

IDŹ DO

PRZYKŁADOWY ROZDZIAŁ

SPIS TREŚCI

KATALOG KSIĄŻEK

KATALOG ONLINE

ZAMÓW DRUKOWANY KATALOG

TWÓJ KOSZYK

DODAJ DO KOSZYKA

CENNIK I INFORMACJE

ZAMÓW INFORMACJE
O NOWOŚCIACH

ZAMÓW CENNIK

CZYTELNIA

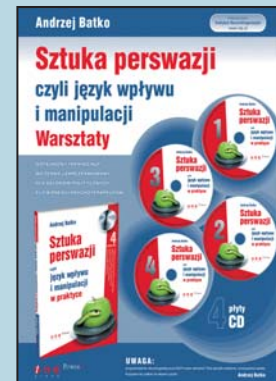
FRAGMENTY KSIĄŻEK ONLINE

SZTUKA PERSWAZJI, czyli język wpływu i manipulacji. Warsztaty

Autor: Andrzej Batko

ISBN: 83-246-0242-9

Format: A5, stron: 313 (168+145)



Słowa to potęga: broń, narkotyk i źródło Twojego bogactwa

Ludzki umysł odbiera rzeczywistość taką, jaka jest mu przekazywana obrazami, dźwiękami, uczuciami i odczuciami, smakami i zapachami. Naucz się sterować chociażby niektórymi z tych elementów. To Ci wystarczy, by skutecznie wpływać na ludzi.

- Jak działa język perswazji? Słowa to nie tylko nośniki informacji. To przyciski włączające stany emocjonalne oraz wywołujące określone obrazy, dźwięki i głosy w umyśle człowieka.
- Jak sprawiać, by ludzie nie mogli Ci się oprzeć? Naucz się wywoływać u ludzi pragnienia, chcenia, a nawet pożądaną – wszystko, czego nie można łatwo odeprzeć.
- Jak wykorzystywać wzorce słowne? Istnieje wiele słów i konstrukcji zdaniowych, które na pozór nie mają znaczenia. Lecz jeśli zmienisz chociażby jedną głoskę, ukryty przekaz będzie całkiem inny...
- Jak zwiększać wiarygodność słów? Osoba, która Cię słucha, wyciąga określone wnioski z Twoich słów. Możesz formułować przekaz tak, aby sterować procesem myślenia odbiorcy.
- Jak stosować metafory? Dobrze dobrana metafora przekonuje bardziej niż tysiąc słów!
- Jak odpowiadać na podświadome pytania i wątpliwości innych ludzi? Rozpoznaj indywidualny kod językowy drugiej osoby i złam go; sam zacznij się nim posługiwać dla wywarcia określonych efektów.
- Jak ćwiczyć NLP? Perswazja to przede wszystkim ćwiczenie i praktyka. Dlatego w tym pakiecie znajdziesz także skuteczny trening NLP na pięciu płytach CD.

Zawartość pakietu:

1. dwie unikalne książki o zdobywaniu władzy nad ludźmi:
 - „Sztuka perswazji, czyli język wpływu i manipulacji”
 - „Sztuka perswazji, czyli język wpływu i manipulacji w praktyce”
2. pięć płyt CD: odtajniony trening NLP, wcześniej zarezerwowany dla salonów politycznych, elit biznesu i psychoterapeutów

Ograniczenia istnieją tylko w Twojej głowie. Usuń je stamtąd, a znikną naprawdę

Spis treści

O autorze	7
Wstęp	11
Dlaczego niektórzy ludzie potrafią z łatwością wpływać na innych	15
1. Jak zarządzać własnym umysłem i po co?	21
2. Ograniczenie czyni mistrza	49
3. Porównania i metafory	129

2

Ograniczenie
czyni mistrza

Gdy już zakończysz pracę z tą książką i zrobisz wszystkie ćwiczenia, wróć do początku ćwiczeń i zacznij od nowa, teraz „na żywo z ludźmi”. Stwórz sobie grafik, przeznaczając na każdą technikę od 2 do 7 dni.

Na przykład pierwszego dnia stosujesz wyłącznie zaprzeczenia, eksperymentując z różnymi ludźmi, ale używając tylko tej jednej techniki. Nie wolno Ci stosować innych technik. Osiągnięcie założonego rezultatu może w ten sposób być trudniejsze, ale warto, ponieważ „**ograniczenie czyni mistrza**”.

Przykładowy grafik:

Tydzień	Technika
1	Zaprzeczeń w rodzaju „Nie spiesz się z podpisaniem umowy”
2	„Spróbuj”
3	Presupozycje „Pozorne wybory”
4	Presupozycje „Zanim, podczas, w trakcie”
5	Cytaty

Quiz

Aby dobrze opanować techniki sztuki perswazji, należy:

- a) Wkładać na noc tę książkę pod poduszkę.
- b) Przeczytać ją jednym tchem, jak najszybciej.
- c) Czytając robić przerwy na ćwiczenia, zapisywać je i ćwiczyć na ludziach.

Jeżeli wybrałeś odpowiedź a) lub b), przeczytaj kilka ostatnich stron jeszcze raz. Jeżeli wybrałeś odpowiedź c), zyskujesz 10 punktów i możesz przejść do dalszej części.

Nie myśl o niebieskim

Co stało się w Twoim umyśle pod wpływem tego polecenia? Jeżeli wykonałeś je dokładnie, to w Twoim umyśle pojawił się kolor „niebieski”. Dlaczego tak się stało? Dlaczego Twój umysł przekornie zareagował na tak sformułowane polecenie? Aby odpowiedzieć na to pytanie, potrzebna będzie odrobina teorii. Jak już zapewne wiesz, umysł każdego człowieka składa się z dwóch integralnych części: świadomej i nieświadomej.

Przedmiotem naszego szczególnego zainteresowania w tym momencie jest ta druga część. Nieświadomy umysł jest to miejsce, gdzie przechowywane są dobrze wyuczone umiejętności, znajdujące się na poziomie nieświadomej kompetencji, oraz gdzie zachodzą procesy odpowiedzialne za tworzenie i rozumienie mowy.

Za takie funkcjonowanie naszego umysłu odpowiedzialna jest najstarsza rozwojowo część mózgu. Dzięki niej rozumiesz to, co inni ludzie do Ciebie mówią, jak również potrafisz ładnie ubrać w słowa to, co sam chcesz innym zakomunikować. Ta część mózgu jest również instrumentem przetwarzającym słowa, które słyszysz lub czytasz, na obrazy, dźwięki, doznania cielesne oraz stany emocjonalne. Jednak rozumie tylko bardzo prosty język i m.in. nie jest w stanie zrozumieć ani przetworzyć zaprzeczeń, np. aby wykonać polecenie: *Nie myśl o niebieskim*, mózg najpierw musi uruchomić pojęcie niebieski, a następnie jakoś mu zaprzeczyć. Ujmując to inaczej — czy powiesz: *Nie myśl o niebieskim*, czy: *Myśl o niebieskim*, nie ma to większego znaczenia, ponieważ na poziomie nieświadomym jest to dokładnie to samo polecenie. Twój umysł zareaguje na oba w identyczny sposób, tzn. pojawi się obraz czegoś niebieskiego.

Dotyczy to nie tylko obrazów i dźwięków, ale także stanów emocjonalnych, doznań i zachowań. Ta zasada zadziała niezależnie od tego, czy powiem:

Nie myśl o niebieskim (*proces myślowy*);

Nie denerwuj się (*reakcja emocjonalna*);

Nie potknij się (*zachowanie*).

Najłatwiej jest wpływać na procesy myślowe, trudniej na stany i reakcje emocjonalne, a najtrudniej jest bezpośrednio oddziaływać na zachowanie. Aby nie być gołosłownym, proponuję zrobić kolejny eksperyment:

Gdy przeczytasz następujące zdanie: *Nie dotykaj swojego ucha*, to wątpię, czy natychmiast sięgniesz ręką do ucha.

A teraz: *Nie pragnij dotknąć swojego ucha*. Niewykluczone, że możesz zacząć odczuwać chęć dotknięcia swojego ucha.

A co się stanie, gdy przeczytasz: *Nie myśl o dotykaniu swojego ucha*. Mogę się założyć, że pomyślałeś o tym.

Z kolei gdy użyję odwrotnej sekwencji i powiem:

Nie myśl o dotykaniu swojego ucha najpierw, to znacznie łatwiej będzie wywołać narastającą chęć dotknięcia ucha, gdy potem powiem *Nie pragnij dotknąć swojego ucha*. Gdy już pojawiła się myśl, to Twój umysł już się z nią oswaja i chętniej zareaguje na sugestię dotyczącą pragnienia. A gdy już chcesz coś zrobić i nawet pragniesz, to pragnienie bardzo ułatwia podjęcie działania. W końcu znacznie łatwiej namówić Cię do zrobienia czegoś, gdy i tak chcesz i pragniesz to uczynić.

Nie dotykaj swojego ucha

Z tego powodu zawsze polecam zaczynać od sugerowania jakiejś myśli, skierowania myśli na odpowiedni tor.

Ani handlowiec, który powie: *Nie kupuj tego samochodu*, ani rodzic, wydający polecenie *Nie sprzątaj swojego pokoju*, ani też chłopak mówiący do dziewczyny *Nie całuj mnie* nie uzyskają tego, czego chcą.

Co innego gdyby powiedzieli:

„**Nie myśl o jeźdźeniu tym samochodem**, nie wyobrażaj sobie, jak w nim siedzisz, otoczony luksusowym

wnętrzem, i czujesz przyspieszenie. Nie myśl, jak zorganizować pieniądze na kupienie tego auta.”

„**Nie myśl** o tym, jak fajnie będziesz się bawić, gdy już posprzątasz pokój i przestanę Ci przeszkadzać swoim zrzędzeniem.”

„**Nie fantazuj** na temat całowania mnie i nie wyobrażaj sobie, jakie to może być podniecająco przyjemne.”

Ćwiczenie 3.

Tworzenie komunikatów dwupoziomowych

Tym razem konstruujesz wypowiedź w taki sposób, aby świadomy umysł odbierał inne polecenie (*Nie myśl o X*), podczas gdy podświadomość odbiera polecenie odwrotne (*Myśl o X*).

Na podstawie trzech powyższych przykładów utwórz i napisz po trzy przykłady (razem dziewięć przykładów) różnych zdań. Używaj zaprzeczenia w taki sposób, aby rezultat działał na Twoją korzyść. Zaczynij od postawienia sobie celu.

Przykład:

„Nie (myśl, zastanawiaj się, wyobrażaj sobie, fantazuj) o (jeźdźeniu nowym samochodem, zabawie, tym jak będziesz mnie całował, korzyściach, zyskach).

„**Nie myśl** o **wyjeździe na wakacje**, nie wyobrażaj sobie, jak **leżysz na plaży**. Nie zastanawiaj się, dokąd chcesz pojechać.”

„Nie myśl o tym, jak gdy już
..... i
.....”

„Nie myśl o tym, jak **wygodnie będziesz siedzieć na ten nowej kanapie, gdy już ustawisz ją w pokoju i zaczniesz się na niej wylegiwać.**”

„Nie fantazuj na temat i nie wyobrażaj sobie
.....”

„Nie fantazuj na temat **spotkania się ze mną** i nie wyobrażaj sobie, **jak fajnie możemy spędzić razem ten czas.**”

Quiz

Po staranowaniu nowym samochodem parkometru, chcąc uspokoić męża, zanim mu o tym powiesz:

- a) Dodajesz garść tabletek relanium do piwa, które mu podajesz z uśmiechem.
- b) Mówisz do niego: „Kochanie, nie denerwuj się, coś Ci muszę powiedzieć, ale nie myśl, że samochód nadaje się do kasacji”.
- c) Wysyłasz mu SMS-a: „Jak Ci przejdzie wściekłość, to zadzwoń do mnie”.

Jeżeli chociaż jedną z powyższych odpowiedzi uznałeś za poprawną, to zacznij czytać od nowa całą książkę!

Spróbuj

Jest to ulubione słowo bardzo szerokiej rzeszy ludzi, ponieważ wydaje im się, że bardzo zachęca do działania i mocno je wspiera. Jednak nieświadomy umysł, oprócz tego, że nie rozumie słowa „nie”, ma jeszcze kilka innych charakterystycznych cech, które odróżniają go od umysłu świadomego. Jedną z nich jest to, że wykonuje bardzo dokładnie i precyzyjnie jak komputer instrukcje, które otrzymuje.

Zróbmy ponownie mały eksperyment:

Powiedz sobie w myślach: *Otwieram drzwi*. Co zobaczyłeś? Czy były w tym obrazie drzwi, które najpierw były zamknięte, a potem otwarte?

A teraz powiedz sobie w myślach: *Próbuję otworzyć drzwi*. Jak zmienił się ten obraz? Większość ludzi widzi zamknięte drzwi.

