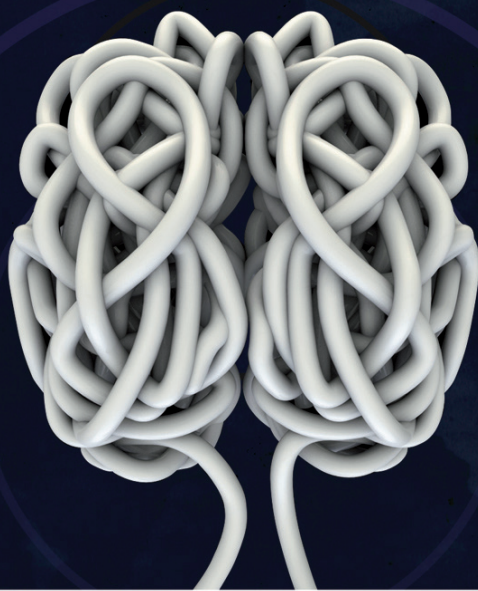




Manipulacja neuropsychiczna

JACEK PONIKIEWSKI

WYŻSZA SZKOŁA PODŚWIADOMEGO WPŁYWU



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

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

Copyright by Złote Myśli & Jacek Ponikiewski, rok 2012

Autor: Jacek Ponikiewski

Tytuł: Manipulacja neuropsychiczna

Data: 29.04.2013

Złote Myśli Sp. z o.o.

ul. Toszecka 102

44-117 Gliwice

www.zlotemysli.pl

email: 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 dołożyli 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	9
Cele.....	11
 1. Czytanie w myślach — informacje werbalne i pozawerbalne.....	17
Rozpoznawanie typów osobowości i szkicowanie map psychologicznych	17
Złoto	21
<i>Typowe cechy złota</i>	21
<i>Jak zachowuje się złoto?</i>	22
<i>Jak rozmawiać?</i>	22
<i>Co trzeba okazać, aby go przekonać?</i>	23
Srebro.....	23
<i>Typowe cechy srebra</i>	23
<i>Jak zachowuje się srebro?</i>	24
<i>Jak rozmawiać?</i>	24
<i>Co trzeba okazać, aby go przekonać?</i>	25
Rtęć	25
<i>Typowe cechy rtęci</i>	25
<i>Jak zachowuje się rtęć?</i>	26

<i>Jak rozmawiać?</i>	27
<i>Co trzeba okazać, aby go przekonać?</i>	27
Platyna.....	27
<i>Typowe cechy platyny</i>	28
<i>Jak zachowuje się platyna?</i>	28
<i>Jak rozmawiać?</i>	29
<i>Co trzeba okazać, aby go przekonać?</i>	29
Wzrokowcy	30
<i>Typowe cechy wzrokowców</i>	30
Słuchowcy	31
<i>Typowe cechy słuchowców</i>	31
Kinestetycy.....	32
<i>Typowe cechy kinestetyków</i>	32
Mapy psychologiczne	33
Jak złamać czyjś przekaz pozawerbalny?	35
Introwertycy i ekstrawertycy: tabele korzyści, preferencje, metodyka perswazyjna.....	37
Sektory neurowzrokowe: techniki pytań podprogowych i obserwacja ruchu gałek ocznych	39
<i>Kanał A1</i>	40
<i>Kanał A2</i>	40
<i>Kanał A3</i>	41
<i>Kanał A4</i>	41
<i>Kanał A5</i>	41

