

MANIPULACJA (od łac. manipulus – garść, pęk, oddział wojska) – wywieranie wpływu na człowieka oraz na społeczeństwo za pomocą najnowszych osiągnięć nauki (psychologia, socjologia) i techniki (media) w taki sposób, aby nie licząc się ze względami moralnymi (prawdomówność, podmiotowość i godność człowieka, dobro wspólne) osiągnąć zamierzone cele. M. występuje w różnych ustrojach, zarówno totalitarnych, jak i demokratycznych, stanowi przedmiot badań psychologii, socjologii, medioznawstwa, politologii.

W latach 60. XX w. zaczęto m. odnosić do technik psychologicznych wykorzystywanych przez komunistów na więźniach podczas przesłuchań przy użyciu środków farmakologicznych, hipnozy, głodzenia, wstrząsów elektrycznych stosowanych w celu wydobywania informacji i sterowania psychiką (*The M. of Human Behavior*). W latach 70. XX w. termin „manipulacja” wchłonął starożytne pojęcie sofistyki (jako sztuki słownego zwodzenia) i stał się nadrzędnym wobec współczesnych kategorii charakteryzujących systemy totalitarne, jak „pranie mózgu”, „kontrola myśli”, indoktrynacja, propaganda, inżynieria społeczna (H. I. Schiller, *Sternicy świadomości*).

Choć m. może być określona jako stosunkowo proste wprowadzanie w błąd czy stosowanie chwytów erystycznych (sofizmaty), to dziś w proces m. zaangażowana jest bardziej skomplikowana technologia. Na m. składa się umiejętność wykorzystywania badań naukowych, które pozwalają coraz lepiej poznawać psychikę osób i reakcje całych zbiorowości (psychologia mas), tak aby sterować zachowaniami (opiniami, ocenami, wyborami) – czy to przez selekcję bodźców, czy przez oddziaływanie na podświadomość (człowiek i społeczeństwo są całkowicie uprzedmiotowione). Tak rozumiana m. staje się formą przymusu pośredniego, który bazując na niedoinformowaniu lub dezinformacji społeczeństwa lub osób, zachowując pozory społecznej wolności, może być skuteczny w dużej skali.

Głównym narzędziem m. jest język, obraz i dźwięk – te środki, które wykorzystywane są przez masowe media, a które bezpośrednio poruszają się w tzw. rzeczywistości wirtualnej (w sferze znaków intencjonalnych), traktowanej przez masowych odbiorców jako rzeczywistość realna bądź wiarygodna.

Skuteczność m. osiągana jest dzięki osłabianiu odbiorcy pod względem intelektualnym (brak krytycyzmu wynikający z niskiego poziomu kultury

humanistycznej, w tym filozoficznej i logicznej) i pod względem moralnym (dominacja popędów-uczuć nad rozumem). W przypadku stosowania wyrafinowanych technik m., zwł. oddziaływania na podświadomość (bodźce podprogowe, wsteczny zapis), obrona przed m., gdy jest się pod jej bezpośrednim działaniem, staje się wręcz niemożliwa. Cele m. są najczęściej polityczne (zdobycie i utrzymanie władzy), ideologiczne (promowanie fałszywej wizji człowieka i świata, zwabianie do sekt, demoralizacja) lub komercyjne (reklama).

The M. of Human Behavior, NY 1961; B. N. Biessonow, *Ideologija duchownogo podawlenija*, Mwa 1971 (*Burżuazyjna propaganda manipulacyjna*, Wwa 1976); H. I. Schiller, *Mind Managers*, Bs 1973 (*Sternicy świadomości*, Kr 1976); R. Lay, *M. durch die Sprache*, Mn 1977, 1981⁵ (pod rozszerzonym tytułem: *M. durch die Sprache. Rhetorik, Dialektik und Forensik in Industrie, Politik und Verwaltung*, F 1990, 1997⁵); E. Grodziński, *Język jako narzędzie m.*, *Poradnik Językowy* (1983) z. 7, 397 n.; A. Woodrow, *Information, m.*, P 1990; J. Puzynina, *Język wartości*, Wwa 1992; A. Lepa, *Świat propagandy*, Cz 1994; H. Kiereś, *Zagłada – przemoc – m.*, *CzK* 6–7 (1995), 345–352; A. Lepa, *Świat m.*, Cz 1995, 1997²; A. Barbato, *Come si m. l'informazione*, R 1996; M. Karwat, *Sztuka m. politycznej*, To 1998, 1999²; J. Bralczyk, *M. językowa*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kr 2000², 244–250; M. Iłowiecki, *Krzywe zwierciadło. O m. w mediach*, Lb 2003; *M. w języku*, Lb 2004.

Piotr Jaroszyński