



wywieranie wpływu na ludzi omówienie mechanizmów oddziaływania na otoczenie



Jak nakłonić innego człowieka do zmiany swojego postępowania?

Do podjęcia lub zmiany decyzji? Jak dokonać tego, by takiej zmiany sam zapragnął?

Jak obronić się przed niepożądanym wpływem innych ludzi na nasze decyzje?

Jak uniknąć sytuacji, w których dopiero po czasie orientujemy się, że oto ktoś nas naciągnął na coś, na co wcale nie mieliśmy ochoty...?

Beata Widera - Brzóska

Omówione informacje w skrypcie mogą pomóc udzielić wskazówek, sugestii i być pomocne w odpowiedzi na postawione pytania. Może służyć zarówno tym, którzy chcą lub muszą wpływać na innych, jak i tym, którzy chcą sami obronić się przed oddziaływaniem innych. Nieodzowne mogą się okazać dla osób, które zawodowo zajmują się wpływaniem na innych, kierowników, negocjatorów, specjalistów w dziedzinie reklamy i marketingu, prawników, ekonomistów, nauczycieli i wychowawców.

Skrypt przygotowano w oparciu o następujące materiały i literaturę:

- 1. Robert B. Cialdini „Wywieranie wpływu na ludzi” GWP 2008,*
- 2. Dariusz Doliński „Techniki wpływu społecznego” WN Scholar 2005,*
- 3. M.Kossowska, M.Śmieja, S.Śpiewak „Społeczne ścieżki poznania” GWP 2005,*
- 4. wykład dr Marii Pietras, SWPS K-ce 2014*

Wpływ społeczny to proces, w wyniku którego dochodzi do zmiany zachowania, opinii lub uczuć człowieka wskutek tego, co robią, myślą lub czują inni ludzie (Wojciszke B., 2003).

- *Jednostka podlegająca wpływowi nie musi uświadamiać go sobie*
- *Inni też nie muszą być świadomi wywieranego wpływu (może być zamierzony lub niezamierzony). Przejawy i mechanizmy wpływu można opisywać od najprostszych – np. konsekwencje samej obecności innych ludzi (np. efekt audytorium, facylitacja społeczna).*

Efekt audytorium

Wpływ obecności innych (audytorium) na poziom wykonania danej czynności obecność innych poprawia wykonanie czynności dobrze opanowanych

- *audytorium może wpłynąć na pogorszenie poziomu wykonania czynności trudniejszych, gorzej opanowanych.*

Facylitacja społeczna czyli efekt działania razem

Obecność innych ludzi wykonujących to samo zadanie (działających równocześnie) wpływa na nasz poziom wykonania czynności

- *polepszenie wykonania czynności dobrze wyuczonych (dominujących)*
- *może przeszkadzać w wykonywaniu zadań, których dopiero uczymy się (hamowanie społeczne)*

- *wyjaśnienie: Zajonc R.(1965) –obecność innych podnosi motywację i pobudzenie, a to zwiększa prawdopodobieństwo wystąpienia reakcji dominujących, silnie utrwalonych.*

Zjawisko rozproszonej odpowiedzialności

Szansa udzielenia pomocy ofierze maleje, jeżeli mogących pomóc jest wielu – zmniejsza się wtedy osobista odpowiedzialność każdej z nich za udzielenie tejże pomocy.

Np. w eksperymencie Latene, Darley: 75% samotnych świadków podejmowało interwencję, gdy zobaczyli dym wydobywający się spod drzwi sąsiedniego pokoju; gdy było ich troje – jedynie 38% reagowało. Analogicznie może to zjawisko dotyczyć przydzielania zadań do realizacji – im większa ilość osób tym mniejsze poczucie jednostkowe za prawidłowe wykonanie zadania.

W sytuacjach społecznych występują pewne typowe „wyzwalacze” naszej uległości, poddania się wpływowi innych (np. ich sugestiom, prośbom). Są nimi np. pewne zachowania ludzi (np. podarowanie czegoś, oddanie przysługi, powiedzenie komplementu) lub ich cechy (np. atrakcyjność, niedostępność, posiadanie autorytetu). Reagujemy na nie wręcz automatycznie uległością, poddaniem się wpływowi; mają wyuczony charakter, nabywamy w procesie socjalizacji te wzorce reakcji na określone społeczne sygnały.

Reguły wpływu

*Robert Cialdini nazywa je „regułami wpływu społecznego”; są one specyficznymi „drogami na skróty” w relacjach interpersonalnych, tzn. poddając się im działamy dosyć bezmyślnie, bez analizy sytuacji. Oczywiście możemy powstrzymać się od takiego automatycznego reagowania, ale wymaga to wysiłku i czasu; reguły te są też używane do manipulowania ludźmi lecz ta kwestia nie dotyczy tematyki i znajduje się **poza etyką zawodową nauczyciela, pedagoga czy wychowawcy.***

Podstawowe reguły wpływu (Cialdini R., 2010)

- Reguła wzajemności
- Zaangażowanie i konsekwencja
- Społeczny dowód słuszności (konformizm)
 - Reguła autorytetu
 - Lubienie i sympatia
 - Reguła niedostępności

Reguła wzajemności

*„spłacaj każdy dług tak, jakby sam Bóg wystawił ci rachunek”
(R.W.Emerson)*

To jedna z najstarszych norm społecznych, znana wszystkim społecznościom. Czujemy się zobligowani do odwzajemniania przysług, podarunków itp. Istnieje silny społeczny nacisk na odwzajemnianie tego dobrego, co nas spotkało od innych; ten, kto tego nie przestrzega, jest niewdzięcznikiem, egoistom.