<i>Kanał A6</i>	42
Mikrowyrażenia twarzy i mowa ciała	42
2. Neurolingwistyka, czyli perswazja hipnotyczna	49
Słowne techniki wpływu.....	49
<i>Budowa zdań względem półkul mózgowych</i>	
<i>i typów osobowości klientów</i>	49
<i>Forma zdań kierowanych do półkuli prawej</i>	52
<i>Forma zdań do półkuli lewej</i>	52
<i>Głoski rozróżnialne i nierozróżnialne</i>	53
<i>Spójniki twarde i miękkie</i>	54
Zasada współpracy Paula Grice'a.....	56
<i>Jak połączyć maksymy Paula Grice'a</i>	
<i>z manipulacją?</i>	57
Pisemne techniki wpływu	58
<i>Techniki wpływania na klientów krojem pisma</i>	
<i>i kolorystyką</i>	58
3. Wywieranie wpływu za pomocą miejsca wymawiania	
komunikatu	63
Miejsce przemowy i gesty aktywujące obszary	
neuroaktywności.....	63
Kobiety i mężczyźni — dwie płcie komunikacji.....	66
Przestrzeń hormonalna	70

Emisja głosu jako czynnik wpływający na ludzkie emocje i tętno	72
---	----

4. Wpływanie na ludzkie odruchy podświadome i kodowanie pamięci neurotycznej rozmówcy	75
Postawy ludzkie oraz perspektywa poznawcza i motywacyjna	75
<i>Perspektywa poznawcza i motywacyjna</i>	78
Równowaga poznawcza postaw.....	81
Krok I. Procesualny model zmiany postaw	
McGuire'a i komunikacyjny model perswazji.....	85
<i>Uwaga</i>	86
<i>Zrozumienie</i>	86
<i>Uleganie</i>	87
<i>Utrzymanie zmiany</i>	87
<i>Zachowanie</i>	88
<i>Komunikacyjny model perswazji</i>	89
Krok II. Heurystyka dostępności, zakotwiczenia, reprezentatywności, symulacji.....	91
Krok III. Obejście spirali kontrfaktycznego myślenia klienta	94
Krok IV. Efekt asymilacji kontrastu	96
Krok V. Afekt jako autonomiczny impuls w jądrze migdałowatym	99

<i>Jak wykorzystać zależność przypominania</i> <i>od nastroju?</i>	99
SEKRET: pamięć neurotyczna a gest.....	101

5. Reguły i techniki manipulacyjne o podłożu psychologiczno-społecznym	103
Technika „stopa w drzwiach”	104
Technika „niska piłka”	105
Technika „drzwiami w twarz”	106
Technika „dwie prośby”	106
Indukcja hipokryzji	107
Autoprezentacja.....	108
Zasada wzajemności	108
Zasada zobowiązania i konsekwencji.....	109
Dowód społeczny	110
Zasada przyjaźni.....	111
Zasada autorytetu.....	111
Zasada niedostępności	112
Efekt aureoli	113

6. Techniki antystresowe	115
Technika ZEN.....	116
Technika „tu i teraz”	118
Technika nadgarstków i punktu X	119

Posłowie	121
Ćwiczenia: Arkusz I.....	127
Rozdział 1.....	127
Rozdział 2.....	139
Rozdział 3.....	147
Rozdział 4.....	152
Ćwiczenia: Arkusz II	167
Testy	195
Profil osobowości, profil zawodowy, kanał informacyjny	195
<i>Zawodowy profil charakteru</i>	195
<i>Osobowy profil charakteru</i>	199
<i>Kanał informacyjny</i>	202

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 po-

ziomie 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 przemyslenia 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. ŻELAZNE ZASADY BUDOWANIA PRZEKAZU WZGLĘDEM PÓLKUL MÓZGU

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

Głoski rozżewne i nierozżewne

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 włóków nerwowych tworzą impuls nerwowy.

Głoski rozżewne (e, o, a) i nierozżewne (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).

TABELA 8. PRZYKŁADY WYRAZÓW Z GŁOSKAMI NIEROZZIEWNYMI I ROZZIEWNYMI

Lewa półkula	Prawa półkula
Należność	Euro
Niewiarygodność	Oszustwo
Nierzetelność	Amatorka
Zależny	Ubezważnowolniony
Złość	Furia

W ostatnim słowie zdania zapowiadającego lub 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 rozszewne i nierozszewne, 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 prezenter).

