

„Studia Pastoralne” 2024, nr 20, s. 159–184

**Ks. Bogdan Biela**

Uniwersytet Śląski w Katowicach

ORCID: 0000-0001-9105-7536

### MECHANIZMY I SYSTEMY MANIPULACJI W MEDIACH W KONTEKŚCIE WSPÓŁCZESNYCH UWARUNKOWAŃ<sup>1</sup>

*MECHANISMS AND MANIPULATION SYSTEMS IN THE MEDIA  
IN THE CONTEXT OF THE CONTEMPORARY CIRCUMSTANCES*

ABSTRACT:

The article presents types, means, principles, techniques and systems of manipulation. In the era of an enormous influence of the media on the reality around us it is worthwhile to know purposeful and hidden actions that impose on individuals and groups of individuals fake state of reality. This is true especially now, when the times of clumsy manipulation meant to introduce some ad-hoc confusion are long gone. The contemporary forms of manipulation are multidirectional and multifaceted. Their purpose is to a potentially long-term attachment to specific attitudes and opinions created by propagandists who are often founded on the organized anthropological lie.

Artykuł przedstawia typy, środki, zasady, techniki i systemy manipulacji. W dobie olbrzymiego wpływu mediów na otaczającą rzeczywistość warto znać celowe i skryte działania, przez które narzuca się jednostce lub grupie ludzi fałszywy obraz rzeczywistości, tym bardziej że minęły czasy topornej manipulacji, mającej na celu tylko doraźne wprowadzanie odbiorcy w błąd. Współczesne formy manipulacji są wielokierunkowe i wielopłaszczyznowe. Ich celem jest możliwe trwałe przywiązanie odbiorcy do określonych postaw i poglądów, wykreowanych przez propagandzistów bazujących często na zorganizowanym kłamstwie antropologicznym.

**Słowa kluczowe:** mechanizmy manipulacji, media, środki manipulacji, zasady manipulacji, techniki manipulacji, systemy manipulacji

**Keywords:** mechanisms of manipulation, media, means of manipulation, techniques of manipulation, systems of manipulation

---

<sup>1</sup> Artykuł jest poszerzoną wersją tekstu pt. *Typy i mechanizmy manipulacji w mediach*, który ukazał się w „Studiach Pastoralnych” 12 (2016), s. 286-311. Został on powtórnie opublikowany ze względu na problematykę podjętą w obecnym numerze „Studiów Pastoralnych”.

Gwałtowny i dynamiczny rozwój informatyki oraz nowoczesnych technologii spowodował rewolucję w dziedzinie komunikowania społecznego i mass mediów<sup>2</sup>. Obok tradycyjnych, wśród których wymienia się prasę, radio, telewizję, a także książki i filmy, pojawiły się nowe media, nazywane czasem alternatywnymi, a mianowicie telewizja satelitarna i kablowa, a przede wszystkim Internet. Najbardziej charakterystyczną cechą nowego medium, jakim jest Internet, stała się interkomunikatywność, obalająca tradycyjny schemat nadawcy jako strony aktywnej oraz publiczności jako biernego odbiorcy przekazu medialnego. Interkomunikatywność internetowa tworzy nową wartość, a mianowicie aktywną relację wobec przekazu medialnego. Ponadto nowe technologie mające zastosowanie w Internecie tworzą swoisty świat wirtualny różniący się od realnej rzeczywistości, dlatego też obecność w cyberprzestrzeni może stanowić źródło istotnych przemian w rozumieniu oraz przeżywaniu własnej tożsamości psychofizycznej<sup>3</sup>. Ewolucja mass mediów okazała się więc procesem nie tylko postępu cywilizacyjnego w zakresie technicznego udoskonalania sposobów rozprzestrzeniania myśli, informacji, idei, ale także fenomenem kulturowym, powodującym istotne przemiany w ludzkiej świadomości, sposobie postrzegania siebie, świata i innych ludzi<sup>4</sup>.

Nie dziwi zatem fakt olbrzymiego wpływu mediów na otaczającą rzeczywistość. Przejawia się on w kształtowaniu wiedzy i wyobrażeń, poglądów i sympatii w każdej możliwej sprawie. Przekłada się na postępowanie oraz sposób i charakter podejmowanych decyzji. Dlatego też pierwszym postulatem, jaki należy skierować w stronę mediów – a zarazem ich obowiązkiem – jest rzetelność, czyli stanie w prawdzie. Odejście od niej to sprzeniewierzenie się racji ich istnienia. Od stania w prawdzie uzależniona jest wolność decyzji (np. wyborczych), także w tym sensie, że mogą być one prawdziwie wolne i słuszne tylko wtedy, gdy podejmuje się je na podstawie prawdziwych informacji. Może dojść do tego, że żywiąc przekonanie, iż nasza konkretna decyzja jest wolna i słuszna, w rzeczywistości podejmujemy ją pod wpływem dostarczonych nam błędnych wyobrażeń. W ten sposób pojedynczy ludzie i całe społeczności mogą podejmować decyzje

---

<sup>2</sup> Media najkrócej można zdefiniować jako techniczne środki rozpowszechniania różnorodnych treści. Inne definicje są bardziej szczegółowe i określają media jako ogół elektrycznych i elektronicznych sposobów odtwarzania, zapisywania i rozpowszechniania obrazów i dźwięków, które stosuje się w komunikowaniu masowym w celu zorganizowanego odbioru indywidualnego i zbiorowego. Mass media, czyli media masowe, nazywane również środkami społecznego (lub masowego) przekazu, bywają także opisywane jako ogół instytucji oraz urządzeń technicznych, służących do szerokiego i szybkiego przekazywania informacji wielkim, zróżnicowanym i anonimowym grupom ludzi – por. A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2003, s. 39-40; *Mass media*, w: *Popularna encyklopedia mass mediów*, red. J. Skrzypczak, Poznań 1999, s. 303.

<sup>3</sup> Por. A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006, s. 190-200.

<sup>4</sup> Por. G. Łęcicki, *Kościół a media*, w: *Media w duszpasterstwie*, red. M. Przybysz, T. Wielebski, Warszawa 2014, s. 118-119.

uderzające w ich dobro, trwając przy tym w przekonaniu, że czynią godziwie i słusznie. I to w zasadzie jest istotą manipulacji<sup>5</sup>.

W tym kontekście warto zdawać sobie sprawę i znać różnorakie mechanizmy i systemy współczesnej manipulacji w mediach, gdyż mają one coraz większy wpływ na ich odbiorcę, tworząc swoistą mediosferę<sup>6</sup>. Minęły czasy topornej manipulacji mającej na celu tylko doraźnie wprowadzić odbiorcę w błąd – współczesne formy manipulacji są wielokierunkowe i wielopłaszczyznowe. Ich celem jest możliwie trwałe przywiązanie odbiorcy do określonych postaw i poglądów wykreowanych przez propagandzistów bazujących często na zorganizowanym kłamstwie antropologicznym<sup>7</sup>.

## 1. POJĘCIE MANIPULACJI

W wielorakich działaniach człowieka, które obejmuje się nazwą „manipulacja” są liczne zagadki i zjawiska niezbadane do końca. Decyduje o tym specyfika manipulacji oraz jej różnorodność. Nie ma jednak wątpliwości, że działania manipulatorskie zniekształcające obraz rzeczywistości charakteryzują się dwiema głównymi właściwościami: są planowane i skryte. Skuteczna manipulacja jest zawsze odpowiednio zaplanowana. Jeżeli jakieś działanie powstało spontanicznie, bez zastanowienia czy jako tzw. zbieg okoliczności, nie może być nazwane manipulacją w ścisłym znaczeniu, choć pewne cechy tego działania mogą wskazywać na charakter manipulatorski. O działaniu ściśle manipulatorskim współdecyduje odpowiednia intencja, która mu towarzyszy. W działaniach w ramach tzw. wielkiej manipulacji (w odróżnieniu od manipulacji małej, która funkcjonuje w ramach stosunków międzyludzkich) pracują całe zespoły profesjonalistów, którzy obmyślają w szczegółach nie tylko nowe i doskonalsze techniki, ale przede wszystkim całą strategię działań, przygotowując dokładnie kolejne kampanie propagandowe i ich skuteczny przebieg. Działania manipulatorskie są ponadto skryte. Skrytość dotyczy przede wszystkim celów, jakie mają osiągnąć dysponenti manipulacji

---

<sup>5</sup> Samo pojęcie „manipulacja” pochodzi od łacińskiego *manipulus* i oznacza kształtowanie lub przekształcanie poglądów i postaw ludzi, które dokonywane jest poza ich świadomością. Według Adama Lepy manipulacja „to celowe i skryte działanie, przez które narzuca się jednostce lub grupie ludzi fałszywy obraz pewnej rzeczywistości”. Jest ona często utożsamiana z tak pejoratywnymi określeniami jak intryga, matactwo, oszustwo, kręctwo czy też socjotechnika – zob. A. Lepa, *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, „Ethos” 1 (1992), s. 77; por. M. Klimek, *Manipulacja w mediach*, w: *Prawda w mediach*, red. M. Rewewra, Tychy 2008, s. 53.

<sup>6</sup> Por. A. Lepa, *O postawie selektywnego odbioru mediów*, „Pedagogia Christiana” 20,2 (2007), s. 104-105; S. Budzik, *Internet i rzeczywistość wirtualna*, w: *Sacrum i kultura*, red. R. Rubinkiewicz, S. Zięba, Lublin 2000, s. 307-313.

<sup>7</sup> Por. M. Dziewiecki, *Manipulacja – kłamstwo zorganizowane*, <http://www.fronda.pl/a/manipulacje-w-mediach-i-jej-konsekwencje-dla-czlowieka,67235.html> [dostęp: 25.05.2016].

oraz mechanizmów stosowanych w ramach działań manipulatorskich. Jest ona tą cechą, która w największym stopniu decyduje o skuteczności manipulacji<sup>8</sup>.

W wypowiedziach autorów na temat manipulowania, szczególnie w publicystyce, zauważa się dwojakie rozumienie terminu „manipulacja”. Mówi się więc o manipulacji tekstem, wypowiedzią, informacją itp., ale istotną i najważniejszą jest manipulacja człowiekiem czy społeczeństwem. Taka też jest w istocie natura manipulacji: „odpowiednie preparowanie materiału (słowa, obrazu, informacji) tzn. manipulowanie nim jest niezbędne, aby można było dokonać manipulacji człowiekiem. Mówiąc inaczej, manipulacja odpowiednim materiałem jest pierwszą fazą tej samej manipulacji, której celem i zarazem ofiarą staje się człowiek”<sup>9</sup>.

