



KULTUROWE INSTRUMENTARIUM PANOWANIA

pod redakcją:
**Ryszarda Paradowskiego
Pawła Załęckiego**

wydawnictwo
adam marszałek

„Praca [ta] stanowi, jak trafnie ujął jeden z redaktorów, „swoistego rodzaju zbiorową refleksję nad niezwykle złożonym zjawiskiem kulturowego panowania oraz wielu społeczno-kulturowych procesów z nim związanych”. Podjęcie tej problematyki należy do trudnych i ambitnych przedsięwzięć naukowych, a w takim ujęciu była ona dotychczas rzadko poruszana przez polską literaturę przedmiotu. Redaktorom udało się zebrać zespół autorów prezentujących różnorodne podejścia badawcze. Dokonują oni własnej interpretacji kulturowego panowania, koncentrując się przede wszystkim, na eksplanacji mechanizmów i procesów manipulacji”.

prof. dr hab. Arkadiusz Żukowski

„Podjęta w tej pracy problematyka dotyczy jednego z najbardziej frapujących we współczesnej kulturze zagadnień, tj. zagadnienia „panowania”. [...] Redaktorzy zbioru trafnie wytypowali trzy zasadnicze problemy związane z panowaniem, tj. sferę polityki, religii i szczególnie w świecie współczesnym zjawiska, jakim jest reklama. W tradycyjnych ujęciach problematyka panowania wiązana była ze zjawiskami politycznymi [...]. Autorzy pierwszej części wychodzą poza ten schemat omawiając zagadnienie panowania w znacznie szerszym kontekście, wskazując na inne bardzo ważne momenty tego zjawiska. [...] Autorzy drugiej części, wprowadzając do problematyki panowania religijnego zjawiska współczesne (między innymi kwestie nowych ruchów religijnych), proponują interesującą perspektywę. Na szczególnie podkreślenie zasługują propozycje z zakresu części trzeciej, tam bowiem podejmowane są wyjątkowo ważne problemy manipulacji tożsamością podmiotów społecznych”.

dr hab. Tadeusz Biernat

Ponadto Wydawnictwo Adam Marszałek poleca:

U. Dudziak, **Seksualność a polityka, od socjalizmu do liberalizmu**

T. Karwat, **Miernoty i figuranci**

R. Kowalski, **Szalikowcy – potomkowie Hooligana.**

Społeczno-kulturowe źródła agresji widzów sportowych

J. Kurowicki, **Fotografia jako zjawisko estetyczne**

P. Piotrowski, **„Szalikowcy” – o zachowaniach dewiacyjnych kibiców sportowych**

Z. Sarcło, **Media w służbie osoby. Etyka społecznego komunikowania**



Recenzenci: *prof. dr hab. Paweł Biernat, prof. dr hab. Arkadiusz Żakowski*

Redaktor: *Adam A. Korzus*

Redaktor techniczny: *Paweł Banasiak*

Korekta: *Zofia Drossel*

Projekt okładki: *Krzysztof Galus*

© Copyright by WYDAWNICTWO ADAM MARSZAŁEK

Toruń 2001

ISBN 83-7322-047-X

Wydawnictwo Adam Marszałek, ul. Przy Kaszowniku 37, 87-100 Toruń
tel./fax (0-56) 62-322-38, 660-81-60
e-mail: info@marszalek.com.pl, www.marszalek.com.pl
Drukarnia nr 1, ul. Warszawska 52, 87-148 Łysomice, tel. (0-56) 659-98-96

SPIS TREŚCI

WSTĘP

Ryszard Paradowski

Demokracja i panowanie 9

Paweł Zatecki

Kulturowe instrumentarium panowania 15

CZĘŚĆ I – POLITYKA I MANIPULACJA POLITYCZNA

Wiera Paradowska, Ryszard Paradowski

Dominacja i wolność w kulturze 27

Piotr Pawełczyk

Socjotechniczne aspekty panowania 37

Галина Грибанова

«Грязные» технологии в избирательных кампаниях 45

Roman Bäcker

Język a władza. Między totalitarną gnozą polityczną a statokratyzmem. Język oficjalnych wypowiedzi państwowo-partyjnych funkcjonariuszy PRL w latach 1981–1989 61

Teresa Astramowicz-Leyk

Wybrane procesy sądowe II RP jako przykład manipulacji politycznej 75

Леонид В. Сморгунов

Воображение и формирование политического события 97

Mirosław Karwat

Manipulacja jako metoda mentalnego uzależnienia 109

Andrzej de Lazari

Obrona Putina. Uwagi historyka idei 127

Ewa Jurga

Prasa lokalna ziemi leszczyńskiej jako instrument kształtowania opinii publicznej 139

