

# Czynniki wiążące autorytetu

## Factors determining authority impact

**Mirosław Acewicz**

Politechnika Białostocka, Wydział Zarządzania, Katedra Ekonomii i Nauk Społecznych

### Abstract

In the social system the scope of the term authority is perceived as infinite. The paper in the semantic analysis indicates factors determining authority impact in the pervasion process in terms of features of the certain identity and their location. They include attributes and signals, credibility and obedience. Authority must respond to them, because they enable the carrier of the authority to be put above the receiver, to make influence and as an effect of that to subordinate the receiver.

**Keywords:** authority, attributes and signals, credibility, obedience, subordination

### Wstęp

Oddziaływanie autorytetu na ludzkie myśli i zachowanie było, jest i prawdopodobnie będzie bardzo duże. Jest on elementem życia społecznego. Człowiek podejmując różnorodne działania człowieka są efektem nieskończonej gamy przyczyn. Determinowany może być konsekwencją, bo inna postać zachowania byłaby niezgodna z wcześniejszym, sytuacyjnym obrazem siebie samego, wyznawanymi normami osobistej odpowiedzialności czy sugestią autorytetu. O trwałości, sile i skali jego oddziaływania decyduje zestaw wpisanych weń podstawowych przymiotów jako jego cech konstytutywnych. Są to zarówno właściwości samego autorytetu (wiedza, kompetencja), układu relacyjnego z odbiorcą (wiarygodność) jak i społecznego kontekstu jego przejawiania się (posłuszeństwo). W procesie funkcjonowania autorytetu tworzą one szereg czynników wiążących, które w konkretnych praktycznych odniesieniach z jednej strony pobudzają do działania celowego, z drugiej tworzą psychospołeczną barierę dla ewentualnych prób jego unikania.

Z punktu widzenia autorytetu jest to zawsze intencyjna modyfikacja myślenia czy zachowania, mimo że na poziomie odbioru już jako uznanie i posłuch może się on ujawniać wręcz nieświadomie (zwierzęta stadne tylko i raczej bezwiednie naśladowają autorytet przywódcy grupy), i zawsze w ramach hierarchicznego układu społecznego jego przejawiania się.

## 1. Atrybuty i sygnały

Autorytet jako termin wieloznaczny nie poddaje się powszechnie akceptowalnemu określeniu i charakteryzowany jest zazwyczaj funkcjonalnie. Słownikowe opisy odnoszą go zarówno do człowieka, będącego ekspertem w jakiejś dziedzinie albo wyrocznią w sprawach moralnych, budzącego zaufanie, cieszącego się poważaniem i mającego wpływ na zachowanie oraz myślenie innych ludzi, jak i do instytucji, które oddziałują na opinię społeczną, cieszą się popularnością i szacunkiem, bo reprezentują wartości lub treści akceptowane przez jakąś grupę<sup>1</sup>. Autorytetem jest więc moc kształtowania poglądów i zachowań innych oparta na eksperckości w jakiejś dziedzinie oraz na powszechnym szacunku, uznaniu i poważaniu. Z punktu widzenia odbiorcy jego istotą jest zaufanie, którym obdarzana zostaje jednostka czy instytucja, co daje im prawo do ferowania wyroków w sprawach istotnych społecznie. Funkcjonalnie sprowadza się do umiejętności skutecznego wywierania wpływu na innych ludzi, zdolności przekonywania i aktywizowania do podejmowania oraz realizowania określonych działań mających na celu urzeczywistnienie zaplanowanych zamierzeń. Cechy te widoczne są również w dziedzinowych określeniach autorytetu, ale w niektórych z nich wyraźnie wskazuje się, obok czynnościowych, zawarte w nim aspekty uprawomocnienia moralnego. „Według teorii władzy autorytet polityczny stanowi najwyższą – moralną – postać jej skuteczności w relacjach władza – społeczeństwo, ponieważ może eliminować lub ograniczać konieczność wymuszenia posłuszeństwa”<sup>2</sup>. Na autorytet tego typu składają się więc różne czynniki, wiedza, wrodzone i nabyte doświadczenia i umiejętności wpływania na ludzi, cechy osobowościowe, a nadto moralna legitymizacja jako szczególna właściwość w odniesieniu społecznym

Autorytet postrzegany od strony nośnika cech autorytatywnych może odnosić się do wszystkiego. Autorytetem zostaje ktoś lub coś wyróżniający się z otoczenia określonymi, na ogół rzadkimi, przymiotami. Z punktu widzenia odbiorcy zaś najważniejszą jest rola autorytatywna. Autorytet to ten, kto wie lepiej, może doradzić

---

<sup>1</sup> Zob. Dunaj B. (red.), 1996. *Słownik współczesnego języka polskiego*. Warszawa.

<sup>2</sup> Muszyński J., 2001. *Leksykon marketingu politycznego*. Wrocław, s. 28.

I pomóc w rozwiązywaniu problemów, uczynić przyszłość bardziej przewidywalną i ułatwić procesy analityczno-decyzyjne. Podłożem i zarazem cechą istotną tak rozumianej funkcji relacyjnej, już samej w sobie cennej dla innych, szczególnie podkreślaną w wielu ujęciach, jest niezwykła moc wpływu autorytetu. Autorytet to nie tylko ten, który wie lepiej, jest bardziej kompetentny i doświadczony, ale przede wszystkim skutecznie oddziałuje na swych odbiorców. Brak takiej efektywności *ex definitione* unieważnia jego istnienie i wszelkie kwalifikacje ramach tej kategorii<sup>3</sup>. W szerokiej praktyce życia społecznego o wpływie autorytetu decyduje jednak nie tylko cecha atrybutywna autorytetu, ale niejednokrotnie już sam jej symbol jako sygnał intencyjnej zmiany. Typowe, ze względu na swoją pozycję społeczną, role autorytatywne to matka, ojciec, przełożeni, specjaliści czy osoby utytułowane<sup>4</sup>. Tytuły naukowe, na przykład, są postrzegane jako wyznacznik wiedzy i umiejętności i opatrzone utrwalonymi w relacjach międzyludzkich znakami. Nieskończona różnorodność kontekstów ich funkcjonowania, nawet kiedy oceniane są negatywnie, pokazuje ich moc sprawczą. „Tytuły są symbolem równocześnie najtrudniejszym i najłatwiejszym do zawładnięcia. Ich uzyskanie normalną drogą wymaga lat pracy i osiągnięć. A jednak może się nim posłużyć niczym etykietą ktoś, kto wcale nie ma do nich praw. (...) Wiele osób, które nie posiadają tytułu próbują bezprawnie nimi zawładnąć. Wskazuje to na siłę z jaką symbol autorytetu (tytuł) wpływa na ludzi”<sup>5</sup>. Ludzie, którzy posiadają tytuł, uznani w społeczeństwie jako specjaliści w swojej dziedzinie, odbierani zgodnie ze wskazaniem swojej pozycji mogą oddziaływać nawet poprzez sam sygnał tego stanu. Jak pokazuje paradygmatyczne doświadczenie Stanley’ a Miligrama ludzie łatwo ulegali badaczowi sygnującemu swoje usytuowanie jedynie przez biały fartuch.

