

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



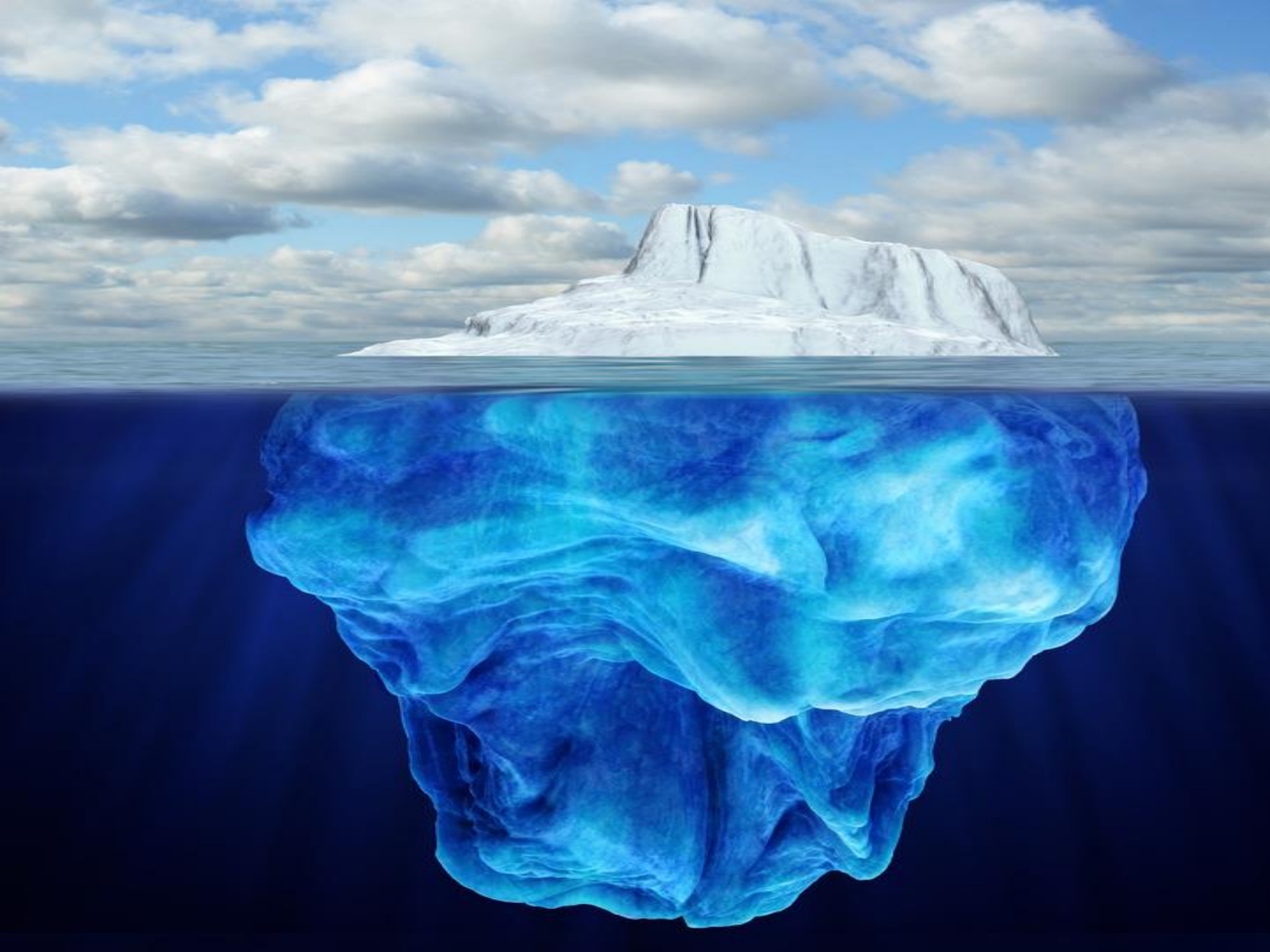
Jak obronić się przed manipulacją? (Internet i telewizja) mgr Sylwester Pilipczuk

Uniwersytet w Białymstoku
16 października 2014 r.

