



Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu

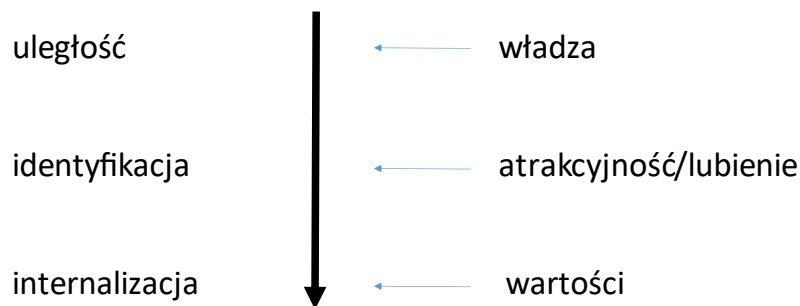
KURS UZUPEŁNIAJĄCY
na studiach II stopnia
dla studentów będących absolwentami
kierunków niepokrewnych dla kierunku
Pedagogika

Moduł: Psychologia
Część czwarta: Psychologia społeczna
Rozdział 6

Autor: dr Justyna Kuświk

Mechanizmy wpływu społecznego

Trzy poziomy wpływu społecznego



Rysunek 15. Trzy poziomy wpływu społecznego. Źródło: opracowanie własne.

Najmniej trwałym, najbardziej płytkim i sytuacyjnym mechanizmem wywołującym zmianę zachowania jest mechanizm uległości wywołany chęcią uniknięcia kary lub uzyskania nagrody. Najtrwalszym mechanizmem wywołującym zmianę jest mechanizm internalizacji, który determinuje wartości, a tym samym działa długotrwanie.

Normatywny wpływ społeczny: wpływ innych ludzi który prowadzi nas do konformizmu, ponieważ chcemy być przez nich lubiani i akceptowani.

Informacyjny wpływ społeczny

Wpływ innych ludzi, który zachodzi w sytuacjach, kiedy traktujemy inne osoby, jako źródło informacji, dające nam wzór do naśladowania. Zachowujemy się konformistycznie, ponieważ

uznajemy, że cudza interpretacja niejasnej sytuacji jest bardziej poprawna niż nasza (że ktoś inny zna się na tym lepiej).



Zastanów się

W jakich sytuacjach ludzie podporządkowują się informacyjnemu wpływowi społecznemu?

Reguły wpływu społecznego wg Roberta Cialdiniego:¹

- wzajemności,
- społeczny dowód słuszności,
- autorytetu,
- zaangażowania i konsekwencji,
- lubienia i sympatii,
- niedostępności.

Reguły wpływu społecznego - zasady działania:

- uruchamiają automatyczne, uproszczone i bezrefleksyjne mechanizmy reagowania,
- człowiek ma tendencję do uruchamiania całych ciągów mechanicznych zachowań tylko na skutek reakcji na jedną, charakterystyczną cechę,
- reagowanie w sposób automatyczny pozwala na zaoszczędzenie energii, własnych zasobów, czasu,
- naraża na kosztowne pomyłki.

Reguła wzajemności

Dotyczy przekonania, iż zawsze powinniśmy starać się odpowiednio odwdziżyć za otrzymane dobro; odnosi się do przekonania, iż jesteśmy zobowiązani do przyszłego rewanżowania się za przysługi, prezenty, zaproszenia, dobra.

¹ Podrozdział na temat wpływu społecznego przygotowany został na podstawie: Cialdini R. (2009). Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka. Gdańsk: GWP.

Poczucie zobowiązania i reguła wzajemności są powszechne w różnych kulturach.

Pozwala angażować się w różnego rodzaju łańcuchy wymiany, transakcji i związków, które są korzystne dla jednostek i dla społeczeństwa (często oparte na tradycyjnym honorowym łańcuchu zobowiązań), daje poczucie, że nie tracimy pierwotnego dobra. Bywa jednak wykorzystywana jako mechanizm manipulacji, kiedy podstawowym celem jest zmuszenie nas do jakiegoś zachowania, często nieproporcjonalnego wobec pierwotnej przysługi.

