UNIWERSYTET WARSZAWSKI

Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych

Kierunek: politologia, III rok

*Rok akademicki 2017/2018, semestr zimowy*

## Program konwersatorium

###### TECHNIKI MANIPULACJI POLITYCZNEJ

### *Wykładowca*: prof. dr hab. Mirosław KARWAT,

### Zakład Filozofii i Teorii Polityki INP

**Lektury podstawowe**:

M. Karwat, *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 1998 (lub następne wydania).

M. Karwat, *O demagogii*, Warszawa 2006.

M. Karwat, *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*, Warszawa 2007

M. Karwat, *Teoria prowokacji. Analiza politologiczna*, Warszawa 2007; rozdz. 3.

M. Karwat, *Akredytacja w życiu społecznym i politycznym*, Warszawa 2009.

**Literatura uzupełniająca**:

Fabrice d'Almeida, *Manipulacja w polityce, w reklamie, w miłości*, Gdańsk 2005.

Agnieszka Budzyńska-Daca, Jacek Kwosek, *Erystyka, czyli o sztuce prowadzenia sporów*, Warszawa 2010.

Anna Grzywa, Manipulacja. *Wszystko, co powinieneś o niej wiedzieć*, Lublin 2013.

Robert-Vincent Joule, Jean-Léon Beauvois, *Gra w manipulacje. Wywieranie wpływu dla uczciwych*, Gdańsk 2006.

Monika Pabijańska, *Psychomanipulacja w polityce. Metody, techniki, przykłady*, Wrocław 2007.

Artur Schopenhauer, *Erystyka, czyli sztuka prowadzenia sporów* [dowolne wydanie].

Tomasz Trejderowski, *Socjotechnika. Podstawy manipulacji w praktyce*, Warszawa 2009.

Elżbieta Zdankiewicz-Ścigała, Tomasz Maruszewski, *Wokół psychomanipulacji*, Warszawa 2003.

–––––––––––––––––––––––––––––––––––––––

**I. POJĘCIE MANIPULACJI.**

**ZAKRES ZJAWISKA, POZIOMY JEGO WYSTĘPOWANIA**

**1. Odmiany, zakres zastosowania i poziomy występowania manipulacji**

Rodowód i ewolucja znaczenia terminu: od skojarzeń technicznych (czynności wymagające zręczności, sprawności) do określenia form oddziaływania na ludzi.

Manipulacja jako *psycho*technika: Zastosowanie na poziomie więzi osobistych (stosunków interpersonalnych), w tym intymnych; na poziomie kameralnych więzi osobowych i służbowych w małym zespole „Mikromanipulacja”: elementy manipulacji w życiu powszednim w stosunkach międzyludzkich (zasady dobrego wychowania i uprzejmości, zachowania kokieteryjne, gesty i wypowiedzi kurtuazyjne, zaloty; zręczne podstępy pedagogiczne; psychomanipulacje w sektach i in.).

Manipulacja jako *socjo*technika – „makromanipulacja”: Zastosowanie podstępu w życiu publicznym (marketing – reklama, show business, propaganda, sterowanie konsumpcją zbiorową, styk religii i polityki; sztuka wojenna itd.).

**2. Istota manipulacji**

Cechy charakterystyczne zjawisk (wyróżniki i korelaty) oraz wskaźniki a cechy istotne (atrybuty).

Krytyczna analiza i korekta obiegowych definicji manipulacji.

Wyróżniki manipulacji jako metody sterowania społecznego wymieniane najczęściej w definicjach obiegowych:

1. *kamuflaż* (ukryte intencje, kamuflowanie własnych działań, a nawet własnej obecności; gra pozorów, udawanie i maskowanie; wprowadzanie w błąd co do własnej tożsamości);
2. *nieświadomość* lub *ograniczona i wypaczona* świadomość adresatów oddziaływań;
3. *instrumentalne* posługiwanie się potrzebami, przekonaniami, emocjami i dążeniami ludzi wprowadzonych w błąd oraz głoszonymi zasadami, wartościami, normami społecznymi;
4. *wykorzystywanie innych dla własnych celów, osiąganie korzyści ich kosztem*;
5. *uprzedmiotowienie* odbiorcy i wykonawcy działań, wprowadzanego w błąd, poddawanego sugestii lub prowokacji, działającego wbrew swej woli i bez pełnej tego świadomości w obcych interesach, a często zarazem na własną szkodę.

