

## Artykuły

# Współczesne trendy w badaniach nad wpływem społecznym: perspektywa empiryczna

Sławomir Śpiewak<sup>1</sup>, Tomasz Grzyb<sup>2</sup>, Dariusz Doliński<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Instytut Psychologii Stosowanej, Uniwersytet Jagielloński

<sup>2</sup> II Wydział Psychologii, SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Wydział Zamiejscowy we Wrocławiu

Powszechność form i sposobów wywierania wpływu społecznego sprawia, że każdy z nas wielokrotnie w ciągu dnia ulega wpływowi innych ludzi oraz sam – bardziej lub mniej skutecznie – usiłuje go wywierać. Nic dziwnego zatem, że problematyka wpływu społecznego obecna była w empirycznej psychologii społecznej od początku wyłonienia się jej jako autonomicznej dziedziny badań naukowych. Przeprowadzone przez nas porównanie wskazuje, że przez wiele dziesięcioleci perspektywa badań nad wpływem społecznym przestała stanowić główny obszar zainteresowania psychologów społecznych. Od lat siedemdziesiątych XX wieku trend ten wyraźnie zaczął się odwracać, by na przestrzeni ostatnich sześciu lat osiągnąć historycznie najwyższy wskaźnik. Prezentowane w numerze artykuły nawiązują do rosnącego zainteresowania badaniami z obszaru wpływu społecznego. Przedstawiamy kilka wybranych prac polskich psychologów społecznych, którzy prowadzą badania w tym obszarze. W większości są to próby łączenia zainteresowań z obszaru klasycznych badań nad uległością z innymi dziedzinami psychologii, takimi jak: psychologii ja, różnice indywidualne, język, naśladownictwo, ucieleśnione poznanie społeczne. W numerze nie zabraknie również refleksji na temat możliwości uprawiania badań z obszaru wpływu społecznego w przypadku konieczności realizacji niektórych postulatów etycznych.

Słowa kluczowe: *wpływ społeczny, techniki wpływu społecznego, uległość, różnice indywidualne, ja, negacje, naśladownictwo, ucieleśnione poznanie społeczne, etyka*

Trudno wyobrazić sobie dzień przeciętnego człowieka, w którym ani razu nie zwraca się do innej osoby z jakąś prośbą, sugestią, aluzją, groźbą, czy rozkazem. Człowiek ów chce (czasem musi) wywrzeć wpływ na innych, chce, by inni zrobili coś, na czym jemu zależy. Nie musi zresztą

czynić tego przy pomocy słów. Niekiedy równie dobrze może osiągnąć swój cel przy pomocy mimiki, pantomimiki, płaczu, spojrzenia, dotyku, czy... (wymownego) milczenia. Szef chce skłonić podwładnego do pracy w sobotę, rodzic – ucznia do odrobienia lekcji, sprzedawca samochodów – klienta do kupna nowego modelu auta, chłopak – dziewczynę do randki, mąż – żonę do pójścia na mecz koszykówki lub hokeja. Wpływ społeczny może się dokonywać także w sposób całkowicie nieintencjonalny. Od dawna przecież wiadomo, że sama fizyczna obecność innych ludzi wpływa na zachowanie jednostki, modyfikując sprawność wykonywania przez nią różnych zadań. Wpływ społeczny może też być kompletnie niezgodny z intencjami osoby, która go wywiera. Łatwo sobie na przykład wyobrazić, że ktoś chce wesprzeć emocjonalnie innego człowieka i w ten

---

Sławomir Śpiewak, Instytut Psychologii Stosowanej, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Jagielloński, ul. Prof. St. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków;  
e-mail: slawomir.spiewak@uj.edu.pl

Tomasz Grzyb, II Wydział Psychologii, Uniwersytet SWPS, Wydział Zamiejscowy we Wrocławiu, ul. Ostrowskiego 30B, 53-238 Wrocław,  
e-mail: tgrzyb@swps.edu.pl

Dariusz Doliński, II Wydział Psychologii, Uniwersytet SWPS, Wydział Zamiejscowy we Wrocławiu, ul. Ostrowskiego 30B, 53-238 Wrocław,  
e-mail: ddolinsk@swps.edu.pl

sposób pomóc mu w osiągnięciu celu, a w rzeczywistości potężnie go deprymuje i w osiągnięciu celu przeszkadza.

