

Oddziaływanie społeczne

- Człowiek od początku swojego istnienia w naturalny sposób włączony zostaje w grupę społeczną. Potrzebuje innych do przeżycia i rozwoju. Jedną z dominujących w całym życiu człowieka potrzeb jest włączanie się w relacje z innymi i budowanie poczucia przynależności. Ze względu na wagę tych relacji dla życia człowieka zajmują się nimi nauki społeczne m.in. socjologia, antropologia, pedagogika czy psychologia.

- Wszyscy, każdego dnia podlegamy oddziaływaniom społecznym.
- Człowiek jako istota społeczna.
- Każdy z nas należy do jakiejś grupy społecznej.
- Czym jest zatem „wpływ społeczny?”

- Wpływ społeczny – jest to proces, prowadzący do zmiany opinii, uczuć bądź zachowań osoby wskutek działań, myśli i uczuć innych osób. Teorię wpływu społecznego stworzył Bibbo Latané w 1981. Wpływ społeczny może być zarówno uświadomiony bądź nieuświadomiony, zamierzony i niezamierzony

- Trzy najbardziej charakterystyczne formy, jakie może przybierać wpływ społeczny to: naśladownictwo, konformizm oraz posłuszeństwo.
- Naśladownictwo, także jako modelowanie to świadome przejmowanie zachowań innej osoby, „modela” i jest opisane przez teorię społecznego uczenia się.
- Konformizm to dostosowywanie swoich postaw i zachowań do grupy, czy to ze względu na wiarę w słuszność panujących w niej poglądów (wpływ informacyjny), czy to ze względu na uniknięcie odrzucenia społecznego i chęć dostosowania się do panujących wewnątrz grupy norm (wpływ normatywny).

- Podstawowe mechanizmy, na jakich opiera się wpływ społeczny scharakteryzował Robert Cialdini (2001), jest to: zaangażowanie w działanie, pragnienie słuszności, lubienie, reguła wzajemności oraz reguła niedostępności.

- **1. Autorytet – wpływ mniejszości**

Reguła ta polega na poczuciu obowiązku ulegania autorytetom, które towarzyszą nam niemal od zawsze. Często bardziej zwracamy uwagę na to, kto mówi, a nie co mówi. Ta zasada działa na niemal wszystkich płaszczyznach życia społecznego, np. w handlu, polityce, szkołach, wojsku czy szpitalach. Przykładem są np. aktorzy występujący jako lekarze w reklamach będący specjalistami od danej dolegliwości.

- jak się bronić? Zadajmy sobie pytania:
- czy jesteśmy pewni, że autorytet ma czyste intencje?
- czy faktycznie jest to autorytet?
- czy inny (ważniejszy) autorytet ma to samo zdanie na ten temat?

- **2. Społeczny dowód słuszności – wpływ większości**

Podstawą działania tej reguły jest skłonność ludzi do tego, by ocenę, czy coś jest poprawne i użyteczne, wydawać na podstawie tego, jak postępuje większość. Tej regule ulegamy także, gdy jesteśmy w sytuacji nowej i nie wiemy, jak się zachować. Zwracamy wówczas uwagę na zachowania osób, które mają już pewne doświadczenia i wiedzę na dany temat. Społeczny dowód słuszności to także moda. Korzystając z mediów społecznościowych, możemy zauważyć pewne powtarzalne zachowania, normy czy wzorce. Współczesnym społecznym dowodem słuszności może być duża liczba polubień czy osób obserwujących modne konta. Przeglądając je, musimy być ostrożni, by inspiracji nie zamienić na niebezpieczne podążanie za większością.

- **3. Sympatia i lubienie – atrakcyjność**

Zaczynając znajomości, raczej nie zastanawiamy się, dlaczego kogoś polubiliśmy. Często jest tak, że lubimy osoby najbardziej podobne do nas (nawet na podstawie podobnego ubioru), osoby, które są atrakcyjne (występujące zjawisko aureoli – jedna pozytywna cecha przyćmiewa inne) oraz te, które widzimy często (szczególnie w przyjemnych warunkach). Dlatego np. w reklamach występują osoby powszechnie lubiane, atrakcyjne, dopasowane pod względem podobieństwa do odbiorców. Aby nie ulec tej zasadzie, musimy próbować oddzielać osobę od oferty.

