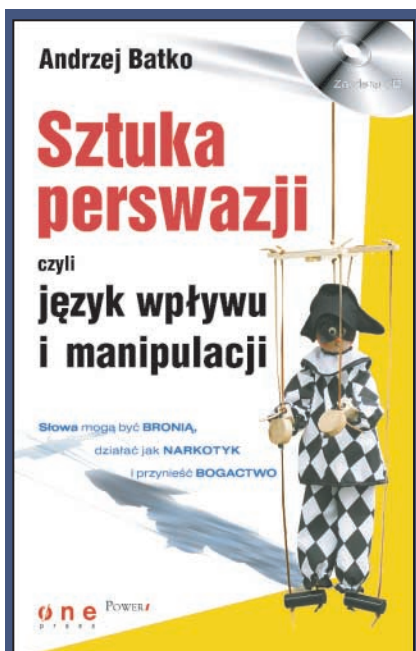


KSIĄŻKI ONEPRESS

[kontakt](#) →



Tytuł: SZTUKA PERSWAZJI, czyli język wpływu i manipulacji

Autor: Andrzej Batko

ISBN: 83-7361-740-X

Liczba stron: 168

„Sztuka perswazji, czyli język wpływu i manipulacji” to unikatowy podręcznik, odslaniający kulisy manipulacji, której jesteśmy poddawani przez polityków, prawników i speców od marketingu. Retoryka to sztuka znana i stosowana od dawna, ale dopiero teraz, w dobie ogromnej konkurencji na rynku, jej atuty są coraz częściej wykorzystywane w roli narzędzia służącego do wpływania na opinie innych. Książka ta opisuje instrumenty wpływu, czyniąc je dostępnymi dla każdego, kto chce je poznać. Dzięki niej każdy będzie w stanie stosować je w codziennym życiu – podczas rozmów o podwyżce, zakupów i spotkań z klientami lub kontrahentami..

Ci, którzy znają sekrety języka podświadomości, są w stanie przekonać innych niemal do wszystkiego, sprzedać każdy towar i skutecznie wynegocjować warunki każdego kontraktu. Powszechne twierdzenie mówiące o tym, że umiejętność skutecznego przekonywania innych jest darem, z którym trzeba się urodzić, jest nieprawdziwe. Skuteczna komunikacja i perswazja jest nauką i sztuką, którą może opanować każdy. Opisane w książce techniki mogą dać Ci ogromną władzę nad umysłami, uczuciami i zachowaniem innych ludzi.

Czytając ją, dowiesz się, jak bardzo istotny jest dobór słów i formułowanie zdań. Przekonasz się, że istnieje drugi nieznany język, którego używa twoja podświadomość oraz ci, którzy do niej przemawiają. Nauczysz się nie tylko skutecznie robić to samo, lecz również zaczniesz zauważać manipulacje innych.

Andrzej Batko – psycholog, doradca i trener NLP – znany jest w wąskich kręgach specjalistów jako ekspert, który uczy najnowszych technik wywierania wpływu na ludzi. Jest współautorem „tajnego” podręcznika dla polityków na temat języka perswazji. Z jego usług korzystają ci, którzy już uświadomili sobie, jak ważna w biznesie jest umiejętność niezauważalnego oddziaływania na myśli, emocje i zachowania innych. Jest jednym z nielicznych psychologów, którzy łączą i wykorzystują najnowsze odkrycia naukowe w psychologii do generowania zysków w biznesie.

Mimo, że sama od lat zajmuję się tą tematyką, za każdym razem, kiedy czytam teksty Andrzeja Batki, oczy mi się otwierają na coś nowego, co pozwala mi się lepiej komunikować. Jestem zafascynowana wszystkim, co wychodzi spod pióra Andrzeja Batki, i ogromnie się cieszę, że ktoś takiego kalibru pisze po polsku i tak mądrze i przystępnie radzi, jak odnieść sukces. Każdy, kto zajmuje się biznesem w Polsce, powinien przeczytać tę książkę.

Wanda Loskot, Saratoga, Floryda

[fragment](#) →

[spis treści](#) →

[kup książkę](#) →

Spis treści

O Autorze.....	5
Wstęp	11
Dlaczego niektórzy handlowcy prawie zawsze zarabiają ogromne pieniądze?.....	15
Czy wiesz, jak często jesteś poddawany hipnozie?	21
Wprowadzenie	29
1. Magia słowa.....	35
2. Jak naprawdę działają słowa?.....	39
3. W jaki sposób łączniki wpływają na doświadczenie?..	63
4. Tajemnicza moc implikacji.....	69
5. Odkryj potęgę presupozycji	87
6. Metafory	111
7. Metaprogramy.....	129
Zakończenie	147

A Tandeta perswazyjna.....	151
B Jak wpływać na ludzi, którzy się opierają, w taki sposób, że nawet tego nie zauważą?.....	159

2

Jak naprawdę
działają słowa?

