

Dr Łukasz Scheffs

Załącznik nr 2

Autoreferat przedstawiający opis dorobku i osiągnięć naukowych w języku polskim

A U T O R E F E R A T

1. Imię i Nazwisko

Łukasz Scheffs

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

Tytuł zawodowy licencjata na kierunku politologia (specjalność: administracja europejska) uzyskałem w 2006 roku w Instytucie Nauk Politycznych i Dziennikarstwa na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Studia te ukończyłem z oceną bardzo dobrą. Napisałem wówczas pracę licencjacką pod kierunkiem naukowym dra Stanisława Zyborowicza pt.: *Udział Wojska Polskiego w operacjach pokojowych w latach 1990-2005*.

Tytuł zawodowy magistra na kierunku politologia (specjalność: marketing polityczny) uzyskałem w 2008 roku w Instytucie Nauk Politycznych i Dziennikarstwa na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Moja praca magisterska napisana pod kierunkiem naukowym prof. dra hab. Andrzeja Stelmacha pt.: *Aspekty polityczno-prawne decyzji o udziale Polskiego Kontyngentu Wojskowego w operacji „Iracka Wolność”* otrzymała Nagrodę Dziekana dla najlepszej pracy magisterskiej napisanej na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa w roku 2008. Fragmenty tej pracy następnie zostały opublikowane:

- 1) Scheffs Ł., *Interwencja w Iraku a uregulowania prawno-międzynarodowe – polityka dominacji Stanów Zjednoczonych Ameryki*, w: *Problemy bezpieczeństwa na bliskim wschodzie*, red. A. Potyrała, J. Raubo, Poznań 2010, ss. 67-76;

- 2) Scheffs Ł., *Konflikt w Iraku a polska polityka zagraniczna*, w: *Polityka zagraniczna III RP. 20 lat po przełomie t. 1: Koncepcje, bezpieczeństwo, kwestie prawne i polonijne*, red. A. Jarosz, K. Olszewski, Toruń 2011, ss. 291-306.

W dniu 8 lipca 2013 roku uzyskałem stopień naukowy doktora w dziedzinie nauk społecznych w zakresie nauk o polityce, broniąc pracę pt.: *Kolektywizm i indywidualizm. Zachowania wyborcze w Polsce w latach 2001-2011*, napisaną pod kierunkiem prof. dra hab. Piotra Pawełczyka na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, wydaną następnie w formie monografii w 2016 roku pod tym samym tytułem. W 2012 roku otrzymałem stypendium naukowe dla najlepszych doktorantów przyznawane przez Fundację Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W okresie przygotowywania rozprawy doktorskiej (2010) otrzymałem Nagrodę Dziekana Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu za aktywną pracę na rzecz środowiska akademickiego. Nieprzerwanie od 2009 do 2013 roku otrzymywałem stypendium doktoranckie, a w latach 2011-2013 dodatkowo stypendium dla najlepszych doktorantów. W roku akademickim 2012-2013 otrzymałem również zwiększenie stypendium doktoranckiego dla 30% najlepszych doktorantów na poszczególnych latach studiów na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W okresie odbywania studiów doktoranckich udało mi się dwukrotnie pozyskać środki finansowe: 1) w kwocie 20 000 zł służące rozwojowi młodych naukowców oraz uczestników studiów doktoranckich na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu – decyzja Komisji Konkursowej z dnia 28 listopada 2011 roku, 2) w kwocie 25 000 zł na rozwój młodych naukowców, znajdujące się w dyspozycji Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu – decyzja Komisji Konkursowej z dnia 14 listopada 2013 roku.

W 2003 ukończyłem kurs dla wychowawców placówek wypoczynku dla dzieci i młodzieży, zorganizowany i przeprowadzony przez Centrum Szkolenia Wodnego „Podwodniak”, a w 2006 kurs dla kierowników wycieczek szkolnych oraz kurs instruktorski dla kierowników placówek wypoczynku dla dzieci i młodzieży, również zorganizowane przez Centrum Szkolenia Wodnego „Podwodniak”. W 2007 roku ukończyłem szkolenie *Jak znaleźć dobry pomysł – ABC tworzenia projektu szkolenia dla początkujących*, którego organizatorem było Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP. W roku 2008 ukończyłem kurs pedagogiczny dający uprawnienia do nauczania przedmiotu „Wiedza o społeczeństwie” w szkołach podstawowych i ponadpodstawowych prowadzony przez Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

W roku 2009 uczestniczyłem w szkoleniach: *Zarządzanie czasem i organizacja pracy własnej*, zorganizowanym przez Europejską Grupę Doradczą, *Zwiększenie dostępności uczelni wyższych dla osób niepełnosprawnych*, którego organizatorem była Fundacja Instytut Rozwoju Regionalnego, *Zmiany w zasadach udzielania pomocy publicznej w Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki*, zorganizowanego przez Instytut Rachunkowości i Finansów, *Efektywna praca z arkuszem kalkulacyjnym Excel*, przeprowadzonym przez NobleProg oraz *Nowelizacja ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy i jej zastosowanie w pracy wojewódzkich urzędów pracy*, którego organizatorem było Regionalne Centrum Szkolenia Administracji. W roku 2011 ukończyłem kurs *Wizerunek młodego biznesmena – techniki skutecznej autoprezentacji* – organizowany przez Preinkubator Akademicki UAM, a finansowany ze środków pochodzących z Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego w ramach przedsięwzięcia Ministra „Kreator innowacyjności. Wsparcie innowacyjnej przedsiębiorczości akademickiej”. W 2014 roku ukończyłem szkolenie *PR kryzysowy. Umiejętność rozwiązywania sytuacji kryzysowych oraz współpraca z mediami podczas kryzysu*, organizowany przez Wielkopolski Ośrodek Kształcenia i Studiów Samorządowych, a w 2015 roku ukończyłem *kurs dla kandydatów na członków Rad Nadzorczych* organizowany przez Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu.

3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych/artystycznych

W trakcie trwania studiów doktoranckich pracowałem w charakterze nauczyciela (2010-2013) w Ogólnopolskim Ośrodku Rozwoju Zawodowego „PROGRES” Sp. z o.o. – Oddział w Poznaniu oraz (2012-2015) PlusEdukacja Sp. z o.o. w Poznaniu, na podstawie umów cywilnoprawnych. W latach 2010-2013 byłem zatrudniony na podstawie umów cywilnoprawnych w charakterze wykładowcy w Wyższej Szkole Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa w Poznaniu, a w latach 2012-2014 w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Poznaniu. Od 2013 roku jestem zatrudniony jako wykładowca – na podstawie umów cywilnoprawnych – w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu.

Od października 2013 do września 2014 roku byłem zatrudniony w wymiarze ½ etatu starszego wykładowcy na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, a od 1 października 2014 roku na tym samym Wydziale jestem zatrudniony na stanowisku adiunkta w pełnym wymiarze czasu pracy. W okresie od października 2016 do września 2018 roku wymiar etatu został zmniejszony na moją prośbę do ½ etatu – w związku z wykonywaniem funkcji zastępcy Burmistrza Gminy i Miasta

Witkowo (czerwiec 2016 – luty 2019). W chwili obecnej jestem ponownie zatrudniony w pełnym wymiarze czasu pracy.

Od stycznia do marca 2017 roku wykonywałem w ramach umowy o dzieło dla Spółki Agencji Pracy Twórczej Sp. z o. o., która była wydawcą czasopisma „#Marketing w Urzędzie”, serię artykułów publicystycznych. W listopadzie 2017 roku w ramach umowy zlecenie współpracowałem także ze Szkołą Podstawową im. Jana Pawła II w Dąbiu, w której przeprowadziłem szkolenie warsztatowe w ramach doskonalenia zawodowego nauczycieli na temat komunikacji interpersonalnej. Ponowną współpracę z ww. placówką podjąłem w grudniu, kiedy to przeprowadziłem szkolenie dla młodzieży dotyczące profilaktyki antyalkoholowej.

W okresie studiów doktoranckich, i po ich zakończeniu, w oparciu o umowy o dzieło prowadziłem zajęcia na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa. I tak, w semestrze 2011-2012 były to wykłady prowadzone na Podyplomowych Studiach Public Relations oraz na kierunku: politologia, w latach 2012-2013 roku wykłady na Podyplomowych Studiach Historii i Wiedzy o Społeczeństwie i na kierunku: politologia, w 2013 zajęcia w ramach szkolenia dla rzeczników prasowych Powiatowych Stacji Sanitarno-Epidemiologicznych, w 2017 roku zajęcia w ramach projektu „Laboratorium Innowacji Społecznych nr umowy: POWR.03.01.00-00-k392/16-00, a w 2018 roku szkolenie z zakresu autoprezentacji w ramach działań programu Ambasador UAM na rok akademicki 2017-2018. W roku akademickim 2017-2018 oraz 2018-2019 prowadziłem zajęcia na Studiach Podyplomowych Zarządzanie Publiczne.

Zatrudniony w pełnym wymiarze czasu pracy na stanowisku adiunkta w Zakładzie Marketingu Politycznego i Socjotechniki na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu pełniłem funkcję Pełnomocnika Dziekana ds. współpracy ze szkołami, a obecnie jestem Opiekunem Koła Naukowego Psychologii Polityki.

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. z 2017 r. poz. 1789).

Zgodnie 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. nr 65, poz. 595 ze zm.), jako osiągnięcie stanowiące podstawę do ubiegania się o nadanie stopnia doktora habilitowanego wskazuję cykl publikacji zatytułowany *Rola wiedzy naukowej w działaniu, czyli*

o socjotechnice w aktywności politycznej, na który składa się 15 publikacji: 2 monografie naukowe, 3 artykuły w czasopismach naukowych w języku angielskim, 5 artykułów w czasopismach w języku polskim, 5 artykułów w pracach zbiorowych.

a) tytuł osiągnięcia naukowego/artystycznego

Rola wiedzy naukowej w działaniu, czyli o socjotechnice w aktywności politycznej

b) (autor/autorzy, tytuł/tytuły publikacji, rok wydania, nazwa wydawnictwa)

Monografie naukowe:

- 1) Antkowiak P., Scheffs Ł., *Teoria i praktyka przywództwa politycznego na przykładzie bezpośrednich wyborów wójta, burmistrza i prezydenta miasta*, Poznań 2016, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, ss. 204 [recenzenci tomu: prof. dr hab. Piotr Pawełczyk, prof. dr hab. Jacek Wojnicki].
- 2) Scheffs Ł., *Doradztwo polityczne. Wykorzystanie wiedzy profesjonalnej w działaniu*, Poznań 2019, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, ss. 165 [recenzenci tomu: prof. dr hab. Piotr Pawełczyk, prof. dr hab. Waldemar Śługocki].