TABELA 9. PRZYKŁADY SPÓJNIKÓW MIĘKKICH I TWARDYCH W JĘZYKU POLSKIM

Półkula lewa	Półkula prawa
ale	ponieważ
lecz	gdyż
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 informację zgodną z prawdą).
3. Maksyma odniesienia (mówić na temat tego, co jest przedmiotem rozmowy).
4. Maksyma sposobu (przekazywać informację 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 nie-spójność.
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 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 słuchaczy, 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 zanadru ukryte cele, motywacje i techniki.

Pisemne techniki wpływu

*Techniki wpływania na klientów
krojem pisma i kolorystyką*

Ludzki mózg posiada artefakty dotyczące również kolorów i kształtów. Wynika to z potrzeby segregowania napływających informacji w sposób szybki i w miarę klarowny. Moż-

na 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 głoski roz-ziewne i nieroz-ziewne).

Jeżeli zatem chcemy kogoś zmusić do jakiejś czynności pod groźbą konsekwencji, użyjemy tła w kolorze zgniłej 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 bowiem odbiera taki punkt jako czające się zagrożenie, a sam kolor dzięki procesom myślowym kojarzy się nam 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 ode-
rwanie człowieka od innych sfer jego jestestwa. Zauważmy, iż
człowiek jest istotą społeczną, ale również biologiczną (patrz:
neuroperswazja) i duchową (patrz: procesualne odruchy psy-
chologiczno-społeczne). Oczywiście do psychiki nawiązują
również techniki takie jak „stopa w drzwiach” lub „niska pił-
ka”, lecz odnoszą się one do psychiki społecznej jednostki.
Wszyscy przecież kierujemy się myśleniem wspólnym dla gru-
py, 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 któ-
rej spełnieniu wcale nam nie zależy. Spełnienie przez daną
osobę prośby mniejszej bowiem jest katalizatorem do włą-
czenia się w nas pewnych reguł. Pierwsza z nich to reguła za-
angażowania. Jeżeli więc powiedzieliśmy, że przychylimy się
do małej prośby, przychylimy się również do większej, gdyż
już się zaangażowaliśmy. Musisz być konsekwentny we wła-
snych 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 wygó-
rowana, 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 10 000 zł dodawana do kwoty 200 000 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 pożyczenie 1000 zł i prośba nie zostaje spełniona. Prosimy więc o pożyczenie 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”

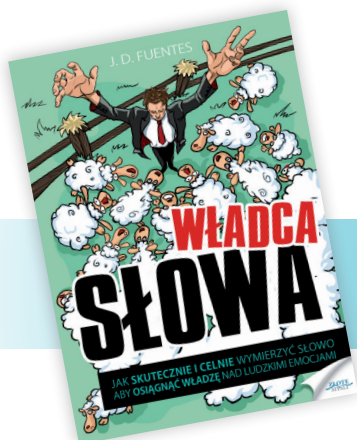
Polega ona na wystosowaniu prośby, której szansa na spełnienie oscyluje w okolicy 50 na 50%. W przypadku odmowy

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 miłego 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 wyczuwają nasze podchody. Stosowałbym ją wraz z innymi technikami, które opisałem w książce, ale raczej nie samą, chyba że używamy podanego powyżej przykładu pierwszego.



ZŁOTE MYŚLI POLECAJĄ

Władca słowa J.D. Fuentes

Słowo ma niezwykłą moc. Wypowiedziane w odpowiedni sposób może wpłynąć na przyszłe wydarzenia, może porywać tłumy i być najwspanialszym orężem. Ci, którzy wiedzieli, jak je wykorzystywać, odnosili i odnoszą niebywałe sukcesy. Ta sztuka to nie jest coś, z czym się rodzimy. Możemy wykształcić umiejętności, które spowodują, że staniemy się WŁADCAMI SŁÓW.