Umysł nieświadomy jest bardzo dosłowny. Jeśli powiesz: *Spróbuj to zrobić*, wykona on sumiennie to polecenie, czyli sprawi, że zostanie podjęta próba zrobienia czegoś, co przecież nie jest jednoznaczne z tym, że zostanie to rzeczywiście zrobione. Stąd można wysnuć wniosek, że tak naprawdę słowo „spróbuj” w poleceniu programuje porażkę. Bez świadomości tego faktu, używając nieumiejętnie tego słowa w swoich wypowiedziach, ludzie również w tym przypadku mogą sabotować to, co zamierzają osiągnąć, komunikując się z innymi, np.:

- Spróbuj dostrzec zalety w tym samochodzie.
- Spróbuj odrobić lekcje przed dziesiątą.
- Spróbuj znaleźć czas dla mnie.

Słowo *spróbuj*, podobnie jak słowo *nie*, możesz jednak w bardzo skuteczny sposób świadomie wykorzystać, aby realizować swoje cele. W *Sztuce perswazji* napisałem:

„Jeżeli Twoja praca wymaga częstych kontaktów z klientami, np. jesteś pracownikiem dużego banku, odpowiedzialnym za sprzedaż i promocję zaawansowanych produktów bankowych, przeznaczonych dla dużych klientów instytucjonalnych, to może się zdarzyć, że podczas spotkania z przedstawicielem kadry kierowniczej wyższego szczebla usłyszysz w pewnym momencie coś takiego:

To bardzo interesujące, co nam Pan dzisiaj tutaj zaprezentował, ale inne banki funkcjonujące na polskim rynku finansowym oferują również bardzo dobre produkty.

Co wtedy robisz? Możesz na przykład powiedzieć: „**Tak, inne banki też oferują podobne produkty, ale to są kiepskie banki**”, jednak w taki sposób wiele nie osiągniesz, ponieważ po pierwsze jest to mało skuteczne, po drugie mało eleganckie, a po trzecie treść tej wypowiedzi zawiera coś nieprzyjemnego. Na poziomie świadomym u Twojego rozmówcy prawdopodobnie pojawi się sprzeciw i pewien niesmak, który może zmniejszyć szanse na podpisanie umowy. Możesz jednak swoją wypowiedź sformułować w inny sposób: „**Tak, to prawda, inne banki również dysponują bardzo dobrymi produk-**

tami, dlatego proszę się także z nimi zapoznać i spróbować znaleźć coś, co będzie Panu pasowało, zanim zdecyduje się Pan na korzystanie z naszych produktów”. Tym razem jest to dużo bardziej skuteczne, ponieważ taka wypowiedź nie budzi świadomego sprzeciwu w umyśle Twojego rozmówcy i jednocześnie na poziomie nieświadomym programuje porażkę, czego on jednak już świadomie nie zauważy. W analogiczny sposób możesz używać tego wzorca w wielu różnych sytuacjach życiowych. Możliwość jest po prostu nieskończona wiele. Spróbuj zrobić sobie przerwę w czytaniu.”

Spróbuj nie być ciekawy, o czym jest następny przykład.

Ćwiczenie 4.

Próbowanie jest przeciwieństwem robienia

Przykład:

„Czy ktoś jeszcze oferuje podobne usługi?”

„Tak, wiele firm. Proszę spróbować przejrzeć oferty innych firm i dostrzec jakieś zalety.”

Stwórz i napisz trzy przykłady takich zdań na różne tematy, wypełniając puste miejsca wg poniższego schematu.

„Proszę spróbować
i”

1.
.....
 2.
.....
 3.
.....
-

Quiz

Gdy chcesz zamknąć sprzedaż, to mówisz do klienta:

- a) „Spróbuj dostrzec korzyści w naszej ofercie i potraktować ją poważnie.”
- b) „Spróbuj nie spieszyć się z podejmowaniem decyzji i nie obawiaj się, że jutro może wzrosnąć cena.”
- c) „Kupujesz czy nie?!”

Jeżeli wybrałeś odpowiedź a) lub c), powiedz to swoim klientom i sprawdź, jaki będzie efekt. Jeżeli wybrałeś odpowiedź b), to nie dostajesz punktów w nagrodę, ponieważ zyskasz coś lepszego — pieniądze klienta.

Łączniki

Słowa często „nadają ramy” naszemu doświadczeniu, „oprawiają je w ramy”, wysuwając pewne aspekty na plan pierwszy, a pozostawiając inne w tle.

Zajmijmy się słowami „łącznikami”, na przykład takimi jak „**ale**”, „**i**” oraz „**pomimo że**”. Gdy łączymy idee lub doświadczenia razem za pomocą „łączników”, to uwaga kieruje się na różne aspekty tych doświadczeń.

Gdy ktoś mówi:

„Dzisiaj świeci słońce, **ale** jutro będzie padać deszcz”, to koncentrujemy się bardziej na tym, że jutro będzie padać deszcz, mało dbając o to, że dzisiaj świeci słońce.

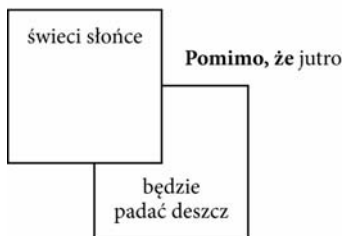
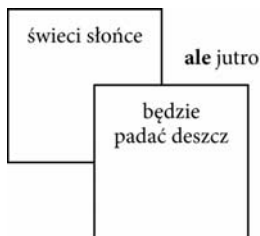
Gdy ktoś połączy te same dwa doświadczenia słowem „**i**”, na przykład:

„Dzisiaj świeci słońce **i** jutro będzie padać deszcz”, to oba zdarzenia są podkreślane z równą siłą.

Gdy ktoś powie:

„Dzisiaj świeci słońce, **pomimo że** jutro będzie padać deszcz”, to uwagę skupia bardziej pierwsze stwierdzenie, że dzisiaj świeci słońce, pozostawiając drugie stwierdzenie w tle.

Graficznie można to ładnie zilustrować w ten sposób:



W jaki sposób możesz wykorzystać tę zasadę do kształtowania czyjejś percepcji i oceny różnych relacji?

Wyobraź sobie, że sprzedajesz nieruchomości i pokazujesz drogi apartament w prestiżowym budynku. Możesz zawalić sprawę, wysuwając na pierwszy plan kwestię wysokiej ceny:

„To jest wspaniały apartament w bardzo prestiżowym budynku, **ale** kosztuje więcej niż w innych lokalizacjach.”

Na pierwszy plan wysuwa się „kosztuje więcej niż w innych lokalizacjach”, odbierając siłę stwierdzeniu: „To jest wspaniały apartament w bardzo prestiżowym budynku”, przez co niejako je neutralizuje.

Jednak możesz temu przeciwdziałać, wysuwając w percepcji klienta na pierwszy plan zaletę, tak aby „przykryła” w jego umyśle wyższą cenę:

„To jest wspaniały apartament w bardzo prestiżowym budynku, **ponimo** że kosztuje więcej niż w innych lokalizacjach.”

Daje to zupełnie inny efekt, nieprawdaż?

Możesz też odwrócić kolejność, pozostawiając łącznik bez zmian. Zamiast powiedzieć:

„To jest wspaniały apartament w bardzo prestiżowym budynku, **ale** kosztuje więcej niż w innych lokalizacjach.”

mówisz:

„Ten apartament kosztuje więcej niż w innych lokalizacjach, **ale** jest wspaniały i mieści się w bardzo prestiżowym budynku.”

Na pierwszym planie znajduje się teraz zaleta i w dodatku jest to ostatnia część zdania, a jak wiadomo z psychologii, ludzie mają tendencję do lepszego pamiętania zakończeń niż poprzedzającej je treści.

Ćwiczenie 5.

Łączniki, które osłabiają obiekcje

Bardzo często przekonując kogoś, znajdujesz się w sytuacji, gdy zaletę Twojej propozycji niweluje inna jej cecha, która może być postrzegana jako przeszkoda, zastrzeżenie. Może to przyjąć albo formę zastrzeżenia, na które odpowiadasz odpowiednio je przeramowując, albo sam wiesz, że istnieje taka przeszkoda i podejmu-

jesz „działanie prewencyjne”. Ja osobiście wolę takie potencjalne zastrzeżenia lub przeszkody „rozbroić”, ZANIM się pojawią, nadając im odpowiednie ramy za pomocą łącznika. Na przykład wiem, że w porównaniu do wielu typowych szkoleń moje autorskie szkolenia i warsztaty są droższe i w sytuacji gdy zamierzam przedstawić korzyści i cenę, zamiast czekać, aż usłyszę „to jest drogie”, odpowiednio ustawiam plany za pomocą łącznika. Postępuj tak samo!

Znajdź po kilka takich potencjalnych zastrzeżeń w trzech różnych kontekstach, na przykład:

„To jest świetny garnitur i fantastycznie Pan w nim wygląda + jest bardzo drogi.”

„Możesz mieć celujące oceny na koniec roku i pojechać na wspaniałe wakacje + musisz spędzić dużo więcej czasu ucząc się samodzielnie.”

„Możesz zaprosić mnie na kolację i świetnie się bawić + masz narzeczonego.”

Znajdź w swoim własnym doświadczeniu przykłady takich zastrzeżeń i pozornych przeszkód i odpowiednio manipulując łącznikami lub kolejnością zneutralizuj je. Razem stworzysz sześć zdań.

Przeszkoda: Bardzo drogi garnitur

Reakcja:

„To jest świetny garnitur i fantastycznie Pan w nim wygląda, **pomimo że** jest bardzo drogi.”

lub

„Ten garnitur jest bardzo drogi, **ale** jest świetny i fantastycznie Pan w nim wygląda.”

Przeszkoda:

.....

Reakcja:

.....

lub

.....

Przeszkoda:

.....

Reakcja:

.....

lub

.....

Przeszkoda:

.....

Reakcja:

.....

lub

.....

Przeszkoda:

.....

Reakcja:

.....

lub

.....

Przeszkoda:

.....

Reakcja:

.....

lub

.....

Przeszkoda:

.....

Reakcja:

.....

lub

.....

Quiz

Wyjeżdżasz na konferencję i aby upewnić swoją żonę o tym, że ją kochasz, a inne kobiety Cię nie interesują mówisz do niej:

- a) „Bardzo Cię kocham, pomimo że dookoła jest mnóstwo pięknych kobiet.”
- b) „Bardzo Cię kocham, ale dookoła jest mnóstwo pięknych kobiet.”

Jeśli nie masz pewności, to powiedz jedno z tych zdań swojej żonie i obserwuj jej reakcję. Najlepiej z bezpiecznej odległości.

Tajemnicza moc implikacji

To, że tak szybko doczytałeś do tego miejsca może oznaczać, że zamiast robić ćwiczenia po prostu o nich czytasz. To nie da oczekiwanych rezultatów i równie dobrze możesz włożyć ją na noc pod poduszkę, licząc że rano obudzisz się mądrzejszy. Jeśli od chwili rozpoczęcia pracy z tą książką minęło mniej niż trzy dni, to wróć do początku i zrób ćwiczenia.

Skoro jednak nadal czytasz te słowa, to znaczy, że coraz bardziej Cię wciąga szlifowanie swoich umiejętności perswazyjnych. Zrobienie kolejnych ćwiczeń ułatwi Ci wywieranie wpływu na ludzi. Wierzę też, że dobrze się bawisz robiąc te ćwiczenia, ponieważ można uczyć się ważnych rzeczy i jednocześnie przyjemnie spędzać czas.

Kolejny zestaw ćwiczeń, które zrobisz, dotyczyć będzie pierwszej grupy zaawansowanych wzorców lingwistycznych języka perswazji. Zapewne pamiętasz z lektury *Sztuki perswazji*, jak łatwo możesz wpływać na myślenie innych ludzi za pomocą prostych implikacji. Zrobienie kolejnych ćwiczeń pomoże Ci jeszcze lepiej zrozumieć, jak działa ludzki umysł.

Implikacje są to struktury lingwistyczne, które najogólniej rzecz ujmując pozwalają Ci łączyć poszczególne treści tak, aby tworzyły korzystne dla Ciebie związki w umyśle rozmówcy, zwłaszcza na poziomie nieświadomym.

Podczas robienia kolejnego ćwiczenia zauważysz, jak **wiele się już nauczyłeś**.

W trakcie jazdy próbnej tym samochodem **docenisz wygodę automatycznej skrzyni biegów**.

Im więcej robisz ćwiczeń, tym bardziej **niecierpliwie czekasz na ukazanie się mojej kolejnej książki**.

Pierwsza część zdania jest tym, co wiesz na pewno, że się wydarzy lub właśnie się dzieje (z punktu widzenia osoby, do której mówisz), **wytluszczone** część zdania jest sugestią, którą chcesz „zasiać” w umyśle tej osoby. Podczas czytania tego zdania **zaczyniesz czuć się zaciekawiony następnym ćwiczeniem**.

Ćwiczenie 6.

Potwierdzanie i prowadzenie

Znajdź w swoim bieżącym doświadczeniu, czyli w tym, co w tej chwili widzisz, słyszysz i czujesz, trzy elementy, na przykład:

Jedną rzecz, na którą teraz patrzysz — **V**ideo.

Jeden dźwięk, który teraz dochodzi do Twoich uszu — **A**udio.

Jedno odczucie lub coś, co robisz w tej chwili — **K**inestetyka (czucie).

