

# Manipulacja neuroperswazyjna

---

JACEK PONIKIEWSKI

*WYŻSZA SZKOŁA PODŚWIADOMEGO WPŁYWU*



Ten ebook zawiera darmowy fragment publikacji "[Manipulacja neuoperswazyjna](#)"

Darmowa publikacja dostarczona przez  
[ZłoteMyśli.pl](#)

Copyright by Złote Myśli & Jacek Ponikiewski, rok 2012

Autor: Jacek Ponikiewski

Tytuł: Manipulacja neuoperswazyjna

Data: 25.01.2012

Złote Myśli Sp. z o.o.

ul. Toszecka 102

44-117 Gliwice

[www.zlotemysli.pl](http://www.zlotemysli.pl)

email: [kontakt@zlotemysli.pl](mailto:kontakt@zlotemysli.pl)

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody Wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli.

Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli dolożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

# Spis treści

Wstęp .....	7
Cele .....	9
1. Czytanie w myślach — informacje werbalne i pozawerbalne.....	15
Rozpoznawanie typów osobowości i szkicowanie map psychologicznych .....	15
Złoto .....	19
Srebro .....	21
Rtęć .....	23
Platyna.....	26
Wzrokowcy .....	28
Słuchowcy .....	29
Kinestetycy .....	30
Mapy psychologiczne .....	31
Jak złamać czyjś przekaz pozawerbalny?.....	34
Introwertycy i ekstrawertycy: tabele korzyści, preferencje, metodyka perswazyjna.....	36
Sektory neurowzrokowe: techniki pytań podprogowych i obserwacja ruchu gałek ocznych .....	38
Mikrowyrażenia twarzy i mowa ciała.....	41
2. Neurolingwistyka, czyli perswazja hipnotyczna .....	48
Słowne techniki wpływu .....	48
Zasada współpracy Paula Grice'a .....	55
Pisemne techniki wpływu .....	58

3. Wywieranie wpływu za pomocą miejsca wymawiania komunikatu.....	61
Miejsce przemowy i gesty aktywujące obszary neuroaktywności .....	61
Kobiety i mężczyźni — dwie płcie komunikacji .....	64
Przestrzeń hormonalna .....	68
Emisja głosu jako czynnik wpływający na ludzkie emocje i tętno.....	70
4. Wpływanie na ludzkie odruchy podświadome i kodowanie pamięci neurotycznej rozmówcy .....	73
Postawy ludzkie oraz perspektywa poznawcza i motywacyjna .....	73
Równowaga poznawcza postaw .....	79
Krok I. Procesualny model zmiany postaw McGuire'a i komunikacyjny model perswazji .....	83
Krok II. Heurystyka dostępności, zakotwiczenia, reprezentatywności, symulacji.....	90
Krok III. Obejście spirali kontrfaktycznego myślenia klienta.....	92
Krok IV. Efekt asymilacji kontrastu .....	95
Krok V. Afekt jako autonomiczny impuls w jądrze migdałowatym.....	98
SEKRET — pamięć neurotyczna a gest .....	100
5. Reguły i techniki manipulacyjne o podłożu psychologiczno-społecznym.....	102
Technika „stopa w drzwiach” .....	103
Technika „niska piłka” .....	104

Technika „drzwiami w twarz” .....	105
Technika „dwie prośby” .....	105
Indukcja hipokryzji .....	106
Autoprezentacja .....	107
Zasada wzajemności .....	107
Zasada zobowiązania i konsekwencji .....	108
Dowód społeczny .....	109
Zasada przyjaźni .....	110
Zasada autorytetu .....	111
Zasada niedostępności .....	111
Efekt aureoli .....	112
6. Techniki antystresowe .....	113
Technika ZEN .....	114
Technika „tu i teraz” .....	116
Technika nadgarstków i punktu X .....	117
Postówie .....	119
Ćwiczenia — Arkusz I .....	125
Rozdział 1. ....	125
Rozdział 2. ....	133
Rozdział 3. ....	138
Rozdział 4. ....	141
Ćwiczenia — Arkusz II .....	151
Testy .....	179
Profil osobowości, profil zawodowy, kanał informacyjny .....	179

## 2.

# Neurolingwistyka, czyli perswazja hipnotyczna

## Słowne techniki wpływu

### *Budowa zdań względem półkul mózgowych i typów osobowości klientów*

Ludzki mózg składa się z dwóch półkul. Półkula lewa odpowiada za logiczne myślenie, a prawa za emocje i marzenia. Można więc powiedzieć, że o ile lewa półkula jest racjonalną sferą człowieka, o tyle prawa to irracjonalna sfera ludzkiej istoty.

