

*Katarzyna Baranek*

## WYBORCZA MANIPULACJA PRASOWA – „CZARNY PR”

Czym jest manipulacja? Badacze tego zjawiska i teoretycy w bardzo różny sposób ją definiują, a także przypisują różne role, w zależności od miejsca jej funkcjonowania w społeczeństwie. Jako termin, w tej formie funkcjonuje od niedawna, bo od XVIII w. Wcześniej to pojęcie miało pozytywne konotacje i bardziej kojarzone było z przebiegłością, podstępem, manewrem wojskowym umożliwiającym zwycięstwo. Wraz z rozwojem techniki, manipulowanie odnosiło się do konkretnych czynności związanych z pracą rąk lub zabiegów stosowanych w czasie doświadczeń chemicznych, fizycznych czy mechanicznych. Szczególne przypadki przebiegłości opisane są przez poetów w pieśniach, starożytnych mitach, a w późniejszych okresach w legendach, przypowieściach, wierszach, a nawet bajkach. Dawni twórcy podstępów i charyzmatyczni przywódcy przedstawiani są jako szczególnie inteligentni, sprytni i znający się na sztuce wojennej. Cechą wspólną tych znaczeniowych skojarzeń jest ich pozytywne odniesienie<sup>1</sup>.

Negatywne skojarzenia określenia „manipulacja” pojawiły się wraz z rozwojem społeczeństw, państwowości, doktryn politycznych, czyli w okresie powstania aparatu przymusu i pojawienia się władzy, której rolą jest wymuszenie podporządkowania sobie jednostek i grup społecznych.

Zaistnienie jej było i jest utożsamiane z metodą wywierania wpływu, współlistniejącą z powszechnie stosowaną metodą sterowania społecznego, czyli perswazji, przymusu i przemocy. Pojawienie się tego terminu jest też traktowane jako element towarzyszący powstawaniu nowych koncepcji kontaktów interpersonalnych.

W tym ostatnim przypadku znowu forma znaczeniowa tego słowa nabiera, jak za dawnych czasów, pozytywnych konotacji. Według Fabryce d'Almeida – autora pracy *Manipulacja*,

manipulacja jest przyczyną powstawania wyobrażeń, domysłów i uprzedzeń, które mają związek z pewnymi zachowaniami. Potoczne zaś znaczenie tego wyrazu określa posługiwanie się kimś tak, jakby był przedmiotem, psychiczne podporządkowanie sobie innych [...]<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> F. d'Almeida, *Manipulacja*, Gdańsk 2005, s. 10, 11.

<sup>2</sup> *Ibidem*, s. 7.

Jest to jednak daleko idące uogólnienie, wiele bowiem wskazuje na złożoność zjawisk towarzyszących manipulowaniu. Należy więc się zgodzić z tymi, którzy przypisują temu procesowi dużo szersze znaczenie i uwzględniają jednocześnie jego silne powiązania z teorią i praktyką psychologii społecznej, propagandy, polityki, socjotechniki, komunikacji społecznej, a także ekonomii. W każdym z tych obszarów manipulacja odgrywa inną rolę, w inny sposób oddziałuje na odbiorców i inne spełnia zadania. Warto jednak podkreślić, że na ogół skutki jej funkcjonowania są znaczące i na trwale wpisują się w zachowanie postaw społecznych, zgodnie z zaplanowanym, celowym działaniem manipulatora.

Czy manipulacja jest zjawiskiem powszechnym? Jakich sfer życia społecznego i publicznego dotyczy? Czy jest narzędziem tylko w ręku jednostki, czy także grupy?

Zarówno teoria, jak i praktyka wskazują, że jest to zjawisko powszechne. Należy też podkreślić, że manipulacja jest często świadomie stosowaną formą oddziaływania określonych grup interesu i jednostek na innych w celu podporządkowania sobie tych drugich w sferach: psychicznej (duchowej, ideowej, uczuciowej), a również fizycznej poprzez wywołanie agresji, prowokacji i skandali.

Jest pewne, że z manipulacją stykamy się niemal codziennie i to w wielu obszarach, w których dane jest nam uczestniczyć. Jest skierowana głównie na emocje jednostki lub jej intelekt. Pewnie dlatego postrzegana jest w negatywnym aspekcie, gdyż tak naprawdę nikt nie lubi, gdy odkryte są, wręcz obnażone zostają jego słabości i skłonności oraz te cechy charakteru, które stanowią warunek skutecznego sterowania osobowością<sup>3</sup>.

Potwierdzają to badania i obserwacje odnoszące się do zwykłego życia w rodzinie, funkcjonowania w szkole, w polityce, biznesie, w różnego typu organizacjach politycznych, stowarzyszeniach wyższej użyteczności, a także w kulturze oraz w wyodrębnionych i sformalizowanych strukturach naukowo-badawczych.

Manipulacja stała się częścią życia prywatnego, publicznego i mocno tkwi w realiach każdego społeczeństwa<sup>4</sup>. Przykuwa uwagę i wdziera się do umysłów poprzez prasę, radio, telewizję, Internet, reklamę, która dominuje nie tylko w przekazach medialnych, ale także na plakatach i billboardach. Jest to celowe działanie. Czemu lub komu ma więc służyć i jakie są tego skutki?

Występująca w środkach przekazu manipulacja najczęściej jest postrzegana jako celowe i skryte działanie, przez które narzuca się jednostce lub grupie fałszywy obraz rzeczywistości. Ukrywanie prawdy, niejawni, podstępny, nierzetelny dobór informacji, przy użyciu środków językowych, które mają na celu wywarcie wpływu na nastroje, poglądy, opinie innych ludzi, to typowe praktyki

<sup>3</sup> P. Pawełczyk, *Socjotechniczne aspekty gry politycznej*, Poznań 2003, s. 11.

