

## RÓŻNE FORMY MANIPULACJI CZŁOWIEKIEM

### 1. Inwazja Marsjan i zdolność do krytycznego myślenia

Wieczorem 30 października 1938 roku potworne stworzenia z Marsa dokonały inwazji na Stany Zjednoczone i rażąc wokół siebie tajemniczymi śmiertelnymi promieniami, pozbawiły życia miliony amerykańskich obywateli. O tej katastrofie było mocno przekonanych wielu z sześciu milionów słuchaczy, którzy owego wieczoru słuchali programu *Mercury Theater of the Air* z rozgłośni CBS. Spora część z nich w panice zabrała się do ucieczki.

Oczywiście, inwazja Marsjan nigdy nie miała miejsca. Panika ludzi była spowodowana realistyczną adaptacją powieści H. G. Wellsa *Wojna światów*. Reżyser spektakularnego słuchowiska, Orson Welles, udowodnił swym przedsięwzięciem, w bardziej lub mniej zamierzony sposób, że ludzie są podatni na manipulację<sup>1</sup>.

Trzeba jednak przyznać, że w rzeczywistości autorzy słuchowiska nie zamierzali nikogo wprowadzać w błąd. Scenariusz słuchowiska został napisany w konwencji „opowieści grozy”, samo zaś słuchowisko było przed i po emisji jasno zidentyfikowane jako fikcja. Jednakże styl prezentacji, gra utalentowanych aktorów i dokładna reżyseria nadała słuchowisku cechy realności. Rezultatem było jedno z najbardziej znanych wydarzeń w historii elektronicznych mediów.

Wyemitowanie słuchowiska *Wojna światów* stało się kolejną okazją do posadzenia środków społecznego przekazu na ławie oskarżonych pod zarzutem manipulacji. Ten zarzut pojawiał się od samego początku istnienia mass mediów i podnoszony był przez oskarżycieli pochodzących z różnych środowisk społecznych oraz posługujących się różnymi argumentami. Zasadniczo proces osądzania opierał się na poszukiwaniu empirycznych dowodów albo na teoretycznych przesłankach. Wydanie sprawiedliwego wyroku było jednak bardzo utrudnione z powodu skomplikowanej materii oraz trudności w uzyskaniu jednoznacznych dowodów.

Bezpośrednio po emisji słuchowiska *Inwazja Marsjan* psycholog społeczny Handley Cantril rozpoczął badania na przyczy-

<sup>1</sup> Por. M. L. De Fleur, E. E. Dennis, *Understanding Mass Media*, Boston—New York 1998, s. 435 nn.

nami różnych reakcji słuchaczy na to samo słuchowisko<sup>2</sup>. Posługując się ankietami oraz analizując wypowiedzi różnych osób w mediach (listy słuchaczy, relacje w gazetach itd.), Cantril starał się znaleźć odpowiedź na pytanie, jakie psychologiczne warunki i okoliczności sprawiły, że niektórzy ludzie potraktowali słuchowisko jako autentyczną relację. Badanie Cantrila miało szereg metodologicznych mankamentów i ograniczeń, jednak stało się kolejnym kamieniem milowym w badaniu mass mediów.

Jednym z rezultatów badania było stwierdzenie, że najważniejszym czynnikiem warunkującym reakcje słuchaczy jest „zdolność do krytycznego myślenia” (*critical ability*). Jeśli ktoś miał niską zdolność krytycznego myślenia, skłonny był do traktowania inwazji jako rzeczywistego wydarzenia i nie podejmował kroków w celu zweryfikowania usłyszanych informacji (np. przez zapytanie innych osób z otoczenia lub posłuchanie innych rozgłośni). Natomiast słuchacze posiadający większą zdolność do krytycznego myślenia nie wierzyli w realność inwazji. Ponadto w badaniu stwierdzono, że osoby z większą zdolnością do krytycznego myślenia legitymują się wyższym stopniem *edukacji*.

Generalnie rzecz biorąc, słuchowisko Wellesa i badanie Cantrila wskazują na zasadniczy dylemat związany z pytaniem o manipulację za pomocą mass mediów: rzeczywiście mass media mogą manipulować ludźmi, ale nie w każdych warunkach. Zdolność do krytycznego myślenia i edukacja skutecznie zapobiegają takiemu nadużyciu.

