

CZŁOWIEK WSPÓŁCZESNY W OBLICZU MANIPULACJI

Streszczenie: Wszechobecna manipulacja dotyka nas każdego dnia. Codziennie doświadczamy jej wpływu, jesteśmy jej obiektem lub sami wpływamy na innych. Jest wiele technik manipulacyjnych, na szczęście istnieje również wiele sposobów obrony przed manipulacją. Warto zwolnić tempo życia, przyjrzeć się otaczającemu światu i zastanowić się, czemu to wszystko służy. Czy aby na pewno podejmowane przez nas decyzje są wyłącznie naszymi wyborami?

Słowa kluczowe: manipulacja, wpływ społeczny, konformizm, uległość, posłuszeństwo, techniki manipulacyjne.

Każdego dnia, budząc się rano, mamy głowę pełną pomysłów, jak spędzimy ten dzień. To, co robimy, jak spędzamy czas, co kupujemy i co jemy, zależy przecież tylko od nas. To nasze życie i to nasze decyzje. Wydawałoby się, że każdy człowiek ma nieskończone możliwości wyboru i wszystko zależy jedynie od niego. O tym, jak się ubierać, co oglądać w telewizji, na jakiej uczelni studiować, czy na kogo głosować decydujemy sami. Kontrolujemy swoje życie, podejmujemy decyzje i dokonujemy wyborów. Bez wątplenia w znacznym stopniu tak jest, ale nie całkiem. Żyjemy w świecie społecznym i jesteśmy wplątani w sieć wpływów. Każdy człowiek jest zarówno dawcą jak i biorcą wpływu społecznego. Wiele podejmowanych decyzji wydaje się być wyłącznie naszymi wyborami, jednak gdy bardziej im się przyjrzymy i przemyślimy... Czemu na śniadanie zjadłam płatki z mlekiem zamiast kalorycznego cheesburgera? Dlaczego kupiłam reklamowany produkt? Czemu dostosowałam się do sugestii dyrektora, chociaż miałam inne zdanie?

To wszystko, to zagadnienia wpływu społecznego, od którego nie da się uciec.

Dariusz Doliński określa wpływ społeczny jako proces „w wyniku którego dochodzi do zmian w zachowaniach, postawach, doświadczanych emocjach czy stanach motywacyjnych pod wpływem rzeczywistych bądź tylko wyobrażanych zachowań innej osoby czy grupy”¹.

Wpływ społeczny jest wszechobecny i dotyka nas każdego dnia. Życie społeczne, to ciągłe uleganie wpływom innych osób, grup czy instytucji. Codziennie doświadczamy wpływu podczas bezpośrednich interakcji z innymi ludźmi. Podczas

¹ D. Doliński, *Psychologia wpływu społecznego*, Wrocław 2000, s. 8.

spotkań, kontaktów ze znajomymi, rodziną czy osobami mijanymi na ulicy. Oglądając telewizję, słuchając radia czy czytając gazetę, ulegamy wpływowi środków masowego przekazu. Zawsze i wszędzie mamy do czynienia z wpływem społecznym. Jest obecny w mediach, polityce, biznesie, kościele, pracy, w szkole i w domu. Towarzyszy nam na każdym kroku w życiu prywatnym i publicznym.

Wpływ społeczny sprawia, że społeczeństwo jest czymś więcej niż zbiorem jednostek. Normy społeczne, opinia publiczna, koordynacja zachowań jednostek w działaniu grupowe – to wszystko możliwe jest dzięki wpływowi społecznemu. Jemu również zawdzięczamy, że ludzie potrafią wyjść poza własny interes i działać dla dobra innych, dla dobra grupy czy społeczeństwa. Wpływ społeczny jest przegromną siłą tkwiącą u podłoża przemian społecznych, które warunkują postęp cywilizacji².

Psychologowie społeczni wyróżniają trzy główne kategorie wpływu społecznego: konformizm, uległość i posłuszeństwo.

Konformizm polega na dostosowaniu przez ludzi swoich przekonań, zachowań i postaw do przyjętych w grupie norm społecznych. Jest dostosowaniem się do otoczenia, zwykle spontanicznie i mimowolnie. Ulegamy konformizmowi, gdy, wybierając się do opery, ubieramy się stosownie do miejsca, czyli elegancko. Nikt nie naciska na nas, nie karze nam się tak ubierać, jednak w dresach czulibyśmy się nieswojo.

