pewnością metodą osiągania celów w zakresie publicznej aktywności państwa, poprzez selektywne wywieranie nacisku, stosowane najczęściej przez instytucje i organizacje reprezentujące różne interesy społeczne, polityczne i ekonomiczne (Scheffs, 2013, s. 160–162; Sroka, 2002, s. 193–223; Sroka, 2002, s. 238–260).

zgodnym z branżowymi regułami zarządzania organizacją polityczną, w trakcie wszelkich działań podejmowanych na rynku politycznym. Z tego punktu widzenia doradztwo polityczne nie ogranicza się (lub nie powinno ograniczać się) tylko do okresu trwania kampanii wyborczych. Doradcy, zajmujący kluczowe pozycje w organizacji politycznej (konsultanci strategiczni) przyjmują na siebie ciężar opracowania i wdrożenia planów strategicznych, obejmujących wszystkie formy aktywności politycznej organizacji w dłuższej perspektywie czasowej. Ujęcie doradztwa politycznego w perspektywie strategicznej oznacza w praktyce, że ostateczny cel polityczny jest/powinien być podstawą tworzenia funkcjonalnych relacji pomiędzy aktorami politycznymi (politycy, zwodowi konsultanci) o różnych kwalifikacjach i motywach zaangażowania politycznego” (Kolczyński, 2014, s. 27–28).

Tak szerokie ujęcie tematyki doradztwa politycznego, które co warto podkreślić, towarzyszyć będzie i tu podjętym rozważaniom, nie jest jednak dominujące. Nawet więcej, zaryzykować można twierdzenie, że jeżeli już ktoś porusza tematykę konsultingu politycznego to przede wszystkim w aspekcie *stricte* wyborczym (Ulicka, 1996, s. 159; Mazur, 2007, s. 185–186; Płudowski, 2008, s. 168–170; Sempach, 2012, s. 15–29). Konieczność zaistnienia i rozwoju doradztwa politycznego wiąże się bowiem m.in. ze zmianami technologicznymi, złożonością i kompleksowością zadań związanych z kampanią, które z kolei wymuszają potrzebę zatrudniania specjalistów z zakresu kształtowania i realizacji kampanii wyborczych (Wiszniowski, 2000, s. 111). Doprecyzowując, dla wielu uczonych konsulting polityczny i jego intensywny rozwój nierozzerwalnie związane są z konsekwencją zastosowania mediów masowych i nowych technologii komunikowania. Dlatego też niektórzy badacze skłonni są do określania osób zajmujących się tego typu profesją, jako „zawodowych propagandystów”, „techników nowoczesnych kampanii wyborczych” czy „zawodowych komunikatorów” (Dobek-Ostrowska, 2006, s. 249). Profesjonalnie przygotowani komunikatorzy potrafią lepiej niż tradycyjni aktorzy polityczni korzystać z nowoczesnych technologii i dlatego skuteczniej zaspokajają potrzeby partii i kandydatów wyborczych. „Nowoczesne, postmodernizacyjne kampanie wyborcze opierają się na specjalistycznych technologiach, te zaś wymagają dobrze przygotowanych techników, bez których dzisiejsi politycy nie mogą się obejść. Bez względu na stopień zażyłości między partiami i ich doradcami widać, że eksperci wypełniają lukę braku umiejętności współczesnych organizacji partyjnych w zakresie posługiwania się dostępnymi technologiami komunikowania” (Dobek-Ostrowska, 2005, s. 21).

Świadomość występowania tendencji do zawężania znaczenia doradztwa politycznego i jednoznacznego wiązania tego zjawiska jedynie z kampanią wyborczą nie powinny wpływać na całościowy pogląd w tym zakresie³. M.in. dlatego w dalszej części mowa będzie o doradztwie politycznym rozumianym jako procesie „przekazywania przez podmiot doradzający (osobę, instytucję) podmiotowi rywalizacji politycznej (politykowi, partii, komitetowi wyborczemu) określonej wiedzy eksperckiej, w celu pomocy w osiągnięciu przez podmiot rywalizacji politycznej celów politycznych” (Biskup, 2013, s. 151). To z kolei obligować musi do modelowego ujęcia problematyki konsultingu politycznego, w którym występuje zarówno doradztwo merytoryczne, komunikacyjne, jak i osobiste (Biskup, 2011b, s. 95; Biskup, 2011a, s. 227–240). Jego celem pozostaje „interpretacja i wyjaśnianie określonych zjawisk, wydarzeń, procesów, czy konkretnych faktów politycznych (związanych ze stosunkami politycznymi), mających znaczenie dla zainteresowanego podmiotu politycznego w związku z prowadzoną przez niego działalnością polityczną” (Muszyński, 2001, s. 45).

Doradztwo merytoryczne to nic innego, jak realizacja zadań eksperckich w poszczególnych dziedzinach, opracowanie modeli sytuacji i rozwiązań prawnych, ustrojowych i społecznych, tworzenie zrębów aktów prawnych, kreacja rozwiązań systemowych (Biskup, 2011b, s. 95). Ten rodzaj aktywności wydaje się najbliższy temu, co w literaturze zwykło się określać mianem think tanku. Utworzone jeszcze w okresie II wojny światowej „fabryki idei” bardzo szybko przeistoczyły się w instytucje działające w niezwykle zróżnicowanych obszarach życia publicznego. Think tanki to obecnie instytucje analityczno-badawcze promującej określone idee, koncepcje i praktyczne rozwiązania, analizujące rzeczywistość. W praktyce te organizacje to zespoły osób, pracujących przy