## 2. Zjawisko manipulacji w różnych kontekstach

Pojęcie manipulacji używane jest dziś w różnych kontekstach. Mowa jest o manipulacjach genetycznych, o manipulacji człowiekiem i jego świadomością za pomocą środków farmakologicznych i socjotechnik, o manipulacji psychologicznej w pewnych grupach społecznych (np. sektach, grupach destrukcyjnych), wreszcie o manipulacji przy przekazywaniu informacji czy opinii w mass mediach itd.

W najogólniejszym sensie manipulacja oznacza wywieranie wpływu na człowieka, posługiwanie się nim i sterowanie wbrew jego woli. Samo zaś słowo „manipulacja” pochodzi od łacińskiego *manus pellere*, co oznacza *trzymać dłoń w czyjejś dłoni, mieć kogoś w ręce*.

<sup>2</sup> H. Cantril, *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic*, Princeton, New York 1940.

## a) Manipulacja jako sterowanie ludzkim zachowaniem

W socjologii i psychologii społecznej pod pojęciem „manipulacja” rozumiany jest specyficzny rodzaj sterowania ludzkim zachowaniem. Jager/Mok (1972) rozwijają w ramach teorii zachowania pojęciową siatkę, która umożliwia przedstawienie specyficznych elementów manipulacyjnego wywierania wpływu na człowieka<sup>3</sup>. Członkowie danej grupy zwracają uwagę na to, aby każdy z nich przestrzegał uznanych norm i w swoim zachowaniu realizował społecznie uznane wartości. Różne metody tego mechanizmu określane są jako *kontrola społeczna (social control)*. Pojęcie kontroli społecznej określa zatem oddziaływanie na ludzkie zachowanie, o ile chodzi o podtrzymanie wartości i norm, które są uznawane przez obie strony. W odróżnieniu od kontroli społecznej definiowane jest pojęcie *przymusu*. Przymus jest takim mechanizmem wywierania wpływu na człowieka, w którym jedna strona nie jest skłonna do uznania norm i wartości prezentowanych przez drugą stronę.

Te dwa mechanizmy wywierania wpływu na człowieka mogą przybierać rozmaite formy w zależności od stopnia uświadomienia sobie tego procesu przez obie strony. Z perspektywy tego, który wywiera wpływ na zachowanie drugiego człowieka, można mówić o wpływie zamierzonym lub niezamierzonym. Z punktu widzenia człowieka, na którego wywiera się wpływ, pojawia się pytanie, czy ten wpływ jest odczuwany jako taki, czy też nie. Zamierzone sterowanie zachowaniem, które w świadomości poddanej wpływowi osoby nie jest odczuwane jako takie, określane jest jako manipulacja.

W podobny sposób C. Möller odróżnia dwie formy wywierania wpływu na człowieka: *sterowanie (Steuerung)* i *manipulację*<sup>4</sup>. W pierwszym przypadku osoba zainteresowana zdaje sobie sprawę, że podlega procesowi wpływu i znany jest jej cel wywierania wpływu. W przypadku manipulacji zamiary i cele wpływu nie są znane. W obu przypadkach wykorzystywane są różne metody wpływu, które można podzielić na trzy kategorie. Metoda imperatywu posługuje się zasadniczo nakazami, zakazami i rozkazami. Dla zrealizowania celów używane są przede wszystkim budzące lęk sankcje negatywne. Dla metody kontrastu charakterystyczne jest tworzenie wizerunku wroga. Wizerunek ten jest kształtowany przez opisywanie zagrożeń, odstraszenie itp. Stosowane sankcje

<sup>3</sup> H. de Jager, L. A. Mok, *Grundlegung der Soziologie*, Köln 1972, s. 65.

<sup>4</sup> Por. C. Möller, *Gesellschaftliche Funktionen der Konsumwerbung*, Stuttgart 1970.

mogą być pozytywne lub negatywne. Metoda reklamy polega na używaniu zaleceń, pochwał lub podkreślaniu wartości, zaś podstawowym mechanizmem są sankcje pozytywne.

L. von Rosenstiel definiuje manipulację jako wywieranie wpływu na człowieka, charakteryzujące się występowaniem następujących zjawisk<sup>5</sup>.

