

ETYCZNE ASPEKTY WPŁYWU SPOŁECZNEGO

Streszczenie

Współcześnie obserwuje się wzrost ekonomicznej roli kapitału opartego na zasobach ludzkich. Podkreśla się znaczenie kapitału ludzkiego, społecznego, psychicznego, itp. to powoduje zwrócenie większej uwagi na tzw. „miękkie” kompetencje pracowników, tj. kompetencje warunkujące oddziaływanie interpersonalne. Zasady wpływu społecznego jako jedne z podstawowych wyznaczników zachowań o charakterze interpersonalnym, tworzą podstawę wielu teorii oraz praktyki związanej z motywacją, zmianą postaw, przywództwem czy zachowaniami w grupie. Miękkie kompetencje, w coraz większym stopniu, tworzą potencjał ekonomiczny organizacji. W literaturze przedmiotu zagadnienia te są opisywane instrumentalnie, głównie z punktu widzenia zasad użycia oraz ich skuteczności.

Przedmiotem niniejszej analizy są zagadnienia związane z etycznymi aspektami wpływu społecznego. Wydaje się, że może to być cenne uzupełnienie, pozwalające lepiej rozumieć konsekwencje wpływu społecznego.

Kluczowe słowa: etyka, wpływ społeczny, perswazja, socjotechniki, etyka wpływu społecznego

ETHICAL ASPECTS OF THE SOCIAL INFLUENCE

Abstract

The growing role of the human capital in economy causes more and more attention to the soft competences of the employees. These competences are the basis of interpersonal influences.

The rules of social influence as one of the main factors of interpersonal behavior form the basis of many theories and business practices related to motivation, change attitudes, leadership or group behavior. However, in the literature the issues are often described instrumentally, with too much emphasis on effectiveness.

The main subject of this analysis connect with ethical aspects of social influence. It seems, that this point of view will be a valuable complement, which can help to understand better the consequences of social influence.

Keywords: ethics, social influence, persuasion, social engineering, ethics of social influence

Wprowadzenie

Kiedy najbardziej adekwatnymi określeniami rzeczywistości społecznej są społeczeństwo komunikacji, społeczeństwo wiedzy oczywista wydaje się konieczność przedefiniowania kompetencji czy umiejętności pozwalających funkcjonować w niej. Jest to widoczne w bardzo wielu obszarach życia. Michael Frese rozpoznając trendy dotyczące wymogów związanych ze środowiskiem pracy, wskazuje na coraz częstsze wykorzystywanie pracy zespołowej ze względu na podniesienie poziomu złożoności pracy, która wymusza konieczności podejmowania decyzji zespołowych. Także coraz częściej wprowadzane ograniczenie kosztów koordynacji pracy poprzez zmniejszenie liczby osób nadzorujących¹ przenosi ten typ działań na zespół. I wreszcie ze względu na przyspieszone tempo innowacyjności potencjał tkwiący w pracy zespołowej wydaje się szczególnie cenny.² *„Jedną z konsekwencji zintensyfikowania pracy zespołowej jest większe zapotrzebowania na umiejętności społeczne i komunikacyjne. Być może koncepcja inteligencji emocjonalnej jest tak atrakcyjna dla wielu osób dlatego, że sprawdza się w pracy zespołowej.”*³

W wymienianych przez Daniela Golemana⁴ umiejętnościach składających się na ogólne ramy kompetencji emocjonalnej mowa o tzw. kompetencjach osobistych, oraz kompetencjach społecznych, której podstawą jest zdolność wywierania wpływu.⁵ Sformułowany przez D. Golemana, zestaw umiejętności, tworzący tzw. miękkie kompetencje pracowników staje się przedmiotem szczególnej troski i coraz bardziej zyskuje na znaczeniu, ze względu na potencjał ekonomiczny jaki w sobie kryje. Jest to widoczne w eksponowaniu roli jaką przypisuje się kapitałowi ludzkiemu czy też kapitałowi społecznemu, co w efekcie przekłada się na ilości prowadzonych szkoleń oraz zapotrzebowanie na literaturę naukową oraz poradniki poświęcone tym zagadnieniom. Jednak tym, co zwraca na siebie uwagę, jest dominacja jednostronnego, instrumentalnego podejścia, które sprowadza się do analiz związanych z podniesieniem efektywności oddziaływania. O ile w przypadku szkoleń czy poradników takie podejście może wydawać się uzasadnione, to brak refleksji etycznej w

¹ Jest to tzw. metoda „odchudzonej produkcji” (*lean production*) – zespół sam koordynuje swoje prace, patrz: M. Frese, *Zmiany charakteru pracy*, w: N. Chmiel (red.), *Psychologia pracy i organizacji*, GWP, Gdańsk 2007, s. 471 – 472.

² M. Frese, *Zmiany charakteru pracy*, w: N. Chmiel (red.), *Psychologia pracy i organizacji*, GWP, Gdańsk 2007, s. 472.

³ Tamże, s. 472

⁴ Daniel Goleman jest powszechnie uważany za twórcę pojęcia inteligencji emocjonalnej.

⁵ D. Goleman, *Inteligencja emocjonalna w praktyce*, Wyd. Media Rodzina, Poznań 1999, s. 50.

odniesieniu do zagadnień wywierania wpływu powinien zostać uzupełniony, jest to konieczne ze względu na tak powszechne wykorzystanie tych narzędzi zarówno w środowisku pracy, ale także w szeroko rozumianych relacjach społecznych.

Główna teza niniejszych rozważań może wydawać się dość banalna: wywieranie wpływu społecznego nie ma charakteru amoralnego, a w związku z tym konieczna jest refleksja etyczna poświęcona temu zagadnieniu.

