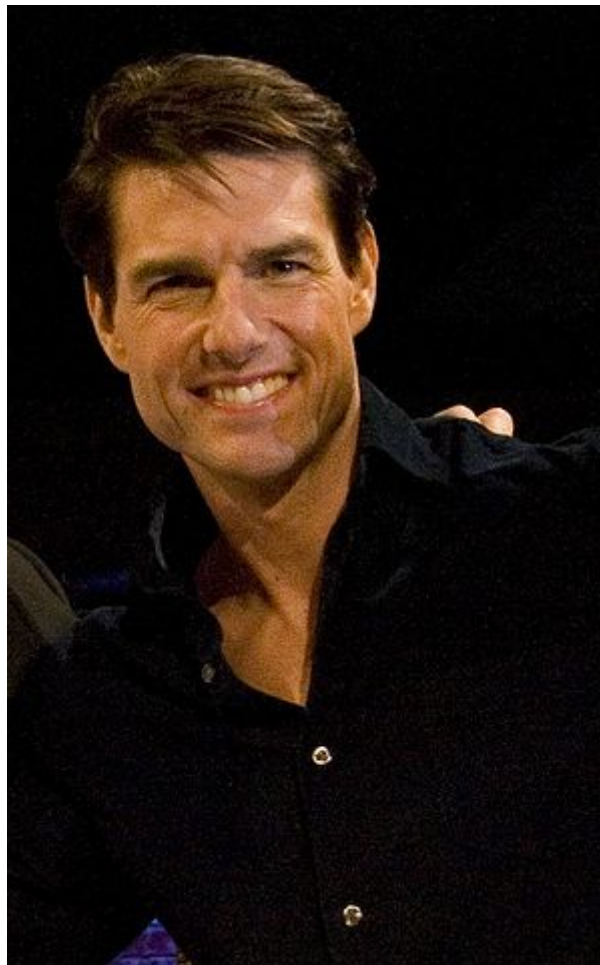


Sympatia - Techniki manipulacji psychologicznej

Później odkryłem, że lubię go, gdyż on lubi mnie. [Anthony de Mello SJ](#)

Przyjaźń a wywieranie wpływu

Truizmem wydaje się stwierdzenie, że *łatwiej nam spełniać prośby ludzi, których lubimy*. Oczywiście praktycy wpływu społecznego zdają sobie doskonale sprawę z tej reguły, starając się ją jak najlepiej wykorzystać w swoich działaniach. Okazuje się, że aby namówić kogoś np. na kupno jakiegoś produktu, wystarczy jedynie powołać się na nazwisko znanej nam osoby - wykorzystuje to wiele firm.



Ludzie atrakcyjni fizycznie mają społeczną przewagę, gdyż postrzegamy ich poprzez pryzmat *aureoli* jako mądrzejszych i lepszych.

Kogo lubimy

Wydawać by się mogło, że za wyborem naszych przyjaciół, czy osób, które lubimy, stoją jakieś wyidealizowane i głębokie motywy - przeczą jednak temu badania i doświadczenia prowadzone od wielu lat. Oto cechy, które sprzyjają zaklasyfikowaniu jakiejś osoby do grona naszych przyjaciół:

Atrakcyjność fizyczna

Współczesne badania pokazują wyraźnie zakres i siłę, z jaką atrakcyjność fizyczna jednostki wpływa na nasz sposób jej postrzegania. Reagujemy po prostu w sposób automatyczny na atrakcyjną kobietę lub mężczyznę

nadając im pozytywne cechy. Zjawisko takie nazywa się w psychologii **efektem aureoli**, gdy jedna pozytywna cecha danej osoby decyduje o naszym sposobie jej zaklasyfikowania jako lepszej. Niezaprzeczalne fakty dowodzą, że uroda jest właśnie silnym źródłem takiej aureoli.

