

Nieuchwytne pojęcie manipulacji

Aleksy Awdiejew, Grażyna Habrajka

Do napisania tego tekstu zainspirowała nas książeczka „Manipulacja”, stanowiąca zapis dyskusji, odbywających się w sopockim Klubie Atelier. W dyskusjach tych uczestniczyli zajmujący się problematyką manipulacji znakomici polscy psycholodzy: Wiesław Łukaszewski, Dariusz Doliński, Tomasz Maruszewski i Rafał Ohme. W rozmowach tych poruszono najbardziej istotne kwestie dotyczące procesu manipulacji, nie wyjaśniły one jednak do końca jej złożonej natury. Nasz tekst również nie pretenduje do wyczerpującego opisu mechanizmu manipulacji, rozwija jednak te zagadnienia, które były omawiane w trakcie dyskusji i które uważamy za najbardziej istotne.

Trudności w ustaleniu, czym jest manipulacja wynikają z niezaprzeczalnego faktu, że każda komunikacja, której celem jest wywarcie wpływu na odbiorców, jest w pewnym sensie komunikacją manipulującą, ponieważ jakkolwiek wpływ ogranicza wolny wybór odbiorcy i zawsze ma charakter subiektywny. Można zatem powiedzieć, że każda perswazja, niezależnie od tego, czy jest prowadzona w dobrej czy złej wierze nadawcy, ma charakter manipulacyjny. Ponieważ samo pojęcie manipulacji jest odbierane w języku polskim jako pojęcie destrukcyjne, negatywne, zatem można ograniczyć użycie tego terminu tylko do takich procesów perswazyjnych, które zmuszają odbiorców do niekorzystnych dla nich wyborów. Ponieważ sam wynik manipulacji przejawia się już po fakcie działania komunikacyjnego, można wyodrębnić jeszcze jeden warunek tego procesu – nieświadomość manipulowanego. Te dwa komponenty manipulacji: wymuszenie niekorzystnego wyboru i nieświadomość manipulowanego nie wyczerpują, rzecz jasna, całej złożoności tego działania komunikacyjnego.

Manipulacja jest zdolnością nabytą przez ustawiczną komunikację ludzi w określonych warunkach społecznych, a jej celem jest osiągnięcie zamierzonych korzyści, czyli powstawanie sytuacji sprzyjających manipulantom. Przekonanie o tym, co jest dobre, a co jest złe, powstaje w wyobraźni uczestników komunikacji w wyniku socjalizacji – długotrwałego procesu przysposabiania jednostki do życia w danym społeczeństwie.

Człowiek nie jest nieomylny i dość często dąży do tego, co jemu wydaje się korzystne, stosując manipulację wobec innych, by spowodować powstanie wyobrażonej przez siebie sytuacji, która w istocie może okazać się niekorzystną, czy wręcz szkodliwą dla manipulującego i ofiar jego manipulacji.

Z drugiej strony, manipulacja może mieć charakter obronny, człowiek ma prawo, stosując ją, bronić się przed możliwym zagrożeniem, zmuszając innych do korzystnych dla niego wyborów. Podstawowym warunkiem współistnienia ludzi w społeczeństwie jest zasada kooperacji sformułowana przez H.P. Grice'a, gdzie autor wyodrębnił podstawowe postulaty (maksymy) skutecznej komunikacji międzyludzkiej, dążącej do wspólnej korzyści. Są to maksymy jakości: bądź szczerzy, mów prawdę, ilości: uczyn swoją wypowiedź na tyle informatywną, na ile jest to potrzebne do realizacji aktualnego celu komunikacyjnego, relewancji: mów na temat, unikaj niejasności itd. (Grice 1975). G. Leech dodaje do tych maksym zasadę grzeczności i taktu, czyli takie wymagania sposobu komunikowania się, które uniemożliwiają degradację interlokutorów (Leech 1983). Łatwo zauważyć, że te postulaty, dążące do idealnego modelu komunikacji, nie są możliwe do utrzymania w naszym codziennym życiu, a ich naruszenie doprowadza do konfliktów, niepowodzeń komunikacyjnych, ale także otwiera szerokie pole do manipulacji. Zasada kooperacji międzyludzkiej zakłada istnienie w społeczeństwie przejawów empatii, rozumienia i tolerancji, a co za tym idzie, pozwala na stosowanie wobec nas manipulacji, której celem jest osiągnięcie korzyści także przez innych. Jesteśmy otoczeni różnorodnymi przejawami manipulacji od działania pojedynczych żebraków i naciągaczy po dobrze zorganizowane instytucje, wywierające wpływ na świadomość społeczną (agencje reklamowe, media propagujące różne opcje polityczne, kościół, show biznes itd.). W tym kontekście trudno określić czy manipulacje stosowane przez wszystkie te instytucje i skierowane do

