

# Wprowadzenie do psychologii społecznej - 05 - wpływ społeczny

*Krzysztof Basiński*

## Wpływ społeczny

- Wpływ społeczny to proces, w wyniku którego dochodzi do zmiany zachowania, opinii lub uczuć człowieka wskutek tego, co robią, myślą lub czują inni ludzie.
- Jednostka nie musi być świadoma zmian
- Wpływ nie musi być intencjonalny
- Wpływ społeczny jest integralną częścią życia społecznego
- Trzy najczęstsze rodzaje wpływu:
  - Naśladownictwo
  - Konformizm
  - Uleganie autorytetom

## Naśladownictwo

- Jeżeli jeden człowiek ziewnie, ziewa cała sala
- Jeżeli matka karmi łyżką dziecko, nie tylko dziecko otwiera usta
- Jeżeli jedna sławna osoba popełni samobójstwo, rośnie liczba samobójstw (efekt Wertera)
- Obserwowanie agresji zwiększa na moment ilość zachowań agresywnych obserwatorów

## Teoria społecznego uczenia się - Bandura

- Ludzie uczą się za pomocą:
  - Warunkowania klasycznego
  - Warunkowania instrumentalnego
  - Uczenia się przez konsekwencje
  - Uczenia się przez modelowanie

## Konformizm

- Badania S.Ascha
- <https://www.youtube.com/watch?v=NyDDyT1lDhA>
- Wpływ normatywny i informacyjny
- Konformizm zewnętrzny i wewnętrzny

## Wpływ normatywny

- Dostosowujemy się do opinii grupy, bo taka jest norma społeczna
- Czego unikamy w ten sposób?
  - Poczucia odrzucenia
  - Śmieszności
  - Odtrącenia
  - Agresji

## Wpływ informacyjny

- Człowiek dąży do tego, aby mieć rację. Przyjmuje więc racje grupy jako swoje.
- Co osiągamy w ten sposób?
- Zachowujemy wysoką samoocenę

## Od czego zależy konformizm?

- Spada w sytuacjach anonimowych
- Spada wskutek małej atrakcyjności grupy
- Spada, gdy rozbijana jest jednomysłność
- Rośnie wraz z niejasnością zadania
- Rośnie wraz z przekonaniem, o słabych kompetencjach
- Rośnie wraz z wielkością grupy, ale tylko do 4-5 osób
- Konformizm bardziej zależy od zmiennych sytuacyjnych niż od cech osobowości

## Wpływ autorytetu

Eksperyment Stanleya Milgrama <https://www.youtube.com/watch?v=y6GxIuljT3w>

## Czynniki zwiększające siłę autorytetu:

- Mundur
- Tytuł (prof., mec., ks., itd.)
- Efekt „amerykańskich naukowców”

## Wpływ autorytetu - eksperyment Hofflinga (1966)

- Eksperyment naturalny w szpitalu
- Podstawiony „lekarz” zlecał pielęgniarce przez telefon podanie 20mg Astrotenu
- To zmyślony lek, którego bezpieczna dawka wynosiła 10mg/dobę (info widoczne na opakowaniu)
- Pielęgniarki nie powinny podawać leku co najmniej z tych powodów:
  - Dawka dwukrotnie wyższa niż bezpieczna
  - Regulamin szpitala mówił, że pielęgniarki przyjmują zlecenia tylko od znanych sobie lekarzy
  - „Włączenie” leku wymaga odpowiedniej papierologii, która nie została wykonana
- 21 na 22 badane pielęgniarki i tak podałyby lek

## Ameryka to nie jest kraj dla starych ludzi - *strip search phone scam*

- 9 kwietnia 2004 roku, restauracja McDonalds w Mt Washington, Kentucky
- Do menedżerki restauracji dzwoni policjant, „officer Scott”, podaje rysopis kobiety podejrzanej o kradzież - biała, młoda, szczupła, blondynka
- Kobieta zidentyfikowana przez menedżerkę jako Louise Ogborn, jedna z pracownic
- Officer Scott nakazuje przeprowadzenie *strip search*
- Louise zostaje rozebrana do naga, jej ubrania zabrane do samochodu menedżerki
- Po jakimś czasie menedżerka musi wrócić do pracy, wzywa więc swojego narzeczonego *do pomocy*
- Przez następne dwie godziny, narzeczone (namówiony przez oszusta) zdążył zmusić Louise do:
  - robienia pajacyków (!)
  - tańca na kolanach (!!)
  - seksu oralnego (!!!)