1. Manipulujący wywiera wpływ świadomie w celu osiągnięcia własnych korzyści.

2. Manipulujący wywiera wpływ bez względu na korzyści lub straty manipulowanego.

3. Manipulujący wywiera wpływ za pomocą technik, które są niepostrzegalne dla manipulowanego.

4. Manipulujący wywiera wpływ w taki sposób, że manipulowany w dalszym ciągu mniema, iż zadziałał samodzielnie i dobrowolnie.

W. Schöberle zwrócił uwagę na cztery elementy znaczeniowe pojęcia „manipulacja”<sup>6</sup>. Pierwszy element jest wspólny dla większości definicji manipulacji: manipulator działa w celu osiągnięcia własnej korzyści i ukrywa ten fakt przed manipulowanym, natomiast ten ostatni nie uświadamia sobie faktu podlegania manipulacji. Po drugie, w procesie manipulacji używa się określonych technik manipulacyjnych. Schöberle zauważa po trzecie, że nie wszystkie cele mogą być osiągnięte za pomocą manipulacyjnego postępowania. Wreszcie zwraca on uwagę na to, że przy opisywaniu zjawiska manipulacji mówi się raczej o podejmowanych próbach aniżeli o skutecznej manipulacji.

#### b) Etyczny aspekt dyskusji

W dyskusji na temat manipulacji w dziedzinie nauk socjologicznych i psychologicznych pomijany jest etyczny aspekt zagadnienia. To wykluczenie dokonuje się często ze względu na postulat „naukowego badania bez wartościowania”<sup>7</sup>.

W dyskursie etycznym pojęcie manipulacji można traktować, najogólniej rzecz ujmując, jako pejoratywne określenie takich

<sup>5</sup> Por. L. von Rosenstiel, *Psychologie der Werbung*, Rosenheim 1969.

<sup>6</sup> Por. W. Schöberle, *Argumentieren. Bewerten. Manipulieren. Eine Untersuchung in linguistischer Kommunikationstheorie am Beispiel von Texten und von Text-Bild-Zusammenhängen aus der britischen Fernsehwerbung*, Heidelberg 1984, s. 74.

<sup>7</sup> F. W. Mähling, *Werbung, Wettbewerb und Verbraucherpolitik*, München 1983, s. 257.

prób wywierania wpływu na postawy i zachowania ludzi, jakie okaleczają ich godność i wolność. Określenie to może odnosić się w pierwszym rzędzie do wywierania wpływu na znajdujące się w transie medium. Sytuacja medium wskazuje na istotny element pojęcia manipulacji: własna wola człowieka zostaje zastąpiona obcą wolą, zaś manipulowanym można się posługiwać jak kukiełką zawieszoną na sznurkach. Manipulacja pojmowana jako problem etyczny jest w ostatecznej konsekwencji „odrzucaeniem prawa człowieka do autarkii. Jest to zanegowanie człowieka jako istoty posiadającej cel sam w sobie i jego zdegradowanie do poziomu narzędzia dla spełnienia heteronomicznych celów”<sup>8</sup>.

Manipulowany człowiek nie zdaje sobie sprawy z faktu manipulowania, natomiast manipulujący dysponuje wiedzą, która pozwala na wywieranie wpływu na wolę człowieka. Manipulowany dokonuje działań, których by nie podjął, gdyby miał w pełni wolną wolę. W ten sposób manipulowany człowiek staje się zniewolonym „obiektem” manipulacji.

### 3. Bezpośrednie i pośrednie manipulowanie

Pozostając na płaszczyźnie dalszych rozróżnień, można odgraniczyć *bezpośrednie* manipulowanie człowiekiem od manipulowania *pośredniego* za pomocą komunikacji werbalnej i niewerbalnej. W pierwszym przypadku chodzi o formy manipulacji zwane „praniem mózgu” lub o tzw. podprogową manipulację za pomocą np. „klatek podświadomości”. Te w wyjątkowych sytuacjach stosowane metody bezpośredniej manipulacji świadomością człowieka są poważnym wykroczeniem przeciw godności człowieka. W drugim przypadku manipulacja odbywa się za pomocą środków komunikacji (głównie mowy i języka). W lingwistyce i nie tylko podkreśla się dziś, że język może się stawać narzędziem manipulacji i władzy oraz że widzenie świata zależy od słów i zdań, którymi się o nim mówi. Nie ma dziś wątpliwości co do tego, że język może zubożać ludzką duchowość i horyzont poznawczy, może wypaczać obraz rzeczywistości. Dawne tezy Sapira-Whorfa o wpływie języka na indywidualne widzenie świata powracają dziś w różnych postaciach<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> A. Huter, *Grundlinien einer Ethik der Massenkommunikation*, w: P. Weingartner (red.), *Die eine Ethik in der pluralistischen Gesellschaft. Festschrift zum 25 jährigen Bestehen des Internationalen Forschungszentrums in Salzburg*, Innsbruck-Wien 1987, s. 321-355 (tu s. 326).

