

## RECENZJA

*Krzysztof Grzegorzewski*

MANIPULACJA MEDIALNA –  
 INTENCJE CZY NADINTERPRETACJE?  
 PAWŁA ZNYKA „PROPAGANDA.  
 WSPÓŁCZESNE OBLICZA”

Najnowsza książka Pawła Znyka jest jedną z wielu publikacji poświęconych zagadnieniom manipulacji w mediach. Autor postanowił zanalizować reportaż śledczy „Tajemnica czterdziestego piętra” (z cyklu „Superwizjer” TVN) i analizę tę uczynił punktem wyjścia szerszych rozważań na temat propagandy, perswazji i manipulacji we współczesnych przekazach medialnych. Książka składa się z sześciu rozdziałów, między którymi są duże dysproporcje – wynika to z faktu, że właśnie analizie reportażu telewizyjnego autor poświęcił najwięcej miejsca. Pozostałe elementy, takie jak analiza tekstu prasowego (notabene, również poświęconemu zatrzymaniu Janusza Kaczmarka), jak i inne przykłady manipulacji w prasie, są w istocie dodatkiem. Autor dołączył również płytę DVD, na której zamieścił film będący audiowizualną wersją analizy reportażu.

Rozprawa łódzkiego psychologia ma dwa podtytuły: *Technologia zabójstwa medialnego* i *Grand Press w „sztuce tumanienia społeczeństwa”*. Te podtytuły należy potraktować jako wadę książki. Po pierwsze, są one perswazyjne i emocjonalne; po drugie, na wstępie sugerują czytelnikom, co powinni myśleć na temat określonego środowiska medialnego. Perswazja i emocjonalność przekazu jest raczej domeną publicysty, a propozycja Pawła Znyka jest w założeniu publikacją naukową; wydawałoby się więc, że autor będzie unikać emocji i publicystycznych komentarzy. Treść i formę podtytułów – mających charakter wyraźnie marketingowy – można tłumaczyć chęcią skutecznego wypromowania książki. Elementów marketingowych jest zresztą znacznie więcej. Dowodem na to mogą być cytaty łódzkich medioznawców, B. Bogolebskiej, A. Kudry i B. Fiołek-Lubczyńskiej, zamieszczone na wewnętrznej stronie okładki. Zostały one dobrane

w taki sposób, by stanowiły wyłącznie ingrację autora i jego pracy<sup>1</sup>. Podobnej zasadzie podlega krótki film dołączony na płycie DVD pt. „Misja autora” – jest on krótkim sprawozdaniem z różnych konferencji i spotkań naukowych organizowanych na wyższych uczelniach, w których Paweł Znyk brał udział. Wszystkie te fragmenty zawierają również wyłącznie pozytywne uwagi. Oczywiście, trudno autorowi odmawiać prawa do promowania własnego produktu; wydawałoby się jednak, że jako badacz przekazów medialnych podejmie naukową polemikę z uwagami krytycznymi, nie poprzestając wyłącznie na pochwałach.

We wstępie Paweł Znyk wyjawia motywy, które skłoniły go do analizy reportażu, zwracając uwagę na „sposób jego montażu i narracji, opis przebiegu wydarzeń” [Znyk 2011: 13]. Zaznacza przy tym, że jego prezentacja nie jest próbą rozstrzygnięcia o winie lub niewinności któregoś z bohaterów „Tajemnicy czterdziestego piętra”. W istocie, w książce nie ma ani jednego stwierdzenia, które osądzałoby pod tym kątem którąkolwiek z opisywanych postaci; Znyk koncentruje się wyłącznie na ocenie postępowania twórców reportażu, na opisie stosowanych przez nich mechanizmów perswazji i manipulacji. Niemniej natychmiast pojawia się wyraźna zapowiedź, że analiza ma być dowodem, iż wszystkie mechanizmy są celowym oszustwem. Czy na pewno zawsze tak jest? W toku lektury czytelnik może mieć poważne wątpliwości, czy wszystkie wymienione chwytły należy nazwać manipulacją i czy zawsze przypisywać reportażystom złe intencje.