Widząc w manipulacji funkcjonującą strukturę, można wyróżnić w niej składniki podstawowe, tzn. te elementy, które budują całą maszynę manipulacji. W związku z tym mówi się często, że składnikiem elementarnym manipulacji jest informacja. Tymczasem, aby można było nią skutecznie manipulować, trzeba użyć jeszcze bardziej prostego tworzywa, którymi są przede wszystkim słowo i obraz. Uniwersalnym tworzywem w manipulacji jest słowo, gdyż w stosunkach międzyludzkich manipulacja przebiega przede wszystkim na obszarze słowa mówionego<sup>10</sup>. Powszechność słowa i jego skuteczność są dziś wzmacniane funkcjonowaniem różnorodnych mediów, w szczególności prasy, radia, telewizji i internetu. Sprawia to, że manipulacja za pośrednictwem słowa wykazuje dziś coraz większą siłę i skuteczność. Fakt, że podstawowym tworzywem w manipulacji jest słowo zadecydował, że mówi się o manipulacji językowej w znaczeniu manipulowanie ludźmi za pośrednictwem języka naturalnego. Dlatego wyróżnia się dwa znaczenia manipulacji: w szerszym znaczeniu manipulacja dokonuje się za pośrednictwem tekstów i wtedy występuje w postaci kłamstwa, kamuflażu, demagogii itp. W znaczeniu węższym natomiast prowadzenie manipulacji umożliwiają określone cechy wyrazów czy struktury gramatycznej, a nie treści w nich zawarte. Wtedy też uwzględnia się te cechy języka, które np. wprowadzają dobrą atmosferę w kontakcie z rozmówcą, ułatwiają zapamiętanie wypowiedzianych słów i ukazują ich piękno. Obok tej grupy środków językowych jest druga grupa, równie chętnie wykorzystywana przez dysponentów manipulacji. Są to środki językowe, które pozwalają ich adresatowi odbierać je w sposób wieloznaczny, mętny i drogą takich skojarzeń, których oczekuje nadawca<sup>11</sup>.

<sup>8</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, Częstochowa 2011<sup>3</sup>, s. 23-27.

<sup>9</sup> Tamże, s. 27-28.

<sup>10</sup> Na rolę słowa w manipulowaniu człowiekiem zwrócił uwagę Jan Paweł II m.in. w homilii wygłoszonej w Olsztynie podczas IV pielgrzymki do Polski w 1991 r. Papież, mówiąc o odpowiedzialności za wypowiedziane słowo, stwierdził wtedy, że pewne słowa, które w rzeczywistości stanowią dla człowieka zło, „mogą być tak podawane, tak preparowane, żeby zrobić wrażenie, że są dobrem. To się nazywa manipulacja” – zob. Jan Paweł II, *Pielgrzymki do Ojczyzny. Przemówienia i homilie*, Kraków 2005, s. 669.

<sup>11</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, s. 30-31.

Drugim tworzywem podstawowym w manipulacji jest obraz. Zastosowanie najnowszych technik w mass mediach stwarza wielkie możliwości w sferze manipulowania za pośrednictwem obrazu. Na naszych oczach utrwała się w świecie „cywilizacja obrazu”, w której postępuje stale dominacja obrazów nad słowami. W związku z tym wymienia się takie jej symptomy, jak „inwazja obrazu”, „ikonosfera”, „uwieżenie słowa” itp.<sup>12</sup> Powszechnie twierdzi się o mediach audiowizualnych, że właśnie ze względu na występujący w nich przerost obrazu, są one najbardziej manipulatywnymi mediami. Wśród nich na pierwszym miejscu wymieniana się film, który z natury swojej przekazuje fałszywe odbicie świata, dlatego zasługuje na miano „krzywego zwierciadła” istniejącej rzeczywistości. Prowadzi to do opinii, że film zrećnie i skutecznie okłamuje odbiorcę i spełnia w szerokim zakresie funkcję mitotwórczą<sup>13</sup>.

Z samego pojęcia „manipulacja” wynika, że jest ona specyficzną formą kłamstwa<sup>14</sup>. Efektem jej funkcjonowania jest krzywda moralna, jaką wyrządza manipulator drugiemu człowiekowi. Przy czym zło moralne jest tym większe, im szersze zatacza ona kręgi. Działania manipulatorskie, uruchomione w ramach tzw. wielkiej manipulacji, wykazują znamiona zła społecznego. Jeżeli zaś trwa ono dłużej i w ramach totalitarnego systemu władzy, może przybrać postać swoistej patologii społecznej<sup>15</sup>.

## 2. MECHANIZMY MANIPULACJI

Termin „mechanizm” sugeruje, iż chodzi przede wszystkim o te czynniki, które na ogół są niewidoczne „gołym okiem”, a zatem stanowią warstwę nie ujawnianą w konkretnej aktywności człowieka. Tak więc znaczenie słowa „mechanizm” w odniesieniu do manipulacji wskazuje na pewną niejawnosć, a nawet skrytość działań, gdyż dysponenci manipulacji nie mogą sobie pozwolić na jakiegokolwiek ujawnienie ukrytych mechanizmów, gdyż byłoby to równoznaczne z demaskacją manipulacji<sup>16</sup>. W działaniach manipulacyjnych na mechanizmy podstawowe składają się trzy zjawisk: środki, zasady i techniki. Istnieją one w ścisłej

<sup>12</sup> Tenże, *Uwięzienie słowa czy ekspansja obrazu?*, „Ethos” 4 (1993), s. 20-35.

<sup>13</sup> Por. A. Helman, *Niebezpieczna gwałtowność czyj niebezpieczne kłamstwo*, „Film” 34 (1972), s. 7; P.T. Nowakowski, *Fast food dla mózgu czyli telewizja i okolice*, Tychy 2002, s. 22-31; A. Lepa, *Telewizja w rodzinie*, Częstochowa 2008.

<sup>14</sup> Por. W. Chudy, *Kłamstwo jako korupcja antropologiczna*, „Ethos” 1 (1992), s. 88-96.

<sup>15</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, s. 33-34. Bibliografia 150 artykułów dotyczących problematyki „prawdziwości” przekazów medialnych, które ukazały się po 2000 r., zob. M. Rewera, *Bibliografia wybranych polskich artykułów odnoszących się do zjawiska obiektywności przekazów medialnych*, w: *Prawda w mediach*, s. 83-93.

<sup>16</sup> Pomijamy tutaj problematykę mechanizmów psychologicznych, np. projekcji czy identyfikacji, które są uruchamiane pod wpływem oddziaływania na osobowość człowieka – zob. H.I. Schiller, *Sternicy świadomości*, Kraków 1976, s. 22-52.

korelacji budując dalsze mechanizmy – jeszcze bardziej finezyjne i skomplikowane systemy. W nich tkwi tajemnica skuteczności działań manipulacyjnych i propagandowych<sup>17</sup>. Wybór najwłaściwszej techniki, zastosowanie odpowiedniego środka i uwzględnienie odnośnej zasady zapewniają skuteczne zrealizowanie celu, jaki dysponentci stawiają przed konkretną działalnością manipulacyjną.

## 2.1. Środki manipulacji

Termin „środek manipulacji” stosuje się w kilku znaczeniach. Często widzi się w nim techniczny sposób działania manipulacyjnego i wtedy środkiem manipulacji jest prasa, film, radio, telewizja czy internet. Środek, który funkcjonuje w działaniach manipulatorskich jako podstawa dla stosowania konkretnej techniki staje się również mechanizmem manipulacji. Najczęściej stosowane środki manipulacji to: stereotyp, mit, plotka i kamuflaż. Ponieważ stosowane są także techniki manipulowania świadomością człowieka przez przekazy rzutujące na jego podświadomość, należy także zwrócić uwagę na tworzywo, które służy temu celowi. Stanowią je trzy podstawowe składniki: słowo, obraz i muzyka.

Wszystkie cztery środki manipulacji: stereotyp, mit, plotka i kamuflaż są również środkami w działaniach propagandowych. Jednakże manipulatorzy posługują się nimi przede wszystkim w tym celu, aby zafałszować obraz pewnej rzeczywistości u adresatów manipulacji. **Stereotyp** jest najbardziej funkcjonalnym środkiem manipulowania w mass mediach. Będący „gotową formą myślenia” stereotyp jest konstruowany i rozprzestrzenia się dzięki dwóm towarzyszącym mu okolicznościom: tendencji psychiki człowieka do dokonywania uogólnień oraz stałej niechęci do poddawania stereotypów czynności sprawdzania. Dlatego też stereotypy funkcjonują poza kontrolą ze strony człowieka i stają się w manipulacji elementem bardzo dogodnym i w dużej mierze decydującym o jej skuteczności. Środkiem manipulacji bardziej złożonym niż stereotyp jest **mit**. Dysponentów manipulacji interesuje mit współczesny czy też społeczny. Jest to pogląd, który nieistniejącym wydarzeniom i zjawiskom nadaje pozory prawdy. Mit skutecznie zniekształca fakty, jest zatem odpowiednim środkiem dla manipulacji, której celem jest fałszowanie obrazu rzeczywistości. **Plotka** jest potajemnym przekazywaniem niesprawdzonych informacji i opinii, które działają na niekorzyść kogoś trzeciego. W propagandzie politycznej (i nie tylko) plotka spreparowana w następstwie działań manipulatorskich może doprowadzić do skompromitowania konkretnej osoby, ugrupowania politycznego czy instytucji. Staje się wtedy dogodnym tworzywem dla tych zwłaszcza technik manipulacyjnych,

---

<sup>17</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, s. 59. Wprawdzie A. Lepa w książce *Świat propagandy*, Częstochowa 2008<sup>2</sup>, mówi o środkach, zasadach, technikach i systemach propagandy, to jednak pojęcia „manipulacja” i „propaganda” wzajemnie się dopełniają, gdyż propagandę „określa się jako zaplanowane oddziaływanie na daną społeczność odpowiednich treści perswazyjnych, prowadzące przez urabianie postaw i opinii do wywołania oczekiwanych decyzji i zachowań” – tamże, s. 16.

które zmierzają do skonstruowania negatywnego obrazu człowieka albo grupy ludzi. Spełnia wyjątkowo szkodliwą rolę gdy np. w stosunkach międzyludzkich prowadzi do uprzedzeń, niechęci, a nawet do nienawiści i agresji. Wyjątkowo skutecznym i dlatego wręcz niezbędnym środkiem manipulacji jest **kamuflaż**, gdyż w najwyższym stopniu gwarantuje skrytość podejmowanych działań, tak istotnych dla skutecznej manipulacji. Kamuflaż jest działaniem, które z istoty polega na maskowaniu się i wprowadzaniu w błąd innych ludzi. Terminem tym obejmuje się różne postacie fałszerstwa propagandowego, a także niektóre rodzaje kłamstwa politycznego. Kamuflaż jest zdolny przesłonić prawdziwe cele działań manipulatorskich. Dlatego też jego obecność widać przede wszystkim na obszarze dezinformacji<sup>18</sup>.