Podstawowym celem tych rozważań jest raczej zwrócenie uwagi, uwrażliwienie na to, że konsekwencje stosowania socjotechnik nie są neutralne etycznie, niż wypracowanie konkretnych rozwiązań. Niemożliwe wydaje się przeanalizowanie etycznego aspektu wszystkich przejawów wywierania wpływu, stąd konieczne jest pewne ograniczenie przedmiotowe. Niniejsza analiza będzie dotyczyła środowiska pracy i będzie łączyła się z rozpoznanymi wcześniej trendami, tj. z pracą w zespołach. Jest to o tyle uzasadnione, że to właśnie pojawienie się tendencji do zespołowego działania wyeksponowało rolę miękkich kompetencji w tym, umiejętność wywierania wpływu na innych.

Wywieranie wpływu społecznego – definicje regulujące

Wywieranie wpływu na ludzi, perswazja, propaganda, manipulacja, socjotechniki, w większości użytkowników tych pojęć byłiby skłonni do zastępczego wykorzystywania ich przy opisie ogólnie rozumianego zjawiska wpływu społecznego. Pytanie na ile jest to uzasadnione? Wywieranie wpływu społecznego należy do pojęć bardzo szerokich⁶, mieszczących w sobie określenia pozwalające na uszczegółowienie specyfiki różnych rodzajów oddziaływania, dlatego konieczne wydaje się uporządkowanie terminologiczne umożliwiające wyznaczenie bardziej precyzyjnych obszarów denotacyjnych dla poszczególnych nazw.

*„Wpływ społeczny jest definiowany jako zmiana przekonań, uczuć, postaw lub zachowań jednostki, będąca efektem interakcji z inną jednostką lub grupą.”*⁷Zgodnie z tą definicją, wpływ społeczny obejmuje zarówno zmiany, którym podlega osoba w efekcie interakcji jednostkowych, jak i grupowych. Równie szeroko kategorię wpływu społecznego

⁶ W psychologii społecznej można spotkać się z węższym, niż to prezentowane w niniejszym opracowaniu rozumieniem wpływu społecznego, np.: patrz: D.T. Kenrick, S. L. Neuberg, R. B. Cialdini, *Psychologia społeczna*, GWP, Gdańsk 2002, s. 283 – 334; E. Aronson, T. D. Wilson, R. M. Akert, *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Wyd. Zysk i Ska, Poznań 1997, s. 260 - 306. W przypadku przytaczanych autorów wpływ społeczny jest rozumiany jako oddziaływanie oparte o interakcje o charakterze grupowym i utożsamiają go ze zjawiskiem konformizmu społecznego.

⁷ L. Rashotte, *Social influence*, http://www.blackwellpublishing.com/sociology/docs/BEOS_S1413.pdf, data dostępu 6.08.2012.

rozumie Philips G. Zimbardo i Michael R. Leippe – „proces wpływu społecznego obejmuje takie zachowanie osoby, które wywiera skutek (lub rodzi się z takiej intencji) w postaci zmiany zachowania, uczuć czy myśli innej osoby na temat bodźca.[...]Istnieje wiele technik wywierania wpływu społecznego, jednak wszystkie sprowadzają się do relatywnie nielicznych, bardzo podstawowych procesów związanych z ludzkim sposobem myślenia, zapamiętywania, odczuwania i podejmowania decyzji.”⁸ Oddziaływanie, zdaniem autorów, dokonuje się w kilku odmiennych układach interakcji – międzyludzkim, perswazyjnym i w środkach masowej komunikacji. „Najbardziej zindywidualizowane sytuacje wywierania wpływu rozgrywają się w układzie interpersonalnym, w którym liczba ludzi jest niewielka, mamy tu do czynienia z komunikacją twarzą w twarz pomiędzy podmiotem wywierającym wpływ a obiektem wpływu.”⁹ Z układem perswazyjnym mamy do czynienia w przypadku wpływania jednej osoby na audytorium, ale dalej dotyczy to komunikacji bezpośredniej, natomiast ostatni układ jest związany z komunikowaniem pośrednim, kierowanym do impersonalnej publiczności, często jest identyfikowany z przekazem propagandowym. W proponowanym przez P. G. Zimbardo i M. R. Leippe’a podejściu cenne wydają się dwa spostrzeżenia, po pierwsze, że wywieranie wpływu opiera się na wykorzystaniu mechanizmów poznawczych i emocjonalnych, po drugie, że o wpływie tym możemy mówić w odniesieniu do różnych układów interakcyjnych. Z kolei Roland B. Adler, Lawrence B. Rosenfeld, Russell F. Proctor II w swojej pracy pt.: *Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się*, nadają temu pojęciu jeszcze inne znaczenie, wpływ społeczny „jest to twoja kontrola nad drugą osobą”¹⁰, stwierdzenie to implikuje świadomość podejmowanych działań oraz ich instrumentalny charakter. Ciekawy aspekt eksponuje w swoim podejściu Elliot Aronson, Timothy D. Wilson, Robin M. Akert wprowadzając kategorie informacyjnego i normatywnego wywierania wpływu, mimo że ich spostrzeżenia dotyczą bardzo konkretnego mechanizmu, tj. konformizmu wydaje się, że zastosowanie tego podziału może być pomocne w analizie wpływu rozumianego ogólnie. Informacyjny wpływ społeczny odnosi się do sytuacji, kiedy oddziaływanie opiera się na uznaniu kogoś „jako źródła informacji, dające wskazówki dla naszego zachowania, dostosowujemy się, ponieważ wierzymy, że cudza interpretacja niejasnej sytuacji jest bardziej poprawna niż nasza.”¹¹ Czyli wpływ informacyjny opiera się na

⁸ P.G. Zimbardo, M.R. Leippe, *Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego*, Wyd. ZYSK I S-KA, Poznań 2004, s. 19 – 20.

⁹ Tamże, s. 20.

¹⁰ Roland B. Adler, Lawrence B. Rosenfeld, Russell F. Proctor II w swojej pracy pt.: *Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się*, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2006, s. 310.