Jako narzędzie wywierania wpływu reguła jest wykorzystywana poprzez: prowokowanie wdzięczności, wzajemność ustępstw („drzwiami w twarz”) oraz połączenie jej z zasadą kontrastu.

Zaangażowanie i konsekwencja

Istnieje tendencja do utrzymywania zgodności pomiędzy słowami, przekonaniem, postawami i czynami.

Źródła owej tendencji:

- przekonanie, iż konsekwencja jest cechą pożądaną społecznie,
- konsekwencja zwykle przynosi korzyści,
- konsekwencja jest sposobem funkcjonowania „na skróty”.

Po wzbudzeniu zaangażowania ludzie wykazują skłonność do ulegania dalszym prośbom zgodnym z kierunkiem tego zaangażowania.

Raz podjęte decyzje i objęte kierunki działania mają tendencję do utrzymywania się, nawet jeśli okazują się błędne, ludzie podają nowe powody i uzasadnienia, aby usprawiedliwić raz podjęte decyzje.

Spółeczny dowód słuszności

Zachowania innych ludzi, ich postawy często stanowią podstawę naszych zachowań i postaw. Jej działanie jest wzmocnione w sytuacjach niepewności społecznej oraz w sytuacji, gdy sygnały pochodzą od osób podobnych od nas. Jej działanie oparte jest na społecznym

naśladownictwie. Jako mechanizm wywierania wpływu może być wykorzystywany do nakłaniania innych poprzez udowadniania, iż inni, najlepiej wielu innych już tak robi/myśli.



Warto zobaczyć

Asch

<https://www.youtube.com/watch?v=qiHdu8ISHYo>

Lubienie i sympatia

Chętniej ulegamy namowom/prośbom osób, które znamy i lubimy.

Działanie owej reguły jest wzmacniane poprzez:

- fizyczną atrakcyjność, która wzmacnia naszą sympatię,
- podobieństwo,
- komplementy,
- częstość kontaktów.

Autorytet

Istnieje tendencja (wynikająca z praktyk socjalizacyjnych i adaptacyjnych) do ulegania autorytetom.

Uleganie autorytetom w formie uproszczonej może przybierać formę uleganiu symbolom/oznakom autorytetu, niekoniecznie jego istocie.

Niedostępność

Ludzie mają tendencje do przypisywania większego znaczenia tym możliwościom, które są postrzegane jako niedostępne. Rzeczy trudne do zdobycia wydają się nam bardziej cenne.

Perspektywa, że jakieś możliwości są dla nas niedostępne oznacza możliwość utraty decyzyjności i swobody działania, a to powoduje automatyczny opór.

Działanie reguły jest szczególnie silne, gdy:

- niedostępność pojawiła się niedawno,
- konkurujemy z innymi o dobra, które są trudno dostępne.

Niedostępność wpływa zarówno na ocenę wartości dóbr, jak również na sposób przetwarzania informacji na ich temat.



Warto zobaczyć

6 reguł wywierania wpływu Wywieranie wpływu na ludzi - Robert Cialdini

<https://www.youtube.com/watch?v=3-T-dr9oB2w>

Agresja

- *Agresja wroga* (ang. hostile aggression) to agresja spowodowana przez gniew, jej intencją jest zadanie innym bólu.
- *Agresja instrumentalna* (ang. instrumental aggression) to agresja, której motywem jest osiągnięcie jakiegoś celu – nie musi nim być zadawanie bólu².

Zgodnie z **ewolucyjną funkcją agresji**, jest to zachowanie wykształcone na drodze ewolucji, które zwiększa szanse przetrwania i sukcesu reprodukcyjnego³.

² Berkowitz, L. (1993). *Aggression: Its causes, consequences, and control*. New York, NY: McGraw-Hill.

³ Wojciszke B. (2019). *Psychologia społeczna*. Gdańsk: GWP

Zgodnie z **teorią frustracji-agresji**, agresja jest możliwym wynikiem działania emocji – frustracji.

Przeszkody występujące na drodze do osiągnięcia celu zwiększają prawdopodobieństwo wystąpienia reakcji agresywnych.