<sup>9</sup> B. L. Whorf, *Sprache, Denken Wirklichkeit. Beiträge zur Metalinguistik und Sprachphilosophie*, Reinberk b. Hamburg 1956.

## a) Formy bezpośredniej manipulacji człowiekiem i jego świadomością

Spośród zdanych metod bezpośredniego wywierania wpływu na świadomość człowieka można przedstawić w przykładowy sposób tzw. „pranie mózgu” oraz używanie tzw. klatek podświadomości w materiale filmowym.

### *Pranie mózgu*

Z praktycznym i bardzo skutecznym zastosowaniem manipulacyjnych psycho- i socjotechnik świat Zachodu zetknął się w trakcie wojny koreańskiej, kiedy na skutek zmiennych kolei wojennej fortuny do chińskich obozów jenieckich trafili amerykańscy żołnierze. Kilka lat wcześniej w czasie II wojny światowej spora liczba Amerykanów znalazła się w niewoli japońskiej i niemieckiej. W większości przypadków uwięzieni zachowali godność i odporność na wrogą agitację. Natomiast w wojnie koreańskiej zdarzały się liczne przypadki kolaboracji jeńców. Wyrażało się to między innymi „antyamerykańskimi i antyimperialistycznymi” wypowiedziami na falach propagandowych rozgłośni, które nadały programy dla alianckich żołnierzy. W pierwszej chwili sądzono, że Chińczycy wymusili te wypowiedzi torturami i groźbą śmierci. Kiedy jednak po zawarciu rozejmu w Panmundżonie (27 lipca 1953) jeńcy zaczęli wracać do domu, ku zdumieniu Amerykanów wielu z nich okazało się być zdeklarowanymi komunistami. Dobrowolnie głosili chwałę Chin, radzieckiej „ojczyzny proletariatu” i wszystkich państw miłujących pokój, nienawidzili za to amerykańskich „podżegaczy wojennych” i „kapitalistycznych wyzyskiwaczy”<sup>10</sup>.

Tym procesem głębokiej zmiany świadomości zainteresowali się psychologowie i socjologowie, nadając mu nazwę „prania mózgu”. Problem nie umknął uwadze służb specjalnych, które w czasie zimnej wojny były szczególnie aktywne. Zainteresowano się zatem wykorzystaniem manipulacji dla celów propagandowych i szukano poligonów dla nowych broni wojny psychologicznej. Jednym z nich stały się sekty, małe izolowane grupy, doskonale nadające się do eksperymentów. Amerykańscy psycholodzy stanęli przed problemem ludzi poddanych „kontrolni umysłu” w tzw. nowych ruchach religijnych. W ramach terapii przedstawiono pacjentom opisy „prania mózgu” w chińskich obozach jenieckich.

<sup>10</sup> Por. J. Zieliński, *Manipulacja w sektach, manipulacja w mediach — podobieństwo metod* (Publikacja internetowa).

Ofiary bez problemu rozpoznawały psychotechniki, jakimi posłużono się wobec nich. Okazało się, że metody stosowane przez sekty nie są oryginalnymi wytworami umysłów charyzmatycznych liderów i guru. Część z nich dochodzi wprawdzie do tej wiedzy intuicyjnie, ale też posługują się oni technikami wcześniej naukowo opracowanymi i eksperymentalnie sprawdzonymi.

Innym przykładem intensywnego manipulowania większymi grupami ludzi jest psychologiczne prowadzenie wojny. Pojęcie to było używane w USA w czasie II wojny światowej jako substytut propagandy. Psychologiczne prowadzenie wojny rozumiane było jako działanie skierowane do wroga w celu obniżenia jego morale. Badanie i tworzenie materiałów propagandowych powierzono zostało grupie naukowców wokół Carla Hovlanda<sup>11</sup>. Badania pochodzące z tamtego okresu utworzyły podstawę dla późniejszych analiz i eksperymentów na temat zasad wywierania wpływu na większe grupy społeczne.