Przykładowo, ja pisząc teraz to zdanie widzę przed sobą białą stronę edytora tekstu, na której pojawiają się litery, słyszę klikanie klawiszy oraz czuję ucisk krawędzi biurka na moje przedramię. A więc zaczynam składać implikację:

Podczas gdy widzisz przed sobą pojawiające się litery, **zaczynasz doceniać wygodę posiadania komputera.**

Tworzę to zdanie w takiej postaci, jak gdyby ktoś je do mnie mówił (sobie nie potrzebuję udowodniać wygody wynikającej z posiadania komputera).

A teraz Twoja kolej:

Znajdź w swoim bieżącym doświadczeniu, czyli w tym, co w tej chwili widzisz, słyszysz i czujesz, trzy elementy:

- **V**
- **A**
- **K**

Następnie uzupełnij je dowolnymi sugestiami:

- **V**
+ **sugestia**
- **A**
+ **sugestia**
- **K**
+ **sugestia**

Zrobione? Doskonale!

Teraz idź krok dalej, rozejrzyj się dookoła i wybierz sobie jakąś osobę, którą widzisz w tej chwili. Zadaż sobie pytanie: „Gdybym był w tej chwili na miejscu tej osoby, to co bym widział, słyszał, czuł lub robił?”.

Na przykład ja w tej chwili przez uchylone drzwi widzę w sąsiednim pokoju moją asystentkę, która przegląda jakieś papiery. Gdybym był w tej chwili na jej miejscu, widziałbym (patrzyłbym na) papiery, słyszał szum jej komputera, trzymałbym kartkę w dłoni.

Podczas patrzenia na tę kartkę...

W trakcie przeglądania tych papierów...

Im dłużej słuchasz szumu komputera...

Teraz wyznaczam sobie cel mojej perswazji; powiedzmy, że chcę, żeby zrobiła mi kawę (wybieram taki cel, który jest możliwy w tej chwili i tej sytuacji dla tej osoby do zrealizowania. Podsunięcie jej sugestii, aby kupiła mi porsche może okazać się dla niej niewykonalne).

Zacznę jednak od tego, żeby sama nabrała ochoty na kawę i parząc ją dla siebie, pomyślała o mnie i zrobiła również dla mnie. Sugestią będzie ochota na kawę.

Podczas patrzenia na tę kartkę **zaczynasz nabierać ochoty na filiżankę kawy.**

W trakcie przeglądania tych papierów **nabierasz coraz większej ochoty na kawę.**

Im dłużej słuchasz szumu komputera, tym **większą masz ochotę na kawę.**

A gdy już będzie przy ekspresie do kawy, mogę powiedzieć:

„Podczas gdy parzysz sobie kawę, zaczynasz się zastanawiać, czy ja też bym miał chęć na kawę. W trakcie parzenia nabierasz ochoty, żeby również zaparzyć filiżankę kawy dla mnie i im dłużej o tym myślisz, tym bardziej chcesz to zrobić.”

A czy Ty masz teraz ochotę na kawę? Bo ja pisząc te zdania nabrałem ogromnej chęci na filiżankę kawy, pomimo że zazwyczaj jej nie pijam! Ogromna jest siła sugestii.

Ćwiczenie 7.

Potwierdzanie z punktu widzenia drugiej osoby oraz podsuwanie sugestii

1. Rozejrzyj się dookoła i wybierz sobie jakąś osobę, którą widzisz w tej chwili. Zadaj sobie pytanie:
„Gdybym był w tej chwili na miejscu tej osoby, to co

bym widział, słyszał, czuł lub robił?”. (Jeśli w tej chwili jesteś gdzieś, gdzie nie ma innych ludzi oprócz Ciebie, to zamiast odkładać zrobienie ćwiczenia na potem, zrób sobie przerwę w czytaniu, idź tam, gdzie są jacyś ludzie i zrób ćwiczenie. Pamiętaj, trudno jest nauczyć się wpływać na ludzi ćwicząc w samotności!).

2. Zdecyduj, co chcesz osiągnąć, jaki cel chcesz zrealizować, jak będzie brzmiała Twoja sugestia.
3. Zbuduj trzy początki zdań potwierdzających doświadczenie tej osoby (Pamiętaj: druga osoba liczby pojedynczej, tak jakbyś zwracał się do tej osoby).

- **V**
- **A**
- **K**

Następnie uzupełnij je swoimi sugestiami:

- **V**
+ **sugestia**
- **A**
+ **sugestia**
- **K**
+ **sugestia**

Proste, prawda? Bardziej wyrafinowaną odmianą implikacji wykorzystujących spójnik „i” jest **implikowana jednoczesność**. Pozwala ona na sugerowanie jednoczesności dwóch zupełnie niezależnych od siebie rzeczy,

tak że umysł rozmówcy odbiera to, zwłaszcza na poziomie nieświadomym, jako jedną, nierozzerwalną, a co najważniejsze, prawdziwą całość.

Możesz nadal czytać i **coraz bardziej się cieszyć z posiadania tej książki z ćwiczeniami.**

Podobnie jak poprzednio, do potwierdzenia Twojego doświadczenia „nadal czytasz” dodaję za pomocą spójnika „i” sugestię.

Wróćmy do naszych trzech obszarów zastosowań technik perswazji:

- Patrzysz na ten garnitur i *masz coraz większą ochotę, aby go przymierzyć.*
- Oglądasz telewizję i *coraz częściej myślisz o jutrzejszej klasówce.*
- Słuchasz mojego głosu i *jesteś coraz bardziej zainteresowana spotkaniem ze mną.*

Ćwiczenie 8.

Zgadź się w pracy, a dostaniesz podwyżkę

Pomyśl o swojej pracy — kogo miałbyś ochotę i do czego przekonać? Szefa? Podwładnego? Klienta? Wyobraź sobie, co w danej sytuacji może ta osoba robić? Na co patrzy? Czego słucha? Zadaj sobie pytanie: „Gdybym był w tej chwili na miejscu tej osoby, to co bym widział, słyszał, czuł lub robił?”.

Zdecyduj, co chcesz osiągnąć, jaki cel chcesz zrealizować, jak będzie brzmiała Twoja sugestia.

Zbuduj trzy początki zdań potwierdzających doświadczenie tej osoby (pamiętaj: druga osoba liczby pojedynczej, tak jakbyś zwracał się do tej osoby).

- V

- A
- K

Następnie uzupełnij je swoimi sugestiami:

- V
+ **sugestia**
- A
+ **sugestia**
- K
+ **sugestia**

Zrób jeszcze dwa następne ćwiczenia, które są podobne, ale powtórzenia są potrzebne, ponieważ wyrabiają nawyk i pomagają automatyzować nabywaną umiejętność, a to szybciej prowadzi do osiągnięcia nieświadomej kompetencji. Po tych kolejnych dwóch ćwiczeniach proponuję Ci bardziej złożoną zabawę, która może już być pomocna w konkretnych życiowych sprawach.

Ćwiczenie 9.

Potwierdzanie i sugerowanie w sytuacjach rodzinnych

Pomyśl o swojej rodzinie — kogo miałbyś/miałabyś ochotę i do czego przekonać? Dziecko? Męża? Żonę? Wyobraź sobie, co w danej sytuacji może ta osoba robić? Na co patrzy? Czego słucha? Zadaj sobie pytanie: „Gdybym był w tej chwili na miejscu tej osoby, to co bym widział, słyszał, czuł lub robił?”.

Zdecyduj, co chcesz osiągnąć, jaki cel chcesz zrealizować, jak będzie brzmiała Twoja sugestia.

Zbuduj trzy początki zdań potwierdzających doświadczenie tej osoby (pamiętaj: druga osoba liczby pojedynczej, tak jakbyś zwracał się do tej osoby).

- **V**
- **A**
- **K**

Następnie uzupełnij je swoimi sugestiami:

- **V**
+ **sugestia**
- **A**
+ **sugestia**
- **K**
+ **sugestia**

Ćwiczenie 10.

Jak flirtować, mówiąc truizmy

Pomyśl o kimś, z kim miałbyś/miałabyś ochotę poplirtować. Wyobraź sobie, co w danej sytuacji może ta osoba robić? Na co patrzy? Czego słucha? Zadał sobie pytanie: „Gdybym był w tej chwili na miejscu tej osoby, to co bym widział, słyszał, czuł lub robił?”.

Zdecyduj, co chcesz osiągnąć, jaki cel chcesz zrealizować, jak będzie brzmiała Twoja sugestia.

Zbuduj trzy początki zdań potwierdzających doświadczenie tej osoby (pamiętaj: druga osoba liczby pojedynczej, tak jakbyś zwracał się do tej osoby).

- **V**
- **A**
- **K**

Następnie uzupełnij je swoimi sugestiami:

- **V**
+ **sugestia**
- **A**
+ **sugestia**
- **K**
+ **sugestia**

Jak dobrze się bawiłeś robiąc te ćwiczenia? Teraz czas na wyjście w teren! Pobaw się tym w swojej pracy, w domu, sprawdź, ile możesz utargować robiąc zakupy? Pamiętaj o zasadzie „Ograniczenie czyni mistrza” i poświęć na to dwa lub trzy dni, robiąc sobie przerwę w czytaniu. Powodzenia i wesołej zabawy, a może już nawet wymiernych korzyści!

Quiz

Zostajesz zatrzymany przez policję podczas jazdy z prędkością 195 km/h przy ograniczeniu do 70 km/h; aby wywinąć się od mandatu, mówisz:

- a) „To, że pański radar pokazał 195 km/h oznacza, że jest to kawał złomu, a Pan nie wie, kim ja jestem!”
- b) „Pouczenie mnie o niestosowności takiej jazdy sprawi, że drogi staną się bezpieczniejsze, a przełożeni Pana pochwalą.”
- c) „Można olewać ograniczenia prędkości oraz znaki „Stop” i jednocześnie być bezpiecznym i dobrym kierowcą.”

Jeżeli chociaż jedna z powyższych odpowiedzi wydała Ci się prawidłowa, to natychmiast zjedź swoje prawo jazdy!

Autosabotaż, czyli jak przestać podstawiać sobie nogę

Z doświadczenia wiem, że robiąc te ćwiczenia mogłeś się zetknąć z pewnymi psychologicznymi „kłodami pod nogami”. To się często zdarza.

Pierwszym rodzajem „kłody pod nogami” jest autosabotaż myślowy w rodzaju: „to brzmi nienaturalnie, jest takie nie moje — ja tak nigdy przedtem nie mówiłem”.

W tym wypadku pamiętaj, że to Ci się tylko tak wydaje! Ludzie na ogół nie zwracają na to uwagi, a jeśli rozmawiasz z kimś, kto Cię nie znał przedtem, to skąd on lub ona ma wiedzieć, czy jest to „twoje” lub że przedtem mówiłeś w inny sposób?!

Drugim rodzajem jest: „Zaraz się wyda” lub „On się domyśli, że nim manipuluję!”.

Otóż nie, nie „wyda się”, z dwóch powodów:

Po pierwsze — nie ma co się wydać, bo przecież wszyscy używają „i”, „spróbuj”, „podczas” i stosują

zaprzeczenia. Jedyne co Ty teraz robisz inaczej, to stosujesz je bardziej celowo.

Po drugie — nikt „się nie domyśli”; TY jesteś na to wyczulony, bo właśnie się tego uczysz, a inni ludzie nie zwracają na to uwagi. Jest im wszystko jedno, czy powiesz „zrób to teraz” czy „nie ociągaj się” (sami najczęściej stosują to drugie, gdy chcą uzyskać to pierwsze).

Trzecim rodzajem mógł być Twój własny lęk, pod którego wpływem nie zdecydowałeś się otworzyć ust, aby wypowiedzieć przygotowane zdanie. Mogła Ci się nasunąć jakaś myśl w rodzaju: „to nie wyjdzie”, „daj spokój, wygłupisz się” albo „jeszcze trochę poćwiczę i potem to zrobię”.

W tym wypadku proponuję Ci jedną z dwóch najlepszych i sprawdzonych technik NLP, które skutecznie pomagają pozbyć się lęku przed nadchodzącą sytuacją lub działaniem.

Ćwiczenie 11.

Jak pozbyć się lęku w ciągu 15 minut

Jest to technika wykorzystywana do skutecznego usuwania fobii, czyli bardzo silnych ataków lęku, takich jak lęk wysokości, klaustrofobia, lęk przed lataniem samolotami itp. Działa bardzo skutecznie na takie poważne problemy, więc tym bardziej pomoże Ci pozbyć się niepokoju przed robieniem i mówieniem nowych rzeczy.

Początkowo może wydać Ci się skomplikowana, ale po dwóch lub trzech powtórzeniach staje się prosta. To jest tak jak z nową komórką; pierwszego dnia obsługa

wyduje się skomplikowana, ale po paru dniach zaczynasz używać jej intuicyjnie.

Na następnej stronie znajdziesz instrukcję, która krok po kroku poprowadzi Cię przez całą procedurę. Ważne jest dokładne postępowanie według instrukcji. Cała procedura składa się z kroków i zajmuje około 15 minut; jeżeli zabierze Ci to znacznie więcej czasu, to powtórz całość procedury, tym razem robiąc wszystko szybciej niż poprzednio.

Wyobraź sobie, że jesteś w kinie. Siedzisz w pierwszym rzędzie i patrzysz na ekran, na którym oglądasz czarno-biały film. W filmie tym widzisz siebie na chwilę przed tym, jak podejdziesz do tej osoby i zaczniesz stosować na niej techniki, których się uczysz.