<sup>4</sup> F. d'Almeida, *op. cit.*, s. 8, 37.

manipulacji. Nieobojętny jest ich wpływ na kształtowanie postaw, kierowanie zachowaniem ludzi w celu osiągnięcia zamierzonych celów i korzyści oraz oddziaływanie na emocje bez wiedzy i woli człowieka<sup>5</sup>.

Szczególne nieetyczność sytuacji ma miejsce wtedy, gdy cele i korzyści, które nadawca zamierza osiągnąć, są obce odbiorcy, niezgodne z jego potrzebami i przynoszące mu szkodę. W tym przypadku mamy do czynienia z dominacją nadawcy nad odbiorcą i skutkami, które stały się przedmiotem badań w komunikowaniu masowym<sup>6</sup>. Najłatwiej jest to zobrazować na przykładzie funkcjonowania sekt religijnych i ich oddziaływania na swoich wiernych. Mechanizm funkcjonowania tych sekciarskich ugrupowań religijnych jest dla wszystkich praktycznie jednakowy. Na czele autorytarnej grupy stoi osoba – guru, który sprawuje niemal całkowitą kontrolę nad resztą. Stosowane są, znane nam ze specyfiki manipulacji, metody oddziaływania na grupę, w celu jej podporządkowania. Są to techniki kontroli: świadomości, informacji, myśli, zachowań, uczuć. Uważam, że bardzo podobne metody znajdujemy w obszarze polityki, a szczególnie w okresie kampanii wyborczych, może nie tak drastyczne jak w sektach, o których wspomniałam wyżej, ale równie podstępne. Aktor sceny politycznej – pretendent do władzy – wykorzystuje brak wiedzy elektoratu w zakresie oceny rzeczywistości pod względem panujących stosunków społecznych, politycznych, gospodarczych oraz interakcji zachodzących pomiędzy grupami i jednostkami w zbiorowości społecznej. Wykorzystuje techniki „rozmiękczenia”, cytuje przypowieści, anegdoty, używa metafor, posługuje się odpowiednim językiem, odwołuje się do przeszłości, ale tylko tej, która w sposób pozytywny kreuje jego wizerunek, gani i pozbawia złudzeń tych, którzy mu przeszkadzają.

To że zjawisko manipulacji jest zwykle źle postrzegane, wielokrotnie już podkreślałam. Przyczyna tych negatywnych konotacji tkwi przede wszystkim w tym, że jawi się ona jako odwrotność przejrzystości oraz że nagminnie wykorzystywane są nieuczciwe środki w procesie uzyskiwania wpływu na odbiorcę. Nadawca zwykle zataja cele manipulacji przed odbiorcą, co w odbiorze społecznym przyjmowane jest jako wartościowanie ujemne<sup>7</sup>.

Sformułowanie „uczciwa manipulacja ludźmi” jest traktowane jako wewnętrznie sprzeczne, ba, wręcz niedopuszczalne, a jednak zjawisko takie może zaistnieć, co potwierdzają badania naukowe. Dotyczy takiego obszaru ludzkiego działania, w którym są realizowane zasady etycznego postępowania, społecznego zaangażowania oraz jednoczenia się w imię dobra ogólnego w celu pozyskania przychylności odbiorcy.

<sup>5</sup> onet.pl.wiem portal wiedzy; J. Zieliński, *Manipulacja w sektach, w mediach, podobieństwo metod*, www.thafac.poznań.pl; M. Karwat, *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 2001. Definicję opracowałam na podstawie tych źródeł, gdyż uważam, że występujące definicje i określenia manipulacji są współzależne od teorii i praktyki dyscypliny naukowej, jaką reprezentuje dany autor.

<sup>6</sup> *Ibidem*.

<sup>7</sup> F. d'Almeida, *op. cit.*, s. 27–31.



Występowanie tego zjawiska, choć niezwykle rzadko, można zaobserwować w kampaniach wyborczych, w których zastosowano jako metodę nacisku perswazję, której skierowanie na wiarygodność uruchamia system społecznego poparcia dla osoby kandydującej do władzy. Wiarygodny oznacza, że jest reprezentatywny i służebny w swoim działaniu. Zyskał akredytację społeczną<sup>8</sup>. Z pewnego rodzaju tak zwaną „czystą manipulacją” mamy do czynienia w procesie nauczania i kształcenia. Oddzielną sferą pozytywnego wpływu manipulacji, choć nie wszyscy teoretycy są tego zdania, jest religia oraz w szerokim pojęciu postrzegane nauczanie Kościoła. Towarzyszą temu, i są bardzo skuteczne, pozytywne skojarzenia, które zawierają dodatnio nacechowane słownictwo: wyrazy i wyrażenia. Do takich należą: uczciwość, miłość, zdrowie, sprawiedliwość, pokój, zgoda, pojednanie, wolność, szacunek, współpraca, konsekwencja, wytrwałość, solidarność, odpowiedzialność. Ogromną rolę odgrywa też sposób przedstawienia przekazu, któremu towarzyszy odpowiednia sceneria, nierzadko nacechowana mistycyzmem, ceremonialna oprawa plastyczna i muzyczna, dramaturgia widowiska powiązana z jego jasną i zrozumiałą dla wszystkich treścią. Zastosowanie dodatkowych chwytów, mających bezpośredni wpływ na emocje odbiorcy, wywołujących stany napięcia, a nawet tajemniczych doznań, zmierzają do tego, żeby każdy z uczestników widowiska odnosił wrażenie, że jest wybrany i wyjątkowy, a wszystko odnosi się tylko do niego i czynione jest z myślą o nim.