- **4. Niedostępność**

Cenimy rzeczy unikatowe, oryginalne, jedyne w swoim rodzaju, których nie może mieć nikt inny. Lubimy także mieć wybór – gdy czujemy, że może zostać nam odebrany, atrakcyjność danej oferty momentalnie wzrasta. Dlatego tak często w reklamach, sklepach, mailach pojawiają się hasła: „Ostatni moment”, „Tylko dzisiaj”, „Edycja limitowana” czy „Zostały już ostatnie sztuki”. Widząc je, musimy pamiętać o zdroworozsądkowym podejściu do każdej promocji i okazji.

- **5. Wzajemność**

Reguła wzajemności działa w bardzo prosty sposób – gdy zostajemy czymś obdarowani, czujemy się wdzięczni i zobowiązani do oddania przysługi. Nie muszą być to podarki fizyczne, obdarowani możemy zostać uśmiechem, komplementem czy dobrą opinią. Przykładami działań tego typu są np. gadżety reklamowe czy okresy próbne, które budują pewną więź z jednostką, od której je otrzymujemy.

- **6. Zaangażowanie i konsekwencja**

Zazwyczaj dbamy o to, jak jesteśmy postrzegani przez innych. Zależy nam na jak najlepszej opinii, przez co np. chcemy być uważani za osoby konsekwentne, słowne i stałe w swoich działaniach. Przykładem może być prenumerata czasopisma czy rozpoczęcie okresu próbnego subskrypcji jakiegoś serwisu w celu sprawdzenia korzyści i zalet. Po upływie tego czasu bywa, że nie chcemy się przyznać do popełnionego błędu i zostajemy przy uprzednim wyborze. Takie sytuacje zdarzają się także w naszym życiu prywatnym, gdy np. tkwimy w nieodpowiedniej relacji czy kontynuujemy wcześniej zaczęte działania związane z hobby, które nas już nie interesuje. To zjawisko nazywa się pułapką utopionych kosztów i polega na trwaniu w danej sytuacji ze względu na włożony czas, koszty czy zaangażowanie.

- Jak widać, reguły wpływu społecznego otaczają nas z wielu stron. W obserwacji ich należy jednak próbować zachować złoty środek. Poszukiwanie manipulacji w każdej sytuacji z pewnością nie będzie dla nas zdrowe. Jednak zachowanie ostrożności i zdrowego rozsądku może uchronić nas przed bezwiednym uleganiem wpływom.

- Konformizm

Ważnym mechanizmem rządzącym zachowaniem człowieka pod wpływem autorytetu lub grupy jest konformizm. Powoduje go rzeczywisty bądź wyobrażony wpływ innych ludzi.

Konformizm to podporządkowanie się wartościom, poglądom, zasadom i normom postępowania obowiązującym w danej grupie społecznej. W tym rozumieniu jest to zmiana na skali - członek grupy miał początkowo inne zdanie czy inaczej się zachowywał niż grupa, a następnie je zmienił w kierunku zgodnym z oczekiwaniami grupy (S.Mika).

Konformizm może dotyczyć wszystkich sfer życia w grupie. Możliwymi reakcjami na wpływ społeczny opisującymi różne poziomy konformizmu są uleganie, identyfikacja i internalizacja

- Sposób reagowania na wpływ społeczny motywowany nadzieją uzyskania nagrody lub obawą przed karą **to uleganie**. Uleganie dotyczy także posłuszeństwa wobec autorytetów, nagrodą może być w tej sytuacji uzyskanie aprobaty ważnej dla jednostki osoby, natomiast za karę uznane może być negatywne podejście osoby stanowiącej autorytet wobec działania, którego ona nie pochwała.

- Reakcja identyfikacji jest wywołana potrzebą danej jednostki, by być podobną do osoby lub osób, od których pochodzi oddziaływanie. Tego rodzaju wzorzec zachowania występuje zazwyczaj wówczas, gdy jednostka bądź grupa jest oceniana jako interesująca pod pewnym kątem. To właśnie atrakcyjność jest znaczącym czynnikiem wywołującym **identyfikację**.