³ Tak wąsko pojmowane doradztwo polityczne właściwiej można by łączyć ze zjawiskiem *king maker*. „Ten zajmuje się bowiem «produkowaniem» polityków pod aktualne potrzeby społeczne, opierając swoją działalność przede wszystkim o wyniki badań opinii publicznej, «wybiera» i «opakowuje» produkt – polityka, który ma najlepiej odpowiadać potrzebom społecznym, nie tylko w głoszonych poglądach, ale i odpowiadać gustom wyborców wyglądem, sposobem zachowania”. Co więcej, taki king maker jest jeszcze czymś innym, niż spin doctor. Ten ostatni zajmuje się bowiem działalnością mającą na celu wywołanie społecznego ruchu; nadanie danej sprawie, wydarzeniu, przedsięwzięciu politycznemu dynamizmu, odpowiedniego kierunku, wywołanie pewnego ciągu zdarzeń mających przynieść pożądany efekt – wygrane wybory, wyższy wskaźnik popularności społecznej, pozytywne postrzeganie spornych kwestii w społeczeństwie (Szalkiewicz, 2005, s. 92 i 99; Piontek, 2011, s. 161–166).

organizowaniu wydarzeń medialnych i redagowaniu tekstów. To twory skupiające w jednym miejscu różnorodne umiejętności: zmysł zarządzania, zmysł polityczny, praktykę dziennikarską i oczywiście zdolności eksperckie (Mierzwa, 2011, s. 2). Think tanki to ośrodki badawcze założone i działające z zachowaniem przynajmniej pewnego rodzaju niezależności. Niemniej głównym zadaniem tego rodzaju podmiotów jest wywieranie wpływu na opinię publiczną, pomoc i doradztwo zainteresowanym tego rodzaju usługami beneficjentom (Ziętara, 2009, s. 180; Hess, 2013, s. 40).

Doradztwo komunikacyjne to z kolei tworzenie strategii mających na celu najwłaściwsze zaprezentowanie oferty politycznej i przekazanie jej wyborcom (Biskup, 2011b, s. 95). W tym rozumieniu doradztwo komunikacyjne najbliższe jest uproszczonemu rozumieniu konsultingu politycznego. A może lepiej konsultingowi, który za wzór przyjmuje model amerykański, gdzie doradcy polityczni rekrutowani są częściej spoza partii politycznej i prawie wyłącznie w związku z koniecznością odpowiedniego przygotowania kandydata, rzadziej całej organizacji partyjnej, do rywalizacji wyborczej (Farrell, Kolodny, Medvic, 2001, s. 23–25).

I wreszcie doradztwo osobiste. Jego istotę sprowadzić można do pracy z danym liderem politycznym, polegającej na kształtowaniu jego kompetencji osobistych, planowaniu kariery politycznej, nauczaniu go pracy w permanentnej sytuacji kryzysowej (Biskup, 2011b, s. 95).

Niezwykle bogata i ze względu na ugruntowaną już pozycję w literaturze zbędna do ponownej rekonstrukcji wydaje się sama mozaika funkcjonujących na rynku typów doradców politycznych (Dobek-Ostrowska, 2007, s. 289–293). Ważniejsze jest tu natomiast określenie źródeł i znaczenia konsultingu politycznego. Skoro bowiem rola doradcza nie ogranicza się, a przynajmniej nie powinna, jedynie do okresu kampanii wyborczej, a konsultanci kontynuują swoją pracę w trakcie sprawowania urzędów/ stanowisk przez swoich zlecniodawców (Zaręba, 2014a, s. 155), istotna jest odpowiedź na pytanie o wpływ tego rodzaju działalności społecznej na politykę oraz konkretne, projektowane i wdrażane rozwiązania systemowe (Zaręba, 2014b, s. 60)? Zasadne wydaje się także określenie źródeł tej aktywności i utożsamianych z nią nowych aktorów politycznego działania (Kolodny, Dulio, 2003, s. 730). Jeszcze ważniejsze jest jednak określenie na ile satysfakcjonująca pozostaje refleksja traktująca o zjawisku doradztwa politycznego, i jak solidne ma ona podstawy teoretyczne. W tym też właśnie celu w dalszej części artykułu nastąpi szczegółowy przegląd literatury traktującej o tej problematyce.

Poszukując odpowiedzi na sformułowane powyżej pytania, a jednocześnie czyniąc zadość rzetelności koniecznej w obrębie wiedzy profesjonalnej⁴, rozważania związane ze źródłami doradztwa politycznego można skierować w obszar socjotechniki, a poniekąd i prakseologii. Wydaje się to o tyle zasadne, iż jako jeden z pierwszych o możliwości rozwoju ogólnie pojętego doradztwa wspominał jeszcze w latach 30. XX wieku⁵ „ojciec prakseologii” – Leon Petrażycki, który generalnie wykładał o ogólnej potrzebie upracticznienia wiedzy naukowej i to także w ramach humanistyki (Churska, 2006, s. 22–23). Nie nazywając tego wprost ten prawnik, filozof, etyk i logik postulował konieczność prognozowania w nauce, nazywając je osobliwie „przewidywaniem” lub „prorocstwami”. Sam, dokonując autorskiej propozycji, wskazał na przepowiednie bezwarunkowe, pewne tzn. takie, które zaistnieją oraz przepowiednie warunkowe, których realizacja jest ograniczona. Dalej jeszcze przepowiednie warunkowe dzielił na takie, „w których to, co stanowi warunek tego, co się przewiduje, a więc i samo to, co się przewiduje, nie zależy od ludzkiej woli i postępowania i [...] takie, w których urzeczywistnienie albo nieurzeczywistnienie warunku, a więc i samego tego, co się przewiduje, zależy od ludzkiej woli i postępowania, znajduje się w ludzkiej władzy i rozporządzeniu” (Petrażycki, 1974, s. 11). Co ważne, na zakończenie swojego wykładu L. Petrażycki postulował wykorzystanie wiedzy i zbudowanych w oparciu o nią przewidywań w praktyce, nie wykluczając w żadnym momencie praktyki politycznej. Chociaż w gwoli ścisłości dodać należy, że po pierwsze nie dookreślił co rozumiał przez pojęcie prorocstwo. Czy szło o prognozę, prognozowanie czy może nawet przewidywanie? Skądinąd wiadomym jest, że nie są to synonimy, a przynajmniej w metodologii nauki zaznacza się różnice między tymi pojęciami (Adamek, 1984, s. 97–111). Po drugie, w innym miejscu dając wykład tego czym jest i powinien pozostać uniwersytet ten sam uczony tak pisał o działaniach, które wiążą się z uznaniem i gratyfikacjami, a które przecież często, żeby nie powiedzieć zawsze towarzyszą omawianemu tu doradztwu politycznemu – „Karierowiczowskie, pieniężne itp. praktyczno-życiowe zainteresowania i nastroje, jak również odpowiedni kierunek

