




Reguły wpływu społecznego i taktyki manipulacji

- [Wprowadzenie](#)
- [Przeczytaj](#)
- [Audiobook](#)
- [Sprawdź się](#)
- [Dla nauczyciela](#)

Bibliografia:

- Źródło: *Rekomendacja R (97) 20 Komitetu Ministrów Rady Europy nt. mowy nienawiści*, 9.04.2014, dostępny w internecie: mowanienawisci.info.
- Źródło: Julia Paduszyńska, *Jak manipulują nami marketerzy? Najpopularniejsze techniki manipulacji w marketingu i reklamie*, 22.11.2018, dostępny w internecie: marketing-automation.pl [dostęp 2.01.2020].

- Źródło: *Nowomowa i propaganda komunistyczna*, dostępny w internecie: eszkola.pl [dostęp 30.12.2019].
- Źródło: *Nowomowa i propaganda komunistyczna*, dostępny w internecie: <https://eszkola.pl/jezyk-polski/nowomowa-i-propaganda-komunistyczna-2462.html>.
- Źródło: Julia Paduszyńska, *Jak manipulują nami marketerzy? Najpopularniejsze techniki manipulacji w marketingu i reklamie.*, dostępny w internecie: marketing-automation.pl.

A wooden mannequin is suspended in the air by several thin, light-colored strings. The mannequin is made of light-colored wood and has a simple, stylized form. It is positioned in the center of the frame, with its arms and legs slightly outstretched. The background is a soft, out-of-focus indoor setting with a white surface and some greenery. A dark grey rectangular box with white text is overlaid on the image.

Reguły wpływu społecznego i taktyki manipulacji

Źródło: domena publiczna.

„Jedz, kochanie, bo nie urośniesz”. „Po co kasujesz bilet?! Tu i tak nikt ich nie sprawdza”. Ile razy stawiano cię w takich lub podobnych sytuacjach? Nakłaniano do czegoś, z czym nie do końca się zgadzasz? To był właśnie wpływ społeczny. Mógł dla ciebie mieć skutki zarówno pozytywne, jak i negatywne. Na czym ten wpływ polega oraz jakie mechanizmy nim kierują?

Twoje cele

- Scharakteryzujesz mechanizmy rządzące wpływem społecznym.
- Przeanalizujesz konsekwencje wpływu społecznego na jednostkę.
- Ocenisz znaczenie manipulacji ludźmi.

Przeczytaj

Wpływ społeczny jest istotą życia społecznego. Wzajemne oddziaływanie grupy czy organizacji na jednostkę i odwrotnie skłania ludzi do pożądanego postępowania, ustalania celów i realizacji działań, których nie podjęliby się samodzielnie.



Rodrigo Duterte, prezydent Filipin, przed wyborami wielokrotnie przyznawał, że zabijał ludzi. Niemniej za sprawą jego polityki wobec przestępców jako burmistrza Davao na Filipinach zaczął być postrzegany jako „bohater mas”.

Źródło: domena publiczna.

Manipulacje

Z wpływem społecznym związane są manipulacje, czyli takie działania, które są formą wywierania wpływu na osobę albo grupę, aby nieświadomie i dobrowolnie realizowała cele wyznaczone przez manipulatora. Często cele te mogą być sprzeczne ze zdrowym rozsądkiem lub interesami osób objętych manipulacją.

Manipulacje są stosowane w różnych sytuacjach. Używa się ich zarówno w propagandzie, jak i negocjacjach biznesowych, a nawet w codziennych kontaktach międzyludzkich.

Przykłady technik manipulacji

Źródło: Englishsquare.pl sp. z o.o., licencja: CC BY-SA 3.0.

Manipulacja a perswazja

Pojęcia „manipulacja” i „[perswazja](#)” często są używane zamiennie, choć nie są one równoważne. Manipulacje mają raczej pejoratywny wydźwięk. Osoba, która je stosuje, nie bierze pod uwagę interesów drugiej strony, skupiając się na własnych. Osoba używająca perswazji nie chce skrzywdzić drugiego człowieka, a raczej przekonać go do swoich racji. Przykładem perswazji może być przekonywanie dziecka przez rodziców, aby jadło owoce i warzywa, ponieważ dzięki temu będzie zdrowe.