Artykuły w czasopismach naukowych w języku angielskim:

- 1) Antkowiak P., Scheffs Ł., *The Personalisation of Politics at the Local Level in Poland and Selected Central and Eastern European States: A Contribution to the Research*, „Politics in Central Europe” 2015, nr 2, ss. 31-42.
- 2) Scheffs Ł., *Collectivistic aspects of advocacy advertising*, „Public Policy and Economic Development” 2015, nr 4, ss. 83-93.
- 3) Scheffs Ł., Sulikowska A., *Celebritization of Polish politics, and the language of comments and Internet entries. Analysis of selected examples*, „Przegląd Politologiczny” 2017, nr 3, ss. 61-74.

Artykuły w czasopismach naukowych w języku polskim:

- 1) Antkowiak P., Scheffs Ł., *Nowy wymiar przywództwa politycznego: w poszukiwaniu perspektywy do badań personalizacji polityki na poziomie lokalnym*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2015, nr 1, ss. 143-159.

- 2) Antkowiak P., Scheffs Ł., *Personalizacja polityki w świetle wyników badań opinii publicznej. Przegląd wybranych badań*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2015, nr 2, ss. 201-218.
- 3) Scheffs Ł., *Socjotechniczne aspekty personalizacji polityki*, „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne” 2015, vol. 47, ss. 25-42.
- 4) Scheffs Ł., *Socjotechnika władzy*, „Przegląd Politologiczny” 2016, nr 1, ss. 35-47.
- 5) Scheffs Ł., *O socjotechnicznych, a także prakseologicznych korzeniach doradztwa politycznego*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2016, nr 4, ss. 187-204.

Rozdziały w pracach zbiorowych:

- 1) Scheffs Ł., *Marketing społeczny, kampania społeczna i reklama społeczna – próba systematyzacji pojęć*, w: *Kampanie społeczne jako forma socjotechniki*, red. P. Pawełczyk, Warszawa 2015, Oficyna a Wolters Kluwer business, ss. 21-44 [recenzenci tomu: prof. dr hab. Marek Jeziński, prof. dr hab. Wojciech Nowiak].
- 2) Scheffs Ł., *Socjotechniczne aspekty kampanii profrekwencyjnych, czyli rzecz o legitymizacji władzy politycznej*, w: *Kampanie społeczne jako forma socjotechniki*, red. P. Pawełczyk, Warszawa 2015, Oficyna a Wolters Kluwer business, ss. 132-145 [recenzenci tomu: prof. dr hab. Marek Jeziński, prof. dr hab. Wojciech Nowiak].
- 3) Scheffs Ł., *Reklama społeczna jako instrument oddziaływania socjotechnicznego*, w: *Wpływ społeczny. Konteksty i zastosowania badawcze*, red. B. Pająk-Patkowska, Poznań 2016, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, ss. 167-175 [recenzent tomu: prof. dr hab. Tadeusz Wallas].
- 4) Antkowiak P., Ludwicki T., Scheffs Ł., Siuda A., *Marketing polityczny a degradacja kultury politycznej w systemie liberalno-demokratycznym*, w: *Kultura polityczna. W poszukiwaniu nowego paradygmatu*, red. A. Stelmach, M. Lorenc, M. Łukaszewski, Poznań 2018, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, ss. 247-255 [recenzent tomu: prof. dr hab. Joachim Osiński].
- 5) Scheffs Ł., *Wpływ marketingu politycznego na przeobrażenia kultury politycznej w systemie liberalno-demokratycznym*, w: *Diagnoza współczesnego społeczeństwa – przegląd wybranych aspektów*, red. B.A. Nowak, K. Maciąg, Lublin 2018, Wydawnictwo Naukowe „Tygiel”, ss. 133-144 [recenzenci tomu: dr hab. Agata Włdkowska-Bagan, dr hab. Piotr Długosz, prof. dr hab. Urszula Tyluś, dr Agnieszka Bartoszek, dr Anna Karczewska, dr inż. Anna Kochmańska, dr Paweł Kot, dr Grzegorz

Skrobotowicz, dr Anna Szwed-Walczak, dr Julita Świtalska, dr Magdalena Zmysłowska].

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

Postulat praktycznego wykorzystania wiedzy naukowej jest koncepcją, która od lat dyskutowana jest w literaturze przedmiotu. Wynikał on – szczególnie u swojego zarania – z przekonania, że wiedza (nauka) może mieć zarówno charakter teoretyczny, jak i praktyczny. Nauki praktyczne dążą w pierwszym rzędzie do zmiany rzeczywistości. Pod pojęciem zmiany rzeczywistości rozumie się celowe wytwarzanie warunków, w których zachodzą prawidłowości uznane za pożądane¹.

Na marginesie warto zaznaczyć, że „praktyczność” miała w tym przypadku oznaczać to, że wiedza o świecie coraz silniej kształtuje – wypierając zdrowy rozsądek i potoczne doświadczenie – rozmaite praktyki dnia codziennego. Dalej jeszcze, praktyczność sprowadzała się i nadal sprowadza do tego, że wiedza gromadzona np. w naukach społecznych bywa wykorzystywana praktycznie jako instrument np. sprawowania władzy politycznej lub wpływania na poglądy i postawy ludzi w sprawach nawet niepolitycznych. Prowadzi to do tego, że coraz powszechniejsze jest oczekiwanie, aby decyzje w sprawach publicznych były uzasadnione analizami kosztów i korzyści. Nawet więcej, wręcz powszechny był i nadal jest postulat poparcia decyzji, działań społecznych studiami ewaluacyjnymi, wskazującymi m.in. dobre praktyki. Wreszcie taki stan rzeczy prowadzi do sytuacji, w której systematyczna wiedza z nauk społecznych wkracza w ludzką codzienność². Wypełnia to zresztą ogólny postulat metodologiczny z zakresu funkcji nauk społecznych jako takich. Pierwszą i podstawową funkcją tych nauk, podobnie jak wszystkich innych, jest funkcja poznawcza. Realizacji jej służą badania i tworzenie teorii naukowych. Drugą funkcją jest coś, co niekiedy bywa właśnie nazywane funkcją praktyczną, czy aplikacyjną, polegającą na wykorzystaniu osiągnięć nauki do rozwiązywania konkretnych problemów społecznych³.

Bardzo wyraźnie, szczególnie na gruncie socjologii lat 50-70. XX wieku, przebrzmiewała teza o możliwości istotnej zmiany rzeczywistości społecznej

¹ T. Wojewódzki, *O naukach praktycznych*, „Studia Socjologiczne” 1976, nr 1(60), s. 75.

² K.W. Frieske, *Nauki społeczne w służbie spraw publicznych – polskie tradycje*, w: *Środowisko i warsztat ewaluacji*, red. A. Haber, M. Szałaj, Warszawa 2008, s. 13-14.

³ J. Wilkin, *Komu potrzebne są nauki społeczne? Nauki społeczne w polskiej i europejskiej przestrzeni badawczej oraz w rozwiązywaniu problemów rozwoju*, „Nauka” 2012, nr 4, s. 22.

przy wykorzystaniu nauk społecznych. To wówczas w dyskursie akademickim wybrzmiały m.in. pojęcia **socjotechniki i inżynierii społecznej**⁴.

Socjotechnika w najszerszym rozumieniu, to takie oddziaływanie na innych, że podświadomie zachowują się oni w taki sposób, w jaki świadomi i z własnej woli prawdopodobnie nie zachowaliby się, bądź podejmują decyzje, których by nie podjęli. W znaczeniu bardziej profesjonalnym socjotechnika to interdyscyplinarna nauka praktyczna poznająca warunki, mechanizmy i reguły sprawności działań społecznych⁵.

Inżynieria społeczna to z kolei nauka, której zadaniem jest dobieranie odpowiednich środków socjotechnicznych. Najczęściej są one powiązane z odpowiednimi wartościami i/lub dopomagają w ich osiągnięciu. Inżynieria społeczna jest więc *de facto* procedurą doboru odpowiednich środków socjotechnicznych⁶. Socjotechnika z kolei stanowi zbiór technik i wiedzy o łańcuchach przyczynowo-skutkowych zachowań i postaw ludzkich, którymi system sterujący, oddziałując na system sterowany posługuje się, aby osiągnąć wytyczone przez inżynierię społeczną cele⁷. Na potrzeby tego autoreferatu pojęcia te będą używane zamiennie.

Choć postulat praktycznych nauk społecznych i ich możliwego wpływu na rzeczywistość społeczną nie raz został już poddany w wątpliwość, a nawet spotkał się z zasadniczą krytyką, perspektywa aplikowania różnych rozwiązań w rzeczywistości społecznej wciąż wydaje się niezwykle kusząca. Stąd też można natknąć się na opracowania, w których autorzy snują wizję maszyn społecznych, które ufundowane są właśnie na podstawach socjotechnicznego oddziaływania⁸. Towarzyszy tym wizjom dodatkowo przekonanie o zasadniczym w tym procesie oddziaływania społecznego znaczeniu nauki i ustaleń wiedzy profesjonalnej.

Dzieje się tak m.in. dlatego, iż obecnie mamy do czynienia z coraz bardziej postępującą komplikacją rzeczywistości społecznej. Niesie to za sobą potrzebę włączenia w procesy społeczne nowych podmiotów, a na pewno wskazanie dla już istniejących, nowych ról do wypełnienia. Wraz ze wzrostem skomplikowania problemów, wzrasta bowiem trudność rozpoznania ich przyczyn oraz skutków. To z kolei powodowane jest wieloma aspektami. Te zaś wymagają współpracy wielu podmiotów, chociażby ze względu na swój

⁴ Zob. A. Podgórecki, *Zasady socjotechniki*, Warszawa 1966; K.R. Popper, *Spółczesność otwarte i jego wrogi*, t. 1., Warszawa 1993.

⁵ R. Mysior, *Socjotechnika w procesie kształcenia zawodowego w szkole ponadgimnazjalnej*, w: *Socjotechniczne aspekty bezpieczeństwa w szkole*, red. L. Buller, Warszawa 2014, s. 163.

⁶ C. Czapów, A. Podgórecki, *Socjotechnika – podstawowe pojęcia i problemy*, w: *Socjotechnika. Style działania*, red. A. Podgórecki, Warszawa 1972, s. 10.

⁷ P. Pawełczyk, *Wybrane problemy socjotechniki. W nawiązaniu do tradycji socjotechnicznych w Polsce*, „Przegląd Politologiczny” 2002, nr 1, s. 83.

⁸ Zob. Ł. Afeltowicz, K. Pietrowicz, *Maszyny społeczne. Wszystko ujdzie, o ile działa*, Warszawa 2013.

wielopłaszczyznowy zasięg. Podejmowanie działań społecznych w świecie wzrastających współzależności wymaga więc planowania strategicznego, które dodatkowo może być realizowane na bardzo różnych płaszczyznach życia społecznego. W tak turbulentnym środowisku wykorzystanie teoretycznych ustaleń ludzi nauki nabiera więc sensu i wydaje się w pełni uzasadnione.