3 pierwsze wyróżniki – ujęcie zbyt wąskie; 2 następne cechy – niespecyficzne dla podstępu (jedynie korelaty).

Niezbędne uzupełnienia zakresu pojęcia: (1) ostentacyjne uwypuklenie działań dezorientujących, odwracających uwagę, prowokujących partnerów do zachowań niezamierzonych, w tym szkodliwych dla nich, (2) ograniczenie cudzej swobody wyboru i manewru przez stwarzanie sytuacji krępujących, sugerujących, przesądzających coś lub wykluczających. Zaskoczenie, reżyserowanie sytuacji i natręctwo jako formy *podstępnego (niesiłowego) wymuszenia*.

Wspólny mianownik oddziaływania opartego na kamuflażu oraz oddziaływania opartego na wyzwaniu i ostentacji: *podstępność,* tzn.uzyskiwanie i wykorzystywanie przewagi *taktycznej* dzięki przebiegłości, przechytrzeniu przeciwnika.

Komponenty przewagi taktycznej: przewaga poznawcza, emocjonalna oraz pragmatyczna (większa swoboda własnego manewru). Typowe sposoby uzyskiwania przewagi taktycznej: *uprzedzanie, zaskakiwanie, zwodzenie, krępowanie, „rozbrajanie”* partnerów, *wymuszenia sytuacyjne*.

Istota manipulacji: pozbawianie drugiej strony zdolności do samosterowania (samodzielnego myślenia, decydowania o sobie, samokontroli); również podmiot w pełni świadomy tego, co się dzieje i do czego zmierza manipulator, zostaje pozbawiony – przez stworzenie sytuacji przymusowej, zaskoczenie, zasugerowanie, wywołanie niepohamowanych emocji - możliwości suwerennego wyboru, skutecznego przeciwdziałania.

**3. Kryteria i dylematy oceny moralnej manipulacji**

Potoczny stereotyp manipulacji, powiązany z negatywnym uprzedzeniem. Jednostronnie pejoratywne ujęcie zjawiska. Redukcja manipulacji do oszustwa, kłamstwa, dezinformacji; nadmierna generalizacja: założenie o złośliwości i szkodliwości dla innych.

Skala oceny moralnej zjawisk społecznych: dobro, ambiwalentność (dwuznaczność i obosieczność; uwikłanie w dylematy aksjologiczne; „mieszane uczucia”), zło.

Uniwersalne kryteria oceny moralnej czynów ludzkich: intencje, sposób działania, skutki.

Kryteria oceny negatywnej postępowania ludzi i sposobów sterowania – w kategoriach zła: *nieuczciwość* (nierzetelność współdziałania, nieprzestrzeganie i łamanie reguł gry), *niskie pobudki* (trywialna interesowność, gotowość do osiągania własnych korzyści – także zupełnie niezasłużonych i nienależnych – cudzym kosztem), *wyrządzanie innym nie tylko szkody, ale wręcz krzywdy* (szkody niezawinionej), uderzanie w ich godność, *godzenie w dobro wspólne.*

Kontrowersyjność oceny moralnej manipulacji jako metody sterowania. Czy zło tkwi immanentnie w manipulacji? Czy też manipulacja może być „dobra” lub „zła” w zależności od celów, rezultatów, kosztów społecznych i innych okoliczności? Czy złe są same w sobie narzędzia, czy też zły może być raczej ich użytkownik i użytek, jaki z nich czyni?

Przykłady manipulacji pozytywnej (choć potencjalnie obusiecznej): podstępy pedagogów, hipnoza jako metoda terapii, iluzjonistyka (tricki i złudzenia dla rozrywki). Ambiwalentność manipulacji „codziennej”. Destruktywność manipulacji jako metody sterowania społecznego, a zwłaszcza manipulatorskiego stylu działania politycznego.

**4. Dialektyka emocji, wyrachowania i empatii**

Trzy odmiany manipulacji: 1. *spontaniczna*, 2. *wyrachowana* (działanie „na zimno” z premedytacją), 3. pozorny paradoks - *wyrachowana egzaltacja* (połączenie podstępu z przymusem – szantażem emocjonalnym, przy wykorzystaniu własnych emocji jako narzędzia nacisku na innych).

