

(redakcja naukowa)

EUGENIA MANDAL

DARIUSZ DOLIŃSKI

WPŁYW SPOŁECZNY W SYTUACJACH CODZIENNYCH I NIECODZIENNYCH





Projekt okładki i stron tytułowych **Agata Muszalska**

Fotografia na okładce **valzan/shutterstock**

Wydawca **Aleksandra Małek-Leśniewska**

Redaktor prowadzący **Jolanta Kowalczuk**

Produkcja **Mariola Iwona Keppel**

Łamanie **Polico-Art**

Recenzent

dr hab. Józef Maciuszek, prof. UJ

Książka, którą nabyłeś, jest dziełem twórcy i wydawcy. Prosimy, abyś przestrzegał praw, jakie im przysługują. Jej zawartość możesz udostępnić nieodpłatnie osobom bliskim lub osobiście znanym. Ale nie publikuj jej w internecie. Jeśli cytujesz jej fragmenty, nie zmieniaj ich treści i koniecznie zaznacz, czyje to dzieło. A kopiując jej część, rób to jedynie na użytek osobisty.

Szanujmy cudzą własność i prawo

Więcej na www.legalnakultura.pl

Polska Izba Książki

Publikacja dofinansowana ze środków Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach

Copyright © by Wydawnictwo Naukowe PWN SA

Copyright © by Uniwersytet Śląski w Katowicach

Warszawa 2015

ISBN 978-83-01-18294-6

Wydanie I

Warszawa 2015

Wydawnictwo Naukowe PWN SA

02-460 Warszawa, ul. Gottlieba Daimlera 2

tel. 22 69 54 321; faks 22 69 54 228

e-mail: pwn@pwn.com.pl; www.pwn.pl

Druk i oprawa: OSDW Azymut Sp. z o.o.

Spis treści

Wstęp	7
<i>(Eugenia Mandal, Dariusz Doliński)</i>	
CZĘŚĆ I. ATRAKCYJNOŚĆ, RANDKI I ROMANTYCZNE ZWIĄZKI	15
Oczarować i przekonać. Postrzeganie osób wykorzystujących fizyczną atrakcyjność w wywieraniu wpływu na innych	17
<i>(Eugenia Mandal, Anna Latusek, Marcin Moroń)</i>	
Strategie autoprezentacji w czasie pierwszej randki	46
<i>(Aneta Brachman, Marcin Moroń)</i>	
Osobowość partnerów i wywieranie wpływu a zadowolenie ze związku .	66
<i>(Krystyna Doroszewicz)</i>	
Style przywiązania i narcyzm a taktyki wywierania wpływu w bliskich związkach	99
<i>(Eugenia Mandal, Magdalena Sitko-Dominik)</i>	
CZĘŚĆ II. ETYKIETKI, ZNAKI I ZNACZENIA	127
Rola etykietkowania w procesach wpływu społecznego	129
<i>(Dariusz Doliński)</i>	
Schody zwykle czy ruchome? Kształtowanie pożądaných zachowań w przestrzeni publicznej za pomocą oznakowań o różnej treści argumentacji	143
<i>(Konrad Maj, Monika Makuch)</i>	

CZĘŚĆ III. PRACA ZAWODOWA, SPORT, WŁADZA I DECYZJE . . .	163
Autoprezentacja w rozmowie kwalifikacyjnej: gotowość do stosowania i sądy o skuteczności strategii autoprezentacji a doświadczane emocje . . .	165
<i>(Karolina Kowalska)</i>	
Poczucie i potrzeba władzy oraz poziom dyrektywności wśród pielęgniarek	184
<i>(Dagna Kocur)</i>	
Sposoby wywierania wpływu a podejmowane decyzje sędziowskie w koszykówce	203
<i>(Zuzanna Wałach-Biśta)</i>	
CZĘŚĆ IV. MAKIAWELIZM, SĄDY, SUGESTIE I ZEZNANIA	229
Ciemna strona wywierania wpływu. Makiawelizm, narcyzm i psychopatia w badaniach wpływu społecznego	231
<i>(Irena Pilch)</i>	
Wpływ społeczny w kontekście sądowym: sugestialność interogatywna	252
<i>(Malwina Szpitalak)</i>	
Kobiece i męskie charakterystyki treściowe zeznań a prawdopodobieństwo wykrycia kłamstwa	275
<i>(Sylwia Waclawik, Bartosz W. Wojciechowski)</i>	
CZĘŚĆ V. WOJSKO, OPERACJE PSYCHOLOGICZNE I TAJNA WSPÓŁPRACA	303
Operacje Psychologiczne (PSYOPS) jako pole praktycznego zastosowania technik wpływu społecznego	305
<i>(Tomasz Grzyb, Sławomir Starzyński)</i>	
Wobec systemu. Miękkie i twarde strategie korzystania z władzy przez przedstawicieli SB względem tajnych współpracowników w ostatnich dekadach PRL	323
<i>(Agnieszka Gałkowska)</i>	
Indeks nazwisk	363
Indeks rzeczowy	373
O Autorach	377