Metody „prania mózgu”, stosowane w dziedzinie propagandy politycznej i sekciarskiej, stanowią bardzo radykalny wycinek rozległego zjawiska manipulacji. Z punktu widzenia etyki trzeba jednak powiedzieć, że manipulacja za pomocą mass mediów nigdy nie osiągnęła tak intensywnej skali w odniesieniu do konkretnego człowieka, jak wyrafinowane i brutalne „pranie mózgu”, które blokuje czy wręcz niszczy autonomię, podmiotowość, refleksyjność i samodzielność myślenia i działania.

### *Klatki podświadomości*

Inną formą bezpośredniego oddziaływania na świadomość człowieka jest używanie tzw. klatek podświadomości, czyli pojedynczych zdjęć umieszczanych w filmie. Za wynalazcę tej metody manipulacji człowiekiem uważany jest właściciel agencji reklamowej *Subliminal Projection Company Inc.*, James M. Vicary, który na konferencji prasowej w dniu 12 września 1957 zaszokował opinię publiczną twierdzeniem o niesłychanej skuteczności tej nowej metody reklamowej. Vicary poinformował, że wyświetlenie krótkich, trwających „trzy tysięczne sekundy” tekstów reklamowych w czasie projekcji filmu miało wywołać znaczne zmiany w zachowaniu widzów. Niektórzy autorzy podają w wątpliwość, czy używanie podprogowej reklamy faktycznie miało miej-

<sup>11</sup> Por. C. I. Hovland, I. L. Janis, H. H. Kelley, *Personality and Persuasion*, New Hawen 1953.

sce<sup>12</sup>. Problem polega też na trudności pokazania reklamowego napisu przez 3/1000 sekundy w projekcji filmu, w której obrazy przesuwa się z prędkością 24 klatek na sekundę.

Na temat skuteczności stosowania klatek podświadomości istnieje szereg empirycznych badań<sup>13</sup>. Ta technika manipulacyjna wykorzystuje zjawisko progę recepcji w ludzkich zmysłach (głównie wzroku i słuchu). Zbyt słaby lub zbyt szybki bodziec nie jest świadomie postrzegany przez człowieka. Ocena skuteczności balansuje między tezami psychofizyki i psychoanalizy. Według psychofizyki, bodźce są tym skuteczniejsze, im są lepiej postrzegane. To stwierdzenie jest argumentem za tradycyjną, świadomie postrzeganą metodą komunikowania. W myśl też psychoanalizy metoda podświadoma jest skuteczniejsza, ponieważ świadomości przypisuje się funkcję kontrolującą i hamującą pewne zachowania<sup>14</sup>.

Nie wdając się w szczegółową analizę badań oraz przypominając o prawnym zakazie używania klatek podświadomości w projekcjach filmowych<sup>15</sup>, stwierdzić można, że skuteczność tego typu manipulacji nie jest nieograniczona. Badania potwierdzają, że za pomocą podprogowego postrzegania można np. aktywizować istniejące pierwotnie potrzeby (pragnienie lub łaknienie). Nie mają one jednak bezpośredniego wpływu na decyzje podejmowane przez widzów.

#### b) Pośrednia manipulacja w komunikowaniu

Inną kategorią manipulowania jest bardziej subtelna manipulacja pośrednia za pomocą komunikacji werbalnej lub niewerbalnej (komunikacja językowa). Ta pośrednia forma manipulowania człowiekiem ma rozmaite przejawy. Inaczej przebiega w dialogowej komunikacji interpersonalnej, inaczej zaś w jednostronnej masowej komunikacji medialnej. Odróżnić należy manipulację w małych grupach społecznych od manipulacyjnego wpływu na

<sup>12</sup> Por. E. Heller, *Wie Werbung wirkt: Theorien i Tatsachen*, Frankfurt a. M. 1984, s. 17.

<sup>13</sup> Por. streszczenie i krytyczną ocenę ponad 1200 empirycznych badań nt. podświadomej reklamy w H. W. Brandt, *Die Legende von den „geheimen Verführen“*. *Kritische Analyse zur unterschwelligigen Wahrnehmung und Beeinflussung*, Weinheim 1978.

<sup>14</sup> E. Heller, *Unterschwellige Beeinflussung nicht beweisbar?*, w: *Absatzwirtschaft* 2 (1980), s. 76-86 (tu s. 80).