⁴ Szerzej na temat znaczenia wiedzy profesjonalnej, ale i potocznej przeczytać można w książce: Mirosławy Marody, *Technologie intelektu. Językowe determinanty wiedzy potocznej i ludzkiego działania* (Marody, 1987; Ziółkowski, 1978, s. 95–113).

⁵ Na marginesie warto dodać, że w tym samym czasie w Stanach Zjednoczonych Ameryki kształtowały się zręby konsultingu politycznego dedykowanego przede wszystkim, jeżeli nie tylko, rywalizacji wyborczej. (Johnson, 2009, s. 4).

myśli, są silnymi wrogami i konkurentami idealnych, wzniosłych nastrojów i zainteresowań. Usunięcie lub osłabienie tej konkurencji w uniwersytecie zasadniczo dopomaga wrażliwości uczących się, wzmacnia nastroje i zainteresowania nauką, powoduje ożywienie się audytoriów” (Petrażycki, 2011, s. 22–23) – pisał L. Petrażycki.

Mając na względzie co powyżej, jeżeli teraz przyjąć by jednak, że doradztwo polityczne to profesjonalna organizacja lub jednostka posiadająca odpowiednie wykształcenie, merytoryczną wiedzę, kompetencje, talenty i umiejętności (Dobek-Ostrowska, 2007, s. 284) oferowane i wykorzystywane na użytek np. klasy politycznej, nie trudno postulować by już w refleksji L. Petrażyckiego dopatrywać się podstaw dla urzeczywistnienia idei konsultingu. Jeszcze bardziej wyraźnie o początkach współczesnego doradztwa mówić można na kanwie refleksji socjotechnicznej, dla której prakseologia stanowiła i stanowi przecież istotny punkt odniesienia (Podgórecki, 1962, s. 8; Podgórecki, 1966, s. 142; Kubin, 2000, s. 17; Kojder, 2009, s. 37–52; Kwaśniewski, 2012, s. 263).

Na potrzeby tego opracowania wystarczy jeżeli za socjotechnikę uznana zostanie wiedza o skutecznym działaniu istot ludzkich względem siebie, przy czym zarówno nadawca, jak i adresat występuje w ramach takiego oddziaływania w gruncie rzeczy w charakterze układu społecznego (Goćkowski, 1966, s. 148). Ważniejsze wydaje się to, że socjotechnika – traktowana przede wszystkim jako refleksja naukowa – znajduje dziś solidne oparcie w teoriach dotyczących człowieka i społeczeństwa, jak też badaniach empirycznych oraz doświadczeniach instytucjonalnych i profesjonalnej praktyki oddziaływania na ludzi jako składniki liczących się w grach społecznych układów o charakterze grup społecznych o różnym stopniu strukturalizacji (Goćkowski, 1974, s. 81–82). Jeszcze inaczej można by socjotechnikę określić jako „działania ludzkie, nakierowane na tworzywo społeczne. Działania te są porównywalne ze względu na mniej lub bardziej jednoznacznie pojęte kryterium ich skuteczności” (Kurczewski, 1974, s. 31). Ta myśl koresponduje z tym, co Seweryn Żurawicki określił mianem „modelowania”, jednoznacznie skorelowanego z dociekaniami, diagnozą i prognozą. Jeszcze dalej ten sam autor twierdził, iż „celem dociekań naukowych nie może być tylko chęć poznania, zwłaszcza w naukach społeczno-politycznych, nauka musi stanowić oręż skutecznego oddziaływania na rzeczywistość [...] To modelowanie nie może oczywiście przekształcić się w utopijne wizjonerstwo, ale nie może też być bezdusznym zestawem takich czy innych przedmiotów, których osiągnięcie jest z tych czy innych względów pożądane” (Żurawicki, 1973, s. 111 i 114).

Próba intelektualnego połączenia idei konsultingu politycznego z socjotechniką wyrasta przede wszystkim ze świadomości, że jako refleksja naukowa, w pełni profesjonalna oraz istotnie złączona z socjologią stosowaną (Frysztacki, 1996, s. 7–16), zakłada ona możliwość formułowania praktycznych rekomendacji, określających strategię skutecznego rozwiązywania trudnych problemów społecznych, zapobiegania zjawiskom dysfunkcyjnym, reformowania rzeczywistości zgodnie z akceptowanym kierunkiem poprawy i postępu (Klementewicz, 1991, s. 114). To działanie najpełniej widać z kolei w zlecanych i przygotowywanych ekspertyzach społecznych. Z punktu widzenia osób do tworzenia tych ekspertyz powołanych, implikuje to także konieczność pertraktacji lub przynajmniej dialogu (a więc stworzenia właściwych kanałów komunikacji) z odpowiednimi ośrodkami podejmowania decyzji (Łoś, 1974, s. 39).