Teraz zaprezentuję trzy szczególne słowa, których zapewne wielokrotnie używasz każdego dnia. W bardzo szczególny sposób oddziałują one na Twój umysł, kiedy je słyszysz, i równie niesamowicie oddziałują one na umysły Twoich rozmówców, kiedy je wypowiadasz w określony sposób. Zanim je poznasz, chciałbym najpierw zadać Ci jedno proste pytanie. Czy już zauważyłeś u siebie to stopniowo narastające zaciekawienie, co to za słowa? Jednak teraz spróbuj jeszcze przez chwilę powstrzymać to zaciekawienie. Po prostu nie myśl o tym, jakie to mogą być słowa. Nie pozwól na to, aby choćby przez chwilę w Twoim umyśle pojawiło się pytanie: *Jak brzmią te trzy wyrazy?* Wiem, że te polecenia mogą wydawać się trochę dziwne, ale spróbuj jeszcze przez chwilę nie myśleć o tym, co to za słowa i w jaki sposób będziesz mógł je wykorzystać, aby podnieść skuteczność swojej komunikacji z innymi ludźmi.

Pierwszym z tych magicznych wyrazów jest słowo „**Nie**”. Każdy człowiek wypowiada je codziennie dziesiątki razy, ale tylko bardzo nieliczna grupa w pełni sobie

uświadamia, jak wielka moc w nim drzemie. Abyś i Ty mógł ją odkryć, chciałbym Ci zaproponować kolejny niezwykle ciekawy eksperyment. Poniżej znajduje się kilka poleceń. Także tym razem dokładnie je przeczytaj, zamknij oczy, powtórz je sobie powoli po kolei w myślach i obserwuj, w jaki sposób zareaguje na nie Twój umysł.

- Nie myśl o niebieskim.
- Nie myśl o swojej matce.
- Nie myśl o tym, jak brzmi głos Twojego ojca.
- Nie przypominaj sobie pod żadnym pozorem kilku pierwszych taktów piosenki: „Sto lat”.

No cóż, jednak pomyślałeś o tym.

Co stało się w Twoim umyśle pod wpływem tych czterech poleceń? Jeżeli również tym razem wykonałeś je dokładnie, zgodnie z moimi instrukcjami, to w Twoim umyśle pojawiło się coś niebieskiego, obraz matki, usłyszałeś głos ojca i kilka pierwszych taktów piosenki „Sto lat”. Jeżeli tak się nie stało za pierwszym razem, powtórz ćwiczenie. Za drugim razem na pewno się uda. Dlaczego tak się dzieje? Dlaczego nasze umysły w przekorny sposób reagują na tak sformułowane polecenia? 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 jest w tej chwili ta druga część. Nieświadomy umysł to miejsce, gdzie przechowywane są dobrze wyuczone

umiejętności, znajdujące się na poziomie nieświadomej kompetencji. Odpowiedzialny jest on m.in. za szybkie reakcje, czyli sprawia, że np. podczas jazdy samochodem automatycznie naciskasz pedał hamulca, kiedy na skrzyżowaniu zapala się czerwone światło, jak również pedał gazu, kiedy zapala się światło zielone, zmieniasz biegi bez zastanawiania się, jak to zrobić (a czy pamiętasz, jak to było na kursie nauki jazdy? Jak mocno trzeba było skupić uwagę, żeby to zrobić? A teraz ręka i stopy robią to samodzielnie!). Jest on także bezpośrednio odpowiedzialny za to, że potrafisz posługiwać się językiem ojczystym, bez konieczności świadomego zastanawiania się nad tym, co w danym momencie masz powiedzieć, czy użyć rzeczownika, czasownika, a jeżeli oba jednocześnie, to w jakiej kolejności. Każdy człowiek, który kiedykolwiek uczył się obcego języka, wie, jak złożona jest to umiejętność i ile czasu trzeba poświęcić, aby móc swobodnie się nim posługiwać, a mimo to rozmawia w swoim ojczystym języku bez świadomego myślenia o składni i gramatyce.

