

Józef Maciuszek

*Institut Psychologii Stosowanej
Uniwersytet Jagielloński*

Wpływ społeczny a procesy automatyczne i bezrefleksyjność

1. Wpływ społeczny a nieświadome przetwarzanie informacji

Wpływ społeczny często jest ujmowany w kontekście świadomości osoby, na którą jest wywierany. Z tej perspektywy wyróżnia się wpływ bezpośredni i jawny oraz wpływ niejawny, oparty na pewnych mechanizmach rządzących społecznym zachowaniem człowieka. Bezpośredni i jawny wpływ na ludzkie zachowanie i myślenie dokonuje się najczęściej za pomocą presji (siły, władzy) bądź przekonywania. Odbiorca wpływu może więc zdawać sobie sprawę, że ktoś próbuje go do czegoś namówić czy wpłynąć na jego myślenie lub zachowanie. Bywa jednak tak, że człowiek jest całkowicie nieświadomy, iż jest przedmiotem wpływu, i że mu właśnie ulega. Richard Nisbett i Timothy Wilson (1977) – analizując głównie literaturę zawierającą wyniki badań eksperymentalnych dotyczących dysonansu poznawczego (psychologia niewystarczającego uzasadnienia) oraz procesów atrybucji związanych ze spostrzeganiem samego siebie – zajęli się systematycznym wykazywaniem, że uczestnicy eksperymentów z psychologii społecznej nie mają dostępu do własnych procesów poznawczych. Ich wnioski można odnieść do wielu technik wpływu społecznego. Odbiorca wpływu może nie zdawać sobie sprawy: a) z wystąpienia oddziaływań innych ludzi, które tak naprawdę wpłynęły na jego reakcje (zachowanie, sądy, decyzje itd.), b) ze związku między zarejestrowanymi zachowaniami innych i swoimi reakcjami, a szczególnie c) z procesu umysłowego, który generuje daną reakcję.

Robert Cialdini (1995) zwraca szczególną uwagę na ostatni aspekt nieświadomości w kontekście wpływu społecznego, podkreślając, że społecznym życiem człowieka rządzi wiele mechanizmów, z których człowiek nie zdaje sobie sprawy, w danej sytuacji reagując automatycznie. Pojawia się tu pytanie, co Cialdini rozumie przez owe automatyczne reakcje. Jak zauważa Dariusz Doliński (2001), techniki wpływu nie zawsze prowadzą do natychmiastowych, automatycznych reakcji (na wzór łuku odruchowego), ale okazują się skuteczne wtedy, kiedy sprowokują ofiarę wpływu do zastanawiania się, do myślenia. Sam Cialdini nie odwoływał się

do porównań z odruchowymi reakcjami; w jego ujęciu owe automatyzmy to nie wrodzone sekwencje zachowań, ale nabyte reguły i stereotypy, w które nauczyliśmy się wierzyć, które stanowią dla nas taką oczywistość, że rzadko je zauważamy. I stąd łatwo mogą być wykorzystywane jako narzędzie wpływu (por. Cialdini, 1995, s. 23). Cialdini zidentyfikował kilka takich reguł, które są ujmowane jako mechanizmy wyjaśniające działanie technik wpływu społecznego (określonych sekwencji oddziaływań). Jedna konkretna technika (np. „stopa w drzwiach”) może być wyjaśniana kilkoma mechanizmami psychologicznymi, ale bywa też tak, że pojedynczy mechanizm jest przywoływany do wyjaśnienia działania różnych technik wpływu (np. zasada wzajemności).

Dwie podstawowe kategorie związane z procesami przetwarzania informacji, do których odwołują się badacze wpływu społecznego, to automatyzm i bezrefleksyjność jako pewne charakterystyki procesów uruchamianych przez techniki wpływu. Na te kategorie zwrócono szczególną uwagę wraz z postulatem poszukiwania związku między poznawczym funkcjonowaniem człowieka a podatnością na wpływ społeczny oraz z coraz większym docenianiem wiedzy dotyczącej przetwarzania informacji przy wyjaśnianiu mechanizmów wpływu społecznego (por. Śpiewak, Doliński, 2009). Terminy „automatyzm” i „bezrefleksyjność” w kontekście wpływu społecznego zwykle są traktowane jako synonimy; automatyczność jest ujmowana jako przeciwieństwo refleksyjności. W takim ujęciu byłyby to bieguny tego samego wymiaru (por. Doliński, 2001). Doprecyzowaniem powyższego rozumienia jest określenie bezrefleksyjności jako tendencji do zachowań automatycznych w sytuacjach społecznych (Śpiewak, 2005, s. 148) albo jako gorszego funkcjonowania poznawczego (m.in. pod wpływem zadziałania huśtawki emocjonalnej; Doliński, 2001). W niniejszym opracowaniu proponuję za Ellen Langer (1997) odróżnienie kategorii bezrefleksyjności od automatyzmów, czyli nietraktowanie ich jako zjawisk tożsamyh, ale jako biegunów różnych wymiarów. Celem pracy jest wykazanie, że te dwie kategorie w zaproponowanym przez Langer rozumieniu mogą stanowić przydatne narzędzie do opisu zjawiska wpływu społecznego w kontekście przetwarzania informacji. Na początku przedstawię kryteria procesów automatycznych (przeciwstawianych procesom kontrolowanym) oraz rozumienie kategorii refleksyjności vs. bezrefleksyjności w ujęciu Langer, by następnie spojrzeć na wybrane techniki wpływu społecznego z punktu widzenia tych właśnie wymiarów.

2. Bezrefleksyjność a procesy automatyczne

2.1. Procesy automatyczne w opozycji do procesów kontrolowanych

Kategoria czynności automatycznych jest niejednorodna i obejmuje dosyć zróżnicowany zakres zjawisk. Najbardziej elementarnym podziałem jest rozróżnienie procesów pierwotnie i wtórnie automatycznych. Procesy pierwotnie automatyczne

charakteryzują się tym, że ich uruchomienie odbywa się niezależnie od woli czy intencji podmiotu. Procesy wtórnie automatyczne to procesy pierwotnie nieautomatyczne, które w wyniku nabywania wprawy wyzwoliły się spod świadomej kontroli (por. Nęcka, Orzechowski, Szymura, 2006).