Wywieranie wpływu społecznego dotyczy nie tylko homo sapiens, ale wszystkich wyżej zorganizowanych organizmów żywych. Ludzie w toku rozwoju cywilizacyjnego wypracowali jednak najbardziej wyrafinowane i różnorodne metody wywierania wpływu na innych. Nic dziwnego, że różne zagadnienia związane z tym obszarem rzeczywistości interesowały psychologię społeczną od samego początku. Klasyczne eksperymenty Nicolasa Triplett (1898) czy Maxa Ringelmana (1913) to przecież fundamenty, na których zbudowana jest naukowa wiedza psychologiczna. Późniejsze badania Solomona Ascha (1951) i Stanleya Milgrama (1963) także, bez najmniejszych wątpliwości, należą do tych eksperymentów, które na gruncie psychologii społecznej uznawane są zarówno za niezwykle ważne, jak i bardzo fascynujące, przynoszące wyniki dalece nieoczywiste.

To już jednak dość odległa, jak na standardy psychologii, historia. Jak jest dziś? Czy dziś psychologowie społeczni zajmują się tym obszarem wiedzy tak często, jak pionierzy naszej dyscypliny? Czy psychologia wpływu społecznego zepchnięta jest dziś na margines naukowej psychologii społecznej? Na takie pytania trudno precyzyjnie odpowiedzieć

przede wszystkim ze względu na brak odpowiednich i jednoznacznych kryteriów. Spróbujmy jednak spojrzeć na to od strony naukometrycznej. W bazie PsycARTICLES możemy sprawdzać, ile artykułów dotyczących wpływu społecznego (*social influence*) ukazało się na świecie w poszczególnych dekadach XIX i XX wieku. Rzut oka na poniższą tabelę wskazuje jednoznacznie, że mamy do czynienia z wyraźnie rosnącym trendem. Trzeba także wziąć pod uwagę, że lawinowo rośnie też liczba artykułów poświęconych całej psychologii społecznej. Aby zatem sprawdzić, jak zmienia się w poszczególnych dekadach zainteresowanie psychologów społecznymi problematyką wywierania wpływu, najsensowniej posłużyć się wskaźnikiem procentowym, obrazującym stosunek liczby artykułów dotyczących wpływu społecznego do wszystkich artykułów z obszaru psychologii społecznej.

W czasie, gdy psychologia społeczna dopiero kształtowała się jako dyscyplina naukowa (a więc na początku XIX wieku), zagadnienia wpływu społecznego należały do często podejmowanych. Nie może to dziwić. Norman Triplett swoje pionierskie na gruncie psychologii społecznej eksperymenty opisał wszak w roku 1898, a piętnaście lat później ukazały się drukiem odkrycia Maxa Ringelmana<sup>1</sup>. Oba te wielkie wydarzenia naukowe musiały wywrzeć

Tabela 1  
Dane dotyczące liczby artykułów indeksowanych w bazie PsycARTICLES

Lata	Liczba artykułów dotyczących wpływu społecznego	Liczba artykułów dotyczących psychologii społecznej	Odsetek artykułów nt. wpływu wśród artykułów z psychologii społecznej
1900–1909	30	205	14,63
1910–1919	80	724	11,05
1920–1929	77	1316	5,85
1930–1939	111	1 444	7,69
1940–1949	123	1 914	6,42
1950–1959	200	2 874	6,96
1960–1969	392	4 440	8,82
1970–1979	674	6 588	10,23
1980–1989	770	7 063	10,90
1990–1999	838	7 845	10,68
2000–2009	1275	9 827	12,97
2010–2016	1602	10 585	15,13

W przypadku ostatniego wiersza dane dotyczą stanu na koniec półroczna (30 czerwca) 2016 roku.

Źródło: opracowanie własne.

<sup>1</sup> Z historycznej perspektywy to Maxa Ringelmana powinniśmy uznać za ojca empirycznej psychologii społecznej. Ringelmann był profesorem inżynierii rolnej we Francuskim Narodowym Instytucie Argonomii (por. Kravitz, Martin, 1986). W latach 1882–1887 przeprowadził swoje badania, które dotyczyły efektywności pracy fizycznej – wykonywanej indywidualnie lub grupowo – polegającej na pchaniu

wpływ na psychologów, ukierunkowując ich zainteresowania i badania. To zaś zaowocowało publikacjami. W pierwszych dwudziestu latach ubiegłego wieku artykuły dotyczące wpływu społecznego stanowią kilkanaście procent wszystkich naukowych tekstów z zakresu psychologii społecznej.