Prowadzony dotychczas wywód stanowi wręcz metodologiczne wezwanie dla nauk społecznych i ich praktycznego użycia, któremu patronuje koncepcja socjotechniki. W najnowszym ujęciu definiowana i operacjonalizowana jako dążenie do osiągnięcia celu optymalnego, czyli zamierzonego przekształcenia społeczeństwa, zgodnie z założonymi wartościami. Jest to zatem proces reprodukcji rozszerzonej. Zakłada on możliwość uszlachetnienia świata, choć już wizja wartości, które społeczeństwo powinno w tym celu zinternalizować, może być bardzo zróżnicowana⁹. Dodatkowo zmiana społeczna, o której mowa, może mieć miejsce w obrębie różnych aspektów rzeczywistości społecznej. W przyjętym tu założeniu zasadnicze pokłady oddziaływania socjotechnicznego daje się obserwować w działalności politycznej i jej wciąż postępującej profesjonalizacji.

Zasadniczym celem prowadzonych prac badawczych było wskazanie na proces oddziaływania socjotechnicznego, jako istotnego komponentu rzeczywistości społecznej, realizowanego w różnych obszarach, ze szczególnym uwzględnieniem jednak aspektów politycznych, którego podstawowym celem jest recepcja założeń systemu społeczno-politycznego, w dzisiejszych warunkach – liberalno-demokratycznego. Na podstawie wstępnych ustaleń postawiono **główną tezę**, która zakłada, że: procesy socjotechniczne dokonują się w wielu obszarach życia społecznego, lecz szczególnie widoczne są w działaniach politycznych i wiążą się ze świadomym użyciem wytworów wiedzy naukowej w celu wywołania odpowiednich zmian społecznych.

Pierwsza z przyjętych hipotez badawczych stanowi, że socjotechnika, wbrew często obiegowym opiniom, stanowi efekt działalności świadomej, i jako taka uchodzi za naukę. **Hipoteza druga** jest założeniem o tym, że szczególnym obszarem zastosowania działań socjotechnicznych pozostaje polityka. **Trzecia hipoteza** stanowi, że najpełniej proces planowania i wdrażania zmian społecznych (socjotechnicznych) daje się obserwować w ramach rywalizacji wyborczej i marketingu politycznego, który dąży przede wszystkim do prostoty przekazu. **Hipoteza czwarta** ogniskuje się wokół stwierdzenia, że jedną z bardziej wymownych operacji socjotechnicznych jest dynamicznie postępujący proces personalizacji

⁹ P. Pawełczyk, *Socjotechniczne aspekty polityki*, Poznań 2007, s. 101.

polityki, co poniekąd jest konsekwencją ekonomizacji działań politycznych i wpływu marketingu politycznego. **Ostatnia hipoteza – piąta** – każe dostrzegać możliwość wykorzystania wiedzy socjotechnicznej, nie tylko w aspekcie rywalizacji wyborczej, ale już na etapie konstruowania decyzji i działań władczych, czego widocznym przejawem jest np. wzrost znaczenia i instytucjonalizacja doradztwa politycznego.

Projektując w ten, a nie inny sposób całe postępowanie badawcze, sięgnąłem po ustalenia teoretyczne i rozwiązania praktyczne zaproponowane przez szereg autorów, często w ramach odmiennych perspektyw badawczych, a nawet metodologicznych. Nie sposób nie wymienić tu nazwiska A. Podgóreckiego, którego bez ryzyka określić można prekursorem refleksji socjotechnicznej w Polsce. Koniecznie wypada wspomnieć osobę i twórczość K.R. Poppera, C. Czapowa, czy M.K. Mlickiego. Próba teoretycznego ujęcia problematyki oddziaływania socjotechnicznego nie byłaby pełna bez odniesienia do prac i ustaleń P. Pawełczyka, Ł. Afeltowicza czy K. Pietrowicza. Wszyscy oni w swoich badaniach odwoływali się do koncepcji socjotechniki w klasycznym lub uwspółcześionym, lecz czerpiącym ze źródeł, rozumieniu.

Przyjmując dalej, że socjotechnika najpełniej realizuje się w działalności związanej z walką o głosy wyborców – jest przecież próbą zmiany zachowania w skali masowej, która nakłonić ma do poparcia określonej grupy – koniecznym wydało się również odnieść do prac P. Kotlera, M. Mazura, R. Wiszniowskiego, D. Piontek, podejmujących w swoich opracowaniach kwestie szeroko rozumianej działalności marketingowej w polityce.

Wreszcie, jak chodzi o praktyczne zastosowanie wiedzy naukowej w procesie politycznym, zasadne było odwołanie do publikacji W. Peszyńskiego, W. Magusia, M. Kolczyńskiego, B. Dobek-Ostrowskiej, czy B. Biskupa. Autorzy ci w swoich pracach podejmowali po wielokroć problematykę doradztwa politycznego, rozumiejąc je jako wsparcie przedstawicieli świata nauki dla decyzji decydentów. Porada ta nader często przyjmuje postać działania na wskroś socjotechnicznego, w którym mamy do czynienia z diagnozą, dyrektywą socjotechniczną (innymi słowy: podpowiedzią stosownej zmiany), a niekiedy nawet konkretnym działaniem, mającym doprowadzić do zmiany sytuacji wyjściowej.

Biorąc pod uwagę możliwości eksplanacyjne nauk społecznych, a także przyjęte podejście instytucjonalne, podstawą całego wywodu jest analiza polegająca na myślowym lub faktycznym podziale przedmiotu badań na jego części składowe, aby poznać możliwie najlepiej każdą z nich, tzn. jej miejsce, funkcję i rolę w danej całości, aby na tej podstawie poznać lepiej całość i ustalić to, co jest ogólne i prawidłowe. Analiza spełnia swe zadanie wówczas, gdy ma charakter wielostronny, a jeszcze lepiej, gdy jest wszechstronna. Powinna być także

powiązana z jej metodą przeciwną, czyli z syntezą. Wiedza wynikająca z analizy powinna być uzupełniona wiedzą uzyskaną z syntezy. Synteza polega na tym, aby z jednostkowych, określonych i poznanych części składowych i cech przedmiotu odtworzyć z powrotem jego całość lub uzyskać wiedzę o całości przedmiotu badania; to operacja myślowa polegająca na łączeniu poszczególnych elementów, właściwości badanego przedmiotu. Badania za pomocą analizy i syntezy rozpoczyna się od analizy, synteza jest późniejszą czynnością. Gdy zastosuje się obie te metody w badaniach danego przedmiotu, uzyskuje się inną jego wizję niż wcześniejsza, bo wzbogaconą wiedzą o wewnętrznej jego strukturze. Rekonstrukcja jako wynik syntezy jest odtworzeniem badanego przedmiotu na wyższym szczeblu procesu poznania¹⁰.

Podążając tym tokiem rozumowania, najbardziej przydatna wydała się analiza systemowa, pozwalająca na wyjaśnienie całości badanego zjawiska politycznego, a co najważniejsze umieszczenie go w systemie politycznym i dookreślenie jego w nim roli¹¹. Przydatna była również analiza i krytyka piśmiennictwa. Stanowi ona wręcz nieocenioną pomoc, kiedy pamięta się o tym, że: po pierwsze jest integralną częścią innych metod badawczych¹²; po drugie, że zadaniem każdej metody (a w tym przypadku znajomość literatury przedmiotu obejmującej całość pracy oraz wyodrębniony wobec niej pogląd zdają się być bezcenne) jest definiowanie terminów, uzasadnienie twierdzeń, wnioskowanie, opis i wyjaśnianie, stawianie i sprawdzanie hipotez¹³. Bez odwołania do tej metody trudno jest projektować jakiegokolwiek badanie. Jednocześnie powszechność i oczywistość analizy i krytyki piśmiennictwa nie zwalnia żadnego badacza z konieczności zasygnalizowania potrzeby korzystania z jej usług, szczególnie jeżeli zamierza się określić wzajemne zależności danych kategorii¹⁴.

Jasność wyводу wymagała sięgania do zróżnicowanych obszarów działalności społecznej, obejmującej różne fragmenty tego, co zwykło określać się mianem aktywności politycznej człowieka. Wszystkie analizowane w osiągnięciu procesy, co do zasady, dotyczą

¹⁰ E. Nowak, K. Głowiński, *Teoretyczne metody badawcze w naukach społecznych*, „Obronność – Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej” 2013, nr 2(6), s. 140.

¹¹ K. Łastawski, *Metoda systemowa w badaniach politologicznych*, „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne” 2008, vol. 19, s. 190.

¹² B. Witkowska-Rozciecha, *Problemy metod badawczych nauki o polityce*, „Studia Nauk Politycznych” 1976, nr 1, s. 141.

¹³ B. Krauz-Mozer, W. Szostak, *Teoria polityki. Podstawy metodologiczne politologii empirycznej*, Kraków 1993, s. 38.

¹⁴ M. Surmaczyński, *Znaczenie pojęć w metodologii nauki o polityce*, w: *Elementy metodologii nauki o polityce. Rozważania pojęciowe*, red. M. Surmaczyński, Wrocław 1989, s. 16.

problematyki zmian społecznych, inicjowanych w obszarze aktywności politycznej, dodatkowo systemów liberalno-demokratycznych, choć nie tylko.

Osiągnięcie oparte zostało na różnorodnym materiale źródłowym, w tym przede wszystkim literaturze przedmiotu, a także na wynikach badań. Należy stwierdzić, że refleksji socjotechnicznej poświęcono wiele opracowań teoretycznych. Choć gwoździ ścisłości wskazać można również, iż istnieje dość bogata literatura przedmiotu, która ujmuje to zagadnienie bardzo ogólnie, a niekiedy nawet potocznie. Prowadzi to do sytuacji, w której socjotechnika i refleksja związana z działaniem socjotechnicznym sprowadza rozumienie tego zagadnienia do kwestii manipulacji i prostego wpływu społecznego. Kiedy tymczasem jest to refleksja pogłębiona, mająca solidne podstawy teoretyczne i wiele osiągnięć w działalności praktycznej.

Wielowątkowe, czy może lepiej wielopremiotowe występowanie różnych form oddziaływania socjotechnicznego spowodowało również sięgnięcie do zróżnicowanych źródeł, powstających nie tylko w obrębie nauk politycznych, ale także socjologii, psychologii społecznej, ekonomii, nauk publicznych, a nawet marketingu (w tym, co już bardziej oczywiste – marketingu politycznego).