Wyróżnia się wiele cech procesów automatycznych (por. Shiffrin, Schneider, 1977; Nęcka, Orzechowski, Szymura, 2006). Przeciwności tych cech w dużym stopniu stanowią charakterystykę procesów kontrolowanych. Oto najczęściej wymieniane własności procesów automatycznych: po pierwsze, **nieintencjonalność**, mimowolny charakter – procesy automatyczne nie wynikają z intencji podmiotu, pojawiają się w odpowiedzi na pewne bodźce mimo albo wbrew woli podmiotu. Ta cecha dotyczy procesów pierwotnie automatycznych; procesy wtórnie automatyczne (czyli zautomatyzowane) nie muszą być pozbawione intencjonalności. Po drugie, **autonomiczny charakter** – przebieg procesów automatycznych nie wymaga świadomego monitorowania, sterowania i kontroli; wręcz przeciwnie – w przypadku wyuczonych umiejętności motorycznych zwracanie świadomej uwagi na poszczególne elementy zachowań zwykle zakłóca jakość wykonania. Po trzecie: **bezwysiłkowość** – procesy te nie angażują zasobów poznawczych, nie wymagają wysiłku poznawczego. Po czwarte: **równoległość przetwarzania informacji** – procesy automatyczne mogą występować równocześnie z procesami kontrolowanymi. Po piąte: **ograniczona świadomość lub jej brak** – aktywizacja, przebieg tych procesów nie wymagają świadomości podmiotu (przy przetwarzaniu automatycznym podmiot nie tylko nie zwraca uwagi na przebieg procesów, lecz także może nie zdawać sobie sprawy z ich występowania). Po szóste: **utrudniona modyfikacja zachowań automatycznych** (przeciwność plastyczności zachowań kontrolowanych) oraz **balistyczność** – procesy automatyczne trudno powstrzymać, gdy zostaną uruchomione.

2.2. Bezrefleksyjność

Druga podstawowa kategoria, która jest przedmiotem naszego zainteresowania w kontekście wpływu społecznego, to bezrefleksyjność. W ujęciu Langer (1997) refleksyjność vs. bezrefleksyjność to podstawowe przejawy ludzkiej egzystencji w odniesieniu do stanów umysłu jako całości. Refleksyjność jest stanem umysłu, w którym jednostka aktywnie dokonuje rozróżnień oraz tworzy kategorie, otwiera się na nowe informacje, zdaje sobie sprawę z wielości perspektyw, **różnych** sposobów rozumienia, staje się wrażliwa na kontekst, uwzględnia **wielorakie** aspekty zjawiska. Taki stan umożliwia szybkie reagowanie w przemyślany, zróżnicowany sposób, odpowiednio do sytuacji. Znamiona refleksyjności to zatem wychodzenie poza zastane struktury znaczeniowe i kategorie, tworzenie nowych rozróżnień, uwzględnianie kontekstu (lub jego zmiana), elastyczność, otwartość na nowe informacje, zmiana perspektyw patrzenia na daną sytuację. Kryterium refleksyjności nie jest intensywność myślenia na jakiś temat, ale na przykład nowe spojrzenie na znane rzeczy i dokonanie nowych rozróżnień. Natrętnych myśli, ru-

minacji, myśli stereotypowych nie potraktujemy więc jako przejawu refleksyjności, a przeciwnie – jako bezrefleksyjne uwięzienie myśli w pułapce pojedynczego kontekstu czy jednego znaczenia przetwarzanych informacji. Z kolei bezrefleksyjność to trzymanie się jednego kontekstu, zastanych kategorii i rozróżnień, poruszanie się tylko na jednym poziomie analizy danego zjawiska, patrzenie tylko z jednego (najczęściej własnego) punktu widzenia, trzymanie się zastanych czy utrwalonych znaczeń i interpretacji – niezależnie od zmiany kontekstu i tego, że przyjęte znaczenie ogranicza możliwości i obniża efektywność działania i poziom wykonania.

Jakie zjawiska możemy wiązać z bezrefleksyjnością? Wspólną cechą wielu zjawisk opisywanych na gruncie psychologii społecznej jest tak zwane minimalne przetwarzanie danych; redukcja swojej aktywności poznawczej, poprzestawanie na minimum wskazówek przy podejmowaniu decyzji czy kierowaniu swoim zachowaniem. Bezrefleksyjność jest jednak czymś więcej niż tylko minimalnym przetwarzaniem danych i stanowi bardziej całościową charakterystykę sposobu funkcjonowania umysłu – poszczególnych sposobów reagowania nie należy utożsamiać z refleksyjnością czy bezrefleksyjnością, ale traktować jako ich symptomy. Langer nie utożsamia bezrefleksyjności wyłącznie ze zjawiskami związanymi z powtarzalnością działań i rutyną. Pokazuje, że bezrefleksyjność jest wywoływana nie tylko przez powtarzające się doświadczenie, ale może się ujawniać już przy jednorazowej ekspozycji informacji, co prowadzi do tak zwanego przedwczesnego związania poznawczego (trzymanie się tylko jednego znaczenia otrzymanej informacji, bez dostrzegania innych potencjalnych znaczeń czy innych sposobów jej użycia).

2.3. Relacja między bezrefleksyjnością a automatyzmem

Dla naszych celów ważną kwestią jest określenie relacji między wymiarem: refleksyjność vs. bezrefleksyjność a wymiarem: kontrolowane vs. automatyczne przetwarzanie informacji. Wiąże się to z postawionym w tym opracowaniu celem ujęcia zjawisk wpływu społecznego w kategoriach automatyzmów i bezrefleksyjności. W literaturze z zakresu wpływu społecznego przyjęło się automatyzm reagowania utożsamiać z bezrefleksyjnością i traktować go jako przeciwieństwo refleksyjności. Poniżej przedstawiam za Langer odmienne rozumienie tych kategorii, które wydaje się bardzo przydatne do interpretacji różnych zjawisk z zakresu wpływu społecznego.