Podstawowe wymiary funkcjonowania autorytetu to płaszczyzna ogólnospołeczna, grupowa i instytucjonalna oraz jednostkowa. W pierwszym autorytet jest zjawiskiem społecznym, zakorzenionym w ogólnych i powszechnych normach i systemach wartości. Wymiarem tym sterują przyjęte i realizowane wzory, zwyczaje czy mity. W zakresie tym zarówno geneza, jak i funkcje autorytetu są odbiciem zasad porządku społecznego. Ich odbiór przebiega w sposób zunifikowany poprzez przekaz kulturowy i zabiegi socjalizacyjne, a samo oddziaływanie obejmuje praktycznie całe spektrum społeczne. Drugi wymiar akcentuje specyfikę i dynamikę zachowań grupowo-instytucjonalnych, którego podstawę stanowi podporządkowanie się w zależności od specyficznego celu zachowania. Tu autorytet stoi przede wszystkim na straży wewnętrznych regulacji zapewniających funkcjonalne

<sup>3</sup> Ziółkowski J., 2007. *Socjotechnika autorytetu politycznego*. Warszawa, s. 24.

<sup>4</sup> Kirschner J., 1994. *Manipulować – ale jak?* Warszawa, s. 29.

<sup>5</sup> Cialdini R., 1999. *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*. Gdańsk, s. 201.

trwanie grupy czy instytucji. Normy odpowiedzialne za ich powstawanie i funkcjonowanie są podstawą legitymizacji autorytetów. Płaszczyzna jednostkowa realizuje się w zachowaniu i działaniu pojedynczych osób. Autorytet reguluje tu ich wzajemne relacje. W swych działaniach, ukierunkowanych wewnętrznym mikroświatem poszczególnych jednostek, wpływa poprzez specyficzny charakter więzi między atrybutami i sygnałami autorytatywnymi a jednostką ludzką jako niepowtarzalnym indywiduum<sup>6</sup>.

Społeczne uwikłanie autorytetu może mieć charakter albo wprost atrybutywny, gdy zależy on od identyfikowanej cechy lub cech danego stanu rzeczy, albo relacyjny, w odniesieniu do rodzaju i jakości związków międzyludzkich albo czynnościowy w kontekście procesu kształtowania się danego zjawiska<sup>7</sup>.

Atrybuty autorytetu to zestaw wpisanych weń podstawowych przymiotów kwalifikowanych jako konstytutywne dla jego istnienia. Źródłowo decydują one o trwałości, sile i skali jego oddziaływania, „(...) jest tym wyższy, im większa jest ilość, częstotliwość i zróżnicowanie przejawianych przez podmiot cech pozytywnych”<sup>8</sup>. Nie istnieje jeden, uniwersalny zespół cech charakteryzujących istotnie autorytet. Ilość i wartość takich atrybutów wyjściowo warunkowania osobniczo zależy zawsze od ich użycia kontekstowego, determinowanego pierwotnie systemem kulturowym sytuacji i aktualnymi preferencjami odbiorców. Autorytety osobowe są zawsze unikalne odnośnie swojej wartości. Nie istnieją bowiem dwie osoby o takim samym wachlarzu cech i doświadczeń a ich audytoria zawsze różnicują się w niepowtarzalną grupę ludzi już chociażby na skali wrażliwości na poszczególne sygnały autorytetu. Autorytet jako właściwość danego podmiotu nie ma też charakteru stopniowalnego, mimo że jego poszczególne przymioty poddają się skalowaniu. Nie można być mniej lub bardziej autorytetem, autorytetem można być lub nie, zarazem jednak autorytet może mieć większą lub mniejszą moc i szerszy lub węższy zasięg oddziaływania.

Relacyjnie autorytet zawiera się w ilości i charakterze wytwarzanych związków. W najprostszej postaci kontaktu co najmniej dwóch jednostek określona osoba jest autorytetem tylko i wyłącznie dla danego odbiorcy, dla którego ona właśnie ma autorytet. W realnych sytuacjach interakcji społecznych z autorytetem mamy jednak do czynienia, kiedy uwypuklone jest istnienie nie tylko podmiotu i przedmiotu autorytetu, lecz także dziedziny, w której dana relacja zachodzi<sup>9</sup>. Autorytet jest więc stosunkiem trójczłonowym w odniesieniu do jakiegoś zakresu tematycz-

<sup>6</sup> Ziółkowski J., 2007. *Socjotechnika ...* . op. cit, s. 29.

<sup>7</sup> Tamże, s. 30.

<sup>8</sup> Jazukiewicz I., 1999. *Autorytet nauczyciela*. Kraków, s. 86.

<sup>9</sup> Bocheński J., 1993. *Co to jest autorytet?* (w:) *Logika i Filozofia*. Wybór pism. Warszawa, s. 201-202.

nego i tylko wtedy, kiedy odbiorca przyjmuje w zasadzie wszystko, co mu podaje do wiadomości autorytet, a co należy do jego specjalności. Logicznie relację taką wzmacnia szereg warunków. „Podmiot chce coś zakomunikować przedmiotowi. Podmiot musi faktycznie podać do wiadomości to coś, i to nawet z pewnym twierdzeniem przedmiotowi. Musi używać znaków, które mogą zakomunikować to, co on chce, znaki mogą być nosicielami tych myśli. Przedmiot musi przyjąć do wiadomości znaki, i to przede wszystkim, jako czysto materialne zjawiska. Przedmiot musi te znaki zrozumieć tzn. musi być w stanie odcyfrować, bo tylko w ten sposób może otrzymać informację. Przedmiot rozumie nie tylko znaki, ale także to, że te znaki są mu podane do wiadomości z naciskiem, z twierdzeniem ze strony podmiotu. Musi rozumieć także, że te znaki pochodzą od podmiotu autorytetu. Przedmiot musi uznać, przyjmując to, co zostało mu podane do wiadomości”<sup>10</sup>. Autorytet nie jest autorytetem we wszystkich istniejących dziedzinach społecznych interakcji. Jest ekspertem tylko w swojej. Wychodząc poza nią jego wiarygodność maleje. Autorytet nie ma więc charakteru nieograniczonego oddziaływania na odbiorców i statusu bycia uniwersalnym. Praktyka społeczna jednak zna mnóstwo przypadków, gdy autorytet próbuje, sam lub z „zycziwą” pomocą innych, rozszerzyć lub zmienić swoje odniesienie dziedzinowe. Sytuacje takie kwalifikują się wtedy jako nadużycia autorytetu. W relacji autorytetowej odbiorca uznaje dany autorytet w ściśle określonej dziedzinie, znany piłkarz ma autorytet w sferze futbolu, a uznany ekonomista w ekonomii, wszelkie inne dziedziny - dla piłkarza w sferze ekonomii czy dla ekonomisty w sferze futbolu - nie mieszczą się w kategorii autorytetu<sup>11</sup>.