Rozdział I (21 stron) nosi tytuł „Manipulacja, perswazja, dezinformacja. Definicje skutecznej propagandy”. Stanowi on zestawienie najważniejszych pojęć i teorii dotyczącej wymienionych zagadnień – sporządzone w oparciu o bogatą i często cytowaną literaturę przedmiotu. Pozwala to czytelnikowi zorientować się w zagadnieniach perswazji, manipulacji i technikach medialnego wpływu na odbiorcę. Nie należy się przy tym dziwić, że autor skoncentrował się na opisie przede wszystkim nieuczciwych technik wpływu – pod tym kątem będzie bowiem badać wybrane formy medialne. Niepokoi natomiast zestawianie w jednym szeregu pojęć: „perswazja”, „manipulacja”, „dezinformacja” i „propaganda”. Po pierwsze, funkcjonują one na innych płaszczyznach; niektóre z nich mają szerszy, niektóre niewspółmiernie węższy zakres znaczeniowy, ponadto mogą się na siebie nakładać [por. Karwat 2001; Habrajska, Obrębska 2007]. Po drugie

1. Opinie zostały wygłoszone na spotkaniu z Pawłem Znykiem, zorganizowanym na Uniwersytecie Łódzkim w 2011 r. przez autora niniejszego tekstu. Poza uwagami o charakterze ingracji pojawiały się również uwagi krytyczne, nie uwzględnione jednak ani w książce, ani w filmie „Misja autora”.

– co ważniejsze – wynika z tego, że perswazję należy traktować jako nieuczciwe wpływanie na odbiorcę. Tymczasem powszechnie znane definicje perswazji dowodzą, że jest to nieprawda; można przekonywać również w sposób uczciwy [Arystoteles 2004: 106; Pisarek 2006]. Autor zaznacza wprawdzie, że współcześnie pojęcie perswazji uległo przedefiniowaniu, ale nie uzasadnia to stawiania jej w jednym rzędzie z manipulacją. Poważnym brakiem jest przy tym pominięcie najbardziej podstawowych, nawet słownikowych definicji perswazji i manipulacji – choćby w celu ułatwienia nieobeznanemu z zagadnieniem czytelnikowi odróżnienia od siebie tych dwóch pojęć, a także udowodnienia, że w toku analizy i interpretacji form medialnych będą one również należycie odróżniane.

Rozdział II – najważniejszy, jak wynika z układu treści – jest analizą reportażu „Tajemnica czterdziestego piętra”. Autor postanowił go zatytułować *Technologia zabójstwa medialnego – sterowanie percepcją widza*. Tytuł ten jest w równym stopniu efektowny, co sugestywny; czytelnik nie ma już wątpliwości, że cała praca, jaką wykonali reporterzy, jest z gruntu nieuczciwa. Zaproponowana analiza jest rzeczywiście bardzo szczegółowa i uwzględnia kilka płaszczyzn:

- analiza zawartości i próba wykazania manipulacji zawartością (m. in. dezinformacji);
- językowe formy perswazji i manipulacji;
- socjotechniki i psychotechniki w celu wywierania wpływu na odbiorcę;
- oddziaływanie emocjonalne;
- oddziaływanie przekazu pozawerbalnego.

Głównemu wątkowi tekstowemu towarzyszą liczne cytaty z literatury przedmiotu oraz umieszczone na marginesach liczne zrzuty obrazu: klatki omawianego reportażu. Czytelnik może śledzić narrację, oglądając jednocześnie płytę DVD. Pomysł, żeby dołączyć do książki tę płytę, jest znakomity – można ją z powodzeniem wykorzystać jako materiał szkoleniowy i nieustannie przy tym konfrontować wnioski autora z fragmentami oryginalnego materiału TVN.