Przyjmując teraz za wiodącą, a to z racji choćby własnych inklinacji, perspektywę politologiczną, wypada stwierdzić, że „odpowiednimi ośrodkami podejmowania decyzji” mogą być np. podmioty ze swej natury polityczne i z polityką związane. Wiedząc także, że we współczesnej refleksji politologicznej występuje tendencja do orzekania o istnieniu dwóch rodzajów podmiotowości politycznej – przypisywanej podmiotom indywidualnym oraz przysługującej zbiorowościom (Kołodziejczak, 2003, s. 56), dodatkowo rozsądzając, że tym co wyznacza w ogóle kryterium podmiotowości w politologii jest istnienie świadomości oraz występowanie działania można wskazać, że najwłaściwsze są te ośrodki, które mają możliwość podejmowania decyzji w swej istocie zawierających pierwiastek przymusu i możliwość go wyegzekwowania, a więc *de facto* posiadające władzę (Faliński, 1991, s. 55). A skoro mowa jest o władzy, i o polityce można więc sięgnąć do koncepcji nie socjotechniki w ogólności, ale socjotechniki wykorzystywanej na użytek polityki⁶.

Gdyby teraz socjotechnikę określić jako celowe i racjonalne działania w stosunku do zbiorowisk i grup społecznych, czy też całego społeczeństwa, ukierunkowane na ich przywiązanie do określonej recepcji rzeczywistości i wytwarzanie postaw, a jednocześnie wyznaczając w ramach całej socjotechniki obszar działań politycznych, to można by o socjotechnice politycznej powiedzieć, że jest ona charakterystycznym rodzajem komunikowania pewnych treści i specyficznym, bo przedmio-

⁶ Fakt, że na gruncie współczesnej nauki o polityce mowa jest o socjotechnice politycznej nie oznacza, iż tę traktuje się tylko i wyłącznie jako „technologię władzy”, czy „politycznych eksperymentów”, choć faktycznie wydaje się to nurt wiodący (Bauman, 1965; Popper, 2006).

towym sposobem traktowania zbiorowości społecznych. Ten sposób postępowania wynika zapewne z przeświadczenia o wyższości płynącej z umiejscowienia w strukturach władzy, uprzywilejowanego dostępu do informacji, przewagi intelektualnej, przywiązania do idei oraz poczucia misji ich urzeczywistnienia. Socjotechnika polityczna jest więc bezpośrednio związana z podziałem na rządzących i rządzonych, i dążeniem tej pierwszej grupy do wpływania na kształtowanie się pożądaných przez nią postaw ludzkich i utrwalania swojego panowania (Pawelczyk, Piontek, 1999, s. 61–62).

Maria Łoś, poświęcając jeden ze swoich tekstów ekspertyzie społecznej, wskazała wśród istniejących ekspertyz tego rodzaju również ekspertyzy socjotechniczne. Cechą podstawową i charakterystyczną ekspertyzy socjotechnicznej powinno być – zdaniem tej badaczki – występowanie dwóch typów prac diagnostycznych – przyczyniających się po pierwsze, do wypracowania lub sprecyzowania wzoru idealnego, po drugie, do służeńia rozpoznaniu konkretnej sytuacji w celu ewentualnego podjęcia odpowiednich kroków socjotechnicznych (Łoś, 1974, s. 40). I dalej, ta sama uczona twierdzi, że „program postępowania socjotechnicznego, a więc ekspertyza socjotechniczna, dotyczyć może postępowania terapeutycznego, ukierunkowanego na walkę z patologicznymi deformacjami, lecz też projektować może postępowanie kreujące, zmierzające do budowy nowych, lepszych form i rozwiązań strukturalnych” (Łoś, 1974, s. 44). W swoim wywodzie M. Łoś nadrzędną rolę w opracowywaniu tego rodzaju ekspertyz zdaje się przydawać reprezentantom środowiska akademickiego. Pisze: „Zadania tego podjąć się może jedynie zespół ekspertów dysponujących szeroką wiedzą teoretyczną z kilku zazwyczaj dyscyplin, znajomością prawidłowości i związków przyczynowych występujących w danej dziedzinie oraz umiejętnością całościowego postrzegania i analizy struktury i dynamiki określonych systemów i ich części składowych oraz głęboką wiedzą praktyczną na temat przebiegu określonych procesów w konkretnych warunkach” (Łoś, 1974, s. 44). Jednocześnie jednak twierdzi, iż „nie jest też możliwe przeprowadzenie ekspertyzy socjotechnicznej bez intuicji i rozmachu potrzebnego do przekroczenia progu między analitycznym badaniem naukowym a naukowym projektowaniem” (Łoś, 1974, s. 44). To ostatnie twierdzenie koresponduje z opinią Janusza Goćkowskiego, który stwierdził, że „pomysły socjotechniczne są rezultatem pracy umysłów profesjonalistów i dyletantów, a dzieje się tak z tej przyczyny, że socjotechnika dotyczy bytów, które bez posługiwania się specjalistycznymi technikami profesjonalistów same siebie poznają, ro-

zumieją oraz formułują na swój temat odkrywcze pomysły” (Goćkowski, 1966, s. 151). Pogląd ten podjął dalej także Marek K. Mlicki, gdy wskazywał źródła, z których każdy socjotechnik czerpie wiedzę o otaczającym go świecie. „Źródła te wydają się dwojakiego rodzaju. Po pierwsze, są to nauki podstawowe, po drugie – wiedza potoczna, wynikająca z praktyki społecznej i nieujęta w usystematyzowane zbiory twierdzeń. Wiele nauk korzystało i korzysta z wiedzy potocznej. W przypadku socjotechniki sprawa ta nabiera szczególnie dużego znaczenia” (Mlicki, 1986, s. 66).