Czynniki zwiększające frustrację (a więc sprzyjające agresji):

- dystans dzielący nas od upragnionego celu lub obiektu – im bliżsi jesteśmy realizacji zamierzeń, tym większa jest nasza frustracja przy napotkaniu przeszkody,
- niespodziewane lub (w naszym mniemaniu) niestusne pojawienie się czynników frustrujących.

Agresja może być również wynikiem procesów uczenia się: **warunkowania sprawczego** (kary - nagrody) i **modelowania**.

Ogólny Model Agresji (ang. General Aggression Model) - Criga Andersona i Brada Bushmana⁴

Zgodnie z tą koncepcją wyznacznikami agresji są czynniki osobiste i sytuacyjne. To one decydują o tym, czy zachowanie będzie, czy nie będzie agresywne oraz determinują wewnętrzne odczucia jednostki. Te wewnętrzne odczucia wynikają z działania procesów poznawczych afektywnych i pobudzenia fizjologicznego. Szczególnie ważne w procesie powstawania agresji są tak zwane wrogie myśli. Emocjonalnym czynnikiem uwalniającym agresję może być po prostu złość. Trzeci czynnik to pobudzenie fizjologiczne. To w wyniku działania tych trzech czynników mogą powstawać zachowania agresywne.



Zastanów się

Jakie znasz współczesne formy agresji? Może są to:

- zastraszanie,
- cyberprzemoc,

⁴ R. M. Spielman et al., Psychologia., OpenStax Poland, 2020: <https://openstax.pl/podreczniki?q=psychologia>

- hejt...

Jak radzić sobie z gniewem?

Należy pamiętać, iż gniewu nie można utożsamiać z przemocą. Pierwszym krokiem w procesie radzenia sobie, kiedy odczuwamy złość, jest zakomunikowanie otoczeniu, że jesteśmy źli oraz wyjaśnienie przyczyn twojego złego samopoczucia.

W trudnej, stresującej sytuacji, pełnej przykrych do przeżywania emocji, pomocne jest podzielenie się własnymi uczuciami z drugą osobą.

Rozmowa, czy też „zwierzenie się” powoduje nie tylko ulgę emocjonalną, ale także rozwój samoświadomości i lepsze rozumienie siebie.

Warto ćwiczyć i doskonalić asertywne wyrażanie swoich potrzeb.

Warto również rozwijać empatię.

Warto również doskonalić umiejętność spostrzegania sytuacji z różnych perspektyw.

Zachowania pomocowe mogą mieć charakter:

- wsparcie psychologiczne,
- wsparcie materialne,
- wsparcie biologiczne.