To że manipulacja jest powszechnie stosowana i to od dawna, jest oczywiste. Warto poszukać jej źródeł i obszaru powstawania, a także odpowiedzieć na pytanie, dlaczego i z jakich przyczyn manipuluje się ludźmi.

Głównym twórcą, animatorem i nadawcą działań manipulacyjnych jest władza, bez względu na ustrój polityczny i doktryny z nim związane. Zdaniem politologa M. Karwata, tym konkretnym nadawcą wywierającym wpływ na innych jest lider, władca, dyktator, formalny lub nieformalny autorytet polityczny. Adresatem jest pewna całość społeczna, zbiorowość, wspólnota, grupa lub jednostki, członkowie owych całości. Oddziaływanie manipulacyjne jest zaprogramowane, ma duży zasięg i charakter publiczny<sup>9</sup>. Dlaczego? Ponieważ podstawowym mechanizmem, a raczej elementem strategii władzy jest właśnie uciekanie się do podstępu i manipulowania. Dzieje się tak bez względu na warunki społeczno-polityczne, w jakich elita rządząca funkcjonuje. Nieważne są też założenia systemowe, gdyż najważniejsze są cele, które zamierza osiągnąć, czyli podporządkować sobie większość społeczeństwa.

W politologii manipulacja pojawia się jako metoda zakumulowanego oddziaływania na świadomość i zachowanie jednostek oraz grup społecznych dla realizacji określonych przez nadawcę celów politycznych. „Sztuka rządzenia

<sup>8</sup> M. Karwat, *op. cit.*, s. 39, 62.

<sup>9</sup> *Ibidem*.

– powiada włoski socjolog V. Pareto – polega na znajdowaniu sposobu osiągnięcia korzyści z uczuć innych, a nie na traceniu własnej energii w celu ich zniszczenia [...]”<sup>10</sup>.

Człowiek – jak się okazuje – potrafi wyzwolić się spod wpływu własnych uczuć i tym samym jest zdolny dla osiągnięcia swych celów wykorzystać uczucia innych. Wynika z tego, że każda forma rządzenia, obojętnie jak zwana, jest zawsze panowaniem jakiejś elity będącej w mniejszości, która sprawuje władzę poprzez indoktrynację, uciekając się nierzadko do oszustwa, do wykorzystywania politycznej przemocy<sup>11</sup>. Ten skrajnie pesymistyczny model sprawowania władzy wynika też z teorii Arnolda, który twierdzi – „Jeśli prestiż i zysk, stał się dla was jedyną sprawą ważną, to okaże się, że obojętne są wam środki prowadzące do tego celu”<sup>12</sup>.

Podobne wnioski można wysnuć, analizując schemat rewolucji i powstań, które miały miejsce w historii. Na ich czele stali przywódcy, którzy w swoich programach zawartych w manifestach obiecywali pozytywne zmiany systemowe. Wszystko po to, by społeczeństwo poparło rewolucję i włączyło się do walki. Po zwycięstwie wszelkie obiecywane zmiany pozostawały najczęściej na papierze.

Demokracja w przeszłości kojarzyła się ze sprawiedliwymi rządami, w których uczestniczyli wszyscy obywatele. *Demos* – *kratos* (z grek.) to władza ludu (w dosłownym tłumaczeniu). Tak rozumiany ustrój polityczny praktycznie przestał funkcjonować. Uległ degradacji i takim przekształceniom, że w niczym nie przypomina pierwotnie ustanowionych, fundamentalnych założeń systemowych. Dzisiaj traktowany jest jako pewien zbiór zasad określonej organizacji kontrolowanej przez wyborców. I choć politycy, biorący bezpośredni udział w tej władzy, będą zawsze odnosić się do podstawowych, systemowych założeń i dobrze kojarzących się przewodnich haseł, to jest im tak naprawdę obojętne, czy demokracja jest moralnie piękna, czy nie<sup>13</sup>. Manipulacja jest wręcz wpisana w scenariusz funkcjonowania przedstawicielskiego systemu demokratycznego. Korzystają z niej wybrane przez społeczeństwo władze i zamiast realizować powierzone im zadania, nadużywają zaufanie, a swoich wyborców traktują przedmiotowo.

Zgodnie z pragmatyzmem behawioralnym, badającym tylko dostrzegalne zachowanie się ludzi, zjawisko to jest bardzo surowo oceniane przez społeczeństwo<sup>14</sup>. Bo to ono żyje w napięciu między pragnieniem prawości a realiami ludzkiej egzystencji, w której dominuje wyrachowanie i oszustwo. Skutkiem obserwacji rzeczywistości politycznej jest większe zainteresowanie polityką. Ocenie poddawane są działania przedstawicieli władzy i programy polityczne,

<sup>10</sup> J. H. Hallowell, *Moralne podstawy demokracji*, Warszawa 1993.

<sup>11</sup> *Ibidem*.

<sup>12</sup> *Ibidem*.

<sup>13</sup> *Ibidem*.

<sup>14</sup> *Ibidem*.

które najczęściej niewiele mają wspólnego z politycznym działaniem. Ważne jest dla sięgających po władzę polityków tylko to, żeby skutecznie przekonać do swoich racji jak najwięcej wyborców i tym samym zwiększyć stopień poparcia. W tym celu przywódcy ugrupowań politycznych, partii badają opinię publiczną. Następnie w sposób odpowiedni formułują swoje apele, programy i ceremonialne scenariusze wystąpień i spotkań wyborczych.

