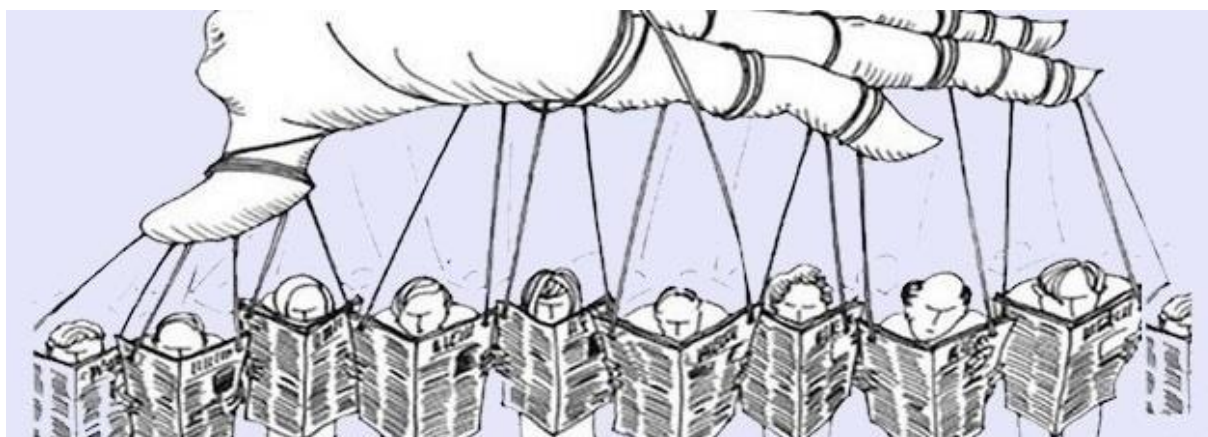


## Blog



### Mowa ciała jest najważniejsza? – czyli o bezrefleksyjnym poleganiu na niesprawdzonych informacjach

Napisała [Aleksandra Hulewska](#) 13 października 2019 / W kategorii: [Blog](#)

Siedzę w kinie. Na ekranie spin doktor wykrzykuje do swojego klienta: „Wbij sobie do głowy, że na ludzi najsilniej oddziałuje twoja mowa ciała (55%), w drugiej kolejności ton głosu (38%), a dopiero na ostatnim miejscu słowa (7%)!”

Styszę to i krew uderza mi do głowy. „Jak to?! – pytam siebie – Jak to możliwe, że konsultant merytoryczny filmu (o ile w ogóle został zatrudniony) zgodził się na wyemitowanie tego pseudo-psychologicznego bełkotu?!!”

Reaguję tak ostro, ponieważ z **błędną interpretacją „reguły 55-38-7”** spotykam się nagminnie. W podręcznikach nt. komunikacji niewerbalnej, w internetowych infografikach, memach. W filmach instruktażowych, poradnikach, artykułach popularyzujących psychologię, a nawet w referatach wygłaszanych na naukowych konferencjach i sympozjach (!).

Złoszczę się, choć nie posądzam osób rozpowszechniających tę pseudo-wiedzę o intencję wprowadzenia innych w błąd. Mimo to skutki ich nierzetelnych wypowiedzi są opłakane. W społecznej świadomości utrwała się bowiem przekonanie o wyższości mowy ciała nad treścią wypowiedzi. **Tymczasem sprawa wcale nie jest tak jednoznaczna.**

Sięgnijmy zatem do źródła, tj. do dwóch **eksperymentów Alberta Mehrabiana** z lat 60. XX wieku, które stały się punktem wyjścia do powstania popularnej „reguły 55-38-7”. Ich celem było **sprawdzenie, w jaki sposób ludzie reagują na niespójne komunikaty**. Konkretnie naukowiec chciał ustalić, który element przekazu wywiera największy wpływ na obserwatora, kiedy ten usiłuje dociec, jaką postawę wobec swojego słuchacza (odbiorcy) ma osoba wypowiadająca się (nadawca).

W pierwszym eksperymencie Mehrabian porównywał wagę dwóch parametrów: treści wypowiedzi oraz tonu głosu. W tym celu przygotował nagrania audio, na których dwie kobiety odczytywały w sposób przyjemny, neutralny i nieprzyjemny 9 różnych słów (3 pozytywne, np. „dziękuję”, 3 neutralne, np. „może”, i 3 negatywne, np. „okropny”). Następnie naukowiec zaprezentował taśmy uczestnikom badań. Po wysłuchaniu nagrań mieli oni określić, jakie jest nastawienie lektorek do swoich (rzekomych) rozmówców.

Okazało się, że – w wypadku, kiedy ton głosu w warstwie afektywnej był **niespójny** z treścią wypowiedzi (np. ostre „dziękuję”) – na ocenę postawy nadawcy wobec odbiorcy komunikatu w największym stopniu wpływała wokalna strona przekazu, nie zaś – jego treść.

W drugim eksperymencie Mehrabian wzbogacił pierwotny materiał o element wizualny. Wykonał 3 fotografie kobiet, których twarze wyrażały 3 różne nastawienia wobec hipotetycznego partnera interakcji: pozytywne (sympatię), neutralne (obojętność) oraz negatywne (antypatię). Następnie naukowiec przygotował nagrania audio, na których kobiecie głos (brząający pozytywnie, neutralnie i negatywnie) odczytywał jedno neutralne słowo: „może”.