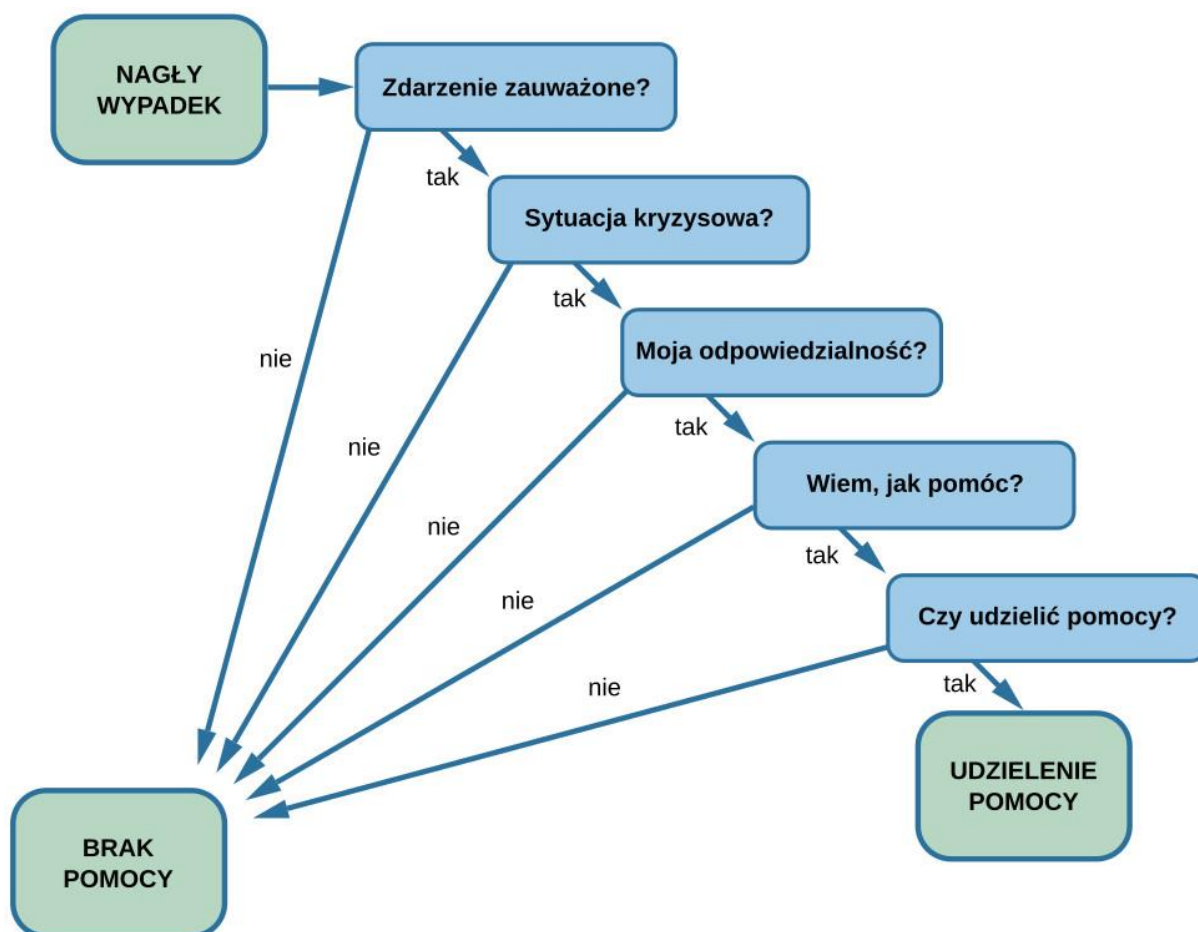
Zachowanie pomocowe - skierowane na dobro innych osób, większych grup społecznych (danych społeczności czy ogółu) przy uwzględnieniu motywów pozaiosobistych⁵.

Altruizm to „dążenie do pomagania innym ludziom, nawet jeśli dla jednostki koszty pomagania są wyższe niż korzyści. Pojęcie altruizmu jest węższe niż zachowania prospołeczne i odnosi się do sytuacji, w której osoba pomagająca nie doświadcza widocznych korzyści za swoje zachowanie”⁶.

⁵ R. M. Spielman et al., Psychologia., OpenStax Poland, 2020: <https://openstax.pl/podreczniki?q=psychologia>

⁶ R. M. Spielman et al., Psychologia., OpenStax Poland, 2020: <https://openstax.pl/podreczniki?q=psychologia>, s. 464.

Modelem wyjaśniającym proces decyzji o interwencji w sytuację wyjaśnia model interwencji w sytuacji kryzysowej zaproponowany przez **Bibba Latanégo i Johna Darley'a**. Zaprezentowany został na ilustracji.



Rysunek 16. Decyzyjny model interwencji w kryzysie. Źródło: R. M. Spielman et al., *Psychologia*, OpenStax Poland, 2020: <https://openstax.pl/podreczniki?q=psychologia>, s. 466.

Zdarzają się sytuacje, w których pomimo tego, że uczestniczy w nich wiele osób, żadna z nich nie udziela pomocy. Wynika to z następujących czynników⁷:

⁷ R. M. Spielman et al., *Psychologia*, OpenStax Poland, 2020: <https://openstax.pl/podreczniki?q=psychologia>

- *zjawisko obojętnego przechodnia/ efekt widza* - im większa jest liczba świadków obserwujących zdarzenie, tym mniejsza szansa udzielenia pomocy ofierze,
- jednym z czynników osłabiających efekt jest *jednoznaczność sytuacji* (na przykład, kiedy nie mamy pewności, czy osoba potrzebująca pomocy jest chora czy pijana),
- *rozproszenie odpowiedzialności* - im więcej osób jest świadkami sytuacji, tym mniejsze prawdopodobieństwo, że któryś z nich pomoże.



