

<http://autonom.edu.pl>

Dr Józef Kossecki
emerytowany docent Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach
ul. Burgaska 3 m. 24
02-758 Warszawa
email: jkossecki@aster.pl

Wizerunek polityczny: ideologiczny, strategiczny, operacyjny czy taktyczny

1. Uwagi wstępne

1.1. Problemy poznawcze i decyzyjne w działaniach społecznych

W cybernetyce przez **sterowanie** rozumiemy wywieranie celowego wpływu na określone systemy lub procesy.

Z punktu widzenia obiektu sterującego dowolny proces sterowania możemy opisać, podając następujące jego elementy, które mogą być funkcjami czasu t :

1. **obiekt sterowania** – który oznaczmy $O(t)$;
2. **cel sterowania** – jest to stan obiektu sterowanego, który ma być osiągnięty w wyniku procesu sterowania – oznaczmy go $C(t)$;
3. **metoda sterowania** - sposób w jaki cel procesu sterowania ma zostać osiągnięty – oznaczmy go $M(t)$.

Przy powyższych oznaczeniach proces sterowania opisywać będziemy następującą tablicą:

$$(1.1) \dots \begin{bmatrix} O(t) \\ C(t) \\ M(t) \end{bmatrix}$$

Program procesu sterowania zdefiniujemy jako obraz jego celu i metody. Możemy go symbolicznie oznaczyć w następujący sposób:

$$(1.2) \dots \text{Obr} \begin{bmatrix} C(t) \\ M(t) \end{bmatrix}$$

Obiekt sterujący procesem musi dysponować jego programem. Jeżeli rozpatrzmy państwo jako obiekt procesu sterowania, zaś partię lub koalicję,

która wygrała wybory jako obiekt sterujący, wówczas musi ona dysponować programem, który określa zarówno cele jak i metody ich osiągnięcia.

Działania obiektu sterującego poprzedzają dwa następujące rodzaje procesów informacyjnych:

1) **procesy poznawcze** – zmierzające do zdobycia, zarejestrowania i przetworzenia informacji potrzebnych do podjęcia decyzji, bez ingerowania w obserwowane obiekty;

2) **procesy decyzyjne** - których celem jest dokonanie wyboru i wykonanie działań, powodujących określone skutki w sterowanym obiekcie.

Powyższe procesy wymagają rozwiązywania **problemów poznawczych i decyzyjnych**. Celem pierwszych jest ustalenie stanu faktycznego, bez ingerowania wń przy równoczesnym unikaniu wartościowania. Celem drugich jest doprowadzenie do określonych zmian.

Istotą **problemów poznawczych** jest ustalenie stanu faktycznego bez ingerowania wń i najlepiej również bez jego wartościowania.

Problemy decyzyjne to:

1. **postulacja** - wybór celu procesu sterowania,
2. **optymalizacja** - wybór metody procesu sterowania,
3. **realizacja** - wybór obiektu procesu sterowania, czyli co będziemy sterować, by osiągnąć wybrany cel¹.

1.2. Czym jest taktyka, sztuka operacyjna, strategia i ideologia w działaniach społecznych

Problemy taktyki, sztuki operacyjnej i strategii, zostały doskonale opracowane w naukach wojskowych. Dlatego zacytuję tu polskiego klasyka tych nauk - generała Stefana Mossora.

"Sztuka wojenna dzieliła się dawniej, jak wiadomo, na dwa tylko zasadnicze odłamy: taktykę i strategię.

Taktyka była umiejętnością uszykowania wojska do walki, strategia - nauką prowadzenia wojny.

(...)

W miarę wyraźnego podziału starć wojennych na walkę, bitwę i wojnę chciano mieć trzy terminy dla określenia nauki dowodzenia w każdej z nich. I wówczas powstał wyraz «operacje» jako odpowiednik dla bitwy.

Teoretycznie więc sztuka wojenna dzieli się obecnie na 3 kategorie: taktykę, działania operacyjne i strategię"².

"Taktyka w pojęciu nowoczesnym obejmuje nie tylko umiejętność ugrupowania wojska do walki, ale i uzgodnienie kilku walczących obok siebie

¹ Stosujemy tu terminologię M. Mazura. Por. M. Mazur, *Cybernetyka i charakter*, Warszawa 1976, s. 105.

² S. Mossor, *Sztuka wojenna w warunkach nowoczesnej wojny*, Warszawa 1945 (II wydanie), Wojskowy Instytut Naukowo-Wydawniczy, s. 172-173,

czynników do wspólnego wysiłku **mającego jeden cel ograniczony w czasie i przestrzeni.**

(...)

Wysiłek taktyczny ma zasięg ograniczony, bo opisane współdziałanie wojsk i środków ogniowych nie da się ustalić na dalszą metę.

(...)