W działaniach manipulatorskich, których bezpośrednim przedmiotem jest podświadomość człowieka, najchętniej stosowanymi środkami są: słowo, obraz i muzyka. Są one jednocześnie podstawowym tworzywem dla konstruowanych w tym celu technik manipulowania. Najbardziej powszechnym środkiem w działaniach manipulatorskich na podświadomość jest słowo – mówione i drukowane. W propagandzie ideologicznej jednym z najważniejszych celów jest narzucenie społeczeństwu nowego języka (nowomowy). Środkiem manipulatorskiego oddziaływania na podświadomość jednostki jest również obraz. Dziś w dobie cywilizacji obrazu daje się zaobserwować jego rosnącą dominację w stosunku do słowa drukowanego. Wykorzystują tę nową sytuację dysponenti manipulacji, aby konstruować coraz doskonalsze techniki. Dziś już każdego typu obraz może być wykorzystywany jako środek w manipulacji podświadomością człowieka. Do działań manipulatorskich wciągany jest w szerokim zakresie obraz filmowy. Obok filmu reklamowego również film fabularny korzysta z sugestywnych technik manipulowania człowiekiem, wśród których często oddziałuje się na podświadomość<sup>19</sup>. M. Medved, mówiąc o manipulacji w filmie, stwierdził, iż „prawdziwa potęga mediów polega na tym, że to one wskazują nam, co ma być normalne”<sup>20</sup>. Jest to niewątpliwie jedna z największych manipulacji, jakie dokonują się na świadomości człowieka za pośrednictwem odpowiednio skonstruowanego obrazu. Jako środek w manipulowaniu człowiekiem również wykorzystywana jest muzyka, zwłaszcza rockowa. Muzyka ta wzmacniana jest często przez intensywny ruch, pociągający rytm, fizyczną bliskość drugiego człowieka, narkotyki itp. Wszystko to wywiera głęboki ślad na podświadomości człowieka, wywołując u uczestnika takich spotkań różnego rodzaju często nie do końca kontrolowane reakcje<sup>21</sup>.

<sup>18</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, s. 60-64.

<sup>19</sup> Tamże, s. 65-68.

<sup>20</sup> M. Medved, *Hollywood przeciwko młodym*, w: *XVIII Międzynarodowy Kongres Rodziny*, red. A. Czarnocki, Warszawa 1994, s. 165, cyt. za: A. Lepa, *Świat manipulacji*, s. 68-69.

<sup>21</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, s. 69-70.

## 2.2. Zasady manipulacji

Aby mogła zaistnieć skuteczna działalność manipulacyjna, nie wystarczają same środki, nawet jeżeli są bogate i łatwo dostępne. Ich zastosowanie powinno przebiegać zgodnie z określonymi zasadami, które są sprawdzane w wyniku wielorakich prób i eksperymentów oraz wyprowadzane w oparciu o pewne prawidłowości życia psychicznego człowieka. Warto podkreślić, że zasada jest tym elementem działań manipulacyjnych, którego się nie wybiera. Przedmiotem wyboru jest technika manipulacyjna. Wybór techniki pociąga za sobą wybór odpowiedniego środka, będącego jej tworzywem, natomiast zasady albo się stosuje albo są ignorowane. Można także mówić o poprawnym stosowaniu zasad albo o ich stosowaniu nieudolnym. Jednym słowem, jeżeli manipulacja nie liczy się z odpowiednimi zasadami, nie osiąga zamierzonych celów.

W publikacjach proponowane są różne listy zasad manipulacji. Znaczący świat mediów w Polsce bp Adam Lepa podaje następujące: zasada zrozumiałości, zasada działań zindywidualizowanych, zasada nie-stawiania kropki nad „i”, zasada stopniowania, zasada wiarygodności, zasada powszechności działań, zasada informacji oczekiwanej, zasada wzbudzania emocji, zasada rzekomej oczywistości, zasada stosowania środków aprobowanych przez społeczeństwo, zasada atrakcyjności oraz zasada aktualności<sup>22</sup>.

**Zasada zrozumiałości** dotyczy przede wszystkim języka. Powinien on być użyty w taki sposób, aby zawarte w nim przesłanie mogło być odczytane bez wątpliwości i zastrzeżeń. Jedną z głównych cech tego języka jest prostota. Przykładem może być język plakatu – zwięzły, wręcz lakoniczny i dla każdego czytelny. Zasada zrozumiałości odnosi się także do zastosowanej symboliki, a nawet do użytej czcionki. **Zasada działań zindywidualizowanych** uwzględnia np. poszczególne środowiska osób znajdujących się pod wpływem działań manipulatorskich. Istnieje bowiem duża różnica w odbiorze tych samych treści w odniesieniu do ludzi mieszkających na wsi i w środowisku zurbanizowanym lub gdy jest kierowana do takich grup, jak młodzież, kobiety-matki, emeryci, bezrobotni itp. **Zasada niestawiania kropki nad „i”** wychodzi z przeświadczenia, iż skuteczność wprowadzanych w obieg społeczny treści wypływa w dużej mierze z faktu, że ich adresat jest pobudzony do pewnego współdziałania z dysponentami manipulacji. Niewielki wysiłek intelektualny, jaki zakłada się pod adresem jej odbiorców, sprawia im satysfakcję i jeszcze bardziej uzależnia od istniejących wpływów manipulacyjnych. **Zasada stopniowania** nazywana jest też „tątką małych kroków” albo „metodą salami”. Zgodnie z tą zasadą manipulacja jest „wsączana” w świadomość jej adresatów. Wtedy całość wpływu rozłożona jest w postaci wielu niewielkich elementów, jak np. drobne informacje, dopowiedzenia, wypowiedzi na marginesie, lakoniczne komentarze, oświadczenia oficjalne itp. Dopiero łącznie, na zasadzie mozaiki składniki te, odpowiednio dozowane,

<sup>22</sup> Por. tenże, *Świat propagandy*, s. 56.



dają odbiorcy odczucie pewnej całości. Wymaga tego nieraz sytuacja społeczna, gospodarcza czy polityczna, kiedy przekazanie całej treści mogłoby pociągnąć za sobą efekt bumerangowy. **Zasada wiarygodności** polega na zgodności informacji przekazywanej w komunikatach propagandowych z wiedzą, jaką posiada na ten temat społeczeństwo. Wiedza ta pochodzi albo z własnego doświadczenia, albo powstaje dzięki funkcjonowaniu innych działań manipulacyjnych, zwłaszcza konkurencyjnych. Zasada wiarygodności w decydującym stopniu rozstrzyga o skuteczności manipulacji. Na przykład w latach 80. społeczeństwo mogło stwierdzić liczne mechanizmy kłamliwej manipulacji, którą wymierzono przeciwko nowo powstałej „Solidarności”. Funkcjonowały one w wyraźnej sprzeczności z własną wiedzą oraz osobistym doświadczeniem Polaków i dlatego prowadziły często do efektu bumerangowego. **Zasada powszechności działań** ujawnia się w stwierdzeniu głoszącym, że daną opinię czy stanowisko podzielają „wszyscy światli obywatele”. W myśl tej zasady działania manipulacyjne należy tak prowadzić, aby ich adresat był przekonany, że tak samo myśli wielu ludzi, a nawet całe społeczeństwo. **Zasada informacji oczekiwanej** oparta jest na prawidłowości psychologicznej wyrażającej się w tym, że człowiek najchętniej przyjmuje za prawdziwe te twierdzenia i informacje, które mu aktualnie odpowiadają oraz mieszczą się w jego życiowych planach i oczekiwaniach. Zasada ta uwzględnia także psychologiczny mechanizm projekcji, tzn. rzutowanie własnych pragnień na otaczającą rzeczywistość. Dysponenci manipulacji muszą się zatem liczyć z prawdziwymi nastrojami społeczeństwa, z jego aspiracjami i życiowymi planami, a także z przyjętą przezeń hierarchią wartości i aktualną opinią publiczną. Do tych prawidłowości nawiązuje w szczególnym stopniu warstwa działań zwana demagogią. Jest ona sposobem wpływania na społeczeństwo za pośrednictwem niemających pokrycia w rzeczywistości, ponętnych obietnic i pochlebstw. **Zasada wzbudzenia emocji** wypływa z przeświadczenia, że argumentacja emocjonalna przejawia szczególną siłę przekonania. Stosuje się ją zwłaszcza wtedy, gdy społeczeństwo przeżywa okres wewnętrznych niepokojów, chaosu i różnorodnych kryzysów. Dysponenci manipulacji doskonale wiedzą, że w każdym społeczeństwie funkcjonują pewne tematy, idee, czy fakty, które mogą budzić głębokie emocje. Spośród podstawowych środków przekazu, najbardziej skuteczna w zastosowaniu zasady wzbudzenia emocji jest telewizja. **Zasada rzekomej oczywistości** polega na tym, że wysuwana argumentacja dotyczy zupełnie innej idei (informacji, opinii) niż ta, która jest propagowana w rzeczywistości. Ta druga natomiast jest użyta jako pewnik w argumentacji tej pierwszej. Nierzadko zasadę rzekomej oczywistości stosuje się wtedy, gdy w celu podniesienia prestiżu pewnych osób, powszechnie znanych w społeczeństwie, propaganda odwołuje się, niby tylko gwoli ścisłości albo rzetelności naukowej, do ich dorobku naukowego czy artystycznego. Tymczasem w rzeczywistości celem naczelnym takiego działania jest umocnienie autorytetu ukazanych publicznie osób. **Zasada stosowania środków aprobowanych przez społeczeństwo** zawarta jest już w samej nazwie.

Nie ulega bowiem wątpliwości, że zastosowanie środków, których społeczeństwo nie akceptuje, przekreśla skuteczność manipulacji, a nawet prowadzi do efektu bumerangowego. A dzieje się tak wtedy, gdy ujawnione zostają np. kłamstwa lub pomówienia zastosowane przez dysponentów manipulacji. Konstruktorzy kampanii manipulacyjnych czy propagandowych muszą zatem uwzględniać w swoich działaniach akceptowane przez społeczeństwo najważniejsze oceny moralne, tradycje, powiązania historyczne, a także aktualne problemy wyznaniowe. Nie zawsze jest to możliwe do zrealizowania, dlatego też dokonują oni manipulacji w zakresie danych, których dostarczają ośrodki badające opinię publiczną, aby stworzyć fikcyjne opinie i oceny, jakie rzekomo preferuje społeczeństwo. **Zasada atrakcyjności** wynika z faktu, że działania manipulacyjne mają być dostrzeżone i odebrane z zainteresowaniem przez społeczeństwo. Widać to choćby na przykładzie atrakcyjnie wykonanych plakatów propagandowych. Atrakcyjność jest tą cechą, która znacznie oddziałuje na wyobraźnię ludzi. W związku z tym działania propagandowe nie mogą uwzględniać haseł czy nawet sformułowań, które uchodzą w danym społeczeństwie za niepopularne, mało ciekawe i nie budzą zainteresowania. Ostatnia z przedstawianych zasad, **zasada aktualności** wymaga od dysponentów stałego trzymania ręki na pulsie. Propaganda, która funkcjonuje w tempie zwolnionym, nie uwzględniając aktualnych faktów i sytuacji, nie osiąga zamierzonego celu. Stąd np. informacja przekazywana w ramach działań manipulacyjnych musi być najświeższa a reagowanie dysponentów manipulacji na wystąpienia przeciwnika powinno być natychmiastowe<sup>23</sup>.