W ramach pierwszego pola zainteresowań opartego na hipotezie: socjotechnika wbrew często obiegowym opiniom, stanowi efekt działalności świadomej, i jako taka uchodzi za naukę, powstały opracowania:

- Scheffs Ł., *Collectivistic aspects of advocacy advertising*, „Public Policy and Economic Development” 2015, nr 4, ss. 83-93.
- Scheffs Ł., *Marketing społeczny, kampania społeczna i reklama społeczna – próba systematyzacji pojęć*, w: *Kampanie społeczne jako forma socjotechniki*, red. P. Pawełczyk, Warszawa 2015, Oficyna a Wolters Kluwer business, ss. 21-44
- Scheffs Ł., *Socjotechniczne aspekty kampanii profrekwencyjnych, czyli rzecz o legitymizacji władzy politycznej*, w: *Kampanie społeczne jako forma socjotechniki*, red. P. Pawełczyk, Warszawa 2015, Oficyna a Wolters Kluwer business, ss. 132-145.
- Scheffs Ł., *Reklama społeczna jako instrument oddziaływania socjotechnicznego*, w: *Wpływ społeczny. Konteksty i zastosowania badawcze*, red. B. Pająk-Patkowska, Poznań 2016, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, ss. 167-175.

Co prawda, zasadniczą problematyką prezentowanych prac był marketing społeczny i jego pochodna, jaką jest reklama społeczna. Niemniej sens prowadzonego w tych pracach wywodu sprowadzał się także do rekonstrukcji stanowisk już wcześniej wyartykułowanych,

gdzie poszczególni autorzy podejmowali próby wywiedzenia twierdzenia, że socjotechnika stanowi przede wszystkim efekt działalności świadomej i znajduje solidne oparcie w stosowanych naukach społecznych. Dodatkowym walorem przywołanych opracowań była próba wskazani możliwych obszarów występowania samych zjawisk socjotechnicznych.

Dość często pojawiającym się nadużyciem jest utożsamianie socjotechniki z marketingiem politycznym, czasem z propagandą, a prawie zawsze z manipulacją¹⁵. Na gruncie wiedzy potocznej socjotechnika niesie w sobie konotacje zdecydowanie pejoratywne, zwłaszcza wówczas, gdy terminowi temu towarzyszy przymiotnik – polityczna. Tymczasem socjotechnika – co wielokrotnie znajdowało wyraz w przywołanych powyżej artykułach – to przede wszystkim refleksja naukowa, której nieobca jest myśl polskich politologów, a przede wszystkim socjologów, prakseologów i prawników. Wystarczy w tym miejscu wspomnieć L. Petrażyckiego, F. Znanieckiego, T. Kotarbińskiego, S. Ossowskiego czy J. Chałasińskiego. W tym kontekście najbardziej rozpoznawalna jest „szkoła socjotechniki A. Podgóreckiego”, wokół którego zgromadziło się wielu badaczy podejmujących problematykę sterowania społecznego, m.in.: K. Doktor, A. Matejko, J. Kubin, J. Goćkowski, J. Kurczewski, C. Czapów oraz A. Krukowski. W późniejszym okresie do klasycznej koncepcji socjotechniki nawiązywali jeszcze: R. Rudniański oraz M.K. Mlicki, a pośrednio także J. Kossecki.

Socjotechnika (inżynieria społeczna), wyrasta z czystej refleksji naukowej. Prapoczątkiem dla tej dyscypliny wiedzy jest socjologia stosowana, sprowadzająca się przede wszystkim do wysiłków, by wykorzystać posiadaną już wiedzę socjologiczną do kształtowania nowych programów, instytucji, czy form w dążeniu do osiągnięcia określonych celów społecznych (w tym i politycznych)¹⁶. Konsekwencją takiego rozumienia procesów sterowania społecznego jest to, że inżynierię społeczną można traktować jako naukę, której celem jest wskazanie, w oparciu o przyjęty system wartości i rozpoznanie istniejącego porządku społecznego, celów jego przebudowy. Socjotechnika w takim ujęciu, stanowi zbiór technik i wiedzy o łańcuchach przyczynowo-skutkowych zachowań i postaw ludzkich, którymi system sterujący, oddziałując na system sterowany posługuje się, aby osiągnąć wytyczone przez inżynierię społeczną cele¹⁷.

¹⁵ P. Pawełczyk, *Socjotechnika czy marketing polityczny?*, w: *Marketing polityczny. Szansa czy zagrożenie dla współczesnej demokracji?*, red. P. Pawełczyk, Poznań 2007, s. 10.

¹⁶ K. Frysztański, *Rozwój, właściwości i znaczenie socjologii stosowanej*, w: *Z zagadnień socjologii stosowanej*, red. K. Frysztański, Kraków 1996, s. 11.

¹⁷ P. Pawełczyk, *Wybrane problemy...*, s. 83.

Warto zauważyć, że coraz częściej socjotechnika (szczególnie wykorzystywana w działaniach politycznych) – co również starałem się podkreślić – zdecydowanie rzadziej identyfikowana jest w kontekście praktycznego podejścia do socjologii, jako metoda budowania reguł skutecznego oddziaływania na grupy i jednostki w celu wywołania pożądanych zmian. Pozwoliłem sobie nawet dać temu wyraźny sprzeciw, rekonstruując przede wszystkim poglądy klasyków. Coraz częściej – ta sama socjotechnika wskazywałem – sprowadzana jest do stosowania manipulacji jako sposobu oddziaływania na ludzi¹⁸. Nierzadko też wprost traktowana jest jako zestaw „trików manipulacyjnych”¹⁹. Nie ulegając tej perspektywie w poszczególnych publikacjach, odwołując się do ustaleń innych badaczy, zmierzałem do ujmowania socjotechniki jako zbioru mechanizmów umożliwiających przekształcenie społeczeństwa w pożądanym kierunku, zgodnie z założonymi przez dany system sterujący wartościami i ideałami, i dodatkowo przy zachowaniu należytej procedury socjotechnicznej – postępowania celowościowego. Sam „pożądany kierunek” za P. Pawełczykiem wiązałem z celami funkcjonalnymi wobec danego systemu społecznego²⁰.

Dopełnieniem takiego rozumienia pojęcia socjotechniki jest także omówiona przeze mnie teoretyczna propozycja, nieco zmodyfikowanego paradygmatu, w której zakwestionowana została świadomość i efektywność wywierania wpływu socjotechnicznego. Otóż procesy reprodukcji porządku społecznego (socjotechnika) mają to do siebie, iż zamierzone cele bardzo rzadko dają się w pełni przekuć w cele zrealizowane. Sama zmiana społeczna zachodzi zatem, lecz jej kształt tylko częściowo (lub wcale) nie przypomina tego, co chcieliśmy osiągnąć²¹. Bardzo trudne jest również jednoznaczne określenie konkretnego podmiotu oddziaływania, albowiem podmioty, którym na ogół przypisujemy celowościowy wpływ na społeczeństwo, po prostu wykorzystują relacje zachodzące w środowisku społecznym, podtrzymując lub tworząc nowe instytucje z nim związane. W takim ujęciu socjotechniki efektywność, przewidywalność i świadomość wpływu wydają się więc mieć dość zasadnicze ograniczenia²².

Wielość nurtów badawczych i przyjętych perspektyw oraz silny wpływ wiedzy potocznej sprawiły, że obecnie socjotechnika wprost utożsamiana jest z podstępem i zakamuflowanym działaniem różnych grup i koterii. Ich wspólnym celem jest z kolei

¹⁸ Z. Widera, *Socjotechnika w kampaniach wyborczych – aspekty etyczne*, w: *Socjotechnika w polityce – wczoraj i dziś t.2*, red. A. Kasińska-Metryka, K. Kasowska-Pedrycz, Kielce 2009, s. 15-17.

¹⁹ J. Jonczek, M. Kempisty, *Socjotechniki wyborcze – przypadek polskiej kampanii referendalnej w kwestii przystąpienia Polski do Unii Europejskiej*, *Przegląd Humanistyczny* 2003/2004, nr 8-9, s. 197.

²⁰ P. Pawełczyk, *Socjotechniczne aspekty...*, s. 105.

²¹ *Ibid.*, s. 97-98.

²² *Ibid.*, s. 99.

manipulowanie ludźmi wbrew ich woli, i bez ich wiedzy. Tymczasem socjotechnika – jak starałem się wielokrotnie wykazać – to wielowątkowa i złożona koncepcja teoretyczna w swej istocie dotycząca gruntownych zmian społecznych, realizowanych w oparciu o powszechnie uznawane wartości. Z przykrością należy stwierdzić, że ten sposób ujmowania tego zagadnienia jest coraz rzadszy, o czym świadczy niestety również treść niektórych publikacji akademickich.

W ramach drugiego obszaru badawczego opartego na hipotezie: mówiącej o tym, że szczególnym obszarem zastosowania działań socjotechnicznych pozostaje polityka, powstały opracowania:

- Scheffs Ł., *Socjotechniczne aspekty personalizacji polityki*, „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne” 2015, vol. 47, ss. 25-42.
- Scheffs Ł., *Socjotechnika władzy*, „Przegląd Politologiczny” 2016, nr 1, ss. 35-47.

Sednem oddziaływania socjotechnicznego jest dokonywanie świadomych przekształceń społecznych, po to, aby osiągnąć zamierzony cel. Ten złożony proces odbywa się przy udziale podmiotu i przedmiotu oddziaływania, które definiuje się jako systemy oddziaływania i systemy podlegające oddziaływaniu. Nie oznacza to jednak, że możemy je określić w sposób jednoznaczny i ostateczny. Niemniej, każdy proces modelowania zmian w zachowaniu społecznym (także politycznym) dokonuje się za pomocą swoistych środków oraz w oparciu o przyjęte wartości i oceny.

Można zaryzykować także twierdzenie, że historia socjotechniki jest historią różnych rodzajów i form walk oraz gier społecznych. Polami owej rywalizacji lub współpracy były/są: ekonomia, polityka, ideologia, tj. trzy sfery, których łączna kontrola daje pozycję dominującą (hegemoniczną). Z dużą dozą pewności można założyć również, że i posiadanie władzy pozwala oddziaływać na innych m.in. przy użyciu środków socjotechnicznych. Technika używania władzy jako socjotechnika „zdążyła do wyznaczenia zachowania konkretnego, aktualnie, bieżąco wymaganego, oraz do zmiany rozmaitych sytuacji społecznych. Technika używania władzy jest również swego rodzaju metatechniką. Technika władzy może ogarnąć i manipulować innymi technikami dla uzyskiwania celów uznawanych za pożądane. Zatem technika używania władzy pozwala bezpośrednio uzyskiwać pożądane zachowania, stwarza odpowiednie po temu sytuacje społeczne oraz pozwala manipulować innymi technikami”²³. Bez wątpienia socjotechnika jest jednym z, choć nie jedynym, sposobem sprawowania władzy.