Uległość jest zmianą zachowania na skutek bezpośredniej prośby. Jeżeli ktoś z bliskich znajomych będzie nalegał, żebyśmy poszli z nim do kina, ulegniemy, chociaż inaczej planowaliśmy spędzić ten wieczór.

Posłuszeństwo jest szczególnym rodzajem uległości. Jest zmianą zachowania na skutek polecenia wydanego przez osobę, którą uważamy za autorytet³.

Wszystkie kategorie wpływu społecznego odnoszą się do ulegania wpływowi, a nie do jego wywierania. „Ludzie ulegają wpływowi społecznemu, aby osiągnąć trzy podstawowe cele: dokonać prawidłowego wyboru, uzyskać aprobatę społeczną oraz zarządzać wizerunkiem własnej osoby”⁴.

Chęć zmiany cudzych zachowań, przekonań i postaw jest tendencją każdego człowieka i pojawia się zawsze w dowolnym kontakcie dwóch osób, nawet jeśli nie zamierzają na siebie wpływać. Jeśli jest to zamierzone i celowe, wówczas mamy do czynienia z manipulacją.

„Manipulacjami nazywamy celowe procedury i mechanizmy, umożliwiające sterowanie myślami, emocjami i zachowaniami innych ludzi, którzy nie zdają sobie w pełni lub częściowo sprawy z tego faktu”⁵.

² J. Strelau, *Psychologia, Podręcznik akademicki*, Gdańsk 2000, s. 187.

³ D. T. Kenrick, S. L. Neuberg, R. B. Cialdini, *Psychologia społeczna*, Gdańsk 2002, s. 285–286.

⁴ Tamże, s. 296.

⁵ H. Hamer, *Psychologia społeczna*, Warszawa 2005, s. 211.

Należy pamiętać, że „każda manipulacja społeczna należy do kategorii wpływu społecznego, nie każdy zaś akt wpływu jest manipulacją”⁶.

Manipulacja to z reguły niepożądany wpływ społeczny. Możemy o niej mówić, gdy są spełnione dwa warunki. Po pierwsze, gdy osoba, która wywiera wpływ, robi to intencjonalnie i w pełni świadomie, natomiast osoba, na którą jest wywierany wpływ, nie zdaje sobie z tego sprawy. Po drugie, osoba, która wywiera wpływ, robi to wyłącznie w swoim interesie, nie licząc się z interesem osoby, na którą jest wywierany wpływ⁷.

Strategie wywierania wpływu na innych można klasyfikować na wiele sposobów. Najbardziej popularną klasyfikację wprowadził Robert Cialdini. Wyodrębnił on sześć reguł, które towarzyszą nam każdego dnia.

Reguła wzajemności polega na tym, że staramy się odwdziżyć ludziom, którzy wyświadczili nam przysługę. Istota tej reguły zamyka się w słowach „coś za coś”, „przysługa za przysługę”, „ustępstwo za ustępstwo”.

Reguła ta zobowiązuje do rewanżu. Bardzo często używana jest podczas prowadzenia negocjacji oraz w życiu codziennym. Objawia się w postaci darmowej degustacji jogurtu czy sera, herbaty lub czekolady w hipermarkecie. Założeniem jest wzbudzenie sympatii i wzajemności obligujących do kupienia sprzedawanego produktu. Reguła ta jest szczególnie skuteczna w polityce, która nie istniałaby bez niej. W polityce reguła wzajemności to naukowe wytłumaczenie korupcji. Dawanie prezentów (począwszy od pióra, aż po samochód dobrej klasy) ma wzbudzić „dług wdzięczności”, który może zostać spłacony nawet za kilka lat. Wiele dużych firm zatrudnia polityków na atrakcyjnych stanowiskach i sownie ich opłaca, żeby móc korzystać z ich znajomości oraz możliwości w świecie polityki⁸.

Wywieranie wpływu poprzez lobbing sprawdza się również w medycynie i farmacji. Darmowe szkolenia, wyjazdy, sympozja, bezpłatne próbki leków. Nietrudno odgadnąć, który lek przepisze lekarz, mając do wyboru kilka różnych firm i jedną „wspierającą”⁹.