Potem mamy jednak do czynienia z wyraźnym i nagłym regresem. W latach 1920–1929 wskaźnik ten spada do poziomu 5,85% i przez kolejne dziesięciolecia utrzymuje się na niewiele tylko wyższym poziomie. Potem, od lat siedemdziesiątych do końca wieku, mamy wyraźne ożywienie zainteresowania psychologów tematyką wpływu (interesujący nas wskaźnik osiąga poziom nieco ponad 10%), by na początku wieku XXI odnotować jeszcze większe niż zainteresowanie. Powiedzieć można, że obecnie jest ono... na poziomie bardzo podobnym do tego, jakie obserwowaliśmy w czasach, gdy kształtowała się psychologia społeczna! Historia zatoczyła więc koło.

Specjalne wydanie *Psychologii Społecznej* poświęcone zagadnieniom wywierania wpływu społecznego także jest dowodem na rosnące zainteresowanie badaczy tym obszarem wiedzy. Prezentuje ono bardzo różnorodne badania empiryczne i rozważania teoretyczne polskich psychologów społecznych, którzy od lat interesują się procesami wywierania wpływu na ludzi.

Dwa pierwsze artykuły dotyczą „stopy w drzwiach” – najbardziej chyba popularnej techniki wpływu społecznego, opisanej w literaturze przedmiotu pół wieku temu. Freedman i Fraser (1966) przedstawili w *Journal of Personality and Social Psychology* wyniki dwóch eksperymentów, pokazując, że szanse na spełnienie przez podmiot dość trudnej prośby wzrosną, jeśli wcześniej skłonimy go do spełnienia prośby wyraźnie łatwiejszej. Badacze sugerują, że dzieje się tak dlatego, że po spełnieniu wstępnej łatwej prośby podmiot rozważa powody, które go do tego skłoniły. Nie znajdując wyraźnych przyczyn zewnętrznych (nikt go nie zmuszał, nikt mu nie zapłacił) dochodzi do wniosku, że przyczyna tkwi w jego własnych postawach i przekonaniach (a więc np. jest altruistyczny czy jest skłonny angażować się w określone działania). Freedman i Fraser nie stworzyli formalnej koncepcji autoopercepcji (tę zasługę przypisuje się Darylowi Bemowi (1972), ale *de facto*, formułując takie wyjaśnienie wspomnianych zależności, byli jej prekursorami. Późniejsze badania nie zawsze jednak jednoznacznie wspierały taką właśnie interpretację mechanizmu leżącego u podłoża efektywności omawianej tu techniki.

lub ciągnięciu ciężkich ładunków przez pracowników fizycznych. Praca Ringelmana, dokumentująca efekty próżniactwa społecznego, opublikowana po francusku dopiero w 1913 roku, ukazała się zatem wiele lat po uznawanych za pionierskie studia Normana Tripletta (1898) nad efektem facylitacji społecznej.

Artykuł Małgorzaty Gamian-Wilk o znamienym tytule *Autopercepcja warunkiem efektywności techniki stopa w drzwiach* jest ważnym głosem w dyskusji na temat tego, czy po spełnieniu pierwszej prośby podmiot rzeczywiście zaczyna spostrzegać samego siebie w specyficzny sposób i czy właśnie to sprawia, że skłonny jest spełniać następnie prośbę wyraźnie trudniejszą. Autorka najpierw dokonuje przeglądu literatury przedmiotu, a następnie przedstawia interesujące badania własne.

O mechanizmach leżących u podłoża skuteczności techniki stopa w drzwiach traktuje też tekst Ady Maksim i Sławomira Śpiewaka *Związek pomiędzy preferencją spójności, wiekiem badanych a skutecznością techniki wpływu społecznego stopa w drzwiach*. Ich badania skoncentrowane są na kwestiach zmiennych indywidualnych, determinujących efektywność wspomnianej wyżej techniki. Pierwszą z nich jest poziom preferencji spójności, drugą – wiek osób badanych. Wiek i płeć są w psychologii społecznej traktowane przeważnie jako „zmienna darmowa”. Badani po prostu są kobietami albo mężczyznami i mają jakiś wiek metrykalny. Kontroluje się więc te zmienne, ale rzadko wysuwa się hipotezy (zwłaszcza silne i dobrze uzasadnione teoretycznie), co do ich znaczenia. Najczęściej bywa tak, że wstępne analizy wykazują, że czynniki te nie odgrywają żadnej roli. W badaniach Maksim i Śpiewaka odnotowano jednak wynik niebywały. Okazało się, że choć technika stopa w drzwiach okazała się skuteczna zarówno wśród ludzi młodych, jak i tych, którzy skończyli sześćdziesiąt lat, to w tej drugiej grupie jej efektywność była na poziomie, jakiego nie odnotowano jeszcze w literaturze przedmiotu. W warunkach eksperymentalnych badani niemal dziesięciokrotnie częściej niż w warunkach kontrolnych spełniali kierowaną do nich prośbę!