### 2.3. Techniki manipulacji

Słowo „technika” akcentuje praktyczną warstwę manipulacji, jej działanie i skuteczność. Istnieje wiele technik manipulacji, dlatego rozpatrywane są w postaci różnych klasyfikacji. W działaniach manipulatorskich najczęściej stosowane są techniki, po które sięga szeroko pojęta propaganda. Podobnie jak przy wyróżnieniu listy zasad manipulacji także i tutaj posłużymy się klasyfikacją przedstawioną przez A. Lepę<sup>24</sup>. Najpierw przyjrzymy się technikom, które są specyficzne dla manipulacji.

**Fragmentacja** jest to technika, która uniemożliwia człowiekowi pełny odbiór rzeczywistości. Zniekształcenie obrazu rzeczywistości, do jakiego prowadzi fragmentacja, powstaje w następstwie „punktowego”, a więc wybiórczego jej ukazywania. Często pomija się wtedy najważniejszy wymiar prezentowanego przedmiotu. Technikę fragmentacji stosuje w znacznym zakresie reklama. Wybrane walory danego produktu są tak eksponowane, że przesłaniają jego słabe strony. Bardzo często na drodze manipulatorskiej fragmentacji ukazuje się w mass mediach wartości chrześcijańskie, ograniczając się celowo do tylko niektórych;

<sup>23</sup> Por. tamże, s. 55-68.

<sup>24</sup> Por. tamże, s. 68-110.

głównie w tym celu, aby wzbudzić w społeczeństwie uprzedzenia i niechęci do wszystkich wartości. Wtedy eksponuje się hałaśliwie np. zakaz aborcji jako naczelną wartość chrześcijańską. Permanentne stosowanie techniki fragmentacji w mass mediach prowadzi do powszechnej dezorientacji społeczeństwa w sprawach bardzo ważnych, np. w dziedzinie wiedzy historycznej, w polityce, w obrazie własnego narodu itp.

**Natychmiastowość w informowaniu** funkcjonuje w oparciu o kardynalną zasadę dziennikarstwa, która głosi, że informację trzeba przekazywać bardzo szybko. Z tym wiąże się rosnąca wielość informacji oraz potęgująca się częstotliwość przekazywania. Z samej nazwy nie wynika jakikolwiek związek tej techniki z manipulowaniem ludźmi. Jeżeli jednak jakieś centrum informacyjne opanowało tę technikę perfekcyjnie i jest w posiadaniu odpowiednio potężnych środków informacji może skutecznie wpływać na opinię publiczną. Technika natychmiastowości w informowaniu dlatego jest skuteczna i funkcjonalna w działaniach manipulatorskich, ponieważ zdolna jest doprowadzić do trzech następujących rezultatów. 1) Błyskawiczność w przekazywaniu informacji wzmacnia siłę niektórych, wyselekcjonowanych wiadomości. Przekazywanie informacji „na żywo”, „z ostatniej chwili”, „z kół dobrze poinformowanych” itp. prowadzi do większego uwiarygodnienia ich treści. 2) Natychmiastowe przekazywanie coraz to nowych informacji dezaktualizuje automatycznie inne informacje, które mogą być niewygodne czy wręcz szkodliwe dla danego ośrodka informacyjnego. Może się wtedy uruchomić mechanizm „manewru odciągającego”, co sprawia, że odbiorca tych treści odwraca uwagę od poprzedniej informacji, jako już przestarzałej i bezwartościowej. 3) Informacje przekazywane błyskawicznie i permanentnie siłą rzeczy powodują u odbiorców mediów obniżenie stopnia wrażliwości, np. na określony obszar wartości czy faktów. Szybkie i coraz częstsze przekazywanie informacji burzy w świadomości adresatów skupienie uwagi i próby koncentracji na pewnych zagadnieniach, problemach i zjawiskach w otaczającej ich rzeczywistości. Łatwiej jest wtedy eksponować nowe idee i wartości oraz skutecznie do nich przekonać społeczeństwo. Pod pozorem samarytańskiej wręcz troski o poinformowanie społeczeństwa funkcjonuje ukryty mechanizm prowadzący do manipulowania obywatelami według wcześniej ustalonego scenariusza.

**Ingracjacja** oparta jest na dwóch podstawowych działaniach. Jednym z nich jest „zaskarwienie sobie łask” u adresata manipulacji, zdobycie pełnej akceptacji i uznania, zapewnienie w stosunku do siebie uczuć pozytywnych (sympatii, życzliwości, miłości), wyjednywanie tak zwanych względów. Drugie działanie, skorelowane z pierwszym, polega na zwiększaniu własnej atrakcyjności i pociągającego image'u, aby obudzić w manipulowanym partnerze pozytywny stosunek do siebie, a nawet korzystne i pożądane postawy. Za takim działaniem kryje się konkretny cel ingraccjatora (tj. osoby podejmującej czynności ingraccjacji), odpowiednio kamuflowany. Ten cel jest identyczny z jego osobistym interesem, albo z dobrem ugrupowania, które on reprezentuje. Dzięki mass mediom technikę

ingracjacji można łatwo dostrzec w kampaniach wyborczych. W wystąpieniach wielu z nich jest znaczna doza kokieterii w stosunku do potencjalnego elektoratu. Jest tam i przymilanie się i zręczne operowanie komplementami i „kupowanie” przyszyłych wyborców licznymi obietnicami. Ingracją z jednej strony posługują się często jednostki, których nie stać na autorytet osobowy, na odpowiednie kompetencje, z drugiej zaś strony na wpływy ingracjacji są bardzo podatni ludzie naiwni oraz z poczuciem małej wartości. Odnosi się to zarówno do manipulacji wielkiej, jak i do małej.

**Manipulacja za pośrednictwem cliché** podobnie jak fragmentacja opiera się na wybiórczym podejściu do pewnych treści (informacje, opinie, opis faktów). Ta fragmentacyjność dotyczy jednakże sądów wartościujących w odniesieniu do pewnych cech, zachowań, postaw, hierarchii wartości itp. Termin cliché jest zapożyczony z dziedziny fotografiki i w języku francuskim oznacza „kliszę negatywową”, albo po prostu „negatyw”. Samą technikę określa się jako „maskujące uproszczenie cech opisu”. Manipulacja za pośrednictwem cliché deformuje obraz osoby (albo instytucji), przedstawiając ją jedynie w kategorii negatywnej i przesłaniając jednocześnie jej cechy pozytywne.

**Technika sugestii** wynika z samej natury języka, w którym tkwi funkcja impresywna. Ten element nakłaniania widać najbardziej wyraźnie w języku propagandy, która oparta jest na sugestii. Szczególnie ważną rolę spełniają wtedy hasła. Można powiedzieć wręcz, że sugestywność haseł jest miarą ich skuteczności. Sugestywność samego komunikatu propagandowego jest wzmacniana wpływem innych ogniw funkcjonujących w procesie komunikowania masowego, takich jak jego nadawca (indywidualność, zdolność wpływania na innych itp.), sam kanał (prasa, radio, telewizja) czy odbiorca (jego uległość albo odporność wobec propagandy).

**Techniki manipulowania podświadomością** – najbardziej groźne dla osobowości człowieka – oddziałują na zmysły człowieka, przede wszystkim na słuch i wzrok. Dysponent takiej manipulacji wykorzystują tzw. próg absolutny w funkcjonowaniu danego zmysłu. Ten próg absolutny stanowi określone minimum pobudzenia, jakie przyjmuje organ zmysłowy, aby mogło dojść do doznania zmysłowego. Jeżeli działanie pewnych bodźców zostało celowo ustalone poniżej progu absolutnego, wtedy jednostka nie jest świadoma tych wpływów, choć jej wzrok i słuch w jakiś sposób zarejestrowały obecność bodźców. Są one wtedy przyjmowane przez podświadomość, magazynowane w niej i wzmacniane przez wzajemne „nakładanie się”. Z czasem mogą doprowadzić do konkretnych zmian w zachowaniu człowieka, zaprogramowanych w scenariuszu dysponentów takiej manipulacji. Warto podkreślić, że wzrok i słuch są „zmysłami wyższymi”, ponieważ w znacznym stopniu przyczyniają się do rozwoju życia umysłowego. Fakt ten sprawia, że przekazy na podświadomość przez pośrednictwo wzroku i słuchu powodują głębokie ślady w psychice człowieka. Ilustracją mogą być dwie techniki stosowane dziś najczęściej: technika wstecznego zapisu oraz technika jednej

klatki. Każda z nich wykorzystuje inny zmysł: jedna – słuch, druga zaś wzrok. Technika wstecznego zapisu (ang. *backward masking*) „dostaje się” do podświadomości człowieka za pośrednictwem zmysłu słuchu. Dzieje się to za pośrednictwem płyty, taśmy magnetofonowej, teledysku itp., które wzmacnione są tzw. wstecznym zapisem z odpowiednio ułożoną treścią. Może to być apel odnoszący się do nabywania konkretnego produktu spożywczego (reklama) albo też treść takiego zapisu ma charakter moralny i ideologiczny. W technice „jednej klatki” materiałem i zarazem środkiem jest obraz. Dysponent tej techniki wykorzystują odpowiednią częstotliwość, z jaką przesuwana jest taśma filmowa dająca obraz na ekranie kinowym czy telewizyjnym. W obrębie tej techniki, w przypadku taśmy tradycyjnej na każde 24 klatki wmontowana jest jedna klatka z treścią, która ma „bombardować” widza w przekazie na jego podświadomość. Nie jest on w stanie dostrzec „wprowadzonego” w ten sposób obrazu w ciągu 1/24 sekundy, a zatem nie uświadamia sobie jego istnienia. Obraz ten jednak „dostaje” się do jego podświadomości. Przez powtarzanie tego działania manipulator sprawia, że ten obraz nakłada się, staje się wzmacniony i wpływa na zachowanie się jednostki według planu wcześniej ustalonego przez dysponentów manipulacji<sup>25</sup>.