Warto zobaczyć

Czym jest empatia?

<https://www.youtube.com/watch?v=KZBTYViDPIQ>

Atrakcyjność interpersonalna



Zanim przeczytasz zastanów się

Czy przeciwieństwa się nie przyciągają?

Lubimy tych którzy⁸:

- są podobni do nas pod względem wartości, zainteresowań, postaw (dostarczają nam społecznego wsparcia dla naszych poglądów, czujemy się też w ich obecności bezpieczniej),
- lubią nas i nam to okazują,
- mają podobne do nas zdolności, umiejętności, kompetencje, zainteresowania,
- są mili i mają cechy sprzyjające naszemu poczuciu bezpieczeństwa, np. są odpowiedzialni.

⁸ Aronson E., Wilson T.D., Akert R. M. (2006). Psychologia społeczna. Poznań: Zysk i S-ka Wydawnictwo.

Jednym z determinantów atrakcyjności interpersonalnej jest **bliskość**. Wyjaśniają to dwa zjawiska⁹:

Efekt częstości kontaktów – zwiększamy prawdopodobieństwo nawiązania sympatii z drugą osobą, jeśli często się z nią widzimy.

Efekt czystej (samej) ekspozycji - im częściej jesteśmy wystawieni na ekspozycję bodźca, tym bardziej jesteśmy skłonni ten bodziec polubić, niekoniecznie musimy ten bodziec świadomie rozpoznawać¹⁰.



Zanim przeczytasz zastanów się

Czy atrakcyjność fizyczna ma znaczenie w bliskich relacjach?

Badania naukowe dowodzą, że częściowo atrakcyjność fizyczna ma znaczenie w bliskich relacjach oraz że istnieją pewne szczególnie istotne cechy wyglądu, uważane za atrakcyjne. Ważne jest jednak to, że nie można tego generalizować, gdyż w tym zakresie istnieje szeroki wachlarz preferencji. Standardy piękna są też warunkowane kulturowo. Co istotne, niezależnie od wyglądu, bardzo istotne w procesie nawiązywania relacji są cechy osobowości¹¹.

Miłość

Trójczynnikowa koncepcja miłości (teoria miłosnego trójkąta)

Robert Sternberg (1986) jest autorem modelu miłości opartego na trzech składowych¹²:

- *intymność (bliskość)*,

⁹ Aronsen E., Wilson T.D., Akert R. M. (2006). Psychologia społeczna. Poznań: Zys i S-ka Wydawnictwo.

¹⁰ Zajonc R. (1985). *Uczucia a myślenie: nie trzeba się domyślać by wiedzieć, co się robi*. Przegląd Psychologiczny”. 38, s. 36.

¹¹ R. M. Spielman et al., Psychologia., OpenStax Poland, 2020: <https://openstax.pl/podreczniki?q=psychologia>

