

**Wojciech CZERSKI** 

---

*ORCID: 0000-0002-3951-5752, Dr, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Wydział Pedagogiki i Psychologii, Instytut Pedagogiki, Zakład Pedagogiki Kultury, ul. Narutowicza 12, 20-004 Lublin, e-mail: wojciech.czerski@poczta.umcs.lublin.pl*

---

## **MANIPULACJA INFORMACJĄ JEDNYM Z KLUCZOWYCH PROBLEMÓW WSPÓŁCZESNEGO ŚWIATA MEDIÓW**

### **MANIPULATION OF INFORMATION ONE OF THE KEY PROBLEMS OF THE CONTEMPORARY MEDIA WORLD**

**Słowa kluczowe:** manipulacja informacją, społeczeństwo informacyjne, dobra publiczne, informacja.

**Keywords:** manipulation of information, information society, public good, information.

#### **Streszczenie**

W artykule zaprezentowana została tematyka zjawiska manipulacji informacją. Na wstępie dokonana została charakterystyka pojęcia „informacja” oraz jej miejsce w katalogu dóbr publicznych. W drugiej części scharakteryzowano termin „manipulacja informacją”, a punktem wyjścia do tego było pojęcie „manipulacja”. Przedstawiono również charakterystykę analizowanego zjawiska przedstawiając różne klasyfikacje manipulacji w mediach. Na zakończenie zaprezentowane zostało kilka przykładów manipulacji, jak również sposoby przeciwdziałania im.

#### **Abstract**

The article presents the phenomenon of information manipulation. At the beginning, a description of the concept of information and its place in the catalogue of public goods was made. In the second part, the term information manipulation was characterized, and the starting point for this was the concept of manipulation. The characteristics of the analyzed phenomenon are also presented, describing various classifications of manipulation in the media. At the end, several examples of manipulation were presented, as well as ways of counteracting them.

#### **Wstęp**

Zmieniająca się rzeczywistość medialna umożliwiła każdemu obywatelowi społeczeństwa informacyjnego bycie twórcą komunikatów medialnych. Było to

możliwe głównie dzięki temu, iż jednym z podstawowych przejawów aktywności człowieka jest porozumiewanie się, a dzięki nowym technologiom stało się to dużo prostsze<sup>1</sup>. Efektem tego jest również „niepomiaralna ilość informacji, jaką wytwarza dziś ludzkość”<sup>2</sup>.

Osoby sprawnie funkcjonujące w tak zwanej przestrzeni medialnej i posiadające odpowiednie kompetencje są w stanie stwierdzić wiarygodność odbieranych informacji. Niestety, wiele z nich jest nieprawdziwych, zmanipulowanych przez ich twórców. Powodów tego działania jest wiele i przedstawione zostaną w dalszej części niniejszego opracowania. Należy tu również zauważyć, iż nowe technologie i tworzone za ich pomocą różne komunikaty, a także „znaczenie przypisywane informacji sprawia, że współczesny człowiek intensywnie dąży do zaspokojenia szczególnej kategorii potrzeb – potrzeby informacyjnej”<sup>3</sup>.

Czym jest wspomniana *przestrzeń medialna*? Jak podaje M. Wrońska, jest to „szeroko rozumiana sfera relacji międzyludzkich, których środkiem jest przekaz multimedialny w różnej formie. Jest ona traktowana i postrzegana jako obszar nieskrępowanej wolności, wręcz gwarant wolności obywatelskiej. Specyficzną cechą przestrzeni multimedialnej jest to, że pomiędzy nadawcą i odbiorcą nie musi istnieć fizyczna bliskość”<sup>4</sup>. Wspomniana tu wolność nie powinna być przyczynkiem do nadużyć, co prowadzić może do zakłamywania rzeczywistości.

## **Informacja jako podstawowa jednostka dobra publicznego**

W wielu dyscyplinach naukowych, zwłaszcza w pedagogice, socjologii, ekonomii wiele miejsca poświęca się informacji. Często mówi się o tym jako o *dobru*. J. Włodarczyk słusznie zauważa, że „żadna dyscyplina naukowa nie wypracowała dotychczas jednoznacznej i systematycznej definicji informacji. Niejednokrotnie w ogóle unika się definiowania pojęcia »informacji«, traktując je jako pojęcie pierwotne, rozumiane przez człowieka intuicyjnie”<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Por. J. Hernik, *Informacja czy manipulacja? Analiza na przykładzie wybranych reklam*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici. Zarządzanie” 2013, t. 40, s. 194.