Za takie funkcjonowanie naszego umysłu odpowiedzialna jest najstarsza pod względem rozwojowym 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 potrafi 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, nie ma większego znaczenia, czy powiesz *Nie myśl o niebieskim*, czy też *Myśl o niebieskim*, ponieważ na poziomie nieświadomym jest to dokładnie to samo polecenie — Twój umysł zareaguje na oba zdania w identyczny sposób, tzn. pojawi się obraz czegoś niebieskiego. Bardzo ciekawe odkrycie, prawda? Jeszcze ciekawsze są jego implikacje, ponieważ dotyczy to nie tylko obrazów i dźwięków, ale także stanów emocjonalnych i doznań cielesnych. Czy kiedykolwiek zdarzyło Ci się, że bliska osoba powiedziała do Ciebie coś takiego:

„Kochanie, tylko się nie denerwuj. Mam ci coś do powiedzenia”.

Jaka była reakcja Twojego umysłu na te słowa? Prawdopodobnie, podobnie jak w przypadku koloru niebieskiego, nieświadomy umysł najpierw przywołał znaczenie słów *denerwuj się*, czyli po prostu stan zdenerwowania, a następnie próbował go zneutralizować. Jaki jest więc rezultat takiego polecenia? Odwrotny do zamierzonego, ponieważ zamiast stanu wewnętrznego spokoju pojawia się stan zdenerwowania. Ta osoba, mówiąc do Ciebie w ten sposób, wydała na poziomie nieświadomym polecenie: *Denerwuj się, kochanie*, chociaż oczywiście miała zupełnie inną intencję. Z tego przykładu wyłania się przejrzysty obraz tego, jak bardzo ludzie sabotują własne działania, wydając polecenia z zaprzeczeniem, np.:

- Proszę państwa, proszę się nie stresować.
- Nie bój się wizyty u dentysty, to nie będzie bolało.

- Nie zapomnij wysłać listów.
- Nie upuść tego.
- Nie zgub tego.
- Nie rób tego.

Powyższe zdania wywołują efekt odmienny od planowanego. Znacznie skuteczniej mogliśmy osiągnąć zamierzone rezultaty, jeżeli powyższe polecenia zostałyby sformułowane w inny sposób, np.:

- Proszę państwa, proszę się uspokoić.
- Pamiętaj o wysłaniu listów.
- Trzymaj to.
- Pilnuj tego.
- Przestań to robić.

W tym przypadku umysł dostaje precyzyjną instrukcję, intencja osoby wypowiadającej takie zdanie jest całkowicie zgodna ze sposobem, w jaki zrozumie ją mózg, co sprawia, że z dużym prawdopodobieństwem planowany cel komunikacji zostanie osiągnięty.

Chciałbym teraz zwrócić uwagę na niebezpieczeństwo zajścia pewnego nieporozumienia, które związane jest ze słowem „nie”. Podczas prowadzonych przeze mnie kursów, kiedy ich uczestnicy są tuż po zapoznaniu się z tym fragmentem wiedzy na temat języka perswazji, który właśnie Ci zaprezentowałem, w trakcie przerwy często przysłuchuję się ich rozmowom i słyszę, jak mówią: *To w takim razie od tej pory zaczynam unikać w trakcie*

rozmów z ludźmi używania słowa „nie”. Nic bardziej błędnego, ponieważ fakt, że Twój nieświadomy umysł nie rozumie słowa „nie”, wcale nie oznacza, że nie wolno go używać. Wręcz przeciwnie, możesz świadomie wykorzystywać konstrukcje lingwistyczne typu: *nie myśl o... , nie przypominaj sobie...*, aby wywoływać pewne obrazy, dźwięki, stany emocjonalne i doznania cielesne u Twojego rozmówcy lub rozmówców. Można, a nawet trzeba używać słowa „nie”, jeżeli robisz to celowo i wiesz, jak ono działa.

W tym miejscu przypominają mi się szkolenia dla agentów ubezpieczeniowych, podczas których uczę ich posługiwania się językiem perswazji, aby umieli skutecznie uświadamiać ludziom, jak ważne dla bezpieczeństwa ich przyszłości są różne rodzaje ubezpieczeń oraz jak wiele korzyści może przynieść im współpraca przy ich dystrybucji. Bardzo często projektujemy podczas takich spotkań prezentacje grupowe, czyli uczymy się, jak mówić do potencjalnych klientów podczas dużych spotkań informacyjnych. Na takie spotkania zwykle przychodzą ludzie już trochę ostrożni, którzy wiedzą, że ktoś będzie chciał im coś sprzedać oraz być może także nakłonić do współpracy, obiecując możliwość łatwego zarobienia dużych pieniędzy.