Dorota Piontek

Mity reklamy politycznej 157

Дмитрий Шебет

Коммуникативная сущность политической рекламы 171

Agnieszka Stępińska

Skuteczność negatywnej reklamy politycznej 185

CZĘŚĆ II – RELIGIA

<i>Paweł Załęcki</i> Religia jako ideologia poznawcza	201
<i>Marta Zimniak-Hańajko, Jurij Hańajko</i> Twórcy i przywódcy nowych ruchów religijnych: legitymizacje kulturowe	213
<i>Aleksander Lipatow</i> Państwo i cerkiew w Rosji imperialnej, radzieckiej i dzisiejszej	229
<i>Dorota Sepczyńska</i> Współczesna katolicka krytyka liberalizmu	237
<i>Paweł Załęcki</i> Wybrane problemy konfrontacji: studenci a przedstawiciele nowych ruchów religijnych	253

CZĘŚĆ III – REKLAMA

<i>Joanna Szalacha</i> Ideologia reklamy, reklama jako ideologia.....	271
<i>Tomasz Szlendak</i> W sieci utkanej z billboardów. Psychologiczno-ewolucyjne uwarunkowania manipulacji reklamowej.....	279
<i>Iza Desperak</i> Metody wywierania wpływu wykorzystywane w reklamie	299
<i>Daniela Dzienniak-Pulina</i> Władza poprzez schematy, czyli o stereotypach w reklamie	309
<i>Natalia Kłopotowska</i> Błędy oceny w sytuacji pracy. Manipulowanie wrażeniem, decyzją i oceną	323
<i>Anna Sottys</i> Organizacje gospodarcze i problem manipulacji tożsamością (podmiotowo- ścią) pracownika	335
<i>Tomasz Marciniak</i> Reklama manipuluje komiksem. Praktyka ewolucji medialnej	351
<i>Anna Cichocka</i> Między estetyką a etyką. Reklamowe manipulowanie wrażeniami	363
<i>Jolanta Klimczak-Ziółek</i> Seksizm w reklamie, czyli kilka uwag o krytyce feministycznej	373
<i>Magdalena Wiśniewska</i> Kobieta w reklamie	385
Tablice	395

Paweł Załęcki

Instytut Socjologii
Uniwersytet Mikołaja Kopernika
Toruń

KULTUROWE INSTRUMENTARIUM PANOWANIA

Ostatnie dwadzieścia lat minionego wieku przyniosło w krajach Europy Środkowej i Wschodniej szereg rewolucyjnych w charakterze i skutkach przemian systemów społeczno-politycznych tego regionu. Uwidaczniają się one nie tylko w domenach zainteresowań rozstrzygnięć systemowych na poziomie międzynarodowym i państwowym, ale również w codziennym życiu obywateli tych krajów oraz w funkcjonowaniu ogromnego zakresu różnorodnych formalnych i nieformalnych instytucji społecznych. Najbardziej widocznym aspektem tych zmian są przekształcenia ładu polityczno-ekonomicznego tych krajów, które dotknięte zostały przez burzę historycznych przemian, dzięki którym do głosu doszła możliwość obywatelskiego samostanowienia. Wydaje się więc, że najtrafniejszym określeniem odnoszącym się do najważniejszych skutków owych zmian jest wzrost zakresu wolności. Wolność ta stała się udziałem znakomitej większości mieszkańców tej części Europy i jest to wolność dwojakiego rodzaju. Wolność od zniewalającego systemu politycznego i wolność do stanowienia o swojej przyszłości, do podejmowania przez jednostki – jako działających podmiotów – różnorodnych ważkich decyzji. Rzecz jasna tego rodzaju nowa sytuacja (nowa zarówno w sensie jakościowym, jak i co do zwiększenia się jej zakresu) potrzebuje różnorodnych mechanizmów legitymizacji kulturowej. Dla przykładu, w przypadku Polski w okresie panowania systemu komunistycznego zasadniczą i właściwie jedyną względnie niezależną od państwa instytucją wspierającą wolnościowe dążenia obywateli był Kościół rzymskokatolicki. Obecnie ten swoistego rodzaju monopol Kościoła w zakresie promowania idei wolnościowych skończył się nieodwołalnie. Nowe możliwości budowania społeczeństwa obywatelskiego znalazły oparcie w ideologii wolnego, demokratycznego państwa polskiego. Owa ideologia o liberalnodemokratycznym charakterze, głosząca podmiotowość jednostki stanowi nieodłączny wymiar owych przemian (przynajmniej w zakresie kultury idealnej, a więc postulowanej). Zdać jednakże trzeba sobie sprawę z tego, iż wolność owa nie jest wyzwolona