Działania operacyjne są dziedziną daleko szerszą od taktyki. Nie chodzi tu o zorganizowanie krótkotrwałej walki poprowadzonej **w jednym kierunku**, ale o zgranie kilku walk bądź kilkudniowych serii walk, poprowadzonych oddzielnie **na kilku zbieżnych kierunkach**, nieraz bardzo odległych od siebie, ta kombinacja **wielokierunkowego działania do jednego celu** przy pomocy kilku zgrupowań o różnej sile stanowi zasadniczą cechę operacji.

(...)

Strategia jest najwyższą dziedziną sztuki wojennej. Nie zniża się ona nigdy do rzemiosła wojennego, jakim jest bezsprzecznie taktyka, pozostając zawsze na wyżynach potężnych zamiarów, rozstrzygających o losach krajów. (...)”³.

W polityce dodać tu jeszcze trzeba **walkę ideologiczną**, gdyż ideologia w rozumieniu socjocybernetycznym, wytycza zasadnicze cele wszelkich działań społecznych, w tym również wszelkich rodzajów walki.

Powyższy podział możemy uogólnić na sterowanie wszelkimi działaniami społecznymi.

Wróćmy jeszcze do rozważań naszego klasyka wojskowości, który w swym dziele przytacza następujący cytat pruskiego teoretyka sztuki wojennej K. Clausewitza:

"Zarówno w taktyce jak i w strategii jest przewaga najpoważniejszą zasadą zwycięstwa". "Należy ją uważać za ideę podstawową i dążyć do niej wedle możliwości, zawsze i przede wszystkim"⁴.

"Przewaga przybiera na polach bitew postacie najrozmaitsze. Najprostszą jej postacią jest przewaga fizyczna (liczebna lub **materialna**). Brak takiej przewagi może być częściowo zastąpiony czynnikami uzupełniającymi, które są zresztą **zawsze niezbędne do wygrania bitwy, a mianowicie:**

1) przewagą sztuki wojennej (przewaga względna, uzyskiwana przez ekonomię sił i wyzyskanie czynnika zaskoczenia),

2) przewagą moralną (przewaga umysłu i ducha dowódcy oraz nastroju moralnego wojska).

Tu się nasuwa pytanie, **w jakim stopniu** mogą te dwa czynniki duchowe uzupełnić brak przewagi liczebnej i materialnej?"⁵

Na szczeblu taktycznym powyższy stopień jest znaczny, ale już na szczeblu operacyjnym znacznie mniejszy. Nasz klasyk stwierdza, że "(...) im wyższy szczebel, tym trudniej o zaskoczenie i tym mniej czynników zastępujących

³ Tamże, s. 174-176.

⁴ K. Clausewitz, *O wojnie*, Warszawa 1928, s. 151, 156. Cyt wg. S. Mossor, *Sztuka wojenna...*, wyd. cyt. s. 185.

⁵ S. Mossor, *Sztuka wojenna...*, wyd. cyt., s. 185.

siłę można odeń oczekiwać. O ile bowiem w walce indywidualnej lub w walce małych oddziałów taktycznych nie brak nawet w ostatnich wojnach, ba nawet w wojnie pozycyjnej, zdumiewających przykładów bohaterskiego zuchwalstwa, które w ciągu kilku minut rozprawiło się z rojem nieprzyjaciół, o tyle nie ma takich samych przykładów na szczeblu operacyjnym i strategicznym.

W sumie, żeby uniknąć rozczarowań, bądźmy skłonni uznać tezy Clausewitz'a za miarodajne i przyjmijmy, że pobicie dwukrotnie silniejszej (liczebnie lub materialnie) armii będzie dziś rzeczą niezwykle trudną, jeżeli nie niemożliwą, chyba, że przeciwnik będzie bezwartościowy, na co w Europie już liczyć nie można"⁶.

Stosując powyższe zasady do walki cywilnej i w ogóle działalności społecznej, w szczególności zaś walki politycznej, możemy stwierdzić, że **działania taktyczne**, to w demokratycznym państwie, przede wszystkim poszczególne walki przedwyborcze, toczone w różnych miejscach i w różnym czasie. Obiektem oddziaływania jest psychika społeczeństwa, zaś celem podważenie autorytetu przeciwnika i budowanie autorytetu własnego. Na szczeblu taktycznym decydujące znaczenie może mieć czynnik zaskoczenia, wybór właściwego kierunku uderzenia - zgodny z oczekiwaniami społeczności w danym czasie i na danym obszarze oraz czynniki, które generał Mossor nazwał czynnikami przewagi moralnej - przewaga umysłu, ducha i autorytetu polityka, który tę walkę prowadzi oraz nastrój działaczy partyjnych i publiczności.