W obu przypadkach stosuje się jednak podobne mechanizmy psychologiczne: sympatii, pragnienia słuszności, reguły wzajemności oraz autorytetu.

Unikanie manipulacji i wpływu społecznego



Zastanów się, dlaczego często w filmach dotyczących armii pojawiają się tego typu sceny.

Źródło: domena publiczna.

Wpływ społeczny jest zjawiskiem powszechnym i – nierzadko – silnym. Często też człowiek jest nieświadomy tego, że mu ulega. Można się przed nim jednak bronić.

Pierwszym sposobem jest asertywność. Niestety, jest to sposób raczej nieskuteczny, ponieważ aby powiedzieć „nie”, trzeba zidentyfikować nacisk ze strony innych osób, a manipulację nie zawsze łatwo rozpoznać.

Zdecydowanie łatwiej uniknąć wpływu społecznego, rozpoznając własne zachowania i szukając ich przyczyn. W ten sposób człowiek jest w stanie przerwać tzw. automatyczną sekwencję wydarzeń. Kiedy ktoś jest dla danej osoby miły, wyświadcza jej przysługę, to automatycznie chce ona odwdziżyć się i idzie na kompromis. Uświadamiając to sobie, jednostka może odkryć mechanizmy wpływu społecznego lub manipulacji i przerwać ciąg zdarzeń.

Rada Etyki Mediów

Manipulacje są często stosowane przez władze państwowe. Lepiej widoczne są w przypadku państw totalitarnych, gdzie – przykładowo – przez fałszowanie pojęć, propagandę czy stosowanie cenzury następuje kontrola społeczeństwa. W przypadku państw demokratycznych manipulacje stosowane są przez polityków w trakcie kampanii wyborczych, odpowiednim dla władz przekazywaniu informacji przez media publiczne czy w reklamie handlowej.

W związku ze stosowaniem w mediach publicznych manipulacji i propagandy w marcu 1995 r. w Warszawie powstała Rada Etyki Mediów, działająca na mocy Karty etycznej mediów. Jej celem jest pilnowanie przestrzegania zasad etycznych w mediach.

Karta etyczna mediów jest dokumentem zawierającym siedem zasad, według których powinni postępować dziennikarze.

Źródło: Englishsquare.pl sp. z o.o., licencja: CC BY-SA 3.0.

Słownik

konformizm

proces przyjmowania poglądów i wartości obowiązujących w danej grupie, podporządkowanie się zasadom grupy

manipulacja

(z łac. *manus pellere* – mieć kogoś w ręce; *manipulatio* – manewr, fortel, podstęp); działanie, które jest formą wywierania wpływu na osobę czy grupę, aby nieświadomie i dobrowolnie realizowała cele wyznaczone przez manipulatora; często cel ten może być sprzeczny ze zdrowym rozsądkiem lub interesami osób objętych manipulacją

naśladownictwo

proces polegający na kopiowaniu zachowań zaobserwowanych u innych osób; element procesu socjalizacji jednostki

perswazja

(z łac. *persuasio* – namowa, przekonywanie); proces, którego celem jest przekonanie drugiej osoby lub grupy osób do swojego zdania, swoich poglądów, ale bez krzywdzenia jej/ich

posłuszeństwo

proces polegający na podporządkowywaniu się decyzjom czy poleceniom innych osób, szczególnie osób obdarzonych autorytetem lub będących u władzy

wpływ społeczny

proces, w wyniku którego człowiek zmienia siebie, swoje uczucia, zachowania czy zdanie na konkretny temat, na skutek oddziaływania innych osób, ich zachowania czy opinii

Audiobook

Polecenie 1

Wysłuchaj audiobooka i wykonaj ćwiczenia.

Wpływ społeczny

Wyobraź sobie...

Jest sobotni wieczór. Siedzisz samotnie w domu w wścieczym nastroju, bo znów była kłótnia z rodzicami o oceny. Nie chcesz nikogo widzieć. Nagle dzwoni telefon. To twój najlepszy przyjaciel. Namawia cię na wyjście na imprezę. Nie masz ochoty, ale on nalega. Każe ci się przygotować, bo za kwadrans przyjedzie po ciebie ze znajomymi. Nadal nie chcesz, ale ubierasz się i wychodzisz. Jedziecie do kręgielni, gdzie humor ci się poprawia i jeszcze wygrywasz kolejne dwa mecze. Do domu wracasz w świetnym nastroju.

