

ZŁOTE
MYŚLI

Gut Impact[®]

J.D. Fuentes



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

Ten ebook zawiera darmowy fragment publikacji "[Gut Impact](#)"

Darmowa publikacja dostarczona przez www.darmowe-ebooki.pl

Copyright by Złote Myśli & J.D. Fuentes, rok 2008

Autor: J.D. Fuentes

Tytuł: Gut Impact

Data: 30.09.2011

Złote Myśli Sp. z o.o.

ul. Toszecka 102

44-117 Gliwice

www.zlotemysli.pl

email: kontakt@zlotemysli.pl

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

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

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

| | |
|--|-----|
| <u>1 PODSTAWY, CZYLI JAK DZIAŁA SUPERKOMUNIKACJA</u> | 10 |
| <u>2 CO TO JEST GUT TALK I DLACZEGO JEST TAKIE UŻYTECZNE?</u> | 12 |
| <u>3 GŁOWA I SERCE, CZYLI DWA SPOSOBY PRZETWARZANIA INFORMACJI</u> | 13 |
| <u>4 ŚRODKI I CELE, CZYLI CZEGO CHCE SERCE?</u> | 15 |
| <u>5 ELEMENTY KOMUNIKACJI, CZYLI MÓWISZ NIE TYLKO SŁOWAMI</u> | 18 |
| <u>6 DOPASOWANIE SŁOWNE, CZYLI JAK SPRAWIĆ, BY LUDZIE SŁUCHARLI</u> | 20 |
| <u>7 DOPASOWANIE SŁOWNE KROK PO KROKU</u> | 26 |
| <u>8 INTERLUDIUM UDAJĄCE WYJAŚNIENIE, CZYLI WĘDRÓWKI EDGARA I GARETHA</u> | 32 |
| <u>9 WYRÓWNIANIE, CZYLI DLACZEGO DOPASOWANIE SŁOWNE NAPRAWDĘ DZIAŁA</u> | 35 |
| <u>10 STAN ALFA, CZYLI CO SIĘ DZIEJE,</u> | 40 |
| <u>11 O SERCU, CZYLI DO CZEGO SŁUŻY WYRÓWNIANIE</u> | 42 |
| <u>12 JESZCZE O WEWNĘTRZNYM WYRÓWNIANIU</u> | 46 |
| <u>13 WEWNĘTRZNE WYRÓWNIANIE I EKSPRESYJNOŚĆ</u> | 48 |
| <u>14 PODKRĘCANIE AŻ DO JEDENASTKI</u> | 57 |
| <u>15 ZEWNĘTRZNE WYRÓWNIANIE</u> | 62 |
| <u>16 ZASADA RÓŻOWEGO SŁONIA</u> | 68 |
| <u>17 METAFORY, CZYLI JAK UŻYWAĆ RZECZY WIDZIALNYCH I NAMACALNYCH</u> | 71 |
| <u>18 PEWNEGO RAZU... CZYLI JAK UŻYWAĆ HISTORII I ANEGDOT,</u> | 74 |
| <u>19 PEWNEGO RAZU... - CZĘŚĆ DRUGA</u> | 78 |
| <u>20 CYTATY, CZYLI JAK COŚ POWIEDZIEĆ I OTRZYMAĆ ODPOWIEDŹ</u> | 86 |
| <u>21 DOBRY OPIS JEST KSIĄŻKĄ KUCHARSKĄ,</u> | 88 |
| <u>22 PREFERENCJE SENSORYCZNE, CZYLI JAK LUDZIE UCZĄ SIĘ TEGO, CO WIEDZĄ</u> | 93 |
| <u>23 KRYTERIA, CZYLI JAK WYKRYĆ I WYKORZYSTYWAĆ ABSTRAKCJE</u> | 98 |
| <u>24 WIELOZNACZNOŚĆ, CZYLI JAK JEDNOCZEŚNIE PRZEKAZYWAĆ WIELE ZNACZEŃ</u> | 106 |
| <u>25 OWIJANIE SIĘ FLAGĄ,</u> | 119 |
| <u>26 PRESUPOZYCJE, CZYLI JAK COŚ ZAŁOŻYĆ,</u> | 131 |
| <u>27 ELASTYCZNOŚĆ KONCEPTUALNA,</u> | 133 |
| <u>28 ZGODA, ALE CO Z REALNYM ŚWIATEM?</u> | 138 |
| <u>29 CZĘŚĆ DRUGA: TYPY OSOBOWOŚCI</u> | 150 |
| <u>30 CZTERY TEMPERAMENTY KEIRSEYA I MYERS-BRIGGS</u> | 151 |
| <u>31 DZIEWIEĆ TYPÓW ENNEAGRAMU</u> | 160 |
| <u>32 ABSTRAKCYJNE DOPASOWANIE SŁOWNE - PRZYKŁAD ROZSZERZONY</u> .. | 176 |
| <u>33 MASKARADA JAKO KULMINACJA, CZYLI WĘDRÓWKI EDGARA I GARETHA,</u> | 184 |

Wstęp

Jak przemawiać bezpośrednio do zmysłów, instynktów, emocji i wyobraźni innych ludzi, sprawiając, że wszelkie Twoje sugestie staną się nieodparcie fascynujące, seksowne i przekonujące?

Gut Impact – jak łatwo sprawić, by wszelkie Twoje sugestie natychmiast stały się nieodparcie fascynujące, seksowne i zniewalające.

Superefektywna Komunikacja – jak postępować i jak mówić, by ludzie Cię słuchali, lubili, cenili oraz natychmiast spełniali Twoje życzenia.

Możesz przemawiać bezpośrednio do czyichś instynktów i zmysłów, a wtedy Twoje słowa znajdą natychmiastowy odzew. Opisana w tej książce unikalna metoda nosi angielską nazwę Gut Talk. Tłumacząc dosłownie nazwę znaczy ona mniej więcej “mówienie do czyichś wnętrzości”, czyli do serca, emocji, instynktów. Tyle tylko, że po polsku nie daje się wyrazić nawet w przybliżeniu tak krótko i jednoznacznie, więc zachowaliśmy oryginalną nazwę.

Władza. Pieniądze. Seks. Jeśli jesteś mniej więcej taki, jak większość ludzi, to widząc lub słysząc te słowa, odczuwasz lekki dreszcz. Uwierzyć jednak, że wypowiedzenie słów: *władza, pieniądze czy seks*, to wcale nie jest jedyny sposób wywarcia wpływu na emocje innych ludzi.

Kiedy ktoś wie, jak używać pozostałych wymiarów ludzkiej komunikacji – jak skoordynować to jak mówi, z tym co mówi – zdobywa umiejętność przyciągania czyjejs uwagi tak samo pewnie, jak dyskotekowy bramkarz potrafi wykręcić czyjąś rękę.

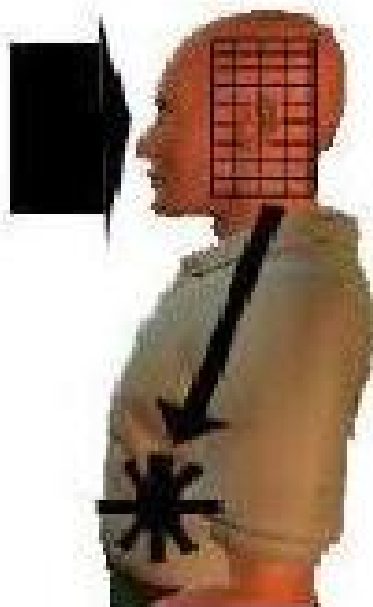
I nie chodzi tylko o zdobycie czyjejs uwagi. Ktoś, kto potrafi przemawiać bezpośrednio do instynktów, do serca, do emocjonalnej części psychiki; potrafi sprawić, że będziesz pragnął tego, czego nigdy nie pragnąłeś; potrafi otworzyć Twój umysł na możliwości, które nigdy by Ci nie przyszły do głowy.

Książka, którą właśnie czytasz, stawia sobie za zadanie dać Ci tę władzę nad ludzkimi emocjami. Będzie tu mowa o tym, jak możesz się nauczyć sięgać poza racjonalne motywy innych ludzi i oddziaływać bezpośrednio na ich instynkty, rozbudzając i rozpalając swymi słowami ich wyobraźnię. Pokażemy Ci, w jaki sposób, sięgając poza racjonalne motywy słuchacza, możesz oddziaływać bezpośrednio na instynkty, jak możesz rozpałać wyobraźnię samymi słowami.

Chodzi o nauczenie Cię, jak możesz dotrzeć do ludzi, inspirować ich, motywować, prowadzić. Nie jest to książka pełna niezrozumiałych, naukowych dywagacji czy mglistych teorii. Jest to praktyczny poradnik, pełen konkretnych sposobów do wykorzystania w realnych, życiowych sytuacjach; prowadzący do uzyskania oczekiwanych rezultatów.

Ta książka nauczy Cię następujących rzeczy:

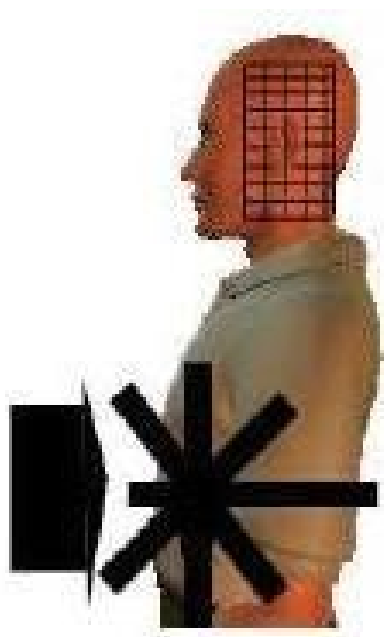
1. Jak sprawić, by ludzie naprawdę koncentrowali się na tym, co mówisz.
2. Jak sprawić, by dana osoba odczuła dowolną, wybraną przez Ciebie, emocję.
3. Jak używać historii w celu wywołania u słuchacza silnych emocji, a jednocześnie sprawić, by nie odczuwał z tego powodu żadnych negatywnych doznań.
4. Jak nadać swoim słowom siłę oddziaływania.
5. Jak sprawić, by dana osoba czuła się z Tobą swobodnie.
6. Jak rozpoznać typ osobowości danej osoby.
7. Jak “popychać i przyciągać” odpowiednio dla typu osobowości.
8. Jak emanować siłą i jak być naprawdę sugestywnym.



Zwykła mowa jest nakierowana na intelekt.

Intelekt słuchacza interpretuje ją i analizuje.

Po tym jak intelekt zinterpretował dany słowny przekaz, zaczynają reagować instynkty i emocje słuchacza.



GUT TALK to mowa skierowana bezpośrednio do “serca”.

GUT TALK przemawia bezpośrednio do instynktów słuchacza i to w ich własnym języku.

Jest to zatem sposób przemawiania o wiele potężniejszy i o wiele bardziej zniewalający, przez co jest o wiele skuteczniejszy w przekonywaniu. Dzięki zastosowaniu metody Gut Talk umysł słuchacza zostaje przekonany poprzez jego własną podświadomość. Musisz tylko przedtem tę podświadomość przekonać, co jest o wiele prostsze, kiedy już wiesz, jak się to robi.

GUT TALK to metoda kierowania uczuciami słuchacza poprzez omijanie racjonalnej części jego psychiki i przemawianie bezpośrednio do emocji.

1 Podstawy, czyli jak działa superkomunikacja

Efektywna superkomunikacja odnosi dwa, podstawowe skutki:

- a) angażuje uwagę słuchacza,
- b) kieruje uczucia i wyobraźnię słuchacza na wybraną przez Ciebie drogę.

Pierwszy z tych efektów nazwiemy *zaangażowaniem*. Polega ono na tym, że Twój słuchacz zostaje wciągnięty w to, co mu mówisz i zwraca więcej uwagi na to, niż na inne sprawy. Na przykład nie przejmie się tym, że obaj stoicie na rogu ulicy. Nie zwróci uwagi na fakt, że zapaliło się zielone światło na skrzyżowaniu albo na to, że powinien pędzić na umówione spotkanie. Czyli chodzi nam tutaj o to, żeby słuchanie Ciebie było dla niego przyjemniejsze i bardziej interesujące, niż wszystko inne.



ZAANGAŻOWANIE



STYMULACJA

Drugi z efektów nazwiemy *stymulacją*. Osiągasz go na przykład wtedy, gdy szczegółowo opowiadasz o swym weekendzie spędzonym w schronisku na Hali Gąsienicowej. Słuchacz zaczyna sobie wyobrażać ośnieżone stoki, świerki, blade, zimowe słońce, ciepło bijące z kominka, gorące napoje po całym dniu jeżdżenia na nartach, baranie kozuchy. Odbiorca nie tylko zaczyna widzieć oczyma wyobraźni, ale niemal czuje, jakby naprawdę to wszystko przeżywał.

***Stymulacja* to coś, co sprawia, że Twój słuchacz wyobraża sobie przeżywanie tego, o czym mu mówisz.**

2 Co to jest *Gut Talk* i dlaczego jest takie użyteczne?

Zwykła, konwencjonalna komunikacja werbalna, czyli sposób, w jaki większość ludzi stara się zmienić opinie, przekonania czy zachowanie innych ludzi, opiera się na założeniu, iż fakty i argumenty kierują ludzkimi uczuciami i przekonaniami, z czego wynika logiczny wniosek, że fakty i argumenty kierują ludzkim zachowaniem.

Komunikacja synchroniczna, czyli to, co nazwaliśmy *Gut Talk*, opiera się na założeniu, że to uczucia i przekonania kierują zachowaniem oraz, że w istocie to uczucia i przekonania determinują jak fakty i argumenty zostaną zinterpretowane. *Gut Talk* kieruje się do uczuć i instynktów danej osoby, aby zmienić sposób widzenia przez nią “faktów”.

3 Głowa i Serce, czyli dwa sposoby przetwarzania informacji

Stać się znakomitym “komunikatorem” jest całkiem łatwo. Wystarczy tylko, że spojrzysz na osobę, z którą się komunikujesz, jako na złożoną z dwóch oddzielnych części. Każda z tych części, które dla prostoty określimy sobie jako *Głowa* i *Serce*, przetwarza informacje w całkiem inny sposób.