Wielu hipnotyzerów za pomocą gestów przenosi procesy myślowe człowieka z jednej półkuli do drugiej. Przykładowo, jeden ze znanych brytyjskich hipnotyzerów pytał ludzi w metrze o stację, na którą się udają. Przypadkowe osoby wymieniały stację, ale po chwili nie mogły sobie przypomnieć miejsca przeznaczenia. Działo się tak, gdyż hipnotyzer, zadając drugi raz pytanie, wykonywał przed oczami podróżnych szybki gest ręką (połączony z dotykiem, burzącym poczucie pewności siebie). Ów gest był wykonywany na poziomie lewego

oka i zmierzał ku oku prawemu, kończąc swój bieg po prawej stronie rozmówcy.

W tym właśnie momencie impuls nerwowy, jaki zapoczątkował proces myślowy, był automatycznie łączony z kolejnym impulsem — informacją z nerwu wzrokowego.

Ta informacja przejmowała metaforyczne lejce, przenosząc proces myślowy do prawej półkuli. Tam jednak nie można było odnaleźć szuflady z nazwą stacji metra. Stąd też brała się chwilowa amnezja podróżnych.

Ta technika to idealny sposób na ośmieszenie negocjatora, a nawet wprowadzenie w błąd drugiej strony — aby wykazując niekompetencję, ugrać swoje. Jednak przede wszystkim wiedza ta pomoże kierownikowi zespołu przekazywać informacje adekwatnie do celu konwersacji, a sprzedawcy wpłynąć na pozytywną decyzję klienta.

Technika jest bardzo prosta. Wystarczy podczas rozmowy kierować się kilkoma zasadami:

**Lewa ręka:** Gestykulujemy, kiedy chcemy poruszyć prawą półkulę mózgu, czyli wpłynąć na emocje.

**Prawa ręka:** Gestykulujemy, kiedy chcemy poruszyć lewą półkulę mózgu, czyli wpłynąć na logiczne myślenie rozmówcy.

**Gest prawą ręką przed oczami rozmówcy** (od prawego do lewego oka rozmówcy): Szybki, płynny gest na poziomie oczu. Ręka kieruje się od prawego oka rozmówcy ku lewemu, przenosząc tym samym procesy

myślowe do lewej półkuli mózgu danej osoby. Ważne jest, aby zadać konkretne pytanie, odpowiadające naszej intencji.

**Gest lewą ręką przed oczami rozmówcy** (od lewego do prawego oka rozmówcy): Szybki, płynny gest na poziomie oczu. Ręka kieruje się od lewego oka rozmówcy ku prawemu, przenosząc tym samym procesy myślowe do prawej półkuli mózgu danej osoby. Tak samo jak poprzednio, ważne jest, aby zadać konkretne pytanie.

Pytania stanowiące bazę dla przenoszenia procesów myślowych rozmówcy za pomocą gestu:

- ◆ Od prawej do lewej: Pytania o konkretne, logiczne, włożone w pewne ramy / zasady pytania. Pytamy o rzeczy stałe, podlegające prawom logiki.

**Przykład.** Ile to jest 8 razy 9? / Ile minut jedziesz do swojego domu? / Jaka była proponowana przez państwa kwota? / Na kiedy chciałby pan mieć ten raport?

- ◆ Od lewej do prawej: Pytania ogólne, emocjonalne, irracjonalne. Pytamy o rzeczy dotyczące marzeń, wartości, stanów emocjonalnych.

**Przykład.** Jak się pan wtedy czuł? / Czy jest pan zadowolony z naszych ustaleń? / Chyba dobrze się dogadujemy?

Zwróćmy uwagę na to, że możemy również wykorzystać tę technikę w zupełnie innym celu. Zadając pytanie dotyczące emocji („Czy jest pan zadowolony z naszych



ustaleń?”), możemy przenieść procesy myślowe rozmówcy do półkuli lewej, tak aby zamiast usłyszeć wypowiedź opartą na emocjach i chęci zachowania dobrego smaku, poznać logiczne przemyślenia danej osoby, czyli właściwie jej prawdziwe stanowisko.