¹¹ E. Aronson, T. D. Wilson, R. M. Akert, *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Wyd. Zysk i Ska, Poznań 1997, s. 269.

przekonaniu, że samo przekazanie informacji zmieni przekonania, emocje czy zachowania. Natomiast wpływ normatywny dotyczy takich sytuacji, kiedy ulegamy wpływowi ze względu na potencjalne korzyści jakie łączymy z daną wartością, z którą przekazywana informacja się łączy, w przypadku konformizmu jest nim akceptacja grupy¹², ma zatem charakter instrumentalny.¹³

Podsumowując powyższe propozycje można pokusić się o wypracowanie definicji uwzględniającej różne, wymienianie wcześniej aspekty. I tak, w niniejszych rozważaniach przyjmuje się, że wpływ społeczny dotyczy sytuacji świadomie wywoływanych zmian przekonań, emocji, zachowań jednostki, które mogą zachodzić w zróżnicowanych układach interakcyjnych i zmiany te mogą mieć charakter informacyjny lub normatywny.

Kolejnym pojęciem, wymagającym doprecyzowania jest perswazja. Samo słowo perswazja wywodzi się z łacińskiego wyrazu *persuasio* oznaczającego przekonanie, wiarę, opinię, uspokojenie, przesąd, łagodność, a także od czasownika *persuadere* (gr.*peito*) tłumaczonego jako nakłanianie, namawianie, przekonywanie, oczarowanie itd.¹⁴

Poniżej zostaną przedstawione wybrane definicje pojęcia perswazji, z jakimi możemy się spotkać w literaturze:

„Perswazja jest [...] metodą oddziaływania, która polega na skłanianiu ludzi do zaakceptowania naszych poglądów i celów na podstawie przekonywania, pozyskiwania ich zainteresowania, zrozumienia i aprobaty naszych zamiarów i racji”¹⁵.

Perswazja” składa się [...] z prezentowania argumentów i faktów, uzasadnienia, wyciągania wniosków i wskazywania na pozytywne rezultaty polecanego kierunku działania. [...] perswazja jest metodą wpływu rozpoczynającą się od zmieniania przekonań i wiedzy: poznawczego komponentu systemu przekonań. Treści perswazyjne zawierają informacje mające zmienić przekonania. [...] zmienione przekonania powinny prowadzić do zmiany w postawie. Nowa postawa może z kolei sterować zachowaniami osoby, która jest celem perswazyjnego przekazu.”¹⁶

¹² Tamże, s. 279.

¹³ Propozycja Elliota Aronsona, Timothy D. Wilsona, Robina M. Alerta co prawda dotyczy adresata oddziaływania a nie jego nadawcy, tak jak to ma miejsce w pozostałych definicjach, ale wydaje się, że rozróżnienie wpływu informacyjnego i normatywnego jest cenne ze względu na rozpoznanie intencji nadawcy – inaczej będziemy interpretować sytuację, kiedy chcę kogoś poinformować, bo wiem, że nie wie i być może sam zdecyduje o zmianie swojej postawy. A inaczej, kiedy przekonuję kogoś, bo dzięki temu zrealizuję swoje cele.

¹⁴ M. Korolko, *Sztuka retoryki*, PWN, Warszawa 1990, s. 28.

¹⁵ A. Zwoleński, *Słowo w relacjach społecznych*, WAM, Kraków 2003, s. 257.

¹⁶ P.G. Zimbardo, M. R. Leippe, *Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego*, Wyd. Zysk i S-ka, Poznań 2004, s. 164.

Anthony Pratkanis i Elliot Aronson w książce *Wiek propagandy* proponują rozróżnienie znaczenia propagandy i perswazji. Ich zdaniem propaganda „obejmuje zręczne postępowanie się obrazami, sloganami i symbolami, odwołujące się do naszych uprzedzeń i emocji; jest komunikowaniem pewnego punktu widzenia, mającym na celu skłonienie odbiorcy do «dobrowolnego» przyjęcia tego punktu widzenia za swój”¹⁷. Natomiast perswazja jest formą „wywodu, debaty, dyskusji albo po prostu dobrego przemówienia, którego celem jest opowiedzenie się za lub przeciw jakiemuś stanowisku”¹⁸. Warto dodać, że zaprezentowane tu rozróżnienie, nie zawsze jest respektowane przez samych jego autorów.

Jak widać perswazja jest formą oddziaływania polegającą na zmianie postaw¹⁹, może przybierać formy mniej zniewalające, ponieważ pozostawia, przynajmniej teoretyczną możliwość, akceptacji bądź odrzucenia określonych przekonań²⁰. Jednak najbardziej charakterystycznym wyróżnikiem perswazji, jest jej interpersonalny charakter, w odróżnieniu od propagandy gdzie odbiorca jest domniemywany i ma charakter masowy. Za perswazję, zatem możemy uznać taką formę oddziaływania na siebie, w bezpośredniej interakcji, jej uczestników, której celem jest ustalenie wspólnej postawy będącej przedmiotem perswazji. Jest to możliwe przez modyfikację postaw niezgodnych. Oddziaływanie to dokonuje się za pomocą określonych środków.²¹ Natomiast propaganda jest zapośredniczoną formą perswazji, dzięki temu ma impersonalny charakter i kierowana jest do masowego odbiorcy. Perswazję od propagandy różni zatem układ interakcyjny w jakim przebiega.

Kolejnym pojęciem, które często jest identyfikowane z wpływem społecznym jest manipulacja. Zgodnie z definicją zawartą w słowniku wyrazów obcych Władysława Kopalińskiego, manipulacja jest to kształtowanie poglądów, postaw osób lub środowisk dokonywane poza ich świadomością, natomiast manipulowanie to kierowanie ludźmi bez ich wiedzy, często z ich szkodą.²² Termin manipulacja pochodzi od łac. *manipulare*

¹⁷ A. Pratkanis, E. Aronson, *Wiek propagandy*, PWN, Warszawa 2003, s.17.