różnych grup odbiorców, mają charakter dla nich niekorzystny. Można przypuszczać, że dla niektórych z nich te działania komunikacyjne nie muszą mieć charakteru manipulacyjnego, bo po pierwsze mogą ich nie dotyczyć, a po drugie mogą przynieść im rzeczywistą korzyść.

Z tego punktu widzenia nieuchwytny procesy manipulacyjne można określić jako naruszenie ogólnej zasady kooperacji. Inaczej mówiąc, chociaż jak powiedzieliśmy wcześniej, każda perswazja ma charakter manipulacyjny, ponieważ doprowadza do subiektywnego wyboru, **właściwą manipulacją** będziemy nazywać takie działania komunikacyjne, które nie uwzględnia korzyści odbiorcy, nie eksponuje właściwego celu nadawcy, czyli narusza podstawową zasadę kooperacji i ma charakter jednostronny. Manipulacją właściwą nie jest zatem taka perswazja, kiedy partnerzy komunikacyjni świadomie dążą do wzajemnych korzyści, rozwiązując problemy lub określając wybory działania i kiedy to działanie komunikacyjne ma charakter obustronny. Ta ogólna definicja manipulacji wymaga uzupełnień, które powinny iść w dwóch kierunkach: opisanie warunków społecznych, w których zazwyczaj następuje manipulacja oraz opisanie typowych chwytów manipulacyjnych, obserwowanych w toku komunikacji perswazyjnej.

Każdy człowiek ma prawo do samoobrony przed manipulacją i dlatego musi nauczyć się rozpoznawania w życiu codziennym typowych sytuacji manipulacyjnych oraz typowych chwytów, które charakteryzują takie działania perswazyjne. Manipulację rozpoznajemy dopiero po jej zaistnieniu, dlatego musimy się nauczyć przewidywania takiego działania komunikacyjnego, czyli wypracowania w swojej świadomości stosunku ostrożnego sceptycyzmu w sytuacjach manipulacyjnych. Ostrożny sceptycyzm jest w tym przypadku uzasadniony, ponieważ na mocy zasady kooperacji nie możemy bezkrytycznie odrzucać wszystkich działań perswazyjnych skierowanych do nas, lecz wyjaśnić właściwy cel tych działań i podjąć współpracę z perswadorem. Może się okazać, że działa on dla wspólnego dobra i rezygnacja ze współpracy byłaby dla nas niekorzystna. Natomiast każda niekorzystna dla nas manipulacja, uświadomiona po fakcie, powinna być przestrożą i budować nasze doświadczenie komunikacyjne. Mamy również prawo, a nawet obowiązek uświadamiania innych, którzy podlegają manipulacjom, wskazując na niekorzystne dla nich skutki tego działania oraz na nadużycia komunikacyjne, które przy tym występują. Powinniśmy też nieść pomoc ofiarom manipulacji, w formie odpowiedniej do naszych możliwości.