Langer wyróżnia następujące różnice między koncepcją przetwarzania automatycznego vs. kontrolowanego a bezrefleksyjnością vs. refleksyjnością. Po pierwsze, różnica dotyczy poziomu analizy; badania nad automatyzmami dotyczą poziomu molekularnego, a refleksyjność odnosi się do całościowego zachowania (np. zdrowotnego). Po drugie, przetwarzanie kontrolowane lub automatyczne przebiega w pojedynczym kontekście; opisywane kategorie dotyczą tego, jak postępujemy z informacją, którą już skategoryzowaliśmy czy też zinterpretowaliśmy w określonym kontekście. Refleksyjność vs. bezrefleksyjność wiąże się z wyborem kontekstów, ze sposobem, w jaki ustalamy znaczenie przetwarzanych informacji. Po trzecie,

przetwarzanie kontrolowane różni się od automatycznego między innymi tym, że wymaga wysiłku. Kryterium wysiłku nie jest elementem różniącym refleksyjność od bezrefleksyjności. Po czwarte, przetwarzanie automatyczne bywa rezultatem powtarzania (nabywania wprawy), bezrefleksyjność może być skutkiem jednorazowej ekspozycji informacji (tzw. przedwczesne związanie poznawcze). Po piąte, refleksyjność nie wyklucza przetwarzania automatycznego i na odwrót – istnieje możliwość bezrefleksyjnego przetwarzania kontrolowanego.

Bezrefleksyjne przetwarzanie kontrolowane to na przykład wkuwanie na pamięć materiału do egzaminu; czynność wkuwania nie przebiega automatycznie; angażuje zasoby poznawcze, wymaga wysiłku i uwagi, ale jest w pewnym sensie zachowaniem bezmyślnym (Langer, 1997). Jak bezrefleksyjność może iść w parze z kontrolowanym przetwarzaniem informacji, tak refleksyjność nie musi wykluczać zachowań automatycznych. Przy wykonywaniu zajęć wysoce wyuczonych i zautomatyzowanych możemy refleksyjnie wykorzystywać automatyzmy ruchowe. Na przykład zawodowy tenisista nie koncentruje się świadomie na sposobie trzymania rakiety i technikach uderzenia piłeczki, a jednocześnie refleksyjnie podchodzi do rozwijającej się gry, czego przejawem będzie elastyczność jego taktyki, dopasowywanej do zmieniającej się sytuacji na korcie i zachowania przeciwnika.

Wspólną cechą przetwarzania automatycznego i bezrefleksyjnego jest to, że mają one związek ze zjawiskiem nieświadomości. Automatyczne przetwarzanie informacji oznacza ograniczoną świadomość lub jej brak przy aktywizacji czy przebiegu pewnych procesów. Z kolei bezrefleksyjne przetwarzanie informacji oznacza, że inne konteksty, punkty widzenia, kategorie i możliwe rozróżnienia nie są brane pod uwagę i świadomie przetwarzane.

Celem poniższych analiz jest spojrzenie na wybrane techniki (bądź reguły wpływu społecznego) z punktu widzenia omówionych powyżej kategorii automatyzmu i bezrefleksyjności. Stawiam tezę, że wspólną cechą większości technik wpływu są bądź procesy automatyczne (wyzwalające wydarzenie zewnętrzne uruchamia proces, który trwa przy braku świadomej intencji i świadomego wglądu osoby, na którą wpływ jest wywierany), bądź bezrefleksyjność odbiorcy (nieintencjonalna nieelastyczność poznawcza i emocjonalna). W celach ilustracyjnych wybieram pewne techniki wpływu, które można przede wszystkim powiązać z automatyzmem, oraz te, których natura działania wiąże się raczej z bezrefleksyjnością. Niektóre techniki wpływu charakteryzuje zarówno automatyzm, jak i bezrefleksyjność – podział na automatyzm i bezrefleksyjność nie jest bowiem rozłączny, co więcej, te kategorie pojawiają się na innych poziomach analizy zjawisk.

3. Techniki wpływu a automatyzmy

3.1. Mimikra; efekt kameleona

Mimikra jest rozumiana jako nieświadome naśladowanie zachowań, ruchów, gestów, postawy ciała, ekspresji mimicznej innych ludzi. Potoczne obserwacje i badania naukowe dowodzą, że ludzie automatycznie (nieświadomie i nieintencjonalnie) naśladowują różnorodne aspekty zachowań partnerów interakcji: postawę ciała, gesty, manieryzmy (Chartrand, Bargh, 1999), wzorce językowe, akcentowanie, składnię, tempo i rytm mowy (por. Cappella, Panalp, 1981), ekspresję mimiczną, a nawet nastroje i emocje (por. Tanner i in., 2008).

Występowanie automatycznej mimikry, gdy jednostka bezwiednie naśladowuje zachowanie innej osoby, wykazano w wielu eksperymentach i uznano, że wyniki z bezpośredniego związku między percepcją a zachowaniem (z automatycznego powiązania między zachowaniem postrzeganym a wykonywanym), z istnienia wspólnej, percepcyjnej i behawioralnej reprezentacji umysłowej tego samego zachowania (por. Chartrand, Bargh, 1999). Jessica Lakin i Tanya Chartrand (2003), wykazując afiliacyjną funkcję mimikry, zwracają uwagę na różne aspekty wchodzących tu w grę procesów automatycznych – automatyczna aktywacja afiliacyjnego celu i automatyczne dążenie do jego osiągnięcia, a także nieświadome (automatyczne) wykorzystanie mimikry jako strategii osiągnięcia tego celu.

Z punktu widzenia technik wpływu społecznego istotne jest, czy można celowo wykorzystać mimikrę do wywierania wpływu na partnera interakcji; czy celowe i świadome wykorzystanie mimikry może być sposobem realizowania celów afiliacyjnych, a nawet skuteczną techniką społecznego wpływu. Tanya Chartrand i John Bargh (1999) wykazali (badanie 2) możliwość celowego wykorzystania mimikry jako techniki wpływu społecznego. Uczestnicy, którzy byli naśladowani przez współpracownika, wyrażali większą sympatię (lubienie) wobec niego i oceniali interakcję jako bardziej płynną niż badani, którzy nie byli naśladowani. Ten eksperyment wykazał więc, że celowa mimikra prowadzi do zwiększenia lubienia oraz lepszego kontaktu między uczestnikami interakcji.