Przykłady manipulacji spontanicznej: zachowania kokieteryjne i zalotne, komunikacja bezinteresowna (niesłużbowa) w życiu towarzyskim, autopromocyjne zachowania gwiazdorskie itp.

Idealizacyjny charakter schematu działania „czysto wyrachowanego”.

Rewizja stereotypu „zimnego drania”.

Emocje jako nieodłączny składnik funkcjonowania jednostek, wpływający na procesy poznawcze i motywacyjne, na ocenę sytuacji, planowanie działań, kalkulacje szans i ryzyka. Świadomość własnych i cudzych emocji, umiejętność dostrzegania i rozumienia (trafnego odczytywania oraz odtwarzania powodów, racji) przeżyć, pragnień, obaw partnerów – zwana empatią – jako przesłanka działania racjonalnego i skutecznego. Znaczenie własnej emocjonalności (względnie kontrolowanej, nie tłumionej, lecz selektywnie eksponowanej) jako czynnika zwiększającego wiarygodność i sugestywność wpływu mówcy, gracza.

Zespolenie emocji towarzyszących zaangażowaniu w cel i złośliwym lub wrogim postawom wobec otoczenia z realizmem, trzeźwością diagnozy sytuacji, oczekiwań i złudzeń partnerów, z elastycznością, umiejętnością maskowania się i cynizmem w postępowaniu. Wirtuozi „wyrachowanej egzaltacji”: paranoicy.

**5. Makiawelizm. Manipulatorski styl działania**

Błędność utożsamienia wszelkiej manipulacji z makiawelizmem.

Cztery znaczenia słowa ‘makiawelizm’: (1) *doktryna* N. Machiavellego i oparte na jej założeniach *koncepcje polityki* występujące w filozofii politycznej i teorii polityki; (2) *podstępna* *taktyka działania* politycznego podporządkowana określonemu celowi strategicznemu, stosowana na ogół w warunkach przewagi przeciwnika; (3) *podstępny styl działania i postępowania z ludźmi* (rządzenia, zarządzania, kierowania, przywództwa nieformalnego, oddziaływań wychowawczych, współżycia z otoczeniem), podyktowany zespoleniem misji społecznej (służebności) ze skłonnościami do „inżynierii społecznej” (np. technokratyczny styl zarządzania) lub osobistą wygodą i zamiarem instrumentalnego wykorzystania innych dla własnych celów (orientacja eksploatatorska – wg typologii charakterów społecznych Ericha Fromma); (4) *makiaweliczny typ osobowości* – cechujący ludzi podstępnych, tzn. niewzajemnych, skrytych, instrumentalnie traktujących partnerów, podopiecznych i podwładnych, dążących do uzyskania i zachowania przewagi nad otoczeniem.

Manipulacja okazjonalna a manipulacja jako *styl działania.*

Makiawelizm i perfidia jako taktyka postępowania w codziennym współżyciu między ludźmi.

Cechy charakterystyczne makiawelistycznego (manipulatorskiego) stylu działania.

Patologiczne i trywialne formy makiawelizmu (pseudomakiawelizm): cwaniactwo (spryt i inwencja hochsztaplerska i kombinatorska), intryganctwo, pieniactwo, politykierstwo.

Makiawelizm jako styl zarządzania. Makiawelistyczny styl rządzenia.

Makiaweliczny typ osobowości. Cechy *osobowości makiawelicznej*. „Normalny” a patologiczny typ makiawelizmu.

**6. Funkcje i zakres manipulacji w działaniu politycznym**

Pragmatyczna atrakcyjność manipulacji w działaniu politycznym – w porównaniu z metodami perswazyjnymi oraz przymusem i przemocą.

Zakres manipulacji w działalności politycznej, w sterowaniu społecznym. Metody i dziedziny manipulacji: akredytacja (tzn. uwiarygodnienie się, zdobycie zaufania i poparcia), dyskredytacja rywala (przeciwnika), prowokacja.

Wyższy poziom manipulacji: sterowanie ludźmi ostrzeżonymi i wyczulonymi na manipulację.

*Manipulatorska strategia walki* o władzę arbitralną, monopol władzy i „rząd dusz”.

Trzy ogniwa w procesie manipulacji (walki): (1) manipulator, (2) jego rywal (przeciwnik, wróg), (3) świadkowie i odbiorcy (adresaci) oddziaływań, o wpływ na których toczy się walka.