Najczęściej stosowaną i wykorzystywaną techniką manipulacji w okresie wyborczym jest posługiwanie się inżynierią społeczną, czyli socjotechniką. Przypomnijmy, że socjotechnika to zespół technik służących osiągnięciu określonych celów poprzez manipulację społeczeństwem. Pretendujący do władzy, elitarni przedstawiciele posługują się inżynierią społeczną po to, by osiągnąć cel, do którego dążą. Często nie jest ważna dla nich prawda czy niezależność myślenia osób poddawanych manipulacji, ważne jest zdobycie władzy, po którą sięgają odwołując się do emocji człowieka, co skutkuje tym, że zrobią wszystko i za wszelką cenę, żeby uśpić ludzki rozum, intencjonalnie wywrzeć oczekiwany i zamierzony wpływ na osobę lub grupę w celu uzyskania poparcia dla realizacji swoich programów, idei, osobistych oraz politycznych potrzeb i korzyści.

Znane są różne sposoby manipulacji. Jednym z ważniejszych jest mowa ciała, co idzie w parze z wyglądem zewnętrznym. Niektórzy eksperci są zdania, że mowa ciała (55%), sposób, w jaki mówi (38%) kandydujący do władzy, jego „dobry” wygląd zewnętrzny, czyli wzbudzający sympatię, a nawet odpowiedni wzrost mają duży wpływ na wrażenie, jakie wywierane jest na odbiorcach<sup>15</sup>.

Wizerunek polityka, to jak wygląda, jak się zachowuje, jakie nim targają emocje, budzi u wyborców określone skojarzenia. Jeśli jest inteligentny, otwarty dla innych, sympatyczny, dobry, szlachetny, sprawiedliwy, miły w obyciu – jest bardziej akceptowany od tego, który się mało uśmiecha, ma kamienną twarz, mówi trudnym językiem (W. Cimoszewicz), sprawia wrażenie zarozumiałego, chociaż może kompetentnego. Wśród elektoratu większą szansę ma tzw. „swojski chłop” niż urodzony dyplomata. Znany politolog Piotr Pawełczyk jest zdania, że kandydujący do władz powinien być jednocześnie dobrym aktorem politycznym, potrafiącym dostosować się do otoczenia, do którego zwraca się o poparcie. Musi się też nauczyć zachowywać, ubierać, mówić, a nawet myśleć zgodnie z oczekiwaniami ludzi, do których się zwraca. Wyborcy lubią ludzi ładnych i, co ciekawe, wysokich. Do takich osób mają największe zaufanie, takim też osobom, częściej niż innym, przypisywane są automatycznie tzw. dobre cechy: inteligencja, uczciwość, odwaga.

<sup>15</sup> Na podstawie A. Gnat, *Marketing w polityce. Tożsamość a wizerunek polityka*, <http://prace.ściaga.pl>



Bardzo ważnym elementem jest także strój polityka, który winien być elegancki, schludny, ale i też niezbyt drogi. Wyborcy na to również zwracają uwagę, bo lubią ich również za to, że są do nich podobni, że interesują się tym samym, co oni. Na przykład Lech Kaczyński solidaryzował się z kibicami oglądając mecz Polska – Anglia. Chciał w ten sposób wzbudzić sympatię kibiców piłki nożnej.

Dużą sympatię wzbudzają komplementy i pochlebstwa. Przykładem są spotkania Donalda Tuska ze studentami, którym często powtarzał, że są jego ulubionymi studentami z całej Polski, bez względu na to, w jakiej uczelni gościł.

Powolywanie się na znane autorytety albo wręcz wcielenie ich do swojej grupy politycznej to znany chwyt w manipulacji. Z takim zjawiskiem mieliśmy do czynienia w przypadku poparcia PO przez Zbigniewa Religę. Po jego rezygnacji z kandydowania na prezydenta i po jego oficjalnym wsparciu D. Tuska notowania tej partii znacznie wzrosły. Przykładem wykorzystania autorytetu jest kandydatura Krzysztofa Cugowskiego w wyborach parlamentarnych. Ten znany i lubiany muzyk nie tylko zdobył mandat senatora, ale także miał istotny wpływ na wynik wyborczy całego ugrupowania PiS.

Nieodłącznym elementem kampanii wyborczych stosowanym przez niemal wszystkie ugrupowania partyjne jest obiecywanie, często wszystkiego i wszystkim. Im mniejsza grupa elektoratu, tym liderzy partyjni więcej obiecują.

Nie ma szacunku dla swoich wyborców ktoś, kto obiecuje wszystko wszystkim: niższe podatki, niższy deficyt; górnikom – państwowe emerytury, stoczniovcóm – dopłaty z budżetu, służbie zdrowia – tyle pieniędzy, ile trzeba, przedsiębiorcom – ulgi, rodzinom – zapomogi, młodym – mieszkania, rolnikom – tańsze paliwo. Wszystko na koszt państwa, czyli niczyj [...] <sup>16</sup>.

Jest to jedna z metod manipulacji, znanej w psychologii jako reguła wzajemności. W zamian za te „dobra” politycy oczekiwali na głosy. Ludzie zaś głosowali, żeby odwdziżyć się za te „obiecanki-cacanki”.