Czynnościowo autorytet jest procesem kreowania danego zjawiska w oparciu o skuteczność jego oddziaływania. Autorytet osiąga założone cele, jeżeli będzie wystarczający stopień przestrzegania i uznawania jego wyroków jako swego rodzaju orzecznictwa w danej sprawie. Sądy autorytetu staną się obowiązujące, gdy trafią we właściwy dla podporządkowania obszar oraz zasięg przestrzeni społecznej i dokona się to w czasie, kiedy nabierze on trwałości w swojej mocy wiążącej<sup>12</sup>.

O tak rozumianej postaci skuteczności autorytetu może decydować w wersji skrajnej jego charyzma. Jest to wtedy atrybut najważniejszy, bo to on pozwala autorytetowi osiągnąć swoją pozycję i zdobyć audytorium. „Charyzmą nazywamy uznawaną za niepowседневną cechę jakiejś osoby, z racji której uważana jest ona za obdarzoną nadprzyrodzonymi, nadludzkimi lub przynajmniej rzeczywiście niezwykłymi, nie każdemu dostępnymi siłami czy właściwościami, albo za osobę

<sup>10</sup> Tamże, s. 206-207.

<sup>11</sup> Ziółkowski J., 2007. *Socjotechnika...* . op. cit., s. 37.

<sup>12</sup> Goćkowski J. (red.), 1998. *Encyklopedia Socjologii*. Warszawa.

posłaną przez Boga, za wzorzec i dlatego przywódcę.”<sup>13</sup> Charyzma konkretyzowana w efektywnym podporządkowaniu i sankcjonowana wręcz religijnie to z jednej strony nieprzeciętna i niekonwencjonalnie ujawniana kompetencja oraz zdolność do autokreacji, z drugiej społeczne przekonanie o niezwykłości nosiciela takich przymiotów<sup>14</sup>. Działanie tej cechy autorytetu we właściwych sobie kontekstach ustawia odbiorcę percepcyjnie i sytuacyjnie w ramach zwykle sakralnej oprawy. Obcowanie z osobą obdarzoną charyzmą wsparte niezwykłością kontekstów samego zjawiska automatycznie wyzwała uznanie i posłuch. W odniesieniu do pozostałych atrybutów charyzma w swojej treści korzysta z tego, co nieznanne i niezrozumiałe, a swoją moc bierze z wyróżnienia społecznego budując relacje o charakterze afektywnym. Autorytet może więc być nawet charyzmatyczny, ale jego cechy konstytutywne, ich ilość i zakres, bez względu na rodzaj i mechanizmy wspierające, mają zawsze charakter merytoryczny, względnie aksjologiczny<sup>15</sup>. Jako zbiór dyspozycji intelektualno-psychicznych typu kompetencja, sprawność logiczna, wyczucie psychologiczne będące podstawą wyborów argumentacyjnych, uczciwość moralna, atrakcyjność osobista czy zaufanie są dla odbiorcy swego rodzaju etykietami orientacyjnymi myślenia i zachowania.

W atrybutywny, relacyjny i czynnościowy charakter autorytetu wpisanych jest szereg zachowań komunikacyjnych między jednostkami jako ciąg działań podporządkowanych ustalonym regułom konwersacyjnym. Zewnętrznie są one identyfikowane pod postacią ciągu aktów werbalnych i niewerbalnych. Samo zaś komunikowanie jawi się jako dynamiczny dwustronny proces przekazywania, w formie symbolicznej poprzez odpowiednie kanały informacji między nadawcą a odbiorcą. Realizuje się ono poprzez etap opisanie myśli, zakodowania jej w jakiś znak, zorganizowania sposobu jej przekazu, wreszcie poprzez etap odebrania jej, rozkodowania i ewentualnego podjęcia działań<sup>16</sup>. Stałym kontekstem tego procesu, niezależnie od uwikłania sytuacyjnego, jest szeroko rozumiana kultura komunikacyjnych interpersonalnych kontaktów międzyludzkich. Wypracowała ona szereg uniwersalnych zasad sterujących zachowaniem jednostek w ich ramach. Grzeczność, aprobata i uznanie wzajemnego szacunku, skromność (jako nie pokazywanie wyższości czy nawet braków i słabości, zgodność), kooperacja (jako swoiście rozumiany obowiązek budowania dobrego klimatu) czy ciekawość (spełniana tematem interesującym zarówno dla nadawcy jak i odbiorcy) – umożliwiają one wzajemną transmisję informacji i przekonywanie oraz nadają znaczenie i sens wszelkim po-

<sup>13</sup> Ziółkowski J., 2007. *Socjotechnika...* . op. cit., s. 92.

<sup>14</sup> Karwat M., 2001. *Charyzma i pseudocharzma*. Studia Politologiczne Tom V, s. 146.

<sup>15</sup> Ziółkowski J., 2007. *Socjotechnika...* . op. cit., s. 95-96.

<sup>16</sup> Tokarz M., 2006. *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji*. Gdańsk 2006, s. 194-197.

stacjom związków międzyludzkich. W odniesieniu zaś do siły treści tekstowych wypowiedzi perswazyjnych są one konkretnymi regułami jej werbalnego organizowania. O skuteczności konwersacyjnych komunikacji językowych decydują na przykład reguła zrozumiałości i poprawności gramatycznej, reguła spójności semantycznej, syntaktycznej i pragmatycznej, reguła ekonomiczności wypowiedzi czy reguła ekspresyjności, czyli postulat mówienia żywego i z uczuciem<sup>17</sup>.

Konstytytywne atrybuty i sygnały autorytetu różnie się rozkładają na etapach jego powstania, wykorzystywania i ewentualnego zaniku<sup>18</sup>. Inicjuje je fizyczny kontakt bezpośredni lub pośredni, przechodząc w więź psychiczną i społeczną między nadawcą a odbiorcą. Podstawą percepcji i świadomości autorytetu stają się wtedy wzajemne zainteresowania stron, interakcja ich działań i ewentualne budowanie zaufania. Etap utrwalenia autorytetu opiera się o jego wiarygodność jako wiarę w jego przydatność i dobrą wolę. Kluczowym tutaj jest stosunek szczerości autorytetu do oceny prawdziwości i intencji autora komunikatu. „Bardziej dajemy się przekonać ekspertom bezstronnym, niż tym, którzy mogą mieć jakiś interes w zmianie naszej opinii”<sup>19</sup>. Jeśli odbiorcy nie zaufają nadawcy komunikatów autorytatywnych i potraktują przekaz jako na przykład próbę wprowadzenia w błąd staje się to zwykle powodem strony do wejścia w proces jego unieważniania i ewentualnego zaniku.