Ale jest też ciemna strona tej zasady – można nas łatwo „wpędzić” w poczucie zobowiązania oddając przysługę czy prezent, a potem wykorzystać prosząc o zrobienie czegoś, na co w zasadzie nie mielibyśmy ochoty.

(darmowe próbki jako przykład działania reguły wzajemności)

*Łatwiej nie dać się „wpuścić” w działanie reguły wzajemności niż ją po prostu złamać! **Obrona:** wystrzegać się przyjmowania nieproszonych podarków, przysług.*

Zaangażowanie i konsekwencja

*„Łatwiej powiedzieć NIE na początku, niż na końcu”
Leonardo da Vinci*

Bycie konsekwentnym jest cenione w społeczeństwie, powoduje że jesteśmy wiarygodni, przewidywalni, można na nas polegać. Kiedy dokonamy wyboru lub

zajmiemy stanowisko w jakiejś sprawie, napotykamy zarówno wewnątrz nas, jak i w innych silny nacisk na zachowanie konsekwentne i zgodne z tym, w co się już zaangażowaliśmy.

Mechanizm ten może być wykorzystany do manipulacji: angażując stopniowo człowieka w jakieś działanie możemy uruchomić jego tendencję do bycia konsekwentnym – trudno będzie mu się wycofać z obranej drogi, będzie np. spełniał nasze coraz większe prośby; tzw. „zapuszczanie korzeni” - pułapką jest podpisywanie długotrwałych umów na różne usługi, materiały, próbki rzekomo darmowe.

„stopa w drzwi” – prośba o małą przysługę, a następnie dużą.

Spółeczny dowód słuszności (konformizm)

„Gdzie wszyscy myślą tak samo, nikt nie myśli zbyt wiele”

W.Lippmann

Uważamy dane zachowanie za poprawne o tyle, o ile widzimy innych, którzy tak właśnie postępują; inni stanowią dla nas drogowskaz – jak zachować się w danej sytuacji. Podążanie za innymi może być dla nas korzystne, może wybawić nas z opresji, ale – racja niekoniecznie leży po stronie większości. Spółeczny dowód słuszności może zostać wykorzystany również do manipulacji; społeczny dowód słuszności w reklamie, efekt Wertera; samobójstwa w sektach. Działanie tej reguły nasila się w sytuacjach nowych, niejasnych.

Reguła autorytetu

„Podążaj za tym, który wie”

Wirgiliusz

Bardziej ulegamy wpływowi tych, którzy mają autorytet (spełniamy ich prośby, wypełniamy polecenia, słuchamy sugestii). W zasadzie od urodzenia jesteśmy skłaniani do posłuszeństwa wobec autorytetów i ma to wiele pozytywnych konsekwencji (unikamy błędów, odnosimy korzyści itd.).

Jednakże bezrefleksyjne posłuszeństwo autorytetom może mieć negatywne konsekwencje: autorytet też może się mylić, można podszywać się pod autorytet, autorytet w jednej dziedzinie (np. wiedzy) nie musi przenosić się na inne dziedziny (np. moralne). Autorytet może być również wykorzystany do manipulacji nami – do skłonienia nas do większej uległości.

•symbole (atrybuty) autorytetu (np. tytuły, ubiór, gadżety) i ich wykorzystanie w oszustwach.

Lubienie i sympatia

Ludzie bardziej ulegają tym, których lubimy, którzy wzbudzają naszą sympatię: zgadzamy się spełniać ich prośby, sugestie

Kogo i za co lubimy?

- *Lubimy tych, którzy:*
 - *są do nas podobni*
 - *są atrakcyjni fizycznie*
 - *prawią nam komplementy,*
 - *oddają przysługi*
 - *lubią nas*
 - *z którymi mamy pozytywne skojarzenia*
 - *z którymi współpracujemy*
 - *są lub wydają się znajomi*

Reguła niedostępności

„Sposobem na kochanie czegokolwiek jest wyobrazenie sobie, że moglibyśmy to utracić” G.K. Chesterton

*To, co niedostępne, staje się bardziej atrakcyjne, wzbudza większe pożądanie
uwaga ! Wykorzystanie niedostępności służy również do manipulacji (np. w handlu).*

Warianty niedostępności:

- *Ograniczona ilość*
- *Ograniczony czas dostępu,*
- *Zakaz („zakazany owoc”)*
- *Cenzura*

•*Rywalizacja*

Dlaczego to, co niedostępne, wydaje się bardziej atrakcyjne?

- Motyw wyjątkowości*
- Większa atrakcyjność jako rezultat większego wysiłku*
- Emocje związane z rywalizacją*

***Czym różnią się osoby podatne i odporne na wpływ ze strony innych?
w tym również na wykorzystywanie zasad wpływu społecznego jako
niewskazanej manipulacji np. jako oszustwo:(***

Osoby bardziej podatne:

- Mają niską samoocenę*
- Są niepewne siebie*
- Są zależne emocjonalnie od innych*
- Nie znają siebie*
- Potrzebują potwierdzenia od innych*
- Nie mają wiedzy o zachowaniach innych*
- Nie znają reguł wpływu społecznego*

Osoby bardziej odporne:

- Znają swoją wartość*
- Są pewne siebie*
- Są asertywne*

- Kierują się własnym zdaniem*
- Znają ludzi, ich zachowania*
- Znają reguły wpływu społecznego*