Nie zdajemy sobie sprawy, że nadajemy atrakcyjnym fizycznie osobom także takie cechy jak utalentowanie, sympatyczność, uczciwość, inteligencja i wiele innych pozytywnych, tylko dlatego właśnie, że fizycznie są one dla nas atrakcyjne^[1]. Konsekwencje postrzegania typu *dobrze wyglądający = dobry* często wydają się być przerażające. Przykładem niech będzie fakt, że przystojni kandydaci na postów uzyskują większe ilości głosów, co pokazują niektóre doświadczenia. Także wygląd kandydata do pracy wpływa na jego szanse zatrudnienia. W dziedzinie sądownictwa - ludzie przystojni są traktowani łagodniej i znacznie lepiej od pozostałych^[2], przy czym niektóre doświadczenia pokazały nawet, że przystojniejsi oskarżeni mają dwukrotnie większe szanse w ogóle nie trafić do więzienia. Podobnie wielkość odszkodowania, nakładana na ładniejszych oskarżonych bywała w symulowanych rozprawach około dwukrotnie mniejsza od odszkodowania nałożonego na brzydszego oskarżonego. Zarówno sędziowie jak i sędziny faworyzowali tutaj atrakcyjniejszych^[3].

Inne przykłady: ludzie ładniejsi mają większe szanse uzyskania pomocy w potrzebie oraz silniej wpływają na opinię innych, gdy tego zechcą^[4]. W badaniach tych nie stwierdzono różnic między płciami - zarówno mężczyźni jak i kobiety reagowały pozytywniej na osoby ładniejsze. Nawet agresywność w szkołach postrzegana jest przez dorosłych jako mniej naganna, jeżeli sprawcą jest ładniejsze dziecko^[5]. Dodatkowo nauczyciele postrzegają ładniejszych uczniów jako mądrzejszych od uczniów brzydszych.



Bez wątplenia bardziej lubimy osoby podobne nam samym.

Podobieństwo

W przypadku gdy atrakcyjność fizyczna nie wchodzi w rachubę, o tym czy lubimy daną osobę czy też nie świadczą jeszcze inne czynniki, z których niewątpliwie *podobieństwo* jest tym najistotniejszym. **Lubimy ludzi podobnych do nas**, bez względu na fakt, czy podobieństwo owo dotyczy przekonań, cech osobowości, charakteru, stylu życia, doświadczeń czy wreszcie zewnętrznego wyglądu.

Dla przykładu wiele doświadczeń wykazało, że znacznie chętniej pomagamy ludziom ubranym podobnie do nas samych. W dodatku doświadczenia takie pokazują, jak dalece taka reakcja ma charakter zautomatyzowany, gdy bezrefleksyjnie spełniamy czyjąś prośbę^[6].

Zazwyczaj nie doceniamy stopnia, w jakim nasza sympatia jest zależna od podobieństwa do innej osoby, ponadto całkiem nieważne z pozoru podobieństwa tę sympatię nasilają. Niektóre doświadczenia pokazują, że nawet bezpośrednie naśladowanie gestów, tempa oddechu, czy nawet mrugnięć może bardzo silnie wpływać na stopień lubienia naśladowanej osoby.

Komplementy

Jednym z najbardziej zaskakujących faktów jest stwierdzenie, że lubimy innych ludzi, gdy ci stwierdzą że lubią nas. Dlatego powinniśmy zachować szczególną ostrożność, gdy nieznana nam osoba stwierdza z pozoru niewinnie, że nas lubi.

Inną cechą, której jednak jesteśmy już bardziej świadomi, jest nasze silne łaknienie komplementów. Zadziwiająco,

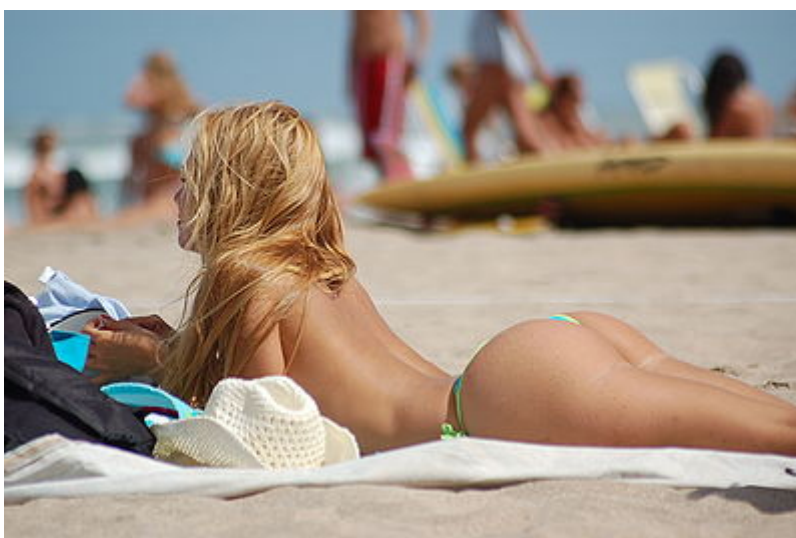
że pomimo faktu, iż pochlebców traktujemy raczej powściągliwie, z reguły mamy skłonność im wierzyć i lubimy ich. Niektóre doświadczenia pokazują naszą bezradność wobec komplementów. W jednym z nich, badano mężczyzn, którzy otrzymywali komentarze na swój temat od osób, którym potrzebna była ich pomoc. Część otrzymywała komentarze pochlebne, część mieszane i część niepochlebne. W rezultacie tych doświadczeń okazało się, że najbardziej lubiani byli autorzy komentarzy pochlebnych i nie zmienił tego nawet fakt, gdy badani mieli świadomość, że pochlebca właśnie komplementami chce zaskarbić sobie ich sympatię. W dodatku okazało się, że pochlebstwa nie musiały być trafne - działały tak samo skutecznie nawet gdy były błędne.