## 2. Wiarygodność

Skuteczność działania przekonującego i podporządkowującego w procesie komunikacji przekazu perswazyjnego zależy od zjawiska postrzeganej wiarygodności autorytetu. Im wyższa wiarygodność danej osoby, tym większa moc jej autorytetu i przekonywania, tym większa gotowość do aprobaty wszystkiego, co ona mówi. Podstawą wiarygodności jest miarodajność przedmiotowa, powszechnie rozumiana jako należyta znajomość tematu wypowiedzi, a zewnętrznie ujawniana postawą obiektywizmu w przedstawianiu danego stanu rzeczy, rzetelność i unikanie tendencyjności. Jej pragmatycznym warunkiem koniecznym jest sprawność argumentacyjna oparta na świadomości siły rozumowania z autorytetu.

Argument z autorytetu, *argumentum ex auctoritate*, polega na wzmacnianiu prezentowanych treści powoływaniem się na ich zgodność z kimś lub czymś o wysokim stopniu wiarygodności. Logicznie, przyjmuje się wtedy co najmniej dwie

---

<sup>17</sup> Leech G. N., 1983. *Principles of Pragmatics*. London 1983, s. 79.

<sup>18</sup> Ziółkowski J., 2007. *Socjotechnika...* . op. cit., s. 44.

<sup>19</sup> Cialdini R., 1999. *Wywieranie...* . op. cit., s. 209.

przesłanki. Jedną głoszącą, że przywoływany autorytet jest znawcą w jakiejś dziedzinie oraz przesłankę, że w takim odniesieniu jest on prawdopodobny. W konsekwencji wyprowadza się konkluzję o tym, że można i należy uznać jakies wypowiedziane zdanie lub opinię w zakresie ich specjalności. Werbalną oznaką wejścia w taką strukturę argumentacji jest zazwyczaj jej rozpoczynanie frazami zdaniowymi typu *Na gruncie systemu prawa...*, *Tak samo kwestię tę ujmuje X w...* itp. Jeżeli przywoływany autorytet należy do niekwestionowanych w kategoriach społecznego uzasadnienia i jest postrzegany bezpośrednio jako budzący zaufanie bądź pośrednio przez indukcyjne gromadzenie pozytywnych świadectw o nim, wtedy jest wiarygodny. Jednym z podstawowych założeń warunkujących funkcjonalność i przydatność autorytetu opartego o wiarygodność jest jego jeżeli nie dobra wola, to przynajmniej bezinteresowność. Odbiorcy chcąc ufać autorytetowi, jego przekazom, muszą wierzyć, że nie będzie on świadomie działał na ich szkodę, chyba że jest to wynik nieintencjonalnego zbiegu okoliczności jako naturalne ryzyko społeczne. Podstawą uznania autorytetu jego powszechnie rozpoznawalne uzasadnienie, w tym nawet moralne, oraz bezwzględne respektowane odniesienie dziedziczne. Przy takim podejściu natura niektórych dyscyplin i charakter praktyki społecznej pozwala na używanie argumentowania z autorytetu. Jest ono obecne mocą tradycji i zasadne istotnie w przypadku prawniczych uzasadnień walidacyjnych i interpretacyjnych. Na przykład powołanie się na autorytet deontyczny (prawodawcę) jako argument na rzecz uznania obowiązkiwania i właściwej interpretacji normy jest uzasadnieniem traktowanym jako rzeczowe uzasadnienie bezpośrednie, używa się także jako autorytetu Sądu Najwyższego, Trybunału Konstytucyjnego, NSA, nazwisk profesorów prawa. Argument ten stosuje się w języku religijnym oraz w dyscyplinach humanistycznych, przykładem mogą być badania politologiczne przyczyn wynoszenia siebie na pozycję autorytetu politycznego, nadto większość zdań potocznej wiedzy współczesnych ludzi pochodzi z autorytetu rodziców, nauczycieli czy przyjaciół.

„Wiarygodność obiektywna to złożona, niejako łańcuchowa relacja zgodności między społecznymi potrzebami i zadaniami społecznymi i psychologicznymi właściwościami przedstawiciela, jego deklaracjami, czynami i efektami pracy, a okazanym mu społecznym zaufaniem.”<sup>20</sup> Eksperckość i uczciwość w ramach wiarygodności w społecznej praktyce swojego funkcjonowania rozkłada się różnie w zależności od danego rodzaju autorytetu. Nadawca wypowiedzi może powoływać się na autorytet zewnętrzny albo sam siebie wynosić na pozycję autorytetu. W pierwszym przypadku zamiast argumentu merytorycznego przytacza opinię uznanego przez siebie autorytetu jako odpowiednika znawstwa zagadnienia. Mogą

<sup>20</sup> Karwat M., 2001. *Sztuka manipulacji politycznej*. Toruń 2001, s. 66.