Przegląd wiedzy na temat mechanizmów dezinformacji autorstwa Malwiny Szpitalak i Romualda Polczyka niewątpliwie dotyka problemu, który w ostatnim czasie stał się jednym z bardziej wyrazistych przykładów manipulacji społecznej w skali masowej. Jeżeli – powtarzając za Anthonym Pratkanisem i Elliotem Aronsonem (2003) – uznamy koniec XX wieku za „erę propagandy”, to początek XXI możemy określić „erą postprawdy”<sup>2</sup>. Jak to możliwe, że w czasach niemal nieograniczonego dostępu do informacji i możliwości konfrontacji różnych źródeł wiedzy, ludzie nie są w stanie lub nie chcą dokonać

<sup>2</sup> Termin postprawda (ang. *post-truth*) odzwierciedla zjawisko kształtowania się opinii publicznej w większym stopniu na podstawie własnych przekonań i emocji, niż obiektywnych faktów. Redaktorzy internetowego wydania słownika Oxfordzkiego uznali termin „post-prawda” słowem roku 2016, odnosząc się do frekwencji użycia owego pojęcia w kontekście wyborów prezydenckich w USA oraz referendum za wyjściem Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej.

weryfikacji prawdziwości informacji i nie ulegać wpływowi fałszywych przesłanek, podejmując kluczowe decyzje dotyczące własnej przyszłości? Badania nad zjawiskiem dezinformacji, zapoczątkowane w kontekście przesłuchań świadków, wskazują na istnienie zjawiska polegającego na włączaniu do treści oryginalnych wspomnień informacji dodatkowych, często mających fundamentalne znaczenie dla zrozumienia przebiegu zdarzeń. O ile wysiłki psychologów najczęściej skupiają się na poznaniu poznawczych determinant powstawania owego zniekształcenia, badania Szpitalak i Polczyka wskazują na istotną rolę mechanizmów natury społeczno-osobowościowej. Odkryty przez polskich badaczy tzw. efekt wzmocnionej autoafirmacji wskazuje, że wzmocnienie samooceny poprzez pozytywną informację zwrotną na swój temat może znacząco redukować podatność na dezinformację i uodparniać na manipulację społeczną.

Kolejny artykuł pióra Józefa Maciuszka *Refleksyjność jako czynnik odporności na zawarte w pytaniu presupozycje* dotyczy językowych aspektów wpływu społecznego. Autor koncentruje się na takich pytaniach, które zawierają ukryte twierdzenia, sugestie czy fałszywe założenia. Stwierdza, że mogą być one bardzo skutecznym narzędziem insynuacji, propagandy i dezinformacji. Zastanawiając się nad czynnikami, które mogą chronić człowieka przed uleganiem treściom sugerowanym w presupozycjach, Autor koncentruje się na refleksyjności rozumianej jako stan umysłu, który może być sytuacyjnie wzbudzany. Prezentowane w artykule badania potwierdzają założenie, że tak rozumiana refleksyjność zwiększa odporność na sugerowane w presupozycjach treści.

*Wpływowy kameleon. Przegląd badań z zakresu mimikry w kontekście technik wpływu społecznego* to tytuł artykułu Wojciecha Kuleszy dotyczącego zjawiska mimikry. Mimikra to termin pochodzący z greckiego *mimetikos*. Pierwotnie używano go do opisywania naśladowania przez podmiot innych ludzi, ale we współczesnej nauce zarezerwowany był właściwie jedynie do opisywania zachowań zwierząt (a w pewnym sensie też roślin). Ostatnie dekady przyniosły jednak prawdziwy przełom w tej materii, gdyż psychologowie zaczęli uważnie przyglądać się procesom mimikry u ludzi, zauważając, że człowiek nieintencjonalnie naśladuje mimikę, pantomimikę, czy sposób mówienia podmiotu, z którym wchodzi w interakcję. Osobną kwestią jest świadome i intencjonalne używanie mimikry dla osiągnięcia własnych celów. Temu właśnie zagadnieniu, istotnemu z perspektywy wpływu społecznego, poświęca swój przeglądowy tekst Wojciech Kulesza.

Michał Parzuchowski, Olga Białobrzaska, Małgorzata Osowiecka, Natalia Frankowska i Aleksandra Szymków – to autorzy pracy *Szczerść na wyciągnięcie ręki. Niewerbalny przejaw szczerści intencji proszącego wzbudza uległość*.