Współpraca i kontakt

Zazwyczaj bardziej lubimy to, co znamy. Łatwo to sprawdzić, wykonując proste doświadczenie: spróbuj określić, które z dwóch twoich zdjęć bardziej ci się podoba, czy normalne, czy też odbite w sposób lustrzany. Większość z nas bardziej lubi swoje lustrzane odbicia z prostego powodu - taki właśnie obraz nas samych jest nam znany, gdyż widzimy go w lustrze. Natomiast większość znajomych spytana o to samo, wybrałaby zapewne nasze zwykłe zdjęcie^[7].

Ta zasada, czy kogoś znamy, czy jest nam on rozpoznawany, jest szeroko stosowana np. w polityce, gdzie kreatorzy wizerunku starają się, aby kandydat był osobą znaną, niekoniecznie z pozytywnych zachowań. Ma on być po prostu na ustach prasy i mediów, tak, by jego twarz była rozpoznawana. Wpływ faktu znania danej osoby na naszą do niej sympatię wydaje się być dalece nieświadomym. Niektóre doświadczenia jeszcze z lat siedemdziesiątych dwudziestego stulecia^[8] potwierdzają to. W eksperymencie pokazywano badanym osobom fotografie twarzy, przy czym czas wyświetlania był na tyle krótki, że badani nie pamiętali które twarze już widzieli, a których nie. W przypadku bezpośredniego jednak kontaktu z osobami ze zdjęć, badani większą sympatią obdarzali te osoby, które na tych zdjęciach wcześniej widzieli. W tym miejscu należy jednak zaznaczyć, że częstość kontaktów nie będzie owocowała przyrostem sympatii w przypadku, gdy kontaktom tym towarzyszą negatywne emocje, frustracja, rywalizacja, konflikty.

Doświadczenia pokazują, że stopień sympatii nasila współpraca, dążenie do wspólnego celu. Praktycy wpływu społecznego wykorzystują to na różne sposoby, starając się przekonać nas, że dążą do tego samego celu, co my. Dobrym przykładem jest metoda przesłuchań, stosowana szeroko przez policję, na tzw. "dobrego i złego glinę". "Zły gliniarz" jest agresywny, często wulgarny w stosunku do przesłuchiwanego, stosuje groźby, oczywiście w granicach obowiązującego prawa. Jeżeli taka postawa nie może wymóc na podejrzanym zeznań, do akcji wkracza "dobry glina", starając się z początku udobruchać tego złego, następnie rzuca kilka słów w obronie podejrzanego i stosuje kilka innych, subtelnych kroków, sprawiając, że podejrzanym czuje się z nim bezpiecznie i zwiększa się jego poczucie zaufania w stosunku do niego. Podejrzanym ma wrażenie, że "dobry glina" współpracuje z nim niejako, dbając o jego dobro i jest znacznie bardziej prawdopodobne, że będzie zeznawał.



Przyjemne skojarzenia przenosimy na rzeczy z nimi niezwiązane, co szeroko wykorzystuje się m.in. w reklamie - bardzo prawdopodobne, że skojarzysz sobie przyjemny widok ze zdjęcia z Wikibooks, dzięki czemu będziesz bardziej nas lubił.