Wstęp

EUGENIA MANDAL, DARIUSZ DOLIŃSKI

Autorstwo tezy, że człowiek jest zwierzęciem społecznym, przypisuje się Arystotelesowi. Ten wielki filozof czasem poważnie się mylił w swoich sądach na temat ludzi. Twierdził na przykład, że mózg służy do chłodzenia organizmu, czego najlepszym dowodem jest to, iż czasem leci nam coś z nosa. W dodatku najczęściej dzieje się to wtedy, gdy mamy głowę bardziej gorącą niż zwykle...

Arystoteles nie mylił się jednak na pewno w kwestii społecznej natury człowieka. Z innymi ludźmi rywalizujemy i współpracujemy, pomagamy sobie nawzajem i nawzajem robimy sobie krzywdę, okłamujemy się i ujawniamy najskrytsze tajemnice, pracujemy i odpoczywamy. Jednym z najważniejszych aspektów naszego funkcjonowania z ludźmi i wśród ludzi jest kwestia wywierania wpływu. Każdy z nas zarówno wywiera wpływ na innych, jak i jest obiektem wpływu. Chcemy, aby inni ludzie zachowywali się zgodnie z naszymi intencjami, inni oczekują zaś od nas tego, byśmy zachowali się tak, jak oni sobie tego życzą. Sprzedawca samochodów chce skłonić nas do kupienia od niego auta, żebrak – do wrzucenia do jego kapelusza monety (a jeszcze lepiej banknotu), kelner do wręczenia mu napiwku. Wpływ społeczny nie ogranicza się, rzecz jasna, wyłącznie do interakcji tego typu. Małżonkowie mogą toczyć boje o to, gdzie spędzą najbliższe święta, dorastające dzieci chcą wpłynąć na rodziców, aby pozwolili im zostać na dyskotecce do późnego wieczora czy wczesnych godzin nocnych, szefowie usiłują nakłonić swoich podwładnych do bardziej wydajnej pracy, a ci z kolei – swoich szefów do przyznania im podwyżek. Wpływ społeczny wywieramy nie tylko w życiu codzien-

nym, ale i w nadzwyczajnych okolicznościach. To mogą być różne ważne sytuacje, na przykład gdy zdesperowany człowiek poszukuje pracy, gdy w sytuacji ciężkiej choroby zależy nie tylko od siebie samego, gdy walczy o swoje racje i żywotne interesy na sali sądowej lub gdy musi przetrwać w sytuacjach zagrożenia życia w niezwykle dramatycznych warunkach.

Polscy psychologowie zajmujący się wpływem społecznym także postanowili wpływać na siebie nawzajem. Tak powstała ZaBaWa – Zespół Badania Wpływu Społecznego. Od kilku lat prowadzimy wspólnie różne badania empiryczne, spotykamy się, wymieniamy doświadczenia, dyskutujemy, uczymy się od siebie nawzajem. Ta nasza aktywność jest szczególnie przejawem konstruktywnego wpływu społecznego. Jednym z jej rezultatów jest właśnie książka, którą, Drogi Czytelniku, masz w tej chwili przed sobą. Dotyczy ona kilku bardzo ważnych, a zarazem bardzo różnych obszarów wpływu.

W pierwszej części – *Atrakcyjność, randki i romantyczne związki* – znalazły się cztery rozdziały. Przedstawiono w nich fizyczną atrakcyjność i jej rolę w skutecznym realizowaniu celów w codziennym życiu, zaprezentowano inicjowanie i trwanie intymnych relacji oraz wywieranie wpływu jako mającego zarówno „jasne” – budujące bliskie związki, jak i „ciemne” – niszczące miłość oblicze.

