

LEGILE SECRETE ALE INFLUENȚEI

Dr. Robert Anthony

Traducere: Nicoleta Radu

Editura VIDIA
București, 2014

CUPRINS

1. CUM SĂ AI ÎNCREDERE ÎN PUTEREA TA DE A CONVINDE	9
2. PUTEREA DE A CONVINDE – PRIMELE PATRU MINUTE	21
3. SEMNALELE CORPORALE ALE UNEI PERSOANE CU PUTERE DE CONVINDE.....	35
4. CUM STABILEȘTE ÎNCREDEREA ȘI CREDIBILITATEA O PERSOANĂ CU PUTERE DE CONVINDE	49
5. CUM ÎȘI FOLOSEȘTE PUTEREA O PERSOANĂ CU PUTERE DE CONVINDE.....	63
6. SUNTEM MAI CONVINGĂTORI DACĂ ȘTIM SĂ ASCULTĂM	77
7. PERSOANA CU PUTERE DE CONVINDE ÎI AJUTĂ PE OAMENI SĂ SE DESCHIDĂ.....	89
8. PERSOANA CU PUTERE DE CONVINDE OFERĂ ȘI PRIMEȘTE CRITICI ÎNTR-UN MOD EFICIENT	103
9. CUM SĂ NE FOLOSIM SIMȚUL UMORULUI PENTRU A AVEA MAI MULTĂ PUTERE DE CONVINDE.....	117
10. CUM SĂ AVEM CHARISMA UNEI PERSOANE CU PUTERE DE CONVINDE.....	131
11. TEHNICI AVANSATE DE COMUNICARE FOLOSITE DE O PERSOANĂ CU PUTERE DE CONVINDE	143
12. PERSOANA CU PUTERE DE CONVINDE ȘTIE SĂ OFERE MOTIVAȚII.....	155

Capitolul 3

SEMNALELE CORPORALE ALE UNEI PERSOANE CU PUTERE DE CONVINGERE

Pentru a începe discuția noastră despre semnalele corporale sau comunicarea nonverbală, vă propun să urmărim cum decurge o zi obișnuită din viața unui bărbat căsătorit din clasa de mijloc, pentru a vedea cum produce și cum procesează el comunicarea umană nonverbală. Înainte de toate, el își începe ziua prin a se pregăti pe sine ca mesaj nonverbal adresat lumii. Se bărbiereste (și/sau își tunde barba sau mustața), folosește pastă de dinți, săpun și deodorant pentru a transmite mesaje olfactive; apoi poate să adauge loțiune după bărbierit sau apă de colonie; își piaptăne părul într-un stil cu care cei cu care se va întâlni sunt obișnuiți sau pe care cel puțin îl acceptă. Poate să recurgă la bijuterii – verighetă, inel de absolvire, ac de cravată sau lăntișoare din aur. Bijuteriile pot fi folosite pentru a afișa bogăția, gustul, apartenența politică sau pentru a defini situația (serviciu, timp liber, protocolar, neoficial). Prietenii lui, bărbați și femei deopotrivă, folosesc o gamă întregă de produse cosmetice pentru a-și îmbunătăți aspectul fizic, pentru a masca imperfecțiunile și pentru a scoate în evidență trăsăturile considerate în prezent la modă.

Un om se îmbracă nu doar pentru a se proteja de capriciile vremii, ci și pentru a face o afirmație despre sine, ca persoană. În consecință, ne alegem vestimentația în funcție de evenimentele din ziua respectivă: distracție sau muncă, oficial sau neoficial, important sau neimportant. Hainele noastre reflectă ce

credem despre noi înșine, cum ne simțim în general: fericiți sau triști, tineri sau maturi, moderni sau conservatori. Îmbrăcămintea poate să ne sublinieze trăsăturile cele mai bune ori să ni le mascheze pe cele mai puțin bune.

În timp ce se îmbracă, bărbatul din exemplul nostru poate să asculte muzică ori să privească la televizor. Micul dejun este anunțat de mirosul de șuncă și ouă sau de aroma cafelei. Sau se poate ca micul dejun să vină în pachete strălucitoare și frumos colorate. Expresia facială a partenerei de viață poate să-i spună dacă e mai bine să vorbească ori să citească ziarul. Tot de pe fața ei poate să afle dacă e mai bine să o complimenteze ori să se plângă.

La serviciu, bărbatul interacționează cu prieteni și asociați strângându-le mâna pentru a comunica un salut sau o învoială. În fața prietenilor aprobă din cap, iar asociaților le face semn cu mâna. Încuviințează printr-un zâmbet și dezaprobă încruntându-se.

Când verbalizează, vorbește cu mâinile. Își ajustează interacțiunile recurgând la un tipar complex alcătuit din contact vizual, aprobări din cap și mișcări corporale. În același timp decodifică mișcările celorlalți: statutul lor social, ce le place și ce nu le place sau disponibilitatea lor de a comunica. Întâlnește oameni și le evaluează imediat competența și sinceritatea. Încearcă să fie convingător și să se prezinte într-o lumină cât mai favorabilă.

Se întoarce acasă *mulțumit* sau *nemulțumit* văzând ce spune locuința lui despre poziția lui socială. Observă ordinea sau dezordinea din cameră și încearcă să identifice mirosul care vine din bucătărie. Își îmbrățișează partenera de viață, apoi se relaxează în fața televizorului. Cunoaște melodia de pe genericul emisiunii lui preferate și știe că tipii buni poartă pălării albe. Muzica de fond îi spune când să simtă tensiune sau suspans. Poate că partenera de viață și-a dat cu parfumul care îi place lui și îi aruncă priviri seducătoare. Pot să urmeze drăgălășenii și atingeri sau rezultatul poate să se manifeste printr-un sforăit nonverbal cât se poate de elocvent!

ESTE IMPOSIBIL SĂ NU COMUNICĂM

Exemplul de mai sus arată că este imposibil să nu comunicăm. Fiecare dintre noi este un transmițător care nu poate fi oprit. Indiferent ce am face, transmitem mesaje despre noi înșine. Faptul că voi, și toate persoanele din jurul vostru, transmiteți indicii nonverbale este important, pentru că asta înseamnă că aveți în permanență la dispoziție o sursă de informații despre voi și despre alții. Dacă reușiți să vă acordați la aceste semnale, veți înțelege mai bine cum se simt și cum gândesc cei din jur și veți putea să răspundeți eficient la tot ce spun ei.

Este important să știm că oamenii își exprimă sentimentele prin acțiunile lor și să ne amintim acest lucru când observăm că o persoană exprimă simultan mesaje diferite sau contradictorii prin comportamentul verbal și nonverbal. Un exemplu de astfel de „mesaj dublu” este situația pe care am întâlnit-o cu toții, când cineva roșu la față și cu venele umflate începe să răcnească: „Furios? Nu, nu sunt furios!”. În acest capitol, discutând despre diferitele tipuri de comunicare nonverbală, voi evidenția câteva moduri în care oamenii se contrazic prin comportamente conștiente sau inconștiente. Veți înțelege mai bine cum se simt ceilalți, chiar și când nu pot sau nu vor să vă spună asta prin cuvinte.