to być jednoznaczne w swojej interpretacji fakty, zasady moralno-prawne, a nawet ideologie sygnowane niekwestionowaną marką eksperta, instytucji czy władzy. Odwołania do nich stają się skuteczne tylko w przypadku, gdy odbiorca uznaje podany mu autorytet. Jeśli nadawca komunikatu sam siebie stawia w pozycji autorytetu, to może nim być rzeczywiście albo jedynie pozornie. Odbiorca w takim układzie, albo go automatycznie akceptuje, albo wchodzi w psychospołeczną operację budowania jego pozycji, od kompleksu niewiedzy poczynając a na wierze w wartość merytoryczną przedkładanych informacji kończąc. Autorytet pozorny wyzyskuje bowiem w swoim bezpośrednim odniesieniu do odbiorcy jego nieśmiałość. Wobec przedkładanego zadania czy zachowania się takiego autorytetu jej podłożem jest albo realna niekompetencja albo poczucie niższości. Ów psychospołeczny stan skutkuje zwykle doświadczanym w tej sytuacji strachem przed możliwością kwestionowania. Konsekwencją to bezdyskusyjne uznanie przez odbiorcę przedkładanych autorytatywnie treści, bo tylko takie podejście redukuje dyskomfort kontaktu z autorytetem. Manipulacyjnej akceptacji przedkładanego punktu widzenia służy wiele technik. W praktyce społecznej są one sygnalizowane na przykład w bezpośrednich komunikatach o sobie jako autorytecie, w stosowaniu niezrozumiałych dla odbiorcy wyrazów i cytatów (przysłów czy powiedzeń idiomatycznych itp.) czy w powoływaniu się na nieustalone fakty i interpretacje. Praktyka tego typu pokazuje, że sama wiarygodność nadawcy warunkowana jest zarówno przez czynniki motywowane racjonalnie jak i czynniki motywowane emocjonalnie. Decydującymi są uczciwość, kompetencja i bezstronność. Odbiorca musi dysponować uprzednim w stosunku do prowadzenia werbalnego wywodu argumentacyjnego przekonaniem, że nadawca nie chce go oszukać, że jest ekspertem w danej dziedzinie z racji posiadanej wiedzy lub osobistych doświadczeń i że obca jest mu skłonność do stronniczego wyolbrzymiania lub pomniejszania znaczenia niektórych faktów i zjawisk. Istotną częścią takiego nastawienia są ponadto elementy o charakterze emocjonalnym. Jest to z jednej strony bycie lubianym identyfikowana w trakcie procesu perswazji jako życzliwość w stosunku do odbiorcy, z drugiej podobieństwo jako zbieżność wiedzy, doświadczeń i planów, a nawet wyglądu i sposobu bycia. Wypowiedź, jako tekst argumentacyjny i jako sposób jego wygłaszania i prezentacji, prawdopodobnie więc przekona i wzniesi akceptację odbiorcy w konkretnym układzie komunikacyjnym, jeżeli wyzwoli na bazie uprzedniej wiarygodności wysoki stopień zaufania odbiorcy do nadawcy<sup>21</sup>.

Wiarygodność autorytetu dociera do odbiorcy drogą centralną lub peryferyczną. Centralna realizuje się wtedy, gdy odbiorca ma motywację i zdolność do skupienia uwagi na argumentach zawartych w samym komunikacie autorytetu. Nie-

<sup>21</sup> Oyster C. K., 2000. *Grupy*. Poznań 2000, s. 155.

wątpliwie, w pewnych warunkach, ludzie kierują uwagę na fakty zawarte w treści wypowiedzi i na ich wartość logiczną. Dzieje się tak przy nastawieniu do pozyskania długotrwałej zmiany swojej postawy. Technicznie zależy to od zdolności do rzeczywistego zainteresowania sprawą czy też umiejętności zachęcenia do kierowania uwagi na argumenty. Podstawowym czynnikiem wpływającym na to jest przede wszystkim znaczenie osobiste przekazu. Im większy stopień, w jakim wynikające z danej sprawy konsekwencje są ważne dla dobrego samopoczucia odbiorcy, tym większa koncentracja na racjach zawartych w samej treści. Do pewnego stopnia, instrumentalnie, autorytet może tutaj wykorzystać nawet strach, wzbudzając go u odbiorcy i sugerując, że skoncentrowanie się na samym komunikacie pomoże mu go zredukować. Peryferycznie zaś odbiorca poddaje się komunikatowi wtedy, gdy nie skupia swojej uwagi na argumentach treści, lecz jest pod wpływem charakterystyk powierzchownych dla samej informacji. Autorytet oddziałuje, bo jakby przy okazji jest dostępna odbiorcy etykieta jego eksperckości, jest osobą atrakcyjną fizycznie albo ciekawie prezentuje się publicznie<sup>22</sup>.

Autorytatywna transmisja wiarygodności ramach przekonywania odbiorcy skutkuje społecznym wpływem autorytetu. Wpływ społeczny jest warunkiem koniecznym istnienia autorytetu. „Cechą konstytutywną [wpływu społecznego] jest zawsze kierowanie, sterowanie, zmiana stanu jednego podmiotu przez drugi”<sup>23</sup>. Jest to więc zamierzony lub nie proces i efekt kierowania zachowaniami innych osób i grup. Nie każdy jednak rodzaj wpływu może być łączony z autorytetem. Jego metody opierają się na sankcjonowanych społecznie perswazyjnych sposobach podawania treści, nawet kiedy są intencyjnie manipulacyjne, w zakresie jego środków wpływania nie mieszczą się natomiast jakiegokolwiek formy wymuszania pożądanych postaw. Zarazem jednak autorytet istotnie charakteryzuje skuteczność, autorytet nieskuteczny nie istnieje, czego nie można orzec o wpływie społecznym, który zwykle jest traktowany jako potencjalnie skuteczny. O bezwzględnej skuteczności autorytetu decyduje zwykle wpisana weń bezrefleksyjna uległość jako reakcja na to kto, a nie co, mówi. Przykład paradygmatyczny to wpływ autorytetu lekarza na zachowania osób, które wchodzi z nim w relacje. „Lekarz przepisał krople na prawe ucho pacjenta, zapisując w skrócie *R ear* (*R* od *right* = prawy, *ear* = ucho), co pielęgniarka odczytała jako *Rear* (po angielsku – tyłek) i posłusznie wpuściła przepisaną liczbę kropli do odbytu pacjenta. Mimo że leczenie bólu ucha doodbytniczo podawanymi kroplami nie miało najmniejszego sensu ani pielęgniark-

<sup>22</sup> Aronson E., Wilson T. D., Alert R. M., 1997. *Psychologia społeczna. Serce i umysł*. Warszawa, s. 317-328.

<sup>23</sup> Ziółkowski J., 2007. *Socjotechnika...* . op. cit., s. 80-81.

ka, ani pacjent nie zaprotestowali”<sup>24</sup>. Efekt ten potwierdzany jest też eksperymentalnie. „Badanie polegało na tym, że jeden z badaczy dzwonił do jednej z 22 pielęgniarek z oddziału chirurgicznego, ogólnego, pediatrycznego lub psychiatrycznego, przedstawiał się jako lekarz z danego szpitala i wydawał polecenie, aby temu, a temu pacjentowi podać 20 miligramów „Astrogenu”. Pielęgniarka miała co najmniej cztery powody, by polecenie potraktować z dużą ostrożnością. Po pierwsze, zostało ono przekazane telefonicznie, co było wyraźnym naruszeniem obowiązujących w szpitalu zasad. Po drugie, „Astrogen” nie był na liście leków dopuszczonych do standardowego użytku w szpitalu. Po trzecie, przepisana dawka zdecydowanie przekraczała dawkę dopuszczalną – na etykiecie leku wyraźnie napisano, że dopuszczalna dawka dzienna „Asrtogenu” wynosi 10 miligramów, a więc połowę tego co lekarz przepisał. Po czwarte wreszcie, zalecenie zostało wydane przez człowieka, którego pielęgniarka nigdy nie spotkała, nie widziała ani nawet nie rozmawiała z nim wcześniej przez telefon. Pomimo tego 21 pielęgniarek na 22 posłusznie podeszło do szafy z lekami, wzięło „Astrogen” i skierowało swe kroki do wyznaczonego pacjenta (po drodze spotykając badacza, który je zatrzymywał, wyjaśniając naturę przeprowadzanego eksperymentu)”<sup>25</sup>. Bezdyskusyjne wykonywanie poleceń świadczy o tym, że autorytet lekarza jako specjalisty w swojej dziedzinie jest wielki. Mimo że w przeciętnym szpitalu do błędnych należy około 12% jego dziennych zaleceń, nie są kwestionowane nawet przez podmioty o zbliżonej wiedzy. Decyduje o tym utrwalony zawodowo obowiązek wskazania i podjęcia decyzji właściwej w ramach precyzyjnie określonej struktury podległości. Kiedy więc lekarz zabiera głos we właściwym społecznie kontekście, jego wypowiedź może mieć niewiele sensu, bo odbiorca i tak zareaguje na jeden tylko aspekt całej sytuacji.