W procesie komunikacji społecznej każdy jej uczestnik musi zdawać sobie sprawę z aksjologicznej orientacji tego, który stosuje perswazję (perswadora), z jego postaw i celów. Pozwala to przewidzieć jego działania manipulacyjne wobec grup społecznych podatnych na nie. Pojęcie interesu narodowego jest trudne do określenia, można jednak ustalić, jakie działania propagandowe są niekorzystne dla określonych grup społecznych, albo dążą do osiągnięcia egoistycznych celów pewnych ugrupowań politycznych czy ich przywódców. Ułatwia to organizowanie działań kontrpropagandowych, które wykrywają manipulację i przywracają równowagę opcji politycznych, konkurujących w społeczeństwie demokratycznym. Trzeba więc pamiętać, że w społeczeństwie odrębny interes każdego z nas musi wiązać się nie tylko z interesem grupy społecznej, do której należymy, ale także uwzględniać interesy innych grup społecznych, z którymi mamy obowiązek kooperować, jeśli chcemy osiągnąć harmonię współżycia społecznego. Nie można więc uznać za normalny stosunek między różnymi opcjami politycznymi, kiedy każda z nich mówi: „my perswadujemy, oni manipulują”. Mamy obowiązek moralny zaprzestać działań konfrontacyjnych, dzielących społeczeństwa na MY i ONI i rozpocząć szczerą debatę publiczną, dążącą do ustalenia wspólnych, korzystnych dla wszystkich celów. Wzmoczona podejrzliwość w stosunku do innych opcji politycznych, usztywnia własną postawę ideologiczną i może spowodować podatność na manipulację, ponieważ utrudnia uwzględnianie racji oponentów, a tym samym ułatwia wykorzystanie tej sztywnej postawy ideologicznej przez rozmaitych manipulatorów. Musimy uświadomić sobie fakt, że istnieją inni, którzy myślą inaczej niż my i mają do tego prawo. To, co uważamy za słuszne i niepodważalne, dla innych może nie być takie niepodważalne, nie należy więc każdej perswazji, która nie odpowiada naszym poglądom, uznawać za manipulację. Łatwo jest współżyć z ludźmi, którzy mają poglądy zbliżone do naszych, mamy jednak obowiązek społeczny współżyć z ludźmi o innych poglądach i rozumieć ich.

Możliwość samodzielnego podejmowania decyzji, niezależnie od opinii innych, daje fałszywe poczucie pewności. Prawdziwą pewność osiągamy tylko wtedy, kiedy mamy przekonanie, że nasze działania nie wyrządzają szkody innym. Bardzo często, żeby usprawiedliwić swoje niekorzystne dla innych działania, człowiek ulega samomanipulacji, która też zasługuje na uwagę. Samomanipulacja polega zazwyczaj na przypisywaniu sobie nieadekwatnej roli ofiary lub dobroczyńcy, albo samousprawiedliwienia, polegającego na pomniejszeniu niekorzystnych skutków swego działania. Celem samomanipulacji często jest też uzasadnienie swego już dokonanego działania, co do którego człowiek nie miał pewności, czy powinien je wykonać. Wówczas żeby uniknąć dysonansu poznawczego (sprzeczności z tym, co dyskwalifikuje jego wybór), człowiek zbiera dowody na potwierdzenie słuszności swego postępowania i odrzuca wszystkie sygnały, które tej słuszności przeczą.

Manipulacja w komunikacji społecznej może mieć charakter doraźny, jednostkowy, płytki, jeśli dotyczy odrębnego wyboru, jednostkowej decyzji odbiorcy. W tym przypadku jest to zazwyczaj działanie z zaskoczenia, kiedy odbiorca działa bezrefleksyjnie i w danej chwili nie uświadamia sobie konsekwencji swego działania. Jest to zazwyczaj wykorzystanie chciwości lub próżności manipulowanego. Typowym przykładem jest zaproponowanie drogiego TELEFONU za złotówkę, co wiąże się później z co miesięcznym płaceniem setek złotych za korzystanie z tego telefonu. Skuteczną obroną przed tego typu manipulacją jest włączenie mechanizmu refleksji, która pozwala przewidzieć możliwe skutki podjętej decyzji.