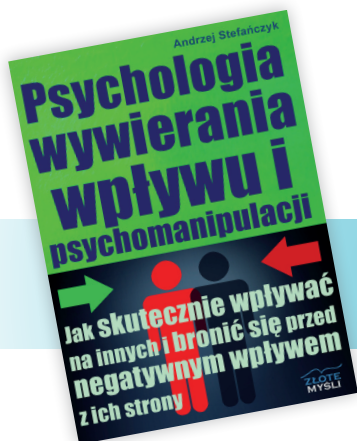
Książka, którą trzymasz w ręku, stawia sobie za zadanie dać Ci władzę nad ludzkimi emocjami. Będzie tu mowa o tym, jak możesz się nauczyć sięgać poza racjonalne motywy innych ludzi i oddziaływać bezpośrednio na ich instynkty, rozbudzając i rozpalając swymi słowami ich wyobraźnię.

Jak bezpośrednio wpływać na ludzkie instynkty, emocje i wyobraźnię, sprawiając, że wszelkie Twoje sugestie staną się nieodparcie fascynujące, zniewalające i hipnotyczne?

Czytając tę książkę, rozwiniesz swoje zdolności interpersonalne, usprawnisz swoją komunikację i osiągniesz dzięki temu lepsze rezultaty w życiu prywatnym i zawodowym. Wpływaj w niewidoczny sposób na emocje Twoich rozmówców!

Książkę zamówisz na stronie Złotych Myśli:

[HTTP://WYWIERANIE-WPLYWU-NA-LUDZI.ZLOTEMYSLI.PL](http://wywieranie-wplywu-na-ludzi.zlotemyсли.pl)



ZŁOTE MYŚLI POLECAJĄ

Psychologia wywierania wpływu i psychomanipulacji **Andrzej Stefańczyk**

W jaki sposób skutecznie wpływać na innych i bronić się przed negatywnym wpływem z ich strony? Zapewne zdajesz sobie sprawę z tego, że manipulacja jest obecna prawie wszędzie. Czy potrafisz jednak zachować się i reagować na nią odpowiednio? Wiesz, jak wykorzystać perswazję i wywieranie wpływu tak, aby pracowały dla Ciebie, a nie przeciwko Tobie?

Co jest najlepszą obroną? Niektórzy twierdzą, że atak! I coś w tym jest, Twoim „atakem” może być wiedza zawarta w tej książce. Sama świadomość jest potężną tarczą, która będzie chronić Ciebie i Twoje cele.

Zobacz, czego nauczysz się dzięki tej publikacji:

- ☞ Będziesz śmiać się z nieudolnej manipulacji innych ludzi mając świadomość wiedzy i praktycznych porad zawartych w tej książce.
- ☞ Zrozumiesz, w jaki sposób można nakłonić innych do podjęcia lub zmiany jakiejś decyzji.
- ☞ Zrozumiesz istotę komunikacji międzyludzkiej i wpływ poszczególnych jej składników na proces wywierania wpływu na innych ludzi.

Książkę zamówisz na stronie Złotych Myśli:

[HTTP://PSYCHOLOGIA-MANIPULACJA.ZLOTEMYSLI.PL](http://psychologia-manipulacja.zlotemyсли.pl)



ZŁOTE MYŚLI POLECAJĄ

Magia perswazji Aleksander Buczny

Jak być magikiem perswazji i opanować do perfekcji skuteczne wywieranie wpływu na ludzi?

Aby stać się magikiem perswazji, musisz nauczyć się działać tak, jak działa magik. Musisz nauczyć się wykorzystywać ludzkie myślenie, instynkty, które pozwolą Ci świadomie kierować zachowaniem innych osób, jednocześnie nie wzbudzając w nich żadnych podejrzeń.

Tego właśnie możesz się dowiedzieć i nauczyć:

- ☞ Jak skutecznie destabilizować przekonania innych osób, czyli co zrobić, aby przekonać innych do swoich racji.
- ☞ Jak wydawać innym osobom ukryte polecenia i sprawiać, że będą mieli je ochotę wykonywać zupełnie nieświadomie.
- ☞ Zaskakujące polecenie, które automatycznie wprowadzi większość Twoich rozmówców w stan silnej podatności na perswazję.
- ☞ Jak łatwo rozpałać silne pożądanie do kupienia Twoich towarów u trudnych klientów.
- ☞ Jak szybko i skutecznie poradzić sobie z osobami, które są nastawione na „nie” do Twoich propozycji.
- ☞ Skuteczny sposób na zainteresowanie klienta nawet takimi tematami, które wydają mu się wyjątkowo nudne.