Etapy, obiekt i kierunek „uderzenia” w manipulacyjnej strategii walki o władzę lub monopol władzy:

* *arbitralne kształtowanie sytuacji współistnienia i współdziałania –* przez uprzedzanie partnerów
* *kształtowanie własnej korzystniejszej sytuacji*
* *kształtowanie własnego korzystnego wizerunku* (manipulacyjna autoprezentacja i autopromocja)
* *urabianie świadomości odbiorców*
* *uzależnianie partnerów (otoczenia) od siebie*
* *zakłócanie komunikacji między przeciwnikiem a „naszą” publicznością* - walka o trwałą przewagę lub o monopol wpływu i autorytetu („rząd dusz”); w tym *dyskredytacja* przeciwnika;
* *bezpośrednie atakowanie i gnębienie przeciwnika* (osłabianie, działanie na jego szkodę, prowokowanie go do działań na własną szkodę, a ku wygodzie manipulatora; izolowanie, szczucie);
* *osłabianie przeciwnika (zakłócanie lub paraliżowanie jego zdolności do działania, walki, obrony) własnym oddziaływaniem z zewnątrz* (dywersja zewnętrzna; dezinformacja, dezorientacja, dezintegracja spowodowana zewnętrznym naciskiem, sugestiami, stwarzanymi okazjami i pokusami, podstępami-pułapkami itd.);
* *osłabianie przeciwnika od środka* (infiltracja i sabotaż).

**II. METODY I TECHNIKI MANIPULACYJNEJ AKREDYTACJI**

**7. Specyfika i warunki powodzenia akredytacji manipulacyjnej**

Pojęcie akredytacji jako metafora (zdobywanie kredytu zaufania, poparcia). Stopnie akredytacji: uwiarygodnienie, uwierzytelnienie, upełnomocnienie (uprawnienie, zobowiązanie, upoważnienie).

Istota akredytacji w życiu publicznym: pozysk(iw)anie uwagi i zainteresowania, zdobycie zaufania i poparcia; uzyskanie tzw. mandatu społecznego (od przyzwolenia, poprzez uprawnienie i upoważnienia po zobowiązanie do czegoś).

Warunki uwiarygodnienia. Obiektywne a subiektywne, w tym zafałszowane, kryteria wiarygodności. Podejście manipulatorskie: subiektywizacja kryteriów (wrażenia, emocje, ocena „na kredyt”), licytacja w *pseudowiarygodności.*

Różnica między akredytacją pryncypialno-programową (opartą na postawach autentyzmu, żarliwości ideowej, służebności oraz na społecznej ocenie i kontroli pretendenta) i akredytacją manipulacyjną (zastępczą i podstępną). „Pozytywna” a negatywna forma manipulatorskiej akredytacji (pozytywna: prezentowanie własnych atutów – rzeczywistych, lecz wyolbrzymionych i nieistotnych tudzież pozornych i urojonych; negatywna: dyskredytacja własnego przeciwnika zamiast autoprezentacji).

Sterowanie emocjami zbiorowymi w celu zdobycia przewagi w uzyskiwanym zainteresowaniu i gotowości do posłuchu lub wręcz monopolu w komunikacji z daną zbiorowością.

*Manipulatorska autoprezentacja.* Sposoby korzystnego dla siebie, a upiększonego i zgodnego z oczekiwaniami odbiorców, prezentowania siebie samego (podmiotu jednostkowego, grupowego, instytucji). Ukrywanie (maskowanie, kamuflaż) pewnych cech, intencji, motywów, zatajanie informacji (przemilczenia, niedopowiedzenia, eufemizmy); udawanie (symulacja); niewyraźność i wieloznaczność zachowań, gestów, wypowiedzi; odwracanie uwagi od własnych defektów, błędów, grzechów, porażek. Samochwalstwo (autoreklama), popis, eksponowanie korzystnych rekomendacji, korzystanie z widocznej protekcji.

Trzy taktyki podstępnej akredytacji: hołdownictwo, sterowanie z przynętą oraz agresywna taktyka uzurpacyjno-represywna.

**8. Hołdownicze (ingracjacyjne) taktyki i formy akredytacji**

Zastosowanie metod *ingracjacyjnych* (podnoszenie własnej wartości w oczach odbiorców; podnoszenie wartości adresatów oddziaływań; konformistyczne sposoby zacierania różnicy między sobą a innymi; stwarzanie wrażenia atrakcyjności samego w sobie kontaktu – np. sympatycznej atmosfery).