Reguła zaangażowania i konsekwencji. Konsekwencja świadczy o dorosłości oraz byciu racjonalnym człowiekiem. Pragniemy być konsekwentni i zachowywać się zgodnie z tym, w co już się zaangażowaliśmy. Konsekwencja jest cechą nagradzaną społecznie. Stosujemy ją np. przy wydaniach kolekcjonerskich (kolekcje płyt, książek, słowników). Pierwszy egzemplarz jest w promocyjnej cenie, kolejne części są coraz droższe i mogą stanowić nawet kilkukrotność ceny za pierwszy egzemplarz, ale konsekwentnie kupujemy¹⁰.

⁶ D. Doliński, dz. cyt., s. 8.

⁷ „Charaktery” 2009, nr 10 (153), s. 51.

⁸ T. Trejdejski, *Socjotechnika. Podstawy manipulacji w praktyce*, Warszawa 2009, s. 66–68.

⁹ Tamże, s. 72.

¹⁰ Tamże, s. 200.

Reguła zaangażowania jest wykorzystywana także przez organizatorów dro- gich imprez widowiskowych. Reklamy i plakaty celowo nie zawierają cen biletów, aby zainteresowany wykazał zaangażowanie, czyli dowiedział się o cenę najlepiej w kasie osobiście. Podany numer telefonu jest celowo zajęty, co sugeruje duże za- interesowanie imprezą, natomiast wizyta w kasie przeważnie kończy się kupieniem biletu. Wyłączenie telefonu jest świadomą manipulacją¹¹.

Społeczny dowód słuszności powoduje, że podejmujemy decyzje w oparciu o to, co myślą i jak zachowują się inni. Istota tej reguły zamyka się w słowach „inni wie- dzą lepiej”. Spotykamy się z nią w sloganach reklamowych typu „tysiące klientek wybrało mydło Dove”, „zaufały nam miliony Polaków”. Reguła wykorzystywana jest w reklamach oraz kampaniach wyborczych.

Reguła lubienia i sympatii. Ulegamy ludziom, których lubimy i którzy są do nas podobni. Skuteczność tej reguły podwyższają: podobieństwo ludzi, atrakcyjność fizyczna oraz komplementy. Osobom sympatycznym przypisujemy zalety, których często nie mają. Ulegamy ich urokowi i dajemy sobą manipulować. Dla ludzi sym- patycznych często zmieniamy zasady, faworyzujemy takie osoby. Nie musimy jed- nak kogoś lubić, aby być pod wpływem tej reguły, wystarczy, że jest to osoba znana. Np. aktor, piosenkarz, polityk. Lubimy ludzi podobnych do nas, mających podobne zainteresowania, poglądy. Zawodowi manipulatorzy są szkoleni, aby szybko wymy- ślać podobieństwa do manipulowanych ludzi¹².

Reguła autorytetu. Jesteśmy posłuszni autorytetom. Wykazujemy tendencję wypełniania sugestii autorytetów lub tych, którzy kreują się na autorytety. Oznaką autorytetu może być pozycja społeczna, ubiór, status materialny, tytuły naukowe, specjaliści różnych dziedzin.

Często ulegamy manipulacji, słuchając mądrego, niezrozumiałego wywodu manipulatora, zakładając, że jest on autorytetem w danej dziedzinie¹³. Autorytet, to również wygląd zewnętrzny. Automatycznie ulegamy autorytetowi munduru.

Reguła niedostępności zakłada, że łatwiej jest nas skusić do kupienia produktu, do którego mamy ograniczony dostęp. Pragniemy tego, co nieuchwytnie, tajemni- cze, chwilowe czy nieosiągalne. Brak jest mocniejszym czynnikiem motywacyjnym niż samo posiadanie¹⁴. Działają na nas takie hasła, jak „tylko dziś 50% taniej”, „tylko teraz”, „ograniczona oferta”. Ograniczona ilość automatycznie zwiększa atrakcyjność produktu. Regułę tę stosuje się w reklamach oraz podczas aukcji i li- cytacji. Wykorzystywana jest podczas sprzedaży domów, samochodów, dzieł sztuki. Wystarczy wspomnieć, że oferta cieszy się dużym zainteresowaniem.

Skuteczność stosowania powyższych reguł wpływu społecznego wynika z au- tomatycznego działania człowieka. Żyjemy w czasach, w których jesteśmy zalewani

¹¹ Tamże, s. 203–204.

¹² Tamże, s. 95.

¹³ Tamże, s. 222.