Głowa stosuje słowa i logikę w analizowaniu i przekazywaniu informacji. Innymi słowy Głowa rozbija otrzymaną informację na drobne części, przyczepia do nich etykiety, porównuje je z dotychczasowymi przekonaniem, zastanawia się nad ich przyczynami i skutkami, jakie będą miały na inne wydarzenia, planuje następne kroki i podejmuje decyzje. Emocjonalnie niezaangażowana Głowa, do przechowywania i przekazywania skomplikowanych informacji, używa systemów symboli, takich jak język i matematyka.

Serce reaguje na informację poprzez idące za nią emocjonalne asocjacje. Kiedy działa na nas jakiś konkretny bodziec lub otrzymujemy jakąś istotną dla nas informację, doświadczamy jednocześnie silnych emocji. Jeśli kiedykolwiek w późniejszym czasie zadziała na nas ten sam bodziec albo otrzymamy tę samą informację, Serce znowu odczuje te same silne emocje co za pierwszym razem.

Serce to jakby magazyn przeżytych doświadczeń i wyuczonych życiowych lekcji. Polega ono w znacznie większym stopniu na

nawykach, niż na planowaniu i podejmowaniu decyzji. Może nawet “celowo” zniekształcać albo i całkiem wymazywać nową informację po to, by móc utrzymać dotychczasowe nawyki i przekonania. Serce świetnie rozumie wrażenia zmysłowe, ruchy ciała, metafory oraz szeroką gamę subtelnych znaków. Potrafi się także za ich pomocą komunikować.

Głowa robi plany i wyraża słowami idee. Serce dostarcza i podtrzymuje emocjonalną energię niezbędną do realizacji planów, jak również siłę, której nasze słowa potrzebują, by móc wpływać na innych. Serce ma decydujący wpływ na to, jak brzmią słowa, które wypowiadasz, a także na to, jak przy tym wyglądasz i jak się poruszasz. Kierując Twym postępowaniem zgodnie z nawykami i odruchami, często sabotuje plany, decyzje i pomysły Twej Głowy.

Aby zmienić czyjeś zachowanie musisz zmienić emocje z tym zachowaniem skojarzone. Musisz wpłynąć na Serce, co, nawiasem mówiąc, tłumaczy dlaczego dyskusje tak rzadko potrafią zmienić opinie i nastawienia ludzi mających już wcześniej silne przekonania. Dyskusje są z natury intelektualne, a Serce z łatwością wymazuje albo zniekształca wszelkie niewygodne fakty. Z tego samego powodu zarówno odkrycia dokonane na kozetce psychoanalityka, jak i noworoczne postanowienia zazwyczaj pozostają bez trwałego efektu, będąc wyłącznie tworem Głowy, często po prostu nie mają wsparcia w Sercu.

4 Środki i cele, czyli czego chce Serce?

Słowa wywołują myśli i reakcje emocjonalne – i to nie tylko słowa tak naładowane treścią, jak *władza*, *pieniądze*, czy *seks*. Słowa, które wydają nam się prawdziwe, słowa ściśle pasujące do tego, co sami myślimy – albo też takie, które pasują do tego, co widzimy, słyszymy i czujemy – sprawiają, że stajemy się uważni i pragniemy usłyszeć (oraz odczuć) jeszcze więcej. Tak się dzieje, ponieważ ta część naszej psychiki, która jest związana z instynktami, została zaangażowana w intensywne przeżywanie własnych doświadczeń, wrażeń, oraz własnego modelu świata, którym znowu została nakarmiona.

Instynktowna część psychiki zawsze poszukuje dokładnego, możliwie długo trwającego *feedbacku* (sprzężenia zwrotnego), przez co należy tutaj rozumieć potwierdzenie tego, co dla niej jest prawdziwe. Kiedy ta część psychiki taką informację otrzymuje, szeroko się „otwiera”, by się dowiedzieć jak najwięcej i jak najwięcej odczuć.

Kiedy psychika „otwiera się” w ten sposób, łatwą rzeczą staje się dla niej myślenie i robienie rzeczy, których w innej sytuacji nigdy by nie chciała albo nie mogła pomyśleć ani zrobić.

Można to także wyrazić w inny sposób:

Na racjonalnym, analitycznym poziomie, druga osoba (którą będziemy dalej nazywać D) pragnie nowych informacji, chce rozumieć różne rzeczy, chce robić plany, chce z punktu A przejść do punktu B.

Na emocjonalny, instynktownym poziomie, D pragnie informacji *prawdziwej* – czyli takiej, którą potrafi zweryfikować własnymi oczami, uszami i palcami albo takiej, która zgadza się z tym, w co już wierzy.

Aby sprawić, żeby ktoś całkowicie skoncentrował się na tym, co mówisz, czyli aby *zaangażować* instynkty i wyobraźnię tej osoby - wyraż *nieprzerwaną* serię kwestii, które ten ktoś potrafi własnymi zmysłami zweryfikować jako prawdziwe oraz/albo nieprzerwaną serię opinii, z którymi się zgadza.

Bardziej szczegółowo omówimy tę sprawę w niedalekiej przyszłości.

Kiedy wypowiedasz wiele kwestii, które Twój słuchacz może natychmiast zweryfikować jako słuszne i zgodne z tym, co mu mówią: jego własna, zmysłowa percepcja albo abstrakcyjne przekonania, zostają zaangażowane jego emocje, a wyobraźnia “otwiera się”, stając się wyjątkowo podatna na sugestie.

Ćwiczenie

Po spędzeniu z kimś większej ilości czasu zazwyczaj potrafisz dość dobrze określić, z jakimi poglądami ten ktoś by się zgodził oraz jak patrzy na różne rzeczy. Na rozgrzewkę, a także byś nabrał chęci do eksperymentów, spróbuj wykonać następujące, proste ćwiczenie.

1. Usiądź w taki sposób, abyś cały czas widział twarz rozmówcy i zacznij z daną osobą rozmawiać.

2. W pewnym momencie mówiąc w swobodnym tempie, wyraż w formie długiej, nieprzerwanej serii kilka poglądów, które w Twojej opinii ogólnie zgadzają się ze światopoglądem rozmówcy albo jeszcze lepiej – wypowiedz kilka twierdzeń, co najmniej sześć lub siedem, co do których jesteś pewien, że Twój rozmówca uzna je za prawdziwe i zgodne z rzeczywistością. Może to być cokolwiek, od “niebo jest niebieskie” i “jesteśmy teraz w biurze”, po “to prawda, powinienem był się z Tobą ożenić już dawno temu”. Twierdzenia dobierz w zależności od tego, z czym w Twojej opinii słuchacz się zgodzi.
3. Aby zachować swobodne przejścia pomiędzy wszystkimi stwierdzeniami, połącz je spójnikami: “i”, “ponieważ”, “podczas gdy”, “więc”, “kiedy”, “i dlatego też”.
4. Obserwuj reakcję Twego rozmówcy.

Przykład:

Siedzisz przy tym stoliku już od co najmniej trzydziestu minut. Jak widzę, degustowałaś kilka rodzajów kawy, nigdy przedtem się nie widzieliśmy i absolutnie nic o Tobie nie wiem – ani skąd jesteś, ani czym się zajmujesz, ani gdzie teraz chciałabyś być, gdybyś mogła być gdzie tylko zechcesz, ani co najbardziej pragnęłabyś robić, gdybyś tam była...

5 Elementy komunikacji, czyli mówisz nie tylko słowami

Za każdym razem, gdy udaje Ci się komunikować z drugą osobą w efektywny sposób, odbywa się kilka interesujących rzeczy.

Po pierwsze, przekazujesz słuchaczowi poczucie podobieństwa oraz wzajemnego zrozumienia między Wami.

Po drugie, zapraszasz słuchacza do przeżycia czegoś, czego dotychczas osobiście nie widział, nie dotykał, nie słyszał albo przedstawiasz mu jakiś nowy aspekt znajomej rzeczy.

Po trzecie, angażujesz Serce słuchacza, sprawiając, że oglądanie Cię i słuchanie sprawia mu przyjemność.

Oczywiście międzyludzka komunikacja oko w oko nie jest tym samym, co czytanie książki albo zapisu nagrania dźwiękowego. Występuje w niej wiele szczegółów, które mają bardzo mało wspólnego z wypowiedzianymi słowami, ukazują się bowiem zaledwie w mgnieniu oka i przekazywane są tam i z powrotem. To właśnie mistrzowskie opanowanie tych subtelnych (a także tych mniej subtelnych) niuansów może dać Twojej komunikacji efektywność najwyższą z możliwych.

Abyś mógł owe subtelności łatwo opanować, podaję listę (niepełną) elementów międzyludzkiej komunikacji:

1. wyraz twarzy,
2. postawa i napięcie mięśni,
3. ruchy ciała i gesty,
4. wysokość głosu, tempo mówienia, brzmienie i intonacja głosu i na koniec...
5. dosłowne znaczenie tego, co mówisz.

Zwróć uwagę na bardzo istotny fakt, że to, co mówisz stanowi tylko ułamek tego, co komunikujesz. A zatem to, jak wyglądasz, jak brzmisz i jak się poruszasz może zarówno całkiem zniwelować potencjalny efekt Twoich słów, jak i ogromnie go wzmocnić.

Zanim pokażę Ci jak wyglądać, brzmieć i poruszać się w taki sposób, by zmaksymalizować swój wpływ na emocje słuchacza, będziesz się musiał nauczyć sposobów zdobycia czyjejś uwagi, by to co powiesz, wryło mu się w pamięć, by Twoje słowa zawładnęły jego uczuciami i wyobraźnią. Nazywamy tę technikę *dopasowaniem słownym*.

6 Dopasowanie słowne, czyli jak sprawić, by ludzie słuchali i instynktownie się zgadzali

DOPASOWANIE SŁOWNE

Mówienie jedynie rzeczy, które słuchacz może pozytywnie zweryfikować własnymi zmysłami i/lub rzeczy, które uważa za prawdziwe.

Mówiąc D tylko takie rzeczy, które odpowiadają percepcjom zmysłowym D i/lub jego abstrakcyjnym przekonaniom sprawiasz, że D zaczyna czuć się swobodnie i być przekonany, iż Ty rozumiesz jego potrzeby. Długa seria stwierdzeń, które dla D są prawdziwe, sprawi, że wszystko co potem powiesz stanie się dlań bardziej przekonujące i bardziej inspirujące. Jeżeli wobec kogoś zastosowałeś intensywne *słowne dopasowanie*, to kiedy następnie opiszesz jak fajnie jest jeździć na nartach albo rozwiązywać zadania matematyczne, D znacznie łatwiej podejmie wysiłek wypróbowania tych wszystkich miłych wrażeń, które mu sugerujesz, że powinien odczuć.

Dopasowanie słowne to metoda:

- a) uchwycenia uwagi słuchacza,
- b) zdobycia zaufania i przychylności słuchacza oraz...

c) sprawienia, by słuchacz był bardziej zaangażowany emocjonalnie i silniej reagował na to, co mu mówisz.

Dobrze wykonane *dopasowanie słowne* powoduje, że słuchacz otwiera swą wyobraźnię i swoje emocje na to, co mówisz, w wyniku czego to, co mu następnie powiesz, odczuwa jako bardziej znaczące, bardziej przekonujące, wreszcie bardziej zniewalające, niż by to uczynił w innym przypadku. Przekaz, do którego prowadzi Twoje *dopasowanie słowne* będziemy nazywać *puentą*. Nieco później wytłumaczę Ci wszystkie co subtelniejsze sprawy związane z *dopasowaniem słownym*. Na razie przedstawię same podstawy, żebyś mógł to jak najszybciej zacząć praktycznie stosować.

Dopasowanie słowne w maksymalnym skrócie:

- 1) Zorientuj się, co Twój słuchacz odczuwa fizycznie (widzi, słyszy, smakuje) albo w co wierzy.
- 2) Wspomnij kolejno, jedno po drugim o kilku spośród tych niepodważalnych, niedających się zignorować - prawdach.
- 3) Zauważ, kiedy słuchacz zaczyna być intensywnie skoncentrowany albo bardzo zrelaksowany. Będzie to oznaczało, że jego wyobraźnia i instynkty są teraz zaabsorbowane i bardziej podatne na wewnętrzne przetwarzanie widoków, dźwięków, odczuć, smaków, zapachów, myśli i emocji, które zechcesz opisać.
- 4) Opisz ze szczegółami wrażenia, odczucia i myśli, które chcesz, by Twój słuchacz zaczął przeżywać...

Empiryczne dopasowanie słowne polega na wypowiedaniu słowami tego, co słuchacz już i tak widzi, słyszy, czy odczuwa.

Abstrakcyjne dopasowanie słowne polega na wypowiedaniu słowami tego, co słuchacz już i tak uważa za prawdziwe.

Wyrażanie twierdzeń zgodnych z przekonaniem słuchacza i z tym, co słuchacz rejestruje za pomocą własnych zmysłów, zwiększa jego podatność na przyszłe sugestie.

Skutki dopasowania i niedopasowania do przekonań i wrażeń zmysłowych słuchacza

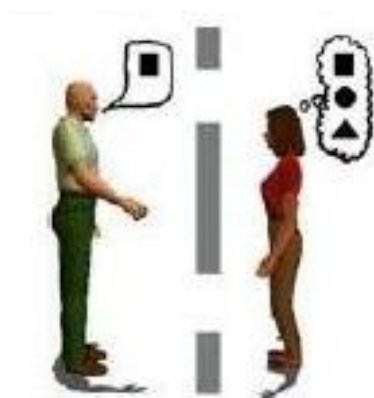


**NEUTRALNY PUNKT POCZĄTKOWY PRZED
DOPASOWANIEM LUB NIEDOPASOWANIEM**

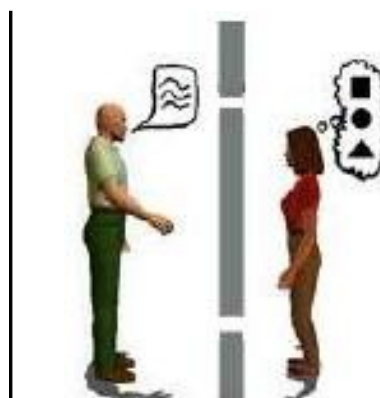
Symbole oznaczają idee/przekonania.

Szare słupki oznaczają opór słuchacza.