O wiele trudniej uświadomić sobie skutki manipulacji głębokiej, trwałej, która wywiera na nas wpływ w ciągu całego naszego życia w społeczeństwie. Dotyczy ona różnych stereotypów i przesądów istniejących w naszej świadomości pod wpływem mediów i środowiska społecznego, które w pewnych, decydujących chwilach, mogą doprowadzić do fatalnych konsekwencji społecznych i osobistych. Wystarczy wskazać na istniejące w naszym społeczeństwie przesady, dotyczące stosunku do obcych (rasizm, antysemityzm), przeżytki świadomości patriarchalnej i pozostałości nawyków życia w realnym socjalizmie (mitologia dotycząca państwa opiekuńczego i wszechmocy rządzących). Korzystając z tych fałszywych wyobrażeń, funkcjonujących w naszym społeczeństwie, manipulatorzy z łatwością wpływają na ich nosicieli, osiągając swoje doraźne cele polityczne.

Nieuświadomienie sobie procesów manipulacyjnych wynika z faktu, że dobrze przeprowadzona manipulacja tworzy sytuację, kiedy manipulowany wierzy w to, że sam, niezależnie od wpływów zewnętrznych, podejmuje decyzje. Umiejętność analizowania powodów własnych wyborów i ich skutków nie jest zbyt częsta, ponieważ normalny człowiek preferuje postępowanie bezrefleksyjne. Podatność na manipulację zależy od stopnia asertywności człowieka. Ci, którzy bez trudu odmawiają jakiegokolwiek propozycji lub są nieufni w stosunku do zewnętrznych nacisków, są mniej podatni na manipulację. Nie ma jednak ludzi, którymi nie dałoby się manipulować. Zależy to od sposobów przeprowadzenia manipulacji oraz od życzeniowej orientacji manipulowanych. Istnieją osoby i instytucje, które z racji swej działalności profesjonalnej, są uprawnione do manipulowania ludźmi. Sprzedawca w sklepie, agencja reklamowa, spindoktorzy zatrudniani przez polityków itd. szukają wszelkich możliwości wpływu na odbiorców, by zmusić ich do podjęcia decyzji i działań, na które nie wpadliby samodzielnie. Cały aparat mediów kształtuje w świadomości społeczeństwa obrazy **drugiej rzeczywistości**, czyli pożądanej przez manipulatorów wizji świata, dość często nieodpowiadającej realności, ale ułatwiającej działania określonych partii lub stronnictw politycznych.

W Polsce możliwość manipulacji na arenie politycznej jest nieco osłabiona ze względu na wysoki poziom nieufności społecznej. Jest to wynikiem atmosfery rywalizacji i konfrontacji różnych opcji politycznych, zamiast atmosfery kooperacji, co sprzyja wzrostowi sceptycyzmu odbiorców przekazów propagandowych. Większość Polaków uważa, że ma bardzo mały wpływ na zdarzenia na arenie politycznej. Polacy są również przekonani, że władza świadomie wykorzystuje swoją pozycję dla osiągania własnych korzyści kosztem podatników. To trwałe przekonanie tworzy stały komponent drugiej rzeczywistości. Doświadczenie historyczne uczy Polaków, że władza i administracja dążą do wytworzenia w społeczeństwie cech uległości, podporządkowania się i posłuszeństwa. Ta postawa blokuje możliwości

wzbudzenia w sobie zaufania i do polityków i do władzy, ale paradoksalnie otwiera możliwości manipulacji ze strony różnych opcji politycznych.

Oprócz rozumienia warunków i wiedzy o sytuacjach społecznych, kiedy odbiorca może oczekiwać skierowanych do niego działań manipulacyjnych, musi on jeszcze posiadać umiejętność rozpoznawania rozmaitych chwytów manipulacyjnych, żeby odpowiednio na nie zareagować i zredukować ich wpływ. Wszystkie czynniki umożliwiające manipulację można podzielić na dotyczące predyspozycji psychologicznych człowieka oraz na specyficzne działania komunikacyjne.