Niezwykle ważnym chwytem manipulacyjnym stosowanym w kampaniach wyborczych jest język polityki. Wcześniej wspomniałam o tym, że język polityki, którym posługuje się kandydat, musi być dostosowany do możliwości intelektualnych wyborców, do których jest kierowany. Praktyka i badania potwierdzają, że niejednokrotnie mamy do czynienia z tak zwanym funkcjonalnym analfabetyzmem. Uważa się, że 3/4 Polaków czyta, lecz nie rozumie tekstu <sup>17</sup>. Oznacza to, że stopień zrozumienia i sprawności językowej jest bardzo niski, a tym samym proces wywierania wpływu społecznego jest niezwykle złożony. Dlatego politycy, którzy pragną odgrywać pierwszoplanowe, role muszą stosować w swych wypowiedziach język swych wyborców, który winien być prosty i zrozumiały.

<sup>16</sup> J. Baczyński, *Jeden z dwóch*, „Polityka” 2005, nr 42.

<sup>17</sup> B. Dobek-Ostrowska, J. Faras, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999.

Duże znaczenie mają hasła wyborcze. Przypomnijmy kilka z ostatniej kampanii wyborczej. Andrzej Lepper – „Człowiek z charakterem”, Lech Kaczyński – „Odważa i wiarygodność”, Donald Tusk – „Człowiek z zasadami”. Te krótkie i jednocześnie pełne treści hasła trafiają nie tylko do wyborców, ale są też wyznacznikami polityki uprawianej przez poszczególnych kandydatów. Ciekawe hasło przytacza w swojej książce *Język w służbie Polityki. Językowy kształt kampanii wyborczych* Kazimierz Ożóg: „Głosuj na mnie, mam dużego ptaszka... Jestem hodowcą strusi”<sup>18</sup>. Jest to fragment jednej z ulotek wyborczych wiele mówiący o kondycji komunikowania politycznego w Polsce. Dalej autor stwierdza, że

język polityki wyróżniany jest na podstawie cech pozostających na zewnątrz systemu językowego; jest to odmiana bardzo zróżnicowana, niejednorodna, łącząca różne style i sposoby mówienia, która obsługuje działalność publiczną, związaną z funkcjonowaniem państwa, sprawowaniem władzy, podejmowaniem decyzji, uzasadnieniem tychże, stanowieniem prawa, bieżącą działalnością parlamentu, prezydenta i innych organów władzy, z działalnością partyjną, samorządową, z kampaniami wyborczymi itp.<sup>19</sup>

Analiza językowa tekstów wyborczych dowodzi, że zawierają perswazyjne środki stylistyczne, zwłaszcza metafory, hiperbole, epitety, definicje retoryczne, pewne figury słów i myśli oraz retoryczne mechanizmy treści, wynikające na przykład z tworzenia wspólnoty języka i świata, zapewnienia emocjonalności odbioru, tworzenia wrażenia bezalternatywności wyboru, operowania uproszczonym wartościowaniem oraz z działania sloganu wyborczego.

Zdaniem K. Ożoga „teksty wyborcze jako akty mowy «zawierają analizę pragmatyczną, a cała kampania wyborcza stanowi swoisty makroakt – wielkie, nadrzędne działanie językowe, którego celem jest skłonienie odbiorcy, czyli wyborcy do oddania głosu na danego kandydata»”<sup>20</sup>. Najczęściej używane przez polityków akty mowy to: akty prośby, stwierdzenia orzekające, chwalenie się, składanie obietnic wyborczych, akty grzecznościowe oraz slogany. Warto podkreślić, że używane słownictwo zawiera pozytywne konotacje i dotyczy nie tylko samego kandydata, ale także jego rodziny. Podkreślone są, zwykle w pozytywnym znaczeniu, osobiste poglądy na życie w rodzinie, pobożność, ideowość, patriotyzm, odwaga i siła w zwalczaniu zła.

Manipulacja językowa przejawia się także w tym, że politycy chętniej mówią o przeciwnikach i często ujemnie oceniają ich pracę. Udzielają wymijających odpowiedzi, rzadko krótkich. Uciekają się w swych wypowiedziach do ogólnych stwierdzeń, używając przy tym mało precyzyjnego słownictwa.

<sup>18</sup> K. Ożóg, *Język w służbie polityki. Językowy kształt kampanii wyborczych*, Rzeszów 2004.

<sup>19</sup> *Ibidem*.

<sup>20</sup> *Ibidem*.



Do tego, żeby wygrać wybory, żeby zdobyć władzę i w jakim stylu potrzebne są wyspecjalizowane agencje *public relations*. Politycy coraz częściej korzystają z ich pomocy i z pomocy specjalistów od kształtowania wizerunku, akcji i promocji propagandowych czy wyborczych, którzy w tych agencjach są zatrudnieni. Oni sami występują w roli aktorów politycznych odpowiednio wykreowanych, ukształtowanych i wyuczonych. Ich podstawowe i jedyne zadanie to uzyskanie dobrowolnej, powszechnej akceptacji dla swoich idei i programów<sup>21</sup>. Bardzo trafnie ocenił zjawisko tzw. młodej demokracji, na nowo i na innych zasadach tworzonej, J. H. Hallowell:

demokracja przekształciła się w ostatnich dekadach z wiary w fakt polityczny, a głoszone kiedyś zasady, stanowiące jej fundamentalne prawdy, stawią dziś podstawę pewnego typu organizacji kontrolowanej przez wyborców<sup>22</sup>.

Aktorzy i gracze polityczni, kreatorzy myśli i poglądów, twórcy wydumanych ideologii, uczestnicy określonych grup interesu: przywódcy partyjni i działacze gospodarczy wykorzystują media. Traktują je jako tubę propagandową, środek umożliwiający zaprezentowanie swoich programów, dążeń, aspiracji i samych siebie.