Kolejne badania ujawniły rozmaite społeczne skutki mimikry. Mimikra wpływa na ocenę jakości interakcji z drugim; osoby naśladowane czują więcej sympatii do osoby naśladowującej, wzrasta poczucie dobrego kontaktu i porozumienia (*rapport*), poczucie bliskości i empatii (Chartrand, Bargh, 1999; van Baaren i in., 2003; van Baaren i in., 2004). Mimikra ma silny związek z tendencją do prospołecznych zachowań; osoby naśladowane są bardziej szczodre i pomocne (van Baaren i in., 2004). Wiele badań dotyczyło komercyjnego, czy też ekonomicznego aspektu wpływu mimikry. Van Baaren i inni (2003) wykazali, że werbalne naśladowanie klienta restauracji wpływa na wysokość otrzymywanych przez kelnerów napiwków. Tanner i inni (2008) w sposób systematyczny pokazywali rolę mimikry w obszarze konsumpcyjnych wyborów i preferencji. Uczestnicy, którzy byli fizycznie i werbalnie

naśladowani, wyrażali – w porównaniu z grupą kontrolną – istotnie bardziej pozytywne postawy i preferencje wobec produktów prezentowanych przez osobę naśladowującą (co zostało ujawnione przez miary behawioralne, afektywne i poznawcze).

Jaki jest mechanizm opisanego wpływu mimikry? Badacze bardzo często odwołują się do mechanizmów lubienia i afiliacji; mimikra sprawia, że nieświadomie odbieramy osobę dyskretnie imitującą nasze niewerbalne i werbalne zachowania jako podobną do nas, bliską, przeżywającą to samo (jak zauważają Bavelas i in., 1988, mimikra jest ważnym narzędziem komunikacji, służącym do przekazania naśladowanej osobie komunikatu: „Widzę, jak się czujesz”). I to zwiększa gotowość do spełniania prośb czy ulegania zabiegom perswazyjnym. Podkreśla się też, że mediatorem społecznych konsekwencji mimikry jest wzrost samookreślenia siebie w kategoriach współzależności z innymi i zorientowanie na innych (Ashton-James i in., 2007). Niezależnie od przyjętego wyjaśnienia panuje zgoda co do automatycznego i nieświadomego charakteru wpływu mimikry na społeczne postawy i zachowania. Podstawowy warunek wpływu mimikry jest taki, że nie powinna być świadomie odnotowana, to znaczy dopóki nie uświadamiamy sobie bycia naśladowanym przez partnerów interakcji, możemy się wobec nich zachowywać bardziej pozytywnie. Oznacza to także, że nie zdajemy sobie sprawy ze związku naszych reakcji (decyzji, zachowań, ocen) z zachowaniem partnera. Można wymienić dwie ścieżki automatycznego wpływu mimikry na uległe zachowanie jednostki. Po pierwsze, jednostka automatycznie, na przykład z powodu zaktywizowanego w niej celu afiliacyjnego, naśladuje zachowanie praktyka wpływu, co może polegać na dokonywaniu podobnych wyborów lub wyrażaniu podobnych ocen czy preferencji. Po drugie, praktyk wpływu celowo i dyskretnie naśladuje różne aspekty zachowań jednostki, by uruchomić automatyczną gotowość osoby naśladowanej do pozytywnego reagowania na jego zabiegi perswazyjne.

3.2. O zasadzie kontrastu oraz regule niedostępności jako przykładach automatyzmu w ocenianiu i postrzeganiu

Zasada kontrastu i reguła niedostępności rządzą naszym sposobem postrzegania i oceniania różnych zjawisk; wspólną ich cechą jest to, że pewne czynniki kontekstowe (np. sytuacja na rynku, obecność konkurencji, cena, cechy porównywanych obiektów itd.) automatycznie wpływają na nasze oceny, na szacowanie wartości, atrakcyjności, wielkości rzeczy, wiarygodności osób itp.

Wiele tricków wykorzystywanych do wywierania wpływu bazuje na zasadzie kontrastu, która rządzi naszym postrzeganiem świata i niewątpliwie ma charakter automatyczny. Zasada kontrastu pokazuje, jak na sposób postrzegania danej rzeczy i jej ocenę automatycznie wpływa obecność innej rzeczy i stanowi podstawę różnych zabiegów wywierania wpływu. Zasada kontrastu jest wykorzystywana w sprzedaży, by wpłynąć na postrzeganie przez klienta ceny danego produktu i zachęcić go do kupowania. Omawiana zasada podpowiada, że jeśli ktoś jest goto-

wy kupić drogą rzecz (np. elegancki garnitur) i inną, o wiele tańszą (np. sweter), to należy mu sprzedać najpierw drogi garnitur. Gdy bowiem przyjdzie potem do oglądania swetrów, ich cena wyda się niższa przez porównanie z cenami garniturów. Kiedy klient zdecydował się już na wydanie kilkudziesięciu tysięcy złotych na zakup nowego samochodu, łatwiej zaakceptuje oferowane mu różne dodatki, wydanie jeszcze kilkuset złotych wyda mu się bowiem – przez kontrast z ceną auta – drobiazgiem. Niewątpliwie oceny czy oszacowania wynikające z zasady kontrastu pojawiają się automatycznie, a nie jako wynik kontrolowanego procesu myślenia, oceniania, spostrzegania.

Podobnie jak w zasadzie kontrastu, także w regule niedostępności (która wiąże się z przypisywaniem większej wartości tym dobrom czy możliwościom, które są dla ludzi w szerokim znaczeniu niedostępne) można dostrzec automatyzm w sposobie postrzegania i oceny danych rzeczy. Zwykle bardziej wartościowe i godne pożądania wydaje się nam to, co jest drogie i w ograniczonej liczbie (w wersji skrajnej tzw. białe kruki), czego może wkrótce zabraknąć (jedyna i niepowtarzalna okazja), na co jest dużo chętnych i o co się wielu ubiega. Reguła ta dotyczy zarówno towarów, produktów, jak i informacji, a także oceny ludzi.