<sup>15</sup> Prawny zakaz używania reklamy za pomocą klatek podświadomości wprowadzono w stanie Nowy Jork w marcu 1958 roku. Podobnie w 1959 roku w Niemczech Zentralausschuß der deutschen Werbewirtschaft zdystansował się od używania tej metody reklamowania produktów.



obywateli, wypracowanego i stosowanego przez instytucje władzy państwowej, partie i elity polityczne, grupy nacisku itp.

### *Manipulacja informacją i uczuciami*

Manipulacja w komunikowaniu przebiegać może na płaszczyźnie *przekazu informacji* lub na *płaszczyźnie emocjonalnej*. W odniesieniu do przekazu informacji może ona przybierać formę wyraźnego kłamstwa, oszustwa, świadomego pomijania pewnych treści, sugerowania pewnych treści poprzez kolejność ich przedstawiania itp. Trudność w określeniu istoty tego rodzaju manipulacji polega m. in. na tym, że towarzyszy ona człowiekowi od samego początku. Co więcej, sam akt komunikowania, czyli wymiany informacji między istotami ludzkimi, nosi znamiona przypominające manipulację. Nawet obiektywnie podana informacja może być potraktowana jako manipulacja, ponieważ zawiera tylko opis wycinka rzeczywistości i pomija inne aspekty. Selektywność podawania informacji zawsze stawia komunikowanie w cieniu zarzutu o manipulację.

Jest to oczywiście zbyt generalna ocena, ponieważ podany komunikat spełnia podstawowe kryterium manipulacji wtedy, gdy zawiera w sobie celowość i skrytość działania. Przy wydawaniu osądu o celowości i skrytości działania pamiętać jednak należy o tym, że czym innym jest intencja, a czym innym odbiór tekstu jako manipulatorskiego<sup>16</sup>. Zwracając uwagę na aspekty celowości i skrytości oraz intencji wprowadzenia w błąd, unikniemy bardzo częstej pomyłki traktowania rodzicielskiego wychowania, szkolnej edukacji lub kościelnego nauczania jako przejawów manipulacji. W tym sensie ksiądz biskup Adam Lepa w swej książce *Świat manipulacji* definiuje manipulację jako „celowe i skryte działanie, przez które narzuca się jednostce lub grupie ludzi fałszywy obraz pewnej rzeczywistości”<sup>17</sup>.

Funkcja komunikacji językowej nie ogranicza się jednak jedynie do przekazu informacji. Niemniej ważnymi aspektami komunikacji jest wyrażanie i wywoływanie emocji oraz uczuciowe przekonywanie innych (perswazja). Podobnie manipulacja może być związana z perswazją i z wywoływaniem określonych stanów emocjonalnych. W tym przypadku manipulacyjne działania korzystają z dorobku współczesnej psychologii i socjologii, który pozwa-

<sup>16</sup> Por. J. Puzynina, *O manipulacji językowej (na materiale z lat 1980—1981)*, w: J. Puzynina *Słowo — wartość — kultura*, Lublin 1997, s. 181.

<sup>17</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, Częstochowa 1995, s. 23.

la lepiej poznać istotę ludzką, rozpoznać jej tendencje rozwojowe, potrzeby, mechanizmy psychiczne itp.

### *Wybrane techniki manipulacji w komunikacji językowej*

Od czasu powstania starożytnej retoryki używane są różnego rodzaju zabiegi w celu językowego manipulowania odbiorcą. Od czasu rozpowszechnienia się mediów audiowizualnych repertuar manipulacji został wprawdzie poszerzony o elementy wizualne, graficzne, muzyczne itp., jednakże manipulacja językowa nie straciła swej szczególnej siły perswazji. W działaniu perswazyjnym wyróżnia się zasadniczo trzy techniki oddziaływania na odbiorcę. Pierwszą techniką jest apelowanie o zajęcie określonego stanowiska i określone działanie (np. *Chodźcie z nami!, Zostań członkiem..., Wszyscy do urn wyborczych!*). Następna technika określana jest jako sugerowanie pożądanych interpretacji i ocen (np. używanie określenia: „ktoś ogarnięty szlachetną pasją” zamiast: „ktoś impulsywny”). Trzecią formą perswazyjnego oddziaływania jest argumentowanie, czyli racjonalne uzasadnianie słuszności prezentowanych poglądów<sup>18</sup>. Wymienione rodzaje wypowiedzi perswazyjnych różnią się stopniem jawności intencji nadawcy. Dla celów manipulacji najodpowiedniejsza jest forma sugestii.