### ***Forma zdań kierowanych do półkuli prawej***

Do półkuli prawej kierujemy zdania pojedyncze („Fajny samochód, prawda?” / „Masz ochotę na dobrą zabawę?”). Ważne jest, aby stosować stronę czynną (bierzesz, robisz, lubisz, piszesz itp.), jak również zwracać się bezpośrednio do odbiorcy (pani, pan, Zenku, Jarku, Zbyszku, chcesz, weź). Takie zwroty przyspieszają tętno u każdej osoby, niezależnie od rasy, kultury i przekonań. Mózg bowiem odbiera te formy jako adresowane do półkuli emocji, a więc automatycznie wchodzi w stan fal mózgowych odpowiedzialnych za uwalnianie adrenaliny i dopaminy z kory nadnercza poprzez jądro migdałowe.

### ***Forma zdań do półkuli lewej***

Do tej półkuli kierujemy zdania podrzędnie złożone („Pamiętam ten dzień, kiedy przyszedł do mnie mój dobry znajomy, oferując mi korzystny układ, polegający na działalności w branży szkoleniowej, czyli procesach edukacyjnych dla tych, którzy chcą wiedzieć nie tylko tyle, ile powiedzą im w pracy, ale o wiele więcej”).

Nie używamy również odniesień pierwotnych, czyli słów i pojęć wywołujących stres permanentny — apriorystyczny, czyli apriorystyczny to naturalne i genetycznie zakorzenione odruchy, powiązane z regułami: walcz lub uciekaj. Przykładowo są to: „ratował się”, „oberwałbyś”, „przerażające”, „straszne”, „zadał mi ból”, „zranił mnie tymi słowami”. Takie odniesienia pierwotne automatycznie przenoszą procesy myślowe do prawej półkuli i zacierają racjonalne myślenie.

Tabela 7.

P	L
♦ zdania pojedyncze	♦ zdania podrzędnie złożone
♦ strona czynna, krótkie zdania	♦ brak odniesień pierwotnych
♦ emocje	♦ logika

### ***Głoski rozziwne i nierozziwne***

Ludzki mózg odbiera głoski jako impulsy nerwowe. Jest to związane z istnieniem w naszym narządzie słuchu aparatu Cortiego, jak również błony bębenkowej. Odbierają one mikrodrgania, czyli właściwie fale dźwiękowe, i za pomocą włosków nerwowych tworzą impulsy nerwowe.

Głoski rozziwne (e, o, a) i nierozziwne (ś, ź, ć, dź) są w istocie falą dźwiękową, którą oba te narządy odbierają, przypisując swoistą intencję: logika/emocje. Możemy to wykorzystać, wypowiadając na końcu każdego

zdania wcześniej wybrane słowa (uwaga: technika ma zastosowanie jedynie do ostatniego słowa w zdaniu).

### Przykład.

**Tabela 8. Przykłady wyrazów z głoskami nierozziewnymi i rozziewnymi**

<b>Lewa półkula</b>	<b>Prawa półkula</b>
Należność	Euro
Niewiarygodność	Oszustwo
Nierzetelność	Amatorka
Zależny	Ubezwłasnowolniony
Złość	Furia

W ostatnim słowie zdania zapowiadającego/spotu reklamowego używamy głosek o, e, a, jeżeli chcemy odnieść się do odpowiedniej półkuli mózgu i zwiększyć emocje. Jeżeli zaś chcemy emocje wygasić, używamy: ź, ś, ć, sz, cz.

Jak widać powyżej, technika nie jest skomplikowana, a by ją zastosować, wystarczy kilkuminutowe przygotowanie.

### ***Spójniki twarde i miękkie***

Ludzki mózg przekierowuje spójniki „miękkie” i „twarde”, podobnie jak głoski rozziewne i nierozziewne, do odpowiedniej półkuli mózgu.

Tutaj również za wychwytywanie fal dźwiękowych odpowiadają narząd Cortiego i błona bębenkowa. Tym razem jednak oddziałuje on bezpośrednio na artefakty podświadomości. Artefakt to pierwotny wzorzec, który determinuje nasze kojarzenie i postrzeganie rzeczywistości zarówno emocjonalnej, jak i racjonalnej. Takimi artefaktami są dla nas spójniki miękkie i twarde, które zazwyczaj używane są w konkretnych zdaniach, mających swoją intencję, jak: strach, pogarda, nienawiść, radość, zazdrość, rywalizacja, przyjaźń, pomoc.

Spójniki twarde i miękkie:

- ◆ Twarde: ale, lecz, tylko — wprowadzamy konflikt, którego nie ma.
- ◆ Miękkie: bo, dlatego, ponieważ — łagodzimy konflikt.