Działania operacyjne w walce politycznej, to w demokratycznym państwie, cała zorganizowana kampania wyborcza, której kierownictwo ma za zadanie ukierunkowanie poszczególnych walk, prowadzonych w różnych miejscach i w różnym czasie, w taki sposób by zmierzały one do jednego wytyczonego celu - którym jest zwycięstwo wyborcze. Tu już nie wystarczy sama przewaga moralna, konieczna jest bowiem odpowiednia siła materialna, niezbędna do pokonania przeciwnika. Siła ta wyrażać się może zarówno odpowiednią liczebnością działaczy i zwolenników danej partii, jak też środkami finansowymi, którymi ona dysponuje.

Rola tych czynników materialnych jest jeszcze większa w **działaniach strategicznych**, w których chodzi już nie tylko o wygranie następnych wyborów, ale o rozwiązywanie zasadniczych, długofalowych problemów społeczeństwa, którym zwycięska partia lub koalicja kieruje. Bez wytyczenia zasadniczych celów działań społecznych, rozwiązać takich problemów się nie da - i tu właśnie konieczne jest włączenie jakiejś ideologii, która wytyczaniem tego rodzaju celów się zajmuje.

Strategia wynika z ideologii, sztuka operacyjna wynika ze strategii, zaś taktyka ze sztuki operacyjnej. Można to schematycznie przedstawić w następujący sposób:

⁶ Tamże, s. 186-187.

Ideologia ⇒ *Strategia* ⇒ *Sztuka operacyjna* ⇒ *Taktyka*
Cele ⇒ *Metody* *ich* *realizacji*

Pojęcie **ideologii** ma w tych rozważaniach znaczenie ogólne i oznacza systemy norm społecznych wytyczających zasadnicze cele działań społeczeństwa jako systemu autonomicznego. Przy czym przez **system autonomiczny** - zgodnie z definicją Mariana Mazura - rozumiemy system, który ma zdolność do sterowania się i może przeciwdziałać utracie tej swojej zdolności, albo inaczej mówiąc jest swoim własnym organizatorem i może się sterować zgodnie z własnym interesem w określonych granicach⁷.

W tym rozumieniu ideologią jest nie tylko komunizm, który wytyczał zasadnicze cele działań społecznych ludności ZSRR, czy nazizm, który wytyczał cele działań III Rzeszy, ale także obrona wolności, praw człowieka i szerzenie systemu demokratycznego i poprawności politycznej - które wytyczają zasadnicze cele USA i UE oraz innych państw współczesnej demokracji w stylu zachodnim.

Walka społeczna toczy się zarówno w sferze ideologicznej jak politycznej, ekonomicznej i propagandowej. W sferze ideologicznej chodzi o narzucenie lub przekonanie ludzi do własnej ideologii i realizacji wytyczonych przez nią celów. W sferze politycznej chodzi o narzucenie lub przekonanie ludzi do własnej strategii, sztuki operacyjnej i taktyki. W sferze ekonomicznej chodzi o narzucenie lub przekonanie do działań gospodarczych zgodnych z własnym interesem. Wreszcie w sferze propagandy chodzi o rozpowszechnianie własnych koncepcji i rozwiązań we wszystkich lub tylko wybranych dziedzinach życia.

W mniejszej skali możemy samodzielnie działające firmy (przede wszystkim prywatne) traktować jako systemy autonomiczne. W tym wypadku ideologię firmy będzie stanowił to, co nazywa się jej misją społeczną, czyli zaspokajanie określonych potrzeb klientów. Jak podają zachodnie podręczniki biznesu, John D. Rockefeller na początku swojej kariery, tłumaczył swoim pracownikom, że misją jego firmy jest dostarczenie klientom taniego, dobrego oświetlenia - chodziło wówczas o lampy naftowe. Z tej działalności, odpowiednio w miarę potrzeb społecznych modyfikowanej, wyrosła potem wielka fortuna Rockefellerów. Niektórzy teoretycy biznesu tłumaczą, że zysk to niejako produkt uboczny dobrego wypełniania misji polegającej na zaspokajaniu potrzeb klientów.

Na zakończenie tego rozdziału trzeba podkreślić, że w hierarchii skuteczności społecznej, najwyżej stoi wybór odpowiedniej ideologii, następnie właściwej strategii, potem rozwiązań operacyjnych i na koniec taktycznych.

⁷ Por. M. Mazur, *Cybernetyka i charakter*, wyd. cyt., s. 163. Należy tu podkreślić, że system autonomiczny nie jest niezależny od otoczenia i musi wchodzić w różnorakie sprzężenia z innymi systemami (autonomicznymi i nieautonomicznymi) funkcjonującymi w jego otoczeniu.

Błędnych wyborów ideologicznych nie da się nadrobić nawet najlepszą strategią, sztuką operacyjną czy taktyką - czego dobitnym przykładem jest los III Rzeszy, której kierownictwo dokonało złego wyboru anachronicznej już w owym czasie polityki imperialnej i błędnych koncepcji rasistowskich. W rezultacie nawet skuteczna w pierwszym okresie II wojny światowej strategia tzw. wojny błyskawicznej, bardzo wysoko stojąca sztuka operacyjna i taktyczna wojsk niemieckich, nie mogły uchronić III Rzeszy od ostatecznej klęski.