<sup>2</sup> P. Korotusz, A. Kocimska-Zych, *Fake News – postrzeganie wiarygodności informacji w internecie* [w:] *Informacja w przestrzeni publicznej*, red. D. Litwin-Lewandowska, Wydawnictwo Naukowe TYGIEL, Lublin 2018, s. 58.

<sup>3</sup> M. Kęsy, *Zjawiska chaosu informacyjnego i manipulacji w ujęciu praktyk czytelniczych współczesnego społeczeństwa*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2018, t. 9, nr 2, s. 207.

<sup>4</sup> M. Wrońska, *Kultura medialna adolescentów: studium dostępu i zastosowań*, Wyd. UR, Rzeszów 2012, s. 25.

<sup>5</sup> J. Włodarczyk, *Informacja i jej znaczenie dla konsumenta – wybrane aspekty*, „Studia Ekonomiczne” 2006, nr 38, s. 243.

W. Okoń definiując pojęcie „informacja” zauważa, że w teorii informacji jest to „każdy czynnik, który zmniejsza niepewność co do danego stanu rzeczy i ułatwia sterowanie, tj. zmianę tego stanu w stan inny. Informacja może być wykorzystywana przez ludzi, przez inne organizmy żywe i przez maszyny”<sup>6</sup>. Natomiast Cz. Kupisiewicz i M. Kupisiewicz uważają, że jest to „wiadomość, wskazówka, którą można przekazywać ustnie, zapisywać w różny sposób, przetwarzając i przechowywać”<sup>7</sup>.

Jak zauważa E. Pohulak-Żołędowska, termin ten używany jest „bardzo szeroko. Według Variana informacją jest w zasadzie wszystko, co może zostać zakodowane – przekształcone w strumień bitów”<sup>8</sup>, natomiast S. Forlicz uważa, że analizowany jest on jako „przepływ danych lub prawd sformułowanych w postaci ciągów znaków pewnego języka od nadawcy do odbiorcy”<sup>9</sup>.

J. Włodarczyk próbując zdefiniować termin „informacja”, zwraca uwagę na to, że „informować oznacza podejmować aktywność, przez którą jest przenoszona wiedza, a wiedzieć znaczy być poinformowanym. W związku z tym informacja może oznaczać akt lub treść przekazywania porcji wiedzy, natomiast wiedza danego podmiotu oprócz nagromadzonych informacji może się składać ze zbioru zdobytych doświadczeń i towarzyszących im kontekstów”<sup>10</sup>.

R. Kurek dokonując próby zdefiniowania analizowanego pojęcia, zwraca uwagę na fakt, że zawsze jest ona przeznaczona dla kogoś, co znaczy, iż ma swojego odbiorcę, którym może być rzeczywista osoba, jak również potencjalna. Odnosi się ona również „do określonego stanu rzeczy, tj. przedmiotów, faktów, zdarzeń, zjawisk, związków pomiędzy nimi, a także stanów umysłu i odwzorowuje wszystko to, co jest przedmiotem komunikacji”<sup>11</sup>.

Chcąc w pełni zrozumieć istotę pojęcia informacji, należy również określić jej miejsce w relacji z terminem dane i wiadomości, które pojawiły się w wielu definicjach. Podobnego zdania jest A. Mirski, który opracował hierarchiczny model danych, informacji, wiedzy i mądrości zaprezentowany na rys. 1.

---

<sup>6</sup> W. Okoń, *Nowy słownik pedagogiczny*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2007, s. 145.

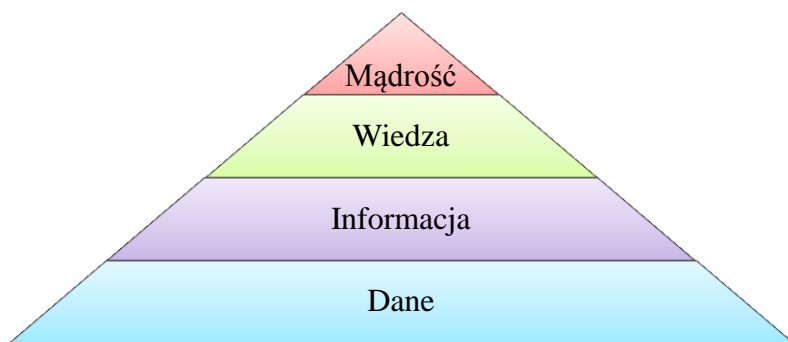
<sup>7</sup> C. Kupisiewicz, M. Kupisiewicz, *Słownik pedagogiczny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 66.