Organizatorzy







NEUROMARKETING



Hipoteza

Decyzje zakupowe nie są racjonalne, lecz **emocjonalne** – dopiero później sobie je uzasadniamy.



Czym zajrzeć do umysłu klienta?

- Tomografia komputerowa
- Rezonans magnetyczny (MRI)
- Tomografia pozytonowa (PET)
- Elektroencefalografia (EEG)
- Badanie galwanicznej reakcji skóry (GSR)
- Badanie ekspresji mięśni twarzy (EMG)

Emocje biorą górę !

- **Przypadek Elliotta** - pacjenta prof. Antonio Damasio
- **Odkrycie Ledoux**
- **Paradoks Pepsi**
- **Badanie na studentach z Princeton**

WNIOSKI: Coraz częściej sprzedajemy emocje, a nie cechy produktu !

Pojęcie manipulacji

- Manipulacja jest to **celowe i skryte** działanie, przez które narzuca się jednostce lub grupie ludzi **fałszywy obraz pewnej rzeczywistości**.
O działaniu ściśle manipulatorskim współdecyduje **odpowiednia intencja**, która mu towarzyszy.

Skuteczna manipulacja

- Każda manipulacja charakteryzuje się dwiema głównymi właściwościami: jest **planowana i skryta**. Skuteczna manipulacja jest zawsze odpowiednio zaplanowana.

Podstawowe tworzywo manipulacji

Elementarnym składnikiem manipulacji jest **informacja**. Tymczasem, aby można było skutecznie manipulować m.in. informacją (naukową, handlową, polityczną itp.), używa się jeszcze bardziej prostych tworzyw, są to: **słowo i obraz**.

Środkami manipulacji mogą być:

- aktywne techniki psychologiczne - np. tworzenie nastroju chwili,
- użycie sygnałów dźwiękowych wpływających na świadomość i system decyzyjny,
- odurzenie (lampka wina),
- obietnice bez pokrycia,
- wyszukiwanie nieuświadomionych potrzeb klientów,
- wykorzystanie nieuwagi i podsuniecie gotowych rozwiązań,
- zdobycie sympatii manipulowanego (komplementowanie),
- sprawianie wrażenia niedostępności dobra reklamowanego,
- podkreślanie wyświadczonej przysługi,
- odwoływanie się do autorytetów.

REGUŁA LUBIENIA I SYMPATII (Według R. B. Cialdiniego)

- Ludzie wolą mówić „tak” tym osobom, które lubią i znają. Jedną z rzeczy decydujących o lubieniu jest jej atrakcyjność fizyczna. Fizyczne piękno rozciąga aureolę na inne cechy: inteligencja, uprzejmość, talent, uczciwość.
- Sympatię nasila też duża częstość kontaktów z jakimś człowiekiem lub przedmiotem.

REGUŁA WZAJEMNOŚCI

Jedną ze skutecznych taktyk profesjonalistów z zakresu wpływu społecznego jest zaoferowanie człowiekowi swojej pomocy, przed wyjawieniem swojej własnej prośby.

Najlepszy sposób obrony przed taktyką związaną z regułą wzajemności jest nie odmowa a **umiejętne odróżnianie rzeczywistych przysług od manipulacji.**

REGUŁA AUTORYTETU

Badania Miligrama, pokazały jak silny jest w naszej kulturze nacisk na bycie posłusznym autorytetom. Automatyczne uleganie autorytetom, może oznaczać uleganie jedynie symbolom, nie zaś jego istocie.

Istniejące badania wskazują że symbolami tymi mogą być np. tytuły, ubrania, samochody.

REGUŁA NIEDOSTĘPNOŚCI

Reguła niedostępności – przypisywanie większej wartości tym możliwościom, które stają się dla ludzi niedostępne.