To, co głosi autorytet nie jest wprawdzie decydującą i ostateczną podstawą uzasadniania twierdzeń czy ocen, ale przekonanie to jakby zanika w aurze emocjonalności towarzyszącej zwykle wpływowi autorytetu we właściwych mu rozmaitych odniesieniach. Od osoby wiarygodnej oczekuje się bowiem powszechnie przede wszystkim ujawniania pełnej gamy doświadczanych uczuć w stosownych okolicznościach. Dostępna publicznie autentyczność emocjonalna mocą empatii może przenieść się na odbiorcę. Sieć jego pozytywnych odczuć w stosunku do autorytetu to postawa sympatii<sup>26</sup>. Powszechnie sądzi się, że im większa sympatia

<sup>24</sup> Cialdini R., 1999. *Wywieranie...* . op. cit., s. 199-200.

<sup>25</sup> Tamże, s. 203.

<sup>26</sup> Listy do odbiorców wyobrażanych jako osoby sympatyczne są zawsze o około 25% dłuższe niż w wypadku korespondencji do postaci wyobrażonych jako niemile, natomiast długość przekazu ustnego skierowanego do osób uznanych za sympatyczne przewyższa średnio o 40% czas przekazywania słów osobom nie uważanym za takie. Zob. Cialdini R., 1999. *Wywieranie...* . op. cit., s. 154-190.

do danej osoby, tym większa tendencja do ulegania jej sugestiom. Oczywiście najlepiej jest, gdy pojawia się ona naturalnie, jako wynik wzajemnego, przyjaznego traktowania siebie nawzajem. Dla autorytetu są to jakby dodatkowe punkty za wspólnotę ze swoim odbiorcą i podstawa do stworzenia odpowiedniego klimatu zaufania i w efekcie swojej skuteczności.

### 3. Posłuszeństwo

Posłuszeństwo w zdefiniowanych systemach hierarchicznych (rodzina, przedsiębiorstwo, wojsko) jest to podporządkowywanie się poleceniom osoby o wyższym statusie społecznym. Posłuszeństwo wobec autorytetu, rzeczywistego lub spostrzeganego, to modyfikowanie zachowania w odpowiedzi na jego żądania. Autorytet wpływa lub kontroluje opierając się na normach społecznych tradycji i uznanych wartości. Określają one nie tylko, jakie osoby i jakie pozycje w hierarchii społecznej (na przykład wybrani lub wyznaczeni formalnie przywódcy) powinny być darzone zaufaniem, mieć posłuch i wpływ, lecz również są efektem długotrwałych i utrwalonych procesów wpływu. Posłuszeństwo wobec autorytetów jest przykładem funkcjonowania władzy legitymizowanej, w której akceptacja wywierania wpływu jako właściwego z czasem staje się zespołem zinternalizowanych obyczajów i procedur. Tworzy to system, który pozwala na rozwinięcie skomplikowanych relacji produkcji i rozdziału dóbr oraz kontroli nad członkami społeczeństwa.

Najprostsza forma posłuszeństwa jako naśladowanie autorytetu wydaje być charakterystyczną w ogóle dla świata zwierząt żyjących społecznie. Pokazuje to jeden z eksperymentów przeprowadzonych na grupie małp żyjących w niewoli. W klatce, gdzie przebywały, postawiono pojemnik z widocznymi bananami, ale tak, że żadne ze zwierząt, pomimo prób, nie było w stanie ich osiągnąć. Następnie odizolowano jedną z małp, zajmującą niską pozycję w hierarchii społecznej grupy, i nauczono ją wydobywać banany z pojemnika. Kiedy wróciła do klatki, wydostawała i zjadała banany, ale żadna z małp nie poszła w jej ślady. W ten sam sposób postąpiono z przewodnikiem stada. Kiedy niekwestionowany autorytet w stadzie zaczął wydobywać banany z pojemnika, pozostałe małpy z uwagą przyglądały się jego działaniom i wkrótce naśladując zachowanie przywódcy wszystkie zwierzęta bez trudu były w sięgały po to pożywienie.<sup>27</sup> Status przywódcy stada jest więc na tyle autorytatywnie wyróżniający (siła, sprawność, doświadczenie), że jego

---

<sup>27</sup> Witkowski T., 2000. *Psychomanipulacje. Jak je rozpoznawać i jak sobie z nimi radzić*. Warszawa, s. 181.

zachowanie jest automatycznie powielane w reakcjach naśladowczych pozostałych członków.