od różnorodnych uwarunkowań, determinant i ograniczeń. Nie jest więc to wolność pełna. Taka jednak wolność, jak doskonale ukazuje nam to teoria społeczna i choćby filozofia, jest niemożliwa. Także w krajach demokratycznych, co trąci nieco truizmem, funkcjonuje wiele mechanizmów, systemów ideologicznych i procesów, które ograniczają ową podmiotowość jednostki. Owo ograniczenie w sposób konieczny nie musi budzić naszej dezaprobaty. Jesteśmy – czy tego chcemy, czy nie – jednostkami na wskroś społecznymi. Żyjemy w społeczeństwie i podlegamy jego kontroli. Przynależymy też, czasem dobrowolnie (z wyboru), czasem z przypisania do różnorodnych grup społecznych, w tym także do zbiorowości o wspólnotowych charakterze (jak np. grupy religijne). To one właśnie wraz z dominującym systemem politycznym oraz ogromnym wpływem mass mediów wywierają na nas różnorodne presje i kierunkują wiele naszych działań oraz sposobów myślenia. Odrzucając negatywne konotacje znaczeniowe i wartościujące terminu „manipulacja” możemy stwierdzić, że także dzisiaj, choć w innej formie i w innym zakresie, stanowi ona nieodłączny element naszego życia.

Wiele różnorodnych grup społecznych i ich przedstawicieli podejmuje wysiłki narzucenia własnej definicji sytuacji innym członkom społeczeństwa, dbając w ten sposób o własny interes. Analiza tego rodzaju działań i uwarunkowań zdaje się być zadaniem tyle trudnym co i fascynującym. Manipulacja naszą wolnością jest oczywistym faktem społeczno-kulturowym, od którego nie ma możliwości ucieczki. Istnieje jednakże możliwość poznania jej podstawowych mechanizmów. Tego rodzaju względy poznawcze przyświecały redaktorom niniejszej książki, a za ich namową zespołowi autorów zamieszczonych tu tekstów.

Książka, którą Czytelnik ma przed sobą, stanowi swoistego rodzaju zbiorową refleksję nad niezwykle złożonym zjawiskiem kulturowego panowania oraz wielu społeczno-kulturowych procesów z nim związanych. Sądzymy, iż istnieje wiele uzasadnionych powodów, dla których warto pokazać zarówno podobieństwa, jak i różnice występujące między różnymi kulturowymi narzędziami panowania oraz jakie są ewentualne możliwości „obrony”, którymi w ramach różnych typów kultury dysponuje jednostka, a także, jakie szanse stwarza konflikt między różnymi „aktorami” życia społecznego stosującymi tego rodzaju praktyki. Autorów zamieszczonych tu prac zapewne w wielu kwestiach szczegółowych jak i niekiedy nawet w akceptowanej wizji świata (zwanej przez niektórych paradygmatem poznawczym) dzieli niekiedy wiele. Natomiast to co wydaje się być dla nas wspólnym, to głębokie przekonanie, iż mechanizmy i procesy manipulacji (stosowanej zarówno przez jednostki jak i grupy społeczne) stanowią nieodłączny element naszego życia, niejako wszechogarniający nasze codzienne zmagania, także w innych obszarach życia niż sfera życia publicznego.

Książka podzielona została na trzy zasadnicze części, grupujące problematykę trzech wyróżnionych „instrumentariów panowania”.

Cześć pierwszą książki zatytułowaliśmy *Polityka i manipulacja polityczna*. W jej skład wchodzi prace, których autorzy skupili się na analizach wybranych procesów, mechanizmów i zjawisk związanych z politycznym wymiarem porządku społecznego. Otwiera ją esej Wiery Paradowskiej i Ryszarda Paradowskiego *Dominacja i wolność w kulturze*, którego centralnym problemem stały się relacje między kulturą a jej trzema podstawowymi zinstytucjonalizowanymi formami ustanawiania i podtrzymywania wartości: religią, ekonomią i prawem. Autorzy osadzają tą problematykę pośród rozważań o „wolnościowym” i „przymusowym” charakterze istnienia oraz oddziaływania kultury, traktując ją jako siatkę czy układ zobiektywizowanych wyborów podmiotowo-podmiotowych i podmiotowo-przedmiotowych, odnoszących się m.in. do przedmiotów, symboli, pojęć i instytucji. Analizując trzy zasadnicze typy kultury (kulturę religijną, liberalnodemokratyczną i konsumpcyjną) oraz ich wzajemne przenikanie, twierdzą oni, iż dochodzi w ich obrębie do zauważalnych zmian w relacjach między ich dominantami (kolejno – religii, prawa i reklamy).

Z kolei esej Piotra Pawełczyka *Socjotechniczne aspekty panowania* prezentuje zasadnicze i podstawowe mechanizmy socjotechnicznej manipulacji, dotyczące w szczególności uprawomocniania i instytucjonalizacji władzy w warunkach demokracji liberalnej. Łącząc skuteczność technik manipulacyjnych z przymusem symbolicznym (w tym z procesem socjalizacji i ustanawianymi przez nią skutkami) autor omawia warunki ich efektywności.