W rozdziale napisanym przez Eugenię Mandal, Annę Latusek i Marcina Moronia – *Oczarować i przekonać. Postrzeganie osób wykorzystujących fizyczną atrakcyjność w wywieraniu wpływu na innych* – zajmowano się znaczeniem atrakcyjności jako ważnego zasobu we wszystkich społecznych interakcjach. Zwrócono uwagę na pozytywne i negatywne aspekty atrakcyjności oraz strategii wywierania wpływu polegającej na wykorzystywaniu fizycznej atrakcyjności, tzw. adonizacji. Przedstawiono badania Autorów nad postrzeganiem atrakcyjnych oraz nieatrakcyjnych kobiet i mężczyzn stosujących taktykę adonizacji w codziennej sytuacji, w relacji petent–urzędnik. Przyglądano się ocenom skuteczności i moralności, kobiecości i męskości, sprawczości i wspólnotowości osób stosujących strategię adonizacji. Rezultaty badania pokazały, że oceny skuteczności działania były wyższe u osób posługujących się strategią adonizacji niż u osób nieposługujących się nią, a osoby adonizujące były ogólnie pozytywnie postrzegane. Najwyższe oceny efektywności wywieranego

wpływu mężczyźni przyznawali atrakcyjnym kobietom, najwyższe zaś oceny moralności – nieatrakcyjnym adonizującym kobietom.

W rozdziale autorstwa Anety Brachman i Marcina Moronia – *Strategie autoprezentacji w czasie pierwszej randki* – skupiono się na rozmaitych zachowaniach kobiet i mężczyzn podejmowanych w celu wzbudzenia zainteresowania i pokazania samego siebie w najlepszym świetle w sytuacjach rozpoczynania romantycznych relacji. Przedstawiono badania Autorów, których celem było opisanie, jakimi strategiami autoprezentacyjnymi posługują się kobiety i mężczyźni w czasie pierwszej randki. Najchętniej wybieraną strategią okazała się strategia zaangażowanego kontaktu, najrzadziej zaś – strategia podkreślenia własnego statusu.

W rozdziale napisanym przez Krystynę Doroszewicz – *Osobowość partnerów i wywieranie wpływu a zadowolenie ze związku* – poszukiwano cech i zachowań, które różnicują pary szczęśliwe i nieszczęśliwe. Autorka analizowała nie tylko złożone związki cech osobowości z poczuciem satysfakcji w bliskich relacjach, lecz także pośredniczącą rolę taktyk wpływu stosowanych wobec partnera w celu nakłonienia go do uległości. Stwierdziła, że szczególnie istotną rolę dla dobrostanu w bliskim związku odgrywają takie cechy, jak neurotyzm i ugodowość. W badaniach własnych odnotowała, że im wyższy neurotyzm u kobiet, tym częściej są one skłonne do posługiwania się taktykami twardymi, co obniża zadowolenie ze związku. Natomiast im większa ugodowość u mężczyzn, tym rzadziej stosują oni taktyki twarde, i tym samym sprzyja to zadowoleniu ze związku.

Rozdział autorstwa Eugenii Mandal i Magdaleny Sitko-Dominik – *Style przywiązania i narcyzm a taktyki wywierania wpływu w bliskich związkach* – został poświęcony roli wczesnodziecięcych stylów przywiązania oraz narcyzmu w kształtowaniu się w dorosłych relacjach kobiet i mężczyzn gotowości do stosowania różnych taktyk w wywieraniu wpływu na partnera romantycznej relacji. W badaniach własnych pokazano, że osoby o pozabezpiecznych stylach przywiązania przejawiały wyższą gotowość do stosowania taktyki Groźby i przemoc oraz taktyki Narzekanie i kłótnia, a także niższą tendencję do stosowania taktyki Argumentowanie i prośby. Wykazano też związek narcyzmu ze sto-

sowaniem wielu taktyk wpływu, zwłaszcza gotowości do stosowania taktyki Ciche dni i fochy.

W drugiej części – *Etykiety, znaki i znaczenia* – zamieszczono dwa rozdziały. Ich zawartość nawiązuje do roli słów i znaków w wywieraniu wpływu. Pokazano, że komunikaty słowne i ich treść mają olbrzymią moc wywierania wpływu na ludzi. Treści widoczne na różnych znakach w przestrzeni publicznej mogą zachęcać lub przeciwnie – zniechęcać do rozmaitych zachowań. Wpływ ten w zależności od użytych słów i związanych z nimi konotacji może być pozytywny lub negatywny.