Riposta od miękkiego spójnika pozwala zatrzyć konflikt i ciągnąć rozmowę nawet ze zdenerwowanym człowiekiem. Spójników można używać, aby wprowadzać i wyprowadzać słuchacza z napięcia (lektor lub prezynter).

### Przykład.

Tabela 9.

Półkula lewa	Półkula prawa
ale	ponieważ
lecz	gdyż

---

<b>Półkula lewa</b>	<b>Półkula prawa</b>
tylko	dlatego
bo	skądinąd
a	lub
albo	i
aczkolwiek	oraz

---

### **Zasada współpracy Paula Grice'a**

Każda konwersacja musi trzymać się pewnych zasad, aby była konwersacją udaną. W tym celu Paul Grice stworzył zestaw najważniejszych reguł, których stosowanie pomaga osiągnąć sukces w rozmowie:

1. Maksyma ilości (ilość informacji adekwatna do celu konwersacji).
2. Maksyma jakości (przekazujemy jedynie informacje zgodną z prawdą).
3. Maksyma odniesienia (mówić na temat tego, co jest przedmiotem rozmowy).
4. Maksyma sposobu (przekazywać informacje jasno, rzeczowo i zrozumiale).
5. Maksyma grzeczności — Robin Lakoff (dać mówić rozmówcy, nie przerywając).

Przyswojenie powyższych zasad to wstęp do tworzenia spójnej sylwetki mówcy. Oznacza to tylko tyle, że nasz przekaz werbalny powinien być spójny z przekazem pozawerbalnym. Jeżeli zatem przyswoiliśmy już wpływanie na osobę za pomocą gestów, dostosowywania się do profilu rozmówcy, a także oddziaływanie na niego słowem, to teraz musimy ubrać wszystkie te narzędzia w pewien strój. Strojem tym będą właśnie zasady Paula Grice'a.

### **Jak połączyć maksymy Paula Grice'a z manipulacją?**

1. Maksyma ilości — starając się kimś manipulować, musimy zrobić to adekwatnie do celu konwersacji. Mówiąc zatem o cenie produktu, odpowiadając na konkretne pytanie, stosujemy manipulację szybką (inaczej manipulacja może zostać wykryta). Jeżeli jednak ktoś zapyta nas o rzecz skomplikowaną, zwięzła odpowiedź, mająca na celu wywarcie wpływu na rozmówcę, może być podświadomie odebrana jako niespójność.
2. Maksyma jakości — dobrą radą dla osoby, która chce wywierać wpływ na rozmówców, jest reguła: „Nigdy nie kłamiemy”. Chodzi bowiem o to, że manipulacja jest próbą wywierania presji i nakłaniania kogoś do spełnienia naszej prośby lub skłonienia do wykonania określonej czynności / działania poprzez pewne techniki werbalne i pozawerbalne. Manipulacja nie jest kłamstwem, ale sposobem podania informacji.

3. Maksyma odniesienia — metody manipulacyjne muszą odnosić się do meritum rozmowy i nie mogą być tematem pobocznym, który może spowodować podejrzliwość u rozmówcy.
4. Maksyma sposobu — próba wywarcia wpływu nie może być „mglista”, czyli zwyczajnie skłaniać rozmówcy do snucia podejrzeń i wprowadzać niezrozumienie. Tylko jasno przekazany komunikat, który nie wydaje się być enigmatyczny, ma szansę powodzenia.
5. Maksyma grzeczności — manipulacja działa wtedy (szczególnie słowna), gdy słuchamy rozmówcy i dajemy mu mówić. Pozwala to wprowadzić poczucie bezpieczeństwa i kierowania rozmową, czyli właściwie osłabić mechanizmy obronne drugiej osoby.

Zastosowanie się do tych kilku prostych zasad pozwoli nam na idealny kamuflaż, który osłabi mechanizmy obronne danych osób, a więc ich skłonność do nieulegania perswazji. W takim wypadku nasze szanse rosną. Jeżeli bowiem ktoś ma spójną sylwetkę werbalną i pozawerbalną, jest wiarygodny — to, co mówi, jest lustrzanym odbiciem tego, jak się zachowuje, i na odwrót. Osoby takie są w stanie przekonać prawie każdego, choć w istocie mają w zanadrzu ukryte cele, motywacje i techniki.

## Pisemne techniki wpływu

### *Techniki wpływania krojem pisma i kolorystyką na klientów*

Ludzki mózg posiada również artefakty dotyczące kolorów i kształtów. Wynika to z potrzeby segregowania napływających informacji w sposób szybki i w miarę klarowny. Można zatem powiedzieć, że sposób, w jaki ludzki mózg porządkuje docierające do niego informacje, jest automatyczny, apriorystyczny (nadany naturalnie) i genetyczny. Wiedząc to, możemy wykorzystać te mechanizmy, aby wywierać presję i wpływ.