Współczesna Rosja wraz z jakościowo nowymi wyborami i towarzyszącymi im kampaniami wyborczymi wprowadza na swym obszarze specyficznego typu wyzwanie dla obywateli tego kraju. W swojej pracy *«Грязные» технологии в избирательных кампаниях* Галина Грибанова wskazuje na to, iż obywatele państwa rosyjskiego zmagać muszą się z trudnościami dotyczącymi oceny tego, który z wyborczych programów kandydatów politycznych w największym stopniu koresponduje z ich rzeczywistymi potrzebami. Sytuacja ta, jak twierdzi autorka, ułatwia różnorodnym politycznym manipulatorom osiągnięcie zamierzonych celów. Przeprowadza ona szczegółową analizę stosowanych w Rosji „nieczystych technik” manipulacyjnych wykorzystywanych w czasie kampanii wyborczych. Wskazuje również na konkretne przyczyny obecnej skuteczności tego rodzaju manipulacji, upatrując ich w specyfice życia politycznego Rosji.

Problematyka totalitarnego w charakterze sposobu myślenia, przejawiająca się w języku gnozy politycznej zaprezentowana została w eseju Romana Bäckera *Język a władza. Między totalitarną gnozą polityczną a statokratyzmem. Język oficjalnych wypowiedzi państwowo-partyjnych funkcjonariuszy PRL w latach 1981–1989*. Ten ilustrowany licznymi przykładami szkic przedstawia szczegółową analizę autorytarnej nowomowy w ostatnich latach panowania starego systemu politycznego w Polsce. Zdaniem autora totalitarna gnoza polityczna „charakteryzuje się istnieniem skrajnie negatywnego obrazu wroga – odpowiedzialnego za wszelkie istniejące zło i przeszkadzającego (obiektywnie) w urzeczywistnieniu dzieła doczesnego zbawienia”. Język władzy, obfitujący

w tego rodzaju wizje świata ulegać zaczyna, jak podkreśla to autor, erozji czy rozkładowi (szczególnie jeżeli weźmiemy pod uwagę jego skuteczność) w drugiej połowie lat osiemdziesiątych. Znacznie bardziej skuteczny okazał się natomiast język statokratyczny, w którym wartością naczelną staje się państwo.

Działalność polityczna i wydawnicza Wiktora Kulerskiego (1865–1935) oraz jej reperkusje stały się osnową eseju Teresy Astramowicz-Leyk *Wybrane procesy sądowe II RP jako przykład manipulacji politycznej*, która ukazuje w nim wybrane mechanizmy politycznych rozrachunków z „przeszłością”. Przedstawiona w tej pracy wnikliwa analiza manipulacji politycznych dotyczących działalności Kulerskiego mimo, iż dotyczy często wydarzeń sprzed ponad siedemdziesięciu lat, zachęca nas do zastanowienia się także nad współczesnymi procesami sądowymi i politycznymi debatami, których przedmiotem są tego rodzaju „rozrachunki”.

Zagadnienie roli wyobraźni oraz wydawania osądów w procesie kształtowania się wydarzeń politycznych podjął Леонид В. Сморгунов w studium *Воображение и формирование политического события*. Analizując ową problematykę poprzez osadzenie jej w ramach komunikacyjnych interakcji działających jednostek, autor twierdzi, iż w zasadzie każde wydarzenie polityczne, traktowane jako specyficzna opowieść o rzeczywistości, posiada cztery zasadnicze właściwości. Po pierwsze, jest ono opowieścią o tym co się wydarzyło. Po drugie, posiada naturę dyskursywną. Po trzecie, staje się ono przedmiotem różnego rodzaju interpretacji. Po czwarte, stanowi swoistego rodzaju osobliwość i wyjątkowość. Wyobraźnia pozwala na podtrzymywanie tego rodzaju opowieści, wprowadza możliwość rozwoju dyskursu politycznego oraz ułatwia jego zrozumienie. Co ciekawe autor twierdzi, iż wyobraźnia pozwala mówić o wydarzeniu politycznym raczej z perspektywy jego estetycznych niż etycznych uwarunkowań. W tej perspektywie ukazana zostaje potencjalna sprzeczność między estetycznymi a etycznymi wizjami porządku politycznego, sprzeczność, której analiza coraz częściej staje się przedmiotem współcześnie toczonej dyskusji o społeczno-kulturowych podstawach wolności i władzy.

Kolejny esej zamieszczony w tej części książki pt. *Manipulacja jako metoda mentalnego uzależnienia* przynosi rozważania nad wybranymi procesami i charakterystykami złożonego zjawiska manipulacji. Jego autor, Mirosław Karwat, podejmuje próbę odcięcia się od stereotypowych ujęć tego zjawiska, koncentrując się przede wszystkim na trzech wyróżnionych problemach. Po pierwsze, zastanawia się nad elementami składowymi zjawiska manipulacji, analizując podstawowe uwarunkowania jego przebiegu oraz skuteczności. Po drugie, analizując zasadnicze powody stosunkowo dużej skuteczności wpływu na innych przez odwołanie się do technik manipulacyjnych. Po trzecie, wskazuje na uwarunkowania sytuacji, w których poszczególne jednostki w sposób niemal „dobrowolny” zgadzają się na bycie przedmiotem różnego rodzaju zabiegów manipulacyjnych.