Dlatego z wielką rezerwą odnoszą się oni do tego, co słyszą i jeżeli prowadzący powie:

Proszę państwa, skoro tu przyszliście, to pewnie chcecie poznać tajemnicę, jak być bogatym, szczęśliwym, jak resztę życia przeżyć w sposób naprawdę wspaniały. Kto z was chciałby mieszkać nad brzegiem oceanu? Kto z was chciałby co miesiąc zarabiać milion złotych? Współpraca z nami i wykupienie ubezpieczenia zapewni wam to wszystko.

to tylko w jakiś sposób potwierdzi ich obawy, świadomy umysł sprzeciwi się temu, co usłyszy, co z kolei sprawi, że ani nie kupią ubezpieczenia, ani tym bardziej nie podejmą współpracy.

Z tego powodu na wspomnianym szkoleniu nauczyłem agentów ubezpieczeniowych jednej rzeczy. Jeżeli na początku takiego spotkania zaczynają mówić wprost, że można zarobić duże pieniądze, kupić sobie dobre samochody i jednocześnie zapewnić bezpieczeństwo finansowe na resztę życia, to ludzie zaczną się zamykać na taką informację, a ich świadome umysły będą się temu sprzeciwiać. Jeżeli natomiast powiedzą:

Proszę państwa. Ja wiem, że mają państwo różne oczekiwania, ale chciałbym na samym początku uprzedzić. Nie będziemy tutaj rozmawiać o ogromnych pieniądzach, które możecie zarobić, ja w ogóle nie będę mówił o tych luksusowych samochodach, o których część z was zawsze marzyła, ani o dużych domach, nie będziemy mówić o setkach tysięcy złotych, o bezpiecznej starości. To jest poważne spotkanie i dlatego chciałbym, abyśmy porozmawiali o naszej firmie i na początek o strukturze produktów.

Pomyśl, co w tym czasie robił umysł słuchacza?

Nieświadomy umysł przywołał odpowiednie obrazy, które sprawiły, że dostał sygnał: *Aha, jestem we właściwym miejscu*, ponieważ tak naprawdę ludzie, którzy przychodzą na takie spotkania, chcą być bogaci, chcą być szczęśliwi oraz chcą zapewnić sobie bezpieczną przyszłość. A na poziomie świadomym można sobie wyobrazić wewnętrzny komentarz uczestnika takiego spotkania:

Dobrze, nikt od początku nie mydli mi oczu wielkimi pieniędzmi oraz różnymi luksusami, czyli warto się tym głębiej zainteresować.

Słowo „nie” może być także bardzo szeroko wykorzystywane podczas kontaktów z tzw. ludźmi o reakcji biegunowej. Są to osoby, które kiedy coś usłyszą, to zanim świadomie pomyślą, wcześniej reagują słowami: *A właśnie, że nie*, ponieważ ich nieświadome umysły podążają już w przeciwną stronę. Jestem przekonany, że przynajmniej raz w swoim życiu spotkałeś taką osobę.

Kiedy uczyłem się w liceum, do mojej klasy chodziła bardzo piękna dziewczyna o imieniu Jola, która była właśnie taką osobą o biegunowej reakcji na to, co od kogoś usłyszała. Prawie każdy chłopak z naszej klasy próbował przynajmniej raz się z nią umówić, jednak zanim zdążył do końca wyartykułować to, co miał do powiedzenia, otrzymywał odpowiedź, którą zawsze było stanowcze NIE.

Spotkasz się ze mną w sobotę?

Nie.

Może miałabyś ochotę pójść ze mną do kina?

Nie.

Dasz się zaprosić na lody?

Nie.

Taka sytuacja trwała wiele miesięcy, niestrudzenie podejmowaliśmy kolejne, zawsze bezskuteczne próby umówienia się z Jolą, aż pewnego razu jeden z nas w akcie mocno zaawansowanej desperacji powiedział do niej coś takiego: *Pewnie nie chciałabyś pójść dzisiaj ze mną do kina.*

Jakże wielkie było jego zdziwienie, kiedy w odpowiedzi usłyszał:

Uważaj, bo się zdziwisz. Co ciekawego grają?

W ten sposób zupełnie przypadkowo odkrył klucz do umysłu Joli. Wystarczyło przecież powiedzieć Joli coś przeciwnego do tego, co zamierzaliśmy uzyskać, a ona od razu bardzo chętnie się zgadzała, równie szybko i bez namysłu jak przedtem odmawiała:

Pewnie nie chciałaś zatańczyć?