Jak widać, autor postanowił wykorzystać do analizy szeroką i wszechstronną wiedzę z zakresu przekazów medialnych, komunikacji społecznej, a nawet socjologii czy psychologii. Problem jednak polega na tym, że wymienionych wyżej płaszczyzn czytelnicy muszą się doszukać sami, by sklasyfikować według nich chwytły manipulacyjne. Autor nie zaproponował jakiegokolwiek uporządkowanej metody badawczej – jedyne, co wyznacza porządek, to układ treści w reportażu

TVN. A można było pokusić się o układ podyktowany konkretną naukową metodą analizy, np:

- A. stosując którąś z jedenastu metod retorycznej analizy tekstu [Lichański 2010: 387];
- B. wprowadzając podział na przekaz werbalny i pozawerbalny;
- C. wprowadzając rozróżnienie językowych i pozajęzykowych form wpływu na odbiorcę;
- D. stosując rozróżnienie perswazji od manipulacji i oceniając uczciwość stosowania określonych technik lub jej brak;
- E. rozróżniając manipulację treścią od manipulacji za pomocą zabiegów formalnych, etc.

Sposoby układu treści oraz systematyzacji metod badawczych można by mnożyć – autor mógł przecież również skorzystać z dorobku badań komunikatystów (por. prace G. Habrajskiej i A. Awdiejewa, M. Poprawy, M. Fleischera i wielu innych). Wystarczyło wybrać jedną (lub skompilować kilka) z dostępnych na rynku wydawniczym teorii komunikacyjnych lub manipulacyjnych. Autor oczywiście korzystał z licznych opracowań przedmiotowych, ale nie poukładał tego materiału w konkretny sposób, skazując czytelnika na „przedzianie się” przez strukturę tekstu, w której umieszczono obok siebie rozmaite techniki wpływu, niejako „wrzucając je do jednego worka”. Wspomniane cytaty z literatury przedmiotu często sprawiają wrażenie przypadkowo umieszczonych w tej strukturze.

Powyższe uwagi wypada uzupełnić o jeszcze jedną: autor nie uwzględnił w skądinąd szczegółowej i dokładnej analizie definicji reportażu telewizyjnego i jakichkolwiek uwag dotyczących sposobu tworzenia telewizyjnych gatunków informacyjnych [Boyd 2006; Godzic 2004]. Nie ma ani jednej informacji o reportażu jako gatunku dziennikarskim. Jest to, w moim przekonaniu, bardzo poważny brak. Naraża on zarówno autora, jak i czytelników, na ryzyko mylenia manipulacji z tym, co jest typowym wyznacznikiem gatunkowym analizowanej formy medialnej. Jak wiadomo, współczesny reportaż śledczy produkowany przez telewizję komercyjną musi być atrakcyjny dla widza i odznaczać się sensacyjnością – w przeciwnym razie niewielu widzów zechce go obejrzeć. W związku z tym przykładowe traktowanie sensacyjności i zasady atrakcyjności jako celowego i nieuczciwego wpływu na odbiorcę jest zwyczajnym nieporozumieniem.

Oczywiście, można się oburzać na takie podejście producentów reportaży, ale w żadnym razie nie upoważnia to do klasyfikowania go jako manipulacji (chyba że uda się udowodnić, iż sensacyjność osiągnięto przez manipulację faktami albo zwyczajne zmyślenia i kłamstwa).