Co stało się z twoim samopoczuciem? Wystarczyła zwykła obecność innych osób obok, aby odzyskać dobry humor. Jeśli pójdziesz do psychologa, to powie ci, że masz do czynienia z wpływem społecznym.

Wpływ społeczny jest procesem, w wyniku którego człowiek zmienia się, swoje uczucia, zachowania czy zdanie na konkretny temat, na skutek oddziaływania innych osób, ich zachowania czy też opinii. Proces ten odbywać się może nieświadomie, ale osoba zmieniająca się lub chcąc doprowadzić do zmiany u kogoś może to też robić świadomie. Ta wzajemna interakcja, której podmiotami są zarówno jednostki, jak i całe grupy czy organizacje społeczne, jest elementem życia społecznego. Dzięki wpływowi społecznemu ludzie są w stanie ustalać wspólne cele, dążyć do nich i je osiągać.

Psychologowie mówią o trzech podstawowych przejawach wpływu społecznego. Należą do nich posłuszeństwo, naśladownictwo i konformizm.

Posłuszeństwo jest podporządkowaniem się rozkazom lub też bezpośrednim instrukcjom. Najczęściej ludzie podporządkowują się autorytetom: jako dzieci rodzicom i dziadkom, jako uczniowie nauczycielom, jako pracownicy swoim szefom. Przez całe życie podporządkowują się lekarzom, policjantom, przedstawicielom innych służb mundurowych. Uległość wobec nich zapewnia utrzymanie porządku społecznego oraz sprawność działania różnych instytucji. Zdarza się jednak, że posłuszeństwo jest całkowicie bezkrytyczne i może wywołać odwrotne do zamierzonych skutki. Przykładem takiej karność jest faszyzm, który w XX wieku doprowadził do śmierci milionów osób, a który opierał się na ślepym posłuszeństwie wobec wodza.

Naśladownictwo jest kopiowaniem zachowań innych osób. Może to być wzorowanie się świadome, wówczas mówimy o modelowaniu, lub nieświadome – wtedy mamy do czynienia z imitacją. Podobnie jak posłuszeństwo, może mieć zarówno pozytywne, jak i negatywne skutki. Dziecko, które uczy się ubierać, naśladuje zachowania dorosłych i dzięki temu wie, w jaki sposób dbać o swoje ciało i zdrowie. Młody człowiek, który po otrzymaniu prawa jazdy naśladuje zachowania piratów drogowych, może przyczynić się do spowodowania wypadku drogowego.

Konformizm jest podporządkowaniem się naciskom innych, przyjęciem stanowiska większości, nawet jeśli jest sprzeczne ze zdrowym rozsądkiem. Przykładem konformizmu jest zachowanie jednostki na koncercie rockowym lub w trakcie manifestacji. Wówczas osoba zachowuje się tak samo jak ludzie stojący obok, nawet jeśli budzi to w niej wewnętrzny opór – przez to zachowanie tłumu jest bardziej jednorodne.

Dlaczego człowiek ulega naciskowi grupy? Według psychologii wynika to z wpływu normatywnego lub informacyjnego. Pierwszy z nich, wpływ normatywny, to uleganie jednostki przekonaniom, normom wyznawanym przez grupę, do której należy. Jeżeli odrzuciłaby je, to naraziłaby się na ośmieszenie, potępienie, a nawet wykluczenie. Przyjmując je, jest akceptowana przez grupę. Drugi wpływ – informacyjny – polega na dążeniu osoby do tego, aby mieć rację. Występuje wtedy, kiedy nie ma ściśle określonych reguł, kiedy dana sytuacja jest sytuacją nową. Zachowanie innych jest wówczas źródłem informacji i na tej podstawie osoba wybiera, w którym kierunku podąży.

Według Roberta Cialdiniego uleganie wpływom społecznym wynika z wielu mechanizmów. Większość z nich można przydzielić do jednej z kilku grup: zaangażowania w działanie, lubienia, pragnienia słuszności, niedostępności dóbr, reguły wzajemności oraz autorytetu.