¹⁴ Tamże, s. 124.

masą informacji, gdy trzeba reagować szybko i selekcionować sprawnie wiadomości, dlatego przy podejmowaniu decyzji, dokonywaniu wyborów często myślimy „na skrót”. Polegamy na heurystykach, intuicji oraz nawykach i myśleniu stereotypowym. W pędzie życia podejmujemy decyzje w oparciu o okrojone informacje. Nie analizujemy danej sytuacji, nie badamy jej, uwzględniamy tylko jeden aspekt, np. ubiór osoby. Stereotypy, kategoryzacje czy wszelkie reakcje automatyczne, które oszczędzają nasz czas, w rzeczywistości są zgubne. Naszą mechaniczność reakcji wykorzystują manipulatorzy, głównie z branży reklamowej i marketingowej¹⁵.

Sześć reguł wpływu społecznego, wyodrębnionych przez R. Cialdiniego, każdego dnia jest wykorzystywanych przez osoby manipulujące. Manipulatorzy, korzystając z reguły wzajemności, są uprzejmi, wykonują przyjazne gesty wobec partnerów, aby zobligować ich do odwzajemnienia dobra. Drugą regułą konsekwencji i zaangażowania wykorzystują, stwarzając warunki, aby osoba zaangażowała się w działanie, które będzie kontynuować pomimo mniej korzystnych warunków. Społeczny dowód słuszności bazuje na skłonności ludzi do konformizmu. Człowiek naśladuje postawy, zachowania, gdyż chce czuć się częścią grupy. Dlatego manipulatorzy często podkreślają, że duża grupa ludzi popiera pewne idee, poglądy czy zachowania, aby skłonić innych do naśladownictwa. Reguła lubienia wykorzystuje to, że chętniej wykonujemy prośby ludzi, których lubimy. Osoba manipulująca nami musi wzbudzić do siebie sympatię, dzięki czemu zwiększy swoje szanse na skłonięcie nas do działania dla jego korzyści. Nagminnie, w różnych dziedzinach życia, jest wykorzystywane nasze uleganie autorytetom. Niedostępność wykorzystywana jest przez praktyków wpływu społecznego poprzez stwarzanie poczucia, że coś jest niedostępne, nieosiągalne, wyjątkowe i niepowtarzalne. W takiej sytuacji przedmiot wydaje się o wiele cenniejszy i chcemy go mieć¹⁶.

Wszystkie wspomniane wyżej reguły odgrywają ogromną rolę w procesach wpływu społecznego, jednak w codziennym życiu możemy spotkać jeszcze wiele innych technik manipulacyjnych.

Wyróżniamy manipulacje skoncentrowane na poczuciu własnej wartości. Samoocena jest silnym regulatorem wszelkich działań człowieka. Żyjąc wśród ludzi, jednostka szuka w swoim otoczeniu informacji, ocen i opinii na swój temat. Chętnie podnosimy swoją atrakcyjność w kontaktach z innymi ludźmi. Staramy się przypodobać, wkradamy się w czyjeś łaski, stosując manipulacje zwane ingracją. Ingracja to udawanie, oszukiwanie w celu podwyższenia własnej samooceny¹⁷.

Można ją stosować na kilka sposobów: wyrażając konformistyczną postawę, podnosząc wartości rozmówcy (schlebianie) oraz manipulując własnym wizerunkiem. Konformizm opiera się na zasadzie akceptacji, pragniemy być akceptowani

¹⁵ „Charaktery” 2009, nr 11(154), s. 65.

¹⁶ D. Doliński, *Techniki wpływu społecznego*, Warszawa 2005, s. 45.

¹⁷ T. Witkowski, *Psychomanipulacje. Jak je rozpoznać i jak sobie z nimi radzić*, Warszawa 2000, s. 43.

i lubiani, dopasowujemy się do większości, aby uniknąć odrzucenia. Dlatego zgadzamy się z opiniami i zdaniem innych. Aprobujemy wszystko, co mówi inny człowiek. Odnosimy nasze decyzje do uogólnionej reakcji większości ludzi. Jesteśmy istotami społecznymi i uważamy, że większość ma rację. Odwoływanie się do opinii większości jest formą manipulacji. Im bardziej prestiżowa grupa odniesienia, tym szybciej ulegamy jej wpływom.