- Po jakimś czasie narzeczony poczuł się nieswojo i się oddalił
- Na jego miejsce pojawił się pracownik techniczny McDonalda, który odmówił wykonania rozkazów *policjanta*
- Louise została wypuszczona z biura po 3,5 godziny
- Odnotowano ponad 70 innych tego typu przypadków w całych Stanach
- Policja zatrzymała menedżerkę (rok w zawieszeniu) i narzeczonego (5 lat więzienia)
- Zatrzymała też człowieka podejrzanego o wywołanie całego zamieszania (uniewinniony z braku dowodów)

## Mechanizmy wywierania wpływu społecznego

- Zaangażowanie
- Pragnienie słuszności
- Lubienie
- Reguła wzajemności
- Niedostępność dóbr

### Zaangażowanie

- Eksperyment o robakach – wzbudzano w badanych przekonanie, że dobrowolnie i bez żadnego przymusu zjedzą nieżywego robaka
- W ostatniej chwili mówiono im, że zaszła pomyłka i mogą wybrać inne zadanie
- 75% osób i tak decydowało się na przygodę kulinarną

Podjęcie jakiegoś działania, a nawet samo przygotowanie się do niego, inicjuje szereg procesów sprawiających, że działanie wykonujemy (czy kontynuujemy) pomimo poważnych kosztów, na jakie nas to naraża.

Dlaczego tak jest?

- Mamy podwyższoną psychiczną dostępność danego rozwiązania
- Jeżeli już włożyliśmy wysiłek, to cel wydaje nam się cenniejszy niż jakby wysiłku nie było

### Pułapka utopionych kosztów

- Możliwa zmiana postrzegania samego siebie w momencie zaniechania działania (dysonans)
- Ludzie chcą prezentować się jako konsekwentni i wewnętrznie zgodni

### Spółeczny dowód słuszności

- Czyli „jeżeli inni tak postępują, to coś w tym musi być”
- Przykład sondaży wyborczych
- Dwukrotnie wzrasta odsetek ludzi przeznaczający pieniądze na organizację charytatywną, jeżeli na liście przed ich podpisem widnieje 8 innych nazwisk
- Masakra w Jonestown – 910 osób – problem izolacji

### Lubienie

- Gdy kogoś lubimy, łatwiej mu jest nas do czegoś przekonać
- Przykład reklam
- Dobry glina / zły glina
- Przystojniejsi politycy mają większą szansę na wybór

## Reguła wzajemności

- Jedna z najsilniejszy reguł spajających ludzi
- Przykład Amwaya i darmowych próbek

## Niedostępność

- Jeżeli jakiś przedmiot lub możliwość działania zostaną nam odebrane, lub tylko odebraniem zagrożone, zyskują one na wartości
- Przykład ostatniego egzemplarza na składzie
- Ostatnia okazja – „promocja tylko do 18tej”
- Nagła niedostępność wynikająca z pożądanego przez innych

## Techniki manipulacji

### Stopa w drzwiach

- Wyświadczenie małej przysługi zwiększa szansę na wyświadczenie większej przysługi w kolejności
- Freedman i Fraser (1966) – odsetek ludzi zgadzających się na umieszczenie planszy w ogródku wzrasta trzykrotnie, jeśli 2 tygodnie wcześniej poprosić ich o podpisanie się pod petycją
- Technika działa, nawet jeśli prośby formułują różne osoby i dotyczą innych spraw
- Wyjaśnienie w kategoriach autopercepcji – wskutek spełnienia pierwszej prośby ludzie odbierają siebie jako bardziej altruistycznych i pomocnych

### Drzwiami w twarz (Cialdini, 1975)

- Przelotny znajomy prosi nas o pożyczenie 200 złotych
- Po chwili prosi nas o pożyczenie 10 złotych
- Ustępstwo jednej strony powoduje powstanie obligacji do ustąpienia z drugiej strony (reguła wzajemności)
- Pierwsza prośba powinna być duża, jednak nie nierealistycznie wielka
- Kluczowy niewielki odstęp czasowy

### Niska piłka

- Dwie wersje: utajenie kosztu i wabienie przynętą
- Rekrutacja do eksperymentu odbywającego się o 7mej rano – jeśli podać tę informację po uzyskaniu zgody badanych, nikt się nie wycofa
- Pochwały w prasie dla osób oszczędzających energię – po wycofaniu się z publikacji pochwał (przynęty) i tak większość oszczędzała energię
- Pragnienie konsekwencji – chcemy kontynuować raz podjęte działanie

### Teoria wpływu społecznego (Latané, 1981)

Kiedy na jednostkę wywierany jest nacisk przez innych, to siła tego nacisku (i uleganie mu) rośnie jako iloczyn trzech czynników: + Siły osób wywierających nacisk + Ich bliskości + Liczby osób wywierających nacisk - Kiedy jednostka jest członkiem grupy, na którą wywierany jest nacisk, to siła nacisku przypadającego na jednostkę rozprasza się, czyli spada wraz ze wzrostem: + Siły innych członków grupy + Ich bliskości + Liczby członków grupy - Siła osoby – jakiegokolwiek czynnik decydujący o jej zdolności do wywierania wpływu lub przeciwstawiania się mu (wiedza, pozycja społeczna, atrakcyjność, wiarygodność) - Bliskość osoby – może

być fizyczna, ale też psychologiczna (np. bliska rodzina) - Iloczynowy charakter wpływu oznacza, że siła i bliskość nie mogą być zerowe (albo dążyć do zera)