Dwie podstawowe przyczyny działania reguły niedostępności ujawniają jej automatyczny charakter. Pierwszą przyczyną jest nasze doświadczenie: na ogół zdarza się tak, że rzeczy trudne do uzyskania są cenniejsze od tych, które można mieć bez ograniczeń. Wysoka cena (co także oznacza mniejszą dostępność) jest zwykle wskaźnikiem wartości produktu, podobnie duże nim zainteresowanie (obecność konkurencji) i rzadkość występowania. Takie wskaźniki wartości wpływają na nas automatycznie. Po drugie – siła tej reguły wynika z ludzkiej tendencji do reagowania oporem na ograniczoną możliwość działania, ograniczoną swobodę wyboru i decyzji. W psychologii mówi o tym tak zwana teoria reaktancji, według której zakazane zachowanie staje się szczególnie atrakcyjne. Niedostępność czegoś to niejako odbieranie nam możliwości wyboru bądź działania (oraz tego, co się wiąże z tą możliwością) i stąd wzrost atrakcyjności odebranej nam możliwości oraz dążenie do usunięcia przeszkód w jej wykorzystaniu.

3.3. Automatyzm posłuszeństwa

Cialdini podkreślał, że wspólnym elementem wielu technik manipulacji społecznej jest obecność pewnych „wyzwalaczy” (słowo, zachowanie, sytuacja, układ czy konfiguracja bodźców), które automatycznie aktywizują gotowość do uległości. Niewątpliwie takim bodźcem-wyzwalaczem są sygnały czy symbole autorytetu.

Wykorzystanie zasady autorytetu w celach manipulacyjnych wynika stąd, że automatyczną gotowość do posłuszeństwa wywołują rozmaite symbole autorytetu, takie jak: tytuły, stanowiska, ubrania, samochody, na które ludzie reagują automatycznie gotowością do uległości. Do symboli autorytetu należą tytuły i stanowiska – prezes, dyrektor, profesor, oficer – wywołują automatycznie gotowość do pod-

porządkowania się. Wierzymy i ulegamy ludziom mającym na sobie mundur lub strój świadczący o pełnieniu jakiejś funkcji – policjantom, strażakom, lekarzom, a także ludziom, których ubranie świadczy o wysokiej pozycji społecznej. Wierzymy i częściej ulegamy też tym, którzy mają rzeczy potwierdzające ich status – drogie samochody, duży dom, eleganckie biuro, a nawet duże biurko. Inaczej odbierany jest właściciel nowego modelu bmw, a inaczej prowadzący kilkunastoletniego „malucha”. Systematyczne obserwacje wykazały, że zniecierpliwieni kierowcy rzadziej trąbią na marudzącego z ruszeniem właściciela luksusowego samochodu niż na właściciela przeciętnego, zwyczajnego auta. W biurach różne elementy są wykorzystywane do zademonstrowania władzy – jej oznaką bywa na przykład duże biurko – im większe, tym większe znaczenie właściciela (por. Leary, 1999).

Automatyzm w reagowaniu posłuszeństwem wobec autorytetu można powiązać z procesami pierwotnie automatycznymi poprzez odwołanie się do biologicznych źródeł posłuszeństwa. Wyjaśnienie posłuszeństwa w kategoriach biologicznych za-programowań pojawia się na gruncie etologii; według tego podejścia ludzie, podobnie jak wiele gatunków zwierząt społecznych, mają ewolucyjnie wykształconą tendencję do szeregowania się według rang oraz gotowość podporządkowywania się, opartą na lęku przed wysokimi rangami (strach przed władzą; por. Eibl-Eibesfeldt, 1987). Aby w społecznościach tworzył się porządek hierarchiczny, musi istnieć gotowość do podporządkowania się osobnikom wyższym rangą. Przejawia się to w pierwszeństwie dostępu osobników dominujących do takich zasobów, jak pożywienie, terytorium, samice. Analiza społecznego zachowania człowieka z punktu widzenia psychologii ewolucyjnej także zawiera problematykę hierarchii i dominacji. Na przykład Denise Cummins (por. Buss, 2001) przedstawia teorię dominacji tłumaczącą pewne ludzkie zdolności poznawcze i strategie przetwarzania informacji, które wykształciły się w wyniku dążenia do dominacji i zajmowania wysokich pozycji w hierarchii. Zgodnie z tą teorią u ludzi rozwinęły się pewne strategie poznawcze służące rozpoznawaniu i tworzeniu norm społecznych związanych z porządkiem hierarchicznym. Obejmują one rozumienie pozwoleń, zakazów oraz zobowiązań. Inna teza wspomnianej teorii zakłada, że te strategie pojawiają się wcześniej niż inne rodzaje myślenia. Odwołanie się do ewolucyjnej perspektywy pozwala zatem wyjaśnić źródła skłonności do automatycznego posłuszeństwa.

4. Techniki wpływu a bezrefleksyjność odbiorcy

4.1. Cialdini w pułapce konsekwencji, czyli jak nieautomatyczna bezrefleksyjność stała się źródłem jego uległości

Aby zilustrować, jak to się dzieje, że kategoria bezrefleksyjności bardziej niż kategoria automatyzmu charakteryzuje pewien rodzaj wpływu społecznego (oparty prawdopodobnie na mechanizmie dążenia do konsekwencji), odwołam się do opisanego

przez Cialdiniego (1995, s. 104–106) przypadku wpływu, którego sam autor stał się ofiarą. Młoda, „oszałamiająca kobieta” przedstawia się jako ankieterka i pyta Cialdiniego o jego sposoby spędzania wolnego czasu. W celu wywarcia na niej jak najlepszego wrażenia, Cialdini – koloryzując – opowiada o swoich wyrafinowanych sposobach spędzania wolnego czasu: częste kolacje w wytwornych restauracjach, importowane wina, ambitne kino, notoryczny udział w koncertach muzyki symfonicznej. I wtedy okazuje się, że rzekoma ankieterka oferuje mu wykupienie karty członkowskiej do Clubamerica, dzięki której „ankietowany” otrzyma prawo do zniżkowych biletów na wszystkie wymienione przez niego imprezy, co pozwoli mu zaoszczędzić 1200 dolarów rocznie. Dialog Cialdiniego z „młodą oszałamiającą ankieterką” ilustruje takie zadziałanie reguły zaangażowanie–konsekwencja, w którym pojawia się pewnego rodzaju bezrefleksyjność odbiorcy wpływu (czyli Cialdiniego); a nie bezwysiłkowy i nieświadomy automatyzm reagowania. Cialdini odnotował sygnały ostrzegawcze na tego rodzaju wpływ. „Pochodzą one z naszego żołądka kurczącego się rozpaczliwie, kiedy zaczyna do nas docierać świadomość faktu, że oto właśnie znaleźliśmy się w pułapce konieczności wyrażenia zgody na propozycję, o której doskonale wiemy, że wcale nam nie odpowiada” (Cialdini, 1995, s. 104).