**Powtarzanie** ma fundamentalne znaczenie zarówno dla każdej propagandy, jak i manipulacji, gdyż przyczynia się do zapamiętania emitowanych treści, a następnie „łagodzi”, a nawet eliminuje te składniki w przekazie, które należy eliminować. W systemie totalitarnym technika powtarzania wykazuje największe szanse skuteczności, ponieważ są do jej dyspozycji wszystkie niemal media masowe, a ponadto wyeliminowane są działania konkurencyjne. W technice tej występuje powtarzanie zróżnicowane, gdyż w przeciwnym wypadku byłaby to antypropaganda.

**Przemilczanie** uzupełnia technikę powtarzania. Powtarzając jedne treści, pomija się inne, często jeszcze ważniejsze. Eliminuje się np. z życia publicznego informacje na temat pewnych idei, faktów i problemów, eksponując jednocześnie inne wartości i odniesienia. Mówi się wręcz o tzw. komplementarności przemilczania w stosunku do techniki powtarzania. Należy ono do technik najtrudniej wykrywalnych.

**„Publiczność odziedziczona”** to technika oparta na wszystkich składnikach komunikatu propagandowego. Nazwa jej bierze się stąd, że w następstwie odpowiednich działań wykorzystuje się do przyjęcia treści propagandowych tych odbiorców mediów masowych, którzy nastawili się na percepcję zupełnie innych treści. Przykładem tej techniki jest wyemitowanie tuż przed transmisją meczu sportowego – programu przedwyborczego na rzecz konkretnej partii politycznej. Technika „publiczności odziedziczonej” stosowana jest często w propagandzie handlowej. Ten sposób propagowania pewnych treści znany jest od dawna

---

<sup>25</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, s. 71-86.

na łamach prasy w postaci ogłoszeń zamieszczanych wewnątrz interesujących artykułów.

**Symbol** to technika bardzo popularna przede wszystkim ze względu na jego komunikatywność. Łatwo go zapamiętać i powiązać z konkretną ideą. Jest przekonujący, ponieważ oddziałuje na trzy podstawowe sfery psychiki człowieka: na sferę poznawczą, emocjonalną i motywacyjną. Symbole bywają różne: przedmioty (sztandar), znaki graficzne (krzyż), gesty (palce w kształcie litery V), a nawet elementy stroju, rodzaj fryzury, noszenie plakietek, medalików itp. Charakter symbolu wykazują także hasła, slogany i tzw. słowa znaczące. Symbole są zdolne aktywizować ludzi i ukierunkowywać ich reakcje. Jednakże czynnikiem decydującym o skutecznym oddziaływaniu symboli i haseł jest ich rzeczywista wartość, a zwłaszcza wiarygodność.

**Niezwykłość przekazu** jak sama nazwa wskazuje bazuje na przykuwaniu uwagi adresatów i budzeniu ich zainteresowania przez przekaz z elementem pewnej niezwykłości. Najczęściej technika ta stosowana jest w postaci sensacyjnego ujęcia problemu czy przedstawienia faktu. Ekspozowana bywa w takich przypadkach np. paradoksalność sytuacji już w tytule artykułu, aby zaintrygować czytelnika. Łatwiej go wtedy dostrzec w powodzi różnorodnych treści. Oddziałuje on wyjątkowo skutecznie na wyobraźnię adresatów.

**Moda** opiera się na mechanizmach psychologicznych, dzięki którym człowiek ulega obowiązującym w jego środowisku trendach. Nie wszystkie z tych mechanizmów są znane, najczęściej wymienia się takie, jak: naśladownictwo, lęk przed ośmieszeniem, tendencja do niewyróżniania się, do bycia nowoczesnym. Moda jako zjawisko życia społecznego jest powszechnie przyjmowanym sposobem ubierania się, a w sensie szerokim – zachowania się człowieka. Moda dotyczy więc nie tylko ubioru, kosmetyków czy samochodów, ale również sposobu spędzania urlopu, wyboru kierunku studiów, stylu życia itp. Technikę mody stosuje się najczęściej w reklamie.

**Selekcja** oparta jest na trzech składnikach komunikatu propagandowego: fakt, ocena, argumenty. Okolicznością, która w znacznym stopniu ułatwia stosowanie tej techniki jest fakt, że sama selekcja jest naczelną metodą pracy w podstawowych mediach masowych (prasa, film, radio, telewizja). Stanowi ona np. jeden ze stałych elementów pracy dziennikarza, który w swoich przekazach ograniczony jest licznymi czynnikami, dlatego stoi nieraz przed niełatwym zadaniem dokonania odpowiedniego wyboru treści. Selekcja staje się skuteczną techniką manipulacji, gdy według przyjętych założeń i w sposób stronniczy pociąga za sobą eliminowanie treści niewygodnych dla dysponentów manipulacji.

**Manewr odciągający** to technika oparta na dwóch składnikach komunikatu propagandowego, mianowicie na faktach i ocenach. Posługuje się ona najczęściej różnymi postaciami kamuflażu, mitu i plotki. Manewr odciągający polega na tym, że w celu odwrócenia uwagi społeczeństwa od spraw niekorzystnych dla dysponentów manipulacji podsuwa mu się jakiś inny obiekt zainteresowania.

**Sformułowania eufemistyczne** prowadzą do zmniejszenia drastyczności w opisywaniu faktów. Pozwalają patrzeć „z przymrużeniem oka” na budzące niepokój wydarzenia i zjawiska. Na przykład propaganda proaborcyjna posługuje się terminem „zabieg”, będącym eufemistycznym nazwaniem zabójstwa dokonanego na dziecku przed jego urodzeniem. Podstawę tej techniki stanowią dwa składniki komunikatu propagandowego: fakty i ich ocena. Technika ta wykazuje charakter kamuflażu, prowadzi bowiem do zamaskowania prawdy o rzeczywistości.

**Hiperbolizacja** to najkrócej mówiąc wyolbrzymianie, a więc nadmierne przedstawianie rangi danego wydarzenia. W praktyce manipulacyjnej można spotkać dwa typy wyolbrzymiania. Jeden typ dotyczy samego faktu, który wbrew rzeczywistości przedstawiany jest jako wydarzenie „niezwykłe”, „historyczne” itp. Drugi typ odnosi się do całej maszyny informacji, która taką opinię zwielokrotnia przez zaangażowanie wielorakich środków przekazu, powiększenie czasu antenowego, liczne powtórzenia itp.

**Nadmierne uogólnienie** to technika mająca na celu doprowadzić adresata manipulacji do przekonania, że dany fakt wykazuje znamiona zjawiska powszechnego. Dominującą rolę spełnia tutaj język komunikatu. Używa się wtedy takich zwrotów, jak np. „wszyscy Polacy są tacy”, „jak powszechnie wiadomo”. Najczęściej technika ta jest stosowana w sposób nierzucający się w oczy, a więc np. w postaci publicznie wypowiedzianej sugestii czy rzekomo mimochodem wyrażonego komentarza.

**Jawność** to w praktyce technika stopniowego informowania o faktach, a więc pewnego rodzaju dozowanie informacji. Dysponenti manipulacji aby wzmocnić swoją wiarygodność, dają często do zrozumienia, że „nie mają nic do ukrycia przed społeczeństwem”. Ma to przekonać, że stosują zawsze czyste metody działania i kierują się najszlachetniejszymi pobudkami. Praktycznie technika jawności staje się często techniką opóźniania informacji o niektórych wydarzeniach. Dla dysponentów manipulacji technika jawności staje się również pretekstem do różnego rodzaju działań demaskatorskich, których przedmiotem stają się rozmaite „tabu” (rzeczywiste i fikcyjne).

**Etykietka jako substytucja nazw** oparta jest na jednym składniku komunikatu propagandowego, którym jest informacja o ocenach. Dość często jest ona stosowana, choć niewiele się o niej mówi. Odnosi się do sfery języka. Aby pewne osoby, zjawiska, idee, instytucje podnieść lub poniżyć w oczach społeczeństwa, używa się odpowiednio dobranych określeń o charakterze epitetów. Sprawia to, że pewne słowa otrzymują nowe zabarwienie emocjonalne – pozytywne albo negatywne, w zależności od tego, kto je formułuje, wypowiada i nagłaśnia.

**Autorytet** opiera się na zasadzie, że skuteczność działań manipulacyjnych uzależniony jest w dużej mierze od prestiżu głoszonych haseł, idei, teorii, nowych koncepcji itp. W związku z tym dysponenti manipulacji podejmują pewne zabiegi, aby prestiż ten w oczach społeczeństwa podnieść. W tym celu posługują się techniką autorytetu. W jej ramach angażuje się konkretną osobę cieszącą się

uznanym autorytetem dla poparcia określonego stanowiska, linii działania czy programu wyborczego. Uzyskuje się wtedy i odpowiednio nagłośnią wypowiedź samego autorytetu. Najczęściej dysponentci manipulacji odwołują się do autorytetów naukowych lub tzw. celebrytów. Stosowany jest także manewr tzw. autorytetu przeniesionego, gdy ktoś będąc autorytetem w jednej dziedzinie wiedzy, pytany jest o zdanie z innej dziedziny. Techniką uzupełniającą w tym przypadku jest technika ośmieszania autorytetów przeciwnika.

„**Band wagon**” w języku angielskim oznacza ruchomą platformę, która służyła kiedyś w Stanach Zjednoczonych podczas kampanii wyborczych jako miejsce dla orkiestry. Technika „band wagon” polega na konsekwentnym podkreślaniu własnej przewagi nad stroną przeciwną. Celem takiego działania jest przede wszystkim przeciągnięcie na swoją stronę nowych zwolenników. Technikę tę stosuje się np. w propagandzie wojennej wobec wojsk nieprzyjacielskich.

**Imperatywność treści** polega na kategorycznym wezwaniu adresata, aby zastosował się do życzeń i wytycznych skonstruowanych przez dysponentów manipulacji czy propagandy. Z techniką imperatywności treści można się dzisiaj najczęściej spotkać w reklamie. Zwłaszcza w telewizji staje się ona wręcz agresywna, skłaniając odbiorców do podejmowania oczekiwanych decyzji. Rozstrzyga o tym odpowiednia gra słów, w którą wpisano przewidzianą dozę imperatywności. Dobrą ilustracją tej techniki są także slogany upowszechniane z okazji kampanii wyborczej. O skuteczności sloganu rozstrzygają jego podstawowe funkcje: budowanie więzi, zatrzymywanie uwagi adresatów i lakoniczne ujmowanie pewnej ideologii czy programu politycznego.