W celu manipulacji językowej są stosowane różnorodne techniki. W tym miejscu zostaną wymienione i krótko scharakteryzowane tylko niektóre z nich:

- posługiwanie się dodatnio nacechowanym słownictwem w celu zjednania przychylności odbiorcy;
- posługiwanie się przysłowiami, powszechnie znanymi powiedzeniami itp.
- powoływanie się na powszechność sądu („Wszyscy wiedzą, że...”, „Powszechnie się sądzi...”);
- stosowanie superlatywu i słów takich jak: „naprawdę”, „prawdziwy”, itp.;
- wykorzystanie przenośni i porównań (metaforyczne określenia osób, pojęć i rzeczy);
- używanie presupozycji, czyli założonych sensów wyrażań (np. pytanie: „Czy ta sprawa kompromitująca ministra była już omawiana?” zakłada, że minister jest skompromitowany);
- eufemizmy (zamiast słowa „strajk” używa się określeń: „przerwa w pracy”. „zahamowanie produkcji” itp.);

<sup>18</sup> J. Fras, *Język propagandy politycznej*, w: B. Dobek-Ostrowska i in. (red.), *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1997, s. 93.

— wykorzystanie składni dla oddziaływania perswazyjnego (pomijanie wyrażenia typu „Uważam, że...”, używanie 1 osoby liczby mnogiej, umiejętne stosowanie zdań przyczynowych, skutkowych, warunkowych i celowych)<sup>19</sup>.

### c) Inne koncepcje manipulacji

Dla całości obrazu należy jeszcze wspomnieć specyficzne koncepcje manipulacji, jakie są prezentowane w literaturze przedmiotu. Na uwagę zasługują tu elementy koncepcji manipulacji w szkole frankfurckiej. Powiązane z ideami szkoły frankfurckiej jest wreszcie patrzenie na reklamę towarów i usług jako na rodzaj manipulacji.

#### *Pojęcie manipulacji w szkole frankfurckiej*

W specyficznym znaczeniu pojęcie manipulacji było używane w ramach szkoły frankfurckiej (np. Herbert Marcuse, Theodor Adorno). Teoria Krytyczna używała pojęcia manipulacji jako oskarżenia wobec represji panujących w kapitalistycznym systemie ekonomicznym. Manipulacja używana była w celu opisanie relacji między sprawującymi władzę a masami. W tym celu zostało ukute pojęcie przemysłu kulturalnego, który według szkoły frankfurckiej kształtuje gusty i preferencje mas oraz formuje ich świadomość poprzez wpajanie pragnienia zaspokojenia fałszywych potrzeb. Z tego powodu przemysł kulturalny eliminuje rzeczywiste potrzeby, alternatywne czy radykalne teorie oraz polityczne opozycyjne sposoby myślenia i działania. Jest on przy tym tak skuteczny, że ludzie nawet nie zdają sobie sprawy z jego mechanizmów. Mieszkańcy nowoczesnych społeczeństw podlegają zatem totalnej manipulacji i tylko nieliczni (np. przedstawiciele szkoły frankfurckiej) potrafią przeniknąć zamiary manipulacyjne.

W ramach tego artykułu nie można przedstawić całościowo dyskusji i polemik wokół sposobu pojmowania manipulacji w szkole frankfurckiej. Jeden z zasadniczych problemów polega na określeniu, na czym polegają fałszywe i prawdziwe potrzeby ludzkie i kto ma prawo do ich definiowania. Szczególne znaczenie w teorii miało wypracowanie teorii i (utopijnego) programu działania na rzecz komunikowania się bez czyjejkolwiek dominacji (*herrschaftsfreier Diskurs*).

<sup>19</sup> Tamże, s. 99-110.