Zatrzymaj film (tak jak używasz „pauzy” w magnetowidzie) na pół minuty przed wystąpieniem pierwszych objawów niepokoju lub lęku.

Następnie wyobraź sobie, z boku, inny ekran, na którym stworzysz ciąg dalszy tego filmu, ale już z takim zakończeniem, jakie Ci najbardziej pasuje. Na przykład widzisz siebie, jak w zupełnie nowy sposób, spokojnie albo na luzie, podchodzisz i mówisz do tej osoby, stosując techniki sztuki perswazji, a ona reaguje dokładnie tak jak chciałeś. Ty jesteś reżyserem, więc zadbaj o to, aby to co tam się dzieje, podobało Ci się, szczególnie wyraz spokoju na Twojej twarzy i w Twoim zachowaniu. Ten nowy film jest w pełnym kolorze.

Mając gotowy nowy film, wstań z fotela w pierwszym rzędzie (możesz „wyjść z siebie” jak na filmach o duchach) i udaj się na tył sali do kabiny projekcyjnej. Teraz patrzysz przez szybę w dół na siebie. Widzisz siebie, jak siedzisz i oglądasz siebie na ekranie. (Ty nr 1 jest na ekranie, Ty nr 2 siedzi w pierwszym rzędzie, Ty nr 3 stoi w kabynie projekcyjnej i patrzy przez szybę).

Puść nowy film, tak aby już w kolorze kontynuował akcję na ekranie od miejsca zatrzymania. PAMIĘTAJ, że patrzysz na siebie siedzącego w pierwszym rzędzie, oglądającą/oglądającego siebie na ekranie (3-2-1). Obejrzyj film do końca i zatrzymaj po zakończeniu.

Wyjdź z kabiny i udaj się do pierwszego rzędu, „wejdź w siebie” Nr 2 i wstań z fotela. Idź na ekran i „wejdź w siebie” Nr 1. Przewiń cały film od końca do początku, ze sobą w roli głównej. Tym razem jesteś w tym filmie i patrzysz na rozmówcę.

Przetestuj zmiany: Idź i powtórz ćwiczenie, którego wcześniej nie mogłeś zrobić.

Integracja umiejętności

Gdyby porównać uczenie się NLP do uczenia się obcego języka, to dotychczas uczyłeś się słów, zasad składni, stosowania czasów itp. Teraz nadszedł czas, żeby zacząć rozmawiać, czyli stosować w praktyce to, czego uczyłeś się do tej pory.

Praktyka w sztuce perswazji polega na przekonywaniu ludzi do podjęcia określonych działań. W biznesie przekonujesz klientów do kupienia Twojego produktu, w życiu domowym dziecko do sprzątanía pokoju lub odrabiania lekcji, swoją drugą połowę też na pewno czasami chcesz do czegoś skłonić, w sytuacjach romantyczno-towarzyskich też zazwyczaj pragniesz wpłynąć na drugą osobę, aby się z Tobą spotkała na kawie lub spędziła z Tobą resztę życia.

Jak użyć technik sztuki perswazji do zagwarantowania sobie sukcesu w każdej z tych dziedzin? Skuteczniej perswadując i wpływając na umysł, emocje i zachowania drugiej osoby. Do tej pory najprawdopodobniej robiłeś to używając racjonalnych argumentów, które również są ważne, ale skoro i tak już piszesz lub mówisz do kogoś, to równie dobrze możesz to, co mówisz, wzbogacić o dodatkową warstwę perswazyjną, która zwiększa siłę oddziaływania.

Zacznijmy od biznesu, ponieważ nawet jeśli nie zajmujesz się nim profesjonalnie, to i tak od czasu do czasu angażujesz się w to, co nazywam prywatnym domowym biznesem. Na przykład negocjujesz cenę w sklepach, stawkę z „fachowcami”, czasem dajesz ogłoszenia, aby coś sprzedać lub kupić. We wszystkich tych sytuacjach da się stosować techniki sztuki perswazji, ponieważ są to fantastyczne okazje do nabierania wprawy oraz można zyskać czas i pieniądze.

Na początek napisz ogłoszenie. Może Ci się przydać, gdy będziesz sprzedawać mieszkanie, samochód lub szczeniaki albo kocięta. Możesz też ogłaszać swoje usługi.

Najczęściej popełnianym błędem jest tworzenie takiego tekstu perswazyjnego z własnego punktu widzenia oraz skupianie się na cechach produktu lub usługi. Wyobraź sobie, że masz do sprzedania małego kilkutygodniowego rasowego kota.

Zazwyczaj ludzie opisują cechy kota, starając się zminimalizować liczbę słów, ponieważ każde słowo w ogłoszeniu kosztuje. Na początek zadaj sobie pytanie, po co zamieszczasz ogłoszenie? Czy Twoim celem jest takie napisanie ogłoszenia, aby wydać jak najmniej pieniędzy? Czy raczej celem jest sprzedanie kota?

Jeżeli to pierwsze, to jest sposób, który pozwala zaoszczędzić 100% ceny ogłoszenia: zrezygnuj z zamieszczania go. Trochę przesadzam, ale nie tak znowu bardzo. Jeżeli Twoim celem jest zainteresowanie kotem jak największej liczby ludzi oraz sprzedanie zwierzęcia jednej z tych osób, to napisz ogłoszenie i zastosuj w nim poznane techniki.

Typowe ogłoszenie zawiera opis produktu, cenę oraz dane kontaktowe. Na przykład:

„Kot chiński, 5 tyg., śliczny, rasowy, 1000 zł., tel. 111 111 111.”

Następnie zacznij je wzbogacać:

Zacznij od zadania sobie pytania: „Po co komuś kot chiński?”. Nie wiem, po co ludzie kupują chińskie koty po 1000 zł za egzemplarz, ale mogę sobie wyobrazić, że chcą:

Mieć żywą istotę w domu, towarzysza zabaw dla dzieci.

Łowcę myszy (założmy, że chińskie koty łowią myszy najlepiej).

Tworzą dodatkowe źródło dochodu, bo rozmnażają się dwa razy do roku płodząc sześć kociąt, które sprzedają się jak ciepłe bułeczki.

Podnoszą prestiż właściciela i budzą zawiść sąsiadów.

Teraz opisz kota w kategoriach, które interesują potencjalnego nabywcę, a nie Ciebie.

„Skoro czytasz to ogłoszenie, to znaczy, że potrafisz docenić, jak ważny dla rozwoju Twojego dziecka jest kontakt z kotem, który jest nie tylko nieocenionym towarzyszem zabaw, lecz również uczy dziecko odpowiedzialności. Chiński kot zapewni wieczorami towarzystwo, zrozumie Cię i ogrzeje.”

„Podczas gdy czytasz to ogłoszenie, wyobrażasz sobie swój dom całkowicie i na zawsze wolny od myszy, bez tych upiornych odgłosów gryzienia i szelestów. Nie myśl teraz wyłącznie o pozbyciu się myszy, bo chiński kot nie tylko zabezpieczy Cię przed zakaźnymi chorobami roznoszonymi przez myszy; gdy już bowiem upora się z myszami, to wypędzi karaluchy.”

„Jak zarobić dodatkowe 12 000 zł rocznie bez kiwnięcia palcem! Kupienie tego kota pozwoli Ci rozwiązać kłopoty finansowe. Nie myśl o tym, co sobie kupisz za te pieniądze!”

„Posiadanie chińskiego kota przyćmi nowego mercedesa sąsiada i sprawi, że kolega z pracy poczuje się jak niemodny biedak. Posiadanie nowego chińskiego kota

oznacza, że jesteś człowiekiem sukcesu o wyrafinowanym guście, pomimo że zwierzę kosztuje 1000 zł.”

A teraz napisz swoje własne ogłoszenie, trzymając się tych samych wskazówek i używając odpowiednich technik, które już umiesz stosować. Na razie nie myśl o pieniądzach, które zarobisz.

Zacznij od zadania sobie pytania: Jakich korzyści oczekuje potencjalny nabywca Twojej rzeczy lub usługi?

Następnie opisz sprzedawaną rzecz lub usługę w kategoriach, które interesują potencjalnego nabywcę, a nie Ciebie.

Jak mówić do rodziny

Jest to kolejny obszar, w którym warto umieć skutecznie wpływać na innych, choćby na swoje dzieci. W tym momencie może Ci zaświtać myśl: „Jak to? Mam manipulować własnymi dziećmi?!”.

I tak to robisz przez cały czas. Gdy obiecujesz deser za zjedzenie głównego dania lub zapowiadasz wycofanie zgody na oglądanie telewizji w razie gorszych wyników w nauce. Mówiąc: „gdy tak postępujesz, to jest mi przykro” manipulujesz poczuciem winy. Skoro i tak nie da się tego uniknąć, to równie dobrze możesz robić to bardziej subtelnie, skuteczniej i z mniejszą szkodą dla przyszłego zdrowia emocjonalnego dziecka — po co ma wydawać w przyszłości pieniądze na psychoterapię, żeby „pracować” nad poczuciem winy.

To samo możesz osiągnąć na przykład mówiąc:

Za pomocą takich pytań zdobywałeś informacje na temat interesujących Cię zjawisk, rzeczy i spraw. Celem tych pytań było uzyskiwanie informacji.

Pozyskiwanie informacji nie jest jednak jedyną funkcją pytań, pomimo że większość ludzi używa ich wyłącznie w tym celu. Po co jeszcze można zadawać pytania?

Od bardzo dawna ludzie wymyślali różne sposoby, aby za pomocą umiejętnie zadawanych pytań wpływać na tok myślenia drugiego człowieka.

Najstarszym znanym sposobem celowego zadawania pytań była strategia używana przez Sokratesa, który prowadził rozmówcę do konkretnego wniosku, zadając serię starannie dobranych pytań. W rezultacie rozmówca miał wrażenie, że sam do niego doszedł. Lecz „dochodzenie do wniosku” samo w sobie nie wpływa wystarczająco skutecznie na zachowania ludzi. Miliony osób, które „doszły do wniosku”, że palenie szkodzi lub że warto przygotować się do egzaminu wcześniej, a nie na ostatnią chwilę, po prostu by to zrobiły.

Istnieją pytania, za pomocą których można sterować procesami zachodzącymi w podświadomości człowieka. Te pytania znają wszyscy, ponieważ zadają je przez całe życie.

Jak brzmią te tajemnicze, magiczne, sterujące ludzką podświadomością pytania? Czy to są jakieś magiczne

zakłęcia? Nie, to zwykle codzienne pytania, które każdy zna i które mogą dawać magiczne rezultaty, gdy... wiesz po co i kiedy je zadać.

Oto pierwsze z nich:

„Dlaczego?”. Zadanie tego pytania może wywołać różne konsekwencje, pożądane lub niepożądane. Wyobraź sobie, że jesteś w sklepie i oglądasz buty. Podobają Ci się, ale uważasz je za drogie. Przez chwilę się wahasz i z żalem decydujesz, że jednak nie kupisz. Sprzedawca zadaje Ci pytanie:

„Dlaczego nie?”

Sprawdź, jakie odpowiedzi Ci się nasuwają. Prawdopodobnie możesz znaleźć kilka odpowiedzi uzasadniających Twoją decyzję. Przekonywujących uzasadnień. Czy te odpowiedzi Cię przekonują? Oczywiście, że tak — w końcu sam je wymyśliłeś!

Ten sprzedawca zadał pytanie, które umocniło Twoją decyzję! Czy o to mu chodziło? Nie wiemy, ale można sobie wyobrazić, że chciał podtrzymać dialog i uczepić się Twojej odpowiedzi, żeby Cię przekonać, że nie masz racji. Czy broniłbyś swojej racji? Oczywiście, że tak. I umocniłbyś swoją decyzję.

W tym przykładzie pytanie „Dlaczego?” nadało Twojemu myśleniu „ramę problemu”. Aby zrozumieć, na czym polegają różne „ramy”, w które można oprawić myślenie, przeprowadźmy następujący eksperyment:

Pomyśl o czymś, co masz ochotę kupić lub zrobić, lecz sobie odmawiasz. Następnie zadaj sobie pytanie:

a) „Dlaczego nie robię/kupuję X?”

Sprawdź, w jakim kierunku poszły Twoje myśli. Czy stworzysz uzasadnienia dla swojej decyzji? Czy łatwiej Ci jest sobie tego odmówić? Myślę, że łatwiej niż przed chwilą.

b) „Co musiałyby się stać, co byłoby potrzebne, żebym to zrobił, kupił?”

Sprawdź, w jakim kierunku tym razem pobiegły Twoje myśli. Czy już szukasz pomysłu, który pomoże Ci zrealizować ten cel?

Pytania w rodzaju „b)” organizują myślenie w „ramę rozwiązania”, która kieruje się w stronę osiągnięcia rezultatów, stymuluje twórcze myślenie, poszukiwanie rozwiązań problemów.

Ćwiczenie 12.

Zmień „ramę”, a zmienisz rzeczywistość

Znajdź trzy sprawy w swoim życiu, które określasz sobie mianem „problemu”. Przeprowadź z każdym z nich poniższą procedurę:

Przykład:

Określ „problem”.

Zadaj sobie kolejno pytania:

a) „Jak chcę, aby było inaczej, co zamiast problemu?”