Z kolei rozważania Andrzeja de Lazari *Obrona Putina – uwagi historyka idei* skupiają się wokół prezydenta Rosji Władymira Putina oraz jego publicznego odbioru zarówno w ramach Federacji Rosyjskiej (oraz obszaru jej wpływów), jak i w krajach zachodnich. Przypominając nam biografię Putina, autor pracy poddaje analizie dyskurs współczesnej sceny polityczno-publicznej dotyczący sporu o komunistyczny rodowód tego polityka i jego, do pewnego stopnia, liberalne przekonania, czy też w innej wersji tego sporu – dyskusję o domniemanym słowianofilstwie czy okcydentalizmie tego wieloletniego funkcjonariusza KGB. Analizując kolejno poglądy Putina dotyczące m.in. praw obywatelskich, sądownictwa rosyjskiego, reform ekonomiczno-urzędniczych i problematyki zdrowotno-socjalnej autor przedstawia szczegółową analizę Putinowskiej wizji „dyktatury prawa”. Obrona Putina nie ogranicza się tu jednak do naświetlenia autorskiej wizji roli i miejsca tego polityka we współczesnym świecie oraz prezentacji zasadniczych wątków krytyki przeciw niemu wymierzonej. Przedstawia ona również zasadnicze problemy jakie stoją przed Prezydentem Rosji na drodze do realizacji wytyczonych przez niego celów i zamierzeń.

Wydarzenia polityczne stanowią nieodłączny element budowania lokalnej opinii publicznej. Koloryt lokalnej opinii publicznej obejmuje jednakże znacznie szersze spektrum wydarzeń. Problematyka kształtowania się opinii lokalnej poprzez oddziaływanie lokalnej prasy stała się osią analizy Ewy Jurgi w tekście *Prasa lokalna Ziemi Leszczyńskiej jako instrument kształtowania opinii publicznej*. Autorka ukazuje, jak bardzo prasa lokalna narażona jest na różnego rodzaju wewnętrzne (wewnątrzredakcyjne) i zewnętrzne (np. władza lokalna) naciski i manipulacje oraz zabiegi cenzorskie.

Ważkość problematyki oddziaływania świata polityki na kształtowanie się opinii publicznej podkreślona została w eseju Doroty Piontek *Mity reklamy politycznej*. Przedmiotem zaprezentowanej tam analizy stała się reklama polityczna, która w naszym kraju coraz częściej traktowana jest jako cudowny środek zaradczy, zaś jego obfite stosowanie miałoby być drogą „politycznego zbawienia” dla niedomagających graczy politycznych. Autorka w swym eseju rozprawia się z tego rodzaju wizją reklamy politycznej. Choć uznaje ona, iż reklama polityczna jest „jednym z istotniejszych czynników współczesnych kampanii politycznych”, jednocześnie uważa, iż często prowadzi ona może do wielu rozczarowań. Analizie poddane zostały tu cztery, wyróżnione przez autorkę, rozpowszechnione sądy o reklamie, które potraktowane zostały jako pewnego rodzaju mity. Obejmują one następujące przekonania: (1) reklama polityczna jest tożsama z reklamą komercyjną, (2) reklama polityczna zastępuje wszystkie inne formy komunikowania politycznego, (3) reklama polityczna jest głównym źródłem informacji o polityce, a co za tym idzie, główną przesłanką podejmowania decyzji wyborczych, (4) reklama polityczna ma zasadnicze znaczenie dla zwycięstwa wyborczego oraz (5) negatywna reklama polityczna jest skuteczna.

Дмитрий Щebet w eseju *Коммуникативная сущность политической рекламы* również nawiązuje do problemu reklamy politycznej. W zaprezentowanym tam ujęciu, podmiotowym aktorem generującym powstawanie tego typu reklam są zwykle wyborczy kandydaci, obecni politycy, organizacje i partie polityczne oraz samorządy lokalne czy przedstawiciele struktur rządowych. Przedmiotem zaś tej reklamy stają się programy polityczne, planowane decyzje, dokumenty czy kształt konkretnego budżetu. Autor omawia zasadnicze sposoby zastosowań (również w aspekcie manipulacji językiem przekazu) oraz komunikacyjne funkcje jakie pełni reklama polityczna, które jednakże różnią się w systemach demokratycznych w zestawieniu np. z systemami autorytarnymi czy totalitarnymi.