Czemu nie!

Nie masz ochoty na kino ze mną w sobotę?

A co grają?

Ta taktyka postępowania z ludźmi o reakcji biegunowej może być wykorzystywana w różnych kontekstach, np. agent ubezpieczeniowy, finalizując kontrakt z osobą reagującą w taki sposób, mógłby powiedzieć:

Pewnie nie jest pan jeszcze gotowy, aby podpisać tę umowę?

A właśnie, że jestem, dlatego mamy tracić czas, podpiszmy umowę od razu.

Jeżeli dziecko reaguje biegunowo na to, co się do niego mówi, to również można wykorzystać tę prostą, ale jakże skuteczną metodę, mówiąc: *Masz rację, nie jedz kaszki.*

Nie wiem, czy już zauważyłeś, że świadomie wykorzystując to jedno, bardzo krótkie, bo zaledwie trzyliterowe słowo „nie”, możesz kierować tym, co dzieje się w umyśle drugiej osoby, wykorzystując mechanizmy, z których istnienia ta osoba w ogromnej większości przy-

padków w ogóle nie zdaje sobie sprawy. Nie wiem także, czy już jesteś całkowicie świadomy tego, że możesz użyć poznane właśnie wzorce z „**nie**” w wielu codziennych sytuacjach życiowych. Nie myśl, na kim wypróbujesz tę technikę jeszcze dzisiaj!

Kolejnym magicznym słowem, które już za chwilę poznasz, jest wyraz „**spróbuj**”. Jest to ulubione słowo szerokiej rzeszy ludzi, którym wydaje się, że jest bardzo zachęcające do działania i mocno w nim wspierające. 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 — zupełnie 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.

Jeżeli wydasz komuś polecenie *Zrób to*, istnieje duża szansa, że polecenie zostanie wykonane. Jeśli jednak powiesz: *Spróbuj to zrobić*, nieświadomy umysł wykona sumiennie to polecenie, czyli sprawi, że zostanie podjęta próba zrobienia czegoś, co przecież nie jest jednoznaczne z tym, że zostanie to 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, mówiąc np.:

- Spróbuj odrobić lekcje przed dziesiątą.
- Spróbuj kupić chleb, kiedy będziesz w mieście.
- Spróbuj umówić się z Jolą. Może ci się uda.
- Spróbuj przyjść na to spotkanie.
- Spróbuj się nie spóźnić.
- Spróbuj to zapłacić do końca tygodnia.

Dużo lepsze rezultaty można osiągnąć, przekazując ten sam komunikat w inny sposób, jednocześnie wydając precyzyjne polecenie mózgowi rozmówcy, np.:

- Odrób lekcje przed dziesiątą.
- Kup chleb, kiedy będziesz w mieście.
- Umów się z Jolą.
- Przyjdź na to spotkanie.
- Przyjdź punktualnie.
- Zapłać do końca tygodnia.

Słowo „**spróbuj**”, podobnie jak słowo „**nie**”, możesz jednak w bardzo skuteczny sposób świadomie wykorzystać w celu podniesienia skuteczności komunikowania się. 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 powiedzieć coś w rodzaju:

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 — nieeleganckie, 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 produktami, 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. Możliwości jest nieskończenie wiele. Spróbuj zrobić sobie przerwę w czytaniu.

Ostatnim słowem o szczególnej mocy, które chciałbym Ci w tym rozdziale zaprezentować, jest „**ale**”. Tym razem również zaczniemy od krótkiego ćwiczenia, które pozwoli Ci w pełni zrozumieć, co dzieje się w Twoim umyśle, kiedy słyszysz to słowo. Przeczytaj zdania znajdujące się poniżej i ponownie bardzo uważnie obserwuj, jak reaguje na nie Twój umysł.

- Jesteś niezwykle inteligentnym człowiekiem, **ale**...
- To, co powiedziałaś, jest bardzo mądre i interesujące, **ale**...
- Jesteś piękną kobietą (przystojnym mężczyzną), **ale**...