Bardzo dużą rolę odgrywa w czasie kampanii wyborczych „czarny PR” (potocznie *czarny pijar*). Polskie znaczenie tych słów to antyreklama, negatywna kampania wyborcza, która wyznacza system metod, działań bądź posunięć propagandowych prowadzących do zdyskredytowania przeciwnika, zwykle polityka, w oczach opinii publicznej celem przejęcia jej przychylności. Aby tego dokonać, stosuje się m.in. przecieki prasowe (prawdziwe lub prawdopodobne), które przedstawiają przeciwnika w niekorzystnym świetle.

„Czarny PR” został użyty w czasie kampanii przed wyborami prezydenckimi w 2005 r. w propagandowych posunięciach prowadzących kampanię działaczy Prawa i Sprawiedliwości, pracujących dla Lecha Kaczyńskiego, i Platformy Obywatelskiej, pracujących dla Donalda Tuska. Celem było zdyskredytowanie w oczach opinii publicznej kandydata przeciwnika przy użyciu plotek, półprawd i fałszywych świadectw.

Przykładem takiej kampanii było wszczęcie w prasie, radiu i telewizji przed I turą wyborów akcji podającej w wątpliwość prawdomówność Włodzimierza Cimoszewicza. Pomimo oddalenia przez sąd zarzutów skierowanych pod adresem W. Cimoszewicza i postawienia zarzutów fałszerstwa sprawczyni, Annie Jaruckiej, „czarny PR” osiągnął sukces, gdyż wiodący w rankingach kandydat na prezydenta W. Cimoszewicz wycofał się z ubiegania o urząd prezydenta państwa.

Szczególnie głośnym wydarzeniem, które mocno osłabiło pozycję Donalda Tuska, było przekazanie przez szefa sztabu wyborczego PiS-u Jacka Kurskiego

<sup>21</sup> Na podstawie M. Karwat, *op. cit.*

<sup>22</sup> J. H. Hallowell, *op. cit.*

wiadomości, że dziadek D. Tuska służył „ochotniczo” w Wehrmachcie. Sprawa szybko została wyjaśniona, prawda zwyciężyła, ale notowania D. Tuska spadły. W tym samym czasie Hanna Gronkiewicz-Waltz z PO, na konferencji prasowej zwołanej w jednym z warszawskich hospicjów, powiadomiła opinię publiczną o tym, że Lech Kaczyński jako prezydent Warszawy zmniejszył dotację na stołeczne hospicja. Informacja ta nie do końca była prawdziwa, świadczyła o niedoinformowaniu, ale elektorat L. Kaczyńskiego był oburzony<sup>23</sup>.

Taka ostra walka polityczna przy użyciu wszelkich manipulacyjnych metod oraz wykorzystaniu mediów miała miejsce także w okresie wcześniejszym, w różnych państwach i systemach politycznych.

W okresie funkcjonowania państw totalitarnych, czy też tych o silnej władzy autokratycznej, komunikowanie się ze społeczeństwem poprzez media było warunkiem niezbędnie koniecznym. Dawaly one możliwość bardzo silnego oddziaływania na psychikę, angażowały emocjonalnie i podporządkowywały w zaplanowany sposób grupy społeczne. Wypracowanie mechanizmów, które służą do zdobycia i utrzymania władzy oraz stałego poparcia to główne zadanie aktorów politycznych i to nie tylko tych, którzy pojawiają się na współczesnej scenie politycznej. Także w czasach starożytnych oraz tej bliższej nam przeszłości, w okresie faszyzmu, stosowane były podobne techniki. Dyktatura totalitarna, wsparta skuteczną propagandą, uzyskała powszechną akceptację i poparcie mas. Każde wystąpienie faszystowskiego wodza było dokładnie przygotowywane, a scenariusz był tak skonstruowany, żeby działał na emocje zebranej publiczności. W szczególny sposób wypracowana precyzja zakładała dokładnie określony czas, długość spotkania, wyznaczenie – co do minuty – przerwy na śpiewy, okrzyki i oklaski. Najczęściej manifestacje odbywały się późno w nocy, po to, by wraz ze wschodem słońca pojawiał się na mównicy wielki wódz i zaczął przemawiać. „Czarny PR” korzysta często z tamtych scenariuszy i powiela je z dobrym skutkiem dzisiaj.

Nieodłącznym zjawiskiem towarzyszącym władzy była i jest propaganda. Może dlatego jest ogólnie przyjętą tezą, że propaganda jest zjawiskiem starym jak władza, bo ma bezpośredni związek z polityką i ideologią<sup>24</sup>. Ma też związek, jak się okazuje, z manipulacją, która w tym przypadku jest określona jako oszustwo w polityce. Pojęcie „propaganda” – zgodnie z napisem widniejącym na budynku Congregatio de Propaganda Fide, siedzibie Kongregacji Szerzenia Wiary, założonej przez papieża Grzegorza XV w 1622 r., oznacza „propagowanie, rozpowszechnianie wiary”<sup>25</sup>. W znaczeniu rozpowszechnienia idei i podejmowanych w tym obszarze działań słowo „propaganda” pojawiło się w XIX w., natomiast synonimem manipulacji stało się znacznie później. Zade-

<sup>23</sup> Na podstawie K. Ożóg, *op. cit.*

<sup>24</sup> Na podstawie *ibidem*.