**Oddziaływanie pośrednie** zwraca się – jak sama nazwa wskazuje – z wezwaniem propagandowym do adresata drogą pośrednią. Widać to wyraźnie na przykładzie reklamy telewizyjnej, której treści zredagowane są przede wszystkim z myślą o dzieciach. To one najpierw poruszone są ponętnymi propozycjami i z tej racji zwracają się już bezpośrednio do swoich rodziców z prośbami o kupno reklamowanych artykułów. Szczególnie subtelną formą realizacji tej techniki w działaniach propagandy antykościelnej jest publiczne wypowiedzianie pod adresem prasy katolickiej ocen, które mają ją zdyskredytować i ośmieszyć w oczach czytelników. Pośrednie oddziaływanie tej techniki polega na tym, że oceny te wpływają degradująco na obraz prasy katolickiej jako podstawowego środka przekazu w Kościele. Przy czym funkcjonuje tu zasada Marshalla McLuhana, w myśl której już sam „środek przekazu jest przekazem”<sup>26</sup>. Jeżeli więc prasa katolicka jako środek przekazu ukazywana jest jako medium masowe o bardzo niskiej wartości (dewocyjne, zacofane, antyprofesjonalne itp.), to tym samym niejako reprezentuje sobą niewielką siłę oddziaływania na czytelnika. Przystaje też być skutecznym narzędziem w ewangelizacji. Przekładając twierdzenie McLuhana na język konkretny, można powiedzieć, że ten sam artykuł inaczej się

<sup>26</sup> Zob. H. Rotkiewicz, *Pedagogiczne aspekty teorii środków masowego przekazu Marshalla McLuhana*, Wrocław 1983, s. 49-67.



czyta (z innym skutkiem) w piśmie prestiżowym, a inaczej w czasopiśmie, które jest stale ośmieszane.

**Propaganda uprawiana czynem** występuje zasadniczo razem z innymi technikami, często jako ich wzmocnienie. Polega ona albo na udzielaniu doraźnej pomocy np. wybranej instytucji charytatywnej, albo też na świadczeniu ludziom gestów szczególnej życzliwości. Wszystko to odbywa się w perspektywie określonego celu propagandowego. W propagandzie przedwyborczej może to być tzw. kiełbasa wyborcza. W reklamie zaś, w ramach tej techniki przekazywane są potencjalnym klientom różne drobiazgi pamiątkowe z nazwą firmy. Podobnie pewne imprezy, mające charakter działań charytatywnych, organizuje się niekiedy tak profesjonalnie, że trudno w nich dopatrzeć się jakichkolwiek znamion manipulacji czy propagandy (akcje Rotary Club, Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy itp.). Często „propagandę czynem” stosują redakcje czasopism, aby w ten sposób poszerzyć krąg czytelników, albo też w celu spotęgowania wpływu treści, które na ich łamach są publikowane.

**Ułtymatywność sformułowań** to technika „albo-albo”. Realizowana jest w postaci swoistego ultimatum. Przy czym ultymatywność ujęcia wzmaga zainteresowanie przekazywanymi treściami i przyspiesza podjęcie przez ich adresata odpowiedniej decyzji. Sama propozycja jest tak sformułowana, że zawsze trzeba wybrać tę lepszą możliwość, wcześniej zaplanowaną w scenariuszu akcji propagandowej. W proponowanej treści zakodowany jest zatem poniekąd ten wybór, na którym dysponentom propagandy najbardziej zależy i którego oczekują. W propagandzie ostatnich lat ślady tej techniki były widoczne m.in. w upowszechnianiu idei „powrotu Polski do Europy”. Problem stawiano ultymatywnie: albo przestaniemy być społeczeństwem nietolerancyjnym, nastawionym antysemicko i ksenofobicznie, albo nigdy nas „nie przyjmą” do Europy. Realizowana w ten sposób technika ultymatywności sformułowań pociąga za sobą zaangażowanie innych technik, urzeczywistniających także wielorakie cele, znane wyłącznie dysponentom propagandy.

**Chaos pojęć i wartości** stosowany jest najchętniej w ramach propagandy ideologicznej. Jej celem – jak wskazuje nazwa – jest wprowadzanie poczucia chaosu w dziedzinie pojęć i hierarchii wartości. W komunikacie propagandowym eksponuje się dwa składniki: ocena oraz wezwanie. Widać to wyraźnie w stosowanym języku. Są w nim sformułowania trywializujące pewne podstawowe wartości, czy wręcz w sposób ordynarny ośmieszające je. Ma to prowadzić do całkowitego relatywizmu w hierarchii wartości. Technika chaosu w dziedzinie pojęć i wartości w odniesieniu do wiary i wiedzy religijnej stosowana jest nieraz w piosenkach i programach kabaretów.

Przedstawione w dużym skrócie techniki manipulacji i propagandy nie wyczerpują katalogu tych technik. Jest ich o wiele więcej, tym bardziej że wraz z pojawieniem się nowych mediów oraz rozwojem reklamy opracowywane są i praktycznie stosowane nowe i coraz skuteczniejsze techniki manipulacji

i propagandy, zwłaszcza dotyczy to technik skonstruowanych w oparciu o wpływ na podświadomość człowieka<sup>27</sup>. Należy także pamiętać o metodach mających na celu wspomaganie manipulacji przez stosowanie takich technicznych chwytów, jak: określone ustawienie kamery, tła, światła, dźwięku, co ma w efekcie odpowiednio nastawić widza do danej osoby czy sytuacji.

### 3. SYSTEMY MANIPULACJI

System manipulacji jest zespołem powiązanych ze sobą różnych środków i technik stosowanych w ramach konkretnej kampanii propagandowej. Ponadto dany system manipulowania jest wzmocniony w swoim funkcjonowaniu przez ściśle współdziałanie wszystkich dostępnych dysponentom mass mediów. System manipulacji jest mechanizmem propagandowym o największej sile oddziaływania, dlatego zasługuje na szczególną uwagę zarówno ze strony dysponentów, jak i jej adresatów<sup>28</sup>.

#### 3.1. System dezinformacji społeczeństwa

Dezinformacja może przyjmować różne postaci. Mała dezinformacja występuje w ramach stosunków interpersonalnych i ma często charakter działań doraźnych, nieprofesjonalnych, wręcz spontanicznych. Wiązana też jest z innymi działaniami jednostki, która podejmuje tego rodzaju manipulację (usprawiedliwienie własnego zachowania, lęk przed ośmieszeniem, przed odkryciem swoich błędów itp.). Dezinformacja przyjmuje wtedy postać wprowadzania w błąd, okłamywania czy oszukiwania.

Dezinformacja wielka wykazuje znamiona działalności obmyślanej i zorganizowanej. Obejmuje też liczną grupę ludzi, a nawet całe społeczeństwo. W tę działalność zaangażowani są fachowcy w dziedzinie propagandy i manipulowania. Używa się też wielu kanałów masowego komunikowania i różnorodnych technik manipulacji. Zorganizowana dezinformacja społeczeństwa występuje nie tylko w systemach totalitarnych, jest również wyraźnie obecna w krajach postkomunistycznych i w społeczeństwach z utrwaloną demokracją.

System dezinformacji społeczeństwa posługuje się różnymi formami działania praktycznego. Jedną z nich jest dezinformacja budowana na strukturze dwustopniowego przepływu informacji. W tym przypadku informacja przekazywana jest najpierw do tzw. przywódców opinii, cieszących się uznaniem ze strony swoich środowisk. Owi przywódcy opinii przekazują następnie skutecznie informacje w swoich kręgach społecznych, docierając do poszczególnych osób.

<sup>27</sup> A. Lepa, *Świat propagandy*, s. 101.

<sup>28</sup> Tenże, *Świat manipulacji*, s. 87-88.

Inną postacią zorganizowanej dezinformacji jest logomachia. Dysponenci manipulacji dezinformującej puszcza ją w obieg społeczny odpowiednio obmyślane i chwytliwie zredagowane hasła, które już inni w mass mediach rozpracowują i przekazują dalej. Logomachia w swym działaniu przypomina więc schemat dezinformacji w dwustopniowej strukturze przepływu informacji, gdyż polega ona na takim konstruowaniu pewnych informacji, aby mogły one zainteresować najpierw fachowców pracujących w mediach. Informacje te są redagowane w sposób efektowny i sugestywny, choć same odbiegają od prawdy. Gdy zaś przekazywane są dalej przez dziennikarzy prasy, radia i telewizji, społeczeństwo przyjmuje je jako prawdziwe i nie budzące najmniejszych wątpliwości.

Systemem dezinformacji społeczeństw o bardzo wysokim stopniu zakamuflowania jest okłamywanie ludzi za pośrednictwem prawdy. Mianowicie w zorganizowanym systemie kłamstwa tak się przygotowuje prawdę, tzn. poddaje się ją takiemu zmanipulowaniu, że służy ona kłamstwu. W takiej sytuacji, nawet gdy niektóre części składowe wielkiej maszyny dezinformacji są prawdziwe, to jednak całość wykazuje charakter zakłamania. Wtedy też w momencie ujawnienia się kłamstwa każda prawda wykorzystana w systemie manipulacji staje się wysoce podejrzana.

Niezwykle trudnym do wykrycia systemem dezinformacji społeczeństwa jest szum informacyjny. Zjawisko to jest ściśle związane z przekazem informacji. Ów system bazuje na fakcie, iż w procesie przesyłania informacji od źródła do odbiorcy pojawia się wpływ różnorodnych czynników ubocznych, które to przesyłanie utrudniają, a nawet je uniemożliwiają. Dziś mówi się nawet o nieuchronności tych czynników. Jednak szum informacyjny mający znamię propagandowe jest ściśle obmyślany i reżyserowany przez profesjonalistów. Dlatego w tym celu, aby informacja została zniekształcona w drodze do adresata albo aby doń nie dotarła, podejmuje się rozmyślne działania. Stosowana na tym polu manipulacja pośrednio tylko odnosi się do treści informacyjnych, przesyłanych za pośrednictwem mass mediów. Jej zadaniem bezpośrednim jest odpowiednie operowanie czynnikami, które zniekształcają informację albo nie dopuszczają jej do adresata. Dzieje się tak gdy np. w tym samym czasie nakładają się w wyniku rozmyślnych działań przeróżne, często przeciwstawne sobie informacje. Natłok tych nieraz sprzecznych informacji sprawia, że odbiorca nie jest w stanie ich zasymilować, a nawet zrozumieć. Bywa również i tak, że łącznie z informacją, na którą odbiorca czeka, przekazuje się treść, która wykazuje znamię antyinformacji, mającej za cel zneutralizowanie wiadomości oczekiwanej przez adresatów<sup>29</sup>.