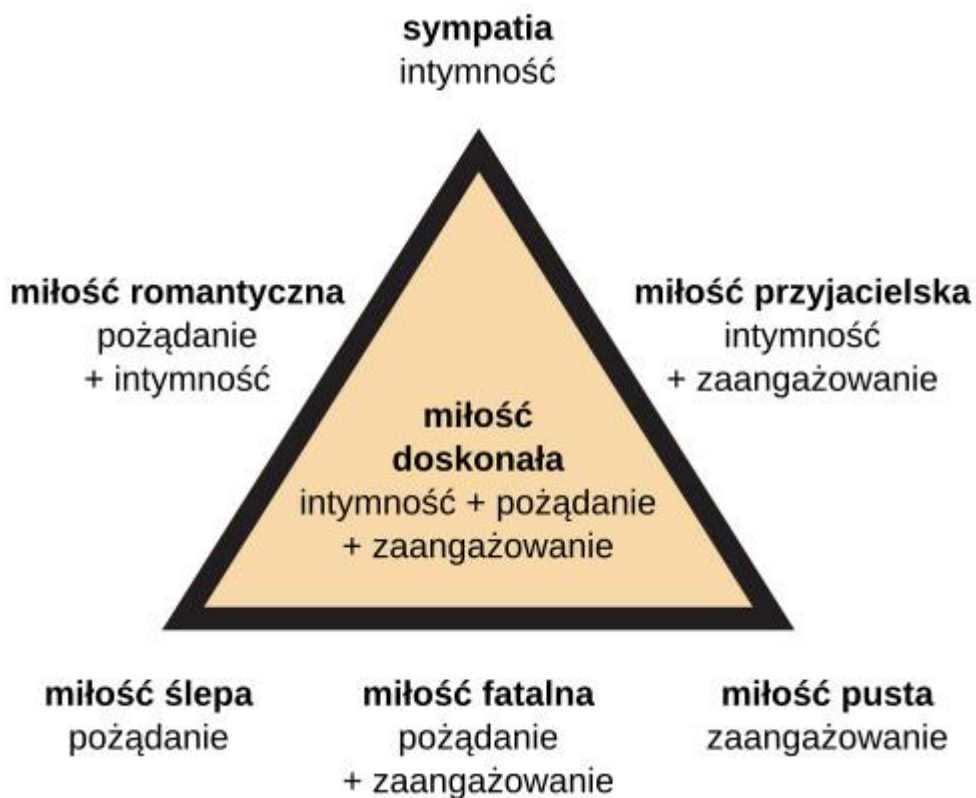
¹² Sternberg, R. J. (1986). A triangular theory of love. *Psychological Review*, 93, 119–135.

- *pożądanie (namiętność),*
- *zaangażowanie.*

Intymność to uczucie związku z drugą osobą, polega na dzieleniu się emocjami i przemyśleniami, na chęci spędzania jak najwięcej czasu razem. **Pożądanie i namiętność** wyrażają się pobudzeniem wobec partnera, wiążą się też z przyciąganiem fizycznym. Natomiast **zaangażowanie**, które pojawia się z relacji najpóźniej, to decyzja o trwaniu przy drugiej osobie, to też decyzja o tym, że kochamy drugą osobę.

W zależności od układu tych trzech czynników **Sternberg wyróżnił siedem rodzajów miłości.**

Zilustrowane zostały one na rysunku.



Rysunek 17. Formy miłości zgodnie z koncepcją Sternberga. Źródło: R. M. Spielman et al., *Psychologia*, OpenStax Poland, 2020: <https://openstax.pl/podreczniki?q=psychologia>, s. 469.

Siedem form miłości według Roberta Sternberga:

- *lubienie/sympatia:* intymność, ale bez zaangażowania czy namiętności.
- *zadurzenie/miłość ślepa:* namiętność bez zaangażowania czy intymności.

- *pusta miłość*: zaangażowanie bez namiętności czy intymności.
- *romantyczna miłość*: intymność i namiętność, ale bez zaangażowania.
- *niedorzeczna/fatalna miłość*: zaangażowanie i namiętność, ale bez intymności.
- *partnerska/przyjacielska miłość*: zaangażowanie i intymność, ale bez namiętności.
- *miłość doskonała*: zaangażowanie, intymność i namiętność.

Bibliografia

1. Aronson E., Aronson J. (2020). Człowiek istota społeczna. Warszawa PWN.
2. Aronson E., Wilson T.D., Akert R. M. (2006). Psychologia społeczna. Poznań: Zys i S-ka Wydawnictwo.
3. Cialdini R. (2009). Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka. Gdańsk: GWP.
4. R. M. Spielman et al., Psychologia., OpenStax Poland, 2020, rozdział 12:
<https://openstax.pl/podreczniki?q=psychologia>
5. Strelau J., Doliński D. (2021). Psychologia akademicka. Podręcznik, T. 2. Gdańsk: GWP, rozdział: 13.
6. Wojciszke B. (2018). Psychologia społeczna. Łódź: Wydawnictwo Naukowe Scholar.