Wykorzystanie znajomości potrzeb i interesów danej zbiorowości, zainteresowań i nastrojów audytorium, publiczności do zasugerowania (upozorowania) własnej więzi z odbiorcami, reprezentatywności, służebności, wiarygodności, miarodajności i autorytatywności własnych wypowiedzi.

Dostosowanie języka i poziomu wypowiedzi do poziomu umysłowego odbiorców, ich fascynacji, uprzedzeń.

*Fałszywa adoracja* odbiorców: pozorowanie zainteresowania, fascynacji, podziwu, życzliwości, chęci pomocy. Interesowne eksponowanie zachowań, gestów, rytuałów nagradzanych, wymuszających uznanie, zadowolenie, zaufanie, wdzięczność, rodzących zobowiązania (prowokacyjne nadużycie zasady wzajemności). Schlebianie odbiorcom (gra na ich miłości własnej i próżności, hołdy kompensujące urazy, kompleksy).

Taktyka „swojaka” i „przyjemniaczka”. Cel: przypodobanie się, zyskanie uznania (zainteresowania, zaufania, życzliwości, poparcia) dzięki wywołaniu wrażenia własnej atrakcyjności i życzliwości dla odbiorców, zasugerowania (upozorowania) podziwu dla nich, adoracji, co ma spowodować zobowiązanie, wdzięczność, przyjazny rewanż. Sposób działania: przypochlebianie się

**9. Repertuar hołdownictwa i akredytacji „ponętnej”**

Istota nęcenia (wabienia). Mechanizm „sugestywnej niewyraźności” (wieloznaczności, zagadkowości, powściągliwości) - jako rodzaj pułapki dla odbiorców. Taktyka kokieteryjna.

Stadia uzależniania odbiorców w konsekwentnej ofensywie hołdowniczej:

*schlebianie* (w tym: pochlebstwo) = > *obietnice* => *kuszenie* => *uwodzenie*. Kumulacja efektów.

Przegląd typowych środków hołdownictwa i nęcenia.

Pochwała, komplement, pochlebstwo. Inne niż pochwały formy schlebiania (kurtuazja, awansowanie odbiorcy w zwrotach i zachowaniach grzecznościowych, gratulacje itp.). Schematy zachowań apologety i lizusa.

Istota i formy wypowiadania obietnic. Obietnice niewyraźne, dwuznaczne. Niby-obietnice (niewypowiedziane, lecz domniemane, zasugerowane (poczucie obietnicy). .

Mechanizm kuszenia: Zachwianie równowagi między określonymi potrzebami i dążeniami a własnymi zahamowaniami danego podmiotu (głos sumienia, obawa przed opinią otoczenia, karą itd.). Ukryte lub tłumione pragnienia – „owoc zakazany”. Okazja i pokusa. Reżyser okazji, sufler pokus.

Dwie taktyki kusicielskie: (1) wąż (biblijna alegoria; „bezstronny” prowokator), (2) Mefisto (model transakcyjny).

Uwodzenie jako uczuciowe i mentalne uzależnienie

Taktyka *bigoteryjno-rytualistyczna* (licytacja w obrzędowej gorliwości).

**10. Pretensjonalne formy akredytacji**

*Istota pretensjonalności*: (1) Jakościowa (gatunkowa) nieadekwatność zastosowanych środków wyrazu, form wypowiedzi i działania oraz ich niewspółmierność (w proporcjach ilościowych) w stosunku do okoliczności oraz intencji i zdolności samego podmiotu. (2) Wymuszenie – specyficznym szantażem emocjonalnym – uznania dla widocznych (choćby nieudolnych, żenujących) starań, wysiłków, przeniesienia uznania dla osób lub symboli będących obiektem (często nieszczerych) hołdów na osoby lub grupy natrętnie składające i demonstrujące hołd.

Dwie formy pretensjonalności: *działanie na wyrost* (ponad stan, ponad miarę własnych możliwości, a zarazem ponad miarę uprawnień) oraz *minoderia* (wdzięczenie się, mizdrzenie).

Taktyka minoderyjna: kokieteria, wymuszanie „taryfy ulgowej” demonstracją starań ponad siły (nagroda należna za starania, nie za ich efekt), natrętną usłużnością, uniżonością, serwilizmem, żebraniną (dopraszanie się o dobre słowo, pochwałę, oklaski); część (np. odpowiedni kostium, odpowiednia intencja okolicznościowego występu, gorliwość rytualna) ma wystarczyć za całość.