<sup>8</sup> E. Pohulak-Żołędowska, *Informacja jako dobro rynkowe*, [http://mikroekonomia.net/system/publication\\_files/313/original/8.pdf?1314952661](http://mikroekonomia.net/system/publication_files/313/original/8.pdf?1314952661) (dostęp: 22.08.2018 r.).

<sup>9</sup> S. Forlicz, *Mikroekonomiczne aspekty przepływu informacji między podmiotami rynkowymi*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 1996, s. 5.

<sup>10</sup> J. Włodarczyk, *Informacja i jej znaczenie dla konsumenta – wybrane aspekty...*, s. 243.

<sup>11</sup> R. Kurek, *Informacja jako dobro publiczne a nadzór nad działalnością zakładów ubezpieczeń*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” 2010, nr 4, s. 87.



**Rys. 1. Hierarchiczny model danych, informacji, wiedzy i mądrości**

Źródło: A. Mirski, *Zarządzanie wiedzą i talentami oraz doskonalenie kadr w przedsiębiorstwie a uczenie się dorosłych*, „Edukacja Ustawiczna Dorosłych” 2014, nr 4(87), s. 176.

Na podstawie powyższego modelu można wywnioskować, że informacje powstają na podstawie pewnych danych. Analizując czym są dane, najtrafniej zdefiniować je można jako „pewne zbiory wartości (np. liczbowych, logicznych, znakowych), które są ze sobą zwykle w jakiś sposób powiązane i mogą być gromadzone i przechowywane w różnych strukturach danych”<sup>12</sup>. W systemach informatycznych jako dane traktuje się informacje, najczęściej zapisane w formie liczbowej, które podlegają przetwarzaniu komputerowemu. Mogą one „reprezentować także np. fakty, pojęcia lub rozkazy, przedstawione w sposób sformalizowany, dogodny do przesłania, interpretacji lub przetwarzania”<sup>13</sup>. W informatyce natomiast dane to „wartości liczbowe, tekstowe, logiczne, które ma przetwarzać wykonawca lub które powstają w wyniku przetwarzania”<sup>14</sup>.

Wiedząc już czym są dane, można w pełniejszy sposób spojrzeć na ich związek z informacją. Jak podaje J. Lichtarski, informacja to nic innego jak „dane, które zostały poddane kategoryzacji, klasyfikacji czy innemu rodzajowi uporządkowania, dzięki czemu uzyskujemy nowy punkt widzenia w interpretacji wydarzeń i stanów rzeczy”<sup>15</sup>.

Analizując rys. 1 zauważyć można, że informacja ma ścisły związek z wiedzą, a nie wiadomościami. T.W. Nowacki zauważa jednak, że „pojęcia wiedza i wiadomości są ze sobą utożsamiane. Jest to jedynie pewnego rodzaju uprosz-

<sup>12</sup> A. Horzyk, *Sztuczne systemy skojarzeniowe i asocjacyjna sztuczna inteligencja*, Akademicka Oficyna Wydawnicza Exit, Kraków 2013, s. 20.

<sup>13</sup> A. Markowski, A. Rydzewski, *Technika mikrokomputerowa: słownik pięcioletni*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1993, s. 27.

<sup>14</sup> H. Popiel, P. Stępczyński, *Podstawy algorytmiki [w:] Podstawy technologii informacyjnej i informatyki w przykładach i zadaniach*, red. B. Bylina, J. Bylina, J. Mycka, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007, s. 216.

<sup>15</sup> J. Lichtarski (red.), *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, Wrocław 2007, s. 375.

czenie, głównie ze względu na to, że wiadomości to utrwalenie w umyśle różnych informacji na drodze procesu uczenia się i doświadczenia”<sup>16</sup>. Wiedza natomiast to „treści utrwalane w umyśle ludzkim w rezultacie gromadzenia doświadczeń i uczenia się”<sup>17</sup>. J. Lichtarski uważa natomiast, że wiedza to takie informacje, które zostały „uporządkowane, usystematyzowane; powstaje po wyciągnięciu odpowiednich wniosków z dostępnych informacji”<sup>18</sup>.