Jego komentarz do tego zdarzenia pokazuje rolę, jaką wtedy odegrała bezrefleksyjność – czyli patrzenie na sytuację z jednej perspektywy; z perspektywy wartości i znaczenia bycia konsekwentnym, bez brania pod uwagę innych punktów widzenia (mamy tu zatem sytuację bycia rządzonym przez kontekst, a nie decydowania o kontekście, w jakim zostanie ujęte to zdarzenie).

Nie widziałem żadnego wyjścia z pułapki, w którą sam się zapędziłem swoimi przechwałkami. Odmówienie jej propozycji oznaczać mogło tylko jedną z dwóch równie paskudnych możliwości. Albo wyszedłbym na kłamcę, przyznając, że wcale nie jestem takim znowu światowcem, za jakiego pragnąłem w jej oczach uchodzić, albo wyszedłbym na głupca twierdząc, że wcale nie chcę zaoszczędzić 1200 dolarów. Choć więc miałem jasność, że zostałem wrobiony, wykupiłem oferowaną przez ankieterkę kartę członkowską Clubamerica (Cialdini, 1995, s. 105).

Możemy się zgodzić, że powyższa uległość na zastosowany trik nie miała automatycznego charakteru – towarzyszy jej wysiłek i trudność podjęcia decyzji, świadome rozpatrywanie dwóch alternatywnych reakcji, przewidywanie konsekwencji wyboru jednej z nich oraz świadomość, że „zostałem wrobiony” (tymczasem automatyczna uległość oznacza między innymi niezdawanie sobie sprawy z manipulacyjnych zabiegów praktyka wpływu). Stan, w którym znalazł się Cialdini, można natomiast określić jako bezrefleksyjność, której przejawem było postrzeganie sytuacji wyłącznie z punktu widzenia wartości bycia konsekwentnym oraz przesądzenie, że odmowa oznacza tylko dwie możliwości: okazanie się głupcem lub kłamcą. Hipotetyczny dialog z ankieterką – który Cialdini przytacza jako możliwą wersję rozmowy (gdyby do niej doszło obecnie) – ilustruje sposób obrony przed tego rodzaju wpływem. Ta obrona byłaby możliwa dzięki refleksyjności – ujrzeniu

innych aspektów tego, co się dzieje, umieszczeniu zachowania ankieterki i własnego w innym kontekście niż wartość konsekwencji. Cialdini, podsumowując tę historię, także podkreśla znaczenie przewyciężenia bezrefleksyjności (nie używając tego pojęcia) przy obronie przed manipulacją opartą na zasadzie konsekwencji:

„Już nie daję się tak usidlać, bo wykryłem sposób radzenia sobie z ludźmi, którzy chcą mnie zwabić w pułapkę konsekwencji. Po prostu mówię im wprost, co zamierzają ze mną uczynić (...). Kiedykolwiek czuję ten skurcz żołądka mówiący mi, że byłbym naiwniakiem, dając się wpędzić w niekorzystną propozycję tylko dlatego, by pozostać w zgodzie ze słowami, które ktoś podstępnie ze mnie wyciągnął, natychmiast przekazuję tę wiadomość osobie zgłaszającej propozycję. Nie próbuję zaprzeczyć, że konsekwencja jest ważna – wskazuję jedynie na absurdalność głupiej konsekwencji (Cialdini, 1995, s. 105).

4.2. Automatyzm i bezrefleksyjność w sekwencyjnych technikach wpływu społecznego

Wydaje się, że wiele technik wpływu społecznego uruchamia procesy umysłowe, które można charakteryzować zarówno w kategoriach automatyzmów, jak i stanów bezrefleksyjności. Jako przykład niech posłużą dwie sekwencyjne techniki wpływu: „stopa w drzwiach” i „drzwi zatrzaśnięte przed nosem”.

Technika wywierania wpływu zwana techniką „stopa w drzwiach” polega na rozpoczynaniu od małej prośby, by następnie przejść do właściwej (większej) – fakt spełnienia pierwszej, łatwej prośby zwiększa prawdopodobieństwo spełnienia przez osobę drugiej, kosztownej, poważnej czy trudniejszej prośby, szczególnie gdy obie dotyczą tej samej sprawy i mają podobny charakter (por. Doliński, 2005).

Technika „stopa w drzwiach” w wersji, w której nie stosowano przerwy między pierwszą a drugą prośbą bywa interpretowana w kategoriach zautomatyzowanej tendencji do kontynuowania działania. W warunkach przerwy między pierwszą a drugą prośbą interpretacja wskazująca na możliwą bezrefleksyjność odbiorcy wydaje się natomiast bardziej adekwatna. Wielu badaczy psychologiczny mechanizm tej techniki wiąże z autopercepcją (por. Doliński, 2000) wzmocnioną dążeniem do konsekwencji i spójności (Cialdini, 1995). Mechanizm autopercepcji polegałby na tym, że osoba po spełnieniu pierwszej prośby zaczyna spostrzegać siebie jako bardziej zaangażowaną w sprawę czy dziedzinę, której ta prośba dotyczyła i o bardziej pozytywnej wobec niej postawie. Dzieje się tak, gdy osoba nie dostrzega zewnętrznego powodu swojego zachowania; dochodzi wtedy do wniosku, że przyczyna tkwi w niej samej; z własnego zachowania wnioskuje o swoich preferencjach, postawach czy przekonaniach. Autopercepcyjna interpretacja techniki „stopa w drzwiach” oraz fakt występowania przerwy między pierwszą a drugą prośbą nie pozwalają ujmować tego rodzaju wpływu społecznego w kategoriach automatyzmów. Możemy jednak omawianą technikę wpływu charakteryzować w kategoriach bezrefleksyjności – związanej z procesem wnioskowania o sobie na podstawie przejawionego zachowania oraz wpływem takiego wnioskowania na spełnianie kolejnej prośby.