¹⁸ Tamże, s.18.

¹⁹ Postawa jest względnie trwałą oceną, pozytywną lub negatywną ludzi, pojęć, obiektów itp. Na postawę składa się komponent emocjonalny, są to uczucia związane z daną oceną, komponent poznawczy, są to przekonania na temat właściwości obiektu postawy oraz komponent behawioralny, dotyczy on działań obiektu wobec związanego z postawą.

²⁰ Jest to widoczne w definicji Aronsona, Pratkanisa a także Zwolenkiego, a szczególnie u J. Borga, patrz: J. Borg, *Perswazja. Sztuka pozytywnego wpływania na ludzi*, PWE, Warszawa 2011.

²¹ Definicja ta odbiega od propozycji P. G. Zimbardo i M. R. Leippe’a, którzy za perswazję uznają tylko sytuacje oddziaływania na duże audytorium, jednakże taka propozycja wydaje się niepotrzebnym ograniczeniem, patrz: G. Osika, *Perswazja – charakterystyka procesu*, w: *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej*, seria: Organizacja i Zarządzanie, z. 33, Gliwice 2005, s.18.

²² <http://www.slovník-online.pl/kopalinski/11C2FA32B385B2C0C12565D9004D71C4.php>, data dostępu: 8.08.2012.

oznaczającego wykonywać coś ręką²³, ręcznie „sterować” kimś, jest to ten aspekt wywierania wpływu, w którym chodzi o przejście kontroli nad uczestnikami interakcji niezależnie od układu w jakim interakcja przebiega. Natomiast socjotechniki są działaniami wykorzystującymi konkretne mechanizmy psychologiczne i społeczne związane z ludzkim sposobem myślenia, zapamiętywania, odczuwania i podejmowania decyzji.

Podsumowując, wywieranie wpływu społecznego jest pojęciem najszerszym, obejmuje świadome formy oddziaływania zarówno bezpośredniego, czyli perswazję jak i pośredniego, czyli propagandę, które mogą przybierać charakter informacyjny lub normatywny. Działania mogą być motywowane chęcią przejęcia kontroli nad zachowaniami innych lub chęcią ukierunkowania, akceptowaną przez osobę poddawaną wpływowi. W przypadku tych pierwszych, narzędziem działania są socjotechniki, natomiast w przypadku tych drugich racjonalna argumentacja.

Wyregulowanie terminów związanych z wpływem społecznym pozwoliło rozpoznać te obszary, które w największym stopniu mogą rodzić wątpliwości natury etycznej. Już teraz widać, że ze względu na kontekst niniejszych rozważań, tj. analizę wpływu społecznego, jako elementu kompetencji pracowniczych, uwagę należy skupić na oddziaływaniu przebiegającym w bezpośrednich układach interakcyjnych, przybierającym charakter strategiczny, manipulacyjny. Czyli skupić się na perswazji, której celem doraźnym jest przejęcie kontroli nad uczestnikami interakcji, a celem ostatecznym realizacja wyłącznie własnych interesów.

„Logika” socjotechnik

Pod tym, dosyć intuicyjnym podtytułem kryje się próba zdiagnozowania istoty działań typowych dla manipulacyjnego wywierania wpływu społecznego. Wydaje się to konieczne w przypadku, kiedy chce się poddać ocenie etycznej ten typ działań. Jak zaznaczono powyżej oddziaływanie jest realizowane dzięki świadomemu wykorzystaniu określonych mechanizmów psychologicznych i społecznych. Jeżeli wpływ wiąże się ze zmianą przekonań, uczuć, postaw lub zachowań jednostki, istoty tego typu działań należy szukać w procesach związanych z ludzkim sposobem myślenia, zapamiętywania, odczuwania i podejmowania decyzji.

²³ <http://www.edupedia.pl/result>, data dostępu: 8.08.2012.

Robert B. Cialdini w pierwszej części swojej, dziś już klasycznej pracy pt.: *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*²⁴ odsłania luki ludzkiej racjonalności stojące u podstaw socjotechnik. Od dawna naukowcy zajmujący się badaniem zachowań zwierzęcych i ludzkich zwracali uwagę na utrwalone wzorce postępowania, pojawiające się jako automatyczna reakcja na określony rodzaj sytuacji lub wręcz na bodziec sugerujący, że mamy do czynienia z określoną sytuacją. To właśnie ten automatyzm reakcji stanowi podstawę socjotechnik. Działanie socjotechniki, bowiem opiera się na wykorzystaniu wypracowanych skryptów reagowania, umożliwiających szybką adaptację do określonej sytuacji, nie wymagającą głębszej analizy i oceny sytuacji. Psychologom społecznym udało się zdiagnozować szereg tego typu zachowań opartych na stałych schematach poznawczych, są one określane mianem heurystyk poznawczych.²⁵ Na przykład wszystkie wymieniane przez R. Cialdiniego reguły wywierania wpływu wykorzystują internalizację wypracowanych w grupie, korzystnych z punktu widzenia jej funkcjonowania, zasad takich jak: wzajemność, konsekwencja, lubienie i sympatia, zaufanie do autorytetów itp. Schemat działania w socjotechnikach, jest zatem oparty na zasugerowaniu, dzięki zastosowaniu odpowiedniego bodźca, że mamy do czynienia z określoną sytuacją i liczeniem na automatyczną reakcję. Dotyczy to zarówno wpływu o charakterze informacyjnym – sugestia, że to jest prawdą, jak i normatywnego – sugestia jak należy oceniać, na jakie zyski można liczyć.

Podsumowując, „logika” działania socjotechnik polega na wywoływaniu nie poprzedzonych refleksją, uproszczonych reakcji. Czy może to budzić kontrowersje natury etycznej? Niewątpliwie. Temu zagadnieniu zostanie poświęcony kolejny fragment niniejszych rozważań.