Reguła niedostępności działa bo:

- Rzeczy niedostępny wydają się cenniejsze
- Nieosiągalność jakiejś możliwości oznacza utratę swobody, co wywołuje opór

REGUŁA DOWODU SPOŁECZNEGO

To jak zachowują się inni ludzie, często może być podstawą naszej własnej decyzji. Prawo dowodu społecznego jest skuteczne:

- Gdy ludzie są niepewni, poszukują wskazówek na zewnątrz
- Gdy dowody społeczne pochodzą od ludzi nam podobnych

REGUŁA ZAANGAŻOWANIA I KONSEKWENCJI

Badania psychologiczne potwierdzają siłę ludzkiego dążenia do bycia zgodnym w obszarach przekonań, postaw i czynów.

Źródła dążenia do zgodności:

- Postępowanie konsekwentne jest korzystniejsze
- Konsekwencją jest cnota cenioną przez społeczeństwo
- Konsekwentne trzymanie się jakiegoś celu jest „drogą na skróty”

Jak obronić się przed manipulacją?

- Zasada nr 1: Poznaj mechanizmy wywierania wpływu
- Zasada nr 2: Patrz z różnych perspektyw
- Zasada nr 3: Miej świadomość własnych potrzeb
- Zasada nr 4: Naucz się asertywnej komunikacji w praktyce
- Zasada nr 5: Szukaj alternatywnych rozwiązań i dokonuj świadomego wyboru

Zasada dodatkowa: **Mimo wszystko korzystaj z okazji.**

Asertywność

- **Asertywność** – zachowanie asertywne to umiejętność, dzięki której ludzie otwarcie wyrażają swoje myśli, preferencje, uczucia, poglądy, bez odczuwania dyskomfortu i nie lekceważąc rozmówców. W sytuacjach konfliktowych, umiejętności asertywne pozwalają osiągnąć kompromis, bez poświęcania własnej godności i rezygnacji z uznanych wartości. Ludzie asertywni potrafią powiedzieć „nie”, bez wyrzutów sumienia, złości czy lęku.
- Asertywna odmowa nie zawiera pretensji ani usprawiedliwień. To stwierdzenie bezpośrednio, czytelne i stanowcze, zawierające słowo „Nie” i jasną informację jak zamierzamy postąpić. Odwołuje się do osobistych preferencji lub postanowień „wolę, chcę, wybieram, zamierzam, zdecydowałem, jest dla mnie ważne”. Może obejmować wyjaśnienie np. „Nie, nie przyjdę do pracy w sobotę, mam już inne plany”.

„ZDARTA PŁYTA”

- Nie ulegaj presji. Presja to również uporczywe próby namówienia nas do czegoś, na co nie jest nam potrzebne. Jeśli zaczniesz **uzasadniać** swoją odmowę zawsze znajdą się **kontrargumenty**. Obroną w takich sytuacjach jest tzw. „**zdarta płyta**”, czyli powtarzanie niezmiennie swojej decyzji: „**Nie jestem zainteresowany tą propozycją**” (Fijewski 1999).

„Potrzebuję, co najmniej godzinę na zastanowienie się...”

- Często zmuszani jesteśmy do pojęcia zakupowej decyzji w szybkim tempie, np. ze względu na siłę reguły niedostępności. Jeśli ktoś ci mówi: „Nad czym się tu zastanawiać? Potrzebna jest szybka decyzja!” działaj w swoim rytmie i odpowiedz: „Potrzebuję, co najmniej godzinę na zastanowienie się”.

Bibliografia:

Agnieszka Olszewska „*Psychomanipulacja. Metody i Techniki.*” Wrocław 2006

Daniel Goleman „*Inteligencja emocjonalna*”, Poznań 2005

Robert Alberti, Michael Emmons „*Asertywność*” Gdańsk 2007

Robert B. Cialdini, *Wywieranie wpływu społecznego*, Gdańsk 2001

Tomasz Witkowski, *Psycho-manipulacje*, Taszów 2006

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