Ludzkie motywy posłuszeństwa bywają rozmaite. W rzeczywistości jednak wiele aktów posłuszeństwa ma charakter uproszczony i jest czynnością, podobnie jak u pozostałych zwierząt stadnych, automatyczną, uległością wręcz ślepą. Mają one raczej bytu ze względu na fakt, że bezrefleksyjne poddaństwo wobec autorytetu jest na ogół zyskowne, bo już chociażby zwalnia z wysiłku myślenia. Biblijny Abraham gotów był przebić nożem serce swego syna na żądanie Boga tylko na zasadzie posłuszeństwa wobec najwyższego religijnie autorytetu<sup>28</sup>. Wiele osób pod wpływem autorytetu jest zdolnych do popełniania czynów nawet destrukcyjnych, takich których według wyjściowych deklaracji nie dokonałyby nigdy, przy czym zwykle nie przyznają się one do własnej podatności na taki wpływ i w konsekwencji nie uznają swoich predyspozycji do ich ujawnienia w obliczu nacisku. Eksperyment Milgrama - uważany przez wielu za najważniejszy w historii nauk społecznych – pokazał, że wyłącznie pod wpływem instrukcji eksperymentatora, który był w tych warunkach uznanym autorytetem, udało się skłonić badanych do wymierzania osobom rzekomo „uczącym się” skrajnie surowych kar za błędy. Uczestników oficjalnie poinformowano, że badania dotyczą procesów pamięci, a dokładnie wpływu kary na zapamiętywanie. Zadaniem osoby, która zgłosiła się do udziału w eksperymencie, było nauczenie innej osoby par wyrazów. Jako narzędzie wspomagające zapamiętywanie badani mieli wykorzystywać urządzenie do wytwarzania wstrząsów elektrycznych. Osobę, która miała zapamiętywać wyrazy, w rzeczywistości pomocnika eksperymentatora, przywiązywano do krzesła i podłączano jej do rąk elektrody. Właściwa osoba badana została umieszczona w pokoju obok, gdzie miała do dyspozycji generator zaopatrzony w 30 przełączników, z których każdy kolejny emitował wstrząs o 15 volt silniejszy od poprzedniego. Zakres wynosił od 15 do 450 volt. Eksperymentator, ubrany w biały fartuch, zalecał karać osobę badaną za popełniony błąd, za każdym razem zwiększając siłę wstrząsów. Przy wysyłaniu kolejnych widoczne stawały się oznaki doznawanego bólu, a wraz ze zwiększeniem siły wstrząsów głośne protesty i krzyk. Eksperymentator w sytuacji, kiedy osoba badana zaczynała się wahać bądź zgłaszać uwagi, wydawał stanowcze i zdecydowane polecenia kontynuowania badania, nawet wtedy, gdy „ofiarą” głośno protestowała twierdząc, że ma kłopoty z sercem<sup>29</sup>. Miligram przed rozpoczęciem badań poprosił grupę profesorów i studentów z Uniwersytetu w Yale, gdzie eksperyment przeprowadzono, o zapoznanie się ze scenariuszem badania i oszacowanie, ilu ludzi dojdzie do zadawania wstrząsów o sile maksymalnej

---

<sup>28</sup> Cialdini R., 1999. *Wywieranie...* . op. cit., s. 197-198.

<sup>29</sup> Witkowski T., 2000. *Psychomanipulacje...* . op. cit., s. 183-184.

450 volt. Liczbę tę oceniano niezmiennie na 1-2 procent. Odrębna grupa 39 psychiatrów oszacowała, że podobne zachowanie pojawi się u jednego człowieka na tysiąc<sup>30</sup>. Wyniki okazały się zaskakujące. Średnie maksymalne natężenie wstrząsów wynosiło aż 360 volt, a szok o najwyższym napięciu 450 volt zastosowało aż 62,5% osób badanych. Osoby te, reprezentanci różnych zawodów w wieku od 20 do 50 lat, uległy eksperymentatorowi jako autorytetowi w białym fartuchu, który bezwzględnie domagał się dalszego kontynuowania, przejmując na siebie jednocześnie odpowiedzialność za wszystko co się wydarzy<sup>31</sup>. Późniejsze powtórki eksperymentu potwierdziły, że wiek i płeć nie odgrywała żadnej roli, krzywdzące innych posłuszeństwo zaobserwowano zarówno u dzieci, jak i u kobiet, którym przydzielono role „nauczycieli”, zaś w kontekście szpitalnym, u niczego nie podejrzewających pielęgniarek. Na wynik eksperymentu nie wpłynął też brak świadomości wyrządzanej krzywdy. Wykazano to wprowadzając do scenariusza eksperymentu poprawkę – „uczeń” stwierdzał wyraźnie, że choruje na serce i wstrząsy elektryczne mogą mu zaszkodzić - niczego to nie zmieniło, 65% badanych posłuszenie kontynuowało zadawanie wstrząsów. Nadto uczestnicy badania byli normalnymi ludźmi, a nie jak twierdzili krytycy eksperymentu, zakamuflowanymi sadystami. Ludzie, którzy odpowiedzieli na ogłoszenie Milgrama, zapraszające do badań nad pamięcią, byli zupełnie przeciętni pod względem wieku, zawodu i wykształcenia. Późniejsze badania psychologiczne wykazały, że również ich cechy charakteru i osobowości mieściły się w takim zakresie. Okazało się więc, że destruktywne posłuszeństwo jest elementem behawioralnego repertuaru większości ludzi niezależnie od ich psychicznego a nawet moralnego profilu. Kontekst decyzji etycznych potwierdzają najnowsze badania i obserwacje. Ludzie niezależnie od tego, co dyktują im ich własne wartości z reguły ulegają woli autorytetu, na przykład decyzji zarządu firmy farmaceutycznej o wypuszczeniu na rynek leku, który potencjalnie może być niebezpieczny, i dopiero gdy znika ten rodzaj przymusu, podejmują wybory i działania zgodne z prywatnym systemem norm moralnych<sup>32</sup>.

Pytanie inicjujące badanie Milgrama dotyczyło określenia momentu zakończenia oczywistego i wzrastającego cierpienia drugiego człowieka, wynikającego z rzekomo otrzymywanych przezeń wstrząsów elektrycznych o rosnącej sile, poprzez odmowę posłuszeństwa autorytetowi. Odpowiedź brzmiała, jeśli autorytet nie zostanie w jakiś sposób podważony, nie nastąpi to w ogóle lub o wiele za późno, posłuszeństwo zachodzi więc pomimo wyraźnych dowodów na emocjonalną udrękę i emocjonalny konflikt osoby posłusznej. Nieposłuszeństwo wobec autorytetu

<sup>30</sup> Cialdini R., 1999. *Wywieranie...* . op. cit., s. 193.

<sup>31</sup> Witkowski T., 2000. *Psychomanipulacje...* . op. cit., s. 184.

<sup>32</sup> Cialdini R., 1999. *Wywieranie...* . op. cit., s. 194-195.

zaobserwowano w podstawowej wersji eksperymentu u 35 % uczestników, którzy w którymś momencie badania odmówili spełnienia woli eksperymentatora. Późniejsze badania pokazały, że jest ono ściśle warunkowane przez określone, czasami bardzo subtelne cechy sytuacji. Zmiany w sytuacji eksperymentalnej miały duży wpływ na posłuszeństwo. Kiedy badanym dano swobodę wyboru wielkości kary, aplikowali oni tylko najłagodniejsze wstrząsy, jednakże postawieni w roli obserwatora innej posłusznej osoby, prawie wszyscy badani (93%) pozostawali nieporuszeni, nie czyniąc nic, żeby nie dopuścić do całkowitego podporządkowania się tej osoby autorytetowi eksperymentatora. Ograniczało posłuszeństwo zwiększanie fizycznej bliskości między osobą badaną a „uczniem”, podobnie, posłuszeństwo drastycznie malało, gdy eksperymentator nie był obecny w laboratorium osobiście, a jedynie wydawał polecenia przez telefon. Znaczenie też miały status i bezpośrednie zachowania samego autorytetu, gdy eksperymentator pod pewnym pretekstem opuszczał laboratorium, a rolę autorytetu przejmował inny „nauczyciel”, w rzeczywistości współpracownik eksperymentatora, wówczas posłuszeństwo znacznie malało. Jednak najpoważniejszy spadek posłuszeństwa (o 10%) nastąpił wtedy, gdy dwaj inni „nauczyciele”, w rzeczywistości współpracownicy badacza wcześniej, w obecności osoby badanej, przeciwstawili się eksperymentatorowi. Bycie świadkiem buntu wobec poleceń autorytetu stało się silnym bodźcem do nieposłuszeństwa.