Etyczne aspekty wywierania wpływu społecznego

Jeden z najbardziej popularnych autorów zajmujących się problematyką perswazji – Kelvin Hogan²⁶ we wprowadzeniu do swojej kolejnej książki *Nauka perswazji*²⁷ pisze o walorach użytkowych wiedzy, której książka dotyczy – „*ta książka jest o tym, jak wpływać na innych, by zmienili...coś – swoje zachowanie, nastawienie, produkt, swój stosunek do ciebie*

²⁴ R.B. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2002.

²⁵ Patrz: D.T. Kenrick, S. L. Neuberg, R. B. Cialdini, *Psychologia społeczna*, GWP, Gdańsk 2002, s. 129 – 146; E. Aronson, T. D. Wilson, R. M. Akert, *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Wyd. Zysk i Ska, Poznań 1997, s. 123 - 169.

²⁶ Jest autorem 11 książek poświęconych tematyce perswazji, najbardziej znana to: *Psychologia perswazji. Strategie i techniki wywierania wpływu na ludzi*.

²⁷ K. Hogan, *Nauka perswazji. Czyli jak w 8 minut postawić na swoim*, Wyd. REBIS. Poznań 2007.

*czy relacje z tobą. [...] moim celem jest pomagać innym dokonywać konstruktywnych zmian w swoim życiu oraz pomagać innym ludziom zmieniać innych ludzi.*²⁸ Motywy i intencje działań zatem są szlachetne i nie mogą budzić wątpliwości natury moralnej, ale na kolejnych stronach pojawia się następujące stwierdzenie – „*ludzie generalnie nie wiedzą czego chcą, nie mają pojęcia, jak się będą czuli, kiedy to dostaną i tak naprawdę nie znają samych siebie.*”²⁹ W tym fragmencie trudno oprzeć się wrażeniu bardzo instrumentalnego podejścia do innych, typowego raczej dla manipulacji niż chęci wywoływania pozytywnych zmian, a jeżeli już, to pozytywnych dla kogo?

Głównym celem przytoczonych powyżej cytatów jest zwrócenie uwagi na brak jednoznaczności w ocenie etycznej działań związanych ze stosowaniem socjotechnik. Nie wydaje się możliwe całkowite wyeliminowanie tej niejednoznaczności, natomiast można podjąć próbę wyznaczenia kategorii porządkujących refleksję, budujących podstawę oceny moralnej działań związanych z wykorzystywaniem schematów poznawczych umożliwiających uzyskiwanie stałej, przewidywalnej reakcji.

Jakiegokolwiek analizy dotyczące refleksji etycznej wymagają umiejscowienia w ogólnych rozważaniach etycznych. Podejmowane w niniejszych rozważaniach próby należy zaliczyć do etyki stosowanej, bowiem chodzi w nich głównie o zwrócenie uwagi na konieczność refleksji etycznej podczas działań oddziaływania społecznego oraz o wskazanie kryteriów mogących tę refleksję umożliwić. Nie są to zamierzenia ambitne, ale wobec braku tego typu analiz należy potraktować je, jako postawienie problemu, inicjujące namysł, także polemiczny.

Wydaje się, że stosunkowo prostym do przeprowadzenia zabiegiem będzie próba poddania ocenie etycznej działań socjotechnicznych. Wymaga to ustalenia kryteriów oceny etycznej, jakie stosuje się w odniesieniu do ludzkich czynów. Jan Hartman, jako kryteria oceny moralnej podejmowanych przez jednostki działań wymienia:

- *„Intencje i motywy działającego,*
- *Zalety (cnoty) moralne, które dochodzą do głosu w danym uczynku,*
- *Wartości moralne, które realizowane są przez dany uczynek,*
- *Zgodność uczynku z obowiązującymi zasadami postępowania oraz podjętymi zobowiązaniami,*

²⁸ K. Hogan, *Nauka perswazji. Czyli jak w 8 minut postawić na swoim*, Wyd. REBIS. Poznań 2007, s. 15.

²⁹ Tamże, s. 17.

- *Zgodność czynku z sumieniem. Sumieniem nazywamy właśnie umiejętność kojarzenia konkretnych postępów (zamierzanych bądź już spełnionych) z obowiązującymi nas zasadami,*
- *Korzystne skutki czynku.*”³⁰

Natomiast zdaniem Wojciecha Jerzego Bobera ocenie moralnej mogą podlegać następujące elementy czynu:

- Motywy,
- Intencje,
- Charakter działającego,
- Normy postępowania, do których czyn się odwołuje,
- Sytuację moralną jaka wytworzyła się na skutek działania,
- Skutki działania.³¹

Marcin Cichosz w artykule pt.: *Znaczenie intencji dla moralnej oceny czynu – stanowisko Daniela Wegnera*³² upraszcza i porządkuje wymieniane przez J. Hartmana i W.J. Bobera kategorie, na składowe przed podjęciem działania i zalicza do nich: ocenę motywów, ocenę intencji³³ oraz składowe po wykonaniu działania, czyli: ocenę relacji czynu do norm społecznych, ocenę osoby działającej a także ocenę skutku.³⁴ Wprowadzone przez M. Cichosza rozgraniczenie z jednej strony wpisuje się w etyczne tradycje oceny działań tj. tzw. nurty intencjonalistyczne i konsekwencjonalistyczne, z drugiej wydają się tworzyć dobry fundament do etycznej analizy wywierania wpływu. Niektóre kryteria oceny przy ogólnej ocenie działania obejmującego oddziaływanie, z konieczności będzie trzeba pominąć. Na przykład ocenę osoby działającej, jest to kryterium możliwe do zastosowania w odniesieniu do konkretnych czynów i osoby w nie zaangażowanej, podobnie jest w przypadku oceny relacji czynu do norm społecznych, dotyczy to norm obowiązujących w konkretnej kulturze, w konkretnym prawodawstwie. Zostaną zatem wzięte pod uwagę:

- Motywy – czyli, potrzeby jakimi kieruje się osoba działająca.