Pierwszą część książki zamyka esej Agnieszki Stępińskiej *Skuteczność negatywnej reklamy politycznej*, omawiający jeszcze inny aspekt reklamowej propagandy politycznej. Autorka przypomina nam amerykańskie początki stosowania technik dyskredytacyjnych w reklamie politycznej. Kluczowym jednakże wątkiem tego tekstu jest, poprzez odwołanie się do dostępnych wyników badań empirycznych w USA, analiza skuteczności tego rodzaju technik reklamowych oraz źródeł jej stosunkowo dużej popularności. Zasadniczym celem tego rodzaju aktywności jest – jak pisze autorka – zdobycie poparcia przez nadawcę przekazu reklamowego, poprzez pogorszenie wizerunku (a w konsekwencji i sytuacji) politycznego konkurenta. Ów cel przyświecać ma wszystkim rodzajom negatywnej reklamy politycznej, pośród których wyróżniono w szczególności reklamę „uczciwą” (cel dyskredytacyjny opiera się na prawdziwych informacjach), „fałszywą” (opartą na kłamstwach) oraz „zwodniczą” (manipulacja interpretacją faktów). Zaprezentowane tu studium skuteczności negatywnej reklamy politycznej może być pomocne także w analizach polskiej rzeczywistości politycznej.

Pięć prac, które składają się na drugą część książki zatytułowaną *Religia*, spaja analiza wybranych wątków dyskursu religijnego wraz z ich odniesieniem do problematyki nowych ruchów religijnych, sytuacji religii w Rosji, stosunku Kościoła rzymskokatolickiego do liberalizmu oraz ogólniejszej w charakterze analizy religii jako orientacji poznawczej. Analiza tego ostatniego zagadnienia otwiera ową część pracy. Esaj Pawła Załęckiego *Religia jako ideologia poznawcza*, skupia się na analizie i interpretacji (w kategoriach socjologiczno-antropologicznych) dyskursu religijnego opisu świata jako instancji o nie tylko opisowym charakterze, ale również o charakterze poznawczym czy wręcz ontycznym, tj. ustanawiającym podstawy doświadczanej przez nas rzeczywistości.

Problematyka nowych ruchów religijnych po raz pierwszy w tej książce pojawia się w opracowaniu *Twórcy i przywódcy nowych ruchów religijnych: legitymizacje kulturowe* autorstwa Marty Zimniak-Hańajko i Jurija Hańajko. Odwołując się do przykładów siedmiu tego rodzaju ruchów (świadkowie Jehowy, Światowy Uniwersytet Duchowy Brahma Kumaris, Instytut Wiedzy o Tożsamości Misja Czaitanii, Wiara Bahá'í, Ruch Zjednoczeniowy, Ruch

Raëliański¹, RUNWira) autorzy podjęli się analizy mechanizmów i strategii podejmowanych przez liderów tych ruchów mających na celu legitymizację ich domniemanych zdolności przywódczych, kwalifikacji religijno-prorockich oraz ułatwienie budowania proponowanych przez te ugrupowania wizji świata.

Z kolei analizę współczesnej i minionej sytuacji tradycyjnej religii (głównie w jej wymiarze instytucjonalnym) odnajdujemy w rozważaniach Aleksandra Lipatowa *Państwo i cerkiew w Rosji imperialnej, radzieckiej i dzisiejszej*. Autor w szkicu tym prezentuje analizę silnych powiązań Cerkwi prawosławnej z instytucjami państwowymi Rosji oraz wskazuje na swoistą dwutorowość jej funkcjonowania (cerkiew podporządkowana państwu rosyjskiemu i cerkiew „pozapaństwowa” lub upaństwowione prawosławie rosyjskie i prawosławie parainstytucjonalne). Tego rodzaju podział odnoszony jest także do innych kluczowych współczesnych podziałów w Rosji – podział wewnętrzny Rosji na oficjalną i nieoficjalną, podział rosyjskiego społeczeństwa na państwowe i obywatelskie. Analizując formalne rozdzielenie Cerkwi od państwa autor wskazuje także na niebezpieczeństwa („pokusy”), które się przed nią pojawiają.

Innego rodzaju analizy relacji między odmiennymi ideologiami znajdziemy w artykule Doroty Sepczyńskiej *Współczesna katolicka krytyka liberalizmu*. Autorka prezentuje w nim podstawowe filary katolickiej krytyki ideologii liberalnej oraz możliwe do wprowadzenia drogi wzajemnego zrozumienia, tolerancji i pogodzenia. Nawiązując m.in. do twórczości neokonserwatywnego teologa Michaela Novaka autorka przeprowadza szczegółową analizę najistotniejszych „punktów spornych”.

Część drugą książki zamyka ugruntowany empirycznie głos na temat stosowania w dydaktyce socjologii nowych ruchów religijnych podejścia antropologizującego, zawarty w artykule Pawła Załęckiego *Wybrane problemy konfrontacji: studenci a przedstawiciele nowych ruchów religijnych*. Autor od kilku lat w ramach zajęć akademickich konfrontuje studentów z przedstawicielami wybranych ruchów religijnych. Jednym z kluczowych wątków tego tekstu stała się prezentacja opinii i reakcji studentów na tego rodzaju spotkania. Jak się okazuje dzięki tym spotkaniom doszło do znaczących przemian w wyobrażeniach o nowych ruchach religijnych pośród większości uczestników tego kursu.

