**Efekt kameleona w kancelarii? O skuteczności naśladownictwa u prawników**

**Klienci kancelarii prawnych chętniej zaufają i podejmą współpracę z adwokatem, który imituje ich słownictwo, mimikę czy postawę ciała. Skuteczność naśladownictwa, czyli tzw. mimikry lub efektu kameleona, jako metody wpływu społecznego, stosowanej w środowisku prawniczym potwierdzili naukowcy z Uniwersytetu SWPS. Pracę na ten temat opublikowali w magazynie PLOS One.**

Naśladowanie zachowania innych ludzi to jedno z narzędzi wpływu społecznego. Określane jako mimikra lub efekt kameleona jest powszechne w interakcjach międzyludzkich i często stosowane mimowolnie. Wcześniejsze badania pokazywały, że osoby, które potrafią naśladować zachowania innych, są bardziej lubiane, postrzegane jako bardziej atrakcyjne, kompetentne, godne zaufania.

Naśladownictwo stosowane w branży usługowej może wpłynąć np. na wysokość otrzymywanych napiwków czy wyższy poziom postrzeganych kompetencji. Z tego powodu jest także jedną ze strategii stosowanych w handlu do budowania relacji z klientem.

**Dobre relacje z klientami równie ważne jak znajomość prawa**

Skuteczność stosowania tej techniki wpływu społecznego nie była dotąd badana na gruncie praktyki stosowania prawa. Tymczasem zdolność do nawiązywania i utrzymania relacji społecznych z klientami w tym obszarze jest tak samo istotna jak znajomość i gruntowne rozumienie prawa. Badania wykazywały, że osadzeni o niskim zaufaniu do adwokata otrzymywali długie wyroki sądowe. Natomiast wysokie zaufanie prowadziło do dobrej współpracy z adwokatem i większej satysfakcji z jego pracy[[1]](#footnote-1).

*Badanie metod budowania zaufania w kontekście prawnym jest kluczowe, ponieważ stanowi ono ważny element w nawiązywaniu pogłębionej współpracy między adwokatem a klientem. Bez niego wyniki takiej współpracy mogą być rozczarowujące. Co szczególnie ważne poziom zaufania, którym obdarowuje klient osobę reprezentującą jest niezwykle wysoki; nierzadko dotyczy fundamentalnych spraw danej osoby (wolność, bezpieczeństwo itp.) i w psychologii rzadko badamy tak głęboki poziom zaufania. Również z tego powodu zależało nam, aby przeprowadzić nasze badania*  – komentuje prof. Wojciech Kulesza, psycholog z Uniwersytetu SWPS.

Naukowcy Uniwersytetu SWPS, pod kierownictwem prof. Wojciecha Kuleszy, sprawdzali, czy naśladownictwo jest korzystne w kontekście praktyki prawniczej i czy prowadzi do zwiększenia zaufania. Wyniki pracy opublikowali w [PLOS One](https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0292699#references).

**Naśladownictwo w kancelarii prawniczej**

Ponieważ zachowanie każdego z nas ściśle wiąże się z otoczeniem społecznym i sytuacją, w której się znajdujemy, eksperymenty przeprowadzano w kancelariach podczas rzeczywistych spotkań prawników z klientami.

W pierwszym eksperymencie wzięło udział 60, w drugim 90 badanych wieku od 18 do ponad 80 lat. Każdy klient wchodzący do kancelarii prawniczej stawał się uczestnikiem badania. Adwokat, który jednocześnie był eksperymentatorem, witał klienta i zapraszał do biura. W obu eksperymentach prawnicy pracowali w tym samym środowisku i zapewniali ten sam poziom wiedzy fachowej.

W pierwszym badaniu uczestników losowo przydzielano do jednej dwóch grup: w pierwszej naśladowano ich werbalnie, w drugiej nie byli naśladowani. W drugim badaniu  dołączono jeszcze trzecią grupę uczestników – ich naśladowano zarówno werbalnie, jak i pozawerbalnie.

Naśladownictwo werbalne polegało na kopiowaniu sformułowań, wypowiedzi klienta, parafrazowaniu, przyjmowaniu tonu głosu uczestników. Pozawerbalne obejmowało gesty rąk (np. kładzenie ich na blacie lub zdejmowanie z blatu), gesty ramion oraz postawę ciała, np. pochylanie się do przodu lub przyjmowanie wyprostowanej pozycji. W warunkach bez naśladowania adwokat odpowiadał na wypowiedzi uczestników zwrotami typu: tak, ok. Interakcja, podczas której uczestnicy byli naśladowani (lub nie), trwała przez 30 minut.

**Efekt kameleona skuteczny na gruncie prawa**

Wyniki pierwszego eksperymentu pokazały, że naśladowani klienci znacząco częściej decydowali się udzielić pełnomocnictwa adwokatowi, niezależnie od sprawy, o której rozmawiano. Efekt okazał się skuteczny zarówno w sprawach cywilnych, jak i kryminalnych. Drugi eksperyment potwierdził wyniki pierwszego doświadczenia. Pokazał również, że łączone naśladownictwo (werbalne i pozawerbalne) dodatkowo zwiększało szansę na udzielenie pełnomocnictwa prawnikowi.

*Dokonana przez nas analiza wskazuje, że werbalnie naśladowany klient ponad 3,5 razy częściej udzieli pełnomocnictwa niż ten, który nie był naśladowany*  - opisuje prof. Kulesza.

Naukowcy podkreślają, że choć badania nad naśladownictwem wskazują na ogromny potencjał tej metody do zastosowania w kontekście prawnym, to trzeba stosować ją z ostrożnością. Naśladownictwo może bowiem również zaszkodzić, szczególnie w sytuacjach, gdy ważna jest prawdomówność, na przykład przy zbieraniu informacji i zeznań (co pokazują inne prace realizowane pod kierunkiem prof. Kuleszy). Naśladujący adwokat jest na przykład mniej zdolny do wykrycia kłamstwa klienta i może zwiększać skłonność klienta do okłamywania prawnego reprezentanta.

Nie jest też jasne między innymi, czy efekt kameleona pozostaje, gdy klient opuszcza biuro i podejmuje decyzję o udzieleniu pełnomocnictwa w późniejszym czasie. Czy wpływ mimiki albo gestów jest wystarczająco silny, aby utrzymać się przez dłuższy czas?

*Odpowiedzi wymaga też ważne pytanie etyczne: czy zawód oparty na społecznym zaufaniu może wykorzystywać narzędzia wpływu społecznego? Odpowiedź na to pytanie może być twierdząca, jeśli przeniesiemy je do środowiska psychoterapeutów. W tym kontekście zaufanie jest badane co najmniej od kilku dziesięcioleci. Bez zaufania trudno jest osiągnąć udane sojusze terapeutyczne. Wydaje się, że w tym sensie kontekst prawny nie odbiega zbytnio od psychologicznego: bez zaufania trudno wyobrazić sobie dobrą współpracę przy rozwiązywaniu kwestii prawnych –* komentuje prof. Kulesza.

1. Boccaccini MT, Brodsky SL. Attorney-client trust among convicted criminal defendants: preliminary examination of the attorney-client trust scale. Behav Sci Law. 2002;20: 69–87. pmid:11979492 [↑](#footnote-ref-1)