**Kolor.** Kolory są afektywne, a więc odebranie przez oko fali, która definiuje barwę, wiąże się z powstaniem impulsu, jakiemu nasz mózg automatycznie przypisuje znaczenie. Kolor czerwony przyspiesza tętno i budzi agresję. Zgniły zielony działa odpychająco i kojarzy się z rozkładem, śmiercią, bakteriami (kolor ten działa stresogennie). Zielony kolor rozpręża zaś soczewkę oka. Taka informacja przechodzi od nerwu wzrokowego do mózgu, wprowadzając spokój.

**Kształt.** Strzeliste pismo przyspiesza tętno, co można wykorzystać w korespondencji e-mailowej bądź też w pisemnych prośbach. Okrągłe wprowadza zaś spokój i bezpieczeństwo.

**Tło.** Manipulacja tłem wiąże się z użyciem odpowiedniego koloru, w zależności od naszych intencji. Ważny



jest również dobór kroju pisma i słownictwa (patrz głośki rozszewne i nierozszewne).

Jeżeli zatem chcemy kogoś zmusić do jakiejś czynności pod groźbą konsekwencji, użyjemy tła w kolorze zgnilej zieleni oraz strzelistego pisma, aby jego tętno przyspieszyło. Jeżeli zaś naszym celem jest grzeczna prośba, na której spełnieniu nam bardzo zależy, użyjemy okrągłego kroju pisma i koloru kojarzącego się z bezpieczeństwem, jak błękitny lub zielony.

Kolejny etap to dobór symboli stresogennych, czyli przyspieszających tętno korespondenta. Najlepszym sposobem na manipulację tętnem jest zamieszczenie jednego elementu czerwonego w e-mailu lub w piśmie. Taki element będzie przyspieszał tętno korespondenta w sposób podprogowy. Ludzki mózg odbiera bowiem taki punkt jako czające się zagrożenie, a sam kolor kojarzy się naszym procesom myślowym z agresją.

Innym sposobem na wykorzystanie czerwonego elementu jest noszenie ze sobą okularów w czerwonej oprawce (jeżeli ktoś nie ma wady wzroku, mogą to być okulary „zerówki”). Podczas rozmów z klientami lub pracownikami możemy zakładać okulary, gdy chcemy zwrócić uwagę na to, co mówimy, lub też zdejmować je, aby odbiorcom zwolniło tętno, i tym samym wprowadzić w danym fragmencie rozmowy spokój i bezpieczeństwo. Metoda ta przynosi efekty szczególnie sprzedawcom, którzy mówiąc o zaletach oferty, mogą

zakładać takie okulary, a przy negocjacji cenowej takowe zdejmować, a więc wpływać w realny sposób na drugą stronę. Jest to przykład pozytywnego wykorzystania przyspieszania tętna u rozmówcy.

Jeden czerwony element wystarczy, aby rozbudzić emocje (mogą być to logo firmy lub nazwa programu). Nie więcej, inaczej nie przyspieszamy tętna pozytywnego. UWAGA: Dla prezentera wystarczy czerwony krawat lub czerwone oprawki okularów „zerówek”.

Krój pisma „strzelisty”, aby obudzić pozytywne emocje, i okrągły, by zapanował spokój. Ciemnozielone tło stosujemy zaś, żeby pobudzić emocje negatywne — niepokój.

Tej techniki można używać wobec każdego, ale trzeba pamiętać o tym, aby dobrze kamuflować naszą manipulację. E-mail lub pismo powinny wyglądać naturalnie.

## 5.

### **Reguły i techniki manipulacyjne o podłożu psychologiczno-społecznym**

Wszystkie poniższe reguły i zasady manipulacyjne możemy wykorzystać, a nawet powinniśmy, stosując równocześnie techniki, których opis widnieje w poprzednich rozdziałach książki. Jest to idealne uzupełnienie metod już bardzo skutecznych. Dotyczą one reguł społecznych, takich jak reguła autorytetu lub wzajemności. Często stosujemy je nieświadomie w formie okrojonej lub pełnej. Warto jednak poznać je dogłębnie, choć ich skuteczność, gdy występują same, jest moim zdaniem wątpliwa.