Według hipotezy Dolińskiego (2000) myślenie o sobie w kontekście spełniania prośb pojawia się nie bezpośrednio po pierwszej prośbie, ale w momencie pojawienia się drugiej, dlatego nie odmawiamy automatycznie jej spełnienia. Ponieważ refleksyjność Doliński ujmuje w opozycji do automatyczności, pisze, że w omawianej technice następuje przesunięcie z funkcjonowania automatycznego (chodzi o odmawianie) na funkcjonowanie refleksyjne (Doliński, 2000, s. 41). Ponieważ przyjmuję za Langer inną propozycję terminologiczną, w której przeciwieństwem automatyzmu nie jest refleksyjność, lecz kontrola, a bezrefleksyjność nie jest synonimem automatyczności (por. wyżej), to omawianą technikę można charakteryzować w kategoriach bezrefleksyjności właśnie. Warunkiem możliwości „zadziałania” tej techniki wpływu jest przyjęte bezrefleksyjnie (czyli nieelastycznie, z pominięciem innej przyczyny) wyjaśnienie sobie zachowania w kategoriach dyspozycyjnych i bezrefleksyjne dążenie do konsekwencji z taką autoprezentacją, przy niezdaniu sobie sprawy, że podlega się manipulacji. Zatem w zależności od tego, który mechanizm działania techniki „stopa w drzwiach” wystąpił, można mówić bądź o automatyzmie reakcji, bądź o stanie bezrefleksyjności. Skuteczność techniki „stopa w drzwiach” w wersji braku przerwy między spełnieniem przez osobę badaną pierwszej prośby a sformułowaniem wobec niej prośby kolejnej jest oparta na automatyzmie (zaumatyzowanej tendencji do kontynuowania rozpoczętego działania). Z kolei skuteczność techniki „stopa w drzwiach” wyjaśnianej teorią autopercepcji (wersja ze stosowaniem umiarkowanej przerwy między prośbami) wiązałyby się z występowaniem bezrefleksyjności ofiary wpływu.

Działanie innej sekwencyjnej techniki wpływu, zwanej „drzwi zatrzaśnięte przed nosem”¹, także jest wyjaśniane kilkoma mechanizmami, które można powiązać albo z automatyzmem reagowania, albo z bezrefleksyjnością. Trick manipulacyjny zwany „drzwi zatrzaśnięte przed nosem” polega na tym, że aby skłonić kogoś do spełnienia niełatwej prośby, korzystnie jest zacząć od prośby bardzo trudnej. Osoba odrzucająca tę prośbę staje się bardziej gotowa do spełnienia prośby właściwej, łatwiejszej niż prośba odrzucona. Pojawiło się kilka interpretacji jej psychologicznych mechanizmów (por. Doliński, 2000). Cialdini podkreśla, że działanie tej techniki jest oparte na normie wzajemnych ustępstw – mniejsza prośba jest odbierana jako ustępstwo na rzecz osoby proszonej, która także powinna odpowiedzieć ustępstwem, czyli spełnieniem mniejszej prośby. Inne tłumaczenie przyczyn skuteczności omawianej techniki odwołuje się do aspektu autoprezentacyjnego – pierwsza odmowa może rodzić troskę o wizerunek przekazywany partnerowi interakcji i obawę, że wywarło się złe wrażenie, a to prowadzi do większej gotowości do uległości wobec kolejnej, mniejszej prośby. Jeszcze inne wyjaśnienie zwraca uwagę na możliwe poczucie winy odmawiającego – niespełnienie trudnej, ale społecznie pożądanej prośby, rodzi takie uczucie, a sposobem jego redukcji jest akceptacja prośby łatwiejszej do spełnienia. Również zasada kontrastu może wyjaśnić skutecz-

¹ Nazwa techniki odnosi się metaforycznie do początkowej odmowy.

ność niektórych zabiegów opartych na procedurze poprzedzania właściwej propozycji propozycją krańcowo wyolbrzymioną. Wydaje się, że wymienione interpretacje nie wykluczają się, a przeciwnie – mogą wzajemnie wzmacniać efektywność techniki „drzwi zatrzaśnięte przed nosem”.

Ponieważ różne mechanizmy wyjaśniające efekt „drzwi zatrzaśniętych przed nosem” mają tu zastosowanie, to do omawianej techniki można, wydaje się, odnieść zarówno automatyzm reagowania, jak i stan bezrefleksyjności odbiorcy wpływu. Efekt kontrastu implikuje automatyczne przetwarzanie informacji, a ustępstwo jednej strony interakcji może automatycznie uruchomić ustępstwo partnera. Hipoteza autoprezentacji i redukcji poczucia winy w większym stopniu ujawnia natomiast bezrefleksyjność stanu osoby, która poddaje się tego rodzaju wpływowi. Można przyjąć hipotezę, że refleksyjny stan umysłu stanowi główne źródło możliwości obrony przed pułapką tricku „drzwi zatrzaśnięte przed nosem”. Ta refleksyjność przejawiałaby się, na przykład, zakwestionowaniem prawomocności normy wzajemnych ustępstw, uznaniem własnego prawa (asertywnie rozumianego) do wyrażenia odmowy bez poczucia winy oraz uznaniem, że odmowa niekoniecznie musi zagrażać pozytywnej autoprezentacji, wręcz przeciwnie.

Podsumowanie

Niniejszy tekst opiera się na założeniu, że mechanizmy odpowiedzialne za uległość warto odnosić do procesów przetwarzania informacji (por. Śpiewak, Doliński, 2009). Zaproponowane przez Langer odróżnienie wymiaru: automatyzm vs. kontrola od kategorii: bezrefleksyjność vs. refleksyjność pozwala precyzyjniej charakteryzować procesy umysłowe uruchamiane w sytuacji zastosowania technik wpływu społecznego.