Pierwszy mechanizm, czyli zaangażowanie, związany jest ze swobodą wyboru. To warunek konieczny, aby osoba czuła się odpowiedzialna za daną aktywność i wykonywała ją z zacięciem, a nie była zmuszona do jej wykonywania. Wiele badań naukowych dowodzi, że przymus niweczy zaangażowanie człowieka. Drugi z mechanizmów, lubienie, związany jest z sympatią, czyli społecznym powinowactwem. Istnieje wówczas, kiedy dwie osoby rozumieją swoje uczucia, mają podobne poglądy, wiek lub wygląd. Wówczas przekonanie jednostki o słuszności danego stanowiska bądź postępowania nie jest trudne. Następny mechanizm związany jest ze społecznym dowodem słuszności. Informacja o tym, co w danej sytuacji zrobili inni, wpływa na zachowanie jednostki. Sprawia, że postępuje ona jak pozostali członkowie grupy. Czwarty mechanizm dotyczy niedoboru, niedostępności dóbr. Jeżeli coś jest nieosiągalne, to budzi w człowieku pragnienie posiadania. Pożądanie to nakłania jednostkę do działania, do zdobywania przedmiotu pożądania, nawet jeśli jest on zbędny. Jest to mechanizm często stosowany w handlu, na przykład przez wmawianie klientowi, że dany egzemplarz jest ostatnim dostępnym w sklepie. Kolejny mechanizm – reguła wzajemności – jest jedną z najsilniejszych praktyk wykorzystywanych w kontaktach społecznych. Wiąże się z faktem, że wyświadczenie przysługi obliguje obdarowanego do odwzajemnienia się. Obdarowany nie potrafi odmówić rewanżu w ten sam lub inny sposób. Ostatnim mechanizmem jest wykorzystanie autorytetu. Człowiek ulega wpływowi tytułów lub ubioru. Na ulicy szybciej posłucha policjanta w mundurze niż cywila. Chętniej przyjmie też poglądy głoszone przez profesora w danej dziedzinie niż amatora.

Podsumowując, warto podkreślić, że w psychologii zidentyfikowano też czynniki sprzyjające wpływowi grupy na jednostkę. Zalicza się do nich: siłę przekonywania, bliskość w przestrzeni społecznej oraz wielkość grupy. Im są silniejsze, tym łatwiej jednostka ulega wpływowi.

Źródło: Englishsquare.pl sp. z o.o., licencja: CC BY-SA 3.0.

Ćwiczenie 1

Ćwiczenie 2

Sprawdź się

Pokaż ćwiczenia:   

Ćwiczenie 1



Ćwiczenie 2



Ćwiczenie 3



Ćwiczenie 4



Ćwiczenie 5



Przyjrzyj się ilustracji i wykonaj polecenia.



Źródło: yeowatzup, licencja: CC BY 2.0.



Zapoznaj się z materiałami źródłowymi i wykonaj polecenia.

Źródło I

” *Nowomowa i propaganda komunistyczna*

Propaganda jest zjawiskiem istniejącym w każdym ustroju politycznym, jednak w demokracji obowiązuje zasada pluralizmu poglądów, dzięki której jednostka ma dostęp do wielu różnych racji i może samodzielnie decydować o ich wyborze, według własnych preferencji.

Tymczasem w ustroju totalitarnym, jakim był komunizm, propaganda stała się jedynym językiem sfery publicznej. Propaganda miała za zadanie umacniać pozycję władzy i dyskredytować wszystkie idee opozycyjne. Ponadto było to zjawisko wszechobecne i agresywne – atakowało obywatela w pracy, w szkole, w czasie wolnym (prasa, radio i telewizja). Propaganda PRL-u nie miała jednolitego charakteru i w zależności od aktualnej polityki partii posługiwała się zróżnicowanymi narzędziami manipulacji. Jej głównymi metodami były jednak środki wizualne (plakaty, zdjęcia, filmy), a także nowomowa.

Nowomowa, jak zaznacza Michał Głowiński, to specyficzne, jednostronne narzędzie komunikacji władzy ze społeczeństwem. Jak sama nazwa wskazuje, zjawisko to miało charakter »nowej mowy«, a więc języka stworzonego w oparciu o zupełnie odmienne od tradycyjnych zasady. Mowa ta miała charakter silnie wartościujący. Posługiwała się schematycznym podziałem świata (...).

Źródło: *Nowomowa i propaganda komunistyczna*, dostępny w internecie: eszkola.pl [dostęp 30.12.2019 r.].