Teoria informacji jako nadrzędna dla informacji rozróżnia wiadomości, a nie wiedzę i definiuje ją jako informacje o czymś, czyli sekwencje „znaków, zespół dźwięków, obrazów itp. o treści dotyczącej określonych osób, rzeczy, zjawisk i procesów, która może być przechowywana przez odbiorcę”<sup>19</sup>.

Jak można było do tej pory zauważyć, nie ma zarówno spójnej definicji terminu „informacja” oraz związanych z nim pojęć „dane”, „wiedza” i „wiadomości”, jak również relacji zachodzących pomiędzy nimi. Niezależnie od tego dostrzec można, że informacja jest swego rodzaju dobrem konsumpcyjnym.

W ekonomii oraz teorii informacji wyróżnia się dwie kategorie dóbr: *dobra publiczne* i *dobra prywatne*.

**Dobra publiczne** zatem ogólnie określa się „jako takie, które są dostępne dla wszystkich, a ich konsumpcja przez jednych nie ogranicza możliwości konsumpcji przez innych”<sup>20</sup>. R. Kurek zauważa, że dobra publiczne to nie tylko dane namacalne, ale również „usługi służące całemu społeczeństwu. Są one dostarczane przez państwo (i inne podmioty publiczne) na zasadach powszechnej dostępności”<sup>21</sup>.

P. Suber dostrzega również fakt, że „w znaczeniu technicznym, używanym przez ekonomistów, dobro publiczne nie podlega zasadom konkurencji i jest niewykluczające. Dobro jest wtedy niekonkurencyjne, gdy pozostaje niezmiennie pod wpływem konsumpcji. Wszyscy możemy je konsumować bez wyczerpywania go lub bez ryzyka, że zaczniemy konkurować między sobą w dostępie do niego”<sup>22</sup>.

Dobro prywatne jest tak naprawdę odwrotnością dobra publicznego. Jego konsumpcja jest ograniczona między innymi przez potrzebę dokonania opłaty za nią.

---

<sup>16</sup> W. Czernski, *Gotowość nauczycieli do stosowania nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2017, s. 38.

<sup>17</sup> W. Okoń, *Nowy słownik pedagogiczny...*, s. 455.

<sup>18</sup> J. Lichtarski (red.), *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie...*, s. 375.

<sup>19</sup> C. Kupisiewicz, M. Kupisiewicz, *Słownik pedagogiczny...*, s. 190.

<sup>20</sup> J.K. Solarz, *Dobra publiczne w usługach finansowych*, „Ekonomia. Rynek. Gospodarka. Społeczeństwo” 2004, nr 13, s. 59–60.

<sup>21</sup> R. Kurek, *Informacja jako dobro publiczne a nadzór nad działalnością zakładów ubezpieczeń...*, s. 86.

<sup>22</sup> P. Suber, *Wiedza jako dobro publiczne*, <http://koed.org.pl/wp-content/uploads/2017/01/peter-suber-wiedza-jako-dobro-publiczne-7.pdf> (dostęp: 23.08.2018 r.).

Informacja bardzo często w przeszłości stanowiła przedmiot wymiany. Teraz jednak coraz częściej autorzy informacji decydują się swoje *produkty* udostępnić nieodpłatnie dla całej rzeszy odbiorców. Dzięki *social media* informacja ta jest błyskawicznie rozprzestrzeniana. Niestety, zdarza się, że udostępniana przez to medium informacja nie do końca jest wiarygodna.

## Manipulacja informacją – eksplikacja pojęcia

Historia stosowania pojęcia manipulacja sięga „XVIII wieku, kiedy to pojawiło się ono w *Słowniku języka francuskiego*. (...) Już wówczas najprawdopodobniej słowo to miało także swój przenośny charakter i oznaczało osobę, która ma zdolność do manipulowania kimś innym”<sup>23</sup>.

F. d’Almeida pod pojęciem manipulacji rozumie, że jest to „posługiwanie się kimś jakby był przedmiotem” lub też „psychicznie podporządkowanie sobie innych”<sup>24</sup>. Natomiast M. Golka traktuje je jako „wszystkie skryte, celowe, rozmyślne oddziaływanie na odbiorców przez wywieranie na nich wpływu i dążenie do zmiany ich postaw – w sytuacji, gdy sami odbiorcy tych oddziaływań sobie nie uświadamiają”<sup>25</sup>.