Kolejnym aspektem zjawiska ingracji jest schlebienie, czyli podnoszenie wartości partnera poprzez komplementowanie. Komplement jest najlepszą manipulacją, zwłaszcza gdy jest rozłożony w czasie i gdy przedstawiamy go, jakby pochodził od kogoś innego.

Manipulowanie własnym wizerunkiem może polegać na selektywnym ujawnianiu informacji poprzez ukrywanie niekorzystnych informacji. Autoprezentacja pozytywna, to powoływanie się na znajomości, na swoje nieograniczone możliwości, podkreślanie swoich zasług, udawanie ważnej osoby. Autoprezentacja negatywna, czyli autodeprecjacja, to prezentacja siebie w niekorzystnym, złym świetle i w ten sposób podwyższanie czyjejś samooceny i poprawianie jej samopoczucia.

Inne manipulacje opierają się na zjawisku dysonansu poznawczego. Dysonans jest potężnym narzędziem, dlatego techniki opierające się na nim są najbardziej wyrafinowane, ponieważ zmieniają nasz sposób myślenia, nasze poglądy i postawy. Teoria dysonansu poznawczego stworzona przez Leona Festingera głosi, że kiedy nasza postawa jest w sprzeczności z działaniami lub poglądami, wówczas odczuwamy niewygodę, dążymy do zmiany tej sytuacji, do uzyskania równowagi. Człowiek pragnie być konsekwentny wobec wcześniej przyjętych zobowiązań. Wykorzystują to praktycy manipulacji, skłaniając osobę do niewielkiego zobowiązania, wiedząc, że wówczas łatwiej skłonić ją do większych.

Dysonans jest stanem rozbicia i sprzeczności i nikt nie czuje się komfortowo w takiej sytuacji. Szukamy wewnętrznego uzasadnienia tego, do czego się angażujemy.

Jedną z technik wykorzystujących zjawisko dysonansu poznawczego jest „stopa w drzwiach”, wykorzystująca regułę zaangażowania i konsekwencji. Spełniając czyjąś małą prośbę bez nacisku zewnętrznego, stajemy się bardziej skłonni do spełnienia kolejnej – większej¹⁸. Jeśli na ulicy spotkamy nieznanego, który zapyta nas o godzinę, a po uzyskaniu informacji poprosi o papierosa, to zwiększa swoje szanse, że go otrzyma.

Najkorzystniejsze wyniki uzyskuje się, gdy prośby nie są ze sobą powiązane. Często z tej techniki korzystają mężczyźni stojący pod sklepem, zaczepiający przechodniów najpierw pod byle pretekstem, a następnie przechodzący do sedna sprawy i proszący o pieniądze.

Jeszcze bardziej wyrafinowana jest technika „dwie stopy w drzwiach”. Polega ona na wprowadzeniu pomiędzy małą a dużą prośbą jeszcze jednego żądania,

¹⁸ H. Hamer, *Psychologia społeczna*, Warszawa, 2005, s. 220.

pośredniego pod względem poziomu trudności. Najpierw wysuwamy małą prośbę całkowicie niezwiązaną z tematem, a dopiero po jej spełnieniu przedstawiamy rzeczywiste prośby¹⁹.

Kolejna technika „stopa w ustach” (technika nawiązania dialogu) powstała z połączenia stopy w drzwiach oraz ustnej deklaracji. Uległość zwiększa publiczne wygłoszenie deklaracji. Jeżeli zapytamy kogoś o jego samopoczucie i po uzyskaniu pozytywnej odpowiedzi poprosimy o spełnienie jakiejś prośby, to zwiększamy szansę, że proszony ulegnie. Wynika to z dążenia jednostki do zachowania spójnego z jej deklaracją. Czuć się dobrze zobowiązuje, aby pomóc innym uzyskać także taki stan.

„Liczy się każdy grosz” – manipulujemy, prosząc o datek i nie podając konkretnej kwoty, nie precyzujemy, o jaką kwotę chodzi. Wystarczy do prośby dołączyć stwierdzenie, że „liczy się każdy grosz”, a proszony nie ma racjonalnych argumentów, uzasadniających odmowę. Nie podając wysokości pomocy, pozwalamy, aby manipulowany sam zdecydował, jaką kwotę przekaże.

W podobny sposób działa „pułapka uniknięcia konfrontacji” (dlaczego nie chcesz mi pomóc). Osoba manipulowana ma dwa wyjścia: może odmówić pomocy i podać przyczynę swojej decyzji lub udzielić pomocy. Z reguły nie chce się nam tłumaczyć naszych wyborów, dlatego ulegamy i w ten sposób unikamy konfrontacji.