Rozdział III jest pod względem zamysłu i struktury podobny do poprzedniego – z tą jedynie różnicą, że poświęcony jest analizie reportażu prasowego pt. *Tajemnica czterdziestego piętra*. Sam tekst jest zresztą określany przez autora jako artykuł – to nic nie znaczy, istnieje bowiem kilka rodzajów artykułów prasowych. Można już podejrzewać, że tym razem nie tylko pominął on niezbędne definicje gatunków dziennikarskich, ale że zwyczajnie ich nie rozróżnia. Po pierwsze, analizowany tekst nie jest artykułem, lecz reportażem, w dodatku jego specyficzną odmianą: reportażem śledczym. Po drugie, brak charakterystyki tego gatunku dziennikarskiego (być może oczywistej dla medioznawcy, ale niekoniecznie dla innych odbiorców) skazuje czytelnika na domysły, co jest mianowicie manipulacją, a co cechą gatunkową. O ile autor pisze o manipulacji faktami lub retorycznych mechanizmach wpływu na odbiorcę, sprawa wydaje się jasna; jednakże pisanie o kwestiach stylistycznych czy zasadzie atrakcyjności, przy jednoczesnym lekceważeniu definicji reportażu prasowego [por. Pisarek 2006, hasło: reportaż] musi budzić wątpliwości. W obrębie samego pojęcia reportażu da się jeszcze wyróżnić podrodzaje – niektóre z nich dopuszczają np. publicystyczność, a więc istnienie komentarza odautorskiego, w tym różnego rodzaju pytań. Publicystyka to także oddziaływanie na czytelnika, to także perswazja i – w obecnych czasach – atrakcyjność. Nie oznacza to oczywiście, że rozdział ten nie ma swoich dobrych stron: z pewnością jest nią przedruk analizowanego tekstu oraz umożliwienie czytelnikowi symultanicznego śledzenia zarówno tekstu, jak i analizy. Literatura przedmiotu celnie uzupełnia analizę – choć znów przydałoby się, podobnie jak poprzednio, uporządkowanie materii według określonej metody.

Kolejne trzy rozdziały są już *de facto* dodatkiem – łącznie stanowią około jedną piątą zawartości książki. Rozdział IV autor postanowił poświęcić sylwetce znanego polskiego dziennikarza śledczego, Bertolda Kittela. Chodziło o to, by pokazać nieetyczny sposób postępowania dziennikarza, któremu zdarzyło się popełnić błędy lub – zdaniem P. Znyka – postępować z gruntu nieuczciwie. Opisano więc przypadki dziennikarskich pomyłek Kittela (oraz współpracującej z nim Anny Marszałek), związane z nimi postępowania sądowe oraz sposób reagowania dziennikarzy, którym udowodniono naruszenie standardów (ściślej

– brak reakcji). Wszystkie te przypadki są dla łódzkiego psychologa dowodem na zakłamanie i nieuczciwość dziennikarzy śledczych – i trudno odmawiać mu prawa do takiej konkluzji. Rozdziały poświęcone łamaniu zasad etycznych przez dziennikarzy, przypominające o przypadkach jej naruszania, są bardzo potrzebne *pro publico bono*. Rzecz w tym, że podczas lektury tego rozdziału nie można pozbyć się wrażenia publicystycznej pasji autora, która byłaby dobrze widziana w komentarzach, felietonach czy esejach; pytanie tylko, czy jest uzasadniona w książce, która ma być opracowaniem naukowym lub wręcz „podręcznikiem” [określenie P. Znyka – KG]. W tym kontekście bardzo poważne wątpliwości budzi tytuł rozdziału: *Standardy w dziennikarstwie. Na pensum polityki, biznesu i służb*. Ani jeden akapit w tym rozdziale nie udowadnia jednoznacznie, że Bertold Kittel lub Anna Marszałek byli w swojej pracy uzależnieni od polityków, biznesmenów, czy jakichkolwiek służb. Nie pada też wyjaśnienie, którzy to byłiby politycy i jakie partie polityczne, o których biznesmenów chodzi i jakie konkretne służby miałyby zapewniać pensum dziennikarzom. Należy sobie wyobrazić, że w rozprawie naukowej powinny również pojawić się cytaty lub reprodukcje jakichś dokumentów bądź wypowiedzi znanych z nazwiska świadków takich praktyk. Być może tytuł rozdziału miał być zwyczajnie efektowny, nie zmienia to jednak faktu, że zawiera bardzo poważne oskarżenie. Wobec braku jednoznacznych dowodów może więc być traktowany jako insynuacja. Byłoby źle, gdyby z tego powodu próbowano przekreślać wartość naukową czy analityczną książki.