CUM SĂ ÎNȚELEGEM ȘI SĂ FOLOSIM „SPAȚIUL PERSONAL”

Fiecare om se mișcă în interiorul unei bule personale care reprezintă spațiul pe care simțim că trebuie să îl punem între noi și ceilalți. Acest lucru poate fi demonstrat cu ușurință dacă încercăm să pătrundem, treptat, în spațiul altei persoane. La un moment dat, persoana respectivă va începe, *iritată sau preocupată*, să bată în retragere. Edward Hall, profesor la Universitatea Northwestern, a fost primul care s-a ocupat de aceste sentimente puternice legate de spațiul personal și a pus bazele unei discipline pe care a numit-o proxemică – studiul modului în care organizăm,

inconștient, microspațiul. Hall a elaborat o teorie care presupune o scală cu mai multe distanțe, fiecare considerată adecvată pentru un anumit tip de relație în Statele Unite.

O *distanță intimă* este până la 45 de centimetri. Este distanța pentru interacțiuni cum sunt luptele greco-romane, actul de a face dragoste sau discuțiile intime. În acest interval oamenii comunică nu doar prin cuvinte, ci și prin atingere, miros și căldura corpului. Fiecare este conștient cât de repede respiră celălalt și percepe schimbările de culoare și textură ale pielii. O distanță cuprinsă între 45 și 75 de centimetri este ceea ce Hall numește distanță *personală*. Ea aproximează dimensiunea bulei personale într-o cultură fără contact, cum este a noastră.

O soție poate să stea confortabil în interiorul spațiului personal al soțului, dar s-ar putea să se agite dacă o altă femeie încearcă să facă același lucru. Se consideră că o distanță cuprinsă între 75 de centimetri și 1,25 metri, cam cât are un braț, se încadrează tot în gama distanței personale, dar este limita dominării fizice. Această zonă mai îndepărtată a distanței personale este potrivită pentru a discuta chestiuni personale.

O distanță cuprinsă între 1,25 metri și 2,10 metri se numește distanță *socială de apropiere*. Într-un birou, oamenii care lucrează împreună stau de obicei la această distanță când vorbesc. Distanța socială *îndepărtată*, între 2,10 metri și 3,60 metri, este potrivită pentru conversațiile oficiale. Birourile persoanelor importante sunt în general suficient de mari pentru a ține vizitatorii la această distanță. Când se depășesc 3,60 metri, intrăm în distanța *publică*, adecvată pentru a ține discursuri și pentru discuții extrem de protocolare.

În opinia lui Hall, oamenii nu doar că nutresc sentimente foarte puternice în legătură cu spațiul, ei au o nevoie biologică să aibă suficient loc de mișcare. Înghesuiala influențează comportamentul, dar îi influențează în mod diferit pe bărbați și pe femei. Bărbații, când sunt înghesuși într-o încăpere mică, tind să devină

suspicioși și combativi. Femeile tind să se apropie una de alta și să se împrietenească; sunt predispuse să se placă mai mult și să considere experiența mai plăcută decât dacă întâlnirea ar fi avut loc într-o cameră mai mare.

Studiile psihologice au arătat că oamenii aleg să stea mai aproape de o persoană pe care o plac decât de una pe care nu o plac. Prietenii stau mai aproape decât simplele cunoștințe, iar oamenii care se cunosc cât de cât stau mai aproape decât cei care nu se cunosc deloc. Prin urmare, spațiul comunică. Când mai mulți oameni se adună într-un grup de conversație (la o petrecere, de exemplu), fiecare individ își exprimă poziția în grup prin locul unde stă. Când grupul se fixează într-o anumită configurație și nimeni nu se mai mută, acesta este un indiciu care arată că negocierile nonverbale au luat sfârșit. Toți cei implicați au ajuns la o înțelegere generală (dar nu permanentă) în legătură cu gradul de intimitate care trebuie menținut. Modul în care oamenii folosesc spațiul poate comunica foarte multe despre relațiile de putere și poziție socială. În general, oamenilor cu o poziție socială *mai înaltă* le acordăm *mai mult* teritoriu personal și o mai mare intimitate.

Observând modul în care oamenii se poziționează, puteți afla foarte multe despre starea lor de spirit. Data viitoare când vă aflați într-o încăpere aglomerată unde oamenii pot alege pe cine să aibă în față, încercați să observați cine pare să fie inclus în acțiune și cine este exclus în mod subtil. Și, în același mod, fiți atenți încotro este orientat corpul vostru. S-ar putea să descoperiți cu uimire că evitați, fără să vă dați seama, o anumită persoană sau că, uneori, chiar le întoarceți spatele oamenilor. În acest caz ar putea fi util să vă întrebați de ce. Evitați o situație neplăcută care trebuie clarificată, comunicați că vă enervează sau că nu vă place o anumită persoană sau transmiteți un alt mesaj? Regula generală este că dacă stați cu fața la cineva îi semnați că vă interesează, iar dacă îi întoarceți spatele vă manifestați dorința de a evita implicarea.

POSTURA ȘI GESTURILE INFLUENȚEAZĂ COMUNICAREA

Un alt mod în care putem comunica nonverbal este prin intermediul posturii, al poziției corpului. Principalul motiv pentru care ne scapă multe mesaje transmise de postură este că aceste mesaje nu sunt foarte clare. Rareori o persoană care se simte împovărată de o problemă se încovoiaie atât de mult încât să iasă în evidență într-o mulțime. Când suntem plictisiți, de obicei nu ne lăsăm pe spate și nu alunecăm în scaun atât de mult încât interlocutorul să se simtă stânjenit. Ideal este să fim atenți la schimbări minore care pot să ne indice cum se simt oamenii.

Eu mă străduiesc să-mi fac discursurile interesante, dar nimeni nu e perfect, așa că se întâmplă să am și zile mai puțin bune. Cum știu când nu reușesc să comunic ce mi-am propus: înainte de a începe să vorbesc, aleg două sau trei persoane din public, din locuri diferite, și sunt atent ce poziție adoptă ele cât ține prezentarea mea. Dacă se apleacă în față, știu că mă descurc, dar dacă văd că încep să alunece în scaune, știu că ar fi cazul să îmi schimb abordarea.

Pe lângă faptul că indică interes sau plictiseală, postura poate să semnaleze tensiune sau relaxare. Adoptăm posturi relaxate în situații neprimejdioase și suntem încordați când ne simțim amenințați. În consecință, putem afla multe despre ce simt oamenii pur și simplu observând dacă sunt încordați sau destinși.