DOPASOWANIE A NIEDOPASOWANIE



Dopasowanie do
przekonań słuchacza
zmniejsza jego opór

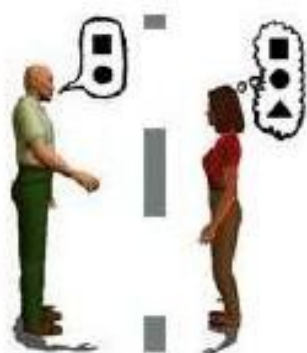


Negowanie przekonań
słuchacza zwiększa jego
opór

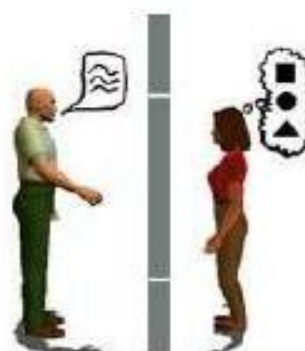
**Skutki dopasowania i niedopasowania
do przekonań i wrażeń zmysłowych słuchacza -
ciąg dalszy**

DOPASOWANIE A NIEDOPASOWANIE

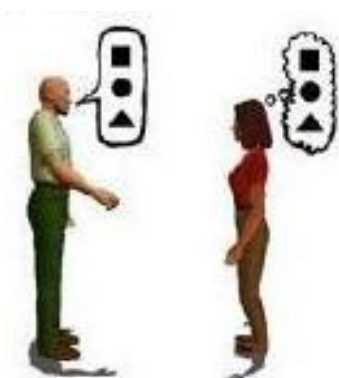
2. DOPASOWANIE



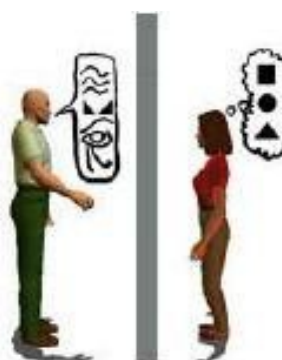
2. NIEDOPASOWANIE



3. DOPASOWANIE



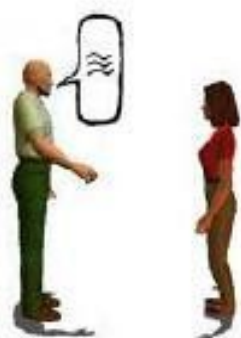
3. NIEDOPASOWANIE



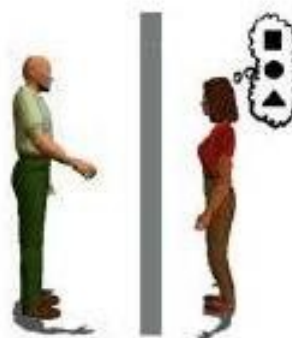
**Skutki dopasowania i niedopasowania do przekonań
i wrażeń zmysłowych słuchacza -
ciąg dalszy**

DOPASOWANIE A NIEDOPASOWANIE

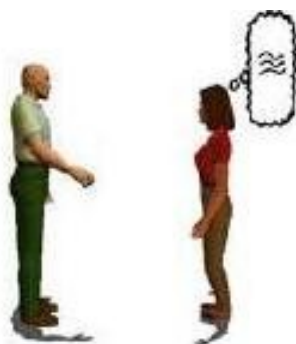
4. DOPASOWANIE



4. NIEDOPASOWANIE



5. DOPASOWANIE



5. NIEDOPASOWANIE



7 Dopasowanie słowne krok po kroku

1) **Rozejrzyj się po otoczeniu.** Jakie rzeczy D (czyli osoba, z którą się komunikujesz) może z całą pewnością widzieć, czuć albo słyszeć? Co mógłbyś powiedzieć, a co zostałyby natychmiast potwierdzone przez zmysły wzroku, słuchu i dotyku D, na temat tego otoczenia? Na razie zostaw na boku opinie zarówno Twoje, jak i tej drugiej osoby. Wyobraźmy sobie, że siedzisz z kimś, z D, przy stole. Nieopodal wisi żyrandol, stół jest przykryty białym obrusem, czyściutkie talerze lśnią naprawdę imponująco, zaś D wygląda na zadowolonego i zrelaksowanego. Może to wynikać z faktu, że z tego co wiesz, D ma powody do zadowolenia z propozycji, którą macie omawiać po posiłku. Wasz wspólny przyjaciel Jacek zapoznał Was ze sobą i teraz gotowy do podpisania kontrakt, wraz z paroma dodatkowymi propozycjami, leży przed Wami na stole. D najprawdopodobniej uważnie przyjrzał się już szczegółom i zdaje sobie sprawę z tego, że to bardzo atrakcyjny kontrakt.

W oczywisty sposób prawdziwe: “No więc siedzimy teraz razem przy stole, czekając na posiłek...”

Nie w oczywisty sposób prawdziwe: “To całkiem niezła restauracja, nie uważa pan?”

W oczywisty sposób prawdziwe: “Jacka tu nie ma, a my jesteśmy.”

Nie w oczywisty sposób prawdziwe: “Jacek to świetny gość i to, że nas ze sobą skojarzył to był, jak myślę, całkiem niegłupi pomysł. Ja na to patrzę bardzo optymistycznie i chciałbym myśleć, że pan również.”

W oczywisty sposób prawdziwe: “Wygląda na to, że nad nami wisi żyrandol.”

Nie w oczywisty sposób prawdziwe: “Jeśli mogę wyrazić swoją opinię, to wygląda pan na dość zadowolonego i zrelaksowanego.”

Na pierwszy rzut oka wypowiedzi oznaczone jako “*W oczywisty sposób prawdziwe*” są banalne. W istocie trudno je sobie wyobrazić jako przyzwoitą konwersację, co dopiero potężne narzędzie konwersacyjne. Pamiętaj jednak, że reklama bynajmniej nie lekceważy użyteczności banału, szczególnie połączonego z powtarzaniem. Więc my także nie powinniśmy ich lekceważyć.

Kiedy już wypowiedziałeś serię “prawd”, wszystko, co powiesz następnie zostanie odebrane w sposób znacznie intensywniejszy.

2) Wypowiedz te prawdziwe stwierdzenia w postaci jednej, nieprzerwanej sekwencji.

Wyraź te niewątpliwie prawdziwe kwestie jedna za drugą, wolno, z namysłem, łącząc je ze sobą za pomocą spójnika – najlepiej za pomocą spójników “i” lub “a”. Wypowiedz jedną prawdę, powiedz “i”, zrób pauzę, wypowiedz drugą, powiedz “i”, i tak dalej, aż Ci się lista prawdziwych stwierdzeń skończy.

3) Opisz myśl albo wrażenie, które chciałbyś, by D zaczął mieć czy odczuwać. Dodaj sugestię na temat przeżycia lub przekonania, które chcesz, aby D zaczął odczuwać.

Przykład (już po posiłku, gdzieś w połowie przedstawiania oferty albo nieco po połowie):

Więc... siedzimy tak sobie przy stole, drewnianym stole, otoczeni czterema ścianami, dookoła nas ludzie siedzą, jedzą, rozmawiają. Mamy przed sobą dokument umowy oraz decyzję do podjęcia - czy go podpisać? To pańska decyzja, nie moja, tak samo jak ten długopis jest pański, a nie mój i ponieważ mieliśmy teraz możliwość przedyskutować nieco tę sprawę, może ma pan już dość dobre rozeznanie, dość solidne poczucie, jakie będą korzyści z podpisania. Ja osobiście będę bardzo zadowolony, kiedy się to stanie, tak jakbym zrobił najlepszy interes w moim życiu. Robił pan już takie naprawdę świetne interesy tego rodzaju, że po prostu topią się w ustach, jak czekolada i człowiek myśli sobie: "to jest dokładnie to, czego potrzebuję! Fajnie się poczuję, kiedy to zostanie sfinalizowane. Po prostu się odprężę i będę bardzo zadowolony.

Analiza: Oczywiście sprawy (siedzimy tak sobie przy stole, drewnianym stole, otoczeni czterema ścianami, dookoła nas ludzie siedzą, jedzą, rozmawiają; dokument umowy... przed sobą; decyzja do podjęcia... to pańska decyzja; długopis... pański; ponieważ mieliśmy teraz możliwość...) działają na instynktowną część psychiki danej osoby.

Choćby nawet dla logicznej części psychiki słuchacza to, że mówisz mu tak oczywiste rzeczy, wydawało się dziwaczne, to fakt, że wypowiadasz kolejno tak wiele bez wątpienia prawdziwych twierdzeń, zmusi go, by Cię uważnie słuchał i, co jeszcze istotniejsze,

sprawi, że wszystko co potem powiesz, będzie dlań wyjątkowo przekonujące. Mówiąc tak szybko i tak wiele prawdziwych rzeczy, uczysz niejako instynktowną część psychiki słuchacza, by Ci wierzyła i silnie reagowała na Twe polecenia. Wszystkie te wyżej cytowane, prawdziwe stwierdzenia wpajają w D przekonanie, że: “masz już całkiem mocne przekonanie na temat korzyści z podpisania tej umowy” oraz że: “dobre interesy sprawiają, że człowiek świetnie się czuje”.

4) **Powtórz kroki 1-3.** Określ, co zmysły rozmówcy będą mogły potwierdzić, wypowiedz taką prawdę, a potem mów o emocjonalnym lub cielesnym stanie albo o przekonaniu, które chcesz, by rozmówca odczuł czy zaakceptował. Powtórz, by wzmocnić uzyskany efekt. Powtórzenia w rozmowie, tak samo jak w reklamach piwa, to znakomity środek wyrażania emocjonalnych przekazów. Im głębiej ktoś ma odczuć jakiś stan, tym mocniej powinienś wzmocnić opis tego stanu. Powtarzanie naprawdę działa!

Pamiętaj – instynktowna, emocjonalna część psychiki bez przerwy rozgląda się za źródłami informacji potwierdzającymi to, czego doświadcza. Kiedy komuś serwujesz garść prawdziwych stwierdzeń, instynktowna część jego psychiki klasyfikuje Cię jako dobre źródło informacji. Stwarzasz w ten sposób dość wyjątkową więź pomiędzy Tobą, a instynktami tego kogoś – to tak, jakbyś mu podarował sonar, zaś słowa, które wypowiadasz to jego sygnały: *ping, ping*. Na poziomie instynktów, na poziomie Serca, stajesz się dla niego źródłem prawdy oraz protezą.

Skutek jest taki, że cokolwiek powiesz bezpośrednio po takiej garści prawd, jakikolwiek niewielki dodatek do nich dołączysz, automatycznie zostanie to potraktowane ze specjalną uwagą.

Instynktowna część psychiki słuchacza oczekuje, iż taki dodatek także będzie prawdziwy, a jeśli to jest opis doświadczenia i nie wymaga zbyt ogromnego skoku myślowego, Twój słuchacz instynktownie zainwestuje energię i zada sobie wysiłek, by naprawdę odczuć opisane przez Ciebie przeżycie.

Opisuj raz po raz stany, które chcesz, by Twój słuchacz przeżył. Powtórzenia umocnią i zintensyfikują te przeżycia.

W sytuacji kiedy bardzo dobrze “dopasowałeś się” do kogoś, osoba ta zacznie wyglądać na bardzo zrelaksowaną i zadowoloną, a jej uwaga zostanie skierowana do wewnątrz i Twoje słowa będą miały na nią coraz większy wpływ, ponieważ zaczną omijać krytyczną, logiczną część psychiki, a zamiast tego docierają bezpośrednio do uczuć, pobudzając wyobraźnię.

Taki stan nazywamy stanem alfa.

Kiedy wykonasz większą ilość *dopasowania*, psychika rozmówcy zacznie oczekiwać od Ciebie prawdy, a więc będziesz mógł się teraz skoncentrować na *prowadzeniu*, czyli na mówieniu tego, o co Ci naprawdę chodzi. I wkrótce będziesz się bardziej zajmował *prowadzeniem*, niż *dopasowaniem*.

Wyobraź sobie huśtawkę, taką belkę podpartą w środku. Kiedy jeden jej koniec idzie w górę, drugi idzie w dół. I odwrotnie. Tak będzie i tutaj.

Formuła jest taka:

Dopasowanie, dopasowanie, dopasowanie, dopasowanie,
dopasowanie, dopasowanie, puenta.

Dopasowanie, dopasowanie, dopasowanie, dopasowanie,
dopasowanie, puenta, puenta.

Dopasowanie, dopasowanie, dopasowanie, dopasowanie, puenta,
puenta, puenta.

...AŻ W KOŃCU:

Dopasowanie, puenta, puenta, puenta, puenta, puenta, puenta.

Pod koniec tej sekwencji, słuchacz będzie się znajdował w stworzonym przez Ciebie na jego użytek świecie. Tak więc po prostu potwierdzając to, co rozmówca doświadcza, potem zaś prowadząc dalej go krok po kroku, można wywrzeć ogromny nacisk na uczucia tej osoby, zmieniając na całkiem nowe jej dotychczasowe emocje i przekonania.

Zwróć uwagę na to, że im bardziej oczywiste będą Twoje uwagi, tym bardziej prawdopodobne, że na poziomie analitycznym Twój słuchacz będzie nimi nieco rozdrażniony i zniecierpliwiony – choć jednocześnie jego instynkty zostaną zaangażowane i w rozkoszny sposób “ukołysane”. I odwrotnie: im mniej oczywiste (“głębsze”), ale nadal prawdziwe będą Twoje uwagi, tym wywołają silniejszą pozytywną reakcję oraz wzbudzą więcej zaufania. Jak tworzyć takie “głębokie”, wnikliwe stwierdzenia? Co więcej jak tworzyć stwierdzenia dopasowane akurat do danego słuchacza? Nauczysz się tego z dalszych, poświęconych typom osobowości, rozdziałów tej książki.

8 Interludium udające wyjaśnienie, czyli wędrówki Edgara i Garetha

Byli sobie raz dwaj bracia Edgar i Gareth. Bracia żyli w dolinie znanej z niezwyklej obfitości rodzin z trójką braci, rodzin z trójką sióstr, jedynaków, okrutnych macoch i rywalizującego ze sobą rodzeństwa, z których każde wybierało całkiem inny sposób życia. Jeszcze w całkiem niedawnych czasach oczekiwano, że każde urodzone dziecko w tej dolinie będzie prędzej czy później musiało wyruszyć na poszukiwanie tajemniczego rozwidlenia dróg, wybrać jedną z nich nie wiedząc, dokąd prowadzi; znaleźć magiczne przedmioty i posługiwać się nimi w odpowiedni sposób; a także spotykać dziwnych, dziwnie się zachowujących ludzi i inne dziwne istoty.