## *Reklama jako manipulacja?*

W potocznym rozumieniu o manipulowanie posądzana jest wszędobylska i natrętna reklama, starająca się zasadniczo o zwiększenie popytu na towary i usługi. Dodatkowym argumentem za przypisywaniem reklamie manipulacyjnego charakteru jest fakt, że reklama opiera się na naukowym dorobku pochodzącym m. in. z psychoanalizy lub badania motywacji<sup>20</sup>. Istnieje szereg popularnych publikacji na temat magicznej mocy reklamy, które w znacznym stopniu należałoby zakwalifikować jako literaturę *science fiction*. Z drugiej jednak strony powstało wiele systematycznych opracowań z zakresu psychologii, w których bada się skuteczność kampanii reklamowych<sup>21</sup>.

Przy próbach oceny reklamy jako manipulacji należy pamiętać, że sterowanie ludzkimi zachowaniami jest charakterystyczne i konieczne dla społeczeństw tzw. krajów cywilizowanych. Zbiorowości te, wskutek standaryzacji życia i pod wpływem środków przekazu, stały się społecznościami masowymi i właśnie masowość decyduje o potrzebie, a właściwie niezbędności, technik manipulacyjnych. Wskutek liberalizacji państwa i destrukcji narodu jako dziejowych podmiotów społeczeństwo stało się przede wszystkim rynkiem konsumentów. Towarami na tej giełdzie stają się poglądy polityczne, postawy etyczne lub przedmioty użytkowe. Warunkiem istnienia takiego rynku jest ciągły przepływ towarów, ich kupowanie i sprzedawanie. Trzeba więc zestandaryzowanych konsumentów nakłonić do udziału w wirującym bez ustanku kręgu kupowania, zużywania i wyrzucania. Obrót towarowy i wzrost zużycia są czynnikami wzrostu gospodarczego. Z jednej strony reklama stanowi zatem niezbędny element ekonomicznego rozwoju w systemie wolnorynkowym. Z drugiej zaś strony jest ona podporządkowana prawnym i moralnym normom, które decydują o tym, czy ma ona manipulacyjny charakter czy też nie.

### 4. Obrona przed manipulacją

Wymieniona powyżej lista form manipulowania człowiekiem nie rości sobie pretensji do zupełności. Wskazuje ona na złożoność zjawisk, jakie się pod tym pojęciem ukrywają.

W odniesieniu do wszystkich form manipulowania można

<sup>20</sup> Przykładem jest książka V. Packard, *The Hidden Persuaders*, New York 1957.

<sup>21</sup> Szerzej o pojmowaniu reklamy jako manipulacji i jej skuteczności w pracy doktorskiej: Z. Hanas, *Vertrauen in der Werbung*, Zabki 1997.

stwierdzić, że możliwość manipulowania wzrasta wraz z gromadzeniem wiedzy na temat wywierania wpływu na człowieka i wraz z powstawaniem nowych form komunikowania medialnego.

Z drugiej jednak strony istnieją sposoby obrony przed manipulacją tak w zakresie indywidualnym, jak i społecznym. Ze wstępnych wyników badań nad podmiotowymi uwarunkowaniami odporności na manipulację wynika, że osoby o pewnych cechach osobowości potrafią skuteczniej od innych bronić się przed manipulacją. Chodzi tu o takie cechy, jak wysoki poziom inteligencji emocjonalnej oraz otwartość na nowe doświadczenia, przy jednoczesnej bardzo refleksyjnej postawie wobec nowości. Skutecznym narzędziem obrony przeciw manipulacji jest podwyższanie poziomu edukacji w społeczeństwie. Z punktu widzenia wychowania odbiorców chodzi o udostępnienie wiedzy o świadomie stosowanych metodach manipulacji i propagandy oraz wiedzy o języku i możliwościach jego wykorzystania przez sterników ludzkiej świadomości. To pedagogiczne wyzwanie odgrywa w polskim społeczeństwie szczególną rolę, ponieważ z badań wynika, że zaledwie 3% ogółu obywateli stanowią osoby całkowicie kompetentne językowo, zaś trzy czwarte Polaków to „funkcjonalni analfabeci” (tzn. osoby, które czytają, ale nie rozumieją tekstu)<sup>22</sup>.

Przeciwdziałanie manipulacji na płaszczyźnie społeczno-politycznej jest wreszcie związane z tworzeniem prawnych ram dla funkcjonowania środków społecznego przekazu. W przypadku zagrożenia manipulacją za pomocą mass mediów najlepszą obroną przed manipulowaniem w społeczeństwie jest zagwarantowanie wolności wyrażania opinii, przepływu informacji.

<sup>22</sup> Por. J. Fras, dz. cyt.