Gesturile constituie o altă sursă bună de comunicare nonverbală. Cei mai mulți dintre noi, cel puțin la nivel inconștient, știm că fața este cel mai vizibil canal prin care ne exprimăm emoțiile, așa că avem mare grijă să ne controlăm expresiile faciale în situațiile în care încercăm să ne ascundem sentimentele. Foarte puțini suntem însă atenți la modul în care ne mișcăm mâinile și picioarele. Din acest motiv, astfel de mișcări arată mai clar cum ne simțim cu adevărat. Putem să identificăm furia uitându-ne dincolo de zâmbet și observând încheieturile albite ale degetelor și pumnii strânși. Oamenii pot să spună prin cuvinte că vor să fie deschiși și sinceri, însă adevăratul mesaj este transmis gestual,

pentru că își duc mâna la gură când vorbesc sau își încrucișează brațele pe piept. Când te mângâi pe cap sau îți treci mâna prin păr, când te uiți în oglindă sau îți rearanjezi hainele, toate aceste mișcări se numesc *comportamente de spilcuire* și arată adesea că interlocutorul te interesează din punct de vedere sexual. Gesturile evidențiază totodată *minciunile prin omisiune*. Ele apar când o persoană vă spune că este fericită sau entuziasmată, dar stă nemișcată, brațele, mâinile, picioarele și postura ei indicând plictiseală, jenă sau oboseală.

CUM SĂ-I ÎNȚELEM PE ALȚII DUPĂ EXPRESIILE FEȚEI

Probabil că fața și ochii sunt cele mai vizibile părți ale corpului, însă tot ele sunt cel mai greu de citit din mai multe motive. În primul rând, este greu să descriem numărul și tipurile de expresii pe care le folosim. În plus, expresiile feței se schimbă foarte repede, unele durează doar o cincime de secundă. Chiar și așa, puteți descifra mesajele dacă sunteți atenți la fețele oamenilor. Căutați acele expresii care par să fie exagerate. De multe ori, cineva care încearcă să se păcălească singur ori să-i păcălească pe alții își va scoate în evidență masca până la un punct în care ea va părea prea exagerată ca să fie adevărată. O altă modalitate de a detecta sentimentele unei persoane este să-i urmăriți expresiile în momentele în care e puțin probabil să acorde atenție aspectului exterior. În sfârșit, puteți să căutați expresii contradictorii în părți diferite ale feței unei persoane. Ochii spun ceva, însă expresia gurii sau sprâncenele transmit un mesaj opus.

Ochii în sine pot să transmită mai multe tipuri de mesaje. Când surprindeți pe cineva că se uită la voi, de obicei acesta este un semn de implicare, pe când dacă își ferește privirea, își manifestă dorința de a evita contactul. Din acest motiv cerșetorii de pe stradă încearcă să vă privească în ochi. După ce stabilesc contactul vizual, persoanei abordate îi este greu să se retragă. Ochii comunică o atitudine pozitivă sau negativă; la fel, comunică dominanță sau supunere. Cu toții am jucat jocul de a încerca să ne uităm la cineva intens până când își ferește privirea, iar uneori,

În viața reală, când o persoană își coboară privirea înseamnă că acea persoană a capitulat, s-a dat bătută.

Chiar și pupilele comunică. Pupilele unei persoane se dilată în funcție de gradul de interes pe care îl manifestă pentru un anumit obiect. Astfel, un vânzător priceput poate să își sporească profitul dacă este atent la dilatarea pupilelor.

PARALIMBAJUL – CE SPUNEM CU ADEVĂRAT?

Un alt canal de comunicare nonverbală este vocea. Nu cuvintele, ci felul în care le spunem. Schimbând modul în care accentuăm cuvintele, putem schimba întreaga semnificație a mesajului verbal.

Vocea noastră comunică și în alte moduri: prin tonalitate, viteză, intonație, prin numărul și durata pauzelor, prin volum, bălbâială sau prin sunete cum sunt *mmm*, *mda*, *hm* și altele asemenea. Toți acești factori poartă denumirea de paralimbaj și contribuie foarte mult la consolidarea sau la contrazicerea mesajului pe care îl transmit cuvintele noastre. Comunicarea prin paralimbaj nu este întotdeauna ceva intenționat. De multe ori, vocea noastră ne dă de gol când vrem să creăm o altă impresie decât ce simțim noi de fapt. De exemplu, probabil că ați vrut să păreți calmi și liniștiți când în realitate erați nervoși la culme. Poate că o vreme ați reușit să vă păcăliți interlocutorul – ați zâmbit când trebuia, nu ați gesticulat excesiv, ați avut o postură aparent relaxată –, apoi, fără să puteți face nimic pentru a remedia situația, exact în toiul explicațiilor voastre relaxate, vocea v-a devenit stridentă și farsa a luat sfârșit. Ideea e să fim conștienți că folosim paralimbajul care consolidează sau contrazice adevăratul mesaj pe care îl transmitem.

IMPORTANȚA ATINGERII

Atingerea este cea mai simplă modalitate de care dispunem pentru a stabili contactul cu ceilalți și, în plus, este esențială

pentru a ne dezvolta sănătos. Atingerea are un rol extrem de important pentru a ne exprima încurajarea sau tandrețea, pentru a ne manifesta sprijinul sau a complimenta pe cineva – și în multe alte privințe. Se pare că o persoană, cu cât are mai multă încredere în ea și mai multă stimă de sine, cu atât are mai multe șanse să se apropie de ceilalți.

În general, oamenii se ating când oferă informații, dau un ordin, cer o favoare, încearcă să convingă, se angajează într-o conversație profundă, comunică entuziasm sau primesc mesaje de îngrijorare și neliniște. Atingerea poate să fie de natură funcțional-profesională (intenția este nonpersonală, oficială și centrată asupra unei anumite sarcini) sau poate să fie un act de politețe socială, ca atunci când strângem mâna cuiva; ea poate să transmită prietenie și căldură (care arată că ne place și recunoaștem unicitatea interlocutorului) sau dragoste și intimitate, un indiciu al atașamentului emoțional.

Studiile recente arată că mulți oameni simt că le lipsește căldura și vor să readucă acest element în viața lor. Întrucât studiile indică în mod clar că pentru a ne dezvolta sănătos contactul fizic este esențial, s-ar putea ca societatea în care trăim să fi început deja să acorde mai multă importanță atingerii.

REȚINEȚI, ASPECTUL EXTERIOR ESTE O FORMĂ DE COMUNICARE

O altă modalitate pentru a vă pune în valoare în fața celor cu care interacționați o reprezintă vestimentația. Alegerea hainelor comunică o serie de informații clare despre cel care le poartă. Uneori oamenii intră în legătură cu voi doar datorită felului în care sunteți îmbrăcați. Nu uitați că majoritatea oamenilor împărtășește experiența conform căreia când arăți bine, te simți bine. Aspectul curat și îngrijit vă influențează atitudinea și comportamentul.