Wszystko po to, by w końcu powrócić w dolinę i przygotować ją dla następnego pokolenia dzieci, które pojawią się we właściwym czasie znowu całkowicie nieprzygotowane, jednak gotowe przyjąć tamtejsze zwyczaje .

W ówczesnych czasach dolina była w nieustannym kontakcie z innymi dolinami, więc doliny uczyły się jedne od drugich w coraz szybszym tempie, a magiczne przedmioty były z reguły w posiadaniu wielkich konglomeratów. Tak to właśnie było i dlatego nasi bohaterowie Edgar i Gareth zdecydowali, że najlepszym sposobem przygotowania się do przyszłych wyzwań będzie przyjrzenie się temu, co dzieje się w innych dolinach, oraz opanowanie sztuki uczenia się i komunikowania.

Opanowali go tak dobrze, że udało im się znaleźć starego tkacza, pamiętającego dawne czasy, teraz zaś zadowolającego się przerabianiem worków na poduszki, a prześcieradeł na worki. Łącząc swoje umiejętności, przypomnieli mu jego dawny kunszt i inspirację, aż pod jej wpływem utkał każdemu z nich magiczny worek. Jeden z tych worków, kiedy został rozdarty, samodzielnie się naprawiał, drugi się sam nie naprawiał, ale za to zmieniał każdą włożoną w niego rzecz w coś innego. Edgar wybrał sobie ten pierwszy worek, Gareth zaś - ten drugi.

Niecierpliwie pragnąc w końcu opuścić dolinę, bracia wyruszyli w poszukiwaniu najbliższych rozstajnych dróg, znaleźli je, podali sobie na pożegnanie ręce, po czym każdy z nich ruszył inną drogą.

Edgar znajdował wiele owoców leżących przy drodze, zbierał je wszystkie i wkładał, a potem już upychał w swoim worku. Tak sobie przy tym myślał, że worek w razie czego sam się naprawi. Wypełniał go więc do granic możliwości, wykorzystując jego niezwykle zalety.

Gareth także znajdował wiele leżących przy drodze owoców. Podnosił niektóre z nich, a potem, pamiętając, że tkacz nie był zbyt precyzyjny w opisie cech jego worka, co pewien czas przystawał, by dokonać inspekcji znalezionych przedmiotów.

Edgar przekonał się, że nic innego w życiu nie można porównać z rozkoszą, jaką daje zbieranie jak największej ilości owoców. Był młody, jego worek był spory, na świecie było przecież wiele dolin... Życie będzie naprawdę fajne!

Gareth stwierdził, że warto uważać z tym, co się do worka wkłada. Lekko nadgniłe owoce, które do niego włożył były całkiem zgniłe,

kiedy je wyjmował. Z drugiej jednak strony rzeczy, które na początku były dość niezłe, często stawały się czymś naprawdę wyjątkowym i to na wiele zaskakujących sposobów.

Na przykład raz włożył do worka bardzo lśniące jabłko, które w chwilę potem wyjął... I okazało się, że ma ogonek ze szczerego złota! Czasem owoce, orzechy i różne drobne zabawki, które znajdował, okazywały się potem nie martwymi przedmiotami, ale wiewiórkami, lisami, ptakami, a nawet ludźmi. Gareth stał się po pewnym czasie bardzo wybredny – kiedy z worka wyskoczyła wiewiórka, zaniósł ją do najbliższego drzewa; kiedy ptak, dał mu odlecieć. W końcu przestał się nawet zbyt podniecać sytuacjami, kiedy z worka wyskakiwała młoda i ładna dziewczyna. Myślał sobie, że jeśli ją wypuści, to spotka ona z pewnością wiele innych dziewcząt w miasteczkach, do których dotrze i opowie tym swoim nowym przyjaciółkom, jaki to fascynujący, obdarzony magiczną mocą facet się zbliża.

Edgar w tym samym czasie już wiele, wiele razy wypełnił i podarł swój worek. Za pierwszym razem, kiedy go rozdarł, pomyślał: “Ciężko jest utrzymać to, na czym mi zależy, więc najważniejsze jest, żeby te najlepsze rzeczy schować od razu, bo ten cholerny worek jest jednak dość nieprzewidywalny.”

Ta historia ma swój dalszy ciąg, ale na razie zostawmy ją na boku, do czasu gdy poznamy więcej technik.

9 Wyrównanie, czyli dlaczego dopasowanie słowne naprawdę działa

Kiedy się do kogoś *słownie dopasowujesz*, potwierdzasz percepcje tej osoby dotyczące świata fizycznego – to, co widzi, słyszy czy czuje i/lub uogólnienia, jakie ma na temat świata (np. “mężczyźni myślą tylko o seksie”, “kobiety chcą tylko bogatych facetów”, “ziemia jest płaska”, “ziemia jest z grubsza kulista”, “praca jest świetną rzeczą”, “praca to dno”, “Demokraci stosują politykę resentymentów”, “Republikanie nieświadomie polegają na przywilejach otrzymanych od przodków”, “niebo jest zielone”, “przyszłość należy do tworzyw sztucznych”, “ta robota jest trudna”, “ta robota jest łatwa”, “przekonania to arbitralne ekstrapolacje dokonywane na podstawie uogólnień przypadkowych, idiosynkratycznych doświadczeń”, “przekonania są święte”, itd.).

Jak już wcześniej ustaliliśmy, instynktowna, podświadoma, emocjonalna część psychiki zawsze rozgląda się za źródłami informacji, które by potwierdziły to, czego doświadcza. Kiedy komuś zaserwujesz pewną ilość prawdziwych (w przekonaniu danej osoby) twierdzeń, ta instynktowna, podświadoma część psychiki zakwalifikuje Cię jako wiarygodne źródło informacji. Kiedy zaś zostałeś zakwalifikowany jako dobre źródło informacji, słuchacz (którego oznaczamy tu sobie jako D) instynktownie mocniej zareaguje na wszelkie Twoje sugestie. Dobrzy mówcy i dobrzy sprzedawcy często rozpoczynają od mówienia rzeczy, które są po prostu oczywiste. Czemu? Bo dobrze wiedzą, że osoba słysząc

oczywistą uwagę i odnosząc się do niej na poziomie analitycznego rozumowania, myśli sobie: “no nie, co on mi tu gada... to przecież całkiem trywialne sprawy”, ten sam słuchacz, ale podchodzący do sprawy emocjonalnie, instynktownie, odpowie: “tak, to prawda... powiedz mi więcej”.

Kilka lat temu odbywał się sławny na cały świat proces o morderstwo, dotyczący byłego, sławnego sportowca i gwiazdy kina, w którym to procesie mogliśmy m.in. być świadkami klasycznego wykorzystania *dopasowania słownego* i to zastosowanego bardzo wprost – niemal całkiem bez owijania w bawełnę. obrońca, także zresztą bardzo sławny przedstawiciel swego fachu, rozpoczął przeznaczone dla jury podsumowanie od wskazania na kilka absolutnie oczywistych faktów:

Są państwo w sądzie, wysłuchaliście właśnie opinii biegłego i jeszcze innego biegłego, i jeszcze innego. Siedzieliście tutaj długo, słuchając tego wszystkiego, rozważaliście różne rzeczy...

Słyszając to, człowiek myśli sobie: “co ty tu dziadu bredzisz?”

Słyszając to, człowiek czuje: “tak, zgoda... to prawda... powiedz mi więcej”. I właśnie dlatego słucha uważniej i łatwiej godzi się ze wszystkim, co tamten powie. Wszystko polega na tym, że mówienie rzeczy, z którymi słuchacz się zgadza, stwarza “wyrównanie” Twoich wypowiedzi z doświadczeniami słuchacza.

Ludzie pragną takiego właśnie “wyrównania”. Sprawia ono, że dobrze się czują. Sprawia, że są zrelaksowani. Wyrównanie, symetria, harmonia, proporcjonalność to w istocie składniki większości przejawów piękna i dlatego komunikacja posiadająca

cechę wyrównania także jest odbierana jako piękna. W komunikacji mogą się przejawiać dwa rodzaje wyrównania, z których oba potrafią dać emocjonalnego “kopa”. Pierwszy rodzaj nazwiemy *wyrównaniem wewnętrznym*, drugi zaś *wyrównaniem zewnętrznym*.

Miarą *wewnętrznego wyrównania* jest to, jak dobrze poszczególne elementy Twojego przekazu zgadzają się ze sobą. Czy wyraz Twojej twarzy odpowiada Twym słowom? Czy Twoja postawa odpowiada Twoim słowom? Czy wysokość Twego głosu odpowiada Twoim słowom? Czy wyraz Twojej twarzy odpowiada Twoim gestom? I tak dalej...

Miarą *zewnętrznego wyrównania* jest to, jak dobrze Twój przekaz odpowiada przekazowi oraz emocjonalnemu i fizjologicznemu stanowi odbiorcy. Czy oboje wyglądacie swobodnie i jesteście zrelaksowani, czy może macie skrzyżowane ramiona i ręce? Czy jedno z Was się uśmiecha, podczas gdy drugie ma twarz skrzywioną? Czy oboje mówicie cicho i łagodnie? Czy oddychacie w tym samym tempie? Czy mówisz rzeczy, które druga osoba odbiera jako prawdziwe?

Kiedy przejawiasz odpowiednie, zsynchronizowane *wewnętrzne wyrównanie* – czyli kiedy wszystkie Twoje komunikacyjne przekazy wyrażają tę samą treść – treść Twojego przekazu będzie miała znacznie silniejszy wpływ i będzie znacznie bardziej wiarygodna.

Kiedy przejawiasz odpowiednie zewnętrzne wyrównanie, czyli kiedy Twoja komunikacja pasuje do zmysłowych przeżyć, abstrakcyjnych przekonań lub emocjonalnego/fizjologicznego stanu drugiej osoby, to czuje się ona w coraz większym stopniu podobna do Ciebie, ma

większą skłonność by Ci ufać, łatwiej również chłonie przeżycia, uczy się tego, co jej mówisz.

Słowne dopasowanie jest jednym ze sposobów na osiągnięcie zewnętrznego wyrównania, ale istnieją także inne, które wkrótce omówimy.

Typową, użyteczną w większości przypadków metodą jest najpierw uzyskać silne *zewnętrzne wyrównanie*, potem zaś, kiedy już prezentujesz swój istotny przekaz lub instrukcję taką, którą chcesz by ten ktoś w pełni zaabsorbował, przejawić silne *wewnętrzne wyrównanie*. Zadbaj o to, by ta druga osoba dobrze się czuła, by Ci ufała i była otwarta na to, co jej mówisz, potem zaś spraw, by to co mówisz odniosło pożądany skutek.

Przykłady zewnętrznego wyrównania pomiędzy Tobą a D:

1. Noszenie ubrania w tym samym stylu.
2. Opieranie się lub stanie w ten sam sposób.
3. Chodzenie w zsynchronizowany sposób, Wasze nogi idące w przód i w tył w tym samym momencie.
4. Utrzymywanie tego samego cielesnego rytmu: siedząc, kołysanie stopą w tym samym tempie, w którym kołysze D, wybijanie palcami tego samego rytmu albo mruganie w tym samym tempie, oddychanie w tym samym tempie, względnie dopasowanie się do rytmu oddychania D ruchami własnej dłoni.
5. Kiedy wydaje się, że masz te same przekonania, wyznajesz te same wartości, masz te same uczucia.

Pamiętaj jednak, że *zewnętrzne wyrównanie* sprawiające wrażenie czegoś wykalkulowanego – na przykład naśladowanie w oczywisty

sposób czyichś ruchów – powoduje podejrzliwość i irytację. *Wewnętrzne wyrównanie* polega na tym, by wyglądało, iż naprawdę odczuwasz to, co mówisz. *Wewnętrzne wyrównanie* zmniejsza się, gdy Twoje ciało wyraża sprzeczne emocje.

Przykłady „pogwałcenia” zasad *wewnętrznego wyrównania*:

1. Twarz bez wyrazu albo trzymanie założonych przed sobą, skrzyżowanych rąk, kiedy mówisz o tym, jak to cudownie jest się zakochać.
2. Zwisające bezwładnie przy Twoich bokach ramiona, kiedy mówisz komuś, jaką to wspaniałą ofertę masz dla niego.
3. Wypowiadanie twierdzeń ze wznoszącą intonacją głosu.
4. Potrząsanie głową, kiedy próbujesz rozmówcę uśmiechem skłonić do porozumienia.
5. Naprężanie ciała podczas mówienia “tak”.

***Wyrównanie* powoduje zaangażowanie się drugiej osoby.**

***Wewnętrzne wyrównanie* sprawia, że wyglądasz na kogoś, kto całym sercem odczuwa i wierzy w to, co mówi.**

***Zewnętrzne wyrównanie* sprawia, że wyglądasz na kogoś, kto dzieli uczucia i przekonania drugiej osoby.**

***Słowne dopasowanie* jest szybkim sposobem na stworzenie *zewnątrznego wyrównania*.**

10 Stan alfa, czyli co się dzieje, kiedy się naprawdę dobrze dopasowałeś

Dopasowywanie się do wartości, przekonań, emocji i fizjologii D, stwarza poczucie zaufania i wzajemnego zrozumienia. W psychologicznej terminologii i po angielsku określa się to jako *rapport*, czyli “porozumienie”, więc i my będziemy tak to tutaj określać. Im silniejsze będzie Twoje porozumienie z D, tym bardziej instynktownie D będzie otwarty na Twój wpływ.

Kiedy stworzysz wyjątkowo silne porozumienie, D najprawdopodobniej znajdzie się w stanie bardzo sprzyjającym uczeniu się, określanym jako *stan alfa* albo po prostu *alfa*. Nazwa pochodzi stąd, że taka głęboka fizjologiczna relaksacja związana jest w wysoką proporcją fal alfa w mózgu (zresztą oglądanie telewizji też jest z tym związane, co jest jedną z zasadniczych przyczyn, dlaczego telewizyjne reklamy są takie skuteczne).

W *stanie alfa* Głowa przestaje cokolwiek analizować, za to Serce staje się niezwykle wrażliwe na wszystko, co się widzi lub słyszy. D przechodzi w *stan alfa* dlatego, że jakiś czynnik – w tym przypadku Ty – dostarczył mu tak prawdziwych informacji i tak obfitej stymulacji, że Serce D decyduje, iż pragnie wchłonąć z tego źródła tyle informacji, ile tylko jest możliwe.