Osobiście traktowałbym poniższe techniki jako reguły kierowania zespołem lub zasady udanej dla nas konwersacji, a więc element składowy pewnej całości. Ich subtelne stosowanie może nam przynieść dobre efekty, ale tylko gdy nauczymy się metod opisanych w poprzednich rozdziałach. Problemem osób, które chcą uczyć manipulacji, bazując jedynie na technikach psychologiczno-społecznych (a więc zawartych w tym rozdziale), jest oderwanie człowieka od innych sfer jego jestestwa. Zauważmy, iż człowiek jest istotą społeczną, ale również biologiczną (patrz: neuroperswazja) i duchową (patrz:

procesualne odruchy psychologiczno-społeczne). Oczywiście do psychiki nawiązują również techniki, takie jak „stopa w drzwiach” lub „niska piłka”, lecz odnoszą się one do psychiki społecznej jednostki. Wszyscy przecież kierujemy się myśleniem wspólnym dla grupy, stając się w pewnym sensie całościowym organizmem.

### **Technika „stopa w drzwiach”**

Możemy zwiększyć szanse na spełnienie naszej właściwej prośby, gdy najpierw wystosujemy prośbę niewielką, na której spełnieniu wcale nam nie zależy. Spełnienie przez daną osobę prośby mniejszej bowiem jest katalizatorem do włączenia się w nas pewnych reguł. Pierwsza z nich to reguła zaangażowania. Jeżeli więc powiedzieliśmy, że przychylimy się do małej prośby, przychylimy się również do większej, gdyż już się zaangażowaliśmy. Musisz być konsekwentny we własnych oczach. Jeżeli bowiem jesteś uprzejmy i odpowiadasz na pytania, to robisz to zawsze. Nie występuje tu kontrast, gdyż wydaje się nam, że druga prośba wcale nie jest wygórowana, choć w rzeczywistości może być o wiele większa niż poprzednia. Przykładowo: najpierw prosimy o pomoc przy uchyleniu okna w wagonie, a potem o to, co naprawdę nas interesuje, czyli o popilnowanie psa przez owego pasażera. Gdybyśmy od razu poprosili o popilnowanie naszego czworonoga, moglibyśmy się spotkać z odmową. Prośba o pomoc przy uchyleniu

okna w przedziale była również katalizatorem dysonansu poznawczego u rozmówcy, który posiada w sobie „ja prawdziwe” i „ja wyimaginowane”. „Ja prawdziwe” to osoba, którą jesteśmy w rzeczywistości, czyli to, jak się zachowujemy, zaś „ja wyimaginowane” to osoba, do której chcemy dążyć, czyli rodzaj ideału. Większość ludzi nie odmówi więc pomocy, gdy już raz jej udzielili, ponieważ chcą dążyć do „ja wyimaginowanego”, czyli zarazem być i udowodnić sobie dla własnego komfortu etycznego, iż są uczynni, uprzejmi oraz mili dla innych członków społeczności.

### **Technika „niska piłka”**

Ta technika bazuje na tym, aby zaproponować komuś niezwykle korzystną ofertę, a następnie podnieść cenę. Przykładowo: najpierw dajemy cenę o 1/3 niższą od ceny rynkowej, ale już przy podpisywaniu umowy przypominamy, że ten model auta jest dostępny jedynie ze sprzętem grającym i lakierem metalizowanym, a także z poduszkami powietrznymi dla pasażerów. Klient powinien się zgodzić, ponieważ ma poczucie, iż włożył już pewien wysiłek w negocjacje, a więc zainwestował. Jego wycofanie się będzie więc porażką i stratą. Jeżeli zaś przystanie na warunki, zyska może mniej, niż założył, ale wciąż będzie „na plus”. Nie zachodzi tu kontrast, gdyż kumulowanie kilku elementów sprawia, że

kwota 10000 zł dodawana do kwoty 200000 zł jest kroplą w morzu.

### **Technika „drzwiami w twarz”**

Wykorzystujemy kontrast, czyli wystosowujemy prośbę nie do spełnienia, aby po otrzymanej odmowie wystosować prośbę małą, właściwą, czyli tę, która nas rzeczywiście interesowała. Przykładowo: prosimy o pożyczanie 1000 zł i prośba nie zostaje spełniona. Prosimy więc o pożyczanie 200 zł. Nasz rozmówca powinien się zgodzić, wykorzystujemy bowiem dysonans poznawczy. Ludzie chcą uchodzić w oczach innych osób, a także i własnych, za jednostki społeczne w stopniu najwyższym, a więc uczynne i miłe. Jeżeli zatem raz dana osoba odmówi nam pomocy, a więc okaże się jednostką nieuczynną, to za drugim razem będzie chciała zmyć z siebie ów blamaż. W grę wchodzi tu również reguła wzajemności, gdyż rezygnując z własnej prośby, czyli prośby pierwszej, zmuszamy rozmówcę do odwzajemnienia ustąpienia. Ta reguła będzie opisana w dalszej części rozdziału.