W *Słowniku języka polskiego* znaleźć można również definicję mówiącą o tym, że oprócz już wymienionych, manipulacja to „posługiwanie się faktami, danymi itp. w sposób nieuczciwy w celu zdobywania określonego wpływu na ludzi”<sup>26</sup>. A zatem można zauważyć, iż duży związek ma ona z informacją. Odnosząc to do nauki o informacji można dostrzec, że „manipulowanie informacją jest rodzajem operacji dokonywanej na informacji przekazywanej od nadawcy do odbiorcy indywidualnego lub zbiorowego”<sup>27</sup>. Jak podaje W. Babik, może przybierać różne formy, zaczynając od niewinnego, ale świadomego pomijania określonych faktów (zazwyczaj dla niektórych niewygodnych), a kończąc na perfidnym kłamstwie i oszustwie.

W. Babik zauważa również, że w przypadku manipulowania informacją zazwyczaj mamy do czynienia z:

– „pseudoinformacjami – informacjami dostarczonymi przez różne komunikaty, lecz dotyczącymi tego samego przedmiotu,

---

<sup>23</sup> J. Hernik, *Informacja czy manipulacja?...*, s. 197.

<sup>24</sup> F. d’Almeida, *Manipulacja: w polityce, w reklamie, w miłości*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005, s. 7.

<sup>25</sup> M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 112.

<sup>26</sup> L. Drabik, A. Kubiak-Sokół, E. Sobol, L. Wiśniakowska (red.), *Słownik języka polskiego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011, s. 427.

<sup>27</sup> W. Babik, *O manipulowaniu informacją w prywatnej i publicznej przestrzeni informacyjnej* [w:] *Człowiek, media, edukacja*, red. E. Musiał, I. Pułak, Katedra Technologii i Mediów Edukacyjnych. Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN, Kraków 2011, s. 14.

- dezinformacjami – informacjami niezgodnymi ze stanem faktycznym,
- parainformacjami – informacjami subiektywnymi wynikającymi z mylnej interpretacji treści zawartych w komunikatach<sup>28</sup>.

J. Hernik natomiast zauważa, że w reklamach ich twórcy stosują wiele różnych technik manipulacji. Są nimi przede wszystkim: *powtarzanie, stosowanie symboli, testimonial i rekomendacje, stereotyp*<sup>29</sup>.

G. Demczuk wśród technik manipulacji, oprócz już wymienionych, wyróżnia:

- kreowanie wroga lub kozła ofiarnego,
- oddziaływanie na emocje,
- ustawienie informacji w określonej kolejności,
- wzbudzanie sensacji<sup>30</sup>.

Przyglądając się zjawisku manipulowania informacją D. Winn zauważa, iż stosowane jest ono często do manipulowania psychiką odbiorców, indoktrynacji, czy też komunikacji politycznej<sup>31</sup>.

## Manipulacja informacją – oblicza i przeciwdziałanie

Analizując nasze codzienne życie zauważyć można, że praktycznie na każdym kroku mamy styczność z manipulowaniem informacją. Jednym z przykładów są chociażby reklamy, których celem jest wzbudzanie u odbiorców potrzeby posiadania reklamowanego produktu lub usługi. Twórcy reklam osiągają swój cel poprzez wzbudzanie konkretnych emocji oraz takim pokazywaniu produktu, aby odbiorca myślał, że *nie może bez niego żyć*. Najlepszym przykładem manipulacji w reklamie są spoty firm farmaceutycznych. Ich autorzy dla uwiarygodnienia chociażby skuteczności produktu, pokazują np. lekarza lub farmaceutę, który zachwala skuteczność danego leku. Niestety, w rolę tych osób wcielają się aktorzy, którzy odgrywają jedynie swoją rolę; nie są to rzeczywiści specjaliści.

Manipulacja w reklamie może polegać również na przekazywaniu wiadomości, których odbiorca nie jest w stanie w żaden sposób sprawdzić. Taką sytuację mamy np. w reklamach funduszy emerytalnych i inwestycyjnych. W tym przypadku przedstawiona jest świetlana przyszłość czekająca osoby inwestujące w fundusze, gdzie oczywiście nikt nie jest w stanie zagwarantować, że inwestując osiągniemy w pełni przedstawioną rzeczywistość (informacja o tym napisana

<sup>28</sup> Tamże.

<sup>29</sup> Więcej w: J. Hernik, *Informacja czy manipulacja?...*, s. 197–201.