Szczególnie przydatne w analizie mechanizmów wpływu wydaje się przyjęcie za Langer jej rozumienia kategorii refleksyjności vs. bezrefleksyjności, w którym refleksyjność nie jest utożsamiana z każdym procesem myślenia (inaczej mówiąc – nie każda refleksja nad daną sytuacją jest wyrazem refleksyjności podmiotu). Jeśli każdą aktywność poznawczą – zastanawianie się, rozważanie – będziemy bowiem wiązać z refleksyjnością (ponieważ nie jest to aktywność automatyczna), to okaże się paradoksalnie, że refleksyjność jest warunkiem możliwości bycia manipulowanym. Jeśli każdy wysiłek myślenia, także ten, który jest warunkiem bycia manipulowanym, nazwiemy aktywnością refleksyjną, to okaże się, że refleksyjność jest zarówno warunkiem ulegania danej technice wpływu, jak i obrony przed tą uległością (tak byłoby na przykład w sytuacji działania zasady konsekwencji). Z drugiej strony, można z pełnym przekonaniem utrzymywać, że warunkiem obrony przed wieloma trickami manipulacyjnymi jest refleksyjność odbiorcy wpływu. Proponowane przez Cialdiniego sposoby obrony przed manipulacją bazują na refleksyjnym podejściu (w rozumieniu Langer). Różna jakość myślenia sprawia, że

ulegamy niektórym technikom lub przeciwnie – możemy się przed nimi obronić, a zaproponowane przez Langer kryteria refleksyjności i bezrefleksyjności opisują, na czym owa różnica myślenia polega.

Literatura cytowana

- Ashton-James, C.E., van Baaren, R., Chartrand, T.L., Decety, J., Karremans, J.C. (2007). Mimicry and Me: the Impact of Mimicry on Self-construal. *Social Cognition*, 25, 518–535.
- van Baaren, R.B., Maddux, W.W., Chartrand, T.L., De Bouter, C., van Knippenberg, A. (2003). It Takes Two To Mimic: Behavioral Consequences of Self-construals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 1093–1102.
- van Baaren, R.B., Janssen, L., Chartrand, T. L., Dijksterhuis, A. (2009). Where is the Love? The Social Aspects of Mimicry, *Philosophical Transactions of the Royal Society*, 364, 2381–2389.
- van Baaren, R.B., Holland, R.W., Kawakami, K., van Knippenberg, A. (2004). Mimicry and Pro-social Behavior. *Psychological Science*, 15, 71–74.
- van Baaren, R.B., Holland, R.W., Steenaert, B., Knippenberg, A. (2003). Mimicry for Money: Behavioral Consequences of Imitation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39, 393–398.
- Bavelas, J.B., Black, A., Chovil, N., Lemery, Ch.L., Mullett, J. (1988). Form and Function in Motor Mimicry: Topographic Evidence that the Primary Function Is Communication. *Human Communication Research*, 14, 275–299.
- Buss, D.M. (2001). *Psychologia ewolucyjna* (przeł. M. Orski). Gdańsk: GWP.
- Cappella, J.N., Panalp, S. (1981), Talk and Silence Sequences in Informal Conversations: III. Interspeaker Influence. *Human Communication Research*, 7, 117–132.
- Chartrand, T.L., Bargh, J.A. (1999). The Chameleon Effect: the Perception-behavior Link and Social Interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 893–910.
- Cialdini, R. (1995). *Wywieranie wpływu na ludzi* (przeł. B. Wojciszke). Gdańsk: GWP.
- Doliński, D. (2000). *Psychologia wpływu społecznego*. Wrocław: Ossolineum.
- Doliński, D. (2001). Automatyzmy a skuteczność technik wpływu społecznego. W: R. Ohme, M. Jarymowicz, J. Reykowski (red.). *Automatyzmy w procesach przetwarzania informacji* (s. 167–181). Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Doliński, D. (2005). *Techniki wpływu społecznego*. Warszawa: Scholar.
- Eibl-Eibesfeldt, I. (1987). *Miłość i nienawiść. Historia naturalna elementarnych sposobów zachowania się* (przeł. Z. Stromenger). Warszawa: PWN.
- Lakin, J., Chartrand, T.L. (2003). Using Nonconscious Behavioral Mimicry to Create Affiliation and Rapport. *Psychological Science*, 14, 334–339.
- Langer, E. (1993). Problemy uświadamiania. Konsekwencje refleksyjności i bezrefleksyjności. W: T. Maruszewski (red.). *Poznanie. Afekt. Zachowanie* (s. 137–179). Warszawa: PWN.
- Langer, E. (1997). *Power of Mindful Learning*. Cambridge Massachusetts: Perseus Books.
- Leary, M. (1999). *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji* (przeł. A. Kacmajor, M. Kacmajor). Gdańsk: GWP.

- Nęcka, E., Orzechowski, J., I Szymura, B. (2006). *Psychologia poznawcza*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Nisbett, R.E., Wilson, T. (1977). Telling More than we Know: Verbal Reports on Mental Processes. *Psychological Review*, 84, 231–259.
- Shiffrin, R., Schneider, W. (1977). Controlled and Automatic Information Processing. Perceptual Learning, Automatic Attending and General Theory. *Psychological Review*, 84, 127–190.
- Śpiewak, S. (2005). Poznawcze uwarunkowania wpływu społecznego. W: M. Kossowska, M. Śmieja, S. Śpiewak (red.). *Społeczne ścieżki poznania* (s. 141–156). Gdańsk: GWP.
- Śpiewak, S., Doliński, D. (2009). Wpływ społeczny a procesy przetwarzania informacji: nowe perspektywy. W: M. Kossowska, M. Kofta (red.). *Psychologia poznania społecznego* (s. 263–278). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Tanner, R.J., Ferraro, R., Chartrand, T.L., Bettman, J.R. I van Baaren, R. (2008). Of Chameleons and Consumption: The Impact of Mimicry on Choice and Preferences. *Journal of Consumer Research*, 34, 754–766.