Dezinformacja jest jednym z największych współczesnych zagrożeń zarówno dla całych społeczności, jak i jednostek. Analitycy ośrodka The Policy Horizons Canada opracowali dla kanadyjskiego rządu raport, w którym zwracają uwagę na 35 najpoważniejszych zagrożeń, z jakimi przyjdzie się zmagać w najbliższej

<sup>29</sup> Tamże, s. 88-94.

przyszłości. Eksperci uporządkowali zagrożenia według prawdopodobieństwa ich wystąpienia. Są wśród nich zjawiska lokalne, charakterystyczne dla Kanady, jednak zdecydowaną większość stanowią takie, których zasięg jest globalny. Wśród najbardziej prawdopodobnych zjawisk wyróżniono powszechny zanik rozróżniania prawdy i fałszu. Oprócz tego wyróżniono: utratę bioróżnorodności, przeciążenie systemów reagowania na zagrożenie, załamanie się infrastruktury krytycznej na skutek cyberataków, przejęcie rządów na świecie przez wąską grupę miliarderów, utratę kontroli nad rozwojem sztucznej inteligencji, ograniczony dostęp do surowców, załamanie systemów opieki zdrowotnej, ograniczenie mobilności na masową skalę czy kryzys systemu demokratycznego. I o ile trudno doszukiwać się zależności między upadkiem demokracji a bioróżnorodnością, o tyle już zacieranie zdolności do odróżniania prawdy od fikcji może być początkiem prawdziwej lawiny niekontrolowanych zdarzeń i potężnych kryzysów w wielu przestrzeniach życia społecznego. Regularnie przecież do powszechnego obiegu informacji trafiają newsy częściowo nieprawdziwe lub – po prostu – kłamstwa. Ich rozprzestrzenianie jest znacznie prostsze niż było jeszcze 20 lat temu, głównie dzięki popularności sieci społecznościowych i obecnych w nich mechanizmów udostępniania. Ponadto media społecznościowe funkcjonują na podstawie algorytmów, dzięki którym wyświetlają nam treść, która w jakimś stopniu znajduje się w obszarze naszych zainteresowań. Dzięki temu mechanizmowi znacznie łatwiej przykuć naszą uwagę, krótszy też jest czas reakcji na zauważoną treść, bo działamy intuicyjnie i emocjonalnie. A jeśli informacja jest zbieżna z naszymi poglądami czy obawami, wtedy łatwiej o udostępnienie odruchowe<sup>30</sup>.

### 3.2. System kreowania wroga

Mass media zdolne są do wykreowania nowej rzeczywistości. Jednym z ważnych elementów propagandy politycznej oraz ideologicznej jest „kreowanie wroga”. Musi więc istnieć zawsze jakiś kozioł ofiarny, np. wróg wolności, postępu, otwarcia się na Europę. Takim elementem był w czasach totalitaryzmu komunistycznego: „kułak” (zamożny rolnik), „bandyta” (żołnierz AK), „wróg ludu” (arystokrata, inteligent), „czarny reakcjonista” (ksiądz katolicki). W propagandzie komunistycznej element wroga miał filozoficzną inspirację i podbudowę w marksistowskim postulacie walki klas, stanowiącym ideową i moralną aprobatę dla nienawiści do człowieka i wybranej grupy ludzi. W nowej propagandzie antykościelnej, której początek zbiega się z transformacją ustrojową w Polsce w 1989 r. występuje również element wroga w odniesieniu do Kościoła katolickiego i to w postaci bardziej zakamuflowanej niż w okresie poprzednim. Chytrą ujmowania tego problemu polega m.in. na tym, że nie mówi się publicznie i wprost, iż Kościół jest złem sam w sobie. Natomiast eksponuje się jego rzekomo negatywny stosunek do państwa, społeczeństwa, jednostki, mniejszości wyznaniowych,

<sup>30</sup> Zob. W. Teister, *Jak niszczy nas dezinformacja*, „Gość Niedzielny” 2024, nr 23, s. 54-55.

kobiety-matki, postępu, nowoczesności, reform, pochodzu do Europy itp. Treści tego rodzaju przekazywane są społeczeństwu przez odpowiednie działania manipulatorskie, np. stosując technikę autorytetu przeniesionego, które celowo fałszują obraz Kościoła. W następstwie tych działań powstała sytuacja wręcz paradoksalna: oto w pierwszych latach po ustąpieniu totalitaryzmu komunistycznego więcej społeczeństwo w Polsce straszono Kościołem niż komunizmem. Był to niewątpliwie jeden z najważniejszych rezultatów manipulatorskiego kreowania Kościoła na nowego „wroga” i widoczny efekt technologii kłamstwa. Należy jeszcze podkreślić, że przy obecnych technikach manipulowania społeczeństwem posługiwanie się elementem „wroga” jest wręcz niebezpiecznym szaleństwem, prowadzi bowiem do aktów nienawiści, agresji i chaosu społecznego<sup>31</sup>.

### 3.3. Zatrucie informacyjne

Jest to system manipulacji o wyjątkowym stopniu szkodliwości. Z natury odnosi się bowiem do hierarchii wartości. Na obszarze, który staje się terenem wojny z chrześcijaństwem, zatrucie informacyjne idzie w wielorakich kierunkach. Np. przez manewr podmiiany stereotypu usiłuje się złaicyzować terminologię chrześcijańską w obrębie wartości chrześcijańskich. I tak w miejsce „miłości bliźniego” puszca się w obieg społeczny i promuje takie terminy-stereotypy jak „tolerancja”, „dialog” czy „solidarność ludzka”. Mówiąc o państwie przyszłości media w Polsce przygotowują społeczeństwo do pełnego zaakceptowania wizji państwa „neutralnego światopoglądowo”, w którym nie przewiduje się należnego miejsca dla sprawdzonych i powszechnie cenionych wartości chrześcijańskich.

W odniesieniu do świata wartości stosuje się także technikę perswazji ukrytej. Polega ona na tym, że nową hierarchię wartości przedstawia się publicznie jako porządek wręcz oczywisty i aprobowany przez większość społeczeństwa. W następstwie tego negatywny stosunek jednostki do nowej propozycji oceniany jest jako niepostępowy i przestarzały, a więc kompromitujący daną osobę albo instytucję. Inną techniką manipulacji stosowaną w ramach zatrucia informacyjnego jest lekceważenie i ośmieszanie wartości chrześcijańskich czy też wprowadzanie negatywnych emocji.

Równoległe z ośmieszaniem wartości chrześcijańskich wprowadza się do obiegu społecznego antywartości. Są one prezentowane w sposób atrakcyjny i z dużą dozą sugestywności. W manipulatorskim systemie zatrucia informacyjnego stosuje się technikę działania pośredniego, gdy np. w niektórych mass mediach wychwalane są pewne sekty i ruchy parareligijne. Antywartości są tak zmyślnie „wrzucane” do świadomości ludzi, że tylko nieliczni z nich zdają sobie sprawę z faktu, że w życiu społecznym w Polsce funkcjonuje już od dawna cała plejada antywartości.

<sup>31</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, s. 94-100.

Skomplikowany i niezwykle trudny do wykrycia system manipulowania w dziedzinie wartości oparty jest w dużej mierze na fali transformacji w Polsce. W tym kontekście jednym z „chwytów” manipulatorskich jest usprawiedliwienie upowszechniania pornografii nowo powstałym systemem kapitalistycznym. Publicznie ukazuje się to zjawisko także jako nieodłączny atrybut kapitalizmu. Znamiona systemu manipulowania nosi w sobie także bardzo rozległa akcja polegająca na propagowaniu nowych wartości za pośrednictwem autorytetów znanych intelektualistów. Stosuje się wtedy m.in. manipulatorską technikę autorytetu przeniesionego. Manipulowanemu społeczeństwu sugeruje się, że za nową wartością „postępową” i „europejską” obstaje wielu „najwybitniejszych intelektualistów”. Jednakże analiza biografii tych ludzi i rzeczywista ich działalność dowodzą często, że zasada kompetencji jest tam całkowicie zawieszona, natomiast uruchomione zostały mechanizmy manipulowania.

Jednym z niebezpiecznych skutków manipulacji na obszarze wartości jest postawa relatywizmu moralnego. Trzeba bowiem stwierdzić, iż jeżeli ktoś atakuje w sposób nieuczciwy wartości chrześcijańskie, ośmieszając je czy publicznie wyrażając wobec nich pogardę, atakuje wtedy przekaz wiary i jego podstawy<sup>32</sup>. Wobec faktu publicznego postępowania i lekceważenia wartości chrześcijańskich zajął stanowisko papież Jan Paweł II w czasie krótkiego pobytu w Polsce 20 maja 1995 r. Tak powiedział na ten temat w Skoczowie: „Pod hasłami tolerancji w życiu publicznym i w środkach masowego przekazu szerzy się nieraz wielka, może coraz większa nietolerancja. Odczuwają to także ludzie wierzący. Zauważa się tendencję do spychania ich na margines życia społecznego, ośmieszają się i wyszydza to, co dla nich stanowi nieraz największą świętość”<sup>33</sup>.

### 3.4. System S-M-S

System S-M-S opiera się na odpowiednio dozowanej eskalacji sensacji, muzyki i seksu. Te trzy pola aktywności ludzkiej są w tym systemie obszarami obmyślanej manipulacji, która odwołuje się do aktualnych potrzeb i oczekiwań ze strony społeczeństwa, albo pewnych jego grup, a także wzbudza je i wyzwała. Czynnikiem wspierającym w znacznym stopniu te działania jest natrętna reklama, która przez sugestywne propozycje na rynku książki, filmu, nagrań muzycznych i pornografii podsycza apetyty potencjalnych nabywców. System ten jest wyjątkowo skuteczny, gdyż adresowany jest głównie w stronę młodego pokolenia, które charakteryzuje się brakiem krytycyzmu.

Trzy elementy stanowiące trzon systemu S-M-S zdolne są poruszyć całego człowieka, gdy uwzględniają odpowiednie zasady propagandy. Sensacja wykazuje wielorakie oblicza i wtedy łatwiej jest utrafić w odpowiednie „gusty” czytelnika, radiosłuchacza i telewizora. Opis faktu jest wtedy odpowiednio spreparowany

<sup>32</sup> Tamże, s. 100-109.

<sup>33</sup> Jan Paweł II, *Pielgrzymki do Ojczyzny. Przemówienia i homilie*, Kraków 2005, s. 845.

i opatrzony pikantną otoczką sensacji, aby wywierał jak najgłębsze wrażenie u odbiorców. Na sensację składają się oprócz zaskoczenia również elementy grozy, przemocy, walki i agresji. Jest ona obecna w wielu formach komunikowania masowego: w filmie kryminalnym, w reportażu telewizyjnym, w ulotkach z kampanii wyborczej (o kontrkandydacie), w książce demaskatorskiej. Zmieniają się formy przekazu sensacyjnego i jego treści, natomiast lawina sensacji przelewa się przez niemal wszystkie mass media, urabiając odpowiednio opinie, zapatrywania, a nawet postawy ich odbiorców. Odpowiednio spreparowana i nagłośniona sensacja demaskuje, ośmiesza, kompromituje, budzi u adresatów niechęci, uprzedzenia, a nawet nienawiść. Jednym osobom odbiera głosy wyborcze, innym ich przysparza; jednym rujnuje karierę polityczną, a drugich kreuje na popularnych polityków. Jest więc sensacja liczącym się instrumentem zarówno w polityce, jak i w samych systemach manipulowania społeczeństwem.