Książkę zamówisz na stronie Złotych Myśli:

[HTTP://PERSWAZJA.ZLOTEMYSLI.PL](http://perswazja.zlotemyсли.pl)

DOŁĄCZ DO NAS



ZŁOTY PROGRAM PARTNERSKI

POZYTYWNA WIEDZA,
WARTOŚCIOWE PUBLIKACJE,

POMAGAJ INNYM I ZARABIAJ

Dołącz do nas

DOŁĄCZ DO ZŁOTEGO KLUBU

NALEŻĄ DO NIEGO LUDZIE AMBITNI,
KTÓRZY WIEDZĄ, ŻE ABY OSIĄGNĄĆ SUKCES,
NALEŻY SIĘ DOSKONAŁIĆ I POSZERZAĆ WIEDZĘ.

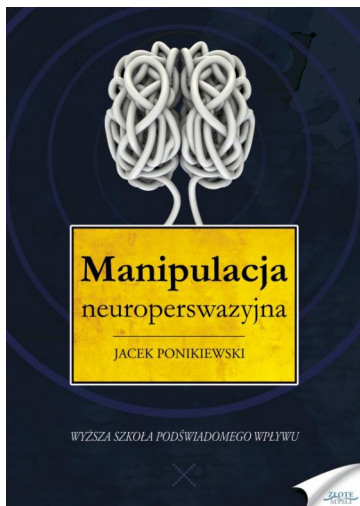
ZAPISZ SIĘ ZA DARMO,
A POMOŻEMY CI Z SUKCESEM.

- ZBIERAJ **ZŁOTE PUNKTY**
- KORZYSTAJ ZE STAŁYCH RABATÓW DO **25%**
- CO TYDZIEŃ SPECJALNE PROMOCJE
I PROPOZYCJE TYLKO DLA CZŁONKÓW
ZŁOTEGO KLUBU.



Dołącz do nas

Dlaczego warto mieć pełną wersję?



Każdy z nas może odkryć swoje siły wpływu, istnienia których nawet się nie domyślał. Ten, kto potrafi bezpośrednio wpływać na umysł drugiego człowieka, wpływa na jego decyzje. Może na przykład przyspieszyć bicie jego serca albo wręcz przeciwnie, uspokoić go w stresującej sytuacji. Ale to dopiero początek! Możliwości są znacznie większe. Co powiesz na prowadzenie rozmowy w taki sposób, by notorycznego sceptyka zamienić w religijnego wyznawcę wybranej firmy lub produktu? "Jeżeli podczas negocjacji na podstawie małego gestu rozpoznamy wewnętrzny stan naszego partnera, będziemy wiedzieć, co i jak mówić, aby osiągnąć swoje cele. Wykrywając lęk, dajemy bezpieczeństwo. Odczytując zaś

dezaprobatę, wiemy, że nasza oferta nie jest dla drugiej strony zadowalająca...". Jacek Ponikiewski Z książki nauczysz się m.in.: Czytania w myślach. Rozpoznawania typów osobowości rozmówców. Metod wywierania wpływu poprzez oddziaływanie gestem i słowem (także pisany). Wpływanie na ludzkie odruchy podświadome i kodowania pamięci neurotycznej rozmówcy. Ile razy można czytać o użyciu "nie" czy innych grach słownych dla dzieci? Tak, popularne książki na temat perswazji i manipulacji to przedszkole w porównaniu z tak zaawansowaną merytorycznie publikacją, którą trzymasz w ręku.

Pełną wersję książki zamówisz na stronie wydawnictwa Złote Myśli

<http://manipulacja-neuropsychiczna.zlotemysli.pl>

[Dodaj do koszyka](#)