³⁰J. Hartman, *Bioetyka dla lekarzy*, Wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2008, w: http://www.iphils.uj.edu.pl/~j.hartman/text/filozofia_polityczna,_etyka/podstawy_etyki.rtf, data dostępu: 9.08.2012.

³¹ W.J. Bober, *Pluralizm etyczny i problem oceny moralnej*, w: <http://www.simp.pl>, data dostępu: 9.08.2012.

³²M.Cichosz, *Znaczenie intencji dla moralnej oceny czynu – stanowisko Daniela Wegnera*, w: *Analiza i Egzystencja*, nr 8, 2008, s. 49 - 63

³³ W przypadku motywów chodzi o przyczynę działania, a w przypadku intencji chodzi o towarzyszące temu działaniu chęci. To wprowadzone przez M. Cichosza za W.J. Boberem wydaje się nie do końca czytelne, patrz: W.J. Bober, *Pluralizm etyczny i problem oceny moralnej*, w: <http://www.simp.pl>, s. 4; ³³M.Cichosz, *Znaczenie intencji dla moralnej oceny czynu – stanowisko Daniela Wegnera*, w: *Analiza i Egzystencja*, nr 8, 2008, s. 51.

³⁴M.Cichosz, *Znaczenie intencji dla moralnej oceny czynu – stanowisko Daniela Wegnera*, w: *Analiza i Egzystencja*, nr 8, 2008, s. 51.

- Intencje – czyli, zamiary wobec osoby uczestniczącej w interakcji.
- Skutki – czyli, konsekwencje jakie pojawiły się w efekcie interakcji.

Jak wykazano wcześniej, istotą działań, na których opiera się analizowany przez nas typ oddziaływania społecznego, jest wywoływanie bezrefleksyjnych, automatycznych reakcji opartych na uproszczonej ocenie sytuacji, z założenia zatem chodzi o przejęcie kontroli nad reakcjami osoby, o której zmianę przekonań, emocji, zachowań chodzi. Ostatnie kryterium może budzić najwięcej wątpliwości, bowiem w przypadku wywierania wpływu, chodzi o spodziewane efekty, wiadomo na jakiego rodzaju automatyczną reakcję wpływający liczy, i można tu raczej mówić o powodzeniu bądź o niepowodzeniu działania. Ale z drugiej strony, czy obniżenie tonu głosu u osoby mówiącej podniesionym głosem, umożliwiające zmianę napięcia emocjonalnego i uniknięcie konfliktu, uzyskane dzięki zastosowaniu efektu odzwierciedlenia³⁵ ocenimy jako nieetyczne? W przytoczonym przykładzie o moralnej ocenie czynu prawdopodobnie zdecydowałyby intencje i motyw, zatem to właśnie one należy uznać za kluczowe dla etycznej oceny stosowania socjotechnik.

Ze względu na wprowadzony we wstępie kontekst sytuacyjny wywierania wpływu, związany ze środowiskiem pracy i kompetencjami pracowniczymi, konieczne jest, jak zaznaczono wcześniej, ograniczenie przedmiotu analizy. Bowiem ten rodzaj oddziaływania dotyczy bezpośrednich kontaktów rozgrywających się w zróżnicowanych liczebnie układach interakcyjnych, będziemy zatem mieli do czynienia z perswazją, przy czym jak zaznaczono wcześniej z tą opartą na stosowaniu socjotechnik.

Analiza wymaga także wyznaczenia siatki kategoryzacyjnej, która zostanie wykorzystana. Po pierwsze perswazja może mieć charakter informacyjny i normatywny, po drugie, motyw oddziaływania mogą służyć realizacji potrzeb wyłącznie osoby oddziaływującej lub może służyć realizacji potrzeb obu stron – zmiana twojej postawy przyniesie obustronne korzyści, po trzecie, intencją wywierającego wpływ może być chęć zaszkodzenia, np. wyeliminowania konkurencji lub podjęcie współpracy. Poniższa tabela ujmuje opisane powyżej kryteria.

PERSWAZJA	
Informacyjna	Normatywna

³⁵ Jeden z rodzajów odzwierciedlenia polega na automatycznym naśladowaniu zachowań osób uczestniczących w interakcji, patrz: M.L. Knapp, J.A. Hall, *Komunikacja niewerbalna w interakcjach międzyludzkich*, Wyd. ASTRUM, Wrocław 2000, s. 339 – 343.

Motywy	Indywidualne potrzeby	Takie „zarządzanie” informacją, które jest korzystne do realizacji partykularnych potrzeb włączając w to prezentowanie fałszywych przesłanek i wniosków.	Możliwe manipulowanie normami, np. wykorzystywanie reguły wzajemności. ³⁶
	Wspólne potrzeby	Wykorzystywanie przepływu informacji do wypracowania wspólnej sytuacji i koniecznych zmian	Odnoszenie do wspólnie podzielanych wartości
Intencje	Zaszkodzenie	Manipulowanie informacjami w celu przejęcia kontroli	Możliwe manipulowanie normami, np.
	Podjęcie współpracy	Wykorzystywanie przepływu informacji do wypracowania wspólnej sytuacji i koniecznych zmian	Odnoszenie do wspólnie podzielanych wartości

Tab.1. Perswazja - ocena etyczna
Źródło: opracowanie własne

To bardzo schematyczne zestawienie pokazuje, że kluczem do rozpoznania korzystnych z etycznego punktu widzenia, działań podejmowanych w procesie oddziaływania, jest nie tyle wyszczególnienie czynów znajdujących się na indeksie, rozpoznanych jako naganne, ale raczej zwrócenie uwagi na specyfikę motywów i intencji, które towarzyszą naszemu działaniu, ukierunkowanemu na wspólnotę i nieinstrumentalne podejście do drugiej osoby. Nie ma podstaw do jednoznacznego wskazania, że dana socjotechnika jest nieetyczna, kiedy nie wiemy co kierowało osobą, która ją stosowała.