Kolejna technika opierająca się na zjawisku dysonansu poznawczego to „niska piłka” (eskalacja żądań). Polega ona na celowym wprowadzeniu klienta w błąd przez żądanie zapłacenia kwoty wyższej od tej, która padła podczas pierwszej rozmowy lub jest podana w katalogu. Przykładem może być zakup samochodu w renomowanym salonie. Sprzedawca informuje nas o cenie samochodu, proponuje jazdę próbną, podczas której osławiamy się z myślą o zakupie i już cieszymy się. Nawiązuje się kontakt ze sprzedawcą, dyskutujemy z nim i nagle okazuje się, że cena jest wyższa. Przeważnie w takiej sytuacji manipulowany ulega i zgadza się na wyższą cenę, ponieważ nie chce tracić czasu na szukanie innego samochodu i chce być konsekwentny w swoim działaniu, więc dokonuje zakupu²⁰.

Skuteczną techniką manipulacji, wywołującą zachowania zgodne z naszymi oczekiwaniami, jest „etykietowanie prospołeczne”. Obdarzamy kogoś etykietą „altruisty”, „osobą szlachetną i hojną”, a te określenia zobowiązują do zachowania zgodnego z etykietą, poświęcania więcej czasu do udzielania pomocy innym.

Inne techniki bazują na naszych emocjach. Każda emocja wytwarza charakterystyczny dla siebie program działania. Gdy odczuwamy silne emocje, jesteśmy źli lub boimy się czegoś, wzrasta nasz poziom pobudzenia emocjonalnego. Do pewnego momentu stan ten ma pozytywny wpływ na działanie jednostki. Jednak, gdy zostanie przekroczony poziom optymalny, pobudzenie działa na naszą niekorzyść.

¹⁹ Tamże, s. 221.

²⁰ Tamże, s. 222–223.

Wówczas zaczynamy działać chaotycznie, nieprzemyślanie i nielogicznie. Taki stan jest idealny do manipulacji.

Technika „huśtawka emocjonalna” polega na wprowadzeniu ofiary manipulacji w skrajny nastrój emocjonalny (najlepiej zły), a następnie gwałtowne wprowadzenie osoby w nastrój pozytywny. Podczas gwałtownego przejścia z nastroju negatywnego w pozytywny występuje „zamglenie poznawcze”, które powoduje niewłaściwą, niewystarczającą analizę dopływających informacji. Raptowne przejście z emocji negatywnych do pozytywnych daje poczucie ulgi, że nic się nie stało. Ulga powoduje poprawę nastroju oraz spadek racjonalizacji²¹.

Technika „drzwiami w twarz” polega na przedstawieniu przesadnie dużej prośby, która zapewne zostanie odrzucona, a następnie złożeniu mniejszej, docelowej propozycji. Technika ta wykorzystuje emocje oraz regułę kontrastu. Kontrast istniejący pomiędzy małą a dużą prośbą jest czynnikiem, który skłania do uległości. Technika ta jest bardzo skuteczna. Skoro, składając swoją propozycję, idziemy na ustępstwa, to oczekujemy tego samego od innych. Gdyby osoba nie odwzajemniła się, miałaby poczucie winy, że nie jest wobec nas w porządku.

„Wzbudzenie poczucia winy” to technika zwiększająca uległość. Często ją wykorzystujemy zwłaszcza w związkach prywatnych.

Inne rodzaje manipulacji opierają się na poczuciu kontroli. Jest to wytworzenie przekonania, że manipulator nie jest w stanie do końca kontrolować sytuacji, swoich działań.

Technika „bezlitosny partner”, czyli odmowa nie wprost. Nie możemy czegoś zrobić, bo ktoś nam na to nie pozwala, nie mamy upoważnienia. Jest to odwoływanie się do regulaminu, szefa, partnera, politykę firmy czy zmyśloną osobę. Technikę tę stosujemy wówczas, gdy już ustępstwa doszły do poziomu, którego nie możemy przekroczyć.

Technika „wszystko albo nic” ma miejsce, gdy jedna ze stron pozbawia się całkowicie kontroli nad zdarzeniami. Tym samym, odbiera drugiej stronie możliwość jakiegokolwiek wywarcia na niej presji bądź próby zmiany jej stanowiska.