W rozważaniach M. Łoś o ekspertyzie społecznej (socjotechnicznej) pojawia się jeszcze jeden, szczególnie ważki dla prowadzonych tu rozważań, wątek. Otóż konieczność współpracy (dialogu) pomiędzy zlecniodawcą a zleceniobiorcą ewentualnej ekspertyzy ta uczona dostrzega także, a może przede wszystkim właśnie na styku ekspert–politik (Łoś, 1974, s. 46). Jadwiga Depczyńska jako przyczynę tego stanu rzeczy wskazuje z kolei występujący nacisk „na instrumentalne zadania nauki i rolę badacza jako eksperta, któremu zleca się zadania, w tej sytuacji również przedstawicielom nauk humanistycznych powierza się zadania zrobienia ekspertyz w dziedzinach wiedzy prawnej czy administracyjnej, demografii, socjologii, ekonomii. I tutaj obowiązuje zasada kompetencji eksperta humanisty oraz jego bezstronności w posługiwaniu się swoją wiedzą, gdy formułuje wskazówki praktyczne, ale też wyraźniej stawia się wymóg, aby wskazówki te podporządkowane były służbie określonej ideologii społecznej” (Depczyńska, 1974, s. 71). To jednak nie powinno chyba dziwić, gdyż każdy system z zasady dąży do utrwalenia swojego panowania i stabilizacji danego ładu, a nie jego destabilizacji i dezintegracji (Pawelczyk, 2007, s. 67).

Niezwykle ciekawe i pouczające są także dalsze rozważania J. Depczyńskiej. Autorka w swoich poszukiwaniach i potrzebie uzasadnienia instytucji eksperta-doradcy sięga po przykłady historyczne. Dodatkowo ona również szybko łączy funkcję doradcy ze sferą polityki, władzy i panowania, pisząc: „Klasyczne wzory mędrców odnajdujemy w starożytności. Niezależnie od tego, jak nazwiemy filozofów starożytnych, Platona czy Arystotelesa – mędrkami, ludźmi oświeconymi lub humanistami, przyznamy, iż oddziaływali oni na życie publiczne. Byli w pewnych okresach swego życia nauczycielami królów czy to ze względu na swoją mądrość i znajomość świata, czy też wyższość etyczno-intelektualną; na przemian posiadali i tracili w ich oczach łaski, ale fakt, że byli nauczycielami, podniósł ich rangę społeczną. Ze starożytnych tradycji wywodzi się rola uczonych wszechstronnie wykształconych, których działalność

praktyczna polegała na tym, iż byli doradcami ludzi mających władzę, pełnili służbę dyplomatyczną, kształtowali zasady legislacyjne i administracji państwowej” (Depczyńska, 1974, s. 76). W tym kontekście ciekawa wydaje się również uwaga dotycząca ewentualnych przyczyn, dla których doradcy byli w ogóle powoływani. I tak, niektórych powoływano dlatego, że ich wiedza była faktycznie potrzebna i wykorzystywana. Inni natomiast stanowili jedynie i aż *alter ego* dla konkretnego władcy (Depczyńska, 1974, s. 77). Niezależnie jednak od powodów powołania doradcy wpływali, współdecydowali, a czasami sami nawet sprawowali władzę.

Generalnie, gdyby próbować określić jakie znaczenie i jaką rolę mieli i nadal mają różnego rodzaju doradcy czy konsultanci polityczni to można, raz jeszcze za J. Goćkowskim, zaryzykować stwierdzenie, że na pewno są to osoby względnie instytucje, których podstawowym zadaniem pozostaje oddziaływanie na ludzi, jako na elementy układów społecznych. W pracy tych podmiotów, szczególnie pewnie w polityce, liczą się efekty w postaci postaw, zachowań, umiejętności, nawyków, które odpowiadają koncepcjom ról, grup, instytucji i wzorom ładu społecznego, ustroju politycznego oraz kierunkom rzutowanego w przyszłość procesu historycznego, uznawanym przez socjotechnika jako rzecznika doktryny, strażnika interesów, technologa gry na rzecz określonej strategii (Goćkowski, 1973, s. 80). Socjotechnik, pisze dalej ten sam autor, „pełniąc swą rolę społeczną, podejmuje czynności podobne czynnościom reżysera, konstruktora, sternika, nauczyciela, inkwizytora, lekarza, dowódcy, pasterza, tkacza; mandat do takiej roboty znajduje we własnej wiedzy o człowieku i społeczeństwie oraz we własnej znajomości antropotechniki, a także we własnych przeświadczeniach i wyobrażeniach o stanie spraw ludzkich i ładu społecznego, które uznać wypada za dobre i możliwe do osiągnięcia. Występuje wobec ludzi, na których ma oddziaływać, z pozycji suwerennego decydenta i charyzmatycznego proroka oraz wyposażonego w wiedzę i siłę maga” (Goćkowski, 1973, s. 80). I dalej: „Socjotechnik, oddziałując na ludzi, stara się urzeczywistnić pożądane stany rzeczy wewnątrz «towarzystwa ludzkiego». Jego robotę określić można jako inscenizowanie wizji porządku społecznego wedle scenariusza wyznaczającego, w ramach strategii i taktyki, dobór i stosowanie odpowiednich dyrektyw i metod na zasadzie selekcji i preferencji ideologii i technologii [...] Projektowanie i realizowanie programów socjotechnicznych dokonuje się, acz z różną samowiedzą ideologiczną i technologiczną, na zasadzie opowiedzenia się po stronie pewnych racji i aspiracji, pewnego

stylu rozwiązywania zagadnień i urządzania spraw społecznych. Wybór doktryny i wybór strategii otwiera wrota do wyboru norm i ocen moralnych oraz wyboru dyrektyw i metod socjotechnicznych” (Goćkowski, 1973, s. 81–82). Innymi słowy, socjotechnik to faktycznie doradca danego lidera politycznego. „Socjotechnik to ktoś w rodzaju doradcy władcy (decydenta) – osoba, która jest potrzebna sprawującemu władzę do podjęcia racjonalnych i optymalnych decyzji dotyczących zmiany jakiegoś aspektu rzeczywistości społecznej” (Afeltowicz, Pietrowicz, 2012, s. 65).