Czynniki psychologiczne sprzyjają lub blokują skuteczność przeprowadzonej manipulacji. Najważniejszym takim czynnikiem jest stopień zaufania do manipulatora. Im większe jest to zaufanie, tym łatwiej przeprowadzić działanie manipulacyjne. Nieufność odbiorcy uniemożliwia manipulację. Z kolei stopień zaufania lub nieufności wiąże się ze stosunkiem emocjonalnym odbiorcy do manipulatora. Przeżywanie w stosunku do niego takich uczuć jak sympatia, szacunek, nienawiść, wrogość itd. w sposób zasadniczy wpływa na interpretację jego działań komunikacyjnych. Obserwowana jest prosta korelacja: człowiek, którego lubię i szanuję, nie może działać na moją niekorzyść, człowiek, którego nie lubię i nie szanuję, na pewno chce mnie wykorzystać. Stosunek emocjonalny do potencjalnego manipulatora może oczywiście się zmieniać i przybierać różne odcienie, w zależności od orientacji różnych grup społecznych. Na arenie politycznej zawsze obserwujemy skonstrastowany podział na ulubieńców i potępianych, w zależności od zmieniających się pozycji politycznych. Rzadko bywa, by jakiś polityk wzbudzał zaufanie całego społeczeństwa. Uświadomienie sobie swojego stosunku do określonego polityka, który usiłuje o czymś nas przekonać, może być bardzo pomocne w wykryciu jego właściwych celów perswazji. Analizując jego wypowiedzi „na zimno”, odbiorca łatwiej odróżni normalne działanie perswazyjne od manipulacji.

Drugim ważnym czynnikiem psychologicznym jest stopień zaangażowania odbiorcy w proces perswazji. W swoich dążeniach życzeniowych człowiek może kierować się podstawą racjonalną lub emocjonalną. Zmiany rzeczywistości społeczno-politycznej nie zależą tylko od naszych dobrych chęci, ale także od sprzyjających tym zmianom warunków, które mają charakter obiektywny. Człowiekiem jest łatwiej manipulować i namówić do podjęcia decyzji, które idą w kierunku jego dążeń życzeniowych, niezależnie od stopnia ich racjonalności. W tym przypadku zazwyczaj nie chodzi o uzyskanie korzyści wyobrażonej przez odbiorcę, którą manipulator uznaje za nieosiągalną, lecz do osiągnięcia jakichś innych ukrytych celów. Typowym chwytem manipulacyjnym są tutaj obietnice przedwyborcze, które odpowiadają życzeniom odbiorców, chociaż są obiektywnie niemożliwe do zrealizowania, ale zaakceptowana manipulacja sprzyja rekrutacji odbiorców do potencjalnego elektoratu obiecującego polityka.

Kolejnym chwytem psychologicznym, dość często stosowanym w manipulacji, jest udawanie tożsamości manipulatora z odbiorcami. Formuła „jestem taki sam, jak wy i mam takie same cele życiowe”, przeprowadzona w sposób wiarygodny w procesie perswazji, znacznie zwiększa stopień zaufania do nadawcy, osłabia jego sceptycyzm odbiorcy i ułatwia możliwą manipulację. W sposób podobny oddziałuje na odbiorcę udawanie przez manipulatora emocji negatywnych: lęku, rozpacz, cierpienia itd., gdyż ogólna zasada kooperacji, funkcjonująca w społeczeństwie, zakłada wyrażanie **solidarności uczuć**. Normalnemu człowiekowi nie są obce takie przeżycia jak litość, empatia, współczucie itd. i to jest wykorzystywane przez manipulatorów. Chodzi im o to, by odbiorca utożsamiał się emocjonalnie z nadawcą, co ułatwia obniżenie sceptycyzmu odbiorcy i przeprowadzenie skutecznej manipulacji. Innym sposobem uzyskania efektu solidarności uczuć i osiągnięcia celów manipulacyjnych jest budowanie przez manipulatora uczuciowego zaangażowania w stosunku do obiektu manipulacji. Intensywność emocjonalna, wyrażana w tym przypadku przez nadawcę, jest odbierana przez odbiorcę jako udowodnienie ważności przedstawionego zagadnienia i obniża jego sceptycyzm w procesie akceptacji proponowanych rozwiązań.