Skojarzenia, uwarunkowania

Jeżeli ludzie skojarzą nas z czymś przyjemnym, tym większe szanse, że będą nas lubić i odwrotnie, jeśli będą kojarzyć nas ze sprawami nieprzyjemnymi, tym większą antypatię do nas będą odczuwać^[9]. Często nieświadomie zakładamy, że mamy te same cechy charakteru, co nasi przyjaciele. Przyjemne skojarzenia bardzo często wykorzystują specjaliści od reklamy, przesycając swoje spoty reklamowe albo wyraźnymi lub mniej wyraźnymi podtekstami seksualnymi lub też wprowadzając do nich sceny humorystyczne - jak wiadomo seks i humor są rzeczami z reguły przyjemnymi - w ten sposób chcąc, aby produkt w zupełności niezwiązany z seksem czy śmiechem, poprzez pozytywne skojarzenie stał się nam bliższym. Udowodniły to zresztą doświadczenia, w których mężczyźni oceniali samochody, pokazywane im w towarzystwie pięknych modelek jako szybsze, cenniejsze, atrakcyjniejsze. W podobny sposób wielkie firmy czy instytucje polityczne starają się skojarzyć swoje produkty ze znanymi i lubianymi osobistościami ze świata sportu, estrady itp. oraz z wydarzeniami sportowymi.

Zasada pozytywnych skojarzeń ma o wiele dalej idące implikacje. Wiadomo np. że jesteśmy bardziej skłonni lubić te osoby, z którymi spożywamy razem posiłki, a niektórzy badacze nadali nawet nazwę metodom opartym o skojarzenia z jedzeniem, chrzcząc je *techniką obiadu*.

Wiele dziwacznych zachowań łatwo wytłumaczyć właśnie jako nasze starania, aby pewne rzeczy kojarzyć z wydarzeniami pozytywnymi, natomiast unikać skojarzeń z rzeczami negatywnymi. Często utożsamiamy się z sukcesami np. sportowców, reperując w ten sposób swoje poczucie niskiej wartości.

Podsumowanie

- Mamy naturalną skłonność ulegania osobom, które lubimy.
- O naszej sympatii do danej osoby decydują liczne subtelne, zazwyczaj nieuświadomione czynniki:
 1. **fizyczna atrakcyjność** nadaje osobom ją posiadającym ogromną, społeczną przewagę, wytwarzając tzw. *efekt aureoli*, przez co osoby takie mają na nas większy wpływ;
 2. **podobieństwo** wpływa dodatnio na naszą sympatię do osób nam podobnych, bez względu czy jest to podobieństwo fizyczne, umysłowe, podobieństwo w sposobie ubierania się, poruszania, oddychania etc.;
 3. **komplementy**, jeśli nie są zbyt nachalne, nasilają naszą sympatię do osoby komplementującej nas;
 4. **częstość kontaktów**, przez co dana osoba jest nam bardziej znana a w konsekwencji bardziej przez nas lubiana; wyjątek stanowią kontakty o charakterze nieprzyjemnym, natomiast szczególnie skuteczne są formy przyjemnej, udanej współpracy;
 5. **Skojarzenie** osoby z rzeczami przyjemnymi i lubianymi nasila naszą sympatię do niej;
- Powinniśmy odnosić się z dystansem do ludzi, których podejrzenie szybko polubiliśmy, zwłaszcza jeżeli próbują nam coś sprzedać lub do czegoś nas nakłonić.

Przypisy

1. [Psychological Bulletin](#), Eagly i in., 1991
2. [Personality and Social Psychology Bulletin](#), Downs, Lyons, 1991
3. [Journal of Applied Social Psychology](#), Kulka, Kessler, 1978
4. [Journal of Personality and Social Psychology](#), Chaiken, 1979
5. [Journal of Personality and Social Psychology](#), Dion, 1972
6. [Journal of Applied Social Psychology](#), Emswiller, 1971
7. [Journal of Personality and Social Psychology](#), Mita, Derner, Knight, 1977
8. [Journal of Personality and Social Psychology](#), Bornstein, Leone, Galley, 1987
9. [Psychological Bulletin](#), Lott, Lott, 1965

Treść udostępniana na licencji [GNU Free Documentation License](#)

Źródło http://pl.wikibooks.org/wiki/Techniki_manipulacji_psychologicznej/Sympatia

Autor: Wikibooks.pl

Przedruk ze strony: http://pl.wikibooks.org/wiki/Techniki_manipulacji_psychologicznej/Sympatia

Artykuł pobrano ze strony eioba.pl