Taktyka „fakty dokonane” polega na postawieniu człowieka przed faktem, gdy już coś zostało dokonane, stało się.

Skuteczność wszystkich wyżej wymienionych technik wynika z automatycznego działania człowieka. W dobie XXI w. jesteśmy zalewani masą informacji, musimy reagować szybko i selekcyjonować sprawnie wiadomości. Dlatego, przy dokonywaniu wyborów, podejmowaniu decyzji często „myślimy na skróty”. Decydujemy na podstawie okrojonych informacji. Polegamy na heurystykach, intuicji oraz nawykach w myśleniu stereotypowym. Nie badamy sytuacji, nie analizujemy danego zdarzenia, uwzględniamy tylko jeden aspekt, np. ubiór.

Z manipulacją spotykamy się w przeróżnych sytuacjach życiowych. James M. Smith proponuje kilka technik radzenia sobie z manipulacjami.

²¹ Tamże, s. 225–226.

„**Akceptowanie komplementów**” polega na przyjmowaniu komplementów zarówno tych prawdziwych jak i fałszywych. W ten sposób rozbrajamy manipulatora. Ważne jest, aby robić to w sposób naturalny, nie negować i nie zaprzeczać.

„**Zmiana oceny na opinię**” – gdy słyszymy uwagi w postaci wypowiedzianych ocen, to należy powstrzymać się od obrony i udowadniania swoich racji, lecz zmienić ocenę w opinię i wówczas jej zaprzeczyć.

„**Demaskowanie aluzji**” – łatwiej używać aluzji niż powiedzieć wprost, co się o danej osobie myśli. W takiej sytuacji zmieniamy aluzję w opinię i pytamy wprost, czy dobrze rozumiemy wypowiedziane słowa. Prawdopodobnie pytany zaprzeczy lub obróci to w żart.

„**Zasłona z mgły**” to spokojne przyjmowanie krytycznych uwag, zarzutów, dzięki czemu dajemy rozmówcy do zrozumienia, że w ogóle nas to nie rusza. Takie zachowanie zmusza rozmówcę do zaprzestania ataku.

„**Przyznanie się do błędów i uprzedzenie krytyki**”. Gdy wiemy, że popełniliśmy błąd, korzystniej jest samemu się przyznać i zaproponować rozwiązanie. Uprzedzenie krytyki neutralizuje atak oraz rozładowuje napięcie.

„**Technika Małego Księcia**” to ciągle, nieustannie stawianie tego samego pytania do momentu uzyskania na nie odpowiedzi. Nie pozwalamy rozmówcy na zmianę tematu i poruszenie innych kwestii.

„**Zdarta płyta**” to technika przydatna, gdy zamierzamy odmówić. Przeciwstawiamy się presji oraz manipulacji, nie dajemy się zmusić do nadmiernych ustępstw. Technika ta składa się z dwóch elementów: „zdania-klucza”, które stanowczo powtarzamy oraz „podtrzymywania kontaktu”, czyli parafrazowania argumentów przeciwnika.

„**Negocjowanie sposobu prowadzenia rozmów**” – gdy czujemy, że rozmówca stosuje wobec nas manipulacje, przerywamy dalszą rozmowę i informujemy o swoich odczuciach. Po ustaleniu zasad rozmowę kontynuujemy²².

Znajomość technik zaproponowanych przez J. M. Smitha pomoże rozbroić manipulanta i przejąć chwilową kontrolę nad tym, co się dzieje. Nie ma jednak jednego uniwersalnego sposobu obrony przed manipulacją. Technik manipulacyjnych i sytuacji, w których można je zastosować istnieje tak wiele, że naprawdę ciągle jesteśmy poddawani jakiejś manipulacji. Nawet, gdy będziemy rozważni i postępować racjonalnie, to i tak niejednokrotnie wpadniemy w pułapkę manipulacji.