Dwa ostatnie rozdziały autor poświęcił przedrukowi z „Gazety Wyborczej” – rozdział V jest prezentacją tekstów prasowych, w których dziennikarze „Gazety” zarzucają manipulację tabloidom (chodzi o relacjonowanie samobójczej śmierci Andrzeja Leppera i związanych z nią wydarzeń); zaś rozdział VI to przedruki kilku wybranych tekstów prezentujących wizerunek Jana Pawła II – przedrukowi towarzyszy sugestia, by czytelnicy potraktowali te teksty jako materiał do samodzielnej analizy. O ile przedostatni rozdział może być przyczynkiem do uznania tezy o „moralności Kalego”, którą *de facto* Znyk zarzuca „Gazecie” – o tyle ostatni powinien być albo rozwinięty do postaci analizy, albo całkowicie pozbawiony komentarza. Nie można bowiem polecać czytelnikom wykonania samodzielnej pracy analitycznej, jeśli stwierdza się jednocześnie: „Do analizy wybrany został nieprzypadkowo artykuł z „Gazety Wyborczej”. W odniesieniu do tego medium można mówić o finezji manipulacji”. W moim przekonaniu mamy tu do czynienia z nadużyciem. Prawem każdego publicysty jest prezentować

określone poglądy, sympatie i antypatie – dowodem tego jest codzienna dyskusja publicystów na łamach gazet, anten radiowych i telewizyjnych. *Czymś innym jest jednak stawianie takich zarzutów przez naukowca, który powinien je niezwłocznie po sformułowaniu udowodnić.* Jeśli zaś poleca wykonanie tej pracy czytelnikom, a przy tym sugeruje punkt widzenia albo gotową interpretację – to albo nie traktuje swojej pracy jako naukową, albo próbuje czytelnikami manipulować. Czytelnik ma bowiem prawo oczekiwać od autora opracowania naukowego przykładów, dowodów i wniosków, a nie sugestii i publicystycznej oceny zjawisk, która nie musi mieć nic wspólnego z prawdą.

Wszystkie sformułowane uwagi krytycznie nie umniejszają wartości analitycznej książki oraz faktu, że jest ona interesującą pozycją wydawniczą. Autor podjął się przebadania popularnych form reportażowych dotyczących głośnej i ważnej sprawy w polskiej polityce; użył przy tym wszechstronnej, wyspecjalizowanej wiedzy, by zaprezentować czytelnikom wnioski, które okazują się gorzkie – jeśli nie przerażające. Jest to niewątpliwie cenna propozycja naukowego i krytycznego spojrzenia na działalność dziennikarzy śledczych w Polsce, oparta na konkretnym przykładzie. Mimo kilku wątpliwości, należy stwierdzić, że odwaga autora, jego wysiłek włożony w zanalizowanie tekstów dziennikarskich zaowocowały książką, która może być – i z pewnością będzie – traktowana jak podręcznik uczący demaskowania manipulacji dziennikarskiej.

## Bibliografia

- Arystoteles (2004), *Retoryka. Retoryka dla Aleksandra*, tłum. H. Podbielski, Warszawa.
- Boyd A. (2006), *Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych*, tłum. M. Sadza, Kraków.
- Godzic A. (2004), *Telewizja i jej gatunki. Po wielkim bracie*, Kraków.
- Karwat M. (2001), *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń.
- Lichański J. Z. (2010), *Retoryka a/i media: próba określenia pól wspólnych*, [w:] *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź, s. 383-396.
- Mechanizmy perswazji i manipulacji* (2007), red. G. Habrajska, A. Obrębska, Łódź.
- Słownik terminologii medialnej* (2006), red. W. Pisarek, Kraków [wersja CD-ROM].
- Znyk P. (2008), *Od komunikacji do manipulacji*, Keźmarok.