Z kolei błędnych wyborów strategicznych nie da się nadrobić dobrą sztuką operacyjną i taktyką. Jako przykład może tu służyć nasza kampania wrześniowa w 1939 roku. Strategia zastosowana przez polskie kierownictwo polityczne, postawiła nasze wojsko w beznadziejnej sytuacji - nasi bowiem zachodni sojusznicy nie wywiązali się z zobowiązania uderzenia na III Rzeszę z zachodu, zaś Stalin jako sojusznik Hitlera ze swego zobowiązania się wywiązał (choć trochę zwlekał obserwując, czy Francja i Wielka Brytania uderzą na Hitlera, jak się zobowiązały). W tej sytuacji strategicznej, nawet wielkie bohaterstwo naszych żołnierzy i dowódców na szczeblu taktycznym i pewne udane działania operacyjne w bitwie pod Kutnem, nie mogły uchronić Polski od klęski. Równoczesnego uderzenia z dwu stron, dwóch największych armii lądowych i powietrznych ówczesnego świata, nie było w stanie wytrzymać żadne ówczesne państwo.

Natomiast błędy operacyjne i taktyczne popełnione przez Stalina i jego podwładnych, w pierwszym okresie wojny z III Rzeszą, zostały z nawiązką nadrobione skuteczną strategią ZSRR, jaką przyjęto podczas wojny, w okresie, który nastąpił po pierwszych klęskach operacyjnych.

Opisane wyżej problemy decyzyjne trzeba rozwiązywać zarówno na szczeblu strategicznym, jak operacyjnym i taktycznym.

Na szczeblu strategicznym państwa, *postulacja* łączy się ściśle z przyjętą ideologią, gdyż, jak już stwierdziliśmy, strategia wynika z celów nakreślonych przez ideologię i zmierza do ich osiągnięcia.

Optymalizacja na szczeblu strategicznym państwa polega na wybraniu najbardziej skutecznych metod realizacji wytyczonych celów.

Wreszcie *realizacja* na tym szczeblu, polega na wyborze ludzi i środków materialnych, przy pomocy których osiągnąć można zamierzony cel.

Na szczeblu operacyjnym *postulacja* polegać będzie na wytyczeniu celów bardziej ograniczonych w czasie i przestrzeni - np. może tu chodzić o cel jakim jest wygranie konkretnych wyborów parlamentarnych.

Optymalizacja polegać będzie w tym wypadku na wybraniu ograniczonych w czasie i przestrzeni, dostosowanych do konkretnej zmiennej w czasie sytuacji, metod działania - np. socjotechniki pokonania lokalnych przeciwników w wyborach parlamentarnych na szczeblu danego okręgu.

Natomiast rozwiązanie problemów *realizacyjnych* będzie tu polegać na wytypowaniu odpowiednich ludzi, którzy mogą realizować lub pomagać w realizacji, wytyczonych celów np. na szczeblu okręgu wyborczego.

Na szczeblu taktycznym, postulacja polegać będzie na wytyczaniu doraźnych i bardzo ograniczonych celów - takich jak np. choćby chwilowe skompromitowanie kontrkandydata w wyborach. *Optymalizacja* polegać tu będzie na wybraniu najskuteczniejszej metody wiodącej do celu - jak np. znalezienie przysłowiowych haków na przeciwnika w wyborach. Wreszcie rozwiązanie *problemów realizacyjnych* polegać będzie na wybraniu ludzi i znalezieniu środków odpowiednich do realizacji działania - np. w przytoczonym przypadku wytypowanie ludzi, którzy takie "haki" znajdują, ewentualnie pieniądze za które będzie je można kupić.

Dopiero po rozwiązaniu powyższych problemów, można przystąpić do celowych i skutecznych działań społecznych. W przeciwnym razie, narażamy się na fiasko tych działań, albo też przejęcie - jawne lub ukryte - sterowania tymi działaniami przez inny system, który powyższe problemy rozwiązał i może działaniami społecznymi skutecznie sterować - oczywiście we własnym interesie.

We współczesnej epoce rewolucji informacyjnej głównym terenem walki politycznej i w ogóle procesów sterowania społecznego, jest psychika społeczeństwa. Każdy z uczestników tych procesów dąży do wytworzenia w tej psychice odpowiednich **wizerunków** opartych na skojarzeniach ułatwiających mu sterowanie społeczeństwem zgodnie ze swoimi celami, a z drugiej strony utrudniających przeciwnikowi także sterowanie. Podstawową metodą powyższych działań są bodźce informacyjne.

2. Rola ideologii w kreowaniu wizerunku politycznego

Pierwszym celem oddziaływań społeczno sterowniczych w epoce rewolucji informacyjnej jest wytworzenie **pozytywnego wizerunku własnej ideologii**. Jeżeli jest ona oparta na odpowiednio diagnostycznych procesach poznawczych, prowadzących do dobrego rozpoznania rzeczywistości, wówczas zadanie to jest ułatwione.