<sup>30</sup> Więcej w: G. Demczuk, *Perswazja i manipulacja w środkach masowego przekazu*, [http://www.profesor.pl/mat/na8/na8\\_g\\_demczak\\_030920\\_1.php](http://www.profesor.pl/mat/na8/na8_g_demczak_030920_1.php) (dostęp: 26.02.2019 r.).

<sup>31</sup> Za: D. Winn, *Manipulowanie umysłem: pranie mózgu, warunkowanie, indoktrynacja*, Unus, Wałbrzych 2003.

jest często małym drukiem na końcu reklamy, który jest ledwo dostrzegalny i szybko znika)<sup>32</sup>.

F. d'Almeida opisuje kolejny często stosowany system manipulacji informacją, tym razem stosowany w rodzinach. Jest nim nic innego jak „gratyfikacje, zachęta do współzawodnictwa, szantaż czy groźba. Ponadto uprawia się ludową psychologię, żeby skłonić kogoś do czynności, na którą ta osoba nie przystałaby bez pewnego, chociażby minimalnego przygotowania”<sup>33</sup>.

Media masowe również w wielu przypadkach stosują manipulowanie informacją, „głównie z uwagi na chęć osiągnięcia maksymalnych zysków oraz wchodzenia w różnego rodzaju zależności finansowe”<sup>34</sup>. S. Juszczuk słusznie zauważa, że mass media dla osiągnięcia swoich celów niejednokrotnie narzucają odbiorcom swój własny punkt widzenia. Bazą dla takiego działania jest przede wszystkim naturalna skłonność człowieka do unikania skrajności. Takie podejście umożliwia budowanie poczucia „bezpieczeństwa i uprawomocnienia normalności poglądów, wrażeń i odczuć człowieka. W ten sposób łatwo sterowalną formą przymusu staje się perswazja tzw. opinii publicznej”<sup>35</sup>.

Niezależnie od sposobu dokonania manipulacji, jak i jej formy oraz treści, niesie ona wiele negatywnych skutków dla odbiorców. Już w latach 90. wśród najpoważniejszych działań manipulatorskich A. Lepa wymieniał:

- pozbawienie odbiorców określonej wiedzy,
- niezrozumienie faktów, zjawisk i układów,
- poczucie chaosu w niemal każdej dziedzinie życia publicznego,
- dezinformacja adresatów manipulacji,
- odwracanie uwagi od spraw kluczowych dla życia jednostki i narodu,
- skutki emocjonalne jednostki<sup>36</sup>.

Z tego też względu należy w każdy możliwy sposób *walczyć* z manipulacją, a w obecnych czasach z manipulacją informacją, co, niestety, nie jest rzeczą prostą.

Jedną z metod radzenia sobie w sytuacji, kiedy możemy mieć do czynienia z manipulacją, jest znajomość sposobów jej mechanizmów. Co za tym idzie – należałoby wprowadzić, podczas procesu edukacji, określone treści pokazujące jak wyglądają poszczególne sposoby manipulowania. Jak podaje W. Babik

---

<sup>32</sup> Więcej na ten temat przeczytać można w: A. Gródecka, *Techniki manipulacji w tekstach reklamowych*, [http://www.reporterzy.info/195,techniki\\_manipulacji\\_w\\_tekstach\\_reklamowych.html](http://www.reporterzy.info/195,techniki_manipulacji_w_tekstach_reklamowych.html) (dostęp: 5.03.2017 r.); J. Hernik, *Informacja czy manipulacja?...*, s. 201–202.

<sup>33</sup> F. d'Almeida, *Manipulacja: w polityce, w reklamie, w miłości...*, s. 56.

<sup>34</sup> W. Babik, *O manipulowaniu informacją w prywatnej i publicznej przestrzeni informacyjnej...*, s. 15.

<sup>35</sup> S. Juszczuk, *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia (o problemach tworzącego się społeczeństwa informacyjnego)*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2000, s. 66.

<sup>36</sup> Więcej w: A. Lepa, *Świat manipulacji*, Tygodnik Katolicki „Niedziela”, Częstochowa 1997, s. 156–159.



„z manipulacją możemy sobie radzić tylko wtedy, gdy uda nam się ją zdema-skować. Sposoby walki z manipulacją to zdobywanie rzetelnej informacji, uważna obserwacja i analiza faktów”<sup>37</sup>. Jak można z tego wnioskować, nasza obrona przed wpływem manipulacji informacją, to oprócz odpowiedniego poziomu wiedzy ogólnej, skoncentrowanie i krytyczne spojrzenie na docierające do nas informacje.