Źródło II

” Rekomendacja R (97) 20 Komitetu Ministrów Rady Europy nt. mowy nienawiści

Mowa nienawiści obejmuje wszelkie formy wypowiedzi, które szerzą, propagują czy usprawiedliwiają nienawiść rasową, ksenofobię, antysemityzm oraz inne formy nienawiści bazujące na nietolerancji, m.in. nietolerancję wyrażającą się w agresywnym nacjonalizmie i etnocentryzmie, dyskryminację i wrogość wobec mniejszości, imigrantów i ludzi o imigranckim pochodzeniu.

Źródło: *Rekomendacja R (97) 20 Komitetu Ministrów Rady Europy nt. mowy nienawiści*, 9.04.2014 r., dostępny w internecie: mowanienawisci.info.

Ćwiczenie 7



Przyjrzyj się ilustracji i wykonaj polecenia.



Napis na plakacie głosi: Wyjątkowa okazja, oferta ograniczona czasowo.

Źródło: domena publiczna.



Przeczytaj tekst i wykonaj polecenia.

” Julia Paduszyńska

Jak manipulują nami marketerzy?

Najpopularniejsze techniki manipulacji w marketingu i reklamie

Zadaniem marketera jest nakłonić nas do kupna produktu lub usługi. W marketingu wszystkie chwytaki są dozwolone – dlatego też, by móc wpływać na nasze decyzje zakupowe, marketerzy posługują się rozpowszechnionymi praktykami opartymi na manipulacji czy subtelnym przekazie podprogowym (przez niektórych bardziej dosadnie nazywanymi »praniem mózgu«). Jakie są techniki manipulacji najczęściej wykorzystywane w reklamie i marketingu? Oto 5 przykładów:

1. Promocje – To dobry temat do poruszenia akurat przed Black Friday. Wszyscy uwielbiamy obniżki, a wielu konsumentów podczas Black Week czy sezonowych wyprzedaży szaleje na zakupach do upadłego. To prawda, że czasami można trafić na naprawdę dobrą okazję, ale niekiedy rzekome promocje okazują się manipulacją. Niektórzy sprzedawcy ostro podnoszą ceny tuż przed wyprzedażami, by następnie z pompą ogłosić obniżki (...)
2. Opinie ekspertów – Na pewno kojarzysz ten rodzaj reklam w telewizji – ekspert o bardzo profesjonalnym wyglądzie opowiada o zaletach produktu. To częsta metoda służąca budowaniu zaufania (...)
3. Recenzje w internecie – Przypadek podobny do poprzedniego, ale dotyczy opinii »zwykłych ludzi«, przede wszystkim w internecie.

Obecnie sprawdzanie informacji w internecie to nieodłączna część naszych przyzwyczajzeń zakupowych – według danych Pew Research Center ponad 80% kupujących polega na opiniach w internecie przed dokonaniem zakupu (...)

4. Emocje – Firmy uwielbiają odwoływać się do pozytywnych emocji w celu budowania wizerunku marki. Dlatego wiele reklam jest czysto rozrywkowych i na pierwszy rzut oka nawet nie próbują niczego sprzedawać. Opowiadają ciekawą historyjkę, aż mamy ochotę oglądać je w kółko i pokazać znajomym – dlaczego nie? Przecież reklama jest tak wzruszająca, fajna albo śmieszna. (...)

5. Lokowanie produktu – Choć pewnie nikt nie chce przyznać, że jest podatny na tego rodzaju tanie sztuczki, lokowanie produktu w serialu lub filmie naprawdę działa – nawet jeśli czasami nie jesteśmy świadomi, że patrzymy na jakiś konkretny produkt lub nie jest on wyeksponowany i pojawia się gdzieś w rogu ekranu. (...).

Źródło: Julia Padaszyńska, *Jak manipulują nami marketerzy? Najpopularniejsze techniki manipulacji w marketingu i reklamie*, 22.11.2018 r., dostępny w internecie: marketing-automation.pl [dostęp 2.01.2020 r.].