Drugim celem oddziaływań społeczno sterowniczych w epoce rewolucji informacyjnej jest wytworzenie **negatywnego wizerunku ideologii przeciwnika**. Jeżeli ideologia przeciwnika jest oparta na błędnym rozpoznaniu rzeczywistości, wówczas zadanie to jest ułatwione.

Zadania te najłatwiej wykonać stosując znaną z socjotechniki propagandy **zasadę rzekomej oczywistości**, polegającej na przedstawianiu odpowiednich tez jako nie podlegających dyskusji, oczywistych prawd.

Jeżeli obie walczące strony opierają się na takiej samej, czy wręcz tej samej ideologii, wówczas pozostaje im wytwarzanie pozytywnego wizerunku własnej organizacji (partii) i jej poszczególnych przedstawicieli oraz negatywnego wizerunku organizacji i działaczy przeciwnika.

W takim wypadku skuteczne jest przedstawianie swojej strony jako grupy ludzi głęboko ideowo zaangażowanych, zaś strony przeciwnej jako grupy bezideowych cyników.

Jeżeli takie zadanie jest trudne, można też wytwarzać wizerunek przeciwników jako cynicznych graczy wypaczających głoszoną ideologię lub ludzi mało inteligentnych, którzy jej nie rozumieją.

W okresie PRL obowiązywała ideologia zwana marksistowsko leninowską, która jako zasadniczy cel działań społecznych wskazywała budowę ustroju sprawiedliwości społecznej opartego na gospodarce planowej, która w pierwszym etapie miała polegać na budowie państwa zwanego demokracją ludową, potem społeczeństwem socjalistycznym, a wreszcie – w dalszej perspektywie komunistycznym. Działania polityczne – zwłaszcza zaś propagandowo wychowawcze – zmierzały do wytwarzania pozytywnego wizerunku takiego ustroju, zaś negatywnego wizerunku wszystkiego co było antysocjalistyczne czy antykomunistyczne.

We współczesnej Polsce i Unii Europejskiej modne jest przekonanie o *końcu wieku ideologii* w tzw. erze postpolitycznej. Jednak biorąc pod uwagę sformułowaną wyżej socjocybernetyczną definicję ideologii, możemy za taką uznać dążenie do zbudowania demokratycznego państwa prawnego zabezpieczającego prawa człowieka w sferze ekonomicznej opartego na gospodarce rynkowej – można to nazwać *ideologią poprawności politycznej*. Przeciwnością takiegoż jest państwo totalitarne, które jest niedemokratyczne, gwałcające prawa człowieka i centralnie sterujące gospodarką.

W trakcie walki politycznej poszczególne jej strony starają się wytwarzać własny wizerunek demokratów, walczących o prawa człowieka itd., zaś wizerunek przeciwników jako ukrytych lub jawnych zwolenników totalitaryzmu.

Przykłady tego rodzaju działań dostarcza nam walka polityczna w Polsce w ostatnich latach. Np. propaganda polityczna Platformy Obywatelskiej stara się wytworzyć wizerunek Prawa i Sprawiedliwości i jego przywódców jako niemal otwartych zwolenników totalitaryzmu, natomiast propaganda PiS-u przedstawia PO – a zwłaszcza jej przywódcę Donalda Tuska jako ukrytego zwolennika totalitaryzmu.

Analogiczną socjotechnikę stosują też rozłamowcy wywodzący się z tych ugrupowań. Jako charakterystyczny przykład można tu wskazać ugrupowanie Polska Jest Najważniejsza, którego działacze przedstawiają swoje ugrupowanie jako realizujące polityczny testament nieżyjącego prezydenta Lecha Kaczyńskiego.

Ideologia poprawności politycznej jest dość ogólnikowa, pozostawia więc duże pole do jej różnorodnych interpretacji, a w związku z tym jest bardzo wygodna do wszelkiego rodzaju manipulacji wizerunkowych zarówno pozytywnych jak o negatywnych.

3. Rola strategii w kreowaniu wizerunku politycznego

Na szczeblu strategicznym państwa, *postulacja* łączy się ściśle z przyjętą ideologią, gdyż, jak już stwierdziliśmy, strategia wynika z celów nakreślonych przez ideologię i zmierza do ich osiągnięcia, dotyczy ona jednak już nie sfery ideologicznej, ale konkretnych działań społecznych w skali państwowej i międzynarodowej.

W okresie PRL strategia budowania socjalizmu wymagała sojuszu z innymi państwami budującymi ten ustrój, co wymagało wstąpienia Polski do Rady Wzajemnej Pomocy Gospodarczej i Układu Warszawskiego, zaś w polityce wewnętrznej uznawania kierowniczej roli PZPR.