### **Technika „dwie prośby”**

Polega ona na wystosowaniu prośby, której szansa na spełnienie oscyluje w okolicy 50 na 50%. W przypad-

ku odmowy wystosowujemy drugą, taką samą prośbę w krótkim czasie, czyli właściwie od razu. Ludzie nie są skłonni mówić „nie”. Mówienie „nie” jest trudną sztuką. Dlatego wykorzystujemy dysonans poznawczy. Nasz rozmówca będzie chciał uchodzić za osobę pomocną, więc na drugą prośbę powinien przystać. W dodatku, przykładowo jeżeli poprosimy o 500 zł w ramach pożyczki, spotkamy się z odmową. Wtedy właśnie poprosimy o podwiezienie nas do miasta odległego o 200 kilometrów. Druga prośba ma o wiele większe szanse na spełnienie, choć w rzeczywistości jest tej samej natury co pierwsza.

### **Indukcja hipokryzji**

Jest to bardzo prosta technika. Polega na wytknięciu komuś hipokryzji, czyli zmuszeniu go do postąpienia słusznie — czytaj: tak, jak sobie tego życzymy. Możemy kogoś zapytać: „Czy byłby pan tak miły” (tutaj robimy przerwę i czekamy na odpowiedź, która na pewno będzie brzmiała „tak”, gdyż każdy za milego chce uchodzić) „i popilnowałby mojego psa?”. Lub też w inny sposób: „Czy jest pan dobrym człowiekiem? To błagam, niech mi pan pomoże!”.

Jak widać, wykorzystujemy tu również dysonans poznawczy. Jest to dobra metoda, choć osoby odporne na manipulację z łatwością wyczują nasze podchody. Sto-

sowałbym ją wraz z innymi technikami, które opisałem w książce, ale raczej nie samą, chyba że używamy podanego powyżej przykładu pierwszego.

### **Autoprezentacja**

Jest to suma sygnałów werbalnych i pozawerbalnych, którą przekazujemy poprzez naszą całościową sylwetkę. Właściwie rzecz ujmując, można powiedzieć, że stosowanie technik manipulacyjnych, a także kontrolowanie mowy ciała i mikrowyrażeń twarzy, daje nam możliwość świetnej autoprezentacji, która ma na celu pokazanie siebie w takim świetle, w jakim chcemy. Wtedy właśnie ludzie uznają nas za osoby należące do pewnych środowisk lub klas społecznych.

### **Zasada wzajemności**

Działa wtedy, gdy podarujemy komuś jakiś przedmiot albo pomożemy mu materialnie lub niematerialnie, a następnie wystosujemy prośbę. Jest ona skuteczna, ponieważ człowiek jako istota społeczna jest uczony życia w symbiozie z innymi członkami grupy. Często owa symbioza polega na odwdzięczaniu się dobrem za dobro. Chodzi oczywiście o dobro takie, jak podarunek lub korzyść. Podstawą tej zasady jest oddziaływanie na kogoś, choć prośba właściwa jeszcze nie zosta-



ła wystosowana. Kultura wykształciła również zasadę zobowiązania. Polega ona na ciężarze, który powstaje, gdy otrzymamy od kogoś bezinteresowny podarunek. Wtedy właśnie pragniemy zrzucić z siebie zobowiązanie, często podarowując w ramach wdzięczności (choć bywa, że w rzeczywistości dajemy sobą manipulować) dobro o wiele większe niż to, które otrzymaliśmy.

### **Zasada zobowiązania i konsekwencji**

Konsekwencja jest społecznym absurdem, ponieważ zdarza się nam robić coś, choć wcale tego nie pragniemy. Nazywam to „społecznym ascetyzmem”. Sami bowiem wpędzamy się w błędne koło konsekwencji, które inni z lubością wykorzystują.

