

Marta BIEDACHA¹

Centralny Ośrodek Szkolenia Straży Granicznej
im. Marszałka Polski Józefa Piłsudskiego – Koszalin

MANIPULACJA, CZYLI JAK WYWIERAĆ WPŁYW NA INNYCH NIE TYLKO W PRACY

*„Gdzie wszyscy myślą tak samo
Nikt nie myśli zbyt wiele”
Walter Lippman*

Jak ja mam postąpić z panem K..? Co powinienem mu powiedzieć, żeby w końcu uległ i zgodził się...?

Często każdy z nas, zarówno w domu, jak i w pracy spotyka się z sytuacjami, gdzie druga osoba ma inne zdanie niż my w kwestii, która jest akurat dla nas bardzo istotna. Ciężko nam jest z tym faktem, a więc staramy się próbować różnych sposobów, aczkolwiek często nasze działanie kończy się niepowodzeniem. W tym momencie pojawia się szereg pytań: czy możemy użyć mechanizmu manipulacji społecznej? Czy jest to może działanie nieetyczne? Co możemy zyskać, a co możemy stracić?

Zanim odpowiemy sobie na te pytania proponuję zapoznać się z definicją manipulacji oraz z jej podstawowymi technikami.

Manipulacja to wszystkie sposoby oddziaływania na drugą osobę, której celem jest mylne przekonanie u osoby manipulowanej, że jest ona sprawcą danego zachowania, podczas gdy w rzeczywistości jest jedynie narzędziem w rękach sprawcy.

Manipulator bardzo dobrze wie, co robi, wciąga w to osobę manipulowaną, a ta osoba tylko myśli, że wie. Co w takim razie jest tutaj nieetycznego? Odpowiedź jest prosta: brak pytania ze strony manipulatora. czy ta osoba chce brać udział w manipulacji. Nie pada pytanie, więc osoba nie ma szans na udzielenie odpowiedzi. W rzeczywistości jest ona nieświadomie wciągana w ten mechanizm.

¹Autorka artykułu jest psychologiem w Publicznym Zakładzie Opieki Zdrowotnej Centralnego Ośrodka Szkolenia Straży Granicznej w Koszalinie (przyp. Komitetu Redakcyjnego).

ARTYKUŁY I MATERIAŁY

W psychologii społecznej pojęcie manipulacji jest ściśle związane z wpływem społecznym, czyli takim działaniem, w wyniku którego osoba, grupa, bądź instytucja wywołuje zmiany w sferze funkcjonowania poznawczego, emocjonalnego i behawioralnego u człowieka. Wpływ społeczny równie dobrze może być działaniem świadomym, zamierzonym, jak i nieświadomym w sytuacji, gdy osoba nie zdaje sobie sprawy z tego, że jej zachowanie wpływa na emocje i sposób myślenia drugiego człowieka.

Wpływ społeczny przejawia się w trzech formach zachowania:

1. *Naśladownictwo*

Jest to kopiowanie zachowań innych we własnym działaniu.

Rozważmy kilka przykładów:

- gdy ziewa jedna osoba zaraz zaczyna druga;
- gdy matka karmi dziecko sarna otwiera usta;
- gdy sławna osoba popełni samobójstwo, rośnie liczba popełnianych samobójstw.

Istnieją plusy i minusy naśladownictwa. Oglądanie agresywnych filmów może spowodować wzrost agresji, ale z kolei dzieci nieśmiałe, które oglądają programy z rówieśnikami rozmawiającymi ze sobą częściej, nawiązują kontakty.

Bardziej korzystne od naśladowania jest modelowanie, które polega na tym, że patrzymy na zachowanie innych, ale nie powielamy go tylko indywidualizujemy, a więc dostosowujemy do siebie przyjmując symboliczne równoznaczniki zachowań.

2. *Konformizm*

Jest to uleganie naciskowi ze strony innych ludzi, którzy stanowią większość w danej sytuacji.

Istnieją dwa rodzaje wpływu:

- normatywny: będziemy ulegać temu, co uważamy za normę społeczną, która obowiązuje w danej grupie. Cel jest oczywisty — dążymy do tego po to, by być lubianym w towarzystwie;

- informacyjny: obserwujemy innych ludzi i dane z naszych obserwacji stanowią źródło informacji o rzeczywistości. Cel — dążymy do tego, by mieć słuszność.

Wyróżniamy konformizm zewnętrzny i wewnętrzny.

- zewnętrzny: staramy się upodabniać do innych pomimo tego, że jesteśmy inni, ale nie ujawniamy swoich wewnętrznych, indywidualnych przekonań.