²³ Por. M.K. Mlicki, *Niektóre dylematy socjotechniki*, „Studia Socjologiczne” 1981.

Z pewnością również powiedzieć można, że ci, którzy władzy nie mają, oddziałują na tych, którzy władzę sprawują.

Godna uwagi i rozpatrzenia wydała się więc również hipoteza, jakoby socjotechnika była nie tylko jednym ze środków walki o władzę, ale i jednym ze środków jej sprawowania, utrzymania i rozszerzania²⁴. Niewątpliwie bowiem socjotechnika w sferze polityki, a właściwie socjotechnicy polityczni realizujący partykularne interesy swoich zleceńodawców, dążą jednocześnie do reprodukcji ideologicznych założeń danego systemu. Generalnie, analiza procesów socjotechnicznych i samej socjotechniki pozwoliła mi na stwierdzenie, że ukierunkowane są one przede wszystkim na integrowanie społeczeństw wokół określonej wizji porządku społecznego. Trudno nie zgodzić się ze stwierdzeniem, że każdy porządek społeczny stanowi zamknięty obraz ładu ze swoją etyką i pragmatyką. Przykładem może być demokracja liberalna, gdzie celem socjotechnicznym jest „produkowanie konsensusu”. Jest to również odmowa spojrzenia na sprzeczności i różnice związane z samymi podstawami życia ludzkiego, ponieważ są one konfliktogenne, a konfliktu – jak się nas często przekonuje – trzeba unikać. Socjotechnika integracji – bo tak pozwoliłem sobie nazwać ten rodzaj oddziaływania – ukierunkowana jest na upowszechnienie wartości, co do których znaczenia większość podmiotów składających się na system sterujący jest przekonana. W takim systemie niewiele jest również zbiorowości, które zainteresowane byłyby obaleniem czy obniżeniem w hierarchii pozycji przekazywanych wartości. W każdym systemie istnieje bowiem zbiór zasad, które nie są kwestionowane przez żaden z liczących się podmiotów²⁵. Nie oznacza to jednak, że taki system jest pożądany, a opisane metody oddziaływania socjotechnicznego skuteczne i właściwe dla kondycji tegoż systemu.

Socjotechnikę władzy, jak ją nazwałem, umieściłem w zbiorze socjotechnik fragmentarycznych. Próbowałem jednocześnie naświetlić problem definiowania i ujmowania zagadnień związanych z socjotechniką i szczególnym ukierunkowaniem jej na władzę.

W ramach trzeciego obszaru badań opartego na hipotezie: że najpełniej proces planowania i wdrażania zmian społecznych (socjotechnicznych) daje się obserwować w ramach rywalizacji wyborczej i marketingu politycznego, opublikowano:

- Antkowiak P., Scheffs Ł., *Teoria i praktyka przywództwa politycznego na przykładzie bezpośrednich wyborów wójta, burmistrza i prezydenta miasta*, Poznań 2016, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, ss. 204.

²⁴ M.K. Mlicki, *Socjotechnika. Zagadnienia etyczne i prakseologiczne*, Wrocław 1986, s. 17.

²⁵ Por. P. Pawełczyk, *Socjotechniczne aspekty panowania*, w: *Kulturowe instrumentarium panowania*, red. R. Paradowski, P. Załęcki, Toruń 2002.

- Antkowiak P., Ludwicki T., Scheffs Ł., Siuda A., *Marketing polityczny a degradacja kultury politycznej w systemie liberalno-demokratycznym*, w: *Kultura polityczna. W poszukiwaniu nowego paradygmatu*, red. A. Stelmach, M. Lorenc, M. Łukaszewski, Poznań 2018, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, ss. 247-255.
- Scheffs Ł., *Wpływ marketingu politycznego na przeobrażenia kultury politycznej w systemie liberalno-demokratycznym*, w: *Diagnoza współczesnego społeczeństwa – przegląd wybranych aspektów*, red. B.A. Nowak, K. Maciąg, Lublin 2018, Wydawnictwo Naukowe „Tygiel”, ss. 133-144.

Przyjmując założenie, że socjotechnika jest refleksją, która znajduje podstawy teoretyczne, a jednocześnie, że bardzo silnie pozostaje skorelowana przede wszystkim z działalnością polityczną, w oczywisty sposób skierowałem moją uwagę w obszar, gdzie wszelkiego rodzaju zabiegi socjotechniczne mogą zaistnieć. Przyjmując, że inżynieria społeczna jest to działanie obliczone na określony, wcześniej skalkulowany skutek, zaczęła interesować mnie ta działalność w obrębie polityki, która dotyczy wpływania na zachowania wyborcze. Powszechnym jest dziś bowiem stwierdzenie, że marketing polityczny – który stał się przedmiotem podjętych przeze mnie rozważań – stanowi instrument kształtowania preferencji i oczekiwań wyborców. Dodatkowo, ta forma aktywności politycznej najpełniej rozwija się w systemach pluralistycznych, gdzie mamy do czynienia z rywalizacyjnymi wyborami. Już choćby projektując określone rozwiązania wyborcze warto nie tylko pokusić się o proces planowania strategicznego i postępowania celowościowego, ale nawet wprowadzić różnorodne mechanizmy wpływu społecznego, wyraźnie scharakteryzowane na gruncie refleksji socjotechnicznej czy psychotechnicznej nawet.

Przywołany marketing polityczny rozumiany jako działalność aktorów polityki mająca na celu tworzenie i rozwijanie poparcia społecznego z wykorzystaniem mechanizmów oddziaływania socjotechnicznego, ma tradycję równie długą, jako formy demokracji. Konieczny warunek jego praktykowania stanowi sytuacja publicznego, jawnego konkurowania relatywnie równych w swoich szansach podmiotów o głosy. Sam akt głosowania to najczęściej nic innego, jak wybór określonej oferty programowej, a coraz częściej przede wszystkim personalnej. Mając to na uwadze skierowałem prowadzone prace w kierunku wpływu tegoż marketingu nie tylko na przeobrażenia w ramach procesu wyborczego, instrumentarium wykorzystanych metod oddziaływania społecznego, ale także w ogóle wpływu tego zjawiska na przeobrażenia kultury politycznej państw demokratycznych (pluralistycznych). Interesowała mnie m.in. odpowiedź na pytanie, które ze sposobów emablowania i przekonywania opinii publicznej wydają się najbardziej skuteczne i dlaczego? To też spowodowało, że szczególnym

obszarem moich zainteresowań stał się, coraz mocniej w nauce operacjonalizowany, paradygmat personalizacji polityki.

W ramach czwartego obszaru zainteresowań opartego na hipotezie: ogniskującej się wokół stwierdzenia, że jedną z bardziej wymownych operacji socjotechnicznych jest dynamicznie postępujący proces personalizacji polityki, co poniekąd jest konsekwencją ekonomizacji działań politycznych i wpływu marketingu politycznego, opublikowano:

- Antkowiak P., Scheffs Ł., *The Personalisation of Politics at the Local Level in Poland and Selected Central and Eastern European States: A Contribution to the Research*, „Politics in Central Europe” 2015, nr 2, ss. 31-42.
- Antkowiak P., Scheffs Ł., *Nowy wymiar przywództwa politycznego: w poszukiwaniu perspektywy do badań personalizacji polityki na poziomie lokalnym*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2015, nr 1, ss. 143-159.
- Antkowiak P., Scheffs Ł., *Personalizacja polityki w świetle wyników badań opinii publicznej. Przegląd wybranych badań*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2015, nr 2, ss. 201-218.
- Scheffs Ł., A. Sulikowska, *Celebritization of Polish politics, and the language of comments and Internet entries. Analysis of selected examples*, „Przegląd Politologiczny” 2017, nr 3, ss. 61-74.

Zastosowanie marketingu politycznego i narzędzi oddziaływania socjotechnicznego powoduje, że coraz częściej w kampaniach politycznych rozstrzyganie istotnych problemów społecznych zostaje zastąpione planowanym operowaniem wizerunkiem polityka. Choć w przypadku wykorzystania narzędzi marketingu oznacza to faktyczną profesjonalizację, to jej drugi wymiar sprowadza się do działalności samych partii politycznych. Ewolucja organizacji partyjnych od partii typu masowego do modelu wyborczego, w którym zakłada się, że apele polityczne kierowane są do wszystkich potencjalnych wyborców, ma dość istotne konsekwencje. Otóż wyraźnym zmianom ulega sposób komunikowania partyjnego. W aspekcie merytorycznym przekazy koncentrują się na kilku wybranych kwestiach, ważnych lub interesujących dla większości elektoratu. Są one komunikowane w sposób zapewniający maksymalne zrozumienie, akceptację i uzyskanie poparcia w jak największej ilości segmentów wyborców. Nie pozostaje to jednak bez wpływu na jakość samego komunikowania. Głównym kanałem komunikacji stają się środki masowego przekazu, zaś zaangażowanie w działania polityczne działaczy i wolontariuszy odgrywa coraz mniejszą rolę. Coraz wyraźniej daje więc o sobie znać zjawisko personalizacji, czy też prezydencjonalizacji kampanii wyborczych.

Polega ono na przeniesieniu punktu ciężkości działań kampanijnych z partii i jej programu na lidera partyjnego i oparciu strategii politycznej na jego wizerunku. Prowadzi to jednak do bardzo uproszczonego widzenia gry politycznej, a podstawą samego sukcesu wyborczego nie jest już dobry program odnoszący się do najważniejszych problemów, ale odpowiednio dobrany przywódca partyjny.

Wykorzystanie marketingu i instrumentarium socjotechnicznego niesie inne jeszcze konsekwencje, które są szczególnie istotne w perspektywie podejmowanego w toku refleksji socjotechnicznej, i ważnego także dla czynionych przeze mnie ustaleń, wywodu. Otóż ujmując konsekwencje zastosowania podejścia marketingowego do polityki w sposób systemowy, należy stwierdzić, że prowadzi to do ubiznesowienia polityki i rozkwitu możliwości marketingu politycznego, powodując, że demokratyczne wybory przestają być traktowane z należytą powagą i stają się igrzyskami, faktycznie darzonymi przez społeczeństwo coraz mniejszą uwagą. Godne rozpatrzenia jest i stwierdzenie, że efektywność i wpływ działań marketingowych na różnie rozumiane uczestnictwo w polityce jest skorelowane również ze stopniem konsolidacji demokracji. Niestety częściej prowadzi to jednak do przekształcenia demokracji w obszar reklamy, w konsekwencji czego następuje zmiana publicznej przestrzeni.