Zwracają oni uwagę, że człowiek zwracający się z jakąś prośbą do innej osoby może wydawać się jej niewiarygodny. Być może dla osiągnięcia swoich celów mija się z prawdą? Być może nie ujawnia rzeczywistych motywów swego postępowania? Jak zatem proszący może przekonać inną osobę, że jest szczerzy i tym samym zwiększyć szanse na to, że jego prośba będzie spełniona? Autorzy zakładają, że może to osiągnąć symbolicznym (rzekomo spontanicznym) gestem, który podkreśli jego prawdomówność. W opisywanym w artykule eksperymencie Autorzy sprawdzają, czy ludzie będą częściej spełniać prośby człowieka, który formułując je, przykładając będzie otwartą dłoń do serca.

*Last but not least* znajdzie Czytelnik tego numeru *Psychologii Społecznej* nadzwyczaj oryginalny tekst Wiesława Łukaszewskiego *Tak, ale: Etyczne problemy w badaniach nad wpływem społecznym*. Autor zwraca uwagę na fundamentalny konflikt między wymogiem poprawności etycznej a dążeniem do pożytku poznawczego, z jakim mamy do czynienia w przypadku eksperymentów dotyczących wpływu społecznego. Łukaszewski nie podąża przy tym drogą większości osób, które mówią, że powinniśmy za wszelką cenę dążyć do złagodzenia tego konfliktu. Przeciwnie, stwierdza, że rozwiązania metodologiczne polegające na zastąpieniu badania realnych ludzkich zachowań w naturalnych sytuacjach poprzez odgrywanie roli czy symulacje mentalne prowadzą raczej do chaosu i artefaktów niż do gromadzenia realnej wiedzy.

Prawem Czytelnika jest przeczytanie całego numeru *Psychologii Społecznej* lub niektórych tylko zamieszczonych w tym tomie artykułów. Ze swej strony sugerujemy przyjęcie pierwszego rozwiązania, ale bez względu na to, jaką decyzję, Czytelniku, podejmiesz – życzymy Ci nie tylko miłej i przyjemnej, ale refleksyjnej i poznawczo wzbogacającej lektury.

## LITERATURA CYTOWANA

- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments. W: H. Guetzkow (red.), *Groups, leadership, and men* (s. 222–236). Pittsburgh, PA: Carnegie Press.
- Bem, D. J. (1972). Self-perception theory. *Advances in Experimental Social Psychology*, 6, 1–62.
- Freedman, J. L., Fraser, S. C. (1966). Compliance without pressure: The foot-in-the-door technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 195–202.
- Kravitz, D. A., Martin, B. (1986). Ringelmann rediscovered: The original article. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 936–941.
- Milgram, S. (1963). Behavioral study of obedience. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 371.

Pratkanis, A. R., Aronson, E. (2003). *Wiek propagandy: Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*, tłum. J. Radzicki, M. Szuster. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Ringelmann, M. (1913). Recherches sur les moteurs animés: Travail de l'homme [Research on animate sources of power:

The work of man]. *Annales de l'Institut National Agronomique*, 12 (1), 1–40.

Triplett, N. (1898). The dynamogenic factors in pacemaking and competition. *American Journal of Psychology*, 9, 507–533.

## Current trends in social influence research: Empirical perspective

Sławomir Śpiewak<sup>1</sup>, Tomasz Grzyb<sup>2</sup>, Dariusz Doliński<sup>2</sup>

<sup>1</sup> *The Institute of Applied Psychology, Jagiellonian University*

<sup>2</sup> *Wrocław Faculty of Psychology, SWPS University of Social Sciences and Humanities*

### ABSTRACT

Social influence is common in daily interactions. Each individual many times a day is influenced by social practitioners and tries more or less successfully to influence others. Researchers have been interested in studying the mechanisms of social influence from the early beginning when social psychology has emerged. However, for many decades the social influence research seemed to be underrepresented in social psychology domain. This trend reversed at least from the 70-ies of the XX century and particularly during the recent 6 years psychology of social influence seems to be spectacularly noticeable. In this special issue of the Social Psychology (*Psychologia Społeczna*) we try to correspond with the growing interest of studying the social influence. We present some selected works of Polish social psychologists who are investigating compliance with social influence. Most of them represent both social psychology and other areas of interests like: individual differences approach, psychology of self, language, mimicry, embodied cognition, ethical issues.

Keywords: *social influence, techniques of social influence, compliance, individual differences, self, language, mimicry, embodied social cognition, ethics*

Złożono: 6.07.2016

Zaakceptowano do druku: 23.07.2016