S-au scris multe cărți și articole despre cum să ne îmbrăcăm, dar, în general vorbind, în majoritatea profesiilor stilurile, culorile și

modelele conservatoare se impun în fața celor despre care revistele de modă ne spun că se poartă într-un anumit sezon. Când adopți un stil vestimentar conservator, le transmiți celorlalți că aveți situația sub control și că nu e ușor să vă influențeze cineva. Este adevărat că omul de sub haine este mai important decât hainele care îl îmbracă; rețineți însă că felul în care *arătați* când spuneți ceva este mai important decât *ce* spuneți.

TIPURILE DE CORP INFLUENȚEAZĂ TRĂSĂTURILE DE PERSONALITATE

Cum rămâne însă cu omul *de sub* haine? De multă vreme, cercetătorii încearcă să stabilească o corelație între tipurile de corp și anumite trăsături de personalitate. Există trei categorii principale de tipuri corporale. În prima categorie intră indivizii *endomorfi*. Astfel de oameni sunt moi, rotunzi, tind să fie supraponderali și sunt percepuți ca fiind mai vorbăreți, mai politicoși, mai plăcuți și mai demni de încredere. În a doua categorie intră indivizii *mezomorfi*. Astfel de oameni sunt osoși, musculoși, atletici și sunt percepuți ca fiind mai aventuroși, arătoși și încrezători în propriile forțe. A treia categorie o reprezintă indivizii *ectomorfi*. Acești oameni pot fi descriși ca fiind înalți, subțiri și fragili; sunt percepuți ca fiind mai încordați, nervoși, pesimiști, dificili și tăcuți.

Rețineți că acestea sunt definiții generale și că trăsăturile de personalitate nu se asociază întotdeauna cu tipurile corporale din lista de mai sus. Tipurile corporale apar într-un număr mare de combinații ale celor trei categorii de bază. Formele și dimensiunile sunt controlate, în diverse grade, de ereditate, de alimentație sau de volumul activității fizice. În orice caz credem suficient de mult în aceste descoperiri pentru a ne da de gândit la modul serios. Este adevărat că fizicul afirmă doar *parțial* cine sunteți și ce sunteți voi, însă este un mesaj nonverbal care se poate dovedi foarte important când creează o *primă impresie*. Oamenii care reușesc să se mențină într-o condiție fizică bună

fac o primă impresie favorabilă. Ceilalți îi consideră disciplinați și capabili să preia controlul în orice întâlnire personală sau de afaceri.

Dacă nu aveți condiția fizică pe care v-ar plăcea să o aveți, situația se poate remedia printr-o alimentație adecvată și prin exerciții fizice. Așa cum am spus, când arăți bine, te simți bine. Afirmatia este valabilă mai cu seamă când e vorba de condiția fizică.

Alte aspecte legate de corp intervin când se formează primele impresii. Parfumul pe care îl alegeți influențează în mare măsură modul în care ceilalți reacționează la prezența voastră.

Alegerea și aplicarea cu atenție a acestor produse vă poate consolida poziția în fața partenerilor de afaceri. Ei vor observa că purtați ceva unic prin care vă detașați de celelalte persoane cu care intrați în contact la serviciu.

Obiceiurile personale care implică mirosuri ofensatoare se propagă și la locul de muncă. Dacă sunteți fumător de trabucuri, pipă sau țigări sau dacă vă place să mâncați ceapă și usturoi, ar trebui să observați dacă aceste obiceiuri îi afectează pe cei cu care interacționați. Dacă ați lucrat vreodată cu cineva căruia îi miroase gura sau a căruia transpirație emană un miros insuportabil, știți cu siguranță ce înseamnă comunicare nonverbală!

ZECE ASPECTE DE ȚINUT MINTE

Înainte de a încheia discuția despre indiciile corporale ale unei persoane cu o mare putere de convingere, se cuvine să insistăm încă o dată asupra câtorva puncte. În primul rând, într-o conversație obișnuită între două persoane, 7% din impact rezultă din ce spun oamenii, 38%, din cum o spun și 55%, din cum arată în timp ce o spun. S-ar putea să vă fi fost greu să credeți asta, dar acum știți câte canale de comunicare există: distanță, atingere, postură și tensiune a corpului, expresia feței, mișcările corpului și ale mâinilor, îmbrăcăminte, fizic, tonalitatea vocii, ritmul în care

vorbiți și stilul de limbaj la care recurgeți. Acestea sunt cele zece modalități prin care vă puteți determina corpul să spună ce are de spus.

Cred că acum înțelegeți importanța congruenței. Mesajele contradictorii transmise prin două canale diferite indică prezența unei minciuni intenționate sau inconștiente; acordându-vă semnalele, vă consolidați mesajele. Conștientizând în acest fel mesajele pe care voi și ceilalți le trimiteți, veți înțelege mai bine și vă veți perfecționa abilitatea de a convinge și a comunica.

CINCI PAȘI PENTRU A-I CONVINGE PE ALȚII FOLOSINDU-VĂ INDICIILE CORPORALE

1. Cea mai utilă și mai eficientă formă de limbaj corporal este zâmbetul vostru. Un zâmbet adevărat implică sinceritate – iar sinceritatea este de obicei asociată cu disponibilitatea de a fi cinstit și corect.
2. Strângerile de mână transmit imaginea pe care o aveți despre voi. O persoană cu o stimă de sine crescută are o strângere de mână fermă și sigură, pe când cineva care suferă de un complex de inferioritate va reflecta această stare. Faceți ca strângerile voastre de mână să lucreze în avantajul vostru strângându-le mâna oamenilor cu fermitate, franchețe și convingere, menținând contactul vizual direct.
3. Cea mai convingătoare poziție corporală pentru a indica *invulnerabilitate* este să fiți deschiși și vulnerabili. Țineți brațele întinse și umerii dreupți, nu gârboviți. Umpleți mai mult spațiu cu corpul vostru, nu încercați să vă faceți cât mai mici și să vă retrageți în voi înșivă.
4. În discursul vostru folosiți „pauza”. Nu trebuie să vă fie teamă să tăceți în timp ce vă căutați cuvintele potrivite pe care să le roștiți pentru a prezenta o idee nouă. Opriți-vă – mișcați-vă – adoptați o atitudine meditativă. În felul acesta comunicați că

ideea voastră va fi una importantă, chiar dacă nu știți sigur ce va transmite!

5. Mențineți congruența între cuvintele pe care le roștiți și mesajul comunicat de corpul vostru. În felul acesta stabiliți încredere și convingere în ideile voastre și comunicați cu mai multă siguranță de sine.