Działania polityczne, zwłaszcza zaś propagandowo wychowawcze, zmierzały do wytwarzania pozytywnego wizerunku PRL i jej sojuszników, jak również PZPR, ZSL i SD. Z drugiej strony wytwarzano negatywny wizerunek wszelkich sił antysocjalistycznych w kraju i za granicą, ze szczególnym uwzględnieniem USA i NATO, a także ich sojuszników takich jak Izrael i ruch syjonistyczny.

Podczas ostatnich dwóch dekad w Polsce strategia wynikała z przyjętej ideologii budowania demokratycznego państwa prawa opartego w sferze ekonomicznej na gospodarce rynkowej, co wymagało wstąpienia Polski do NATO i Unii Europejskiej.

Wymagało to działań propagandowych – zwanych teraz marketingiem politycznym – zmierzających do kreowania pozytywnego wizerunku NATO, jako organizacji zapewniającej nam bezpieczeństwo oraz UE jako struktury, która zapewni nam dobrobyt. Równoległe kreowano negatywny wizerunek historyczny PRL, komunizmu, zaś współczesny Rosji, Korei Północnej, a w ostatnich latach światowego terroryzmu i fundamentalizmu (zwłaszcza religijnego). W ciągu ostatniego roku, w związku ze zmianą strategii nowego prezydenta USA wobec Rosji, wizerunek jej został zmieniony na neutralny.

Optymalizacja na szczeblu strategicznym państwa polega na wybraniu najbardziej skutecznych metod realizacji wytyczonych celów strategicznych.

W okresie PRL za taką metodę uznano w sferze politycznej system, który nazwano demokracją socjalistyczną opartą o centralizm demokratyczny, zaś w sferze ekonomicznej gospodarkę centralnie sterowaną.

Wymagało to tworzenia pozytywnego wizerunku demokracji socjalistycznej i gospodarki planowej, w której nie ma bezrobocia. Przeciwwstawiano ją negatywnemu wizerunkowi gospodarki kapitalistycznej, której nieuchronnie towarzyszy bezrobocie i wyzysk mas pracujących.

W okresie III RP jako podstawową metodę w skali strategicznej przyjęto prywatyzację gospodarki i walkę z inflacją. Starano się też wytwarzać pozytywny wizerunek gospodarki opartej na prywatnej własności, jak również walki z inflacją, w wyniku czego mieliśmy pełne półki w sklepach.

Przeciwstawiano temu negatywny wizerunek gospodarki PRL, w której panowała inflacja i ustawiczne braki towarów w sklepach.

Realizacja na szczeblu strategicznym w skali państwa, polega na wyborze ludzi i środków materialnych, przy pomocy których osiągnąć można zamierzony cel.

W okresie PRL dążono do pełnego wykorzystania zasobów siły roboczej. Natomiast przy doborze kadr – zwłaszcza kierowniczych – pierwszorzędą wagę przywiązywano do zaangażowania ideologiczno politycznego. Realizowano to stosując tzw. nomenklaturę komitetów partyjnych poszczególnych szczebli.

Wymagało to tworzenia pozytywnego wizerunku mas pracujących i zaangażowanych ideologicznie kadr. Przeciwstawiano im negatywny wizerunek gospodarki kapitalistycznej, która powoduje bezrobocie, zaś głównym, jeżeli nie jedynym, jej motorem jest chęć zysku.

W III RP położono nacisk na racjonalizację zatrudnienia, w ocenie pracowników formalnie rezygnując z kryteriów politycznych. W związku z tym zaczęto kreować pozytywny wizerunek apolitycznego fachowca, który przeciwstawiany jest negatywnemu wizerunkowi człowieka z klucza politycznego. W praktyce nie całkiem udało się realizacja tego wizerunkowego modelu.

4. Taktyczne i operacyjne aspekty kreowania wizerunku politycznego

Na szczeblu operacyjnym *postulacja* polega na wytyczeniu celów bardziej ograniczonych w czasie i przestrzeni - np. może tu chodzić o cel jakim jest wygranie konkretnych wyborów parlamentarnych.

W okresie PRL chodziło tu o mobilizację mas w celu realizacji uchwał odpowiednich kierowniczych gremiów PZPR, takich jak Komitet Centralny, Biuro Polityczne KC, czy Komitety Wojewódzkie. Wytwarzano w związku z tym pozytywny wizerunek celów, które te działania miały osiągnąć – takich jak np. zwiększenie produkcji dóbr konsumpcyjnych dla mas pracujących.

W III RP postulację na szczeblu operacyjnym uprawiają wszystkie partie polityczne, głosząc hasła dostosowane do aktualnych preferencji elektoratu, tworząc pozytywny własny wizerunek oraz negatywny wizerunek przeciwników.