Ostatnią, trzecią część książki zatytułowaliśmy *Reklama*. Składa się na nią dziesięć tekstów. Ich autorzy skupili się przede wszystkim na manipulatorskim wymiarze reklamy oraz różnorodnych jej uwarunkowaniach. Otwiera ją esej Joanny Szalachy *Ideologia reklamy, reklama jako ideologia*, prezentujący

¹ Od pewnego czasu Ruch Raëliański w Polsce funkcjonuje także pod nazwą Religia Raëliańska w Polsce. Zmiana nazewnictwa tego ruchu podyktowana została, jak uważam, jego trudnościami w przejściu procedury rejestracyjnej jako związku wyznaniowego. Polscy urzędnicy odpowiedzialni za wydanie tego rodzaju decyzji odmawiają rejestracji ze względu na domniemany brak religijnego wymiaru tego ruchu, określając go jako ruch quasi-naukowy.

zjawisko reklamy jako specyficznego rodzaju wynalazek kulturowy w swym funkcjonowaniu odwołujący się i bazujący na przyjęciu określonej wizji świata. Stała się reklama – jak określa to nieco ironicznie autorka – dziejową koniecznością współczesnej cywilizacji, bez której współczesny rynek Zachodu nie może sprawnie funkcjonować, dzięki której nabywanie oferowanych produktów i usług stało się jedną z najważniejszych naszych codziennych czynności. Reklama została tu potraktowana jako forma ideologii, budująca konkretną wizję rzeczywistości. Trzy najważniejsze elementy owego przekazu ideologicznego obejmują następujące wizje: (1) postulat ogólnej obfitości, (2) człowiek jest przede wszystkim konsumentem, (3) przedstawianie świata reklamy jako obszaru wolności i demokracji.

Wielu z nas zastanawia się nad przyczynami tak częstej skuteczności różnego typu przekazów reklamowych. Próbę analizy tego rodzaju przyczyn przynosi esej Tomasza Szlendaka *W sieci utkanej z billboardów. Psychologiczno-ewolucyjne uwarunkowania manipulacji reklamowej*. Autor odwołując się do najnowszych ustaleń psychologii ewolucyjnej zaprezentował, akceptowane na gruncie tej dyscypliny naukowej, wizje ewolucyjno-genetycznych uwarunkowań człowieka jako doskonałego obiektu manipulacji reklamowo-medialnej. Wywody swoje popiera szeregiem interesujących przykładów. Jego zdaniem reklama jest skuteczna gdyż, najczęściej w sposób nieświadomy, reklamowi manipulatorzy wykorzystują właściwości ludzkiego „wyposażenia ewolucyjnego”.

Innego rodzaju interpretacje skuteczności reklam zaprezentowała Iza Desperak w pracy *Metody wywierania wpływu wykorzystywane w reklamie*. Autorka, wychodząc od opisu poszczególnych funkcji reklamy, skupiła się przede wszystkim na zaprezentowaniu różnorodnych technik oddziaływania medialno-reklamowego. Prezentacji tej towarzyszą liczne przykłady stosowania tego rodzaju technik wywierania wpływu na odbiorców przekazów reklamowych.

Burzliwy, przede wszystkim ilościowy, wzrost reklam w Polsce w latach 90-tych ubiegłego wieku budzi także zainteresowanie badaczy zajmujących się analizami mechanizmów schematycznego, uproszczonego postrzegania rzeczywistości, bazujących często na uprzedzeniach i niepełnej wiedzy. Tego rodzaju analizę odnajdujemy w tekście Danieli Dzienniak-Puliny *Władza poprzez schematy, czyli o stereotypach w reklamie*. Autorka prezentuje tu niemalże bezwyjątkową skuteczność oddziaływania mechanizmów odwołujących się do stereotypicznego opisu rzeczywistości. Odwołując się do wielu przykładów stereotypów i wykorzystywanych w reklamach schematów myślowych, ukazuje ona mechanizmy odpowiedzialne za ich skuteczność.

Z analizą innego rodzaju manipulacji mamy do czynienia w eseju Natalii Kłopotowskiej *Manipulowanie oceną w sytuacji pracy*. Autorka skupia się na dwóch zasadniczych sytuacjach, w których tego rodzaju manipulacja zwykle ma miejsce. Po pierwsze, prezentuje ona stosowne techniki w sytuacji procesu zatrudniania. Obejmują one zarówno automanipulację stosowaną przez potencjalnego pracownika wobec własnego obrazu podczas procesu rekrutacji

i selekcji oraz manipulacje stosowane przez osoby prowadzące rekrutację. Wskazuje tu również na najczęściej popełniane błędy przez osoby podejmujące decyzję o zatrudnieniu, które uczestniczą w procesie oceniania przyszłych pracowników. Po drugie, przeprowadza w tym kontekście również analizę wybranych prawidłowości ujawniających się w czasie prowadzenia okresowych ocen pracowniczych.