Formy działania na wyrost: desperacka ekstrawagancja, pozerstwo, nadgorliwe naśladownictwo, snobizm, emfaza i fałszywy patos (kontrastujący z trywialnością motywów i powszedniością sprawy, działania).

#### 11. Agresywne (uzurpacyjno-represywne) formy akredytacji

*Taktyka protekcyjna*: protekcja indywidualna i grupowa; manipulacja autorytetem; „towarzystwo wzajemnej rekomendacji”.

Istota taktyk ściśle agresywnych: samozwańcze kreowanie się na strażnika, interpretatora i egzekutora wartości nadrzędnych (imponderabiliów), terroryzowanie otoczenia swoimi wymaganiami i ocenami; zwalczanie rzeczywistych lub rzekomych grzeszników, wrogów, szkodników, renegatów, agentów, heretyków itp. jako pretekst do objęcia własnego dyktatu i „dyscyplinowania” całego środowiska, społeczeństwa.

*Uzurpatorskie* formy akredytacji: agresywna forma roszczeń do przywództwa, samozwańcze obejmowanie roli arbitra – wyroczni, kontrolera, wychowawcy i selekcjonera.

Repertuar akredytacji uzurpatorskiej: manipulacja własną i cudzą tożsamością (kombatantyzm, inkwizytorstwo), moralizatorstwo (strona w roli sędziego).

Nadużywanie autorytetu – własnego i cudzego – jako taktyka „wymuszonego namaszczenia”. Manipulacja pojęciem i kryteriami autorytetu. Zasłanianie i podpieranie się cudzym autorytetem; „podczepianie” się pod czyjś autorytet; podszywanie się; rozciąganie autorytetu z jednej dziedziny na inną; pozorowanie i narzucanie własnego autorytetu; kokietowanie publiczności jako autorytetu i arbitra; szantażowanie autorytetem ideologicznym lub urzędowym. Szachowanie i szantażowanie osobistości lub instytucji autorytatywnych ich własnym autorytetem.

Fenomen oszołomstwa (przytomne nawiedzenie; przypadek „wyrachowanej egzaltacji”): terroryzowanie otoczenia środkami szantażu emocjonalnego.

Szczególna forma agresywnej akredytacji: *taktyka szokowo-awersyjna* (zapewnianie sobie uwagi i znaczenia poprzez prowokacyjne zachowania i czyny, budzące zaniepokojenie, szok, poczucie zagrożenia, niesmak, odrazę lub oburzenie).

# III. DEMAGOGIA

**12. Mechanizm i przejawy demagogii**

Demagogia (jako *metoda sterowania*) a populizm (jako *typ mentalności, samookreślenia i organizacji politycznej*).

*Istota demagogii*: pozorowanie i narzucanie zarazem własnego mandatu jako rzecznika (wyraziciela, przedstawiciela) oraz przywódcy (przewodnika i opiekuna) ludu, oparte na wykorzystaniu stereotypowego wizerunku ludu, arbitralnej i wybiórczej interpretacji „głosu ludu”, opinii publicznej, sugerowanie dosłownej prawdziwości formuły *vox populi vox dei*.

Prostacki, konwencjonalny i wyrafinowany repertuar demagogii.

Nosiciele i użytkownicy demagogii. Odmiany demagogii. Kreacje wizerunkowe demagogów.

**13. Demagogia „uwodzicielska” i agresywna**

Demagogia jako *forma akredytacji*. Demagogiczna sztuka obietnic: istota obietnicy i nadziei; typy obietnic (z punktu widzenia poziomu finezji i stopnia asekuracji). Demagog jako kusiciel i uwodziciel.

Demagogia jako *forma zwalczania przeciwnika* – z powołaniem się na opinię i wolę ludu, przez wzniecanie i kanalizowanie „gniewu ludu”. Demagogiczny schemat „wroga ludu”.

Repertuar demagogii: (1) w akredytacji - kokietowanie i wzbudzanie oczekiwań i nadziei społecznych, podtrzymywanie złudzeń zbiorowych, formułowanie mglistych obietnic i zobowiązań; analogia do kameralnej „sztuki pochlebstwa i uwodzenia”; (2) w dyskredytacji i gnębieniu przeciwnika: wywoływanie i ukierunkowanie lęków, niepokojów i zaburzeń społecznych (sterowanie „gniewem ludu”), nośne społecznie oskarżenia jako pretekst do nagonki, rytualnych czystek i „aktów sprawiedliwości”. Metoda straszaków; straszaki bezosobowe i spersonifikowane.