Dla nauczyciela

Autorka: Małgorzata Krzeszowska

Przedmiot: wiedza o społeczeństwie

Temat: Reguły wpływu społecznego i taktyki manipulacji

Grupa docelowa: III etap edukacyjny, liceum, technikum, zakres podstawowy, zakres rozszerzony

Podstawa programowa:

Zakres podstawowy

I. Człowiek i społeczeństwo.

Uczeń:

5) wyjaśnia charakter procesu socjalizacji; podaje przykłady wpływu społecznego w różnych dziedzinach życia; analizuje przypadki oraz przedstawia zalety i wady konformizmu i nonkonformizmu.

Zakres rozszerzony

VI. Społeczeństwo obywatelskie i kultura polityczna.

Uczeń:

16) krytycznie analizuje przekazy medialne; wyjaśnia podstawowe mechanizmy manipulacji wykorzystywane w mediach; wskazuje rolę Rady Etyki Mediów w Rzeczypospolitej Polskiej;

Kształtowane kompetencje kluczowe:

- kompetencje w zakresie rozumienia i tworzenia informacji;
- kompetencje cyfrowe;
- kompetencje osobiste, społeczne i w zakresie umiejętności uczenia się;
- kompetencje obywatelskie;
- kompetencje w zakresie świadomości i ekspresji kulturalnej.

Cele operacyjne:

Uczeń:

- wyjaśnia, na czym polega wpływ społeczny;
- podaje przykłady przejawów wpływu społecznego;
- analizuje pozytywne i negatywne skutki mechanizmów rządzących wpływem społecznym;
- prezentuje przykłady manipulacji w życiu społecznym.

Strategie nauczania:

- konstruktywizm.

Metody i techniki nauczania:

- rozmowa nauczająca z wykorzystaniem ćwiczeń interaktywnych;
- dyskusja;
- psychodrama;
- metoda kuli śniegowej.

Formy zajęć:

- praca indywidualna;
- praca w parach;
- praca w grupach;
- praca całego zespołu klasowego.

Środki dydaktyczne:

- komputery z głośnikami i dostępem do internetu, słuchawki;
- zasoby multimedialne zawarte w e-materiale;
- tablica interaktywna/tablica, pisak/kreda.

Przebieg zajęć:

Faza wstępna

1. Przedstawienie tematu i celów zajęć.

2. Definicja wpływu społecznego – metoda kuli śniegowej. Uczniowie w parach ustalają definicję wpływu, zapisują na karteczce, potem łączą się w czwórki i ósemki pracujące dalej nad definicją. Na koniec wspólnie decydują i wybierają definicję spośród zaproponowanych.

Faza realizacyjna

1. Uczniowie zapoznają się z audiobookiem. Następnie wykonują dołączone do niego ćwiczenia. Wspólne omówienie odpowiedzi.

2. Następuje dyskusja dotycząca pozytywnych i negatywnych skutków mechanizmów rządzących wpływem społecznym. Wymienione przez uczniów skutki wybrana osoba może zapisywać na tablicy. Na koniec wyznaczona osoba podsumowuje dyskusję.

3. Uczniowie dzielą się na 10 grup. Każda z nich losuje kartkę, na której jest zapisana jedna z technik manipulacji. Zadaniem grupy jest jej przedstawienie w formie scenki,

a pozostałe grupy mają odgadnąć, o jaką technikę chodzi. Scenki powinny być odzwierciedleniem rzeczywistych sytuacji, z którymi uczniowie zetknęli się w swoim życiu.

4. Uczniowie wykonują ćwiczenia 5 i 6 dotyczące propagandy w mediach.

5. Uczniowie kończą zdanie „Przykład manipulacji w mediach, który zapamiętałem/zapamiętałam, to...”.

6. Następuje rozmowa na temat etyki w mediach. Zadaniem uczniów jest przeanalizować przykład manipulacji, który wybrali ze zdań z punktu 4.

Faza podsumowująca

1. Uczniowie odpowiadają na pytanie na temat znaczenia wpływu społecznego w życiu człowieka.

Praca domowa:

Uczniowie wykonują pozostałe ćwiczenia interaktywne.

Materiały pomocnicze:

Materiał ikonograficzny z gazet i telewizji przedstawiający przykłady manipulacji i próby wywierania wpływu.

Karteczki do prac grupowych z nazwami i opisami technik manipulacji (opisy znajdują się w sekcji „Przeczytaj”).

Wskazówki metodyczne opisujące różne zastosowania multimedium:

Na podstawie audiobooka uczniowie mogą przygotować schemat ukazujący działanie wpływu społecznego.