Optymalizacja polegać będzie w tym wypadku na wybraniu ograniczonych w czasie i przestrzeni, dostosowanych do konkretnej zmiennej sytuacji, metod działania - np. socjotechniki pokonania lokalnych przeciwników i zdobycia mandatów w wyborach parlamentarnych na szczeblu danego okręgu.

W PRL PZPR miała monopol władzy, w związku z czym nie przywiązywała należytej wagi do rozwiązywania problemów optymalizacyjnych na szczeblu operacyjnym. Tworzono pozytywny wizerunek własny i negatywny

potencjalnych czy rzeczywistych przeciwników politycznych, mało przejmując się rzeczywistą skutecznością tych działań.

W III RP – odmiennie niż w PRL – partie polityczne konkurują ze sobą i w związku z tym przywiązują zasadniczą rolę do problemów optymalizacji marketingu politycznego. Działania operacyjne polegają tu na baczym śledzeniu opinii publicznej i sondaży wyborczych oraz dostosowywaniu głoszonych haseł do wyników tych sondaży.

Natomiast rozwiązanie problemów *realizacyjnych* na szczeblu operacyjnym polega na wytypowaniu odpowiednich ludzi, którzy mogą realizować lub pomagać w realizacji, wytyczonych celów oraz znajdowaniu środków materialnych niezbędnych do ich realizacji. Ważne jest też docieranie do opinii publicznej za pośrednictwem mediów, które pozwala na kreowanie pozytywnego wizerunku własnego i negatywnego wizerunku przeciwnika.

Na szczeblu taktycznym, postulacja polega na wytyczaniu doraźnych i bardzo ograniczonych celów - takich jak np. choćby chwilowe skompromitowanie kontrkandydata w wyborach.

W okresie PRL postulują taktyczną zajmowały się lokalne komitety partyjne, których pozytywny wizerunek był utrwalany systemowo.

W III RP lokalne organizacje różnych partii – podobnie jak ich centrale – muszą ostro walczyć o swój pozytywny wizerunek.

Optymalizacja na szczeblu taktycznym polega na wybraniu najskuteczniejszej metody wiodącej do celu - jak np. znalezienie przysłowiowych haków na przeciwnika w wyborach, dzięki którym możliwe staje się wykreowanie jego negatywnego wizerunku, który przeciwstawiany jest pozytywnemu wizerunkowi własnemu.

W PRL nie przywiązywano należytej wagi do optymalizacji taktycznej, stosując metody rutynowe, w związku z czym pozytywny wizerunek terenowych organizacji partyjnych stopniowo ulegał erozji.

W III RP wszystkie partie polityczne przywiązują wielką wagę do problemów optymalizacji na szczeblu taktycznym i związanego z nim skutecznego kreowania swego pozytywnego wizerunku, zaś negatywnego wizerunku przeciwnika.

Rozwiązanie *problemów realizacyjnych* na szczeblu taktycznym polega na wybraniu ludzi i znalezieniu środków odpowiednich do realizacji działania - np. w przytoczonym przypadku wytypowanie ludzi, którzy "haki" na przeciwnika znajdują, ewentualnie pieniędzy za które będzie je można kupić.

W okresie PRL środki na działania polityczne były przydzielane odgórnie, zaś ludzi – jak już wspomniano - dobierano według kryteriów politycznych. Sprawy wizerunkowe funkcjonowały analogicznie jak na szczeblu operacyjnym.

W III RP miało być inaczej, w praktyce jednak – w związku z ordynacją większościową i finansowaniem partii z budżetu państwa, znowu decydujący głos mają centrale partyjne i ich liderzy, a sprawy taktyczne są podporządkowane względem operacyjnym w skali całego kraju. Działacze

szczebla lokalnego mają ewentualnie swobodę wynajdywania „haków” i niszczenia przy ich pomocy wizerunku przeciwników.

5. Uwagi końcowe

Lata, które upłynęły od 1989 roku, wykazały, że żadna partia, ani też żadna koalicja parlamentarna, nie była w stanie utrzymać się u władzy dłużej niż przez jedną kadencję, a były nawet przypadki skracania kadencji (1993 i 2007 rok). Dzieje się tak, mimo że kolejne kampanie wyborcze, a także okresy między nimi, wykazują, jak wielką wagę nasi politycy przywiązują do taktyki i sztuki operacyjnej swych działań – zwłaszcza marketingowych. Natomiast długoterminowe działania strategiczne, nie mówiąc już o pracy ideowo wychowawczej, są przez ogół naszych polityków niemal całkowicie ignorowane.

Nie należy się temu dziwić, jeżeli przypomnimy sobie, że w okresie PRL, strategia długookresowych działań politycznych o szerokim, światowym zasięgu była zarezerwowana dla centrali w Moskwie, Warszawa zaś miała opracowywać krótko okresowe lokalne problemy taktyczne, a co najwyżej średniookresowe i średnio zakresowe problemy operacyjne. Rzecz jasna rozwiązywanie problemów ideologicznych było również zarezerwowane dla moskiewskiej centrali. W rezultacie kadry PZPR i aparatu państwowego PRL, posiadały tylko wiedzę pozwalającą rozwiązywać problemy taktyczno-operacyjne, wykazując niemal całkowitą indolencję gdy trzeba było samodzielnie rozwiązywać nowe problemy strategiczne i ideologiczne.