Relacją pomiędzy pracownikami a pracodawcami, reprezentującymi stojące za nimi firmy, poświęcony został szkic Anny Sołtys *Organizacje gospodarcze i problem manipulacji tożsamością (podmiotowością) pracownika*. Autorka charakteryzując brak równości w relacjach pracownik–firma wskazuje na powody i mechanizmy odpowiedzialne za manipulowanie przez organizacje gospodarcze tożsamością i podmiotowością ich pracowników. Odwołując się do przykładów, ukazuje również negatywne skutki tego rodzaju manipulacji zarówno dla uprzedmiotowionych pracowników, jak i dla samej organizacji gospodarczej.

Wydawać by się mogło, że polski przemysł reklamowy korzysta ze wszystkich najważniejszych zdobyczy i praktyk stosowanych w krajach Zachodu. Artykuł Tomasza Marciniaka *Reklama manipuluje komiksem. Praktyka ewolucji medialnej* pokazuje jednakże, iż istnieją jeszcze reklamowe pokłady kultury masowej, które nie są w Polsce szerzej wykorzystywane. Komiks – bo o nim jest tu mowa – stanowi nieodłączny element kultury masowej świata zachodniego. W Polsce natomiast – jak podkreśla to autor – w ogóle nie stanowi on trwałego elementu tej kultury. Historia komiksu w Polsce oraz nieliczne przypadki jego wykorzystywania w polskiej reklamie stały się osnową tej pracy.

Reklama jest obecnie trwałym elementem naszej rzeczywistości. W dużym stopniu została ona oswojona, a przez to w wielu przypadkach traci na swej mocy oddziaływania. Coraz więcej kampanii reklamowych, jak i poszczególnych reklamowych przekazów, próbuje zrywać ze standardami reklamowymi, wdając się w szokowanie, jętrzenie i łamanie tabu. Anna Cichocka w eseju *Między estetyką a etyką. Reklamowe manipulowanie wrażeniami* ukazuje podstawowe sposoby manipulowania zamierzonym odbiorem reklam. Coraz częściej reklamy – zdaniem autorki – łamią obowiązujące reguły estetyki i moralności.

Przedostatni w książce esej Jolanty Klimczak-Ziółek *Seksizm w reklamie, czyli kilka uwag o krytyce feministycznej* nawiązuje do drugiej fali feminizmu (pierwszą wyznaczył ruch edwardiańskich sufrażystek). Podejmowane przez feministki działania spowodowały m.in. to, iż przedmiotem poważnej debaty publicznej stały się tak ważne sprawy, jak dyskryminacja ze względu na płeć (seksizm), kwestia praw rodzicielskich czy seksualne napastowanie kobiet. Krytyka feministyczna skierowała się także w stronę reklamy. Autorka pracy szczegółowo relacjonuje najważniejsze punkty owej krytyki oraz proponuje sposoby usystematyzowanej analizy „natężenia” seksizmu w przekazie reklamowym.

Wykorzystywanie kobiet jako środka, przedmiotu czy medium komunikowania zamierzonych treści staje się również przedmiotem zainteresowania badaczy reklamy. Kobieta w reklamie – zdaniem autorki ostatniego w tym tomie artykułu, Magdaleny Wiśniewskiej – prezentowana jest w silnie odmienny sposób względem „prawdziwych” kobiet, z którymi stykamy się codziennie. Jednocześnie jej szkic *Kobieta w reklamie* ukazuje, iż w rzeczywistości w reklamie mamy do czynienia z niemal hiperrealnym (a więc niemożliwym do osiągnięcia) obrazem perfekcyjnej kobiety, w którym do jej najważniejszego atrybutu (a często jedynym) należy doskonałe ciało.

Rzeczywiste, kulturowe instrumentarium panowania nie ogranicza się jedynie do polityki, religii i reklamy. Splatanie się ich domen nie jest także czymś zupełnie nowatorskim we współczesnych czasach. Z całą pewnością jednak mamy obecnie do czynienia z nową w charakterze ilościową i jakościową intensyfikacją wpływu polityki, religii i reklamy na nasze codzienne życie, jak i na funkcjonowanie szerszych systemów społecznych. Mając to właśnie na uwadze, przyznać należy, iż nasza książka staje się tu raczej specyficznego rodzaju zachętą do prowadzenia dalszych studiów nad poruszonymi problemami, niż dostarcza jakiś finalnych odpowiedzi. Czytelnikowi tej książki pozostawiamy więc do oceny zawarty tu zbiór refleksji i możliwych do udzielenia odpowiedzi na najważniejsze pytania dotyczące analizowanych sfer życia publicznego.