Późniejsza analiza posłuszeństwa wykazała szereg czynników je warunkujących. Najważniejszy lokuje się na poziomie socjalizacji, uczymy się być posłuszni wobec rodziców, nauczycieli, policji, duchowieństwa, lekarzy, a w niezliczonych sytuacjach wręcz oczekujemy prawowitego i godnego zaufania wobec autorytetu. Efekt to głęboko zakorzenione poczucie obowiązku ulegania autorytetom i niezdolność do przeciwstawienia się ich żądaniom, niejednokrotnie jedynie sygnalizowanym jakimś jedynie symbolem czy etykietą autorytetu. To ubrany w biały kitel badacz nakazywał, a nieradko i strofował badanych, by postępowali według jego wymagań, pomimo wszelkich szkód fizycznych i uczuciowych, jakie przy tym wyrządzali. Różne sygnały i spostrzeżenia tworzą więc swego rodzaju psychospołeczną barierę dla nieposłuszeństwa. Niektórzy mogą czuć się zakłopotani lub mieć poczucie, że postępują niekulturalnie, kwestionując zdanie autorytetu, Odgrywać także tu może dużą rolę dysonans poznawczy jako niezgodność z wcześniejszym zachowaniem oraz zaangażowaniem emocjonalnym oraz czynnik sprawstwa kierowniczego, gdzie podwładny w systemie hierarchicznym nie przyjmuje osobistej odpowiedzialności za swe czyny, lecz zrzuca ją na osobę stojącą wyżej w hierarchii organizacji (przeniesienie odpowiedzialności).

## Zakończenie

Kierowanie się wskazówkami najważniejszych osobników w stadzie jest jednym z podstawowych mechanizmów społecznych rządzących światem zwierząt i ludzi. Od narodzin wszystkie istoty stadne są trenowane w posłuszeństwie wobec autorytetów w kontekście zawsze praktycznych pożytków z takiej uległości. Ludzi jednak wyróżnia to, że funkcjonując w złożonych cywilizacyjnie systemach hierarchii autorytetów, niejednokrotnie są posłuszni tylko najprostszemu i zwykle zewnętrznym atrybutom i sygnałom autorytetu, bez wysiłku jego bieżącej weryfikacji. Czasami jest to respekt dla deklarowanej wiedzy, niekiedy strach przed konsekwencjami nieposłuszeństwa albo zwyczajna bezrefleksyjna umiejętność tylko wyczuwania wartości autorytetu na podstawie ujawnianych przez niego treści w odniesieniu do czasu i przestrzeni ich wypowiedzania. Sytuacja taka, szczególnie w epoce społeczeństwa medialnego, stwarza szereg możliwości wszelkiego rodzaju nadużyć i manipulacji. „Nadużywanie autorytetu polega na tym, że wykorzystywany jest on czysto instrumentalnie, a w dodatku niewspółmiernie do własnej skali i rzeczywistego układu odniesienia”<sup>33</sup>. Wersja skrajna to pseudoautorytet, którego istnienie warunkuje jedynie bezwzględny plan osiągnięcia określonego celu. Mechanizm ten najpełniej ujawnia współczesna reklama, w której „specjaliści” przedstawiani są i zachwalani jako wręcz jedyne autorytety w swej dziedzinie. W odniesieniu instytucjonalnym, produktowym w sensie marketingowym, w oparciu o zapotrzebowanie w danym wymiarze odniesienia, specyfikę osobowości konsumenta, miejsca i czasu, przygotowuje się coś jako autorytatywne, co jednak w rzeczywistości nie zawiera w sobie deklarowanych cech. We współczesnym zmediatyzowanym życiu na porządku dziennym jest też wychodzenie poza naturalne ramy możliwości autorytetu i przenoszenie ich poza określoną dla nich dziedzinę. Sytuacja taka może być dziełem przypadku albo świadomym rozszerzaniem wyjściowych sfer wpływu. Korzysta się wtedy ze swej marki i uznania w jednej płaszczyźnie i stara się ją przenieść na inną. Operacja taka trafia zwykle w automatyzm recepcji. Odbiorcy, którzy raz zakwalifikowali źródło jako przydatne i sprawdzone, nie trudzą się, aby ponownie jasno określać granice kompetencji danego autorytetu, mimo dwuznaczności moralnej oceny wiarygodności i podejrzenia o manipulacyjne posługiwanie się własnym autorytetem.

---

<sup>33</sup> Karwat M., *O nadużyciu autorytetu*, w: Gołębiowski B. (red.). *Autorytety polskie*. 2002, s. 289.



## Piśmiennictwo

1. Aronson E., Wilson T. D., Alert R. M., 1997. *Psychologia społeczna. Serce i umysł*. Warszawa.
2. Bocheński J., 1993. *Co to jest autorytet?* (w:) *Logika i Filozofia. Wybór pism*. Warszawa.
3. Cialdini R., 1999. *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*. Gdańsk.
4. Dunaj B. (red.), 1996. *Słownik współczesnego języka polskiego*. Warszawa.
5. Goćkowski J. (red.), 1998. *Encyklopedia Socjologii*. Warszawa.
6. Jazukiewicz I., 1999. *Autorytet nauczyciela*. Kraków.
7. Karwat M., 2001. *Charyzma i pseudocharyzma*. Studia Politologiczne Tom V.
8. Karwat M., 2001. *Sztuka manipulacji politycznej*. Toruń.
9. Karwat M., 2002. *O nadużyciu autorytetu*. (w:) B. Gołębiowski (red.). *Autorytety polskie*.
10. Kirschner J., 1994. *Manipulować – ale jak?* Warszawa.
11. Kopaliński W., 1983. *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*. Warszawa.
12. Muszyński J., 2001. *Leksykon marketingu politycznego*. Wrocław.
13. Leech G. N., 1983. *Principles of Pragmatics*. London 1983.
14. Oyster C. K., 2000. *Grupy*. Poznań 2000.
15. Tokarz M., 2006. *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji*. Gdańsk.
16. Witkowski T., 2000. *Psychomanipulacje. Jak je rozpoznawać i jak sobie z nimi radzić*. Moderator, Wrocław.
17. Ziółkowski J., 2007. *Socjotechnika autorytetu politycznego*. Warszawa.