Mówiąc o czynnikach sprzyjających manipulacji w procesie komunikacyjnym, musimy podkreślić, że podstawowym celem oddziaływania na odbiorcę jest stworzenie w jego wyobraźni sytuacji, która mogłaby

uformować jego postawę w stosunku do określonego obiektu perswazji i ułatwić osiągnięcie przez manipulatora jego ukrytych celów. Jednym z podstawowych chwytów komunikacyjnych, mających charakter manipulacyjny, jest specyficzne działanie informacyjne, które pozbawia odbiorcę dostatecznej wiedzy na temat danego obiektu perswazji i przez to zmienia się jego stosunek do tego obiektu. W kompetencji komunikacyjnej odbiorcy znajdują się odpowiednio wartościowane typowe sytuacje (standardy semantyczne, scenariusze), za pomocą których jest on w stanie wyobrazić sobie i ocenić przedstawioną przez nadawcę rzeczywistość. Na przykład przypisywanie jakiemuś politykowi określonego sposobu zachowania się lub mówienia może spowodować w wyobraźni odbiorcy jego degradację lub apologię. Nie chodzi przy tym o to, czy przedstawione fakty rzeczywiście miały miejsce, lecz o to, by odbiorca uwierzył w ich prawdziwość. Chwyty te często są kwalifikowane jako dezinformacja, tworzenie faktoidów, plotek, domysłów. Dość często manipulator, by później nie odpowiadać prawnie za wypowiedziane oszczerstwa i kłamstwa, stosuje formuły, które wykorzystują styczeńność sensu lub różne odcienie modalności. Nie mówi np. *że x jest przestępcą* lecz, *że x może być przestępcą* lub *znajduje się w kręgu podejrzeń*. Podobnym celom służy również przedstawienie przypadkowych zdarzeń jako typowych i często powtarzających się u danej osoby lub odwrotnie, typowego dla niej i częstego postępowania jako faktów incydentalnych. W tym przypadku zawsze chodzi o manipulację, dążącą do potępienia danej osoby lub do uratowania jej w oczach opinii publicznej, niezależnie od jej rzeczywistej wartości. Na arenie politycznej *image* polityka rzadko odpowiada rzeczywistości i jest swoistą maską, która powstaje w wyniku świadomej manipulacji, dążącej do jego gloryfikacji lub degradacji, w zależności od bieżących potrzeb danego kierunku politycznego.

W tworzeniu wyobrażeń, jakie mają powstać u manipulowanych odbiorców, często wykorzystywane są opisane przez R. Cialdiniego **odruchy społeczne**, polegające na bezrefleksyjnej reakcji ludzi na przyjęte w danym społeczeństwie reguły postępowania. Manipulator często wysuwa na przykład argument **dowodu społecznego**. W tym celu korzysta z formuł typu: *wszyscy tak postępują, taka jest tradycja, tak robili nasi ojcowie* itd., nawiązując do motywów patriotyzmu i tożsamości narodowej. Nie chodzi tu oczywiście o krytykę przyjętych w społeczeństwie i często słusznych zasad postępowania, tylko o takie sytuacje społeczne, kiedy trzymanie się tradycji może służyć jedynie celom propagandowym manipulatorów, a być niekorzystne dla odbiorców. W taki sposób zainteresowani dość często zwalczają jakiegokolwiek korzystne dla społeczeństwa innowacje, pogłębiając zastane zapóźnienia cywilizacyjne. Następnym chwytem z grupy odruchów społecznych jest wykorzystanie **zasady wzajemności**. Zauważono, że każdy człowiek poczuwa się do rewanżu w zamian za oddaną mu przysługę. W manipulacji typowej dla propagandy politycznej, przedstawiciele różnych partii chętnie powołują się na chlubne tradycje swojego ugrupowania politycznego, na jego zasługi dla całego narodu, usiłując tym samym osiągnąć akceptację swych aktualnych działań politycznych, które w istocie mogą być zgubne dla społeczeństwa. Ten sam chwyt stosuje polityk, który podkreśla swe wcześniejsze zasługi. Obiektywna analiza stosunku wcześniejszych zasług do jego aktualnych zamierzeń, w zmieniających się warunkach społecznych, może wykazać niestosowność takiego porównania.