Capitolul 4

CUM STABILEȘTE ÎNCREDEREA ȘI CREDIBILITATEA O PERSOANĂ CU PUTERE DE CONVINGERE

Vreme de mai mulți ani, caricaturistul Charles Schultz a sărbătorit deschiderea sezonului de fotbal cu o poveste în benzi desenate intitulată Peanuts, în care ne înfățișează necazurile pe care Charlie Brown le are cu Lucy. Intriga este întotdeauna aceeași. Lucy se oferă să țină mingea pe sol pentru ca Charlie Brown să poată exersa loviturile de pe loc. Însă, în fiecare an, Lucy trage mâna exact când el vrea să lovească și Charlie cade la pământ. De fiecare dată noi, cititorii, știm ce o să se întâmple. Suspansul intervine doar prin ce face ori spune Lucy pentru a contracara suspiciunile lui Charlie (de altfel, justificate), care se așteaptă ca și în anul acesta să fie la fel. De pildă, într-un an Lucy a explicat: „Eu reprezint o organizație și țin această minge ca reprezentant al acelei organizații”. Charlie a crezut că, reprezentând o organizație, Lucy era sinceră, așa că a venit în viteză ca să lovească mingea. Peste câteva secunde, când Charlie zăcea amețit de la impactul cu gazonul, Lucy i-a explicat: „Mingea de anul acesta ți-a fost retrasă prin bunăvoința mișcării de eliberare a femeii!”.

Mulți oameni constată că necazurile lui Charlie Brown seamănă cu ale lor. În acest caz este vorba de o problemă care ține de încredere. E bine să aibă Charlie *încredere* în Lucy? Cum poate ști, înainte de a se pregăti să lovească mingea cu putere, dacă o să înscrie un gol sau o să ajungă pe gazon cu dureri de spate, obiectul batjocurii lui Lucy? Puțini dintre noi ne facem griji că

o fată s-ar oferi să ne țină mingea când ne antrenăm, însă cu toții avem de luat decizii dificile care implică mai multe aspecte: dacă și cât de mult și în ce privințe să avem încredere în alți oameni.

CARACTERISTICI ESENȚIALE ALE ÎNCREDERII

Vom începe prin a analiza contextul încrederii. Încrederea apare doar în relațiile care au anumite caracteristici. Prima este *neprevăzutul*. E vorba de acele situații în care comportamentul persoanei investite cu încredere influențează rezultatele persoanei care manifestă încredere – în moduri importante. În consecință, persoana care oferă încredere trebuie să fie dispusă să se arate vulnerabilă.

A doua caracteristică este *predictibilitatea*. Ea descrie situațiile în care persoana care oferă încredere are un anumit grad de încredere în privința a ce așteaptă sau anticipează de la comportamentele și/sau intențiile persoanei investite cu încredere. Fără predictibilitate poate să existe speranță, dar nu va exista niciodată încredere. Să luăm, de exemplu, un om care transportă noaptea o sumă mare de bani printr-un cartier cunoscut ca având o rată mare a infracționalității. Dacă aude pași în întuneric, în fața și în spatele lui, poate să sperie că va scăpa cu bine. Va avea însă o experiență cu totul diferită dacă știe cine este acolo și dacă poate să prevadă comportamentul infractorului având încredere că nu îl va jefui.

A treia caracteristică o reprezintă *alternativele*. E vorba de acele situații în care persoana care manifestă încredere poate să facă și altceva decât să aibă încredere, adică să aleagă dacă să *mențină ori să crească* vulnerabilitatea pe care i-o arată interlocutorului. Prin urmare, când un individ se află într-o situație în care ce i se întâmplă depinde de comportamentul celuilalt, el are o bază de la care pornește pentru a prevedea cum se va comporta celălalt. El are opțiunea să se comporte într-un mod care să crească ori să limiteze măsura în care îl va afecta comportamentul celuilalt; doar atunci va apărea încrederea.

Comportamentele prin care se manifestă încredere sunt cele care cresc în mod deliberat vulnerabilitatea unei persoane față de o altă persoană. Pentru a atinge o stare cognitivă de încredere trebuie să percepi persoana în care investești încredere ca fiind și *competentă*, și *bine intenționată*. Competența implică să consideri adecvate cunoștințele, opiniile și abilitățile celuilalt. Dacă ți-ai fractura un picior, probabil că nu ai avea încredere că prietenul tău știe cum să-ți pună oasele la loc. Poate că nu te-ai îndoii de bunele lui intenții, dar probabil că ai prefera să aștepți un medic și să te bizui pe competența aceluia medic. Pe de altă parte, există situații în care știm că oamenii sunt competenți, dar nu avem încredere în ei fiindcă nu-i considerăm bine intenționați. În această categorie intră unii funcționari publici.

CUM SĂ NE COMPORTĂM CU CELE TREI TIPURI PRINCIPALE DE PERSONALITATE

Problemele de comunicare apar frecvent pur și simplu pentru că oamenii percep și transmit informațiile în moduri diferite. Există trei stiluri fundamentale de comunicare, foarte diferite unul de altul. Cea mai rapidă modalitate pentru a stabili încrederea și raportul cu o altă persoană este să identificăm mai întâi tipurile de oameni care tind să folosească unul dintre aceste trei stiluri. Vă oferim câteva sugestii care vă vor ajuta să evitați neînțelegerile.

Primul tip este *analiticul*. Nu întotdeauna este ușor să-i cunoști pe analitici, pentru că sunt elocvenți, se exprimă în fraze complicate și folosesc termeni analitici. Cei mai mulți sunt foarte competenți în a transmite concepte și idei. Pentru a stabili foarte repede un climat de încredere cu o persoană analitică, expuneți pur și simplu faptele și treceți imediat la subiect. Analiticii înțeleg ideile din prima, se plictisesc și nu mai sunt atenți dacă veți continua cu explicațiile. Ei respectă oamenii care vorbesc scurt și la obiect, care cunosc detaliile și sunt organizați.

Al doilea tip este *emoționalul*. Spre deosebire de analitici, care folosesc sintagme de genul „eu cred” sau „eu înțeleg”, indivizii

emoționali se exprimă spunând „am *senzația* că e bine așa” sau „*simt* că e un lucru bun”. Întrucât funcționează la nivel de instinct, s-ar putea să le fie greu să-și exprime sentimentele prin cuvinte. Când interacționați cu astfel de persoane, fiți răbdători, oferiți-le multe detalii și lăsați-le tot timpul de care au nevoie pentru a-și exprima ideile. Încurajați-i să vă ofere feedback și fiți generoși cu aprecierile la adresa lor.

Al treilea tip este *vizualul*. Astfel de oameni sunt buni organizatori și tind să fie perfecționiști. Vizualii folosesc frecvent expresii de genul „văd care e situația” sau „văd la ce te referi” sau „uite cum stau lucrurile”. Când interacționați cu o persoană vizuală, cel mai bine e să-i oferiți o imagine de ansamblu asupra subiectului folosind expresii descriptive și, dacă se poate, mijloace vizuale.

ADRESAȚI ÎNTREBĂRI PENTRU A CREA UN CLIMAT DE ÎNCREDERE ȘI CREDIBILITATE

Indiferent în ce stil de comunicare se încadrează individul cu care interacționați, o modalitate simplă pentru a-l face să vă vorbească e să-i adresați întrebări.

Întrebați-l despre lucruri care știți că îl interesează, de pildă: „Am auzit că vă place mult fotbalul. Eu n-am putut să ajung la meciul de duminică, dar am aflat că echipa Cowboys s-a descurcat foarte bine. Ați văzut cumva meciul la televizor?”.