Rozdział napisany przez Dariusza Dolińskiego – *Rola etykietkowania w procesach wpływu społecznego* – zapoznaje Czytelnika ze specyficzną techniką wpływu społecznego nazywaną etykietowaniem. Opinie, jakie ludzie słyszą o sobie od innych, pochlebne (np. „jesteś solidny”) lub krytyczne (np. „jesteś bałaganiarzem”), przybierają niekiedy postać tzw. etykiet, czyli określeń odwołujących się do trwałych dyspozycji psychicznych, czyli cech osobowości, charakteru czy temperamentu. „Przylepianie” ludziom różnych etykiet sprawia, że w pewnych warunkach zaczynają się oni zachowywać zgodnie z treścią owej etykiety. Ludzie są bowiem skłonni do przejawiania spójności i konsekwencji we własnym zachowaniu – w tym przypadku spójności między obrazem samego siebie a własnymi działaniami. Autor zaleca, aby w sytuacji, gdy krytykujemy kogoś, koncentrować się raczej na incydentalnych zachowaniach, a nie trwałych cechach osobowości czy charakteru.

W rozdziale autorstwa Konrada Maja i Moniki Makuch – *Schody zwykle czy ruchome? Kształtowanie pożądanых zachowań w przestrzeni publicznej za pomocą oznakowań o różnej treści argumentacji* – skupiono się na tym obszarze wpływu społecznego, w którym jego narzędziem stają się znaki lokowane w miejscach publicznych. Artykuł prezentuje wyniki naturalnego eksperymentu przeprowadzonego w Metrze Warszawskim. Polegał on na obserwacji zachowania pasażerów zbliżających się do schodów kierujących na powierzchnie, przy których ustawiono rozmaite znaki zachęcające (posłużono się różną argumentacją) do skorzystania ze schodów tradycyjnych zamiast ruchomych. Okazało się, że sama obecność znaku spowodowała znaczny wzrost liczby osób, które zastosowały się do przedstawionego zalecenia i skorzystały ze schodów

tradycyjnych. Kobiety okazały się bardziej podatne na znak z hasłem „dbaj o sylwetkę!”, mężczyźni zaś chętniej reagowali na znak bez żadnej argumentacji lub z komunikatem pozornym. Eksperyment pokazał, że znaki mogą być skutecznym sposobem na zachęcenie ludzi do różnych zachowań w przestrzeni publicznej.

W trzeciej części – *Praca zawodowa, sport, władza i decyzje* – znalazły miejsce trzy rozdziały, w których zwrócono uwagę na pozytywne i negatywne przejawy wpływu społecznego w pracy zawodowej i w sporcie. Jednocześnie zaakcentowano w nich ważne znaczenie władzy oraz związaną z nią możliwość podejmowania decyzji, na przykład o zatrudnieniu, leczeniu pacjentów, wynikach sportowej rywalizacji. Posiadanie lub podleganie władzy wyznacza specyfikę realizowanego wpływu społecznego.

W rozdziale napisanym przez Karolinę Kowalską – *Autoprezentacja w rozmowie kwalifikacyjnej: gotowość do stosowania i sądy o skuteczności strategii autoprezentacji a doświadczane emocje* – zajmowano się gotowością do stosowania różnych strategii autoprezentacji podczas rozmowy kwalifikacyjnej oraz ocenami ich skuteczności i towarzyszącym im stanom afektywnym. Przedstawiono badania Autorki nad osobami mającymi duże doświadczenie związane z uczestnictwem w rozmowach kwalifikacyjnych. Wyniki ujawniły, że w rozmowach kwalifikacyjnych najczęściej były stosowane taktyki ingracjacji i autopromocji, najrzadziej zaś suplikacja. Za najbardziej efektywną uznano strategię autopromocji, natomiast za najmniej skuteczną – suplikację. Strategia ingracjacji korelowała z odczuwanym smutkiem, brakiem optymizmu i zaniepokojeniem, taktyka autopromocji zaś z optymizmem i poczuciem swobody podczas rozmowy kwalifikacyjnej.