W te, nie do końca klarowne i jednoznaczne wytyczne, wpisuje się, bardzo często wykorzystywany w odniesieniu do przedsiębiorczości, dynamiczny model etyki sytuacyjnej Josepha Flechera. W modelu tym przyjmuje się, że okoliczności są podstawowym kryterium doboru właściwych form działania, ale dobór ten zawsze uzależniony jest od sposobu postrzegania sytuacji w danej chwili. Model ten akceptuje konieczność kierowania się w działaniu zasadą mniejszego zła, ze względu na dużą złożoność sytuacji i brak możliwości jej jednoznacznej oceny. Tym co ma zapewniać wysoki standard etyczny w myśleniu, w kategoriach etyki sytuacyjnej są czynniki będące swoistego rodzaju punktami kontrolnymi, należą do nich: cele, metody, motywy i konsekwencje. Strukturę celów należy badać z perspektywy: różnorodności celów, hierarchii celów, kompatybilności celów. W przypadku metod, ich akceptowalność, oraz to, co chyba najtrudniejsze do oszacowania ze względu na ich probabilistyczny charakter ocenę ich skuteczności. Ocena motywów wymaga analizy dotyczącej stopnia ich jawności tj. jakimi motywami kierują się osoby działające, jakie są jawne, a co może być motywujące, ale nikt o tym głośno nie mówi. Czy motywy są grupowe,

³⁶ R.B. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2002, s. 33 – 64.

czy kryją się za nimi partykularne interesy, do jakiego systemu wartości się odnoszą. Natomiast konsekwencje należy badać z perspektywy różnych ram czasowych, różnych podmiotów zaangażowanych w działanie oraz w odniesieniu do bliższych i dalszych kontekstów społecznych.³⁷

Etyka członkostwa w grupie

Kluczowe dla niniejszych rozważań, jak zaznaczono wcześniej, są motywy działania. Bowiem w przypadku stosowania socjotechnik, to one, jak wykazano powyżej, przesądzają o doborze metod i ostatecznie decydują o konsekwencjach. Warunkiem etyczności działania, przy wprowadzonych przez J. Flechera kategoriach jest jawność motywów, kierowanie się wspólnymi motywami grupy i odnoszenie się do podzielanego systemu wartości – w przypadku środowiska pracy – będące podstawą kultury organizacyjnej. Propozycję podejścia, nawiązującego do tych wymogów podsuwają K. Adams i G.J. Galanes w pracy *Komunikacja w grupach*.³⁸ W rozdziale poświęconym etyce członkostwa w grupie, swoje wskazówki odnoszą do jakości komunikacji³⁹ oraz jej konsekwencji dla relacji w grupie i efektywności przy wykonywaniu określonych zadań. Ich zdaniem, z etycznego punktu widzenia każdy członek grupy ponosi odpowiedzialność, za decyzje dotyczące swoich działań. „Wiedzieć, co powinno się zrobić i pytać, czy powinno się to zrobić, to nie to samo. Działania związane z komunikowaniem się między członkami grupy mają określone konsekwencje dla nas i dla innych, dlatego też powinniśmy zdobyć rozeznanie, czy ogół naszych działań jest etyczny.”⁴⁰ Etyczne standardy członkostwa w grupie ich zdaniem powinny dotyczyć takich kwestii jak:

- Wola komunikowania się poszczególnych członków grupy,
- Sposób traktowania innych,
- Obchodzenie się z informacjami,
- Obowiązki wobec grupy.

Wola komunikowania się postuluje zachowanie pełniej otwartości komunikacyjnej, pozwala to na wykorzystanie swojego potencjału intelektualnego, twórczego, pomaga

³⁷ V.E. Henderson, *The Ethical Side of Enterprise*, w: Sloan Management Review 1982, nr 23, s. 37 – 47.

³⁸ K. Adams, G.J. Galanes, *Komunikacja w grupach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

³⁹ Wykorzystanie zasad dotyczących komunikacji w odniesieniu do etyki wywierania wpływu nie powinno budzić zastrzeżeń. Większość socjotechnik opiera się na budowaniu określonych przekazów, np. Kim Barnes w swojej książce *Wywieranie wpływu*, wyróżnia dwa rodzaje technik wywierania wpływu: ekspresyjne, czyli oparte na różnych formach wypowiedzi oraz receptywne oparte na różnych technikach słuchania, patrz: K. Barnes, *Wywieranie wpływu*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2011.

⁴⁰ K. Adams, G.J. Galanes, *Komunikacja w grupach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 32 – 33.

wzajemnie stymulować się do pracy umożliwia wymianę wiedzy, ale także dzięki otwartości ewentualne trudności mogą zostać szybko wyeliminowane.

Sposób traktowania innych, warunek ten dotyczy zindywidualizowanego podejścia do każdego uczestnika interakcji, wzajemnej świadomości swojego istnienia i liczenie się ze sobą.

Obchodzenie się z informacjami oznacza zdaniem autorów, że *„członkowie grupy powinni wykorzystać najmocniejsze strony swego krytycznego myślenia do oceny informacji, pomysłów i propozycji, które pojawiają się w grupie. Powinni oceniać także informacje gruntownie i bezstronnie.”*⁴¹

Obowiązki wobec grupy oznaczają przedkładanie celów i motywów grupowych nad swoje cele i motywy partykularne.

Sformułowane przez K. Adams'a i G.J. Galanes'a standardy na pierwszy rzut oka stoją w sprzeczności z możliwością stosowania jakichkolwiek socjotechnik, uwaga ta dotyczy w szczególności trzeciego warunku dotyczącego sposobu obchodzenia się z informacjami, w którym nie mam miejsca na automatyzm poznawczy. Ale z drugiej strony, można ponownie popatrzeć na nie, z punktu widzenia intencji, jakie towarzyszą naszym działaniom w grupie i tak rozpatrywane mogą stać się kanonem wartości grupowych, porządkującym i podporządkowującym pozostałe wartości ukierunkowujące zachowania członków zespołu. W takim przypadku za nieetyczne należy uznać zachowania naruszające sformułowane przez K. Adams'a i G.J. Galanes'a standardy. W proponowanym rozumieniu, nieetyczne jest na przykład użycie negatywnego stereotypu do oceny sytuacji w celu zdeprecjonowania jakiejś propozycji, ale wykorzystanie zaraźliwości emocjonalnej po przez prezentowanie swojego entuzjazmu wobec zadania, w celu pobudzenia aktywności grupy wydaje się nie godzić w ustalone normy. Pierwszy przykład stanowi merytoryczne naruszenie zasady, natomiast w drugim jest ono formalne, bowiem w istocie chodzi o realizację standardu. Ponownie wracamy do intencji i motywów działania, nie są one pewnym gruntem, ale jak się wydaje to właśnie ich zgodność ze omawianymi normami członkostwa w grupie jest kluczem do określenia etyczności działania i zachowaniem wysokich standardów moralnych. Istnienie takiego zestawu „norm nadrzędnych” jest tym istotniejsze, że w przypadku stosowania socjotechnik istnieje wiele mechanizmów „odczulających” na moralną ocenę postępowania, zwracają na to uwagę D.M. Messick, R.K. Ohme, w pracy *Power and Influence in*

⁴¹Tamże, s.33.

*Organizations*⁴² w rozdziale poświęconym etycznym aspektom psychologii społecznej⁴³. Do mechanizmów tych zaliczają między innymi:

- rutynizację pracy - skupianie się na bezrefleksyjnym, automatycznym wykonywaniu zadania,
- dehumanizację – przedmiotowe traktowanie podmiotu swojego oddziaływania,
- stosowanie eufemistycznych opisów dla swoich działań.

Bibliografia

K. Adams, G.J. Galanes, *Komunikacja w grupach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

E. Aronson, T. D. Wilson, R. M. Akert, *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Wyd. Zysk i Ska, Poznań 1997.

K. Barnes, *Wywieranie wpływu*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2011.

W.J. Bober, *Pluralizm etyczny i problem oceny moralnej*, w: <http://www.simp.pl>

J.Borg, *Perswazja. Sztuka pozytywnego wpływania na ludzi*, PWE, Warszawa 2011.

R.B. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2002.

N. Chmiel (red.), *Psychologia pracy i organizacji*, GWP, Gdańsk 2007.

M.Cichosz, *Znaczenie intencji dla moralnej oceny czynu – stanowisko Daniela Wegnera*, w: *Analiza i Egzystencja*, nr 8, 2008

M. Frese, *Zmiany charakteru pracy*, w: N. Chmiel (red.), *Psychologia pracy i organizacji*, GWP, Gdańsk 2007.

D. Goleman, *Inteligencja emocjonalna w praktyce*, Wyd. Media Rodzina, Poznań 1999.

J. Hartman, *Bioetyka dla lekarzy*, Wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2008, w:

http://www.iphils.uj.edu.pl/~j.hartman/text/filozofia_polityczna_etyka/podstawy_etyki.rtf

V.E. Henderson, *The Ethical Side of Enterprise*, w: *Sloan Management Review* 1982, nr 23, s. 37 – 47.

K. Hogan, *Nauka perswazji. Czyli jak w 8 minut postawić na swoim*, Wyd. REBIS. Poznań 2007.

⁴² R.M. Kramer, M.A. Neale, *Power and Influence in Organizations*, SAGE Publications, London, New Delhi 1998.

⁴³ D.M. Messick, R.K. Ohme, *Some Ethical Aspects of the Social Psychology of Social Influence*, w: R.M. Kramer, M.A. Neale, *Power and Influence in Organizations*, SAGE Publications, London, New Delhi 1998, s. 188 - 189.

- M.L. Knapp, J.A. Hall, *Komunikacja niewerbalna w interakcjach międzyludzkich*, Wyd. ASTRUM, Wrocław 2000.
- D.T. Kenrick, S. L. Neuberg, R. B. Cialdini, *Psychologia społeczna*, GWP, Gdańsk 2002.
- W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych*,
<http://www.slownik-online.pl/kopalinski/11C2FA32B385B2C0C12565D9004D71C4.php>,
- M. Korolko, *Sztuka retoryki*, PWN, Warszawa 1990.
- R.M. Kramer, M.A. Neale, *Power and Influence in Organizations*, SAGE Publications, London, New Delhi 1998.
- D.M. Messick, R.K. Ohme, *Some Ethical Aspects of the Social Psychology of Social Influence*, w: R.M. Kramer, M.A. Neale, *Power and Influence in Organizations*, SAGE Publications, London, New Delhi 1998.
- G. Osika, *Perswazja – charakterystyka procesu*, w: Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, seria: Organizacja i Zarządzanie, z. 33, Gliwice 2005.
- Roland B. Adler, Lawrence B. Rosenfeld, Russell F. Proctor II w swojej pracy pt.: *Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się*, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2006.
- L. Rashotte, *Social influence*,
http://www.blackwellpublishing.com/sociology/docs/BEOS_S1413.pdf
- P.G. Zimbardo, M. R. Leippe, *Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego*, Wyd. Zysk i S-ka, Poznań 2004.
- A. Zwoleński, *Słowo w relacjach społecznych*, WAM, Kraków 2003.
<http://www.edupedia.pl/result>