<sup>25</sup> *Ibidem*, rozdz. *Propaganda jako zjawisko historyczne*.

cydowały o tym dwa czynniki: narodziny psychologii społecznej oraz zmiana znaczenia propagandy, w odniesieniu do wywierania wpływu na obywateli w celu zmiany ich zachowań. Potwierdzają to między innymi teorie Gustawa Le Bon, które dały podstawy do wypracowania metod związanych z demokratyzacją społeczeństwa, jego udziału w powszechnych wyborach i stworzenia reguł służących kierowania masami<sup>26</sup>. To ostatnie nabiera szczególnego znaczenia w trakcie kampanii wyborczych. Zdaniem jednak B. Dobek-Ostrowskiej, dotychczasowe formy oddziaływania propagandowego zmieniły się, bo współczesna propaganda, opierając się na najnowszych osiągnięciach naukowych i wynikach badań empirycznych w zakresie wspomnianej już wcześniej psychologii społecznej, socjologii, politologii, teorii komunikowania społecznego, uległa nie tylko przeobrażeniom, ale także zwiększyła obszar oddziaływania. Z tych też przyczyn „propagandę” zastąpiono „komunikacją”, ale nie uśmierciło to manipulacji. Zmieniła się tylko strategia reżyserowania zachowań ludzi i metody wywierania wpływu na opinię społeczną.

Obszarem, w którym zjawisko manipulacji występuje i wywiera duży wpływ na radykalne sposoby wymuszania pożądanego zachowań, jest system prawny. Stosowanie przemocy psychicznej, grózb, szantażu, przymusu fizycznego, a nawet gwałtu psychicznego jest karalne, ale trudne do udowodnienia. Autor manipulacji funkcjonuje bowiem w sztucznym świecie iluzji, czyli w takim, który wypacza świadome postrzeganie, wyciąganie wniosków oraz powstawanie realnych opinii u osób poddanych temu procesowi. Ofiara wobec powyższego narażona jest na izolację od realnego świata i często zapomina o swoich prywatnych potrzebach. Zastosowany kamuflaż odpowiednio przygotowuje ofiarę do przyjęcia sugerowanych treści, postaw i zachowań. Mamy więc w tym przypadku do czynienia z działaniem na granicy prawa i bardzo trudnym do udowodnienia jego naruszeniem, ze względu na to, że manipulator zwykle uzyskuje przyzwolenie manipulowanych<sup>27</sup>. Najlepszym przykładem takiego niby nieświadomego przekroczenia prawa jest przywłaszczenie sobie nieposiadanych uprawnień, fałszowanie podpisów na listach poparcia do parlamentu, nadużycie posiadanych uprawnień oraz określonych ogólnie oszukańczych działań. Korupcja, defraudacja, oszustwo handlowe, gospodarcze, również matrymonialne, to czyny przestępcze i nierzadko powstające w wyniku manipulacyjnych działań. Nowym zjawiskiem w świecie polityki są afery, występujące nie – jak dotychczas – w środowiskach patologicznych, marginesu społecznego, lecz w sferach wyższych, określanym mianem „białych kołnierzyków”. Nie są to ludzie o wątpliwej moralności, lecz przedstawiciele władzy, członkowie ugrupowań partyjnych, a także przedsiębiorcy, maklerzy giełdowi i inni biznesmeni, zwani potocznie elitą finansową. Cały zaś proceder przestępczy ma oparcie w słabych zasadach funkcjonowania

<sup>26</sup> F. d'Almeida, *op. cit.*, s. 85

<sup>27</sup> *Ibidem.*



młodej demokracji. Finansowanie partii, kampanii wyborczej jest kosztowne, skłania to bogatych przedsiębiorców do ich wsparcia, co jest często jednoznaczne z pozyskaniem przychylności kierowniczych kadr i przedstawicieli władzy dla osiągnięcia osobistych celów i finansowych zamierzeń. Nowe formy zdobywania dużych pieniędzy, czyli prowizje, choć do niedawna legalne, obecnie są postrzegane jako źródło korupcji. Płatne protekcje, ujawnianie tajemnic finansowych to nowe zjawiska, które pojawiają się zarówno w elicie władzy, jak i przedsiębiorców<sup>28</sup>.

Zjawiska, które wymieniłam wcześniej, mają bezpośredni wpływ na funkcjonowanie demokratycznego państwa, a w szczególności na strategię polityczną, przyjętą przez różne grupy interesu, które często pozostają ze sobą w sprzeczności, ale łączy ich wspólny cel – zdobycie władzy. Zdaniem P. Brauda, przytoczonym przez P. Pawełczyka, takie afery i skandale mogą nie tylko osłabić przeciwnika, ale wręcz go wyeliminować ze sceny politycznej. Jednocześnie zaznacza, że takie działania wywołują w stosunku do polityki emocje prymitywne<sup>29</sup>. Są więc przejawem wyjątkowo drastycznej w skutkach manipulacji.

Manipulacyjna działalność dotyczy rynku reklamowego i to w sposób bardzo szczególny. Zważywszy, że reklamowanie ma na celu skłonienie kogoś do zakupu, zachęcenie go do skorzystania z usług promowanych instytucji, przedsiębiorstw, firm lub innych organizacji finansowo-gospodarczych, oznacza to, że jest bliskie manipulacji jako metody nakłaniania kogoś do czegoś. Różnica tkwi jedynie w tym, że odbiorca reklamy nie doznaje szkody w takim stopniu jak odbiorca manipulacyjnego działania. Podobnie jak w niektórych przekazach medialnych, najważniejszą rolę odgrywa prawda i rzetelność, podobnie jest z reklamą, która również nie musi posługiwać się kłamstwem, oszustwem, czy też innymi technikami mającymi związek z manipulacją<sup>30</sup>. Warto jednak podkreślić, że także w tym obszarze metody manipulacyjne mogą odegrać dużą rolę. Typowa reklama, która jawi się na billboardach, w prasie i telewizji, czyli jawna, nie jest tak szkodliwa, jak ta ukryta. Pod tym pojęciem kryje się tak zwany marketing bezpośredni, często przyjmujący też nazwę sprzedaży.