Dotychczasowa narracja zdaje się przydzielać doradcy szczególną pozycję i rolę. Rysuje się on jako postać umiejscowiona niemal ponad władcą, ponad zleceniodawcą, dla którego powinien pracować, wykonywać określone zadania, przygotowywać stosowne ekspertyzy lub po prostu podpowiadać konkretne rozwiązania i decyzje. Tak jednak nie jest. Współcześnie rola doradcy jest zmienna, silnie związana przede wszystkim z okresem zabiegania o utrzymanie bądź zdobycie władzy i bardzo niepewna (Plasser, 2009, s. 23). Jak trafnie wskazuje bowiem inny uczyony, zajmujący się także problematyką doradztwa politycznego – Bruce I. Newman, „konsultanci polityczni są zatrudniani na podstawie ustnych rekomendacji oraz odniesionych sukcesów zawodowych. Jeżeli ich działania nie odniosą skutku, wówczas są traktowani podobnie jak nieskuteczni pracownicy w firmach prywatnych – są zwalniani” (Newman, 1999, s. 11–12).

Niezależnie od powyższego można zaryzykować stwierdzenie, że rola doradcy czy konsultanta politycznego nie pozostawała i nie pozostaje bez znaczenia. Podobnie wygląda również kwestia badań nad tym zagadnieniem. Oto okazuje się, że problematyka doradztwa politycznego obfituje w różnego rodzaju opracowania, a obszarów wciąż niezbadanych jest równie wiele. Z punkty widzenia podjętych tu rozważań można także chyba zaryzykować stwierdzenie, że gdy współcześnie mowa jest o technicznym zastosowaniu humanistyki np. w ramach doradztwa, czy formułowania różnego rodzaju ekspertyz, to najczęściej wskazuje się właśnie na socjotechnikę związaną z polityką. Ta w swoim klasycznym znaczeniu polega na wykorzystywaniu wiedzy z zakresu psychologii społecznej czy mikrosocjologii. Technologiczne aplikacje różnego rodzaju nauk społecznych utożsamiane z socjotechniką polityczną sprowadzają się wciąż bowiem najczęściej do formułowania pewnych metod, wdrażania i/lub wykorzystania mechanizmów i technik wpływu społecznego w oparciu o doświadczenia eksperymentalne, obserwację i wiedzę teoretyczną, ale i oferowanie ekspertyz mających

pomagać m.in. politykom w podejmowaniu ważkich decyzji (Afeltowicz, Pietrowicz, 2008, s. 8).

Raz jeszcze przywołując kategorie i pojęcia istotnościowo socjotechniczne moglibyśmy zaryzykować takie oto stwierdzenie: „Polityk wraz z doradcami, ekspertami i kolegialnymi organami podejmującymi decyzje stanowią system sterujący [...], zaś grupy społeczne będące odbiorcami bodźców sterowniczych są systemem sterowanym” (Włodowski, 1981, s. 13). W tym nieustannym procesie modelowania rola doradcy politycznego (socjotechnika) jest jednak nadal znacząca, a zdaniem jeszcze innych wciąż rośnie. Co więcej, nie gaśnie również zainteresowanie tego rodzaju działalnością społeczną, a podjęte tu dywagacje zdają się jedynie tę opinię uwiarygadniać. Jeszcze pod koniec lat 60. XX wieku zdawał sobie z tego sprawę m.in. Zbigniew Brzeziński, gdy podejmował się problematyki społeczeństwa technotronicznego. Ten uczony wyraził wówczas przekonanie o rosnącej roli ekspertów we wszystkich dziedzinach życia, także politycznego, albowiem – jak sam pisał – „władza grawitować będzie coraz wyraźniej w ręce tych, którzy kontrolują informację i potrafią je najszybciej skorelować” (Brzeziński, 1969).

Najdobitniej tej właśnie perspektywie wyraz dały chyba jednak Natalia Cabaj, Beata Charycka, Dominika Czerniawska oraz Maja Sawicka, gdy podejmując się zidentyfikowania procesów społecznych prowadzących do zaniku profesjonalizmu opartego na zaufaniu publicznym i wykształcenia się profesjonalizmu odwołującego się przede wszystkim do wiedzy eksperckiej, wskazały na cechy wyróżniające współczesnych ekspertów. Z dużą dozą prawdopodobieństwa ten rozbudowany opis odnieść można także do doradztwa politycznego i jego postępującej profesjonalizacji. Otóż cechami charakterystycznymi dla tego rodzaju działalności są: posiadanie i kontrolowanie abstrakcyjnej wiedzy specjalistycznej, której istotą jest niezależność, samowystarczalność i niewymierność, umiejętność nierutynowego aplikowania tej wiedzy do konkretnych przypadków i tworzenie indywidualnych rozwiązań, a więc interwencję w świat, systematyczne ograniczanie dostępu do wiedzy osobom spoza profesji oraz wysoki poziom własnej autonomii (Cabaj, Charycka, Czerniawska, Sawicka, 2015, s. 102). Innymi słowy, doradztwo polityczne nie tylko ma miejsce, ale nieustannie ewoluuje i podlega daleko idącej specjalizacji, a w domyśle profesjonalizacji i komplikacji, czyniąc tym samym sam proces niezwykle ciekawym i godnym dalszych, pogłębionych analiz.