Istnieją dwie zasadnicze oznaki, że D znajduje się w *stanie alfa*. Jego rysy się rozluźnią, w wyniku czego D będzie się wydawał senny albo też będzie bardzo zaabsorbowany, ale jednocześnie będzie miał szkliste i niezogniskowane spojrzenie. Z behawioralnego punktu

widzenia, ponieważ jego Głowa jest pasywna, a Serce stało się dominujące, D będzie się wydawał ogólnie pasywny: będzie raczej spokojny, nieruchomy i będzie oczekiwał na Twoje przekazy, szczególnie przekazy werbalne. Jeśli tych przekazów nie będzie albo jeśli trzeba na nie zbyt długo czekać, D wyjdzie ze *stanu alfa*.

Kiedy już kogoś wprowadzisz w *stan A*, nie przestawaj mówić i działać.

Kiedy wprowadzisz D w *stan alfa*, wszelkie Twoje przekazy staną dla D wzmocnione, powiększone, zintensyfikowane. Ogólnikowe słowa, na przykład “zadowolenie”, zaczną wywoływać żywe obrazy, wspomnienia i fantazje na temat tego, jak właściwie odczuwa się “zadowolenie”. Wszelkie wrażenia są wtedy odczuwane z niezwykłą siłą, wszelkie obrazy nabierają żywych i jaskrawych barw albo też zdają się być oglądane przez ogromną lupę. Dźwięki zaś są odbierane jakby wychodziły z głośnika wewnątrz psychiki D.

D może w każdej chwili wyjść ze *stanu alfa*. Ogólna zasada jest taka, że D pozostanie w *stanie alfa* tak długo, jak długo dobrze się czuje. D może też na przemian wchodzić i wychodzić ze *stanu alfa*. Jeśli D z niego wyjdzie, a potem znowu do niego wróci, to zazwyczaj ten następny *stan alfa* będzie głębszy od poprzedniego.

Powinieneś myśleć o *stanie alfa*, jako o czymś co przypomina dobry masaż. Jak długo sprawia przyjemność, tak długo chce się tam leżeć. Jeśli masażysta przestaje Cię dotykać, traci rytm, robi coś, co Cię denerwuje albo kiedy po prostu zaczynasz odczuwać nudę – możesz nabrać ochoty, by wstać. W innym przypadku po prostu tam leżysz, relaksujesz się i masz z tego przyjemność.

25 Owijanie się *flagą*, czyli jak sprawić, by ktoś odczuwał konkretną emocję, kiedy dajesz mu konkretny sygnał

Kiedy ktoś odczuwa pewną emocję, możesz w subtelny sposób sprawić, by odczuwał ją za każdym razem, kiedy Ty zechcesz. W istocie robimy to cały czas, nawet nie mając o tym pojęcia. Ujmując sprawę inaczej, w każdej rozmowie odgrywamy rolę doktora Pawłowa, psów Pawłowa, dzwonka, oraz... tak, właśnie – żarcia dla psów. Pawłow, jak może pamiętasz, był badaczem, który ustalił, że dzwoniąc dzwonkiem w czasie karmienia psów, można je nauczyć kojarzyć pożywienie z dźwiękiem dzwonka. W rezultacie można było zadzwonić i w ten sposób wywołać u psów ślinienie takie samo, jak w czasie kiedy jadły, choć nie było tam żadnego żarcia.

Arbitralnie wybrany bodziec – dzwonek – wywoływał teraz ten sam skutek, co bodziec mający realne znaczenie – żarcie.

Pawłow nazwał to zjawisko *warunkowaniem*. My nazywamy je *flagowaniem* i wcale nie ograniczymy go do laboratorium. Faktycznie Ty też tego nie robisz, ponieważ jak już mówiłem, każdy to od czasu do czasu stosuje, choć zazwyczaj ze skutkiem odwrotnym do pożądanego.

Oto kilka codziennych przykładów *flagowania*:

1. Jesteś ze swą ukochaną w głęboko intymnej sytuacji, słuchając jednocześnie piosenki, która dotąd nie miała dla Ciebie większego znaczenia. Potem za każdym razem gdy usłyszysz tę piosenkę, poczujesz nieco z tamtej rozkoszy.
2. Twoja nauczycielka w drugiej klasie podstawówki mając do czynienia z wyjątkowo niegrzeczną klasą, przeciąga paznokciami po tablicy. Czyni tak przy kilku okazjach. W końcu wystarcza jej tylko zagrozić zrobieniem tego samego, naśladując tę czynność przez przeciągnięcie paznokciami w powietrzu, by wszyscy zaczęli się kulić, jęczeć i zasłaniać uszy dłońmi. Może nawet wprawić całą klasę w przerażenie po prostu wspominając o tej sprawie.
3. W momencie seksualnej ekstazy Twoja partnerka jakoś Cię pieszczotliwie nazywa, wymawiając to jakimś specjalnym tonem głosu. Od tego czasu, kiedy nawet w normalnej rozmowie użyje ona tego pieszczotliwego imienia i tego tonu głosu, od razu czujesz się zadowolony.
4. Spędzasz pół godziny na opowiadaniu swemu terapeutce o wszystkich sposobach, na jakie skomplikowany proces, który określasz mianem “depresji” rujnuje Twoje życie. Przeżywasz to wszystko w trakcie opowiadania po prostu po to, by móc zrozumieć, czujesz się oczywiście jeszcze gorzej. Terapeuta ściska Cię za ramię, aby Cię pocieszyć. Kiedy Twoja trzydziestominutowa sesja się kończy, stwierdza: “Uczyniła pani spore postępy” i znowu próbując dodać Ci otuchy, ściska Cię za ramię. Od razu czujesz się podle.
5. Konsultant, którego zatrudniłaś prosi Cię, byś opowiedziała o swoich naprawdę przyjemnych przeżyciach z przeszłości. Kiedy o nich opowiadasz, on stuka w stół. Później, kiedy stara się Cię przekonać do pewnych rzeczy, co do których masz wątpliwości, znowu stuka w stół dokładnie w ten sam sposób. Nagle jego propozycje wydają się całkiem dorzeczne.

Flaga

Cokolwiek unikalnego, co jest widziane, słyszane, odczuwane dotykem, węchem, czy smakiem, w tym samym czasie, gdy odczuwa się silną emocję lub intensywny stan emocjonalny. Ponownie kiedyś zaprezentowana, znowu wzbudza część tej emocji lub tego stanu. Ten unikalny bodziec jest określany jako *flaga*.

Zauważ, że flagi mogą się wzajemnie wzmacniać albo osłabiać.

Przykład 6

Ty i Twój mąż często obejmowaliście się w czasie Waszych zalotów. Obejmowanie atrakcyjnej osoby sprawia przyjemność, więc emocje odczuwane wtedy, gdy zdecydowałaś się go objąć były z reguły pozytywne. Skutkiem czego obejmowanie go było naprawdę wielką frajdą. Inaczej mówiąc, było pozytywną *flagą*. Z czasem obejmowanie stawało się w coraz większym stopniu kojarzone ze złym samopoczuciem, ponieważ kiedy jedno z Was czuło się źle, drugie próbowało go pocieszyć, podnosząc pozytywną *flagę*, na przykład obejmując go. Po pięciu latach małżeństwa już się niemal nigdy nie obejmujecie.

Jak się tworzy *flagę*?

W momencie, gdy D odczuwa emocję, którą chciałbyś móc powtórnie u D wywołać, robisz coś względnie niezwykłego. Może to być gest, zmiana w Twoim głosie, wyraz twarzy, słowo, dotknięcie D w jakiś specjalny sposób, dźwięk albo nagle ukazanie jakiegoś przedmiotu – choćby flagi (w sensie dosłownym), która jest tak często używana do

wzbudzenia uczuć patriotyzmu, lojalności, identyfikacji z grupą, solidarności itd. Bardzo ważne jest, by to “coś” było względnie niezwykle, bowiem im bardziej jest zwyczajne, tym więcej asocjacji już posiada, a także tym szybciej i w bardziej przypadkowy sposób będzie zbierać nowe asocjacje z różnorodnymi stanami emocjonalnymi – co nie jest oczywiście tym, o co Ci chodzi. Pamiętaj, Twoja flaga powinna pozostać unikalna, tak by wzbudzała jedną konkretną reakcję emocjonalną.

W pewnym sensie wszystko jest flagą, czyli posiada jakieś asocjacje, jednak niewiele z nich posiada asocjacje pozbawione wieloznaczności, dzięki czemu wywołuje silne, jednoznaczne reakcje. Dlatego najlepiej jest z reguły tworzyć całkiem nowe flagi.

Jak podnosić flagę

- 1. Zaobserwuj, kiedy D przeżywa emocję, którą chciałbyś móc u niego ponownie wywołać, a więc kontrolować. Może to być emocja, którą pragniesz wzbudzać, którą pragniesz hamować, albo którą chcesz modyfikować.**
- 2. Kiedy D odczuwa tę emocję, uczyni coś względnie niezwyklego. Może to być coś wizualnego (zrób specjalną minę albo gest), słuchowego (wydaj jakiś dźwięk) lub dotykowego (dotknij D). Im silniej D odczuwa daną emocję w chwili, gdy jest ona ”oflagowana”, tym silniej będzie ją odczuwał, gdy *flaga* zostanie powtórzona.**
- 3. Aby zintensyfikować reakcję wywołaną przez *flagę*, wnieś *flagę* za każdym razem, gdy D wydaje się przejawiać daną emocję. Wykorzystaj niuanse D (kolor**

i wyraz jego twarzy, gesty, brzmienie głosu) do oceny tego, jak mocno D odczuwa dane emocje.

Trzy czynniki wpłyną na skuteczność Twojej *flagi*:

1. Unikalność danej *flagi*.
2. Siła emocji związanej z tą *flagą* w porównaniu z siłą emocji obecnej już przedtem.
3. Synchronizacja danej *flagi* z daną emocją. Kiedy próbujesz "oflagować" jakąś emocję w momencie, kiedy już szczyt tej emocji minął, to Twoja *flaga* będzie wzbudzała słabą emocję, ponieważ zostanie skojarzona ze stosunkowo słabą emocją.

Jeśli D spotykał już wcześniej Twoją *flagę*, uzyskała ona jakieś emocjonalne znaczenie – pozytywne, negatywne lub neutralne. Jeśli na przykład ktoś wydaje się uradowany i mówi "czuję się cudownie", a Ty powiesz wtedy "stół", to powtórzenie potem kiedyś słowa "stół" z pewnością nie wywoła u D tego samego wrażenia szczęścia, co gdybyś był użył czegoś względnie unikalnego, na przykład powiedział "zap".

Oczywiście jeśli wypowiesz słowo "stół" w jakiś niezwykły sposób – używając specjalnego niuansu, jakiego mógłby użyć taki "solowy" komik (po angielsku określa się takich ludzi jako *stand-up comedian*) – na przykład bawiąc się tempem, rezonansem, wysokością głosu, czy głośnością – wtedy unikalność niuansu (w przeciwieństwie do powszechności słowa) może stać się dobrą *flagą*. Naprawdę dobry aktor potrafi powiedzieć, powiedzmy - "lekka

komedyjka” i – niesamowita sprawa! – zarówno zasugerować, jak i wzbudzić erotyczną namiętność.

Powinieneś traktować emocje i wzbudzające je *flagi* jako addytywne, czyli sumujące się. To znaczy, że jeśli ktoś czuje się dobrze, a Ty podniesiesz *flagę* związaną z uczuciem szczęścia, ta osoba poczuje się jeszcze lepiej. Jeśli ktoś nie czuje się przyjemnie, a Ty podniesiesz pozytywną emocjonalnie *flagę*, negatywny stan tej osoby osłabnie. O ile lepiej dana osoba się poczuje, zależy od siły negatywnego stanu w porównaniu z siłą pozytywnego stanu związanego z *flagą*. W istocie możesz przyjąć, że tym stanom emocjonalnym odpowiadają wartości liczbowe: 0 to neutralność, liczby ujemne oznaczają złe samopoczucie, dodatnie - dobre. Jeśli ktoś znajduje się w stanie -7, a Ty podniesiesz *flagę* mającą wartość +5, to ta osoba przejdzie w stan -2. Jeśli tej osobie zaprezentuje się potem inną *flagę* o wartości +5, to stan tej osoby zmieni się na 3.

Komici wyspecjalizowani w solowych występach są zazwyczaj bardzo sprawni w tworzeniu *flag*. Kiedy coś wzbudza silną reakcję emocjonalną, ”oflagowują” ją jakimś dziwnym wyrazem twarzy lub tonem głosu, kiedy zaś potem chcą znowu wzbudzić tę reakcję, podnoszą tę samą *flagę*.

Mimowie także są bardzo dobrzy w tworzeniu *flag*. Wykonują pewne gesty, by coś zasugerować, oznaczają to coś w fizycznej przestrzeni, odchodzą, aby potem znowu to coś zasugerować, gestykują albo nawet stają w tej samej przestrzeni.

Kaznodzieje często ”oflagowują” pewne idee lub emocje za pomocą zmian wysokości i tempa głosu, że zawsze kiedy chcą wprawić swoją

trződkę w konkretny stan, używają wysokości głosu i tempa związanego z tym właśnie stanem.

Adwokaci często mówią o “prawie” i “zwykłej, ludzkiej godności”, “sprawiedliwości” i innych takich rzeczach, jednocześnie delikatnie gestykulując w kierunku swych klientów i używając jakiegoś specjalnego tonu głosu. Z kolei mówiąc o pogwałceniu tych wzniosłych rzeczy, aby wzbudzić negatywne emocje, delikatnie gestykulują w kierunku swych przeciwników używając innego tonu głosu. Oflagowawszy w ten sposób swych klientów i przeciwników za pomocą innego tonu głosu i gestów, mogą teraz do woli odnosić się do nich za pomocą tych środków, tworząc lub wzmacniając w trakcie swych przemówień pożądane skojarzenia emocjonalne i to nie odnosząc się do nich w żaden niedopuszczalny sposób, który zostałby utrwalony w zapisie sądowego stenografa lub mógł być uznany za próbę wpłynięcia na obiektywny sąd!