Z dawną opozycją było jeszcze gorzej, gdyż niemal cała była nastawiona na krytykę istniejącego reżimu i walkę z nim, nie opracowywała więc samodzielnie żadnych perspektywicznych planów, dostosowanych do zmieniającej się rzeczywistości. Co najwyżej sięgano do starych koncepcji z pierwszej połowy XX wieku lub mechanicznie przejmowano niektóre rozwiązania zaczerpnięte z Zachodu. W dodatku do 1989 roku opozycja była praktycznie odsunięta od sprawowania władzy w państwie, nie posiadała więc nawet wiedzy i doświadczenia, koniecznego do samodzielnego rozwiązywania problemów taktyczno-operacyjnych. W rezultacie dawna tzw. demokratyczna opozycja, gdy przejęła władzę, nie była w stanie samodzielnie rozwiązywać problemów taktyczno-operacyjnych na szczeblu państwa, ustępując w tej dziedzinie kadrom wywodzącym się z dawnej PZPR i jej satelitów. W tej sytuacji dawni opozycjoniści, którzy niespodziewanie dla siebie przejęli władzę w Polsce, musieli korzystać z informacyjno koncepcyjnej pomocy ośrodków zachodnich, niemal całkowicie się od nich pod tym względem uzależniając. Skończyło się na tym, że w nowej III/IV RP, rolę dawnej centrali moskiewskiej przejęły centrale - brukselska, waszyngtońska i berlińska, które rzecz jasna

sterowały sytuacją w Polsce w sposób zgodny ze swymi interesami, obiektywnie nie zawsze zgodnymi i interesami Polski.

Ciekawe świadectwo informacyjnego uzależnienia Polski od zagranicznych central, znaleźć możemy w artykule *Porażka ekonomistów* Jacka Wiśniewskiego – głównego ekonomisty Raiffeisen Bank Polska. Czytamy w nim:

W jednym z ostatnich numerów „The Economist” można przeczytać artykuł „What went wrong with economics” o kryzysie nauk ekonomicznych, które w praktyce zawiodły w obliczu kryzysu. Wedle stawianych tez ekonomiści i finansiści po części doprowadzili do kryzysu, w dużej części zawiedli w ostrzeganiu przed kryzysem i właściwie nie wiedzą, jak go rozwiązać. Zastanawiałem się, jak wygląda to z polskiej perspektywy.

Po pierwsze nie doprowadziliśmy do kryzysu, bo udział naszego sektora finansowego i myśli teoretycznej jest znikomy na świecie. (...) Praktycznie śladowy wkład w rozwój obecnej teorii ekonomii i finansów jest przygnębiający i sam w sobie świadczy o poziomie edukacji.

Po drugie kryzysu światowego nie mogliśmy przewidzieć z bardzo prostego powodu – praktycznie nikt w Polsce zawodowo nie analizuje sytuacji globalnej gospodarki. Banki komercyjne i biura maklerskie skupiają się na lokalnym, góra regionalnym rynku. Prognozy dla globalnych liderów gospodarczych są tworzone w centralach – czyli w tym zakresie jako ekonomiści bankowi odtwarzamy to, co prognozowane jest zewnętrznie. Żaden z polskich uniwersytetów czy thin-tanków również nie stawia regularnie prognoz. Z jednej strony nie ma popytu na takie analizy, z drugiej – efektywność kosztowa prowadzi do centralizacji takich badań poza Polską.

Po trzecie, skoro czegoś się nie analizuje, to ciężko będzie stawiać diagnozy i przepisywać lekarstwa. Stąd praktyczny brak polskiego głosu na temat kryzysu na łamach światowych.

(...)

Jeżeli chodzi o rozwiązania kryzysu, to mamy monodyskusję. Większość obecnych w mediach ekonomistów – łącznie ze mną - jest wychowana w „balcerowiczowskim” duchu reform i wolności. Nie ma więc drugiej strony dyskusji – kto w Polsce się przyzna, że jest keynesistą? Daje to konsensus w sprawie tego, co należy zrobić, ale czy jest to na pewno słuszne?⁸

Powyższy cytat pozwala lepiej zrozumieć, że bez rozwoju własnych badań naukowych Polska i jej elity nie będą w stanie, w zmieniającej się sytuacji wewnętrznej i międzynarodowej, opracować dla siebie odpowiedniej strategii, w tym również **strategii skutecznego kreowania własnego pozytywnego wizerunku.**

⁸ J. Wiśniewski, *Porażka ekonomistów*, „Rzeczpospolita”, 31.07.2009, s. B16.