Podobnego zdania jest A.J. Wichura<sup>38</sup>, który analizując techniki manipulacji w mediach, obok ich charakterystyki, podaje sposoby radzenia sobie z nimi. W odniesieniu do mediów (a stąd właśnie dociera do odbiorców najwięcej informacji) najlepszym sposobem jest w pierwszej kolejności przejrzenie nagłówków i odrzucenie tych, które wzbudzają najmniejsze chociażby wątpliwości. Zdaniem A.J. Wichury kluczowe tu jest to, aby „pogodzić się z faktem, że nie trzeba się na wszystkim znać, a ludzką rzeczą jest błędzić”<sup>39</sup>. Drugą rzeczą jest kwestionowanie własnego osądu czytając chociażby te nagłówki. Dzięki temu czytając dane informacje zaczniemy bardziej krytycznie podchodzić do ich treści. Trzecim krokiem jest umiejętność oceniania źródła informacji. Chodzi tu głównie o informacje rozpowszechniane przez samozwańczych *ekspertów*. Tego typu informacje można znaleźć głównie w sieci internet. Ostatnią rzeczą istotną podczas obrony przed manipulacją jest sama świadomość istnienia manipulacji i tego, iż czytając jakiś materiał można zostać zmanipulowanym.

Z powyższych rozważań wynika, że najlepszym sposobem *walki* z manipulacją informacją jest weryfikowanie potrzebnych informacji w różnych źródłach. Oczywiście wówczas nie ma również pewności, że wszystkie te informacje są wiarygodne, jednakże prawdopodobieństwo manipulacji spada.

## Zakończenie

Spółeczeństwo informacyjne jako takie daje ogromne możliwości dla jego członków. Analizując sam termin, nie można oprzeć się wrażeniu, iż jest on „tylko skrótem myślowym, tylko jedną z prób systematycznego określenia najważniejszych cech, mechanizmów funkcjonowania i skutków tych relatywnie nowych zjawisk”<sup>40</sup>. Występujące w tym społeczeństwie mechanizmy dostarczają nowego spojrzenia na pojęcie informacji oraz wiedzy. Obywatele otrzymują również sposoby operowania właśnie informacją i dzięki temu pozyskiwaniu

---

<sup>37</sup> W. Babik, *O manipulowaniu informacją w prywatnej i publicznej przestrzeni informacyjnej...*, s. 15.

<sup>38</sup> Więcej na temat technik manipulacji i sposobów radzenia sobie z nimi można przeczytać w: A.J. Wichura, *Techniki manipulacji w mediach*, <https://czlowiek.info/jak-rozpoznawac-falszywe-informacje-w-mediach/> (dostęp: 26.02.2019 r.).

<sup>39</sup> Tamże.

<sup>40</sup> M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne...*, s. 254.

nowej wiedzy. Niestety, jak wszystko, tak i samo społeczeństwo informacyjne niesie za sobą różne zagrożenia. Jednym z nich jest opisywana tu manipulacja informacją. Analiza tego zjawiska pokazuje, iż oprócz wielu funkcji, jakie pełni informacja, czyli głównie poznawczą, metainformacyjną i edukacyjną, może służyć również do sterowania zachowaniem i postępowaniem odbiorców<sup>41</sup>. Z tego też względu każdemu człowiekowi już sama intuicja powinna podpowiadać, „że nie powinniśmy być bezkrytycznymi odbiorcami komunikatów docierających do nas za pośrednictwem mass mediów”<sup>42</sup>. Jeśli tak obywatele będą postępować, wówczas ustrzegą się oszustw oraz ich postawy i zachowania nie będą kształtowane pod wpływem odpowiednio dobranych informacji.