Jednym z powodów, dla których wysoce zniuansowana, ekspresywna komunikacja stanowi tak potężny środek jest to, że ludzie rzadko komunikują się ze wzmożoną ekspresywnością, z którego to powodu takie niuanse stają się unikalnymi *flagami* emocjonalnymi.

Oto kilka przykładów możliwych *flag*:

Uniesienie brwi.

Lekkie przechylenie głowy w lewo.

Lekkie przechylenie głowy w prawo.

Machanie lewą dłonią na wysokości swojej talii.

Uderzenie prawą ręką w swoją lewą dłoń.

Umieszczenie prawej ręki na sercu.

Salutowanie.

Wysunięcie języka przy jednoczesnym poruszaniu uszami.

Skrzyżowanie prawego palca wskazującego ponad prawym palcem środkowym.

Strzelenie palcami.

Powiedzenie “jummmm”.

Powiedzenie “ehhhhhhh”.

Powiedzenie “Takkkk!”.

Powiedzenie “Yesssss!”..

Powiedzenie “Zgoda”.

Wypowiedzenie jednego słowa w zdaniu bardzo niskim głosem.

Wypowiedzenie jednego słowa w zdaniu bardzo wysokim głosem.

Wypowiedzenie jednego słowa w zdaniu z bardzo silnym rezonansem.

Wypowiedzenie jednego słowa w zdaniu *niezwykłe* wolno.

Wypowiedzenie jednego słowa bardzo melodyjnie, śpiewnie.

Powiedzenie “Jeszcze Polska nie zginęła/ Póki my żyjemy...”

Klepięcie kogoś trzy razy po głowie.

Klepięcie kogoś dwa razy po nosie.

Ścisnięcie czyjegoś prawego ramienia tuż nad łokciem.

Zmierzwienie czyichś włosów.

Klepięcie kogoś powoli dwa razy po policzku.

Najistotniejsze jest to, iż ilość możliwych wariantów jest niemal nieograniczona i są one arbitralne. Zauważ, że niektóre kotwice dają się niejako odwrócić, a wtedy sugerują coś przeciwnego. Oto przykład: jeśli mówisz o czymś, że jest dobre, jednocześnie wykonując gest na poziomie swojej talii w lewo, a potem mówisz o czym innym, gest na poziomie swojej talii w prawo będzie sugerował, że to pierwsze i to drugie są przeciwieństwami, czyli że to drugie jest złe.

Flagi wizualne są szczególnie użyteczne do tworzenia takich spolaryzowanych rozróżnień: jeśli gest w lewo sugeruje jedną rzecz, to gest w prawo będzie sugerował jej przeciwieństwo, jeśli dół sugeruje jedno, oznacza to, że góra musi sugerować coś przeciwnego. *Flagi* są skierowane do Serca i są najskuteczniejsze, gdy D nie zdaje sobie z nich sprawy. Zatem nie muszą, a nawet nie powinny zostać zauważone, choć jednocześnie muszą zostać zarejestrowane przez zmysły D, by mogły mieć jakikolwiek wpływ na jego emocje.

Flagi wizualne można z powodzeniem stosować w ten sposób, by D uchwycił je swym widzeniem peryferyjnym, szczególnie jeśli w ich skład wchodzi ruch, ponieważ ruch właśnie jest tym, co peryferyjne widzenie najlepiej rejestruje. *Flaga* wizualna pokazana za plecami D, a więc tam, gdzie wzrok D nie ma szansy jej dojrzeć, z pewnością nie da żadnego rezultatu. W takim przypadku może jednak świetnie zadziałać *flaga* słuchowa – na przykład słowo wypowiedziane w specjalny sposób - albo zapachowa – jak powiedzmy zapach perfum. Zapachy i smaki są bardzo potężnymi stymulantami konkretnych stanów emocjonalnych, na co wskazuje choćby przypadek Prousta i jego maczanej w herbacie magdalenki.

Rozważmy teraz pewien przykład stosowania *flag*. W tym przypadku przyjmujemy, że stany emocjonalne rozkładają się wzdłuż pewnego spectrum z wartością -10 reprezentującą stan wysoce negatywny, +10 stan wysoce pozytywny, a 0 stan znajdujący się w środku pomiędzy nimi. Emocjonalny stan oznaczony naszą *flagą* nazwiemy E1. Samą tę *flagę* nazwiemy F1. Aktualny stan emocjonalny nazwiemy E2.

Teraz założmy, że pytasz D o jego wspomnienia z czasu, kiedy był naprawdę szczęśliwy i męczysz go tak długo o szczegóły i konkrety, aż jego twarz rozjaśni się i D odczuje coś z pozytywnych emocji, związanych z przyjemnymi wspomnieniami. Kiedy twarz D się rozjaśnia, oflagowujesz jego aktualne emocje stukając prawą dłońią w blat stołu. Twarz D rozjaśniła się całkiem wyraźnie, ale nie jakoś nadzwyczajnie, więc w myślach przypisujesz swojej *fladze*, czyli F1, wartość +5.

Potem D zaczyna opowiadać, jaki nieszczęśliwy się staje myśląc o tym, że kiedyś został zwolniony z pracy. Na podstawie tego jak

wygląda i brzmi, oceniasz jego uczucia na -8. Stwierdzasz, że to jego nieszczęście to jedna z tych rzeczy, które przeszkadzają mu skutecznie postarać się o nową pracę. Decydujesz się zatem zmienić jego stan emocjonalny.

Kiedy D mówi o swoim nieszczęściu i o tym, jaki bezsilny się czuje, wspominasz mu o tym, na jak szczęśliwego wyglądał, mówiąc o swym przyjemnym przeżyciu. Podnosisz *flagę*, czyli pukasz w stół. *Flagi* ustanowione tylko jeden raz – w tym przypadku pukanie w stół podczas jednego szczęśliwego momentu – nie są zazwyczaj tak silne, jak ta początkowa emocja. Kopie są z reguły słabsze od oryginałów. Kiedy twarz D się rozjaśnia, a Ty oceniasz jego stan powiedzmy na +5, możesz przyjąć, że Twoja flaga F1 ma wartość +2.

Zanim stuknąłeś w stół, stan D wynosił -8. Teraz obserwuj D po Twoim stuknięciu za pomocą *flagi* o wartości +2. Jeśli jego stan nie wynosi -6 to sorry, ale Twoja *flaga* nie jest *flagą* o wartości +2. Powiedzmy jednak, że obserwacja D potwierdziła, iż jego stan to naprawdę -6. Decydujesz, że chciałbyś być w stanie zabrać się za ten jego negatywny stan, więc stukasz w stół lewą ręką. Pamiętaj, że pozytywną *flagę* ustawiłeś prawą ręką, więc teraz przeciwna do niej, pozytywna *flaga* została ustawiona lewą. Serce rozumie, że strona prawa i lewa to przeciwieństwa, dlatego też najprawdopodobniej zareaguje na tę różnicę.

Stwierdzasz, że powinieneś wzmocnić tę pozytywną, praworęczną *flagę*. Zmieniasz więc temat rozmowy, skłaniając D, by znowu mówił o tym, jak to kiedyś czuł się szczęśliwy. Za każdym razem, gdy twarz D się rozjaśnia, Ty stukasz w stół prawą ręką. W ten sposób Twoja praworęczna *flaga* zbiera pozytywne skojarzenia. W końcu

dostrzegasz, że kiedy stukasz w stół prawą ręką, ma to bardzo silny wpływ na D.

Wtedy decydujesz się wykorzystać siłę swej pozytywnej *flagi* do osłabienia negatywnego stanu. Stosujesz pozytywną i negatywną *flagę* w tym samym czasie, czyli stukasz w stół obiema rękami. D zaczyna wyglądać nieco dziwnie: staje się bardzo spokojny, jakby zagubiony, potem zaś przygaszony, obojętny i zrelaksowany.

W końcu wydaje się być mniej pogrążony w rozpamiętywaniu przykrości związanych z utratą pracy i bardziej skłonny do zastanowienia się nad tym, co chciałby teraz uczynić...

W powyższym przykładzie pozytywna i negatywna *flaga* zostały wykorzystane do zniwelowania się nawzajem. Zaprezentowany tu sposób liczenia stanów psychicznych to oczywiście bardzo toporny model, jednak przydaje się do zaprezentowania pewnej istotnej prawdy: stany emocjonalne mogą być dodawane i mogą się nawzajem modyfikować. A także tej, że przed skutecznym użyciem możesz musieć zintensyfikować swoją *flagę*.

26 Presupozycje, czyli jak coś założyć, aby móc kierować wyborami słuchacza

Presupozycje mogą pokierować myśleniem Twego słuchacza, a więc i jego decyzjami.

Jeśli powiesz na przykład: „Mamy tajną bazę”, D może się zacząć do woli zastanawiać, czy naprawdę macie tajną bazę, co właściwie oznacza w tym kontekście “tajna”, co w tym kontekście oznacza “baza”, no i kto ją właściwie ma, kim są ci “my”? Nawet tak proste zdanie jak: „Mamy tajną bazę” niesie w sobie *presupozycje*, a konkretnie zakłada jakiś konsensus co do znaczenia powyższych, dość ogólnych słów. Jeśli powiesz: „Nasza tajna baza znajduje się pod lodem Arktyki”, D będzie miał mniej okazji, by się zastanawiać o jaką “tajną bazę” chodzi, ponieważ teraz będzie się musiał zastanawiać, czy ta baza rzeczywiście jest pod lodem Arktyki, a jeśli tak, to co z tego wynika?

Sprawność D w dekodowaniu takich sygnałów zmniejszy się jeszcze bardziej, jeśli powiesz: „Na szczęście nasza tajna baza znajduje się pod lodem Arktyki”. Teraz istnieją *presupozycje*, że tak – istnieje baza, tak – jest tajna, tak – jesteś członkiem jakiejś grupy posiadającej tę bazę – jedyna kwestia to teraz tak, czy to naprawdę jest “na szczęście”, że ta tajna baza znajduje się pod lodami Arktyki, kto wie, może byłoby lepiej, gdyby była na Księżycu. Jeśli powiesz: „Jak wiesz to bardzo dobrze, że nasza tajna baza znajduje się pod lodem Arktyki”, D będzie zmuszony najbardziej się zastanawiać nad tym, czy on - D, naprawdę “wie”, że wszystko to jest “dobre”. Tę zasadę możesz i powinieneś dalej rozszerzać.

Jeśli pójdiesz jeszcze dalej i powiesz:

Jestem taki zadowolony, że nie masz nic przeciw temu, że potrafię docenić sposób, w jaki sprawia nam radość naprawdę, ale to naprawdę dobre samopoczucie; to, że czujemy się swobodni i pewni siebie w związku z tym, że nasza tajna baza pod lodem Arktyki pomaga nam żyć w ciepłe, wygodnie i bez zbędnych napięć, w sposób dający nam obu wiele satysfakcji.

Wtedy D, zbombardowany taką masą informacji, najprawdopodobniej po prostu uczepi się tego “zadowolenia”. Głowa przeładowana informacjami pozwoli całej reszcie skierować się prosto do Serca.

W porządku, może akurat nie w przypadku tajnych baz pod lodami Arktyki, nie mówiąc już o tych ogromnych, purpurowych ośmiornicach, które, jestem pewien, pamiętasz z tej rozmowy z Tadkiem, to naprawdę działa na człowieka, ale w przypadku wielu innych rzeczy.

Formuła jest taka:

Nie X

Ale X₁, X

Albo lepiej X₂, X₁, X

Albo jeszcze lepiej X₃, X₂, X₁, X, X₄, X₅, X₆

Gdzie X jest czymś, do czego starasz się D przekonać, a X_n są wszystkimi innymi szczegółami, wtrąceniami i warunkami, przy pomocy których odciągasz D od myślenia o X.

27 *Elastyczność konceptualna,* czyli jak mówić o nowych uczuciach, aby wzbudzić nowe uczucia

Im łatwiej potrafisz wprowadzać nowe idee, tym łatwiej potrafisz wzbudzać emocje.

Ujmując to inaczej, każda wyrażana przez Ciebie idea stanowi okazję do zmiany emocjonalnego stanu innej osoby. W końcu słowa są narzędziami do przywoływania rzeczy nieuchwytnych, niewidzialnych lub niedostępnych, pozwalającymi Ci zasugerować możliwości leżące poza tym, co oczywiste. Mówienie o rzeczach nieoczywistych wkłada Ci w dłonie możliwość operowania nieskończonością.

Oto kilka parametrów, które możesz odpowiednio dobrać, by wprowadzić nowe idee, a zatem i nowe uczucia:

Zmysły

Aspekty

Czasy

Miejsca

Obiekty

Referenci (czyli osoby mówiące)

Zmysły

Kiedy mówisz o jakimś stanie zawsze możliwe jest dostarczenie większej ilości detali. “Uczucie ciepła” może być na przykład rozbudowane do czegoś w stylu “ciepłe uczucie jak syrop klonowy wypełniające i kojące każdy miesiąc”.

Szczególnie silne wrażenia są często oddawane za pomocą tzw. synestezji, to jest mieszaniny kilku zmysłów. Oto kilka przykładów:

- uczucie ciepła tak intensywne, że po prostu czujesz, jak się twoje nerwy jarzą, świecąc jasno jak słońce
- oczy tak piękne, że wydają się do ciebie przemawiać, kiedy w nie patrzysz
- zapach tak słodki, że można go posmakować

Aspekty

Każdą osobę można postrzegać jako złożoną z wielu różnych aspektów, to znaczy impulsów, motywacji, zwyczajów, lęków i pragnień. Niektóre z tych aspektów stają się w pewnych sytuacjach dominującymi, inne bardzo rzadko pojawiają się na powierzchni.

Można zatem opisać zachowanie, do którego chcesz D skłonić, jako takie, którego pragnie “jakaś część” D, nawet jeśli D całkiem sobie z tego nie zdaje sprawy. Oto kilka przykładów:

Czy czasem masz poczucie, że istnieje taka część ciebie, która tęskni do czegoś ekscytującego?

Miałem przyjaciela, który często mówił, że wydaje mu się, jakby jakaś część jego samego nie pozwalała mu czuć się szczęśliwym. Gdybyś miała taką przesadnie ostrożną część siebie, czy nie byłoby wspaniale pozwolić sobie wyłączyć ją na chwilę tak, by ta bardziej skłonna do przygód część mogła uzyskać przewagę i pozwolić ci się nieco zabawić?