W rozdziale autorstwa Dagny Kocur – *Poczucie i potrzeba władzy oraz poziom dyrektywności wśród pielęgniarek* – zwrócono uwagę na rolę fenomenu władzy w wywieraniu wpływu w leczeniu. Autorka przedstawiła badania własne zrealizowane pośród pielęgniarek. Jest to zawód, w którym z jednej strony istnieje zawodowa hierarchia władzy związana z różnym wykształceniem i zajmowaniem kierowniczych stanowisk, z drugiej – w zawodzie tym ważny jest kontakt z pacjentem, swoiste sprawowanie władzy nad nim, gdy jest chory, bezradny, potrzebujący opieki i pomocy. Rezultaty pokazały, że pielęgniarki zajmujące stanowiska kierownicze charakteryzowała wyższa dyrektywność, wyższe poczucie władzy w re-

lacjach w pracy, wyższe poczucie umiejętności sprawowania władzy i wywierania wpływu. Cechowała je także wyższa potrzeba władzy i poczucie władzy nad pacjentami.

W rozdziale napisanym przez Zuzannę Wałach-Biśtę – *Sposoby wywierania wpływu a podejmowane decyzje sędziowskie w koszykówce* podkreślono fakt, że w sporcie obecna jest silna rywalizacja, która może powodować różne próby wywierania wpływu na sędziów sportowych, aby ci podejmowali decyzje korzystne dla danej drużyny. Celem badań Autorki było określenie, jakie zachowania w odczuciach sędziów koszykówki są interpretowane jako próba wywarcia na nich wpływu oraz w jaki sposób one na nich wpływają. Wyniki pokazały, że większość badanych sędziów koszykówki doświadczyło rozmaitych zachowań ze strony trenerów, zawodników i kibiców, które były odczytywane przez sędziów jako próby wpłynięcia na ich decyzje. Zachowania te wywoływały różne reakcje behawioralne, emocjonalne i poznawcze u sędziów, mogące w bezpośredni i pośredni sposób zaburzać decyzje podejmowane przez nich w trakcie sędziowania.

W części czwartej – *Makiawelizm, sądy, sugestie i zeznania* – skupiono trzy rozdziały, w których omówiono w większości negatywne aspekty wpływu społecznego. Związane są one z różnicami indywidualnymi (cechami osobowościowymi) oraz sytuacyjnymi, na przykład wywieraniem wpływu podczas przesłuchiwania i składania zeznań w sądzie.

W rozdziale autorstwa Ireny Pilch – *Ciemna strona wywierania wpływu. Makiawelizm, narcyzm i psychopatia w badaniach wpływu społecznego* – zwrócono uwagę na to, że makiawelizm, psychopatia i narcyzm, tworzące tzw. ciemną triadę, to odrębne cechy przejawiające się w kontaktach społecznych w postaci egoistycznego i antagonistycznego stylu interpersonalnego, którego istotnym elementem jest wywieranie wpływu z użyciem wszelkich dostępnych środków, bez poszanowania praw partnera i w celu osiągnięcia osobistych korzyści. Osoby o cechach konstruktu ciemnej triady nierzadko zajmują wysokie pozycje w strukturach grupowych, stając się źródłem konfliktów interpersonalnych. Celem rozdziału było omówienie i uporządkowanie wyników dotychczasowych badań w tym obszarze oraz pokazanie problemów, z jakimi borykają się badacze eksplorujący temat osobowościowych uwarunkowań zachowań antyspołecznych obserwowanych w codziennym życiu.

W rozdziale napisanym przez Malwinę Szpitalak – *Wpływ społeczny w kontekście sądowym: sugestialność interrogatywna* – przedstawiono problematykę związaną z uleganiem sugestiom podczas przesłuchiwania. Sugestialność interrogatywna to stopień, w jakim osoba akceptuje informacje komunikowane jej przez przesłuchującego, w wyniku czego na jej odpowiedzi zaczynają wpływać te informacje. Przykładem może być pytanie: „Czy ubranie kobiety podarło się podczas szamotaniny?”, w którym zawarta jest przesłanka, że nastąpiła szamotanina. Czyni to odpowiedź twierdzącą bardziej prawdopodobną niż przeczącą, ponieważ podczas szamotaniny ubranie mogło ulec zniszczeniu. W tekście przedstawiono przegląd badań pokazujących, że spełnienie trzech warunków: świadek jest niepewny własnych wspomnień, ufa rozmówcy i chce udzielić mu jak największej informacji czyni osoby podatnymi na sugestie. Poza strategią radzenia sobie związaną z sytuacją bycia przesłuchiwanym, tendencja do ulegania sugestii zależy jednak także od poznawczego nastawienia świadka, wynikającego z jego poprzednich doświadczeń z wymiarem sprawiedliwości.