Zastosowanie chwytów demagogicznych w walce rewolucyjnej, w działalności opozycyjnej i w procesie rządzenia.

**IV. METODY I NARZĘDZIA MANIPULACYJNEJ DYSKREDYTACJI**

**14. Specyfika, funkcje i zakres dyskredytacji manipulacyjnej**

Programowo-pryncypialna (demaskatorska) a manipulacyjna czyli podstępna (zastępcza, dygresyjna i złośliwa) odmiana dyskredytacji, oparta na odwracaniu uwagi od właściwego tematu sporu i na instrumentalizacji „bronionych” czy „opiewanych” wartości.

Istota dyskredytacji manipulacyjnej: podważanie zaufania i poparcia dla rywala (przeciwnika), kształtowanie negatywnego wizerunku osób, instytucji i grup, wpajanie i hołubienie stereotypów i uprzedzeń. Zasadniczy cel dyskredytacji: ograniczenie wpływu przeciwnika lub w ogóle podważenie jego zdolności do działania poprzez pozbawienie go zaufania społecznego ze strony własnych zwolenników, mocodawców i klienteli oraz potencjalnych sprzymierzeńców i odbiorców neutralnych. Zakwestionowanie atrakcyjności, podważenie autorytetu i elementarnej wiarygodności, pozbawienie dobrego imienia. Podważenie społecznego przekonania o jego prawowitości i wiary w jego zdolność do działania, w szczerość intencji, w dobrą wolę.

Charakterystyczna metoda dyskredytacji podstępnej: deformacja wizerunku, fałszywe sugestie i insynuacje, tendencyjne redukcje pojęć i wizerunków, arbitralne znaki równości, etykietki.

Dyskredytacja profilaktyczna i prewencyjna, dyskredytacja w toku działania i *post factum.* Dyskredytacja przedwstępna (predyskredytacja).

**15. Punkty zaczepienia, preteksty i płaszczyzny tendencyjnej dyskredytacji**

Zakres dyskredytacji i obiekt ataku. Dyskredytacja *grupowa* (idei, instytucji, ruchu) a dyskredytacja *osobista*. Płaszczyzny dyskredytacji zastępczej (punkty zaczepienia).

Płaszczyzny dyskredytacji: genealogiczna, biograficzna, historyczna, społeczna, ekonomiczna, psychologiczna, poznawcza, estetyczna, moralna, prawna lub niby-prawna, ideowa, polityczna itd. itp.

**16. Frontalne i zakamuflowane formy dyskredytacji**

Frontalne, w tym agresywne formy dyskredytacji. Rozpiętość środków: próba zakrzyczenia lub przemilczenia; obraza godności (znieważenie, poniżenie); zniesławienie (tendencyjne zarzuty i oskarżenia, oszczerstwa i pomówienia); techniki służące ośmieszaniu; „życzliwość i pomocna dłoń”; niby-naiwność; prowokacje.

Językowe środki dyskredytacji agresywnej: etykietki, epitety, zniewagi (inwektywy, obelgi), dezinformacje służące zniesławieniu (nieścisłości, przemilczenia i niedopowiedzenia, zmyślenia, kłamstwa); kpiny, drwiny i szyderstwa.

Zawoalowane i zakamuflowane formy dyskredytacji: *obmowa* (za plecami); *tendencyjny kolportaż* (upowszechnianie i nagłaśnianie cudzych niepochlebnych wiadomości, pogłosek, plotek i posądzeń); zawoalowane formy donosu (*kryptodenuncjacja*) i potwarzy (*kryptokalumnia*).

Przewrotne (perfidne) formy i środki dyskredytacji: (1) repertuar dwuznaczności (*ironia*, dwuznaczne lub obusieczne pochwały – „pocałunek śmierci”), (2) *insynuacje* jako oszczerstwa „niedopowiedziane, lecz czytelne”, (3) perfidne rozgrywanie *sprostowań*.

Techniki dezinformacji w służbie dyskredytacji. Prowokacje jako narzędzie kompromitowania rywala lub przeciwnika.