Wykorzystanie zasady **kontrastu** lub **deficytu** wiąże się z narzuconym wyborem czegoś „lepszego” lub w normalnych warunkach „nieosiągalnego”. Manipulacja, mająca na celu dezorientację odbiorcy, polega w pierwszym przypadku na skontrastowaniu dwóch sytuacji w taki sposób, by odbiorca zaakceptował lub odrzucił jedną z nich. W propagandzie politycznej typową formułą jest straszenie tym, że może być jeszcze gorzej lub uwodzenie widokiem pięknej przyszłości (*druga Japonia, druga Irlandia* itd.). Z kolei typowym chwytem zastosowania deficytu w komunikacji publicznej jest informowanie, że przekazywana wiadomość jest *unikalna, wcześniej niedostępna, dopiero co uzyskana* lub nawoływanie odbiorców do *korzystania z okazji, która więcej się może nie powtórzyć*.

Psycholodzy społeczni wskazują na manipulacyjny charakter technik typu „stopa w drzwiach” lub „drzwiami w twarz”. Pierwsza z nich zakłada stopniowe zwiększanie proponowania jakiegoś wyboru od czegoś wymagającego mniejszego wysiłku od odbiorcy do rzeczywistego celu perswazji. Wykorzystany tu zostaje mechanizm konsekwencji w procesie zaangażowania. Na przykład jeśli kogoś udaje się namówić do podpisania listu przeciw zanieczyszczeniu środowiska, to w przyszłości będzie go łatwiej namówić do

uczestnictwa w manifestacji ekologicznej, czego bez poprzedniego ustępstwa nie chciałby zrobić. Odwrotnością tej techniki byłoby zaproponowanie komuś uczestnictwa w manifestacji, a po odmowie poproszenie o podpisanie chociaż listu protestacyjnego. W tych dwóch przypadkach widoczna jest ukryta manipulacja, która doprowadza do osiągnięcia celu założonego przez manipulatorów.

W bezpośrednich debatach medialnych można zauważyć często stosowane **strategie manipulacyjne**, polegające na unikaniu kooperacji komunikacyjnej z oponentami. Wyraża się to w różnych działaniach dialogowych: zmianach lub unikaniu niekorzystnego tematu, blokowaniu aktywności komunikacyjnej interlokutorów, narzuceniu dominacji w dialogu, podważaniu kompetencji oponentów, nieuzasadnione hasłowanie i argumenty *ad personam*, wprowadzenie atmosfery kłótni itd.

W komunikacji społecznej bardzo często występuje argumentacja, czyli udowadnianie swoich racji przez mówiącego. Argumentacja jest procesem naturalnym i wykorzystuje podstawowe, logiczne zdolności człowieka. Ogromną rolę odgrywa ona w dyskursie naukowym, gdzie występuje jako podstawowe narzędzie poznawcze. W dyskursie publicznym taka dyscyplina myślenia naukowego jest często odrzucana i argumentacja służy jako narzędzie manipulacji (Tokarz 2006).

Jednym z dość rozpowszechnionych chwytów manipulacyjnych jest **nieuzasadnione porównanie lub metafora**. Mechanizm tej manipulacji wykorzystuje proces **przeniesienia wartości** z obiektu odniesienia na bazę porównania lub metafory. Jeśli ktoś porównuje jakiegoś polityka do Mussoliniego, postaci historycznej, która w naszej świadomości posiada cały zbiór cech negatywnych, to przenosi ten cały zbiór na sposób wartościowania tego właśnie polityka, uzyskując efekt jego degradacji. Porównując przebieg reform, prowadzonych przez dane ugrupowanie z ruchem żółwia, przenosi się „dynamiczność” tego ruchu na przebieg reform, dyskwalifikując poczynania tego ugrupowania.