Manipulacja w mediach jest wszechobecna, a jako metoda wywierania wpływu na zachowanie grup i jednostek społecznych spełnia niezwykle ważną funkcję w pośredniczeniu przekazywanych treści od nadawcy do odbiorcy. Powszechnie znane jest powiedzenie, że prasa, radio, telewizja, a dzisiaj nawet film i Internet – to najwięksi manipulatorzy, którzy w bezwzględny sposób oglupiają swoich czytelników i widzów. Funkcjonujące hasło „prasa kłamie” świadczy o tym, że mediom przypisuje się często autorstwo manipulacyjnych działań. Przyjęty i zaakceptowany przez społeczeństwo taki schemat myślowy

<sup>28</sup> *Ibidem*, s. 46, 47.

<sup>29</sup> P. Pawełczyk, *op. cit.*, s. 31.

<sup>30</sup> F. d'Almeida, *op. cit.*, s. 107.

powstał nie bez przyczyny. W przeszłości prasa, a później i inne media, były narzędziem dla wspierania celów politycznych ośrodka, który je finansował i nadzorował<sup>31</sup>. Dlatego, w odniesieniu do roli, jaką powinny spełniać środki przekazu, poddano analizie różne teorie, które zostały zawarte w ramach czterech koncepcji: autorytarnej, totalitarnej, liberalnej i społecznej odpowiedzialności mediów. Dwie ostatnie dotyczą wolności i niezależności mediów. W polskim prawie prasowym znajduje to odniesienie w Prawie Prasowym, w art. 1. „Prasa, zgodnie z Konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej, korzysta z wolności wypowiedzi i urzeczywistnia prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej”<sup>32</sup>. Niestety, praktyka ostatnich lat wskazuje, że prawo to jest często naruszane albo nadmiernie wykorzystywane przez każdą ze stron, czyli nadawcę i środki przekazu, również dziennikarzy. Analizując treści przekazywane przez media w ostatnich dziesięciu latach, nasuwa się wniosek, niestety, zbliżony do teorii koncepcji autorytarnej, że „odradza się zasada służyć interesom grup politycznych przede wszystkim, a rzetelność i obiektywność informowania pozostaje na drugim miejscu”<sup>33</sup>. Podobnego zdania, z punktu widzenia socjotechniki, jest P. Pawełczyk, który twierdzi, że „wizja propagowania rzeczywistości, «swoistej gry politycznej», kształtowana jest głównie przez środki masowego przekazu”<sup>34</sup>, które – podporządkowane władzy – manipulują zgodnie z jej wskazaniem i oczekiwaniami. Wprawdzie rządziej stosowane są zafalszowane informacje, ale za to częściej mamy do czynienia z wybiórczością, fragmentaryzowaniem i skuteczną powtarzalnością treści.

Wszystko więc wskazuje na istnienie zjawiska manipulacji w mediach, tyle tylko, że to nie prasa jest jej twórcą, lecz ośrodki decyzyjne, ugrupowania polityczne i wszelka władza funkcjonująca w państwie. Media spełniają jedynie swoją podstawową funkcję – przekaz informacji – informowanie.

Manipulacja istnieje, bo jest wymuszona przez system polityczny. Jest wykorzystywana jako narzędzie w ręku władzy reprezentującej określony system polityczny, a także coraz częściej, szczególnie podczas kampanii wyborczych, przez „czarny PR”. Jest powszechnie stosowana i realizowana poprzez wszelkie dostępne nośniki przekazu.

<sup>31</sup> M. Iłowiecki, *Media, władza, świadomość społeczna*, Łódź 1999.

<sup>32</sup> Ustawa z 28 stycznia 1984, *Prawo prasowe*, w brzmieniu ustalonym 30 maja 1989.

<sup>33</sup> M. Iłowiecki, *op. cit.*

<sup>34</sup> P. Pawełczyk, *op. cit.*, s. 139. Zjawisko manipulacji w mediach powstaje w wyniku ich uzależnienia od ośrodków władzy i finansowych. Ta zależność wystąpiła od momentu likwidacji RSW i przejęcia prasy przez kapitał prywatny.

*Katarzyna Baranek***THE PRESS MANIPULATION WHILE VOTING – “BLACK PR”**

(Summary)

What is a manipulation? The researchers of that phenomenon as well as the theorists, define the manipulation in a various way and ascribe different role, depending on the place of functioning in society. As the expression, it exists in that form not so long, namely since XVIII century.

Manipulation when coming into being, was and is identified itself with impact method, coexisting with commonly used society control method, meaning suasion, compulsion and violence. Appearing of that manipulation expression is also treated as an accompanying factor due to new interpersonal relation concepts.

Is the manipulation the common phenomenon? Which sides of public and social life aspects does it affect? Is it only a tool in a single hand or rather group of people? As well as theory and in a reality, it shows manipulation to be a common thing. It must be highlighted, that the manipulation is a concieously used by some group of people or indyvidual person in order to subordinate in following fields: sociological (spiritcal, ideological and emotional), as well as in phisical fields by evoking aggresion, provocation or scandal.

The manipulation in mass media is very often observed as the intendend and secret action, in order to give a misleading overview of reality. Not telling the truth, not being open, by deceitful, dishonest and unreliable selection of information and using language methods acting on emotions, all of this is meant to be called manipulation. Manipulation allows ceating the personal attitudes, leading the sociaties behaviour in order to achieve the appointed aims and profits, as well as affecting the peoples' emotion without even knowing by the manipulated person.