UWAGA: Natychmiast wyklucz wszystkie odpowiedzi w rodzaju „Nie chcę mieć problemu”. Zamień je na opis twierdzący.

b) „Co mi jest potrzebne, aby to osiągnąć?”

Obserwuj kierunek swoich myśli.

Problem:

a)

b)

c)

Problem:

a)

b)

c)

Problem:

a)

b)

c)

Tak zadawane pytanie jest znacznie bardziej pomocne w rozwiązywaniu problemów niż to, co z przyzwyczajenia robi większość ludzi, czyli zadawanie sobie pytań w rodzaju „Dlaczego ma ten problem?”.

Wracając do sytuacji w sklepie z butami; jeśli jesteś sprzedawcą, to pytanie klienta, dlaczego nie kupuje, da Ci dokładnie to, o co prosisz, czyli odpowiedź na pytanie. Czy wie o tym, jakie klient wymyślił sobie uzasadnienie sprawi, że zostanie sprzedana choćby jedna para butów? Wątpię. Bardziej użyteczne będzie sprawienie, by klient zaczął się zastanawiać, co może zrobić, aby je kupić.

Ćwiczenie 13.

Pozbywanie się nawykowego „Dlaczego?”

Od tej pory za każdym razem, gdy Twój rozmówca mówi „nie”, a Ty wykryjesz w sobie ochotę, aby zadać pytanie w rodzaju „Dlaczego” — ugryź się w język i zamiast tego zadaj jedno z pytań w „ramie rozwiązania”.

Przykłady:

„Nie chcemy teraz złożyć zamówienia.”

„A w jakiej sytuacji złożyłby Pan zamówienie teraz?”

„Co byłoby potrzebne, aby złożył Pan zamówienie dzisiaj?”

„Co musiałbym zrobić, aby zamówił Pan dzisiaj?”

„Nie chcę teraz odrabiać lekcji.”

„A co możemy zrobić, żebyś chciał je teraz odrobić?”

„Nie mogę umówić się z Tobą na kawę.”

„A co mógłbym zrobić, żebyś chciała?”

Quiz

Twój szef informuje Cię, że nie otrzymasz podwyżki. Aby chociaż trochę rozchwiać jego decyzję, pytasz:

- a) „Ale dlaczego nie?” i prosisz, aby dał Ci to na piśmie.
- b) „Czy Pan wie, ile kosztują opony do mojego porsche turbo?! Jak ja mam się ścigać w drodze do pracy na łysych oponach?!”
- c) „Co musiałbym zrobić, żeby otrzymać podwyżkę?”

Jak myślisz, która odpowiedź kwalifikuje Cię do kolejnych ćwiczeń?

Co kryje się między słowami?

Innym rodzajem pytań są presupozycje.

„Presupozycje są to struktury lingwistyczne, oparte na pewnych założeniach, które czynisz, wypowiadając prawie każde zdanie. Ilekroć mówiąc coś, wysyłasz werbalnie pewną informację, to zawarte są w niej założenia dotyczące czegoś, co z pewnością jest prawdziwe. Te założenia sprawiają, że owa informacja ma w ogóle jakikolwiek sens, jednak umysł Twojego rozmówcy na świadomym poziomie nie zauważa tych treści, które zostały założone, ponieważ przedmiotem jego koncentracji jest wyłącznie to, co w rzeczywistości powiedziałeś. Jest jeszcze na szczęście nieświadoma część jego umysłu, która te wszystkie

założenia zauważa. Mało tego, na nieświadomym poziomie Twój rozmówca traktuje je jako prawdziwe, co wywiera niewiarygodny wręcz wpływ na to, co myśli i co robi”. Bardziej szczegółowy opis tego zjawiska znajdziesz w *Sztuce perswazji*.

Najprostsze z nich opierają się na proponowaniu rozmówcy pozornych wyborów.

Czy wolisz czytać dalej bez przerwy czy może wolisz czytać dalej po zrobieniu sobie krótkiej przerwy?

Niezależnie od tego, czy zrobiłeś sobie przerwę czy nie, czytasz dalej, co właśnie było moim celem. Kierując Twoją uwagę na zadanie związane z podejmowaniem decyzji, „zamaskowałem” sugestię, na której wykonaniu przez Ciebie mi zależało najbardziej, czyli abyś „czytał dalej”.

Czy wolisz polecić *Sztukę perswazji* komuś znajomemu czy raczej komuś z Twojej rodziny?

Czy wolisz kupić to na raty czy raczej za gotówkę?

Czy wygodniej Ci będzie odpowiedzieć e-mailowo czy raczej wolisz, abym zadzwonił do Ciebie?

Gdzie chciałbyś się spotkać? U nas w firmie czy raczej na mieście?

Ćwiczenie 14.

Zadawanie pytań, na które każda odpowiedź Cię uszczęśliwi

Napisz po trzy przykłady takich presupozycji z pozornym wyborem dla konkretnej sytuacji (praca, rodzina, sytuacja towarzyska).

1.

2.

3.

Specyficzną odmianą takich presupozycji są *ograniczone wybory*, które działają podobnie do *pozornych wyborów*, jednak stwarzają człowiekowi większą iluzję wyboru.

„O której godzinie jutro chcesz się spotkać?”

Wiem, że chcę, aby spotkanie odbyło się jutro, a nie innego dnia i angażuję świadomy umysł rozmówcy w proces wybierania godziny, podczas gdy jego podświadomość akceptuje „jutro” jako dzień spotkania.

Oczywiście nie oznacza to automatycznie, że zrezygnuje on z wylotu na tygodniowe wakacje na Jamajce, jeśli ma bilet na jutro. Tak zadane pytanie delikatnie „podsterowuje” jego wybór w pożądaną stronę.

Pułapka zamkniętych pytań

Istnieją sytuacje, w których zadanie pytania „zamkniętego” może zamykać drogę do dalszej perswazji, tworząc ślepią uliczkę. Sam tego wielokrotnie doświadczyłem w przeszłości, gdy sprzedawałem dekoracje do mieszkań, najczęściej obrazy.

Po dokonaniu prezentacji, w czasie której rozkładałem kilka różnych obrazów, zadawałem pytanie:

„Czy podoba Ci się któryś z tych obrazów?”

Na tak postawione pytanie może paść wyłącznie jedna z dwóch możliwych odpowiedzi: „Tak” albo „Nie”. Tak zadane pytanie zmuszało klienta do podjęcia decyzji natychmiast i jeśli była to decyzja odmowna, sprawa najczęściej była zamknięta, ponieważ wiadomo jak trudno jest zmienić decyzję, gdy ktoś powie „nie”. (Często pograżałem się głębiej w otchłanie odmowy zadając kolejne samobójcze pytanie „Dlaczego?”).

Gdy się nad tym zastanawiałem, to oczywiście było, że „nie” nie było odpowiedzią, której pragnąłem. Ty też zapewne nie lubisz słyszeć „nie”. Co więc możesz zrobić, aby tego uniknąć? Stosuj prostą zasadę:

Jeśli nie chcesz usłyszeć jakiejś odpowiedzi, to nie zadawaj pytania!

Wiadomo z psychologii, że sam proces werbalizowania stanowiska w jakiejś sprawie umacnia w tej osobie to stanowisko. Jeszcze bardziej ją w swym przekonaniu utwierdza, gdy ta osoba zadeklaruje swoje stanowisko na piśmie.

Gorszą rzeczą, którą mogłem zrobić po usłyszeniu „nie”, byłoby powiedzenie: „Czy możesz mi to napisać?”, ale czegoś tak głupiego nikt by chyba nie zrobił, prawda? A jednak osobiście doświadczyłem i skorzystałem życiowo z takiego błędu.

Gdy pod koniec lat 70. ubiegłego stulecia rozpocząłem studia na wydziale psychologii w Warszawie, na uczelni odbywała się wśród pierwszoroczników akcja

werbunkowa do jakiejś komunistycznej organizacji studenckiej, bodajże SZSP. Ponieważ w tamtych czasach nie zajmowała mnie polityka, a moje zainteresowania skupiały się wokół zabawy, miałem mało sprecyzowane zdanie na temat przynależności do organizacji. Krótko mówiąc, było mi wszystko jedno, czy do jakiejś będę należał czy nie. Typ, który zebrał studentów pierwszego roku i opowiadał im o korzyściach wynikających z przynależności, nawet sprawił, że zacząłem rozważać taką opcję. Gdy jednak zauważyłem, że dziewczyna, która mi się najbardziej podobała, nie wyrwała się do wypełniania deklaracji, postanowiłem poczekać i zobaczyć, co będzie dalej. I wówczas Typ zadał mi dwa pytania oraz zaprezentował prośbę, w wyniku których ta organizacja bezpowrotnie utraciła szansę na pozyskanie mnie (czy ze stratą dla siebie czy z korzyścią, tego już się nie dowiem):

1. Czy chcesz wypełnić deklarację wstąpienia do SZSP?
2. Dlaczego nie?

Czy możesz uzasadnić to na kartce i podpisać?

Na pierwsze pytanie moja odpowiedź brzmiała „nie” (bez specjalnego powodu, chciałem poczekać i zobaczyć, co będzie dalej). Drugie pytanie zmusiło mnie do wyprodukowania uzasadnienia, które byłoby dla mnie samego bardziej przekonujące. Znalazłem aż trzy. A gdy napisałem je na kartce, to już w pełni byłem przekonany, że NIE i w dodatku zadeklarowałem odmowę na piśmie, więc traktowałem to jako wiążące mnie i zo-

bowiązujące. Trwam w tym zresztą do dzisiaj, nie należąc do żadnej organizacji.

Wracając do obrazów; jakie pytanie można zadać, aby zminimalizować ryzyko uzyskania „Nie”?

„Który z tych obrazów podoba Ci się najbardziej?”

To jest właśnie ograniczony wybór. Nie pytam potencjalnego nabywcy, który ze wszystkich znanych mu obrazów mu się podoba, lecz zawężam wybór do prezentowanych. Dokonując wyboru jednego spośród obrazów, które pokazałem, podświadomość klienta zaczynała się „oswajać” i przyjmować, że ten obraz podoba się. Takie pytanie sprawia, że klient:

Akceptuje, przyjmuje za fakt, że obrazy mu się podobają.

Angażuje się w proces porównywania tych cech poszczególnych obrazów, które mu się podobają, aby wybrać obraz, który najbardziej przypada mu do gustu.

Takie pytanie samo w sobie nie sprawi, że klient sięgnie po portfel i zakrzyknie „Biorę!”, ale tworzy dobry grunt do dalszych kroków w procesie perswazji. Gdyby porównać proces oddziaływania perswazyjnego do budynku, to powiedziałbym, że na dobrym, mocnym fundamencie można zbudować więcej, lepiej i trwalej.

Który z dotychczas przeczytanych rozdziałów podoba Ci się najbardziej?

Który z powodów przemawiających za dalszym czytaniem i robieniem ćwiczeń uważasz za najważniejszy?

Co byłoby dla Ciebie największą stratą, gdybyś przestał teraz czytać i robić ćwiczenia?

Ćwiczenie 15.

Pytania, na które są tylko przyjemne odpowiedzi

Pomyśl o sytuacji, w której korciłoby Cię, aby zadać pytanie w rodzaju: „Czy chcesz kupić mi pierścionek?” bądź: „Czy zjemy dziś na kolację gdzieś na mieście?”.

Zamień je najpierw na pozorny wybór:

„Czy wolisz kupić mi ten pierścionek na Gwiazdkę czy na naszą rocznicę ślubu?”.

A następnie na ograniczony wybór:

„Na jaką okazję w tym roku najchętniej kupiłbyś mi ten pierścionek?”.

Na koniec sprawdź, co wyjdzie z połączenia obu presupozycji:

„Na jaką okazję w tym roku najchętniej kupiłbyś mi ten pierścionek? Czy byłby to bardziej odpowiedni prezent na Gwiazdkę czy też na rocznicę naszego ślubu?”

Zrób to trzy razy, dla trzech różnych kontekstów: biznes, rodzina, flirt.

Quiz

Chcesz umówić się na randkę z dopiero co poznaną kobietą i przy okazji poćwiczyć stosowanie „pozornych wyborów”, więc pytasz ją:

- a) „Czy wolałabyś porozmawiać jutro przy kawie czy raczej teraz siądziemy gdzieś przy herbacie?”
- b) „Czy pozwolisz zaprosić się na kawę?”
- c) „Czy wiesz, że mam BMW i jestem dyrektorem?”

Podczas gdy każde z powyższych pytań może sprawić, że ona się z Tobą umówi, tylko odpowiedź a) jest poprawna.

Jak zacząć, kontynuować i przestać?

Kolejnym rodzajem wzorców perswazji, których już za chwilę nauczysz się skutecznie używać, są presupozycje dotyczące zmiany czasu, oparte na słowach: „ZACZAĆ”, „PRZESTAC”, „NADAL”, „JESZCZE”. Zanim jednak zaczniesz robić ćwiczenia, które zwiększą Twoją skuteczność w wywieraniu wpływu na umysł drugiego człowieka, przypomnę w skondensowanej wersji część informacji na ten temat zawartych w *Sztuce perswazji*.