Wyniki tego badania pokazały, że w sytuacji, gdy elementy przekazu były ze sobą **niezgodne** (np. miłemu wyrazowi twarzy towarzyszył ostry ton wypowiedzi), na ocenę stosunku kobiety do rzekomego rozmówcy w najwyższym stopniu wpływała jej ekspresja mimiczna, a dopiero potem – tonu głosu.

Integrując rezultaty obu eksperymentów Mehrabian ustalił, że łączny efekt równoczesnej komunikacji mimicznej, wokalnej i werbalnej jest sumą ważoną ich niezależnych efektów – o współczynnikach odpowiednio: 0,55; 0,38 i 0,07.

Uff... Po tej przydługiej, acz koniecznej, prezentacji możemy wreszcie wrócić do słynnej „reguły 55-38-7”, która tak często jest dziś upowszechniana w zniekształconej formie (i podpierana autorytetem Mehrabiana). Czy rzeczywiście – na podstawie przytoczonych wyżej badań – uprawnione jest stwierdzenie, że komunikacja niewerbalna **zawsze** w największym stopniu wpływa na odbiorcę? Czy na pewno możemy orzec, że w dowolnych warunkach i bez względu na to, co jest przedmiotem oceny (postawa, wiarygodność, asertywność i wiele innych cech oraz zachowań nadawcy), mowa ciała wiedzie prym nad pozostałymi elementami przekazu?

### **Zdecydowanie nie.**

Z badań Mehrabiana wynika tylko i wyłącznie to, że komunikacja niewerbalna ma niepodważalny prymat nad werbalną wtedy, gdy ocenie podlega **nastawienie** nadawcy wobec odbiorcy komunikatu i – co równie ważne – mamy do czynienia z **niezgodnością** pomiędzy treścią a formą wypowiedzi. Wszelkie inne wnioski są nieuprawnione, a ekstrapolowanie rezultatów przytoczonych badań na wiele innych dziedzin życia społecznego jest – z metodologicznego punktu widzenia – poważnym błędem.

Mimo to wciąż i wciąż – w rozmaitych kontekstach (także naukowych!) – spotykam się ze zniekształconą wersją ustaleń poczynionych przez amerykańskiego naukowca. Tak, jak ostatnio w kinie, kiedy to spin doktor autorytatywnie stwierdzał, że mowa ciała jest podstawowym narzędziem wywierania wpływu na ludzi.

Można powiedzieć, że przeinaczone fakty powtarzane nieskończoną ilość razy zyskały status prawdy i dziś niewielu z nas przychodzi do głowy, by zadać sobie trud zweryfikowania tych wątpliwych twierdzeń.

I ja to rozumiem.

To znaczy **nie** rozumiem naukowców, autorów książek, osób, które na co dzień edukują innych.

Ci, według mnie, powinni dbać o rzetelność przekazywanych informacji. Natomiast domyślam się, dlaczego pozostali ludzie, bezrefleksyjnie przyjmują za pewnik to, co pewne nie jest. W świecie powszechnego zabiegania, braku czasu i informacyjnego przeciążenia szukamy dróg na skróty, tj. m.in. polegamy na opiniach tych, których za uznajemy za ekspertów. Tyle, że owi specjaliści często sami bezkrytycznie powielają niesprawdzone dane. Co ostatecznie owocuje tym, że obraz świata, który powstaje w naszych umysłach, zaczyna mijać się z rzeczywistością.

Ktoś może powiedzieć: „I co z tego? Przecież fakt, że mowa ciała nie zawsze okazuje się najważniejsza, nie wpływa istotnie na moje funkcjonowanie. Nawet więc, jeśli do tej pory żyłem w nieświadomości, to przetrwałem do dziś bez większych uszczerbków”.

Zgoda. W sprawie wpływu znajomości badań Mehrabiana na jakość naszej codziennej egzystencji jestem skłonna przyznać rację powyższej argumentacji. Lecz jednocześnie pragnę z całą mocą podkreślić, że poleganie na zniekształconych czy nieprawdziwych informacjach w sprawach większej wagi (np. przy podejmowaniu decyzji o zaciągnięciu ogromnego kredytu, zaszczepieniu bądź nie własnego dziecka itp.) może nieść dla nas i dla naszych bliskich poważne skutki.

Jeśli dodać do tego fakt, iż spora część osób, które chcą nas do czegoś przekonać, ma żywotny interes w tym, by świadomie wprowadzać nas w błąd, wtedy okazuje się, że czujność z naszej – odbiorców – strony jest niezmiernie ważna i potrzebna.

Dziś idziemy do lokali wyborczych zagłosować na tych, których program jest najbliższy Polsce naszych marzeń. Gorąco zachęcam Was (i samą siebie) do tego, by przed postawieniem krzyżyka w tej czy innej kratce, jeszcze raz na spokojnie sprawdzić, czym karmimy nas w kampanii komitety rywalizujących ze sobą ugrupowań. Nie pozwólmy, by hasła i slogany bez pokrycia zdecydowały o tym, w jakim kraju przyjdzie nam spędzić najbliższe cztery lata. **Stawka jest zbyt wysoka, by dać się zwieść pseudo-danym.** Nie sądzicie?

### **Aleksandra Hulewska**

PS – szczegółowe opisy eksperymentów Alberta Mehrabiana można znaleźć tutaj:

- Mehrabian, Albert; Wiener, Morton, Decoding of Inconsistent Communications, Journal of Personality and Social Psychology 6 (1), 1967, s. 109–114

- Mehrabian, Albert; Ferris, Susan R., Inference of Attitudes from Nonverbal Communication in Two Channels, Journal of Consulting Psychology 31 (3), 1967, s. 248–252