Bibliografia

- Adamek W. (1984), *Przewidywanie w naukach społecznych (Analiza metodologiczna)*, „Studia Socjologiczne”, nr 1(92).
- Afeltowicz Ł., Pietrowicz K. (2008), *Maszyny społeczne. Inżynieria społeczna w nowej perspektywie*, „Kultura i Edukacja”, nr 2(66).
- Afeltowicz Ł., Pietrowicz K. (2012), *Socjotechnika Adama Podgóreckiego w perspektywie porównawczej*, „Rocznik Historii Socjologii”, vol. II.
- Bauman Z. (1965), *Wizje ludzkiego świata. Studia nad społeczną genezą i funkcją socjologii*, Warszawa.
- Biskup B. (2013), *Doradca polityczny. Skuteczny komunikator czy hochsztapler?*, w: *Kryzys marketingu politycznego. XXV lat Wydziału Nauk Społecznych UW; XX lat Wydziału Zarządzania i Administracji UJK w Kielcach*, red. A. Kasinska-Metryka, R. Wiszniowski.
- Biskup B. (2011a), *Models of political consulting in Poland, 1989–2009, in a comparative perspective*, „Central European Journal of Communication”, vol. 4, no. 2.
- Biskup B. (2011b), *Rozwój doradztwa politycznego w Polsce*, w: *Profesjonalizacja i mediatyzacja kampanii politycznych w Polsce*, red. K. Churska-Nowak, S. Drobczyński.
- Brzeziński Z. (1969), *Spoleczeństwo technotroniczne*, „International Herald Tribune”, z. 1.
- Cabaj N., Charycka B., Czerniawska D., Sawicka M. (2015), *Od profesjonalistów do ekspertów: przemiany zawodów specjalistycznych*, „Studia Socjologiczne”, nr 1(216).
- Churska K. (2006), *Klasyczny paradygmat socjotechniki*, w: *Dwa oblicza socjotechniki*, red. P. Pawełczyk, Poznań.
- Depczyńska J. (1974), *Wpływ uwarunkowań socjotechnicznych na rolę społeczną ekspertów i funkcję ekspertyz*, „Prakseologia”, nr 1(49).
- Dobek-Ostrowska B. (2007), *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa.
- Dobek-Ostrowska B. (2005), *Profesjonalizacja kampanii wyborczych we współczesnym świecie i jej konsekwencje*, w: *Kampania wyborcza: marketingowe aspekty komunikowania politycznego*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław.
- Dobek-Ostrowska B. (2006), *Rola konsultantów politycznych w kampaniach wyborczych*, w: *Władza. Media. Polityka*, red. M. Gierula, Katowice.
- Dylus A. (2014), *Polityczne zaangażowanie uczonych. Perspektywa szkoły łwowsko-warszawskiej*, w: *Odmiany współczesnej nauki o polityce*, t. 1, red. P. Borowiec, R. Kłosowicz, P. Ścigaj, Kraków.
- Esser F., Reinemann C., Fan D. (2000), *Spin Doctoring in British and German Election Campaigns How the Press is Being Confronted with a New Quality of Political PR*, „European Journal of Communication”, vol. 15, no. 2.

- Esser F., Reinemann C., Fan D. (2001), *Spin Doctors in the United States, Great Britain, and Germany. Metacommunication about Media Manipulation*, „The Harvard International Journal of Press/Politics”, no. 6(1).
- Faliński A. M. (1991), *Polityka i władza*, w: *Interpretacje polityki*, red. M. Szyszkowska, Warszawa.
- Farrell D. M., Kolodny R., Medvic S. (2001), *Parties and Campaign Professionals in a Digital Age Political Consultants in the United States and Their Counterparts Overseas*, „The Harvard International Journal of Press/Politics”, vol. 6, no. 4.
- Frysztański K. (1996), *Rozwój, właściwości i znaczenie socjologii stosowanej*, w: *Z zagadnień socjologii stosowanej*, red. K. Frysztański, Kraków.
- Goćkowski J. (1966), *Dzieło literackie jako źródło dyrektyw socjotechnicznych*, „Studia Socjologiczne”, nr 4(23).
- Goćkowski J. (1973), *Normy i oceny moralne a dyrektywy i metody socjotechniki*, „Etyka”, nr 12.
- Goćkowski J. (1974), *Typy ekspertyz socjotechnicznych i formy współpracy decydentów i ekspertów w sprawach socjotechniki*, „Prakseologia”, nr 1(49).
- Hess A. (2013), *Polskie think tanki jako społeczni uczestnicy dyskursu politycznego*, „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne”, vol. 37.
- Johnson D. W. (2009), *American Political Consulting*, w: *Political Management*, red. D. W. Johnson, New York.
- Klementewicz T. (1991), *Spór o model metodologiczny nauki o polityce*, Warszawa.
- Kojder A. (2009), *Inspiracje petrażycańskie w twórczości Adama Podgóreckiego*, w: *Idee naukowe Adama Podgóreckiego*, red. J. Kwaśniewski, J. Winczorek, Warszawa.
- Kolczyński M. (2014), *Newralgiczne obszary doradztwa politycznego*, „Rocznik Nauk Społecznych”, t. 6(42), nr 1.
- Kolodny R. (2000), *Electoral Partnerships Political Consultants and Political Parties*, w: *Campaign Warriors. The Role of Political Consultants in Elections*, red. J. A. Thurber, C. J. Nelson, Washington D.C.
- Kolodny R., Dulio D. A. (2003), *Political Party Adaptation in Us Congressional Campaign. Why Political Parties Use Coordinated Expenditures to Hire Political Consultants*, „Party Politics”, vol. 9, no. 6.
- Kolodny R., Logan A. (1998), *Political Consultants and the Extension of Party Goals*, „Political Science & Politics”, vol. 31, no. 2.
- Kołodziejczak M. (2003), *Podmiotowość polityczna w warunkach demokracji masowej*, „Przegląd Politologiczny”, nr 2.
- Kubin J. (2000), *Wstęp*, w: *Socjotechnika. Kontrowersje, rozwój, perspektywy*, Warszawa.
- Kurczewski J. (1974), *Kilka uwag o badaniach i teoriach socjotechnicznych*, „Prakseologia”, nr 1(49).
- Kwaśniewski J. (2012), *Rozwój socjotechniki w Instytucie Profilaktyki Społecznej i Resocjalizacji Uniwersytetu Warszawskiego*, „Prace Instytutu Profilaktyki Społecznej i Resocjalizacji”, nr 20.