Sensację uzupełnia i wspiera muzyka, tym bardziej że zajmuje ona znaczną część czasu radiowego i telewizyjnego. Coraz częściej zawiera ona treści natury ideologicznej, antykościelnej, a nawet antykatolickiej. Ewidentnym przykładem ilustrującym tę opinię jest amerykański kanał funkcjonujący całą dobę Music Television. Mówi się o MTV, że jego wpływ jest bliski stanowi halucynacji, a za pośrednictwem muzyki i obrazu w sposób perfekcyjny kreuje iluzję i proponuje skutecznie wzory zachowań antyreligijnych (zachęta do apostazji, satanizmu, zboczenia seksualnego itp.). Przeżywanie pewnych rodzajów muzyki wiąże się z takimi aktami, jak rytualna przemoc, ekstaza, prowokacja seksualna, ataki hysterii lub otępienia, znaki miłości i nienawiści. Wywiera to głęboki wpływ na osobowość młodego człowieka, zwłaszcza gdy niesie w sobie przesłanie ideowe i polityczne, które producent skrycie zapisuje na płycie czy taśmie magnetofonowej, aby wpływać na podświadomość odbiorcy.

W omawianym systemie manipulacji społeczeństwem szczególną rolę odgrywa seks. Manipulacja za pośrednictwem seksu przebiega różnymi kanałami. Dzieje się tak dlatego, że seks jest tą aktywnością człowieka, w której z natury przebiega zawsze jakiś proces komunikowania. W stosunkach interpersonalnych jest wiele form wzajemnego komunikowania sobie różnorodnych treści na tym obszarze przeżyć, np. słownictwo erotyczne, dowcipy, gesty, operowanie publikacjami pornograficznymi itp. Działania te, gdy są obecne w mediach, stają się zwielokrotnione w swoim wpływie na masy ludzkie. Element seksu w systemie manipulowania społeczeństwem funkcjonuje w formach mocno zakamuflowanych, np. w tzw. edukacji seksualnej, w działalności niektórych kręgów feministek, w walce o uznanie związków homoseksualnych różnych orientacji, w polityce antynatalistycznej, w ośmieszaniu katolickiej etyki seksualnej, w propagowaniu aborcji na żądanie i antykoncepcji. Ponadto takie działania manipulatorskie, jak banalizowanie płciowości, wyśmiewanie czystości i wierności w miłości, głoszenie permissywizmu w „wychowaniu” seksualnym i w związkach małżeńskich, powodują w świadomości młodych ludzi wyjątkowy chaos pojęć

i wartości. Szczególnie skuteczna w manipulowaniu społeczeństwem jest pornografia. Żerując na słabościach zwłaszcza młodych ludzi dokonuje ona daleko idącego zafałszowania obrazu człowieka. Ponadto wulgaryzuje i dehumanizuje seksualizm ludzki, czyniąc człowieka niezdolnym do podjęcia bezinteresownej, wiernej i odpowiedzialnej miłości do wybranej osoby. Inną formą manipulowania ludźmi za pośrednictwem elementu seksu są tzw. gry erotyczne funkcjonujące za pośrednictwem komputera. Dziś można już mówić o całych sieciach komputerowych, które stają się operatywnymi kanałami prowadzącymi do uprawiania seksu. Seks jako element manipulowania masami stanowi zatem potężne imperium zmierzające do skutecznego zniewolenia człowieka. Jeżeli jest „upiększony” odpowiednią muzyką i wzmocniony sensacją, może stanowić niezwykle skuteczny system w planowym sterowaniu jednostką i społeczeństwem<sup>34</sup>.

\* \* \*

We współczesnym społeczeństwie wszechobecność środków masowego przekazu sprawia, że człowiek znajduje się pod wpływem nieustannego ich oddziaływania. Nasz sposób postrzegania rzeczywistości, a także indywidualne postawy i potrzeby w dużym stopniu wyznaczone i kreowane są przez wzorce proponowane, a często narzucane przez media. W obliczu takiego wpływu odbiorcom niejednokrotnie trudno jest zorientować się w zalewającym potoku informacji, odróżnić prawdę od fałszu oraz obiektywnie zinterpretować i ocenić uzyskiwane informacje.

Najbardziej podatne na manipulację są osoby odbierające przekaz w sposób bierny i bezkrytyczny. Dlatego należy kształtować w odbiorcach krytycyzm i świadomość tego, że niektórzy nadawcy konstruują komunikaty w taki sposób, aby skutecznie wpływać na potrzeby, upodobania, zainteresowania, poglądy i wybory odbiorców. Stanowi to zwłaszcza duże wyzwanie dla rodziców, wychowawców i całego systemu oświaty, albowiem im szerszy jest zakres wiedzy młodego człowieka na temat manipulacji, tym łatwiej przyjdzie mu zidentyfikować tego typu działania. Ogromny wpływ na kształtowanie opinii publicznej mają dziennikarze, dlatego też powinni oni za podstawowy standard obowiązków wynikających ze swojej pracy przestrzegać zasad etyki wyznaczającej normy i zasady uczciwego postępowania<sup>35</sup>.

Propaganda i manipulacja stały się integralną częścią współczesnego systemu medialnego. W tym kontekście można podać kilka zasad weryfikacji informacji. Pierwszą i najważniejszą jest niedowierzanie własnym emocjom. Większość z nas w pierwszym odruchu kieruje się właśnie emocjami i bardzo często ten mechanizm jest wykorzystywany przy tworzeniu zamierzonych, fałszywych wiadomości. Drugim ważnym krokiem jest potwierdzanie istotnych informacji w kilku

<sup>34</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, s. 110-120.

<sup>35</sup> Por. M. Klimek, *Manipulacja w mediach*, s. 58n.



niezależnych źródłach. Przy czym warto np. pamiętać, że dwoje znajomych z Facebooka to ciągle jedno źródło informacji – sieć społecznościowa. Trzecia zasada to ograniczone zaufanie do wiadomości rozpowszechnianych właśnie w social mediach. Czwartym krokiem jest ograniczone zaufanie do rekomendacji typu „zaufane źródło”. Piąta zasada to: szukaj informacji również w źródłach, które niekoniecznie reprezentują poglądy zbieżne z twoimi. Konfrontuj różne źródła i wypowiedzi ekspertów, zwłaszcza w przypadku tych ostatnich warto sprawdzić czy faktycznie istnieją i czy są faktycznie ekspertami z danej dziedziny wiedzy<sup>36</sup>. W świecie, w którym za jednym kliknięciem możemy mieć dostęp do gigantycznych zasobów treści, powinniśmy wiedzieć, gdzie i jak szukać potrzebnej wiedzy i w jaki sposób ją weryfikować. Równocześnie samemu warto podnosić swoje kompetencje w zakresie rozróżniania tego, które informacje są prawdziwe, a które pozwolą nami manipulować.

## BIBLIOGRAFIA

- Biela B., *Typy i mechanizmy manipulacji w mediach*, „Studia Pastoralne” 12 (2016), s. 286-311.
- Budzik S., *Internet i rzeczywistość wirtualna*, w: *Sacrum i kultura*, red. R. Rubinkiewicz, S. Zięba, Lublin 2000, s. 307-313.
- Chudy W., *Kłamstwo jako korupcja antropologiczna*, „Ethos” 1 (1992), s. 88-96.
- Czarnocki A. (red.), *XVIII Międzynarodowy Kongres Rodziny*, Warszawa 1994.
- Dziewiecki M., *Manipulacja – kłamstwo zorganizowane*, <http://www.fronda.pl/a/manipulacje-w-mediach-i-jej-konsekwencje-dla-czlowieka,67235.html> [dostęp: 25.05.2016].
- Helman A., *Niebezpieczna gwałtowność czy niebezpieczne kłamstwo*, „Film” 34 (1972), s. 7.
- Jan Paweł II, *Pielgrzymki do Ojczyzny. Przemówienia i homilie*, Kraków 2005.
- Klimek M., *Manipulacja w mediach*, w: *Prawda w mediach*, red. M. Rewewra, Tychy 2008, s. 53.
- Kozłowska A., *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006.
- Kuśmierski S., *Świadomość społeczna, opinia publiczna, propaganda*, Warszawa 1987.
- Lepa A., *Manipulowanie człowiekiem jako problem współczesnej pedagogii*, „Ethos” 1 (1992), s. 77-87.
- Lepa A., *Mity i obrazy*, Łódź 2001.
- Lepa A., *O postawie selektywnego odbioru mediów*, „Pedagogia Christiana” 2 (2007), s. 101-112.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2003.

<sup>36</sup> Por. W. Teister, *Jak niszczy nas dezinformacja*, s. 55.

- Lepa A., *Świat manipulacji*, Częstochowa 2013.
- Lepa A., *Telewizja w rodzinie*, Częstochowa 2008.
- Lepa A., *Uwięzienie słowa czy ekspansja obrazu?*, „Ethos” 4 (1993), s. 20-35.
- Łęcicki G., *Kościół a media*, w: *Media w duszpasterstwie*, red. M. Przybysz, T. Wielebski, Warszawa 2014, s. 117-172.
- Medved M., *Hollywood przeciwko młodym*, w: *XVIII Międzynarodowy Kongres Rodziny*, red. A. Czarnocki, Warszawa 1994, s. 162-168.
- Nowakowski P.T., *Fast food dla mózgu, czyli telewizja i okolice*, Tychy 2002.
- Popularna encyklopedia mass mediów*, red. J. Skrzypczak, Poznań 1999.
- Prawda w mediach*, red. M. Rewera, Tychy 2008.
- Przybysz, M., Wielebski, T. (red.), *Media w duszpasterstwie*, Warszawa 2014.
- Rewera M., *Bibliografia wybranych polskich artykułów odnoszących się do zjawiska obiektywności przekazów medialnych*, w: *Prawda w mediach*, Tychy 2008, s. 83-93.
- Rotkiewicz H., *Pedagogiczne aspekty teorii środków masowego przekazu Marshalla McLuhana*, Wrocław 1983.
- Sacrum i kultura*, red. R. Rubinkiewicz, S. Zięba, Lublin 2000.
- Schiller H.I., *Sternicy świadomości*, Kraków 1976.
- Teister W., *Jak niszczy nas dezinformacja*, „Gość Niedzielny” 23 (2024), s. 54-55.