- Pod pojęciem **internalizacji** rozumiane jest uznawanie za własnych przekonań, które w rzeczywistości są przekonaniami innych osób w grupie. Takie poglądy, postawy czy wartości mogą zostać uznane przez jednostkę za słuszne i jedyne prawidłowe. Przekonania, które zostaną zinternalizowane są najbardziej odporne na zmianę. Poprzez wbudowanie ich w system przekonań jednostki ten proces może mieć charakter zarówno pozytywny, jak i negatywny

- Internalizacja to rodzaj konformizmu o największej trwałości, ponieważ dążenie do posiadania racji jest samopodtrzymującą się siłą. Nie wymaga ona dodatkowego nadzoru, czy też nieustającego szacunku dla osoby lub grupy (E. Aronson)

Etykietowanie

- Z konformizmem łączy się zjawisko nazywane etykietowaniem. Jest to rodzaj kategoryzowania innych osób, dzielenie ich na grupy na podstawie arbitralnie wybranych cech. Osoba, której zostanie nadana etykieta (pozytywna lub negatywna) zaczyna z czasem przyjmować ją jako swoją faktyczną cechę i wykazywać zachowania, które ją potwierdzają, czyli po prostu ulega wpływowi grupy

Nonkonformizm

- Mniejszą skłonnością do zgadzania się na rozwiązanie przyjęte przez grupę wykazują osoby cechujące się zdolnością myślenia twórczego oraz myślenia abstrakcyjnego. Osoby te cechuje większa niezależność. Wysoki poziom myślenia abstrakcyjnego umożliwia rozwiązywanie zadań bez korzystania ze wskazówek grupy. Ważna jest również wiara we własne siły, przekonanie o kompetencjach oraz pozycja w grupie. Z badań wynika, że osoby akceptowane w grupie nie obawiają się wyrażać swoich nonkonformistycznych przekonań, ponieważ ich rolę wśród rówieśników stało się nie podążanie wytyczoną ścieżką, ale wyznaczanie nowych tras (S. Mika)

- Autorytet w zakresie badań dotyczących wpływu społecznego R. Cialdini twierdzi, że można skutecznie bronić się przed wpływem społecznym. Potrzebne jest do tego świadoma aktywność i analiza sytuacji przez jednostkę.
- Konieczne jest oddzielać uczucia, które są odczuwane wobec konkretnej osoby od uczuć, które faktycznie związane są z jej propozycją, czy z jej zachowaniem.
- Kolejną ważną kwestią jest uświadomienie sobie, że postępowanie tak, jak moja grupa, jak wszyscy, nie zawsze jest zgodne z wewnętrznymi przekonaniami i preferowanymi wartościami.
- Nonkonformizm służy człowiekowi przy podejmowaniu suwerennych decyzji.

Grupa społeczna

- Grupę rówieśniczą można definiować jako organizm społeczny wyróżniający się spośród innych nie ze względu na wiek, lecz ze względu na typ więzi, bliskie, nacechowane wzajemną aprobatą uczestnictwo (T. Pilch).
- Dzięki przynależności do grupy dziecko zaspokaja ważne potrzeby: afiliacji, uznania, prestiżu i osiągnięć. Grupa rówieśnicza powstaje w sposób naturalny, spontaniczny, wynika z potrzeby relacji, zabawy i kontaktu z innymi dziećmi.

- Podstawowymi elementami grupy społecznej są:
- członkostwo
- zasada identyczności
- ośrodki skupienia
- cele i zadania
- struktura grupy (J. Szczepański)

Wykluczenie

- Wykluczenie, a więc zakłócenie procesu budowania przynależności w relacjach między jednostką a grupą prowadzi do daleko idących konsekwencji w życiu, kierunku i tempie rozwoju dzieci i młodzieży.

Emocjonalne konsekwencje odrzucenia zależą od kilku ważnych czynników:

- sposobu, w jaki dziecko odpowiada na niosące negatywne skutki doświadczenie wykluczenia
- postawy, jaką przyjmuje wobec tego zjawiska
- przyczyn odrzucenia
- tożsamości osoby odrzucającej
- obecności bądź braku wsparcia społecznego
- skłonności dziecka do refleksji i przemyśleń związanych z odrzuceniem
- sposobu interpretowania przez dziecko przyczyn odrzucenia (czy uznaje je za konsekwencję oddziaływania czynników zewnętrznych, czy wewnętrznych)
- kogo/co dziecko obarcza odpowiedzialnością za zaistniałą sytuację
- świadomości dziecka odnośnie wpływu, jaki inne dzieci wywierają na nie samo oraz rówieśników
- stopnia, w jakim dziecko doświadcza odrzucenia

- Wykluczenie jest procesem, który można obserwować w wymiarze od włączania do wykluczenia, od akceptacji do odrzucenia.
- Proces ten cechuje swoista dynamika. Początkowo może przejawiać się brakiem lub niewystarczającym poziomem udziału w życiu grupy.
- Z czasem kumulowanie się negatywnych doświadczeń może prowadzić do zerwania więzi rówieśniczych, a nawet rodzinnych i innych społecznych. W takiej sytuacji może pojawić się poczucie utraty sensu życia....