Adresați-i întrebări pentru a-l atrage într-o discuție despre hobby-urile lui: „Văd că folosiți un obiectiv nou-nouț. Sunteți pasionat de fotografie, ca și mine?”.

Întrebați despre lucruri care îi vor încuraja pe interlocutori să vorbească despre locul lor de muncă: „Am văzut că aveți pe mașină un sticker al companiei XYZ. Faceți parte din conducere sau lucrați în departamentul de producție al companiei?”.

Adresați întrebări prin care, într-un fel sau altul, îi faceți un compliment interlocutorului: „Îmi place costumul pe care îl

purtați. Pot să vă întreb de unde l-ați cumpărat? Mă interesează să găsesc un magazin cu îmbrăcăminte de calitate”.

Nu adresați întrebări despre viața personală. Fără îndoială că instinctul vă va avertiza că nu e bine să adresați întrebări directe, de genul: „Cum vă descurcați financiar cu doi copii la facultate?”. Nu faceți decât să dați dovadă de bun-simț dacă așteptați până când interlocutorul se arată dispus să vorbească și spune, de pildă: „Mă bucur că m-am ocupat din timp de aspectul financiar privind educația copiilor”. O astfel de remarcă deschide o ușă și vă dă libertatea să interveniți: „Eu am doi copii în școala primară, ar trebui să încep să-mi fac un plan financiar pentru când vor merge la facultate. Nu știu însă cum să procedez. Dumneavoastră cum ați procedat?”.

Când sunteți doar doi, întrebările vă ajută foarte mult să creați un climat de încredere. Când interacționați cu un grup, veți avea mai mult succes dacă recurgeți la o metodă cu o bază mai amplă. Alegeți un subiect care interesează cât mai multe persoane din grup și inițiați o discuție pe acel subiect. Iată trei moduri simple pentru a face acest lucru: 1) puneți-i să lucreze împreună pentru a rezolva o problemă; 2) discutați despre un hobby sau o pasiune pe care o împărtășesc toți membrii grupului; 3) vorbiți despre o experiență la care ați fost, cu toții, martori. După cum vedeți, e ușor să inițiezi o conversație de grup dacă încurajezi pe cineva să vorbească despre un subiect care îi interesează pe toți ceilalți. Tot ce trebuie să faceți e să vorbiți până când conversația se pune în mișcare. Apoi puteți să vă relaxați, să ascultați și să-i lăsați pe ceilalți să vorbească. Folosiți o vreme această abordare și veți vedea că în scurt timp vă intrați în reflex. Lucru mult mai important, oamenii vor înțelege repede că în situațiile în care sunteți în preajmă au loc conversații interesante. Veți fi întâmpinați cu bucurie peste tot pe unde mergeți.

RĂSPUNDEȚI ÎN LOC SĂ REACȚIONAȚI

E aproape supranatural cum își dau oamenii seama ce sentimente aveți despre ei și cum reacționează la sentimentele

voastre. Arătați-le prietenie și vor fi prietenoși cu voi; arătați-le însă că îi antipatizați și vă vor antipatiza și ei. Așa se explică de ce oamenii care stabilesc repede un climat de încredere și credibilitate au întotdeauna o atitudine pozitivă față de alți oameni. Ei știu că atitudinea lor pozitivă va fi percepută și că li se va răspunde cu aceeași monedă. Astfel de oameni folosesc în mod inconștient mai multe tehnici de bază pentru a-și asigura popularitatea.

În afară de cazul în care sunteți pustnici, nu aveți cum să nu stabiliți zilnic contacte cu alți oameni. Modul în care *gestionați* aceste contacte decide dacă acei oameni vă plac sau nu. Din păcate, cei mai mulți gestionăm contactul cu alții în felul următor: ne îngropăm gândurile și sentimentele cât mai adânc, arborăm un zâmbet și încercăm să ne facem plăcuți. Apoi ne adunăm cu alții care, la rândul lor, se ascund. Fiecare se așază la o distanță sigură față de ceilalți și azvârle cu vorbe fără noimă către carapacea celuilalt. Unii numesc asta comunicare – eu zic că asta înseamnă să-ți răcești gura degeaba și că e o pierdere de vreme. E ca și cum ai consuma coaja și ai arunca banana.

Vă propun o abordare mai profitabilă: nu aruncați cu vorbe, răspundeți-i fiecăruia ca individualitate. Cea mai simplă modalitate pentru a face acest lucru e să le acordați celorlalți întreaga voastră atenție, punând sentimentele și gândurile lor înaintea alor voastre. După ce exersați un timp, veți vedea că nu va trece mult și vă veți întreba în mod automat: „Ce tip de personalitate are? Este încrezător sau ezitant, rezervat sau sociabil? Care este atitudinea lui generală – este optimist sau pesimist, are vederi largi sau este conservator? Când în conversație intervine o idee nouă, prima lui reacție este una pozitivă sau negativă?”.

Astfel de întrebări vă ajută să-i citiți rapid pe ceilalți. Vă va fi mai ușor să răspundeți și să vorbiți cu fiecare persoană în așa fel încât acea persoană să înțeleagă. Și mai important este că prin acțiunile și cuvintele voastre îi veți arăta că recunoașteți și respectați

unicitatea fiecăruia. Procedați astfel și veți vedea că și celălalt vă va respecta și vă va plăcea ca persoană.

Când vreți să vă asigurați că ați creat în mintea interlocutorului o impresie pozitivă, discutați despre un subiect care îl interesează pe el, nu despre unul care vă interesează pe voi. O altă metodă care vă garantează că veți fi acceptați este să puneți pe primul loc nevoile interlocutorului, iar pe ale voastre să le puneți pe locul al doilea.

Mulți oameni întâmpină dificultăți când trebuie să exprime cu claritate ce au în minte; pe astfel de oameni îi identificați cu ușurință. Bâjbâie după cuvinte, repetă întruna același gând, acționează ezitant și vă dau de înțeles, la modul intuitiv, că le este greu să comunice. Când interacționați cu asemenea oameni, îi puteți ajuta dacă îi ascultați în mod creator, pentru a sesiza gândul de bază pe care încearcă să vi-l comunice și pentru a-i ajuta apoi să se exprime clar și cu acuratețe.

CUM SĂ FOLOSIM CUVINTELE POTRIVITE LA MOMENTUL POTRIVIT

Neputința de a stabili încrederea și credibilitatea apare, de cele mai multe ori, din cauză că nu știm cum să folosim cuvintele potrivite la momentul potrivit. Vă ofer câteva sfaturi care să vă învețe să vorbiți folosind același limbaj cu interlocutorul.