- wewnętrzny: własne zachowanie podporządkowujemy naciskowi innych, ponieważ uważamy że mają rację.

Konformizm może słabnąć bądź wzrastać. Na pewno *osłabi się*, gdy:

- grupa jest anonimowa,
- grupa jest dla nas mniej atrakcyjna,
- jednomyślność grupy ulega rozbiciu.

Konformizm *wzrasta* w sytuacjach, gdy:

- pojawia się niejasne zadanie,
- panuje ogólna niska samoocena,
- dominuje przekonanie, że ludzie w grupie mało znają się na danym zadaniu.

Zmienna taka jak wielkość grupy wpływa na konformizm w sposób krzywoliniowy. Mechanizm ten przedstawia się następująco: gdy wzrasta liczba członków, to rośnie uleganie większości, jednak od pięciu osób uległość stabilizuje się, a nawet i maleje. To jak będzie zmieniał się stopień konformizmu, w większym stopniu zależy od czynników sytuacyjnych, niż osobowościowych.

3. *Posłuszeństwo wobec autorytetu*

Jest to podporządkowanie się sugestiom, lub poleceniom ludzi, którzy mają władzę, lub cieszą się autorytetem. Większość ludzi myśli, że autorytet lepiej zna się na rzeczy. W pewnym sensie jest to dla nas bardzo wygodna sytuacja, ponieważ zwalnia nas z podejmowania decyzji i przez to unikamy brania za nią odpowiedzialności.

ARTYKUŁY I MATERIAŁY

Milgram prowadził badania wśród społeczności niemieckiej. Okazało się, że 65% badanych osób okazywało całkowitą uległość wobec autorytetu.

Uległość *nasila się* w zależności od:

- wielkości autorytetu
- stopnia w jakim nadzoruje
- gdy brak jest sygnałów cierpienia ofiary

Uległość *maleje*, gdy:

- nastąpi obserwacja innych, nieuległych osób
- pojawia się sprzeczność między poleceniami autorytetu.

Możemy mówić o dwóch wyznacznikach autorytetu:

1. tytuł,
2. ubranie.

Aby zrozumieć wagę tytułu przeczytajmy opowiadanie:

„Wychowałem się we włoskim getcie w Warren w stanie Pensylwania i czasami tam przyjeżdżam z jakiejś rodzinnej okazji. Jak wszędzie w naszych czasach, przeminęły już małe włoskie sklepiki, zastąpione większymi supermarketami. Podczas jednej z takich wizyt matka posłała mnie do sklepu po zapas puszkowanych pomidorów. Okazało się, że prawie wszystkie pomidory marki Furmano zostały już wysprzedane. Kiedy jednak sięgnąłem niżej, pod półkę, odkryłem cały rząd następnych puszek, tym razem marki Furman. Przyglądając się bliżej etykietom, wykryłem że Furmano to tak naprawdę Furman — przedsiębiorstwo dodało „o” do swojej nazwy dla celów dystrybucji niektórych swych produktów. Zapewne dlatego, że z włoska brzmiące nazwisko wygląda na bardziej autorytatywne przy sprzedaży żywności włoskiego typu”.

Bohater opowiadania zauważył, że końcówkę „o” akurat w tym sklepie pełniło podwójną rolę, jako narzędzie wpływu. Po pierwsze dodało specjalistycznego autorytetu producentowi, a po drugie swojsko brzmiało dla klientów mieszkających we włoskim getcie.

Ubranie jest symbolem, który również może uruchomić mechaniczną uległość. Pewien psycholog społeczny, Leonadr Bickman, badał na ulicy reakcję przechodniów na prośbę przejścia na drugą stronę jezdni. W eksperymencie brali udział cywile, jak i funkcjonariusze ubrani w mundur służbowy. Większość przypadkowych przechodniów ulegało prośbom panów w uniformach, natomiast lekceważyli zalecenia cywili. Możemy również spotkać liczne zapiski w dokumentacji policyjnej o zawodowych oszustach, którzy błyskawicznie wcielają się w różne postaci. W zależności od tego, co jest dla nich bardziej korzystne w danej chwili, np. jak kameleon zmieniają szpitalną biel na księżą czerń, wojskową zieleń, bądź policyjny uniform.

Formą manipulacji jest także *ingracjacja*, czyli wkradanie się w cudze łaski. Możemy ją osiągnąć wykorzystując jedną z technik:

1. *Konformizm*

„Całkowicie się z panem zgadzam” — podkreślamy, że jesteśmy tacy jak inni i poprzez to nagradzamy tą osobę. Pamiętajmy o tym, by chwalić tylko te ważne rzeczy, natomiast nie zgadzajmy się w mało istotnych kwestiach.