## Bibliografia

- Babik W., *O manipulowaniu informacją w prywatnej i publicznej przestrzeni informacyjnej* [w:] *Człowiek, media, edukacja*, red. E. Musiał, I. Pulak, Katedra Technologii i Mediów Edukacyjnych. Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN, Kraków 2011.
- Batorowska H., *Indywidualne zarządzanie informacją zabezpieczeniem przed manipulacją w środowisku płynnej inwigilacji*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2018, t. 9, nr 1.
- Czerski W., *Gotowość nauczycieli do stosowania nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2017.
- d'Almeida F., *Manipulacja: w polityce, w reklamie, w miłości*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.
- Drabik L., Kubiak-Sokół A., Sobol E., Wiśniakowska L. (red.), *Słownik języka polskiego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.
- Forlicz S., *Mikroekonomiczne aspekty przepływu informacji między podmiotami rynkowymi*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 1996.
- Golka M., *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Hernik J., *Informacja czy manipulacja? Analiza na przykładzie wybranych reklam*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici. Zarządzanie”, 2013, t. 40.
- Horzyk A., *Sztuczne systemy skojarzeniowe i asocjacyjna sztuczna inteligencja*, Akademicka Oficyna Wydawnicza Exit, Kraków 2013.
- Juszczyk S., *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia (o problemach tworzącego się społeczeństwa informacyjnego)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2000.
- Kęsy M., *Zjawiska chaosu informacyjnego i manipulacji w ujęciu praktyk czytelniczych współczesnego społeczeństwa*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2018, t. 9, nr 2.
- Korotusz P., Kocimska-Zych A., *Fake News – postrzeganie wiarygodności informacji w internecie* [w:] *Informacja w przestrzeni publicznej*, red. D. Litwin-Lewandowska, Wydawnictwo Naukowe TYGIEL, Lublin 2018.
- Kupisiewicz C., Kupisiewicz M., *Słownik pedagogiczny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

---

<sup>41</sup> Por. W. Babik, *O manipulowaniu informacją w prywatnej i publicznej przestrzeni informacyjnej...*, s. 16.

<sup>42</sup> H. Batorowska, *Indywidualne zarządzanie informacją zabezpieczeniem przed manipulacją w środowisku płynnej inwigilacji*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2018, t. 9, nr 1, s. 136.

- Kurek R., *Informacja jako dobro publiczne a nadzór nad działalnością zakładów ubezpieczeń*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” 2010, nr 4.
- Lepa A., *Świat manipulacji*, Tygodnik Katolicki „Niedziela”, Częstochowa 1997.
- Lichtarski J. (red.), *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, Wrocław 2007.
- Markowski A., Rydzewski A., *Technika mikrokomputerowa: słownik pięcioletni*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1993.
- Mirski A., *Zarządzanie wiedzą i talentami oraz doskonalenie kadr w przedsiębiorstwie a uczenie się dorosłych*, „Edukacja Ustawiczna Dorosłych” 2014, nr 4(87).
- Okoń W., *Nowy słownik pedagogiczny*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2007.
- Popiel H., Stopiczyński P., *Podstawy algorytmiki [w:] Podstawy technologii informacyjnej i informatyki w przykładach i zadaniach*, red. B. Bylina, J. Bylina, J. Mycka, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007.
- Solarz J.K., *Dobra publiczne w usługach finansowych*, „Ekonomia. Rynek. Gospodarka. Społeczeństwo” 2004, nr 13.
- Winn D., *Manipulowanie umysłem: pranie mózgu, warunkowanie, indoktrynacja*, Unus, Wałbrzych 2003.
- Włodarczyk J., *Informacja i jej znaczenie dla konsumenta – wybrane aspekty*, „Studia Ekonomiczne” 2006, nr 38.
- Wrońska M., *Kultura medialna adolescentów: studium dostępu i zastosowań*, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2012.

## Netografia

- Demczak G., *Perswazja i manipulacja w środkach masowego przekazu*, [http://www.profesor.pl/mat/na8/na8\\_g\\_demczak\\_030920\\_1.php](http://www.profesor.pl/mat/na8/na8_g_demczak_030920_1.php).
- Gródecka A., *Techniki manipulacji w tekstach reklamowych*, [http://www.reporterzy.info/195,techniki\\_manipulacji\\_w\\_tekstach\\_reklamowych.html](http://www.reporterzy.info/195,techniki_manipulacji_w_tekstach_reklamowych.html).
- Pohulak-Żołędowska E., *Informacja jako dobro rynkowe*, [http://mikroekonomia.net/system/publication\\_files/313/original/8.pdf?1314952661](http://mikroekonomia.net/system/publication_files/313/original/8.pdf?1314952661).
- Suber P., *Wiedza jako dobro publiczne*, <http://koed.org.pl/wp-content/uploads/2017/01/peter-suber-wiedza-jako-dobro-publiczne-7.pdf>.
- Wichura A.J., *Techniki manipulacji w mediach*, <https://czlowiek.info/jak-rozpoznawac-falszywe-informacje-w-mediach/>.