Niezależnie od tego daleko idące urynkowanie współczesnej działalności politycznej coraz wyraźniej wymaga ekonomiki podejmowanych aktywności. Tym samym pojawia się wręcz naturalna potrzeba włączenia do działalności politycznej różnego rodzaju osób odpowiedzialnych za odpowiednie (szybkie i profesjonalne) przygotowanie oferty politycznej. W ten sposób przestrzeń polityczna staje się dostępna dla różnego rodzaju specjalistów, odpowiedzialnych m.in. za profesjonalne przygotowanie kampanii wyborczych. Wynika to z orientacji marketingowej, która powoduje, że sam marketing nie jest już tylko formą reklamy danego produktu, czy sposobem komunikacji ze środowiskiem zewnętrznym, ale służy rozpoznaniu sytuacji i nastrojów oraz nastawienia społeczeństwa. Gromadząc informacje o przekonaniach, zainteresowaniach, dążeniach, nastrojach i oczekiwaniach różnych warstw, grup i środowisk społecznych siłą rzeczy należy wesprzeć się fachową pomocą różnych osób. Na potrzebę użycia wszelkiego rodzaju specjalistów zwraca uwagę wielu badaczy marketingu politycznego, mając jednak na względzie przede wszystkim odpowiednią komunikację w kampanii, należyte wykorzystanie narzędzi reklamy politycznej, badania opinii i preferencji politycznych poszczególnych segmentów wyborców, a przede wszystkim ścisłą kontrolę i monitoring całej kampanii wyborczej.

W ramach piątego obszaru badawczego opartego na hipotezie: która każe dostrzegać możliwość wykorzystania wiedzy socjotechnicznej, nie tylko w aspekcie

rywalizacji wyborczej, ale już na etapie konstruowania decyzji i działań władczych, czego widocznym przejawem jest np. wzrost znaczenia i instytucjonalizacja doradztwa politycznego, powstały następujące opracowania:

- Scheffs Ł., *O socjotechnicznych, a także prakseologicznych korzeniach doradztwa politycznego*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2016, nr 4, ss. 187-204.
- Scheffs Ł., *Doradztwo polityczne. Wykorzystanie wiedzy profesjonalnej w działaniu*, Poznań 2019, ss. 165.

Mając na uwadze możliwość aplikowania w działalności politycznej rozwiązań socjotechnicznych, stosowanych m.in. na użytek rywalizacji wyborczej (marketingu politycznego), pamiętając ponadto, że sama socjotechnika ma swoje silne osadzenie w naukach społecznych – np. socjologii, zaryzykowałem stwierdzenie, że podnoszony wciąż postulat praktycznego wykorzystania nauk społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem nauk politycznych, jest nie tylko możliwy, ale dokonuje się nieustannie na różnych płaszczyznach działania politycznego. Wydaje się to o tyle zasadne, gdy bierze się pod uwagę analizę politologiczną, która może stanowić podstawę dla działań projektowanych – o czym była już mowa – przy okazji rywalizacji wyborczej, ale także korzystania z usług ośrodków analityczno-badawczych, jak również działalności lobbingowej podejmowanej na rzecz określonych rozwiązań prawnych czy ustrojowych.

Daleko postępująca dziś komplikacja rzeczywistości społecznej, jak nigdy wcześniej, niesie w sobie zapotrzebowanie na świadczenie różnego rodzaju usług, które nie tylko ułatwiają zdobycie lub utrzymanie władzy (rywalizację wyborczą), ale skutecznie dopomagają w jej sprawowaniu. Na przestrzeni dziejów tego rodzaju usługi wsparcia realizowane były przez lepiej lub gorzej do tego przygotowanych, obecnie jednak wskazują na fazę daleko idącej instytucjonalizacji i profesjonalizacji.

Szczególnie wyraźnie proces wzmacniania form wsparcia, teraz już nazwanego socjotechnicznym, daje się obserwować w systemach demokratycznych, gdzie mamy do czynienia zarówno z współzawodnictwem relatywnie równych podmiotów zmierzających do objęcia i/lub utrzymania władzy, jak również samą możliwością artykulacji opinii i poglądów. Nic więc dziwnego, że usługi socjotechniczne, przyjmujące np. postać doradztwa, świadczonego na etapie rywalizacji wyborczej lub lobbingu dedykowanego samemu sprawowaniu władzy (stanowieniu prawa), zyskują na znaczeniu.

W działalności politycznej w pierwszej kolejności idzie o przekonanie obywateli-wyborców do poparcia określonej opcji, danego środowiska politycznego i jego reprezentantów. Aby taki akt desygnowania mocy władczych nastąpił, należy w umiejętny

sposób przekonać do tego wszystkich pozostałych. Pierwszym więc polem aktywności socjotechnicznej staje się proces zabiegania o akceptację i poparcie w wyborach. Nie jest jednak tak, że jest to zręczność czy umiejętność, którą są w stanie osiągnąć wszyscy. Już na tym etapie okazuje się, że najbardziej skuteczni, a przez to przydatni i wartościowi są dla polityków ci specjaliści, którzy są w stanie aranżować ten proces zabiegania o głosy, nie tylko w oparciu o ogólną wiedzę i własną intuicję, ale także solidne podstawy teoretyczne; sprawność w gromadzeniu i agregowaniu wiedzy oraz informacji niezbędnych w procesie planowania strategicznego. Nie powinno więc dziwić, że proces ekonomizacji działań politycznych szybko przeniknął, chyba nawet niezależnie od działalności marketingowej, do samego sposobu rządzenia. Wynikało to z potrzeb racjonalnego i maksymalnie efektywnego wykorzystania wszelkich dostępnych zasobów – kadrowych, finansowych i technologicznych. Poszukując dobrych i sprawdzonych rozwiązań przedstawiciele świata polityki skierowali swoją uwagę na przedstawicieli świata nauki i ich wsparcie w procesie podejmowania decyzji. Nikt nie oczekiwał, że reprezentanci środowiska naukowo-badawczego wejdą w rolę zawodowych polityków, nawet więcej, niektórzy wprost się tego obawiali. Chodziło raczej o pewną symbiozę i możliwość aplikowania tych rozwiązań, które eksperci-doradcy są w stanie przekazać w formie zaleceń, dyrektyw czy nawet rekomendacji socjotechnicznych. Dzięki temu jednak ponownie nośne stały się postulaty praktycznych nauk społecznych, a na pewno praktycznego wykorzystania teoretycznych do tej pory ustaleń różnych dyscyplin wiedzy. W ten sposób ukonstytuował się model ekspercki, w którym doradca polityczny to osoba potrzebna sprawującym władzę nie tylko, a na pewno nie wyłącznie, by podjąć racjonalną i optymalną decyzję dotyczącą jakiegoś aspektu rzeczywistości, ale także autorytet. Stanowi on ponadto bardzo często podstawę samej legitymizacji władzy. W końcu decyzje decydentów nie są jedynie efektem pewnej koniunktury, propagowanej ideologii czy realizowanego programu politycznego działania, ale wiedzy profesjonalnej, pochodzącej z niezależnych ośrodków badawczych. O rywalizacji wyborczej w tym miejscu już nawet nie wspominając.

Zasadniczym wezwaniem dla ekspertów-doradców – doszedłem w toku mojego naukowego postępowania – jest potrzeba ciągłego informowania nie tylko rządzących, ale także opinii publicznej. Autentyczne zaangażowanie i faktyczna partycypacja zależą bowiem przede wszystkim od dostępu do informacji. Samo istnienie systemu demokratycznego będzie więc możliwe tylko wtedy, gdy poszczególni obywatele na zasadzie ograniczonego zaufania i nieustannej kontroli, zabiegać będą o możliwość wglądu w proces decyzyjny i oceny działań podejmowanych przez sprawujących władzę. Dlatego, tak ważny jest również sam mechanizm



wpływania na decydentów politycznych. Tylko zorientowane grupy, dodatkowo jeszcze zorganizowane i wyposażone w umiejętności, będą w stanie wywierać odpowiedni nacisk na władcze rozstrzygnięcia rządzących. Przy czym warto zaznaczyć, że ten rodzaj wpływu rozumiany jest jako wszelkie formy wsparcia i zabezpieczenia decyzji politycznych, tych którzy je podejmują i tych, dla których są podejmowane. Problem pojawia się wtedy, gdy wiedza ekspertów ma być podstawą legitymizacji decyzji rządzących, a autorytet uczonych wartością dodaną, z którą nikt nie ma prawa dyskutować. Wówczas pojawia się niebezpieczeństwo swoistego dyktatu, który demokracje uczestniczącą czyni jedynie fasadą dla władczych i eksperckich zapędów elit, z czym również możemy mieć przecież do czynienia. To z kolei przywodzi do już podnoszonych na kanwie refleksji socjotechnicznej problemów, gdy ci którzy władze sprawują lub dopomagają rządzącym, są niejako przekonani o wyższej świadomości, którą rzekomo posiadają.

5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-badawczych (artystycznych)

5.1 Pozostałe obszary zainteresowań naukowych i osiągnięcia w tym zakresie

Zasadnicza część mojej pracy badawczej koncentrowała się na rozważaniach dotyczących możliwości praktycznego zastosowania ustaleń wiedzy profesjonalnej w ramach szerokiej działalności socjotechnicznej. Dokładny opis tych prac znajduje się w pkt. 4. Niezależnie od tego podejmowałem również zagadnienia dotyczące ogólnych procesów społeczno-politycznych, dotyczących problematyki przemian współczesnego świata. Znalazło to wyraz w trzech publikacjach. Przy czym, pierwsza z nich to artykuł opublikowany w pracy zbiorowej:

- Antkowiak P., Scheffs Ł., *Europa w kryzysie? Ruch oburzonych w krótkim spojrzeniu politologa*, w: *Unia Europejska: politologiczno-socjologiczno-ekonomiczny ogród*, red. C. Trosiak, Poznań 2014, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, ss. 215-221.

Podjęta tu problematyka dotyczy kwestii przeobrażeń społeczno-gospodarczych, które na początku drugiego dziesięciolecia XXI wieku doprowadziły do silnych zawirowań społecznych i ekonomicznych, szczególnie w ustabilizowanych systemach społeczno-polityczno-gospodarczych. Na kanwie tych wystąpień i protestów ukonstytuował się m.in. ruch oburzonych, który swego czasu bardzo zdecydowanie i w sposób niezwykle zasadniczy podnosił postulaty ekonomiczne, artykułując ogólne oczekiwania społeczne. Podjęte w tym opracowaniu rozważania miały stanowić pretekst do dyskusji nie tylko nad znaczeniem

konfliktu społecznego jako takiego, ale możliwości przerodzenia się go w trwały spór o podłożu ekonomicznym, a nawet konflikt nierozwiązywalny.