În primul rând, folosiți cuvinte care vă ajută să înaintați. Oamenilor le place să audă astfel de cuvinte. Le creează un sentiment plăcut la adresa voastră și tind să îi determine să vă răspundă. Iată câteva dintre aceste cuvinte: *voi, al vostru, voi înșivă, noi, al nostru, noi înșine, îmi pare rău, promit, te rog, mulțumesc și mă scuzați*. O importantă companie de comunicații a instituit o regulă internă care spune că toate scrisorile cu antetul companiei, indiferent cine le-ar fi scris, nu pot fi expediate în cazul în care conțin cuvântul *eu*. Prin urmare, cuvintele „voi” și „al vostru” chiar fac minuni. Compania știe că persoana cu care interacționează, oricine ar fi ea, va fi mișcată de astfel de cuvinte cu tentă

personală. Aceste cuvinte atrag întotdeauna atenția; în momentul în care le roștiți, cei cu care vorbiți devin mai atenți și mai amabili.

În al doilea rând, renunțați la cuvintele care vă țin pe loc. Când aud asemenea cuvinte, oamenii tind să vă întoarcă spatele, chiar dacă s-ar putea să nu înțeleagă de ce fac asta. Câteva cuvinte care vă țin pe loc sunt: *eu, pe mine, mie, eu însumi, al meu, mai târziu și poate*. De obicei, astfel de cuvinte arată că voi comunicați în termenii voștri, nu ai interlocutorului. Marea diferență este aici punctul de vedere. Când vorbiți în limbajul interlocutorului înseamnă că vedeți lucrurile din perspectiva lui – asta îi place *lui* și asta apreciază *el*. Nu înseamnă că cedați în fața cererilor celorlalți sau că renunțați la convingerile voastre ori vă expuneți. Înseamnă că, prin cuvintele voastre, vă puneți în locul lor, intrați în mintea lor și vedeți prin ochii lor.

În al treilea rând, folosiți cuvinte *simple*. Asta nu înseamnă să roștiți doar cuvinte monosilabice, doar că trebuie să renunțați la cuvintele complicate și greu de înțeles dacă nu sunt în vocabularul interlocutorului. Nimeni nu știa asta mai bine decât Winston Churchill. Când a fost nevoie să concentreze trupele britanice pentru a-și apăra țara, Churchill nu a recurs la vorbe cu două înțelesuri. Le-a vorbit concetățenilor folosind cuvinte pe înțelesul lor. „Nu pot să vă ofer decât sânge, trudă, lacrimi și sudoare”, le-a spus el. Churchill ne-a împărtășit ce învățase când a scris următoarele: „Toată viața mi-am câștigat existența prin cuvintele pe care le scriu și pe care le rostesc. Dacă am învățat ceva legat de folosirea cuvintelor, ce știu mai bine și ce contează mai mult pentru mine este următorul lucru: dintre toate cuvintele pe care le cunosc, cuvintele scurte sunt cele mai utile. Ele sunt cuvintele pe care ceilalți le știu. Ele sunt cuvintele care îi *fac* pe alții să știe. Și ele sunt cuvintele care îi mișcă pe oameni”.

Nu puteți stabili încrederea și credibilitatea dacă aveți nevoie de un interpret. Să luăm, de pildă, următorul memoriu pe care un agent de asigurări l-a trimis către sediul central: „Presiunea implicată în obținerea depozițiilor de la martorii prezenți la fața

locului, atât pentru reclamant, cât și pentru pârât, a făcut necesară amânarea cu trei zile a datei fixate pentru arbitrarea constatărilor fără a se prevedea nicio abatere”. În încheiere, se spune: „Raportul complet se va afla pe biroul dumneavoastră în ziua de joi”. Amintiți-vă regula de a păstra lucrurile simple, de a nu le complica (*keep it simple – KISS*). În plus, adaptați-vă cuvintele în funcție de ocazie, de împrejurări. În funcție de client, un vânzător de mașini știe dacă să vorbească despre stil, confort, frumusețe și siguranță sau despre cai-putere și coeficient de compresie. Când sunteți cu un medic, nu încercați să-l impresionați cu vorbe sforăitoare pe care le-ați citit în cine știe ce carte de medicină. Explicați-i că vă doare stomacul și spuneți-i unde vă doare când respirați. Medicul va înțelege și mă îndoiesc că o să vă recomande să „luați 500 de miligrame de acid acetilsalicilic și să mergeți la culcare”. Mai degrabă vă va spune așa: „Luați două aspirine și băgați-vă în pat”.

În al patrulea rând, nu folosiți *cuvinte care irită*. Acestea sunt cuvinte care îl fac pe interlocutor să adopte o atitudine defensivă. Astfel de cuvinte sunt cele care se opun sistemului său de convingeri în domenii ca religia, politica, rasa, etnicitatea, familia și economia. Soluția e să cunoașteți persoana respectivă și să evitați cuvintele care credeți că ar influența-o în mod negativ. O astfel de problemă nu apare când comunicați cu cineva care vă împărtășește convingerile. Neplăcerile intervin când discutați un subiect cu o persoană care are puncte de vedere *opuse*. Repet, asta nu înseamnă că trebuie să renunțați la principiile voastre ori să nu discutați un anumit subiect. Trebuie doar să vă alegeți cuvintele cu discreție și să acceptați divergența de idei.

În al cincilea rând, aveți grijă cu *expresiile argotice*. Nu e nimic greșit cu argoul. De multe ori, expresiile puternice din argou ne ajută să subliniem o anumită idee. Ele au însă tendința să se demodeze repede și sunt înlocuite de cuvinte sau expresii noi. În plus, anumite expresii argotice au conotații politice, emoționale sau fac trimitere la diferența dintre generații și s-ar putea să nu vreți să transmiteți asemenea conotații. Rar se întâmplă ca astfel

de expresii să funcționeze pentru voi la fel de bine cum funcționează o expresie directă, când spuneți lucrurilor pe nume. „Parchează la mine” poate să fie plin de culoare și poate că persoana căreia vă adresați știe exact la ce vă referiți. Veți comunica însă mai bine dacă spuneți: „Ce-ar fi să rămâi la mine peste noapte?”. La fel, nu exagerați cu expresiile într-o limbă străină și folosiți-le doar dacă știți cu adevărat ce înseamnă, în așa fel încât atunci când recurgeți la ele, să fie în avantajul vostru.

În al șaselea rând, *spuneți exact ce gândiți*. Nu folosiți cuvinte cu două înțelesuri sau cuvinte evazive ori cuvinte care sună a ceva, dar de fapt înseamnă altceva. Cuvintele vagi nu-și au locul decât când nu vreți să vă angajați, să vă asumați responsabilitatea. De exemplu, spuneți: „Să luăm prânzul împreună marți, dacă poți și tu”, nu „Ce-ar fi să luăm prânzul împreună cândva?”. Prima frază spune exact ce aveți în minte, să luați prânzul marți cu persoana respectivă. A doua aproape că spune: „Nu îmi pasă dacă luăm sau nu prânzul împreună”. Amintiți-vă de situațiile în care ați fost surprinși când cineva care a lipsit de la o întâlnire sau v-a lăsat să așteptați degeaba v-a spus mai târziu: „Dar eu am crezut că ai spus că...”. Data viitoare spuneți exact ce aveți în minte.