W rozdziale napisanym przez Sylwię Waclawik i Bartosza W. Wojciechowskiego – *Kobiece i męskie charakterystyki treściowe zeznań a prawdopodobieństwo wykrycia kłamstwa* – zaprezentowano badania Autorów nad metodami treściowej analizy zeznań świadków wykorzystywanymi przez psychologów sądowych. Zwracają one uwagę na to, że osoby oceniające podejmują decyzję o zaklasyfikowaniu relacji do kategorii szczyrych albo nieszczyrych na podstawie określonego zestawu kryteriów treściowych. Stwierdzono, że można wyróżnić „kobiece” i „męskie” algorytmy decyzyjne. Celem przeprowadzonych badań było ustalenie, czy dopasowanie „męskiego” i „kobiecego” modelu treści zeznań do płci oceniającego wpływa na trafność ocen wartości dowodowej relacji. Co prawda nie odnotowano istotnych statystycznie różnic w poziomie trafności ocen sformułowanych przez kobiety i mężczyzn, ale dostrzeżono, że przy dokonywaniu ocen wiarygodności zeznań kobiety i mężczyźni zwracają uwagę na inne aspekty treściowe.

Książkę kończy piąta część – *Wojsko, operacje psychologiczne i tajna współpraca* – w której zamieszczono dwa rozdziały. Pokazano w nich, że od najdawniejszych czasów wpływ społeczny był obecny w działaniach wojskowych i w tajnej współpracy. Obiektami wpływu takich działań

są zarówno rządy, wojsko, organizacje społeczne, grupy społeczne, jak i jednostki. Ta przestrzeń stanowi prawdopodobnie najbardziej „ciemną” sferę w obszarze wpływu społecznego.

W rozdziale autorstwa Tomasza Grzyba i Sławomira Starzyńskiego – *Operacje Psychologiczne (PSYOPS) jako pole praktycznego zastosowania technik wpływu społecznego* – opisano przykłady i mechanizmy działania różnych operacji psychologicznych stosowanych w działaniach wojskowych. Pierwsze ich przykłady znajdujemy w Starożytności. Stosowane były przez dowódców, ale i zwyczajnych ludzi pragnących ocalić życie. Operacje psychologiczne w zaplanowany sposób przekazują grupom docelowym wybrane informacje, które mają zmieniać ich emocje, motywacje, rozumienie zjawisk wokół nich, a w konsekwencji zachowanie. To niekiedy (pozbawiona siły) forma wpływania na obiekty znajdujące się w strefie operacji wojskowych. Wpływ ten przyjmuje różne formy: od pozytywnej, przez neutralność, aż do zupełnej wrogości.

W ostatnim rozdziale napisanym przez Agnieszkę Gałkowską – *Wobec systemu. Miękkie i twarde strategie korzystania z władzy przez przedstawicieli SB względem tajnych współpracowników w ostatnich dekadach PRL* – pokazano, na podstawie badań materiałów archiwalnych Instytutu Pamięci Narodowej, różne sposoby oddziaływania funkcjonariuszy Służby Bezpieczeństwa PRL na tajnych współpracowników przy ich pozyskiwaniu oraz podczas tajnej współpracy. Omówiono związek wybranych technik wpływu z niektórymi parametrami współpracy oraz podatność na takie wpływy wynikającą z sytuacji poprzedzającej pozyskanie. Zaakcentowano kwestie efektywności technik wpływu społecznego oparte na tworzeniu bliskości interpersonalnej oraz oddziaływania ukierunkowane na podtrzymanie motywacji do współpracy.

Książka ma tę zaletę, że można przeczytać ją w całości lub ograniczyć się tylko do wybranych rozdziałów. Jako jej Redaktorzy zachęcamy oczywiście do wybrania pierwszej opcji. Zachęcamy, czyli wywieramy wpływ społeczny. Czy skuteczny? To już zależy, Drogi Czytelniku, od Ciebie. Tak czy inaczej, życzymy Ci przyjemnej lektury!