Konsekwencją tych zainteresowań i problemów była kolejna publikacja, a jednocześnie trud redakcyjny związany z opracowaniem i przygotowaniem pracy zbiorowej:

- *Polska i Europa wobec wyzwań współczesnego świata. Społeczno-polityczne wyzwania współczesności*, red. Ł. Scheffs, Poznań 2014, Wydawnictwo Adam Marszałek, ss. 151. oraz artykułu, zawartego w tym opracowaniu:

- Scheffs Ł., *Prawo i Sprawiedliwość partii protestu*, w: *Polska i Europa wobec wyzwań współczesnego świata. Społeczno-polityczne wyzwania współczesności*, red. Ł. Scheffs, Poznań 2014, Wydawnictwo Adam Marszałek, ss. 127-151.

Punktem wyjścia dla całego wywodu stały się problemy społeczno-gospodarcze we współczesnym świecie. Niejako konsekwencją postępujących procesów globalizacyjnych, ale także nawarstwiających się problemów społecznych, politycznych i ekonomicznych są wystąpienia i protesty społeczne. Szczególnie mocno zaznaczyły one swoją obecność na początku drugiego dziesięciolecia XXI wieku. To niezadowolenie było na tyle duże, że pojawiło się nawet pytanie o koniec demokracji i gospodarki wolnorynkowej jakie znamy.

- Antkowiak P., Scheffs Ł., *Perspektywy edukacyjne i zawodowe jako zadanie władz samorządowych w regionie północno-wschodniej Wielkopolski*, (w:) *25 lat samorządu terytorialnego w Polsce. Doświadczenia i perspektywy rozwoju*, pod red. P. Antkowiaka, Poznań 2015, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, ss. 33-54.

Kolejny artykuł stanowił poniekąd nawiązanie do zainteresowań związanych z problemami współczesnego świata. Faktycznie był to efekt szerokich badań prowadzonych w ramach projektu „Bądź gotowy na zmianę” finansowanego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki PO KL.08.01.02-30-018/11. Jego sens sprowadzał się do ustalenia szans edukacyjnych i preferencji zawodowych uczniów gimnazjów z 7 powiatów województwa wielkopolskiego. Mój wkład sprowadzał się do przeprowadzenia badań ilościowych i skomentowania ich wyników.

Ostatni artykuł był nawiązaniem do moich teoretycznych i praktycznych zainteresowań związanych z samorządem terytorialnym.

- Antkowiak P., Ludwicki T., Scheffs Ł., Siuda A., *Local Governmental in the Process of Systemic Transformation*, „Public Policy and Economic Development” 2017, nr 11(15), ss. 167-180.

5.2 Projekty i granty

Najważniejszym projektem, odnoszącym się do pracy naukowo-badawczej, zainteresowań własnych, ale także działalności pozauniwersyteckiej był ten, na który składa się przedłożone osiągnięcie, którego byłem kierownikiem i wykonawcą:

- *Rola wiedzy naukowej w działaniu, czyli o socjotechnice w aktywności politycznej 2013-2019*. Kierownik projektu.

W opisanym okresie brałem jeszcze udział w 5 projektach badawczych. Z czego dwa z nich były realizowane przez Koło Naukowe Psychologii Polityki, którego jestem opiekunem:

- *Badanie preferencji wyborczych mieszkańców gminy Słubice 2014*. Współkoordynator projektu.
- *Badanie preferencji wyborczych mieszkańców miasta Gniezna 2014*. Współkoordynator projektu.

Warto nadmienić, że oba projekty były finansowe ze środków zewnętrznych, pozyskanych na ten cel – sponsorzy prywatni. Ich zasadniczym celem była analiza preferencji wyborczych w zaplanowanych na październik 2014 wyborach samorządowych. Prowadzący badanie studenci, dysponując odpowiednio przygotowanym kwestionariuszem, starali się określić nie tylko ewentualne preferencje wyborcze, ale także powody udziału w głosowaniu, i co najistotniejsze przyczyny poparcia określonych kandydatów w danej gminie. W tym również powody udziału w wyborach, spostrzegane cechy osobowości kandydatów oraz kandydata tzw. drugiego głosu. Całość prowadzonych badań wpisywała się w próbę określenia możliwych scenariuszy wyborczych.

Trzy kolejne projekty to:

- *Jakość życia mieszkańców miasta Gniezna (wraz z analizą zawartości mediów lokalnych) 2014-2016*. W tym projekcie pełniłem rolę koordynatora z ramienia Urzędu Miejskiego w Gnieźnie – 2016.
- *Pogłębione badania jakościowe mieszkańców Gniezna w zakresie ich oczekiwań 2017-2018. Wybory samorządowe. Gniezno 2018*. W tym projekcie pełniłem funkcję koordynatora z ramienia Urzędu Miejskiego w Gnieźnie – 2018.
- *Ekspertyza wyborcza. Gniezno 2018*. W tym projekcie byłem kierownikiem i jedynym wykonawcą – 2017-2018.

Wymienione projekty finansowane były ze środków zewnętrznych, pochodzących z budżetu jednostki samorządu terytorialnego. W dwóch pierwszych przypadkach realizowali je badacze, nad którymi sprawowałem nadzór i koordynowałem przebieg prac, zgodnie

ze zleceniem od zleceniodawcy. W tym konkretnym przypadku był to Urząd Miejski w Gnieźnie.

Badanie jakości życia mieszkańców było nie tylko analizą uwarunkowań społeczno-gospodarczych miasta Gniezna, ale również oczekiwań społecznych i potencjału rozwojowego tej części województwa wielkopolskiego. Analiza zawartości mediów sprowadzała się zaś do próby określenia najbardziej skutecznych kanałów komunikacji z mieszkańcami, zarówno jeżeli idzie o komunikowanie sukcesów, zamierzeń i realizowanych przedsięwzięć, jak również sposobu prowadzenia polityki komunikacyjnej w ogóle.

Pogłębione badania oczekiwań mieszkańców miasta Gniezna sprowadzały się do wywiadów grupowych i pogłębionych wywiadów zogniskowanych, których ideą było uzyskanie odpowiedzi na pytanie o oczekiwania i preferencje mieszkańców w zakresie oferty społecznej, kulturalnej i ekonomicznej miasta. Szło o wskazanie potencjalnych kierunków rozwoju miasta i inwestycji w tkankę miejską. Sens prowadzonych badań, a następnie wywiedzionych na ich podstawie analiz, miał dać obraz koniecznych – z punktu widzenia użytkowników miasta – kierunków rzutowanego w przyszłość rozwoju całej aglomeracji.

Przeprowadzona i wykonana ekspertyza wyborcza była analizą politologiczną lokalnej sceny politycznej, obliczoną na przygotowanie strategii wyborczej, realizowanej na terenie miasta Gniezna. Uwzględniała ona nie tylko wyniki i dane pochodzące z dwóch wcześniej wspomnianych projektów, ale brała również pod uwagę pogłębione studia nad wynikami wyborów samorządowych, specyfiki i dynamiki regionalnej sceny politycznej. W tym miejscu warto nadmienić, że znajdujące się w podsumowaniu wnioski i rekomendacje zostały uwzględnione przez zleceniodawców, przyczyniając się w jakimś zakresie do odniesionego sukcesu wyborczego. Na kanwie tej ekspertyzy powstał również artykuł naukowy pt.: *W poszukiwaniu strategii w samorządowej rywalizacji wyborczej. Przykład miasta Gniezna* (w chwili obecnej przekazany do druku).

Dodatkowo w tym miejscu warto wspomnieć o moich wyjazdach:

- wyjazd studyjny do Parlamentu Europejskiego 14-18 października 2013 roku;
- wyjazd studyjny do Izby Deputowanych Miasta i Kraju Związkowego Berlin 30 maj 2014 roku;
- wyjazd studyjny do Otterdorfu 19-21 września 2017 roku.

5.3 Aktywność dydaktyczna

W trakcie pracy dydaktycznej na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, prowadziłem lub prowadzę nadal zajęcia

dydaktyczne na kierunkach: politologia, bezpieczeństwo narodowe, zarządzanie państwem oraz dziennikarstwo i komunikacja społeczna z następujących przedmiotów: *Socjotechnika* (aktualnie), *Socjotechniki wyborcze* (aktualnie), *Komunikacja medialna w bezpieczeństwie publicznym*, *Diagnozowanie i rozwiązywanie konfliktów*, *Psychologia polityki*, *Badania marketingowe*, *Projektowanie kampanii wyborczych*, *Marketing terytorialny* (aktualnie), *Marketing w instytucjach publicznych* (aktualnie), *Sztuka autoprezentacji i wystąpień publicznych* (aktualnie), *Autoprezentacja i kreowanie wizerunku* (aktualnie). Współprowadziłem również ścieżkę: *Symulacje kampanii wyborczych*. Realizowałem zajęcia z zakresu *Socjotechniki* na Podyplomowych Studiach Public Relations i Podyplomowych Studiach Historii i Wiedzy o Społeczeństwie, *Komunikacji i autoprezentacji* w ramach szkolenia dla rzeczników prasowych Powiatowych Stacji Sanitarno-Epidemiologicznych oraz zajęcia w ramach projektu „Laboratorium Innowacji Społecznych nr umowy: POWR.03.01.00-00-k392/16-00, a w 2018 szkolenie z zakresu *Autoprezentacji* w ramach działań programu Ambasador UAM na rok akademicki 2017-2018. W roku akademickim 2017-2018 oraz 2018-2019 prowadziłem zajęcia z *Marketingu w instytucjach publicznych*, *Autoprezentacji i elementów kreowania wizerunku* oraz *Sztuki wystąpień publicznych* dla słuchaczy Studiów Podyplomowych Zarządzanie Publiczne.

Na Wydziale Nauk Geograficznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu prowadzę zajęcia z przedmiotu: *Event jako narzędzie promocji*.

W ramach współpracy z Wyższą Szkołą Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa prowadziłem zajęcia z *Socjotechniki*. A w ramach współpracy ze Szkołą Wyższą Psychologii Społecznej prowadziłem zajęcia z: *Socjotechniki* oraz *Kampanii społecznych*.

W ramach współpracy z Wyższą Szkołą Bankową w Poznaniu prowadziłem zajęcia z *Komunikacji i negocjacji*, a obecnie prowadzę zajęcia dydaktyczne z: *Nauki o państwie*, *Negocjacji* oraz *Negocjacji w biznesie*.

W ramach pracy dydaktycznej na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu prowadziłem seminarium dyplomowe, pełniąc funkcję promotora w 36 pracach licencjackich. Pełniłem również funkcję promotora pomocniczego w przewodzie doktorskim dra Marka Pawłowskiego (tytuł pracy: *Permanentna kampania polityczna w procesie legitymizacji władzy w Polsce w latach 2005-2015*) oraz zostałem wyznaczony na promotora pomocniczego w przewodzie doktorskim mgra Tymona Ostroucha (tytuł pracy: *Wpływ polityki regionalnej Unii Europejskiej na podniesienie poziomu innowacyjności województwa lubuskiego w latach 2004-2018*).