Czy kiedykolwiek miałeś wrażenie, że jakiś kawałek ciebie po prostu umiera z pragnienia czegoś nowego i że tą właściwą osobą będzie ktoś, kto przemawia bezpośrednio do tej części ciebie? Czy to nie jest cudowne uczucie, kiedy tak się dzieje?

Wiesz, jaki silny wpływ potrafią na nas mieć niektórzy ludzie. Niemal pozostawiają w nas cząstkę samych siebie. Znałaś kiedyś kogoś, kto naprawdę intensywnie przeżywał X? Jestem ciekawa, jak by to było, gdyby mała cząstka kogoś takiego, będąca jeszcze w tobie, mogła być znowu ożywiona, tak byś mogła naprawdę odczuć X...

Izolując jakiś aspekt i odwołując się do niego, omijamy Głowę i kierujemy się bezpośrednio do Serca. Kiedy odwołujesz się do tego aspektu, D nie stosuje swych normalnych, psychicznych środków obronnych i nawyków myślowych. Dlaczego? Ponieważ “logicznie” zwracasz się przecież do “kogoś innego”, względnie do “jakiejś innej części”. Jednak Serce D na to zareaguje i to często z niezwykłą siłą. Odwołanie się do aspektu często sprawia, że Serce D staje po Twojej stronie, przeciw jego Głowie.

Czasy

Czasem zastrzeżenia D mogą wiązać się z obecną sytuacją albo z jego wizją tego, “gdzie jestem w tej chwili w moim życiu”. W takich przypadkach skuteczną metodą będzie często projekcja, czyli przeniesienie całej sprawy w przyszłość lub przeszłość. Oto kilka przykładów:

Czy potrafisz sobie wyobrazić taki czas w przyszłości, gdy zdobycie X byłoby dla ciebie całkiem łatwe?

Czy istniał taki czas w twoim życiu, że posiadanie X byłoby całkiem naturalne, po prostu byłoby ono częścią tego, kim jesteś?

Ile czasu musiałoby upłynąć zanim uznałbyś, że jesteś gotów, by całkowicie zapomnieć X?

Ile miałś lat, gdy straciłaś kontakt z X?

Kiedy D pomyśli o czasie, kiedy mógłby/byłby/zrobił/musiał/miał/potrafił X, opisz mu jego własne uczucia z tego czasu, potem zaś mów o tym, jak by to było odczuwać te uczucia w tej chwili *albo też* – jak by to było wtedy żyć.

Obiekty

Czasem D może łatwo odczuć daną emocję w odniesieniu do konkretnego obiektu. Oto kilka przykładów:

Pomyśl, jak cudownie będziesz się czuł, kiedy sfinalizujesz tę transakcję i pojedziesz przez miasto własnym, ogromnym Jeepem.

Wyobraź sobie te uczucia ekscytacji i emocji, skondensowane w jednym, wspaniałym, lśniącym klejnocie. Teraz pomyśl, jak byś się czuła nosząc ten klejnot już odtąd zawsze na szyi, na wspaniałym, niemal bezcennym naszyjniku?

Tak, to prawda. Wolność jest ważna i trudno uchwytana. Ale wyobraź sobie, że masz w prawej dłoni bilet na samolot na Wyspy Bahama – to by była prawdziwa wolność!

Wszystko czego pragniesz wyobraź sobie ściśnięte w jedną, twardą piłeczkę. Jak się czujesz, trzymając tę piłeczkę w dłoni?

Referenci

Czasem D może się swobodniej czuć przeżywając jakąś emocję nie bezpośrednio, ale niejako za pośrednictwem kogoś innego. W tym sensie, iż D wyobraża sobie, jak ktoś inny ją przeżywa (więcej szczegółów na temat tego podejścia znajdziesz w rozdziale poświęconym historiom). W takich wypadkach warto zmienić osobę, o której mówisz. Mów D o kimś innym przeżywającym emocję X, a D wyobrazi sobie, że to on sam ją przeżywa. Oto kilka przykładów:

Nie. Oczywiście jest, że ta propozycja nie mogła pani za bardzo zafascynować. Nie mam do pani o to pretensji. Rzadko można znaleźć coś, czym by się człowiek mógł naprawdę emocjonować. Parę dni temu miałem prawdziwą frajdę. Poszedłem spotkać się z jednym z moich przyjaciół. Z bardzo ostrożnym, bardzo metodycznym człowiekiem. Był bardzo podniecony pewną propozycją, którą mu złożył jego znajomy. Fantastyczne było obserwowanie go, kiedy oczy mu się po prostu rozświeślały. Wyglądał po prostu jak jakieś duże, głodne zwierzę. A jego oczy tylko lśniły. Od razu można było

powiedzieć, że myśli sobie: “Yes, yes, yes... oh, yes! forsa, forsa, forsa!

Jasne, nie tak często i nie tak łatwo doświadczają się X. Znałeś kogoś, dla kogo to by było proste i łatwe? Naprawdę chciałabym wiedzieć, co taki ktoś czuje... Gdyby był na twoim miejscu, ciekawe co by teraz czuł...

28 Zgoda, ale co z realnym światem? Przykłady zastosowań zasad różowego słonia i zewnętrznego wyrównania do wzbudzania konkretnych emocji

Jak już wspomnieliśmy, wzbudzenie w kimś określonego nastroju wymaga pewnej dozy *zaangażowania* tym znaczeniu, że ta osoba musi na Ciebie zwracać uwagę oraz, co jeszcze ważniejsze, wymaga byś mówił to, co mówisz w sposób wywierający wpływ na słuchacza, stosując *wyrównanie*.

Gdy chcesz wzbudzić w kimś konkretny nastrój, wykonaj następujące czynności:

1. Nazwij stan psychiczny, który pragniesz w danej osobie wzbudzić.
2. Opisz subiektywne przeżycia związane z tym stanem.
3. Postępuj tak, jakbyś sam odczuwał stan, o którym mówisz.
4. Powtórz kroki 1-3 z coraz większą intensywnością, aż Twój słuchacz zacznie wyglądać na naprawdę podekscytowanego.

Nie obawiaj się wyglądać jak głupek i powtarzać się! Moi studenci często mówią: „Tak, rozumiem, co pan mówi, ale przecież nie da się takich rzeczy ludziom opowiadać w realnym świecie. Są za oczywiste, a poza tym wyszedłbym na kompletnego idiotę”.

Moją odpowiedzią zawsze było: „Nie bój nic, wszystko będzie w porządku”. Z dwóch powodów:

1. Ludzie w prawdziwej rozmowie, zazwyczaj w całkiem naturalny sposób powtarzają się, mówią niespójnie i są nieprecyzyjni. Poza tym ludzie zazwyczaj mniej skupiają się na słowach rozmówcy, a bardziej na własnej interpretacji tych słów, czyli na wewnętrznych obrazach, wrażeniach i komentarzach. Ludzie na ogół tylko pobieżnie słuchają innych, a potem dokonują swego rodzaju swobodnych skojarzeń.
2. *Mało błyskotliwi, powtarzający się ludzie często są bardzo przekonujący. Zastanów się przez chwilę. Czy wolałbyś być przekonywany przez eksperta, prezentującego skomplikowane sprawy i nie troszczącego się wcale o to, co Ty o tym wszystkim myślisz, a w dodatku nie zadającego sobie trudu, by okazać jakikolwiek entuzjazm; czy też przez kogoś, kto w niezbyt subtelny sposób mówi coś prostego (albo nawet ewidentnie prostackiego), ale za to z autentycznym przekonaniem i zapałem?*

Oto dwie możliwe reakcje: To, co ona mówi jest dla mnie o wiele za skomplikowane, więc lepiej to po prostu zaakceptuję albo: W porządku, gość nie jest przesadnie bystry, ale ten jego prościutki pomysł może mieć pewien potencjał, może zresztą uda mi się go udoskonalić, a on prawdopodobnie skwapliwie skorzysta z mojej pomocy.

Co Ty byś w takiej sytuacji pomyślał o tej osobie i o Twojej z nią relacji? Uwierz, że w przekonywaniu kogokolwiek naiwny entuzjazm jest o wiele skuteczniejszy od chłodnego podejścia eksperta.

Kiedy masz wątpliwości, zachowuj się skromnie, ale sympatycznie i nie trać pewności siebie. Mów rzeczy niekontrowersyjne, ale za to z zapałem. Jeśli trzeba – powtarzaj. To naprawdę działa!

Przykład 1: Wzbudzanie entuzjazmu.

...Byłoby całkiem inaczej, gdyby którekolwiek z nas odczuwało z tego powodu prawdziwy entuzjazm. Niesamowicie, jak bardzo entuzjazm powodowany czymś, co robisz, zmienia całe Twoje nastawienie do tej rzeczy. Pamiętam jak mając jakieś dwanaście lat, co weekend musiałem strzyć trawę wokół domu. Któregoś weekendu moja młodsza siostra poszła do koleżanki, a ja oczywiście musiałem zostać, żeby kosić tę cholerną trawę. Byłem wściekły, ale tak naprawdę wściekły.

Miałem ochotę wejść do pokoju siostry i powyrywać włosy wszystkim jej lalkom. Wiedziałem, że to strzyżenie trawy będzie koszmarem. To zawsze było jak tortura. I nagle zrozumiałem, że skoro i tak muszę tu tkwić, to jeśli jeszcze będę taki nieszczęśliwy, moja głupia, młodsza siostra wygra. W dodatku kiedy się kłóciliśmy, to ona zawsze szła do rodziców i oni jej przyznawali rację.

Zdecydowałem, że tym razem to ja wygram. Po prostu muszę postanowić, że będzie fajnie. Strzyżenie trawnika stanie się sportem, a ja będę wielkim czempionem tego sportu. I tak sobie wymyśliłem, jeszcze zanim otworzyłem drzwi do garażu, że jestem na środku areny. Wyobraziłem sobie, że jest ciemno, że cała arena jest wypełniona... pełnym napięcia oczekiwaniem. Zapalił się punktowy reflektor, strumień światła omiółł arenę w jedną stronę, potem w drugą... potem został nakierowany na mnie. Byłem skąpany światłem, a zapowiadający wołał: "Panie i panowie oto on... proszę o ciszę... on jeszcze się przygotowuje. Teraz – proszę o werble!". Nagle jakby wszystkie moje dawniejsze doświadczenia i oczekiwania związane ze strzyżeniem trawnika w jednej chwili znikły. Cała

przeszłość została wymazana, zacząłem myśleć wyłącznie o tym, jak mogę to uczynić fantastyczną zabawą.

I tak właśnie jest. Im na większy entuzjazm pozwolisz sobie w jakiejś sprawie, im więcej wymyślisz sposobów, które mogą tę sprawę uczynić fascynującą, tym więcej da ci to radości.

Przykład 2: Uwodzenie

Heteroseksualne uwodzenie stanowi pewne wyzwanie, ponieważ cele i motywy obu płci są do pewnego stopnia w konflikcie. Większość mężczyzn przede wszystkim pragnie seksu i to jak najszybciej, z tak wieloma atrakcyjnymi fizycznie kobietami, jak to możliwe. Podczas gdy większość kobiet pragnie przede wszystkim skomplikowanych, bogatych emocjonalnie, długotrwałych związków szczególnie z mężczyzną socjalnie ustawionym i o dobrej sytuacji ekonomicznej. (Typowe homoseksualne związki wyolbrzymiają jeszcze te różnice związane z płcią: w przypadku tzw. gejów są to na ogół stosunkowo krótkie zaloty i krótkotrwałe związki, w przypadku zaś lesbijek długie zaloty i długotrwałe związki.) Ponieważ związki homoseksualne wydają się lepiej dopasowane do motywów kierujących każdą z płci (urozmaicony seks z jednej, skomplikowane związki emocjonalne i komunikacja z drugiej strony), skoncentrujemy się na seksie heteroseksualnym. Dla mężczyzny wyzwaniem jest seks z atrakcyjnymi kobietami, tak szybko, jak to możliwe. Dla kobiety jest to odpowiedni, emocjonalnie satysfakcjonujący, atrakcyjny i nieźle ustawiony w życiu mężczyzna na tak długo, jak się tylko da.

Najpierw przeanalizujemy męskie wyzwanie.

Ważne, by pamiętać, że mężczyźni i kobiety całkiem inaczej posługują się mową i inaczej na nią reagują. Poza tym kobiety, iż są bardziej emocjonalnie skomplikowane i bardziej werbalnie komunikatywne, a prawdopodobnie dlatego, że są właśnie takie; dużo intensywniej reagują na język, żeby zaś uniknąć dwuznaczności powiedzmy, że dużo intensywniej reagują na potęgę słowa.

Język, który mężczyźni wydaje się niejasny, bezsensowny, obrzydliwie ckliwy, albo tak banalny, że aż budzący śmiech; dla kobiety często jest poetycki i głęboko poruszający. W istocie język, który dla mężczyzny jest jednoznacznie seksualny, kobieta odbierze jako opisujący przede wszystkim emocje (a także w subtelny sposób erotyczny).

Z powyższego przykładu można wysnuć bardzo konkretny wniosek. Różnego rodzaju dwuznaczności i nieprzyzwoitości, które mężczyznę po prostu śmieszą, kobietę często są w stanie niemal zahipnotyzować.

W poniższym przykładzie wyobraź sobie, że jesteś mężczyzną, który spotkał kobietę na jakimś przyjęciu. Nie wydaje się Tobą przesadnie zainteresowana, jednak udało Ci się wydobyć nieco informacji na jej temat. Jej hobby to tworzenie ceramiki (czyli coś co się kiedyś nazywało “garncarstwem”, choć oczywiście chodzi nie tylko o garnki), a poza tym przychodzi do siebie po zakończeniu długotrwałego związku. Zauważ, w jaki sposób *abstrakcyjne dopasowanie* i *dwuznaczność* są tu użyte do stworzenia psychicznej więzi i erotycznego pożądania.

Słuchaj, zerwałaś ze swoim chłopakiem, z którym chodziłaś przez trzy lata, a teraz jesteś na przyjęciu. Gdybym ja właśnie z kimś

zerwał, szczególnie z kimś, z kim bym spędził tak wiele czasu... byłoby mi trudno rozmawiać z ludźmi.