Sam język naturalny posiada narzędzia, pozwalające na manipulacje komunikacyjne. Jednym z takich chwytów jest wprowadzenie nieuzasadnionej **tematyzacji**, kiedy w pozycji tematu występuje arbitralne określenie, niekoniecznie akceptowane przez odbiorcę. Jeśli ktoś mówi: *Brak kompetencji x doprowadził do tej tragedii*, to odbiorca nie jest w stanie bezpośrednio odrzucić wyrażenia *brak kompetencji x*, ponieważ występuje ono w domniemanej formule: *mówimy o braku kompetencji x*, a nie w konkretnym wypowiedzeniu. Odbiorca może odrzucić bezpośrednio tylko orzeczenie w tym zdaniu (*doprowadził do tragedii*). Istnieją również w języku jednostki blokujące weryfikację prawdziwości lub słuszności przekazywanej informacji. Są to operatory typu: *przecież, jak wiesz, jak wiadomo* itd. Kiedy odbiorca słyszy wypowiedzi typu: *x przecież nie ma kompetencji, jak wiadomo x nie ma kompetencji* itd., to nadawca jest traktowany jako osoba, która podziela słuszność tych wypowiedzi i ich weryfikacja nie jest potrzebna.

W języku naturalnym na poziomie interakcyjnym, który określa współdziałania nadawcy i odbiorcy, istnieją wypracowane w trakcie komunikacji określone reguły postępowania, które mogą być wykorzystane w celach manipulacyjnych. Łatwo zauważyć, że sam fakt zastosowania pytania zmusza odbiorcę do odpowiedzi, niezależnie od tego, czy ta odpowiedź jest dla niego korzystna, czy nie. Tak po prostu działa mechanizm interakcji. Stosowanie pytań typu: *Czy często pan bije swoją żonę?* stawia odbiorcę w pozycji przegranej. Mówienie komplementów obliguje odbiorcę do rewanżu, pogrożki mogą wywoływać nieuzasadniony lęk, nieproszone rady stawiają odbiorcę w sytuacji podporządkowanej itd. Prośba staje się manipulacją wtedy, gdy powody konieczności wykonania działania przez odbiorcę są fałszywe. Taka niepotrzebna prosiącemu prośba ma ukryty cel podporządkowania sobie odbiorcy. Te wszystkie działania interakcyjne pozwalają manipulatorowi na osiągnięcie ukrytych celów, nie wchodząc w kooperację z odbiorcą.

Przedstawione wyżej typowe sytuacje manipulacyjne i sposoby tego typu działania wymagają uzupełnienia i egzemplifikacji. Celem tego tekstu było tylko nakreślenie, naszym zdaniem, podstawowych problemów tego zjawiska.

Literatura

Awdziejew Aleksy (2004), *Gramatyka interakcji werbalnej*, Kraków

Cialdini Robert B. (2004), *Wywieranie wpływu na ludzi*, Gdańsk

Grice H.P. (1975) Logic and conversation (in:) Cole & Morgan (eds) *Syntax and Semantics 3, Speech Acts*, New York, Academic Press, pp. 41-58

Leech G. (1983) *Principles of Pragmatics*, Longman, London

Łukaszewski Wiesław, Dariusz Doliński, Tomasz Maruszewski i Rafał Ohme (2009) *Manipulacja*, Sopot, Smak Słowa

Tokarz Marek (2006), *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja*, Gdańsk

Tokarz Marek (2008), *Dysonans poznawczy w komunikacji*, (w) *Rozmowy o komunikacji 2: Motywacja psychologiczna i kulturowa w komunikacji*, wyd. Leksem, Łask