5.4 Aktywność organizacyjna

W trakcie pracy na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu pełniłem funkcję Pełnomocnika Dziekana ds. współpracy ze szkołami oraz pełnię funkcję Opiekuna Koła Naukowego Psychologii Polityki.

W 2015 roku byłem jednym z trzech organizatorów ścieżki: *Symulacje kampanii wyborczych*. Projekt trwał pół roku i organizowany był zarówno w ramach Wydziału, jak i poza uczelnią, m.in. przy wykorzystaniu Radia Meteor, Telewizji WTK, Kuriera Akademickiego itp.

W 2015 i 2017 roku uczestniczyłem w organizowanym na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu Dniu Dziennikarza, w trakcie którego prowadziłem *Warsztaty z autoprezentacji*.

W roku akademickim 2015-2016 otrzymałem Nagrodę Dziekana Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu za działalność organizacyjną na rzecz społeczności akademickiej Wydziału.

W kwietniu i grudniu 2016 uczestniczyłem w dwóch edycjach konferencji „Szkoła XXI wieku. Wyzwania przed nauczycielem i uczniem”. W ramach tego wydarzenia w kwietniu wygłosiłem referat: *Ocena sytuacji edukacyjnej i zawodowej uczniów trzecich klas gimnazjów północno-wschodniej Wielkopolski*, a w grudniu prowadziłem warsztaty: *Podstawy autoprezentacji dla nauczycieli*. W kwietniu 2016 roku współuczestniczyłem w przygotowaniu XIX Poznańskiego Festiwalu Nauki i Sztuki, w trakcie którego prowadziłem warsztaty z *Autoprezentacji i wystąpień publicznych*.

W 2017 roku z ramienia Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu brałem udział w XV Festiwalu Nauki organizowanym przez II Liceum Ogólnokształcące im. Krzysztofa Kamila Baczyńskiego w Koninie, w trakcie którego przeprowadziłem wykład zatytułowany: *Socjotechnika na usługach polityki*.

W roku 2018 współpracowałem z Ośrodkiem Analiz Politologicznych UW „e-Politikon” recenzując trzy artykuły naukowe:

- Borówka A., *Latarnik Wyborczy 2015 jako przykład nawigatora politycznego – analiza wybranych aspektów*;
- Lorenc K., *Dobór i konstrukcja twierdzeń kwestionariusz w nawigatorach wyborczych (Voting Advice Applications): od problemów metodologicznych po ideologię*;
- Borówka A., *Ogólna teoria bezpieczeństwa* (nieopublikowany).

Recenzowane artykuły ukazały się w dwudziestym piątym (15.04.2018) i dwudziestym szóstym (21.05.2018) numerze Kwartalnika Naukowego OAP UW „e-Politikon”.

W 2019 roku z ramienia Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu brałem udział w „Dniu Politologa” zorganizowanym przez II Liceum Ogólnokształcące im. Krzysztofa Kamila Baczyńskiego w Koninie, w trakcie którego wygłosiłem wykład nt. *Wizerunku w polityce*.

Dwukrotnie byłem Członkiem Komitetu Naukowego II i III Międzynarodowej Konferencji Naukowej – *Kryzys współczesnego świata. Różne ujęcia problemów globalnych*.

W chwili obecnej przygotowuję konferencję o charakterze ogólnopolskim: *Opinia publiczna – liderzy i sposoby jej kształtowania*.

Aktualnie jestem członkiem Polskiego Towarzystwa Nauk Politycznych, Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej. Jestem również członkiem rady programowej Czasopisma Naukowego Studentów i Doktorantów „Refleksje”.

Oprócz aktywności na macierzystej Uczelni intensywnie, współpracowałem i nadal współpracuję z jej otoczeniem.

Od 27.01. do 30.01., od 28.02. do 04.03. oraz od 22.05. do 28.05.2014 roku – w ramach umów o dzieło – świadczyłem doradztwo w zakresie kreowania wizerunku Lubońskiego Ośrodka Sportu i Rekreacji w Luboniu.

Od 23.12.2013 roku do 05.12.2014 roku w ramach umowy o dzieło świadczyłem usługi doradcze dla Starostwa Powiatowego w Gnieźnie w zakresie: *media relations*, analiz i ewaluacji treści medialnych, kształtowania polityki informacyjnej, kształtowania polityki medialnej, kreowania wizerunku, autoprezentacji i wystąpień publicznych, analiz polityki lokalnej i regionalnej, *public relations*, *publicyty* oraz kształtowania umiejętności interpersonalnych.

Od 11.12.2014 roku (w ramach stosunku pracy), a następnie od 02.02.2015 roku do 08.06.2016 roku (w ramach umowy zlecenie) pełniłem obowiązki doradcy Prezydenta Miasta Gniezna, ze szczególnym uwzględnieniem kształtowania polityki informacyjnej, medialnej, *public relations* (realizowanie założeń polityki informacyjnej Prezydenta Miasta, kształtowanie pozytywnych relacji z mediami, opracowywanie i realizowanie kompleksowej strategii komunikacyjnej PR, kreowanie wizerunku Prezydenta Miasta i Urzędu Miejskiego, doradztwa w zakresie wizerunku i autoprezentacji, analiz treści medialnych dotyczących Prezydenta Miasta i Urzędu Miejskiego, analiz polityki lokalnej i regionalnej, przygotowania nagrań i wystąpień medialnych Prezydenta Miasta).

W grudniu 2015 roku realizowałem umowę zlecenie dla Gminy Dąbie w ramach organizacji i prowadzenia szkolenia dotyczącego konstruowania Gminnego Programu

Rozwiązywania Problemów Alkoholowych i Przeciwdziałania Narkomanii dla pracowników Urzędu Gminy w Dąbiu.

Od 13.06.2016 roku do 28.02.2019 roku pełniłem – na mocy powołania – funkcję zastępcy Burmistrza Gminy i Miasta Witkowo. W tym czasie realizowałem zadania wynikające ze stosunku pracy, zakresu czynności i poleceń służbowych bezpośredniego przełożonego, które sprowadzały się do administrowania i koordynowania prac podległych mi w sposób bezpośredni referatów, jak również jednostek samorządowych ze szczególnym uwzględnieniem działań promocyjnych, współpracy ze środowiskiem medialnym i otoczeniem zewnętrznym gminy.

W trakcie pełnienia powierzonych obowiązków dwukrotnie byłem m.in. Przewodniczącym Komisji Egzaminacyjnej dla Przeprowadzenia Konkursu na Nauczyciela Mianowanego (odpowiednio: 21.08.2018 i 18.12.2018). W trakcie tych postępowań troje nauczycieli otrzymało awanse. Z ramienia Gminy i Miasta Witkowo oddelegowany zostałem również, jako Członek do Rady Projektowanej, stanowiącej jeden z organów Lokalnej Grupy Działania dla oceny formalnej i merytorycznej projektów przekazywanych następnie do oceny i dofinansowania przez Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego. Organizowałem szereg przedsięwzięć społecznych, kulturalnych i sportowych.

Od 30.07.2018 roku do 31.10.2018 roku w ramach umowy zlecenie wykonywałem obowiązki Dyrektora Ośrodka Kultury Sportu i Rekreacji w Witkowie.

W efekcie postępowania konkursowego od 05.02.2019 roku pełniłem funkcję Menagera Kultury w Urzędzie Miejskim w Gnieźnie oraz Pełnomocnika Prezydenta Miasta Gniezna ds. rozwoju aglomeracji, a od 01.03.2019 roku, na podstawie porozumienia zmieniającego warunki pracy, zostałem Dyrektorem Wydziału Promocji, Kultury i Turystyki Urzędu Miejskiego w Gnieźnie, na kontrakcie managerskim.

Byłem jednym z inicjatorów i sekretarzem stowarzyszenia „Uniwersytet Każdego Wieku” w Witkowie. Od czerwca 2016 do stycznia 2019 byłem członkiem redakcji Witkowskich Wiadomości Samorządowych, a od marca członkiem redakcji Informatora miejskiego w Gnieźnie. Od lutego 2019 roku jestem członkiem stowarzyszenia Inkubator Umowy Społecznej, propagującego ideę decentralizacji władzy publicznej i rozwoju oraz promocji samorządności w Polsce.

W tym miejscu pozwolę sobie na opinię, że moje doświadczenie wynikające ze współpracy z otoczeniem społeczno-polityczno-gospodarczym wpływa w sposób bezpośredni na obszar zainteresowań własnych i pracy naukowo-badawczej. Ma również swój istotny wpływ na realizowany proces dydaktyczny. Sprzężenie nauki i praktyki jest tu nie tylko

widoczne, ale kolejny raz pozwala mi na stwierdzenie, że stosowanie nauk społecznych w praktyce jest możliwe, a nawet wydaje się wskazane.

5.5 Popularyzacja nauki

W ramach działalności popularyzującej naukę opublikowałem 5 artykułów:

- Scheffs Ł., *Betonowe koło ratunkowe – czego nie wolno robić podczas kryzysu*, „#Marketing w Urzędzie” 2017, nr 1, ss. 42-44.
- Scheffs Ł., *Media (Press) Relations w marketing miejsc*, „#Marketing w Urzędzie” 2017, nr 2, ss. 44-45.
- Scheffs Ł., *W tym szaleństwie jest metoda czyli promocja bez promocji*, „#Marketing w Urzędzie” 2017, nr 3, ss. 14-16.
- Scheffs Ł., *„Tu ludziom zawalił się świat na głowę”*, „#Marketing w Urzędzie” 2017, nr 5, ss. 44-47.
- Scheffs Ł., *Personalne strategie komunikacyjne szansą na sukces wyborczy?*, „#Marketing w Urzędzie” 2017, nr 6, ss. 26-29.

Ponadto prowadziłem wykłady dla członków Uniwersytetu III Wieku w Luboniu i Uniwersytetu Każdego Wieku w Witkowie oraz wykłady dla uczniów szkół ponadpodstawowych na terenie wielkopolskich w ramach polityki promocyjnej Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W sposób przystępny starałem się przekazać posiadaną przeze mnie wiedzę na temat marketingu politycznego, socjotechniki, i w związku z aktywnością publiczną, samorządności.

Wielokrotnie również zabierałem publicznie głos w sprawach związanych z marketingiem politycznym, zachowaniami wyborczymi i samorządem dla stacji telewizyjnych: TVP, TVN, POLSAT, WTK; rozgłośni radiowych: Radio Merkur, Radio Gniezno, Radio Plus, a także prasy: Kurier Witkowski, Przemiany na Szlaku Piastowskim, Kurier Śremski, Głos Wielkopolski.