Nawet, a może właśnie szczególnie w takiej “luźnej”, “cześć, jak się masz” atmosferze; cywilizowanej, ale jednak w sumie sporo z targu mięsnego, jeśli rozumiesz o co mi chodzi. Trudno tutaj sobie wyobrazić, że ktokolwiek ma poczucie skąd przychodzisz. To coś jakby “właśnie przeżyłam katastrofę kolejową, a wy chcecie, żebym poszła na party?”. Bo przecież takie naprawdę głębokie, długotrwałe związki mają ogromny wpływ na całe życie człowieka.

Kiedy są udane, otwierają się w tobie całkiem nowe obszary. Kiedy nie są zbyt udane, czasem można utracić część samego siebie – spędzasz mniej czasu na tym, co cię tworzy.

I czasem najlepszym sposobem, żeby ponownie odkryć te wszystkie najlepsze części samego siebie, znowu uzyskać kontakt z samym sobą; jest po prostu rzucić się w to, co naprawdę jest dla ciebie ważne.

Pomyśl, jak dobrze byś się czuła, gdybyś w tej chwili zajmowała się ceramiką, gdybyś była na tym całkowicie skoncentrowana i całkowicie poddała się temu doświadczeniu. Twoja psychika ucisza się, czujesz się całkowicie spokojna, wypełniona harmonią i w kontakcie z własnymi uczuciami i ciałem. Do tego stopnia, że zwracasz uwagę na bicie swego serca. To jest tak, jakby wszystko, czego potrzebujesz najbardziej, zebrało się gdzieś bardzo głęboko w tobie.

To jest tak, jakby twoja dusza; dotychczas usychająca jak nieszczęśliwy, mały kwiatek; nagle została dotknięta kroplą rosy albo

może pierwszego, wiosennego deszczu. Zaczynasz czuć, że ta wilgoć cię wypełnia, ożywia, pozwala ci rozkwitnąć i wzrastać. Pozwala ci wejść w kontakt z tą częścią samej siebie, która wydaje się na swój sposób całkiem nowa, choć przecież zawsze była w tobie... Zawsze oczekiwała... by się... spełnić... właśnie tak jak teraz. Zadziwiające jak zajmowanie się tym, co naprawdę ma znaczenie, potrafi odmienić nasze uczucia, sprawić, że czujemy się szczęśliwi, że otwieramy się szeroko, emocjonalnie... Że czujemy, iż to jest dokładnie to, czego potrzebujemy.

Kiedy naprawdę czujesz więź z jakąś osobą, kiedy czujesz, jak twoja energia wnika w kogoś, a jego energia wnika w ciebie, to jest tak, jakbyś sobie uświadomiła, że cały ten ból już spełnił swoje zadanie, że się nauczyłaś wszystkiego, czego się miałaś nauczyć, a teraz naprawdę potrzebujesz iść naprzód, by stać się naprawdę sobą. Zdałaś sobie sprawę z tego, że ból, frustracja i samotność, które poprzednio odczuwałaś, spełniły swoje zadanie, że to był okres poszukiwań i odzyskiwania twojej osobistej przestrzeni, że droga do powtórnego odnalezienia samej siebie wiedzie przez pozwolenie sobie na to, aby wsłuchać się w siebie. Kiedy już pozwoliłaś sobie dość wnikliwie wsłuchać się w samą siebie, powinnaś posłuchać, kiedy jakaś niezwykle mądra część samej siebie mówi ci: “To właśnie jest ukochany, którego pragniesz. Postaraj się go zdobyć.”

I kiedy słyszysz samą siebie mówiącą to, kiedy naprawdę czujesz, że testujesz tę myśl: “To właśnie jest ukochany, którego pragniesz”..., to właśnie wtedy czujesz, że się otwierasz, by znowu być gotowa i to wtedy odnajdujesz ponownie samą siebie.

Dla kobiet wyzwanie nie polega na tym, by mężczyznę zwabić do łóżka (faceta zazwyczaj nie trzeba specjalnie namawiać na seks

z nowo poznaną kobietą), ale na tym, by utrzymać przy sobie tego specjalnego, wyjątkowego, jednocześnie atrakcyjnego, wrażliwego i odnoszącego życiowe sukcesy mężczyznę, dłużej niż przez parę dni, tygodni czy miesięcy intensywnego seksu. Podstawowym składnikiem kobiecej strategii jest dbałość o to, by pozostać fizycznie atrakcyjną. Z żalem musimy stwierdzić, że to pozostaje poza tematyką niniejszej książki.

Dalej trzeba powiedzieć, iż mężczyźni przeważnie nie mają tej samej wrażliwości (i wynikającej z niej podatności) na bodźce słowne, którą przejawiają kobiety. Dla mężczyzny subtelne, słowne konstrukcje rzadko mogą się mierzyć atrakcyjnością z nagimi piersiami. Mimo to słowna subtelność także i tutaj może się w paru przypadkach przydać, choć musi być stosowana inaczej.

Konkretnie: tam, gdzie kobiety reagują na wzmianki o “głębokim związku”, “znaczącej komunikacji”, “miłości, która była przeznaczona” i takich tam – czyli zasadniczo na rzeczy związane z więzią międzyludzką i jej jakością – mężczyźni reagują przede wszystkim na:

- a) obietnice wspaniałego seksu
- b) groźby braku seksu
- c) konkurencję ze strony innych mężczyzn w staraniach o uzyskanie seksu

Rozważmy przykład, w którym Twój chłopak zaczyna tracić nieco ze swego wcześniejszego miłosnego zapału. Z cukierków pozostały niemal same papierki, róże chyba w tym roku wcale nie obrodziły, bo Ty w każdym razie żadnej nie widziałaś. Jeszcze jest jakiś seks, ale

namiętność całkiem wyparowała. Decydujesz się przywołać go nieco do porządku. Mówisz mu więc tak:

Wczoraj w czasie lanczu w restauracji Katarzyna, jedna z moich przyjaciółek z pracy, zauważyła jednego ze swych przyjaciół siedzącego kilka stolików dalej. Pomachała do niego i on się do nas przysiadł. To było dość zabawne, choć jednocześnie smutne, bo on był taki strasznie chętny. W każdym razie on i Katarzyna są starymi przyjaciółmi i on zaczął od razu nam wszystko opowiadać o swoim życiu. Bardzo dobrze sobie radzi finansowo, ale jeśli chodzi o randki i takie sprawy, to raczej dość rozpaczliwa sprawa. Na pewno widywałeś facetów, którzy muszą wszystko zaczynać od nowa, nikomu na nich nie zależy i co wieczór muszą wracać do pustego mieszkania, do zimnego łóżka... Mają taki niesamowicie żalony wygląd. A to jest przystojny facet.

W każdym razie gdybyś mógł ujrzeć ten głód w jego oczach... Bombardował nas po prostu komplementami. Naprawdę smutne... Wydaje mi się, że jego dziewczyna z nim zerwała, bo nie zwracał na nią wystarczającej uwagi. Może gdyby odnosił się do niej tak, jak do nas, to by nie musiał potem siedzieć taki smutny i spragniony jakiegoś zainteresowania. Cóż... Śmieszna sprawa. Codziennie dziesiątki razy wpadam na ludzi wyglądających na samotnych, spragnionych odrobiny ciepła, nieszczęśliwych... I tak sobie zawsze myślę: "Czego oni nie zrobili w swoim ostatnim związku?". Jestem pewna, że gdyby zrobili nieco więcej tych drobnych gestów, używaliby ich tylko troszeczkę częściej, to by nie musieli teraz wyglądać tak smutno i tak samotnie.

Pomyśl tylko o tych wszystkich ludziach dokoła, którzy nie mają nikogo, kto by zatroszczył się o ich szczęście dzisiejszej nocy. Pomyśl

o tych wszystkich ludziach, którzy oddaliby wiele za to, by mieć kogoś, komu by sprawiło radość dbanie o ich dobre samopoczucie i kto mógłby sam czuć się z tego powodu zadowolony. Nawet Katarzyna mówiła mi o tym, jak okropnie było jej ostatnim razem, gdy była sama... Była samotna całkiem długo, a to naprawdę atrakcyjna dziewczyna. Mówi, że jej obecny chłopak cały czas jej dziękuje za to, że ona po prostu jest razem z nim. I mówi jej, jak samotne było jego życie zanim ją spotkał oraz jak bardzo by cierpiał i jak by jej pragnął, gdyby jej zabrakło.

Dlatego właśnie jestem taka szczęśliwa, że my się nawzajem znaleźliśmy, a także z tego, że zawsze szukamy sposobów przypomnienia sobie nawzajem, jak ważni dla siebie jesteśmy.

Przykład 3: Motywacja

Próbujesz motywować kolegę – nazwijmy go Donald – któremu nie za bardzo podoba się zadanie, które Ty, on i jeszcze parę innych osób otrzymaliście do wykonania. Wcześniej już mówił, że uważa alternatywne podejście (“projekt B”) za lepszą opcję, teraz zaś przy biurowym wodopoju rzuca przejrzyste aluzje sugerujące, iż stał się łakomym kąskiem dla paru “łowców głów”, poszukujących najbardziej obiecujących pracowników na zlecenie czołowych firm. Aby go przekonać do projektu A, mówisz mu coś w tym stylu:

Donald, być może to prawda, że nie powinniśmy realizować projektu A. Sam to dobrze wiesz i przyznasz, że ja nigdy nie wymachiwałem w tej sprawie pomponikami, nie robiłem szpagatów, ani nie śpiewałem zagrzewających do boju piosenek mających propagować projekt A.

Obaj więc wiemy, jak się zapewne skończy cała sprawa z projektem A. Oczywiście potem wszyscy będą wiedzieli, kto został przydzielony do projektu A i ci ludzie otrzymają pochwałę lub naganę zależnie od tego, jak dobrze uda się go zrealizować. I nie mówię o szefie, o szefie szefa, ani o szefie szefa szefa tego naszego molocha... W końcu obaj wiemy, że to nie są jedyni szefowie i że dobrych możliwości nie brakuje. Istotna kwestia jest taka – czy MY będziemy wyglądać jak “dobre możliwości”, kiedy to się skończy?

Nie wiem jak ty, ale ja kiedy to już się skończy, chciałbym móc usiąść przed jakimkolwiek biurkiem; nieważne jakie ono jest duże, jaka gruba jest skóra na krześle stojącym za nim, jaki wspaniały widok roztacza się z okna obok niego i chciałbym czuć, że facet za tym biurkiem ma portfolio pękające od argumentów za tym, by mi złożyć najlepszą ofertę na jaką go stać, lepszą od tej, jaką ktokolwiek mógłby mi złożyć w obecnej chwili.

Nawet kiedy pracuję nad czymś, co do czego mam pewne wątpliwości, wiem instynktownie, że coś z tego mogę wynieść. Często mnie mówi: “Słuchaj stary, to jest twoja szansa. Idiotyzmy istnieją właśnie po to, byś na ich tle mógł błyszczeć. Jeśli będziesz pracował tak ciężko, jak potrafisz w tych... quasi-optimalnych warunkach, wydasz się całkiem nie do zatrzymania, a twoja wartość się podwoi.”

Wyobraź sobie, że jesteś naprzeciw faceta mającego przed sobą kontrakt i pióro, żeby go ewentualnie podpisać. Obaj milczycie, każdy z was stara się wyczuć, który ma tutaj przewagę... On patrzy w okno i każdy budynek, każde okno, które przez nie widzi przypomina mu tych wszystkich małych ludzików w swoich malutkich klitkach poprzedzielanych szklanymi ściankami, którzy

też kiedyś może otrzymali jakieś trudne zadanie i stchórzyli jak historyczne baby.

I z każdym uderzeniem swego serca facet powinien myśleć o tym, jakiego to błazna będzie być może musiał znosić, jeśli mnie nie zatrudni...

A ja, z każdym uderzeniem jego serca czuję się lepiej, mam to specjalne uczucie ciepła w środku, mówiące mi, jaki jestem bystry gość, że tę robotę wykonałem jak należy. Dlatego mam jakąś niemal złośliwą przyjemność, kiedy mi zlecają robienie rzeczy, które biorąc sprawę strategicznie, nie są za dobre i ja to wiem. Im cięższy ładunek, tym silniejszy się wydaję. Im bardziej gówniana robota, tym śliczniej ja sam pachnę, kiedy ją ukończę. I tym więcej władzy i wpływów będę miał później, kiedy chodzi o rzeczy, na których mi naprawdę zależy.

Naprawdę nie mogę się doczekać rozpoczęcia projektu A. Pomyśl tylko – jak się człowiek będzie wspaniale czuł, kiedy to będzie skończone. Zgoda? Tak to właśnie jest...

Dlaczego warto mieć pełną wersję?



Jak bezpośrednio wpływać na ludzkie instynkty, emocje i wyobraźnię, sprawiając, że wszelkie Twoje sugestie staną się nieodparcie fascynujące, zniewalające i hipnotyczne? Możesz przemawiać bezpośrednio do czyichś instynktów i zmysłów, a wtedy Twoje słowa znajdą natychmiastowy odzew. Opisywana w tej książce unikalna metoda nosi angielską nazwę Gut Talk. Tłumacząc dosłownie nazwę, znaczy ona mniej więcej “mówienie do czyichś wnętrza”, czyli do serca, emocji, instynktów. Dzięki tej książce odkryjesz, w jaki sposób, sięgając poza racjonalne motywy słuchacza, możesz oddziaływać bezpośrednio na instynkty, jak możesz rozpałać wyobraźnię samymi

słowami. Chodzi o nauczenie Cię, jak możesz dotrzeć do ludzi, inspirować ich, motywować, prowadzić. Nie jest to książka pełna niezrozumiałych, naukowych dywagacji czy mglistych teorii. Jest to praktyczny poradnik, pełen konkretnych sposobów do wykorzystania w realnych, życiowych sytuacjach, prowadzący do uzyskania oczekiwanych rezultatów. Ta książka nauczy Cię następujących rzeczy: * Jak sprawić, by ludzie naprawdę koncentrowali się na tym, co mówisz. * Jak sprawić, by dana osoba odczuła dowolną, wybraną przez Ciebie, emocję. * Jak używać historii w celu wywołania u słuchacza silnych emocji, a jednocześnie sprawić, by nie odczuwał z tego powodu żadnych negatywnych doznań. * Jak nadać swoim słowom siłę oddziaływania. * Jak sprawić, by dana osoba czuła się z Tobą swobodnie.

Pełną wersję książki zamówisz na stronie wydawnictwa Złote Myśli

<http://ukryta-hipnoza.zlotemysli.pl>