Musimy zwiększyć naszą ostrożność i wyłączyć reakcje automatyczne. Decyzje powinny być podejmowane spokojnie, po rozważeniu i ocenie sytuacji. Odkrywając cel manipulatora, rozszyfrowując sens jego działań, zmniejszamy naszą podatność. Warto czasem zwolnić tempo i przyjrzeć się otaczającemu światu. Zastanówmy się, czemu to wszystko służy – nastrojowa muzyka w centrum handlowym, darmowe degustacje w hipermarketach, wszechobecne reklamy i promocje. Sami pozwalamy sobie manipulować. Boimy się przeciwstawić, walczyć o swoje. Wolimy przyjąć

²² T. Witkowski, dz. cyt., s. 264-273.

pozycję ofiary i postępować, jak większość. Całkowicie poddać się wywieranemu wpływowi, nie wyróżniać się z tłumu, nie odstawać od innych. Przecież to jest nasze życie i powinniśmy je przeżyć po swojemu. Powinniśmy walczyć o swoje racje, poglądy, o swoje prawa. Zamiast przyjmować postawę ofiary i podążać za tłumem, zatrzymajmy się na chwilę, zastanówmy nad sobą. Jesteśmy ludźmi, nie marionetkami dającymi się posłusznie sterować.

Literatura

- Aronson E., *Człowiek istota społeczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- Aronson E., Wilson T. D., Alert R. M., *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 1997.
- Batko A., *Sztuka perswazji, czyli język wpływu i manipulacji*, Wydawnictwo „Helion”, Gliwice 2005.
- Charaktery*, Magazyn Psychologiczny 2009, nr 10(153).
- Charaktery*, Magazyn Psychologiczny 2009, nr 11(154).
- Charaktery*, Magazyn Psychologiczny 2011, nr 10(177).
- Charaktery*, Magazyn Psychologiczny 2011, nr 9(176).
- Charaktery*, Magazyn Psychologiczny, Psychologia dziś, Wydanie specjalne 2009, nr 1(6).
- Cialdini R., *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 1999.
- Człowiek istota społeczna. Wybór tekstów*, [red.] E. Aronson, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- D’Almeida F., *Manipulacja w polityce, w reklamie, w miłości*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.
- Doliński D., *Psychologia wpływu społecznego*, Towarzystwo Przyjaciół Ossolineum, Wrocław 2000.
- Doliński D., *Techniki wpływu społecznego*, Wydawnictwo Naukowe „Scholar”, Warszawa 2005.
- Doliński D., *Ukryte sensory zachowania*, Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2006.
- Hamer H., *Psychologia społeczna*, Difin, Warszawa 2005.
- Jakubik A., *Zaburzenia osobowości*, Wydawnictwo Lekarskie PZWL, Warszawa 1997.
- Kenrick D. T., Neuberg S. L., Cialdini R. B., *Psychologia społeczna*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2002.
- Kossakowski M., Śmieja M., Śpiewak S., *Spoleczne ścieżki poznania*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.
- Magoska M., *Media, władza, prawo*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.
- Manipulacja w języku*, [red.] P. Krzyżanowski, P. Nowak, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Skłodowskiej-Curie, Lublin 2004.
- Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, [red.] M. Sokołowski, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne Sp. z o.o., Warszawa 2007.
- Pease A., *Mowa ciała. Jak odczytywać myśli innych ludzi z ich gestów*, wydanie II, Wydawnictwo „Jedność”, Kielce 2001.
- Pomiędzy wpływem społecznym a manipulacją. Typowe i nietypowe przejawy*, [red.] G. E. Kwiatkowska, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2008.
- Strelau J., *Psychologia. Podręcznik akademicki*, Tom 3, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2000.
- Trejderowski T., *Socjotechnika. Podstawy manipulacji w praktyce*, „Eneteia” Wydawnictwo Psychologii i Kultury, Warszawa 2009.

- Witkowski T., *Psychomanipulacje. Jak je rozpoznać i jak sobie z nimi radzić*, Oficyna Wydawnicza „Unus”, Gdańsk 2000.
- Wokół psychomanipulacji*, [red.] E. Zdankiewicz-Ścigała, T. Matuszewski, Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Academica”, Warszawa 2003.
- Wren K., *Wpływ społeczny*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.
- Zimbardo P., *Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2004.

Modern Man Confronting Manipulation

Summary: Manipulation affects us anytime and anywhere. Day in, day out we are exposed to its impact, being subjected to it or becoming manipulators ourselves. There exist a multitude of manipulation techniques, but fortunately a fair number of ways to defend ourselves against manipulation as well. It pays to slow down the fast-paced lifestyle, take a closer look at the world we live in and consider what the point of all this is. Are, what we consider our free decisions, free indeed?

Key words: manipulation, social influence, conformity, compliance, obedience, manipulation techniques.