Czy już zauważyłaś, w jaki sposób słowo „**ale**” wywiera wpływ na Twój umysł? Te przykłady zostały specjalnie tak skonstruowane, aby można było to zjawisko z dużą łatwością zauważyć. Zastanów się, co byś poczuł, kiedy ktoś powiedziałby jedno z tych zdań do Ciebie? Czy byłbyś do końca przekonany, że tak naprawdę myśli? Sądzę, że nie. Dlaczego? Ponieważ słowo „**ale**” kasuje i unieważnia na poziomie nieświadomym tę część zadania, która się przed nim znajduje. Na poziomie świadomym informacja została zauważona oraz zaakceptowana i jednocześnie wykasowana na poziomie nieświadomym, co oznacza, że w ten sposób zostało przygotowane miejsce na wprowadzenie innej informacji, którą może być także sugestia. Tę zależność możesz wykorzystać w wielu różnych kontekstach, pamiętając

wszakże o jeszcze jednej niezwykle ważnej rzeczy. Treść obu części zdania, przed i po „**ale**”, **nie powinna być zbyt wyraźnie związana ze sobą**. Jest to bardzo istotne i kluczowe dla skuteczności wykorzystania tej struktury lingwistycznej. Gdy powiem „Jest dużo dobrych książek na temat perswazji, **ale** moja jest najciekawsza”, to pomyślisz sobie, że nachalnie reklamuję swoją książkę, i skutek może być odwrotny do zamierzonego — wywołam niechęć, która się skojarzy z książką. Skuteczniejsze będzie powiedzenie „Jest dużo dobrych książek na temat perswazji, **ale**... masz ochotę na kawę? Wracając do mojej książki...”. Pozostaje wówczas niejasne wrażenie, że nie ma tak wielu innych dobrych książek na temat perswazji.

Powróćmy do poprzedniego przykładu dotyczącego produktów bankowych. Jeżeli powiedziałbyś takie zdanie:

Tak to prawda, inne banki również dysponują bardzo dobrymi produktami, ale nasz bank ma najlepsze produkty,

to wyciągasz intencję tej wypowiedzi, którą w tym konkretnym przypadku jest wykasowanie na poziomie nieświadomym przekonania Twojego rozmówcy o tym, że inne banki również dysponują bardzo dobrymi produktami, na świadomy poziom jego umysłu, co sprawi, że nie zaakceptuje on tej informacji, która znajduje się w części zdania po „**ale**”. Dlaczego? Dlatego, że przeniesienie intencji Twojej wypowiedzi na poziom świadomy psuje cały mechanizm tego wzorca lingwistycznego. Jest jak wytłumaczenie żartu w chwilę po jego opowiedzeniu. Jeśli jednak swoją wypowiedź sformułowałbyś w taki sposób:

Tak to prawda, inne banki również dysponują bardzo dobrymi produktami, ale ponieważ rozmawiamy, chciałbym zaprezentować dzisiaj to, co mój bank ma do zaoferowania,

to w umyśle Twojego rozmówcy zajdzie inny proces. Po pierwsze, na poziomie świadomym zauważy fakt, że wypowiedziałeś się w sposób pozytywny o produktach innych banków, lecz nie zauważy tego, że słowem „ale” wykasowałeś to na poziomie nieświadomym i skierowałeś całą jego uwagę na treść drugiej części zdania, która dotyczy produktów Twojego banku. Innymi słowy, posługując się tym wzorcem w subtelny sposób, potwierdzasz doświadczenie swojego rozmówcy, kasujesz je na poziomie nieświadomym i zmieniasz kierunek koncentracji jego świadomego umysłu. Bardzo ciekawe, nieprawdaż?

Poniżej prezentuję kilka następujących przykładów, które pozwolą Ci jeszcze lepiej zrozumieć istotę mechanizmu wywierania wpływu na umysł człowieka przy użyciu tego wzorca językowego.

- Ma pan prawo uważać, iż nasza oferta jest zbyt droga, ale skoro już rozmawiamy, to chciałbym zaprezentować korzyści płynące z udziału w szkoleniach organizowanych przez naszą firmę.
- Możesz mieć dzisiaj bardzo dużo różnych zajęć, ale skoro już spotkaliśmy się i jest taka piękna pogoda, to może warto się zastanowić, w jak bardzo przyjemny sposób możemy go wspólnie spędzić.
- Wiem, że możesz mieć wiele różnych pytań związanych z tym, o czym opowiadałem przed

chwilą, ale zbliżamy się powoli do końca tego rozdziału, dlatego proponuję Ci skoncentrować się na tym, co będzie dalej.

Teraz chciałbym zapoznać Cię z pewnym zjawiskiem, które ma odrobinę inny charakter od tego, co poznałeś we wcześniejszej części rozdziału. Jest ono jednym z fundamentów, na których oparty jest cały język perswazji, dlatego tak ważne jest, abyś nauczył się wykorzystywać to zjawisko już teraz, zanim poznasz kolejne fascynujące struktury lingwistyczne.

Ogólnie rzecz ujmując, skuteczna komunikacja polega na przeprowadzeniu Twojego rozmówcy z miejsca, w którym się znajduje, do miejsca, w którym Ty chcesz, aby się znalazł. Innymi słowy, może on mieć pewną opinię, a nawet przekonanie na dany temat, a Twoim celem jest zmiana tego w korzystny dla Ciebie sposób. Wytlumaczę to na poniższym przykładzie.

Załóżmy, że kupiłeś sobie nowe, bardzo drogie buty, które doskonale pasują do Twojego najlepszego garnituru. Jednakże po kilku dniach chodzenia zauważyłeś, że w jednym z nich zaczęła się odklejać podeszwa. To odkrycie spowodowało u Ciebie, delikatnie rzecz ujmując, uczucie irytacji. Zapłaciłeś przecież bardzo dużo pieniędzy, co oznacza, że miałeś prawo oczekiwać, iż obuwie to posłuży Ci trochę dłużej niż te kilka dni. Zapakowałeś więc buty do firmowego pudełka, a następnie udałeś się do sklepu, w którym dokonałeś tego zakupu, w celu złożenia reklamacji. Z dającym się wyczuć w głosie zdenerwowaniem przedstawiłeś całą sprawę pracującej tam ekspedientce, która obejrzała wadliwy

but, a następnie z uśmiechem na twarzy powiedziała coś w rodzaju: *Niech się pan nie denerwuje, ten but nie jest uszkodzony!* Teraz chciałbym, abyś przez chwilę zastanowił się, jaka będzie Twoja reakcja na te słowa. Czy powiesz z pokorą:

Ma pani rację, on faktycznie nie jest uszkodzony, bardzo przepraszam, że się uniosłem i że w ogóle zawracałem pani głowę.

A może raczej powiesz coś takiego:

Jak to nie jest uszkodzony, przecież wyraźnie widzę, że odkleja się podeszwa. Chciałbym rozmawiać z kierownikiem sklepu!

W zdecydowanej większości przypadków ludzie zareagują w ten drugi sposób. W tym miejscu warto zastanowić się, czym jest to spowodowane? Odpowiedź na to pytanie jest bardzo prosta, a z perspektywy skutecznego korzystania z możliwości, które ofiarowuje język perswazji, ma niezwykle doniosłe znaczenie. Jest to mianowicie powodowane tym, że ekspedientka swoją wypowiedzią, a nawet swoim zachowaniem pozawerbalnym (pamiętaj o tym uśmiechu na twarzy) **zaprzeczyła pewnym elementom Twojego bieżącego doświadczenia!** Jest to elementarny błąd, jakże często popełniany przez tych ludzi, którzy jeszcze nie znają nawet podstaw języka perswazji, podczas komunikacji z innymi. W tym przypadku elementy Twojego bieżącego doświadczenia związane z tą nieprzyjemną sytuacją są następujące:

- kupiłeś buty, za które zapłaciłeś dużo pieniędzy;
- zauważyłeś, że już po kilku dniach używania podeszwa zaczyna się odklejać;

- oczekiwałeś, iż będą one Ci służyć znacznie dłużej niż tylko kilka dni;
- cała ta sytuacja wzbudziła Twoją irytację.

Reakcja ekspedientki na reklamację, zaprezentowana powyżej, mogła jedynie wzbudzić silny wewnętrzny sprzeciw, a Ty prawdopodobnie powiedziałeś sobie w myślach:

Nie, ona nie ma racji. Przecież ja widzę, że ten but jest uszkodzony. Powinienem o tym porozmawiać z kimś kompetentnym.

Taki był rezultat tego, że ekspedientka zaprzeczyła pewnym elementom Twojego bieżącego doświadczenia.

A gdyby jej wypowiedź brzmiała inaczej, np. tak:

Proszę pana, rozumiem, że kupił pan u nas bardzo drogie buty, w których już po kilku dniach używania zauważył pan pewną wadę i rzeczywiście można się tym zirytować. Proszę chwilę poczekać, ja zarwołam kierowniczkę i wspólnie zastanowimy się nad najbardziej satysfakcjonującym pana wyjściem z tej sytuacji.

W tym przypadku nasza ekspedientka potwierdziła wszystkie zauważalne, związane bezpośrednio z butami i reklamacją, elementy Twojego doświadczenia, następnie zaproponowała konstruktywne i satysfakcjonujące rozwiązanie. W bardzo elegancki i skuteczny sposób sprawiła, że zamiast denerwować się faktem, że but jest uszkodzony, zacząłeś myśleć o tym, jak bardzo satysfakcjonujące rozwiązanie proponuje obsługa sklepu.

Jaki z tego wniosek?

Jeżeli chcesz naprawdę skutecznie komunikować się z innymi, to zawsze zaczynaj od mówienia o doświadczeniu, sprawach, uczuciach lub przeżyciach Twojego rozmówcy, a dopiero potem zaczynaj sugerować myśli, odczucia lub zachowania!

Jeżeli po przeczytaniu całej tej książki miałbyś zapamiętać tylko jedną z reguł języka perswazji, to chciałbym, aby była to właśnie ta reguła, którą przed chwilą zaprezentowałem, ponieważ stanowi ona absolutny fundament skutecznego wykorzystania każdej techniki wywierania wpływu. Już wkrótce w pełni sobie uświadomisz, że jej znajomość jest szczególnie przydatna, kiedy chcesz skutecznie stosować zaawansowane wzorce lingwistyczne, które już niebawem poznasz. A teraz proponuję kilka przykładów na potwierdzenie tej tezy, przy wykorzystaniu znanych Ci już wzorców opartych na słowach: nie, spróbuj, ale. Zwróć uwagę na własne odczucia, kiedy będziesz je czytał.

- *Nie chcę odrabiać lekcji, mamo.*

Tak, rozumiem, nie chcesz odrabiać lekcji synku, ale spróbuj nie myśleć o tym jeszcze, jak wiele czasu będziesz miał na ulubioną zabawę, kiedy już skończysz je odrabiać.

- *Nie jestem zainteresowany kupnem tego produktu.*

Tak, to prawda, nie jest Pan zainteresowany kupnem tego telewizora, ale skoro już oglądamy ten telewizor i rozmawiamy, to może zainteresuje pana, jak fantastyczny dźwięk i obraz ma ten nowy model.

- *Nie spotkam się z tobą.*

Tak, rozumiem, postanowiłaś, że nie spotkasz się ze mną, ale spróbuj nie myśleć o tym, jak bardzo miło moglibyśmy spędzić czas razem w kinie lub na spacerze.

Jak widzisz, oparcie komunikowania się z innymi na potwierdzaniu elementów ich bieżącego doświadczenia sprawia, że na poziomie świadomym i nieświadomym muszą oni to zaakceptować, co oznacza, że dużo łatwiej jest zmienić kierunek ich uwagi bądź zasugerowanie czegoś, dzięki czemu wzrasta prawdopodobieństwo powodzenia Twoich działań.

Na zakończenie tego rozdziału chciałbym zwrócić Twoją uwagę na bardzo ważną sprawę. Wzorce lingwistyczne języka perswazji nie zawsze są logiczne i poprawne gramatycznie, dlatego sposób, w jaki będziesz używał pewnych struktur, które już znasz i które dopiero poznasz w dalszej części tej książki, może przeczyć temu, czego nauczyłeś się w szkole na lekcjach języka polskiego. Warto jednak, abyś pamiętał o tym, że posługując się tymi wzorcami, komunikujesz się z umysłem rozmówcy na dwóch poziomach: świadomym i nieświadomym, a wiesz już doskonale, że nieświadomy umysł kieruje się inną logiką niż umysł świadomy, m.in. nie rozumie wielu reguł gramatycznych, co oznacza, że należy do niego mówić w inny sposób. A teraz spróbuj jeszcze nie myśleć, na ile sposobów możesz wykorzystać tę nową wiedzę w życiu zawodowym oraz prywatnym i pewnie wydaje Ci się to dość trudne,

ale kiedy już zaczniesz wykorzystywać tę wiedzę na co dzień, spróbuj sobie przypomnieć, że wydawało Ci się to trudną rzeczą. I czasami może Ci się wydawać, że manipulowanie w ten sposób innymi ludźmi jest nieładne, ale nie myśl o tym przy okazji, jak bardzo skutecznie możesz zacząć się komunikować, ile możesz więcej zarobić, ile więcej satysfakcji mieć ze swojej pracy, ze swego życia prywatnego, o ile bardziej skutecznym być w kontaktach z płcią przeciwną, w wychowywaniu własnych dzieci, w komunikowaniu się z rodzicami i teściami, szefami, podwładnymi, jednocześnie pomagając im w różny sposób.