În al șaptelea rând, *gândiți exact ce spuneți*. O modalitate de a vă compromite întru totul credibilitatea este să nu aveți nici cea mai mică intenție de a face ce spuneți că veți face ori să mergeți unde spuneți că veți merge. Ați auzit vreodată cum cineva vă spune: „O să te sun”, dar în mintea voastră vă întrebați: „Chiar e cazul să aștept telefonul tău”? Astfel de cuvinte le spun oamenii care vorbesc mult și nu fac nimic. S-ar putea să fiți tentați să le folosiți fiindcă știți că aceste cuvinte nu vă obligă în niciun fel. Câteva asemenea cuvinte și expresii sunt următoarele: *poate, vom vedea, cândva, să mă mai gândesc, o să încerc să rezolv* – și alte câteva sute. Ideea este că dacă vreți să fiți credibili și demni de încredere, trebuie să vă țineți promisiunile și să vă comportați în așa fel încât oamenii să se bazeze pe voi. Vreți ca ei să știe că vorbele voastre au acoperire în fapte, că pot conta pe voi. Dacă una gândiți și alta spuneți, mai bine nu mai spuneți nimic.

În ultimul rând, uitați de vulgaritate. Persoana care vă observă vulgaritatea și nu îi place sau este ofensată de ea este adesea o persoană care o folosește excesiv și nu conștientizează că apară o anumită imagine. Nu vă lăsați tentați de dorința de a semăna cu o astfel de persoană. Evidențiați-vă prin a fi diferiți. Ira Hayes, vorbitor public de prestigiu și un director de firmă remarcabil, spunea așa despre vulgaritate: „Vă depreciați singuri când folosiți vulgaritatea. Nu aveți nevoie de ea; nu poate să vă ajute – renunțați la ea”.

FIȚI MAI PRESUS DE SFIALĂ ȘI TIMIDITATE

Toată viața lor, mulți oameni nu trăiesc la potențialul lor maxim în ce privește comunicarea. De fapt, își creează singuri limitări – nu pentru că le-ar lipsi abilitatea, ci pur și simplu pentru că le lipsește încrederea în ei înșiși. Așa cum am arătat mai devreme, secretul pentru a stabili încrederea și credibilitatea este să ai încredere în tine și în forțele tale. Ce crezi tu despre tine și încrederea pe care o ai în tine vor determina măsura în care ceilalți cred în tine. De fiecare dată când vedeți cum cineva își fixează limite, puteți fi siguri că modul de gândire al acelei persoane îi este cel mai mare dușman. Toate acestea pot fi evitate. Oricine își poate canaliza gândirea în direcția corectă. Există metode pe care toți le putem folosi pentru a ne ridica deasupra complicațiilor care ne împiedică să mergem în întâmpinarea celorlalți și să le câștigăm încrederea.

Pentru a depăși timiditatea trebuie să încetăm să ne temem de necunoscut. Este imposibil să nu ne confruntăm cu situații neobișnuite. În zilele noastre, viața se derulează cu o asemenea viteză, încât nu avem cum să trăim normal fără să dăm peste tot felul de probleme. Prin urmare, ce-ar fi să acceptați că în fiecare zi trebuie să vă confrunțați cu situații noi și diferite? Când intervine necunoscutul, gândiți *obiectiv* despre problema respectivă, nu gândiți *subiectiv* despre voi înșivă.

GÂNDIREA „ÎNTOARSĂ LA 180 DE GRADE” PRODUCE REZULTATE POZITIVE

Mulți oameni sunt timizi și sfioși. Ei nu se lasă însă conduși de aceste sentimente, pentru că au învățat cum e cu „gândirea întoarsă la 180 de grade”. Pur și simplu își canalizează gândirea în direcția opusă, o abat de la ei înșiși. Nu-și fac griji cum vor reacționa alții la ce spun sau fac ei; nu, ei se gândesc la ceilalți – ce îi interesează pe ei, despre ce le place lor să vorbească. În scurt timp sunt absorbiți de conversație în așa măsură, încât uită de propria timiditate.

Unii oameni se comportă ca struții – își vâă capul în nisip de fiecare dată când întâlnesc o personalitate puternică. O asemenea situație este ușor de rezolvat. În primul rând, acceptați că aveți puncte slabe, apoi conștientizați că e stânjenitor când sunteți înconjurați de oameni care sunt puternici acolo unde voi sunteți slabi. În același timp acceptați că aveți și puncte forte, nu doar defecte. Fiecare individ este unic. Acceptați aceste două aspecte și vă veți convinge că nu aveți motive logice să vă simțiți inferiori. Când vă simțiți intimidați de o personalitate puternică, opriți-vă emoțiile și activați-vă logica. Amintiți-vă, pur și simplu, că sunteți o persoană perfect normală, cu calități și defecte, și că la fel sunt și ceilalți.

Un individ prudent spune puține și își măsoară cu grijă fiecare cuvânt. Nu puteți înainta prin viață manifestând o prudență excesivă – ar însemna să vă privați de tot ce înseamnă entuziasm și interes. O grație care curge liber și interesul sincer pentru semenii voștri vă vor ajuta cu siguranță să înaintați mai repede decât dacă adoptați o atitudine prudentă. Lăsați-vă entuziasmul să se manifeste și, totodată, arătați-le celorlalți că vă pasă de ei și că vă interesează la modul sincer. Ei vă vor recompensa acordându-vă încredere și credibilitate.

CINCI PAȘI PENTRU A STABILII ÎNCREDEREA ȘI CREDIBILITATEA

1. Identificați stilul de comunicare al persoanei cu care discutați și adaptați-vă limbajul în așa fel încât interlocutorul să înțeleagă și să accepte cu ușurință ce aveți de spus. Acordați-vă în mod subtil la postura, nivelul de energie și contactul vizual al persoanei respective.
2. Arătați-i interlocutorului că îi înțelegeți punctul de vedere. Exprimați-vă empatia spunând: „Înțeleg cum te simți”.
3. Rugați-l să vă clarifice anumite lucruri dacă simțiți că există discrepanțe în comunicare. Faceți asta într-un mod care să nu fie perceput ca o amenințare, de pildă spunând: „Vreau să mă asigur că te-am înțeles. Zici că...”.
4. Conștientizați că încrederea nu poate fi obținută prin constrângere. Uneori este util să descoperiți *de ce* interlocutorul nu are încredere. S-ar putea ca anumite experiențe negative din trecut să-l împiedice să aibă încredere în voi.
5. Acordând încredere interlocutorului, s-ar putea ca și el să aibă încredere în voi. Fiți prietenoși, calzi, arătați-i că vă interesează sincer problemele lui și el nu vă va pune la îndoială credibilitatea când îi oferiți ajutorul.

Pe măsură ce începeți să aplicați metodele pe care vi le-am împărtășit în acest capitol, veți constata că încrederea și credibilitatea pