

*Krystyna Doroszewicz*  
Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Warszawa

*Psychologia Jakości Życia*  
2008, tom 7, nr 1 i 2 (19–45)

*Kamil Sijko*  
Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Warszawa

## **Kwestionariusz Wpływu Społecznego w bliskich związkach**

Artykuł prezentuje kolejne etapy konstrukcji kwestionariusza do pomiaru wywierania wpływu w bliskich związkach. Opracowanie oryginalnego polskiego narzędzia bazuje na analizie wcześniejszych technik stosowanych w badaniach amerykańskich (np. Falbo i Peplau, 1980; Buss, Gomes, Higgins i Lauterbach, 1987; Buss, 1992). Pula stwierdzeń zamieszczonych w kwestionariuszu pochodzi z wypowiedzi kobiet i mężczyzn w różnym wieku uzyskanych w badaniach pilotażowych. Ostatecznie opracowane narzędzie składa się z 81 pozycji i 5-stopniowych skal, które tworzą, jak wykazała analiza czynnikowa, 16 czynników (taktyk wpływu społecznego). Wykazano także, że kwestionariusz jest rzetelny ( $\alpha = 0,93$ ).

Słowa kluczowe: bliskie związki, taktyki wpływu, wpływ społeczny.

## Wprowadzenie

Definicja wpływu społecznego przyjęta w tej pracy inspirowana jest przez psychologię ewolucyjną, która podkreśla znaczenie interakcji jednostka – środowisko zachodzących na trzech poziomach (Buss, 1987). Pierwszy z nich to poziom selekcji, który zakłada, że nawet tak ogólne działania, jak wybór miejsca zamieszkania albo partnera życiowego mają duży wpływ na to, z jakimi oddziaływaniami jednostka może się spotkać w przyszłości, a z jakimi prawdopodobnie się nie spotka, np. osoba wysoko reaktywna może wybrać jako miejsce zamieszkania raczej dom w spokojnej okolicy niż kamienicę przy ruchliwej ulicy w centrum dużego miasta – w ten właśnie sposób tak kształtuje swoje środowisko, że ma mniejszą szansę na spotkanie w nim niepożądanych z jej punktu widzenia bodźców. Drugim poziomem jest ewokacja, czyli nieintencjonalne wywoływanie pewnych zachowań czy bodźców ze środowiska. Polegać to może np. na tym, że osoby mające problemy z koordynacją ruchową mogą wywoływać wokół siebie dużo hałasu, a żywiołowy temperament dziecka skłaniać będzie otoczenie (np. rodziców dziecka) do większej kontroli. Ostatnim poziomem interakcji jest manipulacja, w ramach której jednostki intencjonalnie kształtują, tworzą lub zmieniają swoje środowisko. Przykładem może być wrażliwa na sztukę osoba, która dekoruje swoje mieszkanie rzeźbami i obrazami, albo osoba o dużej potrzebie dominacji, która wzmacniać będzie w innych zachowania uległe. Tak więc manipulację Buss definiuje jako *celowe lub intencjonalne (jednakże niekoniecznie na poziomie świadomym) wywoływanie zmian, wywieranie wpływu na inne osoby*. Termin ten nie implikuje złych intencji osoby je stosującej<sup>1</sup>, jednak również ich nie wyklucza. Podejście ewolucyjne przypisuje manipulacji wielką wagę z punktu widzenia realizacji podstawowych celów biologicznych, do których należy wybór partnera i utrzymanie bliskich związków.

Wpływ społeczny manifestuje się poprzez zachowania, dzięki którym jednostka „stawia na swoim” (*get their way*). Pojęcie taktyki wpływu społecznego odnosi się do *takich kategorii zachowań, które współwystępują ze sobą (są bardzo silnie skorelowane)*. Dodatkowym problemem jest to, że owe zachowania można opisywać różnymi określeniami oraz na różnych poziomach ogólności, np. można mówić o krzyczeniu, znieważaniu lub agresji psychologicznej – każde określenie może opisywać jedno i to samo zachowanie, różnią się one natomiast stopniem ogólności. *Idea pojęcia taktyki wpływu społecznego zakłada posługiwanie się pojęciami dużego zasięgu*. Operacyjnie mówimy o takim pojęciu wtedy, kiedy możemy do niego przyporządkować minimum dwa pojęcia niższego rzędu, którym z kolei możemy przypo-

<sup>1</sup> Pojęcie manipulacji w kontekście wpływu społecznego zakłada, że osoba wywierająca wpływ nie liczy się z interesem obiektu oddziaływań, lecz zorientowana jest na osiągnięcie własnych korzyści, co nadaje temu terminowi pejoratywne znaczenie (Witkowski, 2000). Ponadto, jak pisze Nawrat (1989), osoby poddawane wpływowi mają mylne przekonanie, że kontrolują sytuację.

rządkować minimum dwa różne zachowania. Przykładem takiego byłoby np. pojęcie negocjacji – dwa przykładowe pojęcia niższego rzędu to np. argumentowanie oraz słuchanie argumentów drugiej strony, a dwa zachowania argumentowania to np. wychwalanie swojego pomysłu oraz rozmawianie o swoim pomysle.

Taktyki wpływu w bliskich związkach są przedmiotem badań od ponad 20 lat. Najczęściej mają one charakter badań kwestionariuszowych. Najpierw zbiera się swobodne wypowiedzi od różnych osób na temat tego, jak próbują nakłonić partnera do czegoś (np. wspólnego wyjazdu na urlop) lub powstrzymać od czegoś (np. robienia nieprzemysłanych zakupów). Opisy tych zachowań stanowią pozycje kwestionariusza, a badani określają, jak często zachowują się wobec partnera w określony sposób. Przegląd badań dotyczących taktyk wpływu stosowanych w bliskich związkach pokazuje, że nie ma jednej ogólnie przyjętej klasyfikacji. Poszczególni badacze wyodrębniają różną liczbę taktyk: od 1 do ponad 160 (Rhoades, 2002).

Na przykład Toni Falbo i Letitia Peplau (1980) prosiły badanych o napisanie eseju na temat: „W jaki sposób stawiam na swoim”. Następnie eseje były oceniane przez sędziów kompetentnych. W efekcie wyodrębniono 13 strategii władzy, czyli instrumentów osiągnięcia swoich celów. Można scharakteryzować je na dwóch wymiarach: bezpośrednio/pośrednio i jednostronne/dwustronne. Do strategii bezpośrednich należą: prośba, rozmowa, polecenie. Pośrednie oddziaływanie polega na wzbudzaniu pozytywnych lub negatywnych emocji (np. przyjemności, poczucia winy), robieniu aluzji oraz wycofaniu się z kontaktu. Strategie jednostronne (bez uwzględniania interesu partnera) obejmują, m.in. wyrażanie własnych potrzeb, ograniczenie kontaktu z partnerem, na przykład odmowę rozmowy z nim, oraz niezależne realizowanie swoich potrzeb, w myśl zasady „każdy robi swoje”. Przeciwnie strategii dwustronne polegają na przekonywaniu partnera, szukaniu kompromisu, logicznym uzasadnianiu własnego stanowiska. Badani mężczyźni uważali, że mają więcej władzy w związku niż ich partnerki i częściej niż kobiety deklarowali, że posługują się strategiami bezpośrednimi i dwustronnymi.

Listę taktyk stosowanych w bliskich związkach uzupełnili Judith Howard, Philip Blumstein i Pepper Schwartz (1986). Wyodrębnili oni następujące kategorie taktyk: manipulację (schlebianie partnerowi, kuszenie go), robienie niemiłych aluzji na temat zachowania partnera w obecności innych, przywoływanie swoich dawnych zasług, błaganie (płacz, ucieczka w chorobę, okazywanie bezradności), zastraszanie (groźby, ośmieszanie, obrażanie, agresja), autokratyzm (naleganie, odwoływanie się do swojego autorytetu), wycofywanie się (dąsanie się, wzbudzanie u partnera poczucia winy, opuszczanie „sceny”), a także pertraktowanie (przekonywanie, szukanie kompromisu, wymiana).

David Buss, Mary Gomes, Dolly Higgins i Karen Lauterbach (1987) najpierw poprosili 67 studentów o opisanie tego, co robią, kiedy chcą swojego partnera do jakiegoś zachowania przekonać lub w drugim warunku – zniechęcić. Otrzymane w taki sposób odpowiedzi zostały przez sędziów kompetentnych przyporządkowane do

pięciu taktyk wpływu w bliskich związkach. Kolejnym etapem była confirmacyjna analiza czynnikowa obliczona na danych uzyskanych od 59 randkujących par. Potwierdziła ona wyróżnione wcześniej taktyki i ujawniła jedną dodatkową, tak więc badając związki romantyczne na etapie randkowania zidentyfikowano sześć taktyk. Są to: „czarowanie” – na przykład, prawienie partnerowi komplementów; „ciche dni”, czyli ignorowanie go, dopóki nie spełni naszej prośby; przymus – na przykład żądanie wprost lub grożenie; przekonywanie partnera; regresja, czyli niedojrzałe reakcje, na przykład płacz, ucieczka w chorobę; oraz poniżanie, deprecjonowanie siebie lub partnera. Nie stwierdzono różnic między płciami w częstości stosowania tych taktyk. Co więcej, okazało się, że te same taktyki służą nakłanianiu partnera zarówno do tego, by coś zrobił, jak i do tego, by zaprzestał czegoś. Jedynie „czarowanie” było stosowane częściej w nakłanianiu partnera, a przymus i „ciche dni” służyły raczej zaniechaniu przez niego czegoś.

W późniejszych badaniach David Buss (1992) raz jeszcze poprosił 132 studentów o opisanie sposobu, w jaki nakłaniają bliskie sobie osoby (tym razem nie tylko partnerów – również rodzinę, przyjaciół itd.) do pożądanых zachowań. W ramach identycznej procedury powstało nowe, większe narzędzie, które w kolejnym etapie badania zostało wypełnione przez 107 par małżeńskich. Analiza czynnikowa potwierdziła wyróżnione wcześniej czynniki oraz wyłoniła sześć jeszcze innych taktyk. Były to: wzbudzanie poczucia odpowiedzialności, wymiana nagród, hardball, czyli „iść na całość”, co oznacza uciekanie się do przemocy i kłamstw, wzbudzanie przyjemności („zobacz, jakie to mile”), porównania społeczne oraz nagrody pieniężne, czyli próba przekupstwa.

W literaturze polskiej zagadnienie wywierania wpływu jest przedmiotem badań głównie w krótkotrwałych interakcjach zachodzących między obcymi (por. Doliński, 2005). Do nielicznych badaczy, którzy zwrócili uwagę na taktyki wywierania wpływu stosowane wobec osób, z którymi pozostajemy w jakichś relacjach (np. przełożony – podwładny, związki romantyczne), należą Stanisław Mika (2001) i Eugenia Mandal (2008).

Mika (2001) wraz z zespołem bazując na pracach Falbo (1977) oraz Falbo i Peplau (1980) skonstruował Kwestionariusz Sposobów Wywierania Wpływu zawierający 24 sposoby wywierania go. Badani szacowali na 5-stopniowej skali, jak często stosują każdy z nich. Natomiast sędziowie kompetentni oceniali je na trzech wymiarach wykrytych we wcześniejszych badaniach (Falbo, 1977; Falbo i Peplau, 1980): twarde – miękkie, bezpośrednie – pośrednie i racjonalne – nieracjonalne. Najliczniejsza była kategoria taktyk twardych: stanowcze wyrażanie swoich życzeń, podstęp, upór, metoda faktów dokonanych itp., znacznie mniej było sposobów miękkich: wymiana, kompromis, perswazja, uzasadnianie, prośba, rozmowa.

Mikę i wsp. (2001) interesowało wywieranie wpływu w kontekście władzy. Osobami badanymi byli głównie menedżerowie i kierownicy. Szczegółowe ustalenia dotyczą zróżnicowania stosowanych taktyk w zależności od natężenia potrzeby wła-

dzy, osiągnięć i afiliacji, pozycji osób, które były obiektem oddziaływań (przełożony, podwładny lub równorzędna), poczucia kontroli, płci i wykształcenia. Generalnie wyniki tych badań potwierdzają, że silna potrzeba władzy wyraża się w skłonności do częstszego wywierania wpływu na innych ludzi.

Z kolei celem wielu badań zaprezentowanych przez Mandal (2008) było ustalenie psychologicznych predyktorów taktyk stosowanych w związkach romantycznych w okresie randkowania oraz w związkach małżeńskich. Do pomiaru taktyk wpływu zastosowano skalę Taktyk Manipulacji w Bliskim Związku stanowiącą adaptację narzędzia (*Tactics of Manipulation*) opracowanego przez Bussa i współpracownicy (Buss, Gomes, Higgins i in., 1987). Za pomocą powyższej skali mierzono częstość stosowania następujących taktyk: czarowania (uwodzenia), błagania, argumentowania, dąsania się, nieodzywiania („ciche dni”) oraz wymuszania. Skala zawierała 24 pozycje (zachowania) diagnostyczne dla wymienionych 6 taktyk. Autorka badań ustaliła preferencje taktyk w zależności od płci (metrykalnej i psychologicznej), makiawelizmu, pragmatyzmu – pryncypializmu i postaw wobec miłości w okresie „chodzenia ze sobą”. W przypadku par małżeńskich uwzględniono dodatkowo zmienne związane z władzą opartą na finansach i atrakcyjności fizycznej partnerów.

Techniki manipulacji, takie jak np. „stopa w drzwiach”, mogą być i z pewnością są także stosowane w związkach długotrwałych charakteryzujących się intymnością. Jednak specyfika bliskich związków ogranicza poważnie stosowanie tego typu taktyk, ponieważ rozpoznane stanowią zagrożenie, np. utraty zaufania partnera. Z drugiej zaś strony bycie w związku oznacza współzależność partnerów w zaspokajaniu potrzeb i realizacji wspólnych celów, a to stwarza o wiele większe możliwości wpływu na zachowanie czy postawy partnera niż w przypadkowych interakcjach, możliwości te są inspiracją do stosowania specyficznych, zróżnicowanych taktyk czy strategii (np. Dwyer, 2005). Badania (Sijko, 2008) pokazały, że użycie taktyk wpływu pozostaje w zależności od interakcji predyspozycji osobistych oraz właściwości sytuacji, takich jak np. poprzednio użyta technika lub technika zastosowana przez partnera.

Zastanawiający może być fakt tak dużego rozrzutu w liczbie taktyk proponowanych przez badaczy. Należy zwrócić uwagę na potencjalne źródła takiego stanu rzeczy. Pierwsze z nich to typowa metodologia badań, polegająca na analizie czynnikowej wielu kwestionariuszy z różnorodnymi sposobami wywierania wpływu. Niestety metoda taka, pomimo licznych zalet, posiada również jedną istotną wadę – nie potrafi wskazać niczego o czym wcześniej badacz nie pomyślał. Analiza czynnikowa pomaga odkryć strukturę, ale tylko tych danych, które analizie poddamy. Tak więc, jeżeli badacze zawczasu pomyśleli o twierdzeniach, które mogłyby tworzyć strategię „cichych dni”, to istnieje szansa, że otrzymają czynnik, który można by tak interpretować, natomiast, jeżeli na etapie konstrukcji pierwotnego kwestionariusza zapomną o takich zachowaniach, to nawet, gdyby strategia taka była wykorzystywana przez osoby przez nich badane – nie zostanie ujawniona. Z tego źródła rozbieżności płynnie możemy przejść do drugiego, mianowicie etapu generowania pomysłów na ba-

zowe itemy kwestionariusza. Niektórzy badacze (np. Falbo i Peplau, 1980) piszą o procedurze dochodzenia do owych pierwotnych itemów, natomiast w innych pracach można na ten temat przeczytać mniej lub zgoła nic. U wspomnianych badaczek zastosowano procedurę mieszanych paradygmatów (*mixed-method*), w ramach której najpierw zastosowano badanie jakościowe, które stało się źródłem itemów dla późniejszego badania jakościowego. Spośród dostępnych metod taki sposób wydaje się najbardziej wiarygodny.

Nawiązując do opisanych w literaturze taksonomii taktyk i procedur ich wyodrębniania opracowano nowe polskie narzędzie do pomiaru nasilenia i rodzaju wywieranego wpływu.

## Procedura konstrukcji Kwestionariusza Wpływu Społecznego<sup>2</sup>

Pierwszy etap pracy nad konstrukcją kwestionariusza do pomiaru indywidualnych taktyk wywierania wpływu w bliskich związkach polegał na zgromadzeniu swobodnych opisów sposobów wywierania wpływu wobec swoich partnerów/partnerek. W tym celu przeprowadzono badania sondażowe wśród osób dorosłych, które otrzymały następujące zadanie (następującą instrukcję):

*Interesuje mnie, jak ludzie zachowują się, co robią w sytuacji, gdy chcą nakłonić bliską osobę (np. partnera, współmałżonka, dziecko, rodzica itp.) do zmiany zachowania, opinii czy decyzji. Często sama prośba nie wystarcza. Stosowane są wtedy różne inne sposoby. Postaraj się wymienić jak najwięcej konkretnych sposobów (co robią, co mówią) – zarówno tych łagodnych, jak i brutalnych.*

Ponadto powyższą instrukcję zamieszczano także na forach internetowych (np. grono.net, gazeta.pl i tym podobne).

Uzyskane wypowiedzi zostały zakodowane jako szczegółowe taktyki wpływu. Podczas analizy swobodnych opisów wykorzystano opisane w literaturze taktyki wpływu (Falbo i Peplau, 1980; Howard, Blumstein i Schwartz, 1986; Buss, 1992). Oprócz wyżej przytoczonych wyłoniono taktyki nowe, niewymieniane w innych źródłach. Ostatecznie w wersji eksperymentalnej KWS zamieszczono 120 pozycji. Osoby udzielające odpowiedzi były proszone o podanie następujących danych demograficznych:

---

<sup>2</sup> Kwestionariusz Wpływu Społecznego (KWS) został skonstruowany przez uczestników seminarium magisterskiego „Strategie wywierania wpływu w bliskich związkach” pod kierunkiem dr Krystyny Doroszewicz. Uczestnikami seminarium byli: Magdalena Cereniewicz-Oktaba, Donata Ciesielska, Beata Czmur, Ilona Cybula, Małgorzata Dudek, Iwona Kryształowicz i Kamil Sijko.

- wiek,
- płeć,
- aktualne zaangażowanie w związek,
- stan cywilny,
- wykształcenie,
- miejsce zamieszkania,
- długość związku,
- początek umawiania się na randki,
- pytanie selekcyjne o bycie w dłuższym związku (powyżej sześciu miesięcy).

Kwestionariusz został zamieszczony w internecie ([www.swps.edu.pl/as<sup>3</sup>](http://www.swps.edu.pl/as<sup>3</sup>)) 18 grudnia 2006 roku, a uczestnicy seminarium rozesłali e-maile do swoich znajomych oraz zamieszczali prośbę o wypełnienie go na różnych forach internetowych (np. [gazeta.pl](http://gazeta.pl), rekrutacja przez mailing SWPS).

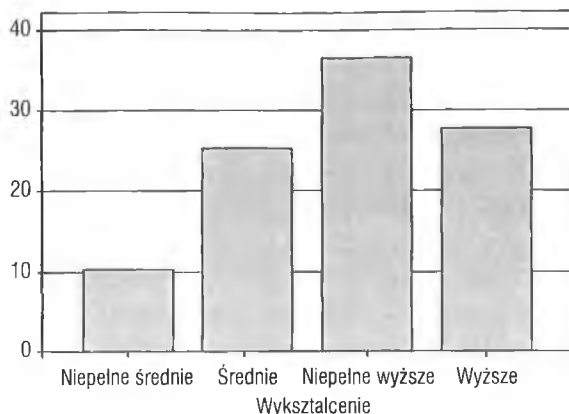
KWS w takiej formie był dostępny do 9 kwietnia 2007 roku, w tym czasie został wypełniony przez kilkaset osób ( $N = 827$ ). W badaniach internetowych dodatkowo kontrolowano dwa parametry:

- adres IP komputera, z którego wypełniano ankietę (jedynie dla celów eliminacji ewentualnych zdublowanych rekordów po kontroli zmienną usunięto i dalej nie analizowano),
- określający, z jakiego źródła promocji/rekrutacji pochodzi osoba badana.

## Charakterystyka próby

W badanej próbie znalazło się 244 mężczyzn i 583 kobiety. Najwięcej ankiet udało się zebrać z zamieszczonych linków na forach internetowych (44,1%), drugim źródłem były bezpośrednie prośby wysyłane e-mailami (z zastosowaniem metody kuli śnieżnej), w ten sposób zebrano jedną trzecią ankiet. Pozostałe ankiety pochodziły z różnych źródeł związanych ze Szkołą Wyższą Psychologii Społecznej, w tym mailingu wysyłanego do klientów księgarni internetowej „Psyche”, mailingu wysyłanego do studentów SWPS oraz próśb wysyłanych bezpośrednio do pracowników szkoły. Średnia wieku respondenta wyniosła nieco ponad 24 lata ( $M = 24,29$ ;  $SD = 6,8$ ). W próbie przeważały osoby, które opisywały swój związek jako „stały związek nieformalny” (51,6%), z innego pytania wiemy, że rzeczywiście przeważały osoby stanu wolnego (80,8%), na drugim miejscu uplasowały się osoby zamężne/żonate (14,1%), pozostałe określały się jako rozwiedzione lub owdowiałe. W próbie dominowały osoby z „niepełnym wyższym” wykształceniem (studenci), szczegółowy rozkład ilustruje rycina 1.

<sup>3</sup> W chwili pisania artykułu pod podanym adresem internetowym znajdowała się kolejna wersja kwestionariusza.



Rycina 1. Rozkład wykształcenia w próbie.

Ponad 50% próby stanowiły osoby mieszkające w dużych miastach (prawdopodobnie Warszawie), odsetek osób mieszkających w miastach poniżej 20 tys. mieszkańców (w tym wsiach) to 15,4%. 85,7% respondentów deklaroowało, że przynajmniej raz w życiu byli zaangażowani w związek trwający więcej niż sześć miesięcy.

## Analiza czynnikowa

Zgromadzone odpowiedzi zostały poddane analizie czynnikowej metodą głównych składowych z rotacją Oblimin. Ze zbioru 120 początkowych itemów odrzucono te, które niejednoznacznie ładowały czynniki (np. ładowały w podobnym stopniu dwa), w wyniku tej procedury pozostało 81 itemów. Analiza przeprowadzona na nich pokazała zasadność wyodrębnienia 16 czynników/taktyk, które łącznie wyjaśniały 59% wariancji. Ładunki czynnikowe po rotacji przedstawia tabela 1.

Kolejnym krokiem była analiza korelacji pomiędzy wyłonionymi czynnikami. Jej wyniki przedstawia tabela 2.



Tabela 1. Ładunki czynnikowe poszczególnych itemów

Macierz modelowa \ Składowa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Zamęczam partnera swoimi prośbami	0,629											-0,156	0,192	-0,22		
Zamęczam partnera swoimi wyjaśnieniami, uzasadnieniami prośby	0,529		0,215	-0,136	-0,106							-0,139	0,165	-0,204		
Postępuję zgodnie z zasadą „kropla drąży skałę”	0,473					0,282									0,435	
Po odmowie ponawiam próby nakłonienia partnera do spełnienia prośby po pewnym czasie	0,407					0,212				-0,29	-0,163				0,142	
Błagam partnera o spełnienie mojej prośby	0,401	0,202	-0,236					0,165	0,116	-0,129			0,118	-0,11		-0,117
Wygłaszam „kazanie” i powtarzam je aż do skutku	0,311		0,187	-0,153			0,153					-0,304	0,114		-0,142	-0,187
Pomniejszam znaczenie argumentów partnera	0,292		0,246	-0,168		0,246							0,225			
Staram się być miła	0,123	0,668	0,131								0,163	0,107		0,108		
Prawię komplementy partnerowi		0,625						0,343						-0,165		
Podkreślam zalety partnera		0,587	0,145					0,119				-0,116	-0,126	-0,324		-0,11
Schlebiam partnerowi		0,490						0,415			-0,178			-0,195		0,177
Próbuję partnera rozśmieszyć	-0,144	0,453				0,139	-0,111		-0,117	0,217	-0,246		0,163		0,114	-0,182
Uśmiecham się		0,425							-0,39	-0,129	-0,112				0,25	
Jasno tłumaczę swoje racje	0,126		0,618		0,176	-0,117				-0,108		0,128			0,161	

cd. tabeli 1

Składowa Macierz modelowa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Podaję konkretne argumenty uzasadniające mój pomysł		0,161	0,607					-0,121	0,109			0,111				
Odwotuję się do swojego doświadczenia	-0,203		0,566	-0,194		0,133										
Uwypuklam dobre strony mojej propozycji	0,145		0,482			0,128		0,176		-0,189	-0,205					
Jestem bardzo asertywna (stanowcza)			0,433					-0,102				-0,121		0,162		-0,396
Pokazuję korzyści płynące ze spełnienia mojej prośby	0,143		0,385					0,14		-0,37	-0,237	0,115				
Podkreślam, że mój pomysł jest korzystny dla naszego związku			0,321	-0,152				0,179		-0,298						-0,177
Mówię jak inni ludzie postępują w podobnych sytuacjach				-0,882												
Mówię jak zachowują się inni ludzie w podobnej sytuacji				-0,83												
Odwotuję się do opinii innych osób				-0,822												
Mówię, żeby brał przykład z innych				-0,756												-0,14
Przywołuję opinie ekspertów w danej dziedzinie			0,19	-0,532	0,111		-0,115				-0,123	0,1			0,127	0,219
Przypominam mu, ile dla niego zrobiłam				-0,463				0,202		-0,111	0,346					-0,211

cd. tabeli 1

Składowa Macierz modelowa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Używam przemocy					0,903											
Używam siły wobec partnera					0,89											
Straszę go; wtedy łatwiej ulega					0,695		0,131									
Tracę panowanie nad sobą i rzucając jakimś przedmiotem (np. rozbijam talerz)					0,513						0,185	-0,349				0,106
Grożę poważnymi konsekwencjami (np. wycofaniem wsparcia finansowego)			0,197		0,456		0,126	0,114			0,12		0,138		-0,121	
Obrażam partnera					0,455			-0,102	0,111	-0,109	-0,113	-0,348	0,197			-0,18
Stosuję epitety i wyzwiska					0,455							-0,418	0,192			-0,122
Nie mówię od razu wszystkiego		0,167				0,769								-0,115		
Stawiam partnera przed faktem dokonanym						0,589					0,137	-0,131			-0,199	
Najpierw proszę o małą przysługę, a później o spełnienie większej prośby						0,546		0,121								
Nie mówię całej prawdy o swojej prośbie			0,155		0,203	0,495	0,156	0,128						-0,129	-0,265	0,106
Wyczekuję na dobry moment	0,108					0,494			-0,206	-0,153						0,281
Kieruję rozmową tak, aby partner był przekonany, że to był jego pomysł (decyzja)	-0,107	-0,215				0,474	-0,109	0,114	-0,149	-0,131	-0,161			-0,215	0,161	-0,178

cd. tabeli 1

Składowa Macierz modelowa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Czekam, aż partner będzie miał jakąś prośbę do mnie i wtedy proponuję „wymianę”	0,214		-0,199	-0,129	0,104	0,242		-0,193	0,114		0,132	0,152	0,121		0,156	-0,168
Nie odzywam się dopóki nie uzyskam tego, czego pragnę	-0,101						0,697						0,1			-0,201
Przestaję rozmawiać z partnerem					0,151		0,649									
Dąsam się	0,208					-0,104	0,625		-0,151			-0,139	-0,191			
Obrażam się	0,157				0,11		0,622					-0,277				
Stosuję tzw. ciche dni						0,151	0,604				0,274		0,116			
Ograniczam kontakt z partnerem (odmawiam spotkań, nie odbieram telefonów)	-0,141					0,142	0,598				0,216	0,107	0,23			
Stroję fochy	0,24			-0,112		0,57		-0,213			-0,24	-0,11		-0,106		
Traktuję partnera „jak powietrze”	-0,155	-0,134			0,119		0,567				-0,152	0,106	0,269			
Jestem nadąsana dopóki nie uzyskam tego na czym mi zależy	0,278				0,127		0,565		-0,178							
Po prostu czekam aż sam się domyśli	-0,183		-0,141	-0,122	-0,231		0,381			0,139		-0,33			0,216	0,158
Unikam kontaktów intymnych dopóki nie osiągnę swojego celu					0,113		0,32				0,319		0,263		0,105	
Obiecuję jakiś prezent								0,756								-0,141
Przekupuję drobnymi prezentami								0,736		0,151						

cd. tabeli 1

Składowa Macierz modelowa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Obiecuję nagrodę za spełnienie mojej prośby	0,126						0,107	0,614	-0,109			0,133	-0,122		-0,209	-0,104
Stosuję zasadę „przez żółtek do serca mężczyzny”	-0,111	0,141				-0,111		0,566		0,219				-0,115	0,173	-0,131
Pewne sprawy załatwiam przez seks	-0,115	-0,1			0,117	0,181		0,461	-0,18		0,149		0,155			
Obiecuję, że następnym razem ja coś zrobię dla niego		0,173	-0,211	-0,129				0,369	0,112	-0,366					0,128	-0,128
Używam swojego uroku osobistego									-0,766						-0,129	
Wykorzystuję swoją atrakcyjność fizyczną		-0,106				0,149		0,206	-0,689		0,155					
Robię wielkie „maślane” oczy	0,13								-0,625			0,116		-0,171		
Przytulam się		0,398	-0,133						-0,461	-0,107					0,176	
Daję buziaka	-0,116	0,359	-0,11						-0,416							
Mówię o swoich uczuciach związanych ze sprawą (lub związanych z odmową partnera)			0,148					-0,119	-0,165	-0,635						
Podkreślam jak bardzo jest ta sprawa dla mnie ważna			0,148							-0,633						
Mówię, że określone zacho- wanie partnera rani mnie		0,137			-0,138	0,143	-0,147	-0,132	-0,539	0,21		0,153	-0,154			
Przekonuję jak będzie miło, jeśli partner spełni moją prośbę		0,288				0,149			-0,166	-0,482				0,138		

cd. tabeli 1

Składowa Macierz modelowa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Podkreślam, że sama sobie nie poradzę z daną sprawą						0,109	-0,135			-0,444	0,235			-0,419		
Przekonuję, że poczuje się lepiej, jeśli spełni moją prośbę	-0,111	0,193		-0,301		0,142				-0,368	-0,176					-0,155
Przypominam partnerowi, że mi to obiecał	0,208			-0,224			0,242			-0,355	0,183					-0,114
Mówię o tym jak bardzo poświęcam się dla niego				-0,33				0,141		-0,153	0,407	-0,185	0,149			-0,124
Robię awanturę	0,134				0,293							-0,559				
Krzyczę, wrzeszczę, wydzieram się	0,144				0,218		0,108					-0,548			-0,107	-0,16
Staram się partnera przekrzyknąć	0,217				0,177							-0,532	0,207			
Nie dopuszczam partnera do głosu					0,12	0,173					0,154	-0,382	0,235			
Zawstydzam partnera w obecności innych osób													0,756			
Robię nieprzyjemne aluzje na temat zachowania partnera w obecności osób trzecich											0,107		0,667			-0,113
Przedrzeźniam (nieakceptowane) zachowania partnera	0,15				0,103								0,576			
Opowiadam o problemie osobom trzecim wiedząc, że to dotrze do partnera				-0,113			0,11		0,158	0,202		0,52	-0,124		0,122	



Tabela 2. Korelacje pomiędzy czynnikami

		Przemoc	Awantura	Fochy	Ciche dni	Wzajemność i odpowiedzialność	Porównania społeczne	Bezradność	Kalkulacja	Deprecjacja	Presja	Ingracjacja	Przekupstwo	Flirt	Reklama	Odwrotanie do uczuć
Awantura	r	0,628														
	p	0,000														
Fochy	r	0,456	0,590													
	p	0,000	0,000													
Ciche dni	r	0,543	0,522	0,655												
	p	0,000	0,000	0,000												
Wzajemność i odpowiedzialność	r	0,348	0,448	0,458	0,462											
	p	0,000	0,000	0,000	0,000											
Porównania społeczne	r	0,261	0,371	0,352	0,309	0,576										
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000										
Bezradność	r	0,206	0,218	0,396	0,317	0,314	0,231									
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000									
Kalkulacja	r	0,202	0,230	0,305	0,288	0,509	0,313	0,365								
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000								
Deprecjacja	r	0,630	0,697	0,506	0,563	0,481	0,406	0,248	0,233							
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000							
Presja	r	0,484	0,633	0,593	0,531	0,641	0,512	0,354	0,452	0,636						
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000						



cd. tabeli 2

		Przemoc	Awantura	Fochy	Ciche dni	Wzajemność i odpowiedzialność	Porównania społeczne	Bezradność	Kalkulacja	Deprecjacja	Presja	Ingracjacja	Przekupstwo	Flirt	Reklama	Odwolanie do uczuć
Ingracjacja	r	-0,003	0,004	0,081	-0,009	0,237	0,116	0,271	0,300	-0,023	0,128					
	p	0,930	0,900	0,021	0,806	0,000	0,001	0,000	0,000	0,513	0,000					
Przekupstwo	r	0,182	0,182	0,206	0,193	0,458	0,228	0,207	0,353	0,188	0,312	0,495				
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000				
Flirt	r	-0,015	0,034	0,177	0,012	0,239	0,110	0,293	0,375	-0,011	0,152	0,527	0,386			
	p	0,661	0,329	0,000	0,738	0,000	0,002	0,000	0,000	0,752	0,000	0,000	0,000			
Reklama	r	-0,064	-0,031	-0,037	-0,098	0,255	0,239	0,013	0,272	-0,009	0,203	0,186	0,073	0,164		
	p	0,069	0,385	0,289	0,005	0,000	0,000	0,706	0,000	0,793	0,000	0,000	0,038	0,000		
Odwolanie do uczuć	r	0,049	0,153	0,220	0,117	0,466	0,348	0,212	0,409	0,139	0,324	0,289	0,166	0,397	0,529	
	p	0,159	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
Dialog	r	-0,322	-0,357	-0,321	-0,356	-0,080	-0,001	-0,074	0,050	-0,336	-0,241	0,163	-0,117	0,137	0,504	0,312
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,022	0,989	0,035	0,154	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000

Nawet pobieżna obserwacja tabeli 2 zwraca uwagę na bardzo silne interkorelacje pomiędzy skalami kwestionariusza (większość potencjalnych związków jest istotna). Korelacje są wynikiem przyjętej strategii konstrukcyjnej – badano jednolite zjawisko (wyniki można zsumować do jednej skali), jednak autorom zależało na jak najdokładniejszym opisie, a co za tym idzie – jak największej liczbie czynników.

Wszystkie wyróżnione skale charakteryzowały się zadowalającymi parametrami psychometrycznymi. Rzetelność wahała się od 0,73 w przypadku *Odwołania do uczuć* i *Bezradności*, do 0,89 w przypadku techniki *Fochów*. Najstabsze parametry psychometryczne posiada skala *Bezradności* (najniższa rzetelność, zaledwie dwa itemy), jednak pozostała ona w kwestionariuszu ze względu na dużą wartość merytoryczną przynajmniej do kolejnej rewizji. Szczegółowe statystyki rzetelności prezentuje tabela 3.

Tabela 3. Statystyki rzetelności skal

Statystyki rzetelności		
Taktyka	Alfa Cronbacha	Liczba pozycji
Dialog	0,75	5
Odwołanie do uczuć	0,73	5
Reklama	0,75	5
Flirt	0,78	6
Przekupstwo	0,75	5
Ingracjacja	0,81	3
Presja	0,80	7
Deprecjacja	0,82	6
Kalkulacja	0,77	8
Bezradność	0,73	2
Porównania społeczne	0,86	4
Wzajemność i odpowiedzialność	0,81	6
Ciche dni	0,86	6
Fochy	0,89	4
Awantura	0,83	4
Przemoc	0,80	5

## Analiza czynnikowa drugiego rzędu

Surowe wyniki na poszczególnych skalach zostały poddane powtórnej analizie czynnikowej (metodą głównych składowych, z rotacją Oblimin) w celu stwierdzenia, czy w przypadku wpływu społecznego w bliskich związkach można mówić o metaczynnikach (metatechnikach). Analiza wykazała istnienie trzech metaczynników, które łącznie wyjaśniają 61% wariancji. Szczegółowe ładunki czynnikowe oraz korelacje pomiędzy czynnikami przedstawiają tabele 4 i 5.

**Tabela 4.** Ładunki czynnikowe w analizie drugiego rzędu

Taktyka	Składowa		
	1	2	3
Deprecjacja	0,858		0,117
Awantura	0,842		
Presja	0,787	0,205	
Ciche dni	0,772	-0,141	
Przemoc	0,757	-0,133	
Fochy	0,726		-0,155
Wzajemność i odpowiedzialność	0,600	0,338	-0,251
Porównania społeczne	0,546	0,431	
Reklama		0,866	
Odwołanie do uczuć	0,160	0,705	-0,203
Dialog	-0,457	0,697	
Ingracjacja	-0,207		-0,835
Flirt	-0,160		-0,799
Przekupstwo	0,106	-0,123	-0,730
Bezradność	0,272		-0,481
Kalkulacja	0,279	0,293	-0,452

**Tabela 5.** Macierz korelacji rotowanych czynników drugiego rzędu

Taktyki		twarde	miękkie
miękkie	<i>r</i>	0,064	
	<i>p</i>	0,068	
pośrednie	<i>r</i>	0,399	0,320
	<i>p</i>	0,000	0,000

Podobnie jak w przypadku czynników pierwszego rzędu również i tutaj udało się uzyskać względnie niezależne czynniki. Do opisu ich zastosowano wymiar siły używany przez wielu autorów taksonomii taktyk wpływu społecznego (por. Kipnis i in., 1976; Howard i in., 1986; Bruins, 1999; Knippenberg i in., 1999). Siła taktyki definiowana jest jako stopień kontroli nad sytuacją i obiektem oddziaływań. Wymiar ten pozwala wyróżnić: taktyki miękkie, pośrednie i twarde. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na korelację taktyk pośrednich zarówno z taktykami miękkimi, jak i twardymi, a jednocześnie na brak związku taktyk twardych i miękkich. Sytuacja taka dobrze pasuje do modelu, w którym taktyki te usytuowane są na kontinuum od taktyk miękkich do twardych.

Typologia wyróżnionych taktyk częściowo pokrywa się z tymi znanymi z literatury – porównanie prezentujemy w tabeli 6.

## Charakterystyka Kwestionariusza Wpływu Społecznego

KWS składa się z 81 pozycji opisujących różne taktyki wpływu. Osoba badana proszona jest o zaznaczenie na 5-stopniowej skali (gdzie 1 oznacza nigdy, a 5 zazwyczaj), jak często stosuje daną taktykę, gdy pragnie nakłonić partnera/kę do uległości, tj. spełnienia jakiejś prośby, uzyskać coś od swojego/swojej partnera/ki bądź zmienić jego/jej zachowanie (*Co robisz, jeśli sama prośba nie wystarcza?*). Kwestionariusz występuje w dwóch wersjach: dla kobiet i mężczyzn. Kwestionariusz KWS pozwala na wyodrębnienie 16 taktyk wpływu. Ich zróżnicowanie na kontinuum kontroli od silnie kontrolujących do słabo kontrolujących zachowanie partnera/ki pozwala na wyodrębnienie trzech kategorii taktyk wpływu: twardych, pośrednich oraz miękkich.

Do pierwszej kategorii taktyk (*taktyki twarde*) należą:

- „Przemoc”, czyli stosowanie gróźb i przemocy wobec partnera, wymuszanie uległości siłą obejmuje 5 pozycji (4, 34, 48, 51, 66); np. *Straszę go/ją; wtedy łatwiej ulega.*
- „Awantura”, czyli nakłanianie partnera do uległości za pomocą bezpośredniej agresji werbalnej, opisywana jest przez 4 pozycje (8, 31, 33, 75); np. *Staram się partnera/rkę przekrzyknąć.*
- „Ciche dni” to taktyka polegająca na ignorowaniu partnera lub ograniczaniu kontaktu. Charakteryzuje ją 6 pozycji (2, 6, 12, 30, 61, 65); np. *Traktuję partnera/kę jak powietrze.*
- „Fochy” (dąsy, kaprysy, grymasy) polegają na okazywaniu niezadowolenia z powodu zachowania partnera w sposób pośredni (agresywno-bierny) – 4 pozycje (14, 38, 44, 46); np. *Jestem nadąsany/a dopóki nie uzyskam tego na czym mi zależy.*
- „Deprecjacja” (pomniejszanie wartości partnera, naruszaniu jego/jej godności) – 6 pozycji (19, 43, 54, 64, 68, 77); np. *Wyśmiewam zachowanie partnera/ki.*
- „Presja” (nacisk przez powtarzanie, „zamęczanie” swoimi „prośbami”) – 7 pozycji (3, 5, 15, 20, 24, 29, 32); np. *Zamęczam partnera/kę swoimi prośbami.*

Tabela 6. Zestawienie dwóch najważniejszych taksonomii taktyk wpływu z wynikami badań własnych

Falbo i Peplau (1980)	Buss, Gomes, Higgins i Lauterbach (1987); Buss (1992)	Doroszewicz i in. (2007)	
1. Ciche dni ( <i>withdrawal</i> )	1. Czarowanie ( <i>charm</i> )	1. Deprecjacja	Taktyki twarde
2. Dyskusja ( <i>talking</i> )	2. Deprecjacja ( <i>debasement</i> )	2. Awantura	
3. Działania na własną rękę ( <i>laissez-faire</i> )	3. Agresja ( <i>hardball</i> )	3. Przemoc	
4. Komunikowanie ( <i>telling</i> )	4. Przymus ( <i>coercion</i> )	4. Ciche dni	
5. Podkreślanie wagi problemu ( <i>stating importance</i> )	5. Wzajemność ( <i>reciprocity-reward</i> )	5. Presja	
6. Powtarzanie próśb ( <i>persistence</i> )	6. Regresja ( <i>regression</i> )	6. Fochy	
7. Przekonywanie ( <i>persuasion</i> )	7. Odpowiedzialność ( <i>responsibility invocation</i> )	7. Wzajemność i odpowiedzialność	
8. Racjonalne argumenty ( <i>reasoning</i> )	8. Porównania społeczne ( <i>social comparison</i> )	8. Porównania społeczne	
9. Sugerowanie ( <i>suggesting</i> )	9. Racjonalne przekonywanie ( <i>reason</i> )	9. Ingracjacja	Taktyki pośrednie
10. Targowanie się ( <i>bargaining</i> )	10. Reklama ( <i>pleasure induction</i> )	10. Flirt	
11. Wyrażanie negatywnych uczuć ( <i>negative affect</i> )	11. Nagrody ( <i>monetary reward</i> )	11. Przekupstwo	
12. Wyrażanie pozytywnych uczuć ( <i>positive affect</i> )	12. Ciche dni ( <i>silent treatment</i> )	12. Kalkulacja	
13. Zadawanie pytań ( <i>asking</i> )		13. Bezradność	
		14. Reklama	Taktyki miękkie
		15. Dialog	
		16. Odwołanie do uczuć	

Do drugiej kategorii taktyk (*taktyki pośrednie*) należą:

- „Bezradność” to taktyka przejawiająca się w nakłanianiu partnera do spełnienia polecenia/prośby za pomocą pokazywania zależności od partnera – 2 pozycje (17, 25); np. *Demonstruję bezradność (brak umiejętności)*.
- „Kalkulacja”, czyli wpływanie na partnera rozłożone w czasie, przemyślane, stopniowe dążenie do celu obejmuje 8 pozycji (10, 39, 55, 60, 67, 70, 72, 74); np. *Postępuję zgodnie z zasadą kropla drąży skałę*.
- „Wzajemność i odpowiedzialność” polega na odwoływaniu się do norm społecznych, wzbudzaniu poczucia wzajemności i odpowiedzialności – 6 pozycji (18, 22, 36, 41, 53, 79); np. *Przypominam, że ja też kiedyś uległem/łam jej/jego prośbie*.
- „Porównania społeczne” to taktyka polegająca na odwoływaniu się do opinii i zachowań innych ludzi jako ważnego standardu – 4 pozycje (35, 56, 78, 81); np. *Odwołuję się do opinii innych ludzi*.
- „Czarowanie”, czyli wprawianie partnera w dobry nastrój, złożone z trzech pomniejszych technik wpływu:
  - „Ingracjacji” (schlebienie partnerowi) – 3 pozycje (16, 49, 59); np. *Podkreślam zalety partnera/ki*.
  - „Przekupstwa” (dawanie lub obiecywanie jakiejś nagrody) – 5 pozycji (11, 21, 27, 47, 63); np. *Kupuję kwiaty oraz*
  - „Flirtu” (wykorzystywanie swojej cielesności) – 6 pozycji (1, 23, 37, 52, 69, 80); np. *Używam swojego uroku osobistego*.

Trzecią kategorię taktyk określonych jako *miękkie* tworzą negocjacje, czyli przekonywanie za pomocą różnych argumentów, pokazywania korzyści z przedstawionej propozycji, obejmujące:

- „Dialog” rozumiany jest jako współpraca partnerów w celu osiągnięcia porozumienia, kompromisu – 5 pozycji (26, 40, 42, 58, 71); np. *Przedstawiam argumenty za i przeciw, aby partner mógł sam podjąć decyzję*.
- „Odwoływanie się do uczuć” (przywoływanie uczuć i wartości własnych i partnera) – 5 pozycji (50, 57, 62, 73, 76); np. *Przekonuję, że poczuję się lepiej, jeśli spełni moją prośbę*.
- „Reklama” (reklama własnego pomysłu, zachwalanie własnej idei) – 5 pozycji (7, 9, 13, 28, 45); np. *Podaję konkretne argumenty uzasadniające mój pomysł*.

Wskaźnik nasilenia wywierania wpływu (suma ocen uzyskanych w odpowiedzi na wszystkie pozycje) mieści się w przedziale od 81 do 405 punktów. Wynik minimalny wskazuje, że badana osoba w życiu osobistym nie stosuje żadnych taktyk wpływu, nie robi nic szczególnego w kierunku osiągnięcia czegoś od swojego partnera. Natomiast osoba, która osiągnie wynik maksymalny, bardzo często posługuje się wszelkimi taktykami, aby coś uzyskać ze strony partnera. Wyniki uzyskane za

pomocą KWS pozwalają także obliczyć wskaźniki częstości stosowania poszczególnych 16 taktyk oraz wskaźniki stosowania trzech kategorii taktyk. W obu przypadkach wskaźnikami są średnie arytmetyczne częstości stosowania poszczególnych taktyk oraz kategorii taktyk.

Wskaźnik spójności wewnętrznej całego kwestionariusza wynosi: alfa Cronbacha 0,93.

## Trafność teoretyczna

W większości badań przedstawionych w niniejszym tomie zastosowano prezentowany kwestionariusz. Związki między bliskością odczuwaną przez partnerów, stylem przywiązania a rodzajem stosowanych taktyk, ich odmiennosc w zależności od poziomu bliskości i stylu przywiązania relacjonowane przez Dudek (2008) można uznać jako potwierdzenie trafności teoretycznej KWS. Stwierdzono m.in., że osoby odczuwające mniejszą bliskość częściej stosują techniki twarde i pośrednie niż osoby oceniające swój związek jako bardziej bliski. Również różnice pod względem nasilenia i rodzaju taktyk, jakie stwierdziła Cereniewicz (2008), porównując pary zadowolone i niezadowolone, stanowią argument na rzecz uznania opracowanej techniki jako trafnej. Na przykład małżonkowie o wysokiej satysfakcji istotnie częściej używają taktyk miękkich niż małżonkowie, którzy nie odczuwali satysfakcji. Ważkim dowodem mogą być wyniki uzyskane przez Ciesielską (2008). Porównanie taktyk wywierania wpływu stosowanych w związkach odmiennych kulturowo wykazało zgodne z przewidywaniami różnice. Polki pozostające w związkach polsko-muzułmańskich w mniejszym stopniu wywierały wpływ na partnera i stosowały odmienne taktyki niż Polki w związkach polsko-polskich. Kobiety zaangażowane w związki polsko-muzułmańskie mając mniej władzy, zgodnie z kulturą muzułmańską, stosują mniej taktyk twarde, więcej zaś pośrednich i miękkich. Przytoczone rezultaty badań ilustrują zróżnicowanie wywierania wpływu pod względem ilościowym i jakościowym w bliskich związkach zgodnie z przewidywaniami wynikającymi z różnych teorii, co można uznać na obecnym etapie za wystarczający dowód trafności teoretycznej kwestionariusza.

## Style wywierania wpływu w bliskich związkach

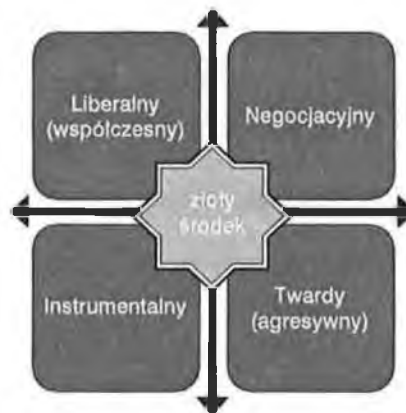
Dalsze badania nad zaprezentowanym kwestionariuszem mogą zmierzać do opracowania narzędzia pozwalającego na zidentyfikowanie dominujących u badanych taktyk. Prawdopodobnie stosowane przez jednostkę taktyki tworzą charakterystyczny dla danej jednostki styl wywierania wpływu na partnera.

Taktyki wpływu społecznego wyłonione na podstawie naszych badań można opisać na dwóch wymiarach:

1. Autonomia dawana partnerowi, tj. stopień kontroli decyzji, zachowania partnera; krańce tego wymiaru mogą stanowić: taktyki twarde (brak autonomii, wysoki stopień kontroli) oraz taktyki miękkie (duża autonomia dawana partnerowi, niski stopień kontroli).
2. Nastawienie na własne potrzeby, interesy vs nastawienie na dobro związku, czyli ja vs my.

Biorąc pod uwagę krańce tych wymiarów można wyodrębnić pięć stylów wywierania wpływu:

1. Wysoka autonomia + nastawienie na Ja obu partnerów (związek otwarty, płynny). Niski poziom wywierania wpływu można określić jako styl liberalny, nieingerujący („każdy robi swoje”).
2. Wysoka autonomia + nastawienie na utrzymanie i rozwój związku (związek stanowi wartość nadrzędną). Jest to styl negocjacyjny (rozwiązujemy wszystkie problemy tak, aby nie ucierpiał na tym związek)
3. Niska autonomia + nastawienie na Ja obu partnerów (bądź jednego) (ważne są moje interesy, „ja tu rządzę”). Taka postawa wyraża styl twarde (agresywny).
4. Niska autonomia + nastawienie na utrzymanie i rozwój związku: styl instrumentalny (cel uświęca środki), w którym dominują taktyki pośrednie.
5. Możliwy jest też styl piąty: Umiarkowana autonomia + nastawienie na związek i na Ja (złoty środek) – styl integracyjny.



Rycina 2. Typologia strategii wpływu społecznego.



Wymiary, na podstawie których skonstruowano powyższy model można odnieść do badań ujawniających ukrytą strukturę taktyk wpływu i relacji społecznych (Poppe, van der Kloot i Valkenberg, 1999). Biorąc pod uwagę 24 typy związków międzyludzkich i 26 strategii wpływu badacze prosili swoich respondentów o ocenę ich na 8-stopniowych skalach ocen. Przeprowadzona analiza wykazała w obu przypadkach trójwymiarową strukturę. Wyodrębniono następujące dymensje: kooperacja vs rywalizacja, siła – słabość i orientacja na zadanie vs orientacja na kwestie społeczno-emocjonalne. Wynik ten może oznaczać, że strategie wpływu społecznego i związki międzyludzkie są różnymi aspektami schematu poznawczego „wpływ społeczny”. Spośród trzech wymiarów dwa pokrywają się z naszymi: wymiar siły i kooperacji/rywalizacji, pomimo że badacze uwzględnili znacznie szersze spektrum związków.

## Ograniczenia

Pomiar wywierania wpływu w bliskich związkach za pomocą przedstawionego kwestionariusza nie jest wolny od pewnych słabości. Przede wszystkim ograniczony jest do taktyk, ze stosowania których badani zdają sobie sprawę. Pominięte zostają te strategie wpływu, które wykorzystywane są w sposób niekontrolowany, np. część zachowań niewerbalnych. Inne taktyki mogą być pomijane bądź może być zaniżana częstotliwość ich stosowania ze względu na potrzebę aprobaty społecznej bądź potrzebę zachowania pozytywnej samooceny, np. taktyki twarde. Poza tym deklaracje osób wypełniających kwestionariusz narażone są na zniekształcenia pamięciowe, np. badani mogą nie pamiętać, czy i jak często zachowują się w opisany sposób. Wreszcie można przyjąć, że w każdym związku mogą być wypracowane specyficzne taktyki wpływu, których poznanie za pomocą opisanego narzędzia nie jest możliwe.

Zasygnalizowane problemy są typowe dla badań kwestionariuszowych. Część z nich można rozwiązać stosując np. dodatkowe techniki, takie jak Skala Aprobaty Społecznej lub prosząc parę o wypełnienie kwestionariusza (każdy z partnerów raportuje na swój temat oraz na temat taktyk stosowanych przez partnera) itp. W zależności od celu badań można uzupełniać pomiar kwestionariuszowy wywiadem.

Dalsze prace nad zaprezentowanym narzędziem będą miały na celu sprawdzenie jego trafności, stabilności oraz rozszerzenie puli taktyk zgodnie z wyłoniłymi stylami wywierania wpływu.

## Bibliografia

- Bruins, J. (1999). Social power and influence tactics: a theoretical introduction. *Journal of Social Issues*, 55, 1, 7–14.
- Buss, D. (1992). Manipulations in close relationships: five personality factors in interactional context. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 4, 618–628.
- Buss, D., Gomes, M., Higgins, D.S. i Lauterbach, K. (1987). Tactics of manipulation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 1219–1229.
- Cereniewicz-Oktaba, M. (2008). *Związki pomiędzy taktykami wywierania wpływu w małżeństwie, agresją partnerów i satysfakcją małżeńską*. Niepublikowana praca magisterska. Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie.
- Giesielska, D. (2008). *Taktyki wpływu, płęć psychologiczna i płęć kulturowa a satysfakcja kobiet z bliskiego związku. Badanie międzykulturowe*. Niepublikowana praca magisterska. Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie.
- Doliński, D. (2005). *Taktyki wpływu społecznego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Doroszewicz, K. i Sijko, K. (2007). Jak to robią mężczyźni, jak kobiety. *Dokładka. Charaktery – psychologia dziś*, 2, 54–57.
- Dudek, M. (2008). *Bliskość i style przywiązania a stosowane taktyki wpływu w związkach małżeńskich*. Niepublikowana praca magisterska. Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie.
- Falbo, T. (1977). The multidimensional scaling of power strategies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 537–548.
- Falbo, T. i Peplau, L.A. (1980). Power strategies in intimate relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 4, 618–628.
- Howard, J.A., Blumstein, Ph. i Schwartz, P. (1986). Sex, power, and influence tactics in intimate relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1, 102–109.
- Kipnis, D. Castelli, P.J., Gergen, M. i Mauch, D. (1976). Metamorphic effects of power. *Journal of Applied Psychology*, 61, 127–135.
- Mandal, E. (2008). *Miłość, władza i manipulacja w bliskich związkach*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mika, S. (2001). Korelaty wywierania wpływu – doniesienie wstępne. *Czasopismo Psychologiczne*, 7, 1, 17–24.
- Nawrat, R. (1989). Manipulacja społeczna – przegląd technik i wybranych wyników badań. *Przegląd Psychologiczny*, 32, 1, 125–154.
- Rhoads, K. (2002). How many tactics are there?; [www.workingpsychology.com](http://www.workingpsychology.com).
- Sagrestano, L.M. (1992). Power strategies in interpersonal relationships: effects of expertise and gender. *Psychology of Women Quarterly*, 16, 481–496.
- Sijko, K. (2008). *Dynamika wywierania wpływu w bliskich związkach*. Niepublikowana praca magisterska. Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie.
- Van Knippenberg, B., Van Knippenberg, D., Blaauw, E. i Vermunt, R. (1999). Relational considerations in the use of influence tactics. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 4, 806–819.
- Witkowski, T. (2000). *Psychomanipulacje*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza UNUS.

*Krystyna Doroszewicz*

Warsaw School of Social Sciences and Humanities

*Kamil Sijko*

Warsaw School of Social Sciences and Humanities

## **The inventory of social influence in close relationships**

The paper presents the development of the inventory for measuring social influence in close relationships. The original instrument was based on an analysis of techniques used in the American studies (Falbo i Peplau, 1980; Buss, Gomes, Higgins and Lauterbach, 1987, Buss, 1992). The pilot study was designed to collect information from women and men of different age what they do when they want to change the partner's behavior. The final version inventory consists of 81 items and 5-point rating scales. The factory analysis showed 16 factors (social influence tactics). Internal consistency (Cronbach's alfa = 0.93) is satisfactory.

Key words: close relationships, social influence, social influence tactics.