Ta zasada polega na tym, iż jeżeli powiemy „A”, to nie wypada nam nie powiedzieć „B”. Jeśli więc stwierdzimy, że udzielimy pomocy tonącemu, to w sytuacji gdy nagle ktoś zacznie tonąć, wskoczmy do wody. Jest to przykład dość radykalny, ale dobrze pokazuje, na czym w rzeczywistości polega owa zasada. Konsekwencja pomaga także nam, bo przecież łatwiej jest żyć w świecie, który rządzi się jasnymi regułami. Daje nam to poczucie bezpieczeństwa, a także powoduje brak wewnętrznego dysonansu etycznego. Wydajemy się sobie bliscy, racjonalni, a przede wszystkim zdaje się nam, że doskonale znamy siebie.

Zauważmy, iż często podejmujemy jakieś działania wbrew naszym interesom, choć wcale nie postępujemy właściwie. Nie patrzymy bowiem na stronę etyczną tego zachowania, ale na społeczną. Czy to dobrze, że wbrew sobie pójdę z tym chłopakiem na dyskotekę? Jest miły, ale tylko tyle. Nie chcę mu zrobić przykrości... Oczywiście, nasze działanie będzie jeszcze bardziej „tragiczne” w skutkach dla nas i dla drugiej strony. To jedna z najbardziej autodestrukcyjnych reguł.

### **Dowód społeczny**

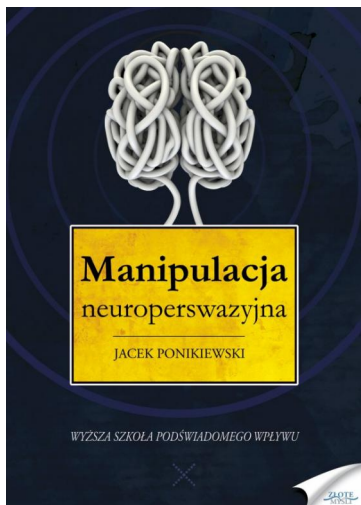
Robimy coś, bo inni to robią. Albo też wyznajemy jakieś wartości, bo inni członkowie grupy takowe wyznają. Na tę zasadę szczególnie podatne są osoby o charakterze platyny i srebra. Jednak o ile te pierwsze stosują konformizm dla bezpieczeństwa i spokoju, o tyle te drugie robią to zazwyczaj z przekonania (kierują się ustalonymi zasadami, przestrzegając ich nie dlatego że tak jest łatwiej czy bezpieczniej, ale dlatego że tak trzeba). Działa tu przede wszystkim lęk przed braniem odpowiedzialności za podejmowanie samodzielnych decyzji, a także lęk przed samą sytuacją, w której się znaleźliśmy. W dodatku mamy wrażenie, iż pozostali członkowie grupy są tacy sami jak my. Czujemy się silni. Możemy tę siłę ofiarować rozmówcy, gdy na dowód społeczny wskażemy zastosowanie danego rozwiązania, czy też pomysłu, już wcześniej — w innej firmie. Jak wspominałem, naj-

lepiej próbować tego z osobami z charakterem platyny i srebra. Warto pokazać, że jakieś rozwiązanie jest przyjęte powszechnie lub iż jest rozwiązaniem już wypróbowanym. Ludzie przyjmują takie argumenty często bez dyskusji. Ważne jest więc, aby wpieryw sprawdzić, co lub kto jest dowodem społecznym. Może to być bowiem również jakaś osoba uważana za autorytet, a więc godna posłuchu. W rzeczywistości wiele autorytetów może być autorytetami fałszywymi.

### **Zasada przyjaźni**

Reguła przyjaźni działa, gdy darzymy kogoś sympatią. W takim wypadku jesteśmy w stanie zrobić dla danej osoby o wiele więcej niż dla obcej, ze względu na więzi międzyludzkie. Powoduje to brak rozróżnienia osoby, która jest naszym przyjacielem, od oferty, którą nam składa, czyli w rzeczywistości od prośby. Musimy więc nauczyć się oddzielać prośbę i interesy od sympatii. Pozwoli to nam trzeźwo oceniać sytuację i włączać w negocjacje własne korzyści. Występuje tu także efekt aureoli, który jednak opiszę trochę później. Ludzie często wykorzystują naszą przyjaźń lub sympatię, aby osiągnąć własne cele. Jest to jawna manipulacja. Stosują ją nie tylko ci, których podziwiamy, ale również nasi przyjaciele. Zazwyczaj nie zdają sobie z tego sprawy, prosząc nas o przysługę. Z kolei w wypadku odmowy czują się urażeni.

Dlaczego warto mieć pełną wersję?



Pełną wersję książki zamówisz na stronie wydawnictwa Złote Myśli  
<http://manipulacja-neuoperswazyjna.wazja.zlotemysli.pl>