2. *Podnoszenie wartości partnera*

„Pięknie pani dziś wygląda” — staramy się zakomunikować pozytywne oceny sugerując, że te oceny pochodzą nie tylko od nas.

3. *Prezentacja samego siebie*

„Jestem niezwykle ważny i niezastąpiony” — jest to autoprezentacja pozytywna wzmocniona dobrym wyglądem, szerokim zakresem słownictwa. Będziemy wzbudzać zaufanie w tych kwestiach, które są pożądane.

„Jest mi bardzo źle i nie radzę sobie tak, jak Ty” — jest to auto-deprecjacja, czyli bazowanie na współczuciu mające na celu podwyższenia samooceny u drugiej osoby.

Podstawowe techniki manipulacji społecznych:

1. *Stopa w drzwiach (foot—in—the—door)*

Jest to technika zwiększania uległości polegającej na poprzedzeniu właściwej prośby, czyli takiej, która jest rzeczywistym celem,

ARTYKUŁY I MATERIAŁY

a której spełnienie przez daną osobę jest mało prawdopodobne mniejszą prośbą, która prawie na pewno nie zostanie odrzucona.

Najpierw werbalizujemy małą prośbę, a następnie dużą. Możemy sobie zadać pytanie: dlaczego akurat dużą prośbę stosujemy po małej? Ponieważ są większe szanse, że osoba proszona będzie w stanie spełnić małą, a jeżeli pomoże nam raz, to nie wypada jej odmówić kolejnej. Osoba taka będzie zdeterminowana wewnętrznymi cechami uważając, że jest uczynna i dobra, a więc zrobi wszystko, by zachować trwałość ww. cech. W tym momencie istnieje ryzyko pojawienia się psychologicznej blokady, jeśli osobie takiej zaproponujemy wzmocnienie materialne, czyli obiecamy zapłatę.

Stosując tą technikę należy pamiętać o tym, że:

- pierwsza prośba musi być nie za duża, ale i nie za mała, po to by osoba doceniła siebie;
- starajmy się działać tak, aby u osoby doszło do autopercepcji zdeterminowanej czynnikami wewnętrznymi (jestem dobra i uczynna);
- czas między pierwszą, a drugą prośbą nie powinien być krótszy, niż dwa tygodnie;
- zachowajmy zgodność treściową (dwie prośby powinny być podobnej treści);
- nie należy stosować kar.

2. *Dwie stopy w drzwiach (two—feet—in—the—door)*

Technika ta polega na wprowadzeniu między małą i dużą prośbą jeszcze jednej pośredniej. W takim przypadku osoba w wyniku własnej uległości wobec łatwej do spełnienia prośby zaczyna patrzeć na siebie jako na człowieka uczynnego, skorego do pomocy. Ta percepcja zostanie wzmocniona przez kolejną uległość potwierdzającą wniosek na temat własnej osoby.

3. *Drzwi zatrzaśnięte przed nosem (door—in—the—face)*

Technika ta polega na wypowiedzeniu pierwszej prośby, która ma ekstremalnie dużą wartość, po czym pojawia się mniejsza (właściwa) prośba. Jeżeli znajomy prosi nas o pożyczkę pieniędzy w wysokości 100 zł jesteśmy skłonni mu odmówić. Natomiast, jeżeli ta sama osoba wycofa się ze swojej skrajnej propozycji i ponownie nas poprosi, ale tym razem o mniejszą przysługę, np. o 10 zł, wtedy taką sytuację traktujemy jako

ustępstwo z jego strony, a więc sami czujemy się zobligowani do jakiegoś ustępstwa — są duże szanse, że pożyczymy 10 zł.

4. *Uwikłanie w dialog*

Ludzie częściej ulegają prośbie, jeżeli sformułowanie poprzedzone jest nawiązaniem niezobowiązującego dialogu, ponieważ taka sytuacja będzie aktywizowała u nas schemat — „rozmowa ze znajomym”. Wtedy nawet na nieznaną proszącą osobę, będziemy reagowali w taki sposób, jakby była ona kimś nam znanym, a więc należą jej się pewne względy.

Manipulacja jest powszechnym zjawiskiem społecznym, gdyż ulegamy wpływom innych, jak i sami próbujemy wywierać wpływ na to co inni robią, mówią lub czują. Najbardziej znane nam mechanizmy wpływu to kopiowanie cudzych zachowań, czyli naśladownictwo, uleganie naciskowi większości — konformizm, a także posłuszeństwo autorytetom.

Możemy jednak bronić się przed wpływem innych doskonaląc nasze umiejętności asertywne.