Gratuluje Ci, że czytając tę książkę, przestałeś narażać się na sabotowanie własnych działań w trakcie komunikowania się z innymi ludźmi.

Jaka presupozycja jest zawarta w tym zdaniu? Mianowicie taka, że wcześniej, nie znając jeszcze zasad skutecznej komunikacji, mimo szczerych intencji i dobrych chęci, często osiągałeś zupełnie przeciwne do zamierzonych rezultaty, z czego świadomie nie zdawałeś sobie sprawy, dopóki nie sięgnąłeś po tę książkę. Mówiąc krótko, wcześniej narażałeś się na sabotowanie własnych działań w trakcie komunikowania się z innymi ludźmi.

Cieszę się, że zacząłeś doceniać wartość rozwijania umiejętności w komunikowaniu się z innymi ludźmi.

Presupozycja zawarta w tym zdaniu wskazuje na to, że przedtem nie doceniałeś wartości rozwijania tych umiejętności i to jest informacja, która przenika do Twojego umysłu na nieświadomym poziomie.

Bardzo dobrze, że wciąż doceniasz zalety rozwijania umiejętności w skutecznym komunikowaniu się z innymi, o czym świadczy zakup książki na temat języka perswazji.

W momencie, w którym świadomie zgodzisz się z treścią tego zdania, to aby miało ono sens, musisz na poziomie nieświadomym zaakceptować fakt, że wcześniej już doceniałeś zalety rozwijania tych umiejętności, niezależnie od tego, czy tak rzeczywiście było, czy też nie.

Mam nadzieję, że dotychczasowe wyjaśnienia uświadomiły Ci sposób, w jaki ta grupa presupozycji oddziałuje na umysł człowieka. Na wszelki wypadek zademonstruję jednak jeszcze kilka przykładów z różnych kontekstów, w których je wykorzystam:

„Gratuluje, że zaczął Pan bardziej dbać o przyszłość swojej rodziny.

Kupując samochód z poduszką powietrzną, *przestanie* Pan narażać codziennie swoje życie.

Czy *wciąż/nadal/jeszcze* lekceważy Pan bezpieczną przyszłość swoich dzieci, rezygnując z możliwości wykupienia polisy posagowej?

Chciałbym, abyś *przestała* tak bardzo pragnąć zakupu następnej książki na temat języka perswazji.”

W jaki sposób najłatwiej jest utworzyć zdanie, precyzyjnie wykorzystujące takie presupozycje? Najpierw zdecyduj, co chcesz osiągnąć za pomocą tego zdania.

Przykład:

Na użytek tego ćwiczenia wyobraź sobie, że sprzedajesz nowe mieszkania dla dewelopera i pokazujesz klientowi niewykończone mieszkanie w stanie surowym, większe od tego, o jakie początkowo pytał. Klient patrzy na betonową zakurzoną podłogę, ceglane nieotynkowane ściany, ziejące otwory zamiast drzwi oraz sterzące końcówki rur i wystające ze ścian kable. Nie wygląda na zachwyconego, zwłaszcza gdy patrząc na to wszystko myśli o cenie.

Cel główny: Chcesz, aby Twój klient zapragnął kupić to mieszkanie.

Mógłbyś zrobić to, co czyni większość sprzedawców, czyli w milczeniu prowadzić klienta po tej budowie i zostawić procesy zachodzące w jego głowie bez kontroli. Wiemy jednak, że znacznie lepiej jest nimi pokie-

rować. Wiemy też, że kupując mieszkania ludzie najczęściej określają je na swój użytek mianem „domu”, emocjonalnie, a nie racjonalnie. Ustalasz cele pośrednie:

Cel pośredni: Tworzysz w jego głowie obraz, który wywoła odpowiednie odczucia. Jakie obrazy byłyby najlepsze? Umeblowanego „domu”, jego wymarzonego domu.

Zrób mały eksperyment i wyobraź sobie wnętrze mieszkania w stanie surowym. Następnie wyobraź sobie tę samą przestrzeń urządzoną i umeblowaną według swojego gustu, wstaw tam swoje ulubione lub wymarzone meble i sprzęty. Wyobraź sobie reakcje ludzi, na których Ci zależy. A teraz sprawdź, jak zmieniły się Twoje uczucia w stosunku do tego mieszkania.

Gdybyś sprzedawał takie mieszkanie, to czy wolałbyś, aby Twój klient zamiast uczuć, które towarzyszyły oglądaniu stanu surowego, miał te drugie, przeżywane podczas urządzania? Ale przecież oglądanie odbywało się „w głowie” i urządzenie też tylko „w głowie”. To nie ma znaczenia, ponieważ kupowanie odbywa się też „w głowie”, jednak uczucia są zawsze prawdziwe.

Czy wystarczyłoby powiedzieć do klienta: „Proszę teraz wyobrazić sobie tę przestrzeń urządzoną i umeblowaną według Pańskiego gustu, wstawić tam swoje ulubione lub wymarzone meble i sprzęty, wyobrazić sobie reakcje ludzi, na których reakcjach Panu zależy”. W zasadzie tak, gdyby wykonał polecenie. Jednak najprawdopodobniej nie zrobiłby tego, zaczynając podejrzewać, że coś kombinujesz. Należy użyć pewnego lingwistycznego

podstępu i zastosować presupozycję, aby uśpić świadomą i krytyczną część jego umysłu.

„Który z pokoiów przeznaczyłby Pan na sypialnię?”

„Czy położyłby Pan na podłodze glazurę czy raczej drewno?”

„Jaki kolor desek wyglądałby tu najlepiej?”

„Czy kanapę lepiej by było postawić tutaj czy raczej tam?”

Celem tych wszystkich pytań NIE jest ustalenie z nim szczegółów, tylko sprowokowanie jego umysłu do tworzenia obrazów i wypełnienia surowej przestrzeni meblami, zagospodarowanie jej. Niech zacznie przekształcać metry kwadratowe budowy na „dom”.

„Mieszkając w takim DOMU zaczyna Pan oddychać pełną piersią i czuć się jak człowiek” — presupozycja, że bez tego mieszkania dusi się i odczuwa dyskomfort.

„Taka przestrzeń pozwala przestać wchodzić sobie wzajemnie na głowę” — presupozycja, że przebywając tam, gdzie mieszka lub w mniejszym lokalu męczy się w ścisku.

Nie mówisz mu wprost, że jeśli nie kupi tego większego lokalu, to będzie się dusił w ścisku i tłoku nie czując się jak „człowiek”. Zamiast tego jego podświadomość mu to powie i będzie miał poczucie, że sam do tego doszedł.

Taka presupozycja, sama w sobie, nie sprawi jeszcze, że klient pogna z wypiekami na twarzy do swojego banku starać się o kredyt, ale z tego miejsca jest już znacznie bliżej do ewentualnego podpisania umowy niż poprzednio.

Ćwiczenie 16.

Sterowanie odczuciami drugiej osoby

Ustal sobie kontekst, który Cię najbardziej interesuje, i wyobraź sobie siebie na miejscu osoby, którą chcesz do czegoś namówić.

Zdecyduj, jaki stan emocjonalny ułatwi jej przekonanie się.

Pomyśl, jakie wyobrażenia i fantazje wywołają ten stan.

Ułóż trzy zdania z presupozycjami opartymi na pozornym, ograniczonym wyborze oraz na słowach „za-
cząć”, „przestać”, „nadal”, które skierują jej myśli na ten tor.

Quiz

Podczas spotkania rodzinnego chcesz zasugerować rodzinie, że nielubiany przez Ciebie kuzyn jest pijakiem, więc mówisz do niego:

- „Czy nadal się tak koszmarnie upijasz?”
- „Podobno przestałeś upijać się przy każdej okazji?”
- „Przestań udawać, że problemy alkoholizmu Ciebie nie dotyczą.”

Każde z powyższych pytań jest mało eleganckie, ale załatwiłoby sprawę. Możesz kontynuować naukę sztuki perswazji i przejść do następnej grupy presupozycji.

„Kolejna grupa struktur lingwistycznych, wykorzystujących presupozycje, opiera się na wykorzystywaniu następujących słów i wyrażeń: „**W CZASIE**”, „**PODCZAS GDY**”, „**PRZED**”, „**ZANIM**”, „**W TRAKCIE**”, „**PO**”, „**KIEDY**”. Zanim jednak w pełni wyjaśnię Ci, w jaki sposób te wzorce językowe mogą zostać użyte do wywierania wpływu, chciałbym, abyś samodzielnie przeanalizował kilka przykładów znajdujących się poniżej i odkrył, jakie presupozycje są w nich ukryte.

- Co będziemy jedli podczas dzisiejszej kolacji?
- Czy chciałabyś ubrać coś cieplejszego, zanim pójdziemy na spacer?
- Podczas kolacji opowiem wam o moim pomysśle.

I jak Ci poszło? Zaraz się przekonamy. Zanim jednak, tym razem już wspólnie, odkryjemy ukryte przed świadomym umysłem w części z tych zdań treści, chciałbym, abyś w pełni uświadomił sobie to, jak obszerną wiedzę na temat metod perswazji już posiadasz i jeszcze zdobędziesz, niezależnie od rezultatów samodzielnej pracy, którą wykonałeś przed chwilą. Dobrze?

A więc zaczynamy:

Co będziemy jedli podczas dzisiejszej kolacji?

Jeżeli na świadomym poziomie osoba, której zadano to pytanie, zacznie zastanawiać się, jakiej udzielić

odpowiedzi, to będzie to miało sens tylko wtedy, kiedy na nieświadomym poziomie umysłu zaakceptuje ona fakt, że dzisiaj uda się na kolację oraz że tę kolację będzie jadła z pytającym lub pytającą. A taka była ukryta intencja zadania tego pytania.

Czy chciałabyś ubrać coś cieplejszego, zanim pójdziemy na spacer?

W tym przypadku mechanizm oddziaływania na umysł jest analogiczny. Jeżeli kobieta, której zadano to pytanie, zacznie zastanawiać się, co ciepłego mogłaby na siebie założyć, będzie to oznaczało, że nieświadomie zaakceptowała fakt, że pójdzie na spacer, niezależnie od tego, czy wcześniej taką ewentualność już rozważała, czy też nie. Presupozycją w tym zdaniu jest więc to, że pójdzie wspólnie na spacer z osobą, która zadała to pytanie.

Kiedy już wyniesiesz śmieci z kuchni, to włącz telewizor.

Wykorzystanie tego rodzaju zdania w stosunku do dziecka, które bardzo niechętnie reaguje na polecenie wyrzucenia śmieci, może być bardzo skutecznym rozwiązaniem. Jeżeli na poziomie świadomym zaakceptuje to zadanie odpowiadając: „Dobrze mamó/tato.”, będzie to oznaczało, że zaakceptowało również czynność, którą ma wykonać najpierw, czyli wyrzucenie śmieci. Presupozycją w tym zdaniu jest więc to, że wyrzuci te śmieci.

Pozostałe zdania wykorzystują ten sam mechanizm, dlatego jestem w pełni przekonany, że samodzielnie odkryjesz, jakie presupozycje są w nich zawarte.”

Sztuka perswazji... Andrzej Batko

Zanim zaczniesz bawić się kolejnymi ćwiczeniami, pomyśl o konkretnej osobie oraz o tym, jakie myśli będziesz „zasiewać” w jej umyśle podczas robienia tych ćwiczeń.

Ten rodzaj presupozycji bardzo przydaje się do „oswajania” kogoś z myślą o tym, że coś nastąpi, pomagając w ten sposób neutralizować ewentualny „opór”.

Ćwiczenie 17.

Zasiewanie własnych myśli w cudzych głowach

Podążając podobnym torem myślenia jak w poprzednim ćwiczeniu:

- Ustal, jakie myśli chcesz zasiać w umyśle tej osoby.
- Znajdź coś, o czym wiesz na pewno, że ta osoba planuje robić.
- Połącz w presupozycję za pomocą właściwych słów.

Przykład:

Chcesz subtelnie zasugerować osobie, która Cię interesuje, wspólne wypicie kawy i wiesz, że pasjonuje się, na przykład, aerodynamiką samochodów dostawczych i uwielbia o tym mówić.

„Czy możesz pokazać mi, które samochody dostawcze mają dobrą aerodynamikę, na przykład gdy będziemy wracali z kawiarni?”

Stwórz pięć takich zdań z różnych dziedzin życia, dla różnych osób:

1.
2.
3.
4.
5.

Quiz

Właśnie zakończyłeś prezentację handlową i chcesz zasugerować klientowi, że czas przejść do przejrzenia umowy, więc mówisz:

- a) „Może napijemy się kawy podczas przeglądania umowy?”
- b) „Przejrzymy umowę podczas picia kawy?”

Które pytanie gwarantuje co najwyżej, że klient zacznie myśleć o picciu kawy?

Jeżeli uważasz, że a), to masz rację. Jeżeli wybrałeś b), to idź na kawę, a po powrocie przeczytaj te pytania ponownie i daj inną odpowiedź.

Czy zauważyłeś, jak zmienił się krój czcionki, którą czytasz?

Wcale się nie zmienił, ale jeśli nawet przez krótką chwilę przyglądałeś się krojowi czcionki, zastanawiając się, **jak się zmienił**, to znaczy, że Twoja podświadomość „kupiła” presupozycję, przyjmując za fakt, że krój czcionki uległ modyfikacji.

Presupozycje oparte na słowach związanych ze świadomością są potężnie działającym narzędziem perswazyjnym. Poniżej znajdziesz skrótowy opis tego mechanizmu, który jest zamieszczony w *Sztuce perswazji*.

„Następną grupę stanowią presupozycje oparte na świadomości czegoś. W tym przypadku słowa i wyrażenia takie jak: „**WIEDZIEĆ**”, „**ZDAWAĆ SOBIE SPRAWĘ**”, „**UŚWIADAMIAC SOBIE**”, „**ZAUWAŻAĆ**” są użyte do tego, aby wykreować założenie, że treść pozostałej części zdania jest prawdziwa, np.

Nie wiem, czy uświadamiasz sobie fakt, iż to, czego właśnie się uczysz, zmieni twoje życie.

Jeżeli czytając to zdanie powiedziałaś sobie w myślach: «Tak, to prawda, uświadamiam sobie ten fakt», to jest to sygnał, że Twój umysł na nieświadomym poziomie zaakceptował stwierdzenie, że to czego się właśnie się uczysz, zmieni Twoje życie. W tym przypadku to właśnie ono jest presupozycją.

Czy już wiesz, o której godzinie spotkamy się dzisiaj na kolacji?

Jeżeli zapytana osoba odpowie: «Tak, wiem», bądź «Jeszcze nie wiem, ale właśnie się zastanawiam i za chwilę Ci odpowiem», to aby taka odpowiedź miała sens,

musiała ona nieświadomie zaakceptować fakt, że dzisiaj w ogóle spotka się na kolacji z osobą, która zadała to pytanie. W tym przypadku presupozycją jest więc to, że spotka się na kolacji z zadającym lub zadającą pytanie.

Czy zdajesz sobie sprawę, że na to zagadnienie można spojrzeć inaczej?

Osoba odpowiadająca na tak sformułowane pytanie twierdząco, na nieświadomym poziomie umysłu zaakceptowała presupozycję, że na dane zagadnienie można spojrzeć inaczej.

Jak można się łatwo zorientować, wyrażenia: «zdać sobie sprawę», «uświadamiać sobie», «zauważać» i «wiedzieć», stanowią pewną ramę, która powoduje, że świadomy umysł jest zajęty bądź poszukiwaniem uzasadnienia dla wykreowanego przy użyciu tej ramy stwierdzenia, bądź też poszukiwaniem odpowiedzi na wykreowane w ten sposób pytanie, a to oznacza, że w większości przypadków sugestia, będąca presupozycją, świadomie nie zostaje zauważona.”

Konstruowanie skutecznie działających presupozycji, opartych na tych słowach, podlega podobnym zasadom jak w przypadku pozostałych presupozycji. Najpierw ustalasz cel, rezultat, który chcesz uzyskać.

Przykład:

Pokazujesz klientowi mieszkanie, dokładnie tak jak w poprzednim przykładzie „deweloperskim”.

Rezultat: Chcesz, aby klient przyjął za fakt, że mieszkanie daje poczucie swobody (im mniej mierzalny rezultat, tym lepiej — „poczucie swobody” jest bardzo

subiektywne, więc można na nie łatwo wpływać), podniesie jego prestiż.

Presupozycje:

„Czy **zauważył** Pan, jak swobodnie można się poruszać w tym mieszkaniu/jak swobodnie można kształtować tę przestrzeń?” — Fakt: Może się czuć swobodnie, może swobodnie kształtować przestrzeń. Pytanie: Czy to zauważył?

„Czy **zdaje Pan sobie sprawę**, jak bardzo mieszkanie w takim miejscu/w takim budynku podniesie Pana prestiż?” — Fakt: Wzrośnie jego prestiż. Pytanie: Czy zdaje sobie z tego sprawę?

Przykład:

Rozmawiasz z mężem na temat wyboru garnituru dla niego i chcesz, aby wybrał kolor, który Ty uważasz za właściwy. Chcesz zrobić to subtelnie, tak aby „sam wybrał” to, co Ty mu podsuwasz.

Rezultat: Chcesz, aby mąż zaczął uważać, że lepiej wygląda właśnie w tym garniturze.

Presupozycje:

„Czy **zauważyłeś** jak dobrze Ci w tym kolorze?” — Fakt: Jest mu dobrze w tym kolorze. Pytanie: Czy to zauważył?

„**Pewnie nie zdajesz sobie sprawy**, jak pociągająco wyglądasz w tym garniturze?” — Fakt: Wygląda pociągająco. Pytanie: Czy zdaje sobie z tego sprawę?

„Gdybyś wiedział, jak solidnie wyglądasz w tym fasonie?” — Fakt: Wygląda solidnie. Pytanie: Czy wie o tym?

Najpierw ustalasz, co chcesz, aby podświadomość przyjęła za fakt, a potem konstruujesz swoją presupozycję.

Ćwiczenie 18.

Wytwarzanie kompetencji nieświadomej

Stwórz po trzy przykłady zdań z takimi presupozycjami dla trzech różnych rodzajów sytuacji: w pracy, w domu i w życiu towarzyskim, razem dziewięć.

Takie ćwiczenia mogą się wydawać monotonne, ale to tylko wrażenie. Pamiętaj: praktyka czyni mistrza. To jest dokładnie tak jak z nauką języka obcego — nie wystarczy rozumieć zasadę konstruowania określonego rodzaju zdania lub używania określonego czasu. To, co daje swobodę posługiwania się językiem to przeniesienie umiejętności na poziom „nieświadomej kompetencji”.

Nieświadoma kompetencja — najwyższy poziom kompetencji, czyli podobnie jak w przypadku nauki jazdy samochodem, przechodzisz przez kolejne poziomy:

Niekompetencja nieświadoma: Nie wiesz, że nie umiesz płynnie ruszać samochodem.

Niekompetencja świadoma: Odkrywasz, że gdy próbujesz ruszyć z miejsca, to samochód szarpie i gaśnie. Już wiesz, że nie umiesz tego zrobić.

Kompetencja świadoma: Skupiasz się na płynnym zwalnianiu pedału sprzęgła i jednoczesnym płynnym wciskaniu pedału gazu, samochód zaczyna płynnie ruszać, ale cały czas musisz skupiać się na tym, co robisz, angażować swój świadomy umysł.

Kompetencja nieświadoma: Myślisz o tym, co masz do zrobienia w pracy, Twój świadomy umysł jest zaprzątnięty sprawami innymi niż naciskanie pedałów, podczas gdy Twoje nogi same to robią i płynnie ruszasz. Umysł świadomy jest zajęty tym, dokąd jedziesz.

Ćwiczenia oparte na powtórzeniach zadania doskonale przyspieszają osiągnięcie poziomu nieświadomej kompetencji.

Zabierz się teraz za zwiększanie swojej nieświadomej kompetencji i stwórz dziewięć zdań z użyciem presupozycji opartych na słowach: „wiedzieć”, „zauważyć”, „zdać sobie sprawę”, „uświadomić sobie”:

1.
 2.
 3.
 4.
 5.
 6.
 7.
 8.
 9.
-

Ciekaw jestem, czy zauważyłeś już, że różne rodzaje presupozycji mają skłonność do grupowania się w jednym zdaniu? Zapewne jeszcze nie zdajesz sobie sprawy, że wzmacnia to ich siłę działania i zwiększa skuteczność oddziaływania na podświadomość. Gdy jednak zaczniesz sobie w pełni uświadamiać, jak bardzo takie „spiętrzone” w jednym zdaniu presupozycje redukują zdolność świadomego umysłu do wykrycia manipulacji i w rezultacie oparcia się jej, to z jeszcze większą ciekawością przejdziesz do kolejnej części ćwiczeń.

Domyślam się, że czytając powyższe trzy zdania rozpoznałeś użyte przeze mnie techniki, a to oznacza, że już zaczynasz przechodzić na poziom nieświadomej kompetencji. Przynajmniej jeśli chodzi o rozpoznawanie presupozycji.

Quiz

Które z poniższych zdań zawiera presupozycję?

- a) Zobacz, jaki mam piękny kapelusz!
- b) Czy mój kapelusz nie jest piękny?
- c) Czy zaczynasz już zauważać, jaki mam piękny kapelusz?

Pewnie zaczynasz się domyślać, że poprawną odpowiedź znajdziesz w mojej następnej książce!

Sztuka maskowania podstępu, czyli jak przeciążyć i wyłączyć cenzurę świadomego umysłu

Zanim przystąpisz do tworzenia zdań zawierających kilka presupozycji, przypomnę w paru zdaniach, jak to działa.

„Używając presupozycji pojedynczo narażasz się na to, że umysł rozmówcy na poziomie świadomym rozszyfruje zawartą w Twojej wypowiedzi presupozycję, a następnie się jej oprze, np.:

A: „Co będziemy jedli podczas dzisiejszej kolacji?”

B: „Ale ja nie idę dzisiaj z Tobą na żadną kolację.”

A: „Kupisz mi futro z norek czy raczej płaszcz z lisa, kochanie?”

B: „Możesz liczyć najwyżej na elegancki wełniany płaszcz, skarbie.”

A: „Czy płaci Pan za ten towar gotówką, czy też kartą?”

B: „Ale ja przecież jeszcze nie zdecydowałem, czy w ogóle go kupię.”

Takie scenariusze są możliwe, jeżeli wykorzystujesz strukturę lingwistyczną zawierającą jedną lub nawet dwie presupozycje. Kiedy jednak w zdaniu spiętrzysz trzy presupozycje lub więcej, aby coś zasugerować, to świadomy umysł nie będzie w stanie tego «rozpakać», ale nieświadomy umysł oczywiście tak, jednocześnie akceptując ukrytą treść. Dlatego teraz chciałbym

Cię zapoznać z ostatnią umiejętnością, którą musisz opanować, aby naprawdę skutecznie posługiwać się wszystkimi wzorcami językowymi, wykorzystującymi ukryte założenia. Tą umiejętnością jest spiętrzanie presupozycji.”

Sztuka perswazji... Andrzej Batko

Zanim zaczniemy spiętrzać presupozycje, warto przypomnieć sobie jeszcze dwa rodzaje presupozycji wspomagających, czyli liczby porządkowe oraz stopniowanie.

Słowa „pierwszy”, „kolejny”, „ostatni” sugerują, że po „pierwszym” musi nastąpić kolejny, przed „kolejnym” musiał być „poprzedni”, a po „ostatnim” nie będzie już „kolejnego”.

„To jest mój pierwszy mąż” — kryje się w tym presupozycja, że po nim był, jest lub będzie kolejny mąż.

„Gratuluje pierwszego zakupu w naszym sklepie!” — presupozycja, że jeszcze co najmniej raz klient wróci do tego sklepu, aby coś kupić.

Drugi rodzaj presupozycji wspomagających opiera się więc na strukturach, które powstają dzięki wykorzystaniu przymiotników i przysłówków, takich jak: „Jak”, „Jak bardzo”, „W pełni”, „W jakim stopniu?”.

„Jak bardzo podoba Ci się ten podręcznik?”

„Czy w pełni zdajesz sobie sprawę z korzyści?”

„W jakim stopniu jesteś tym zainteresowany?”

Pytania sformułowane w ten sposób mają jeszcze jedną zaletę, pozwalają uniknąć zadania pytania zamkniętego, które stwarza możliwość uzyskania niepożądanego odpowiedzi w rodzaju:

„Czy podoba Ci się ten podręcznik?” — kieruje umysł w stronę wyboru jednej z dwóch opcji „tak” lub „nie”.

„Jak bardzo podoba Ci się ten podręcznik?” — steruje umysł w stronę dokonania ograniczonego wyboru w skali od „podoba mi się” do „bardzo mi się podoba”.

Podobnie będzie z pytaniem:

„Czy jesteś tym zainteresowany?”

które zawęży wybór do „tak” lub „nie”, podczas gdy

„W jakim stopniu jesteś tym zainteresowany?”

nie tylko zawęży zakres możliwych odpowiedzi do „tak” w różnych stopniach natężenia, lecz również redukuje możliwości otrzymania „nie” w odpowiedzi. Bardzo praktyczne. Jak bardzo Ci się podoba taka możliwość eliminowania „nie” z odpowiedzi na Twoje sugestie? Bardzo czy „bardzo bardzo”?!

„Przyjmijmy, że chcesz zasugerować osobie, z którą rozmawiasz, że Cię lubi. Treść sugestii brzmi więc następująco: «**Lubisz mnie?**». Konstruuąc pytanie: «**Jak bardzo mnie lubisz?**», wykorzystujesz jedną presupozycję, ale w tej chwili już wiesz, że niekoniecznie musi to podziałać. Szansa na satysfakcjonujące Cię odpowiedzi rosną, kiedy rozbudujesz to pytanie do takiej postaci: «**Czy sobie uświadamiasz, jak bardzo mnie**

lubisz?», jednak ryzyko rozpakowania tego zdania przez świadomy umysł, choć mniejsze, nadal istnieje. Kiedy jednak sformułujesz swoje pytanie następująco: **«Czy już w pełni sobie uświadamiasz, jak bardzo mnie lubisz?»** to szansa na to, że ukryta w tym zdaniu treść wypłynie na poziom świadomy, jest naprawdę znikoma.”

Sztuka perswazji... Andrzej Batko

Skuteczne spiętrzenie presupozycji wymaga precyzyjnego zaplanowania, ale schemat jest dość prosty. Zaczynasz od końca, czyli od sugestii, którą chcesz „zasiać” w podświadomości odbiorcy (Zamiast pytania: „Czy mnie lubisz?”, które najczęściej zadawane jest w celu ustalenia faktu. Aby przygotować odpowiedni grunt pod jakąś prośbę, zadajemy pytanie z ukrytymi presupozycjami, które „implantuje” sugestię „Lubisz mnie” w podświadomości).

4. „Lubisz mnie” — sugestia.
3. „Jak bardzo” — trzeci poziom presupozycji.
2. „Zdajesz sobie sprawę” — drugi poziom presupozycji.
1. „W pełni” — pierwszy poziom presupozycji.

„Czy w pełni zdajesz sobie sprawę, jak bardzo mnie lubisz?”

Zdania z użyciem presupozycji niekoniecznie muszą być pytaniami, mogą mieć postać stwierdzenia.

„Gdy w pełni zdasz sobie sprawę, jak bardzo mnie lubisz, to...”

Można też użyć formy „ukrytego pytania”, czyli zdania, które „udaje”, że jest stwierdzeniem, w rzeczywistości będąc pytaniem.

„Ciekaw jestem (stwierdzenie na temat mojego zainteresowania), czy w pełni zdajesz sobie sprawę, jak bardzo mnie lubisz? (pytanie)”

Ćwiczenie 19.

Konstruowanie piętrowych presupozycji

Napisz trzy krótkie teksty, z których każdy będzie za pomocą spiętrzonej presupozycji „instalował” w podświadomości drugiej osoby z góry założoną sugestię. Możesz zacząć od trzech poziomów presupozycji i dojść do pięciu lub więcej, tak długo jak będzie to brzmiało naturalnie dla świadomego umysłu. Trzymaj się podanego wcześniej schematu, zaczynając od sugestii, która powinna mieć formę stwierdzenia, i pracuj od końca, dodając kolejne „piętra” presupozycji.

4. Sugestia:

3.

2.

1.

„.....”

4. Sugestia:

3.

2.

1.

„.....”

4. Sugestia:

3.

2.

1.

„.....”

Integracja umiejętności

Napisz krótki tekst, który może być listem, dłuższym ogłoszeniem lub prezentacją słowną, wykorzystując poznane dotychczas techniki. Możesz napisać list miły; techniki perswazji fantastycznie wzbogacają taką korespondencję i konwersację!

Przykład:

„Wiem, że w tej chwili czytasz ten list i patrząc na litery, z których składają się poszczególne wyrazy, możesz zacząć sobie uświadamiać, jak bardzo intryguje Cię, o czym przeczytasz dalej. Dalsze czytanie tego listu sprawi, że zaczniesz się zastanawiać, naprawdę zastanawiać nad tym, jak bardzo ciekawi Cię autor tych słów, spróbuj jednak nie wyobrazać sobie, jak brzmi jego głos, jeszcze nie teraz. A to, że jednak nie udało Ci się powstrzymać od tych wyobrażeń, oznacza ważną rzecz. Zanim jednak zaczniesz sobie uświadamiać, jak bardzo w głębi ducha tęsknisz za nowym i fascynującym

spotkaniem, ciekaw jestem, czy już zauważyłaś, jak dobrze nam się rozmawia za pośrednictwem tego pierwszego listu...”

Jeśli wolisz, możesz napisać zamiast tego ogłoszenie o sprzedaży chińskiego kota lub list motywacyjny do firmy. Pamiętaj przez cały czas o rezultatach, jakie chcesz uzyskać!

Jak bezkarnie powiedzieć dowolną rzecz prawie każdemu?

Użyj cytatu i możesz powiedzieć wszystko, na co masz ochotę!

Gdybym chciał tutaj zareklamować Ci moją następną książkę na temat oddziaływania na podświadomość, to mógłbym zacytować zdanie jednego z moich mentorów. Najpierw wyobraź sobie sytuację, w której zostało ono powiedziane, ponieważ to jest ważne. Siedzieliśmy na lotnisku, czekając na samolot, którym mieliśmy dojechać do miasta, gdzie za cztery godziny zaczynało się szkolenie dla firmy, które mieliśmy razem prowadzić. Po raz pierwszy miałem wystąpić na jednej „scenie” z tym znanym i poważanym w środowisku człowiekiem i byłem podekscytowany jak nastolatek przed pierwszą randką. Nie mogłem się doczekać, kiedy się zacznie.

Nadeszła nasza kolej do odprawy, gdy nagle gość, który nas miał odprawić, oświadczył, że zabrakło miejsc i ulokują nas w następnym samolocie, który odlatuje za pięć godzin! Wyobraź sobie moje zaskoczenie i ogarniającą mnie falę bezsilnej złości i frustracji. Tak długo oczekiwane zdarzenie zaczynało odpływać w siną dal. Mój mentor spojrział na mnie i puściwszy do mnie „oko” zaczął rozmawiać z tym człowiekiem. Nie wiem, czy wypowiedział więcej niż 4 – 5 zdań, trwało to mniej niż dwie minuty. Nagle... jak za dotknięciem czarodziejskiej różdżki znalazły się dla nas miejsca i jak by tego było mało, stała się rzecz niesłychana. Dostaliśmy bezpłatny „upgrade” do klasy biznesowej! Gdy już siedzieliśmy w samolocie, zapytałem go, jak on to zrobił. Spojrział na mnie i powiedział: „Będziesz zdumiony, jakie to jest łatwe, gdy wiesz co robić. Będziesz umiał to, i znacznie więcej, gdy poznasz strategię i taktyki perswazji”.

Ponieważ jednak nie zamierzam tutaj reklamować Ci mojej następnej książki, nie powiem, że: „Będziesz zdumiony, jakie to łatwe, gdy wiesz co robić. Będziesz umiał to, i znacznie więcej, natychmiast gdy skończysz czytać moją następną książkę na temat strategii i taktyk perswazji”. Raczej bym powtórzył to, co mi powiedział, gdy wysiadaliśmy z samolotu: „Spróbuj nie wyobrażać sobie, jak łatwo i do czego nakłoniś tę osobę, o której teraz właśnie myślisz”.

Ale i tego nie powiem, bo już to zrobiłem, i to dwa razy, ukrywając to wewnątrz historyjki i wkładając w usta mojemu mentorowi.

„...cytat jest to taka struktura lingwistyczna, która pozwala swobodnie zakomunikować określoną treść drugiej osobie, jednocześnie tworząc skojarzenie w umyśle rozmówcy pomiędzy tą treścią a inną osobą lub kontekstem...

...Cytat jest kolejnym rodzajem ramy, która zostaje wykorzystana w celu ukrycia właściwej treści przekazu przed świadomym umysłem rozmówcy. Dzięki temu możesz powiedzieć dosłownie wszystko, umieszczając to w kontekście, w którym nie zostało to powiedziane bezpośrednio przez Ciebie.”

Sztuka perswazji... Andrzej Batko

Cytować możesz każdego, nawet siebie samego. Często gdy jestem na siłowni i nie mogę się zabrać za ćwiczenia, mówię sobie:

„Do roboty leniu! Bierz się za ćwiczenia, w końcu zapłaciłeś własne pieniądze za możliwość robienia tych ćwiczeń!”

Jak konstruuje się cytat? Podobnie jak presupozycję, tyle że łatwiej. Zaczynij od ustalenia celu i wymyśl, jakie polecenie najlepiej pomoże osiągnąć ten cel. Ułóż krótką historyjkę, która będzie „opakowaniem” dla tego polecenia. Nie jest ważne, czy będzie ona długa czy krótka, ważne, aby angażowała i wciągała świadomy umysł w fabułę. Trochę szczegółów pomaga zaangażować świadomy umysł, który zajmując się podążaniem za fabułą, przestaje cenzurować polecenia. Stosując cytaty, wykorzystujesz różnicę w sposobach działania części świadomej

i nieświadomej ludzkiego umysłu, prawie tak jak w hipnozie. Świadomy umysł „interesuje się” fabułą, szczegółami, chronologią opowiadanej historii, podczas gdy nieświadomy wychwytuje symbole, sugestie i reaguje na proste polecenia.

Ćwiczenie 20.

Tworzenie historyjek, które działają na oba umysły

Skonstruuj krótką historyjkę, wewnątrz której będzie ukryty cytat, zawierający polecenie.

Przykład:

Ustal cel: Chcesz, żeby odbiorca zaczął myśleć o wakacjach w egzotycznym kraju.

Polecenie: (Użyj trybu rozkazującego) „Wyobraź sobie plażę, upał, błękitne morze i zimny drink w swojej dłoni”.

Historyjka: „Oglądałem program w telewizji na temat hoteli, jeden z tych, do których zapraszają znanych ludzi na rozmowy o ich życiu prywatnym. W tym programie jeden z gości opowiadał o plażach, szczególnie zachwycając się jednym ze swoich wyjazdów”.

Cytat: „Oglądałem program w telewizji, jeden z tych, do których zapraszają znanych ludzi na rozmowy o ich życiu prywatnym. W tym programie jeden z gości, opowiadając o jednym ze swoich wyjazdów, powiedział prowadzącemu: «Wyobraź sobie plażę, upał, błękitne morze i zimny drink w swojej dłoni»”.

Napisz według powyższego schematu krótkie historyjki, zawierające polecenie, ukryte w cytacie.

Ustal cel:
Polecenie:
Historyjka:
Cytat:

Ustal cel:
Polecenie:
Historyjka:
Cytat:

Ustal cel:
Polecenie:
Historyjka:
Cytat:

Wcześniej pisałem o psychologicznych barierach, które początkowo mogą utrudniać stosowanie tych technik. W trakcie robienia ćwiczeń mogła najść Cię obawa, że sposób, w jaki mówisz, może wzbudzić podejrzenia odbiorcy. I czasem tak mogłoby się stać, gdybyś nie umiał stosować cytatów. Osoba, którą cytujesz, może mówić i formułować swoje myśli w dowolny sposób. Może na przykład stosować techniki języka perswazji, używając „dziwnie” złożonych zdań.

„Byłem niedawno na szkoleniu z psychologii biznesu i prowadzący powiedział jednemu z uczestników: «Zanim zaczniesz sobie wyobrażać, jak stosujesz technikę

cytatu na kimś bliskim, wyobraź sobie siebie, jak dziś wieczorem siedzisz przed komputerem i z narastającą fascynacją czytasz teksty na stronie *www.andrzejbatko.pl*, marząc o udziale w jednym z jego warsztatów!». Po chwili prowadzący szkolenie wyjaśnił, że posłużył się cytatem i dodał: «Spróbuj nie myśleć o tej stronie i nie spiesz się, żeby tam wejść. Nie myśl o komputerze!». Te szkolenia czasem przybierają dziwny charakter”.

Warto wybrać sobie temat historyjki, czyli kontekst, w którym umieszczasz cytat, w taki sposób, aby dawał Ci najwięcej swobody. Oto kilka „dyżurnych” kontekstów:

Szkolenie, warsztat, seminarium. Skoro można trafić w firmie na szkolenia z takich tematów jak fengshui lub chodzenie po rozżarzonych węglach, to znaczy, że cokolwiek wymyślisz, będzie brzmiało prawdopodobnie.

„Byłem niedawno na interesującym szkoleniu i gość, który je prowadził, powiedział...”

Program w telewizji. Szczególnie w talk show poruszane są często niezwykle tematy, możesz więc cytować bohaterów reality show lub programu naukowego.

„Oglądałem niedawno program w telewizji, w którym jeden z uczestników powiedział...”

Podśluchana rozmowa.

„Siedziałem wczoraj w kawiarni, obok rozmawiała para i on jej powiedział...”

Quiz

Wyobraź sobie, że sprzedajesz foteliki samochodowe dla dzieci i widzisz, że klientka się waha, czy kupić dla dziecka taki fotelik. Postanawiasz użyć cytatu, aby ją przybliżyć do decyzji o zakupie, więc mówisz jej:

- a) „Pisali w gazecie, że tylko matki bez wyobraźni wożą małe dzieci bez fotelików.”
- b) „Adam Mickiewicz napisał «Litwo, ojczyzna moja...»”
- c) „Kiedyś też się wahałem i znajomy powiedział mi: «Tylko wyobraź sobie, że Twoje dziecko przy zderzeniu rozbija sobie głowę o oparcie fotela i doznaje wstrząsu mózgu, a Ty do końca życia żałujesz, że naraziłeś je na kalectwo, żeby zaoszczędzić parę złotych!» i jak o tym pomyślałem, to przestałem myśleć jak idiota bez wyobraźni i kupiłem fotelik.”

Wersja c), choć może wydać Ci się brutalna, zadziała najmocniej.

Ćwiczenie 21.

Ukrywanie „konia trojańskiego” w historyjkach

Ułóż zdanie, wykorzystując presupozycje, implikacje lub inne techniki perswazji.

„.....

”

Wymyśl kontekst.

».....
.....
.....
.....»

Opracuj historyjkę i schowaj wewnątrz cytaty, zawierające sugestię lub polecenie.

».....
.....
.....
.....»