- Łoś M. (1974), *Ekspertyza społeczna*, „Prakseologia”, nr 1(49).
- Marody M. (1987), *Technologie intelektu. Językowe determinanty wiedzy potocznej i ludzkiego działania*, Warszawa.
- Mazur M. (2007), *Marketing polityczny. Studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych w USA i w Polsce*, Warszawa.
- Mierzwa M. (2011), *Think tanki*, „Infos. Biuro Analiz Sejmowych”, nr 12(104).
- Mlicki M. K. (1986), *Socjotechnika. Zagadnienia etyczne i prakseologiczne*, Wrocław–Warszawa–Gdańsk–Łódź.
- Muszyński J. (2001), *Leksykon marketingu politycznego*, Wrocław.
- Newman B. I. (1999), *Politics in an Age of Manufactured Images*, „Journal of Mental Changes”, no. 2(5).
- Norton M. I., Goethals G. R. (2004), *Spin (and Pitch) Doctors: Campaign Strategies in Televised Political Debates*, „Political Behavior”, vol. 24, no. 3.
- Pawelczyk P. (2007), *Socjotechniczne aspekty gry politycznej*, Poznań.
- Pawelczyk P., Piontek D. (1999), *Socjotechnika w komunikowaniu politycznym*, Poznań.
- Peszyński W. (2014), *Polskie doradztwo wyborcze na drodze amerykanizacji*, „Rocznik Nauk Społecznych”, t. 6(42), nr 1.
- Petrażycki L. (2011), *Emocjonalne zarażenie*, „Studia Socjologiczne”, nr 2(201).
- Petrażycki L. (1974), *O różnych gatunkach przewidywań i o znaczeniu praktycznym teorii*, „Prakseologia”, nr 1(49).
- Piontek D. (2011), *Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyżacja informacji o polityce*, Poznań.
- Plasser F. (2009), *Political Consulting Worldwide*, w: *Political Management*, red. D. W. Johnson, New York.
- Pludowski T. (2008), *Komunikacja polityczna w amerykańskich kampaniach wyborczych*, Warszawa.
- Podgórecki A. (1962), *Charakterystyka nauk praktycznych*, Warszawa.
- Podgórecki A. (1966), *Zasady socjotechniki*, Warszawa.
- Ponczek E. (2009), *Wyzwania polityki polskiej: opcja aksjologiczna czy socjotechniczna*, w: *Socjotechnika w polityce – wczoraj i dziś*, t. 1, red. A. Kasińska-Metryka, K. Kasowska-Pedrycz, Kielce.
- Popper K. R. (2006), *Spoleczeństwo otwarte i jego wrogowie*, t. 1 i 2, Warszawa.
- Rudniański J. (1983), *Elementy prakseologicznej teorii walki. Z zagadnień kooperacji negatywnej*, Warszawa.
- Scheffs Ł. (2013), *Teoria i praktyka lobbingu na przykładzie działalności Powiatowych Rad Gospodarczych subregionu konińskiego*, w: *Subregionalny Katalog Zmian Gospodarczych i Mechanizmów Zaradczych. Region północno-wschodniej Wielkopolski*, red. P. Antkowiak, Poznań.
- Sempach M. (2012), *Wyspecjalizowane agencje marketingowe w działalności rynkowej krajowych organizacji politycznych*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne”, nr 2.

- Sroka J. (2002), *Lobbing jako strategia promocji interesów grupowych*, w: *Marketing polityczny w teorii i praktyce*, red. A. W. Jabłoński, L. Sobkowiak, Wrocław.
- Sroka J. (2002), *Podmioty lobbingu w Unii Europejskiej na przykładzie UNICE*, w: *Marketing polityczny w poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu*, red. M. Jeziński, Toruń.
- Stonert H. (1972), *Wykorzystanie nauki w działaniu. Studium metodologiczno-prakseologiczne*, „Prakseologia”, nr 42.
- Szalkiewicz W. K. (2005), *Marketing polityczny. Barwy walki*, Olsztyn.
- Szulczewski M. (1971), *Propaganda polityczna. Pojęcia, funkcje, problemy*, Warszawa.
- Ulicka G. (1996), *Wpływ marketingu politycznego na zmiany w życiu publicznym państw demokratycznych*, „Studia Politologiczne”, vol. 1.
- Wilden A. (1972), *System and Structure: Essays in Communication and Exchange*, London.
- Wiszniewski R. (2000), *Marketing wyborczy. Studium kampanii wyborczych w systemach prezydenckich i semiprezydenckich (Finlandia, Francja, Polska, Stany Zjednoczone)*, Warszawa–Wrocław.
- Włodowski S. J. (1981), *Metodologiczna analiza pojęć informacji i sterowania*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici”, z. 120.
- Wojewódzki T. (1976), *O naukach praktycznych*, „Studia Socjologiczne”, nr 1(60).
- Zaborski M. (2010), *Politolog – komentator. Dylematy etyczne*, „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne”, vol. 26.
- Zaręba A. M. (2014a), *Badania opinii publicznej oraz doradztwo polityczne: teoria i praktyka*, „Preferencje Polityczne”, nr 8.
- Zaręba A. M. (2014b), *Rynek doradztwa politycznego w III RP*, „Rocznik Nauk Społecznych”, t. 6(42), nr 1.
- Ziętara W. (2009), *Istota think tanks*, „Annales Universitatis Marie Curie-Skłodowska Lublin-Polonia”, vol. 16, nr 1.
- Ziółkowski M. (1978), *O myśleniu potocznym*, „Studia Socjologiczne”, nr 4(71).
- Żurawicki S. (1973), *Modelowanie a sterowanie zjawiskami politycznymi*, „Studia Nauk Politycznych”, nr 1(11).

About social engineering and praxeological roots of political consulting

Summary

The main topic of the paper is political consulting and the significance of political consultants in political organizations. For obvious reasons the paper also addresses the issues of academic knowledge being implemented in practice. The author under-

takes to analyze how the notion of political consulting is understood by indicating its relation to such notions as social engineering, communication consulting, personal consulting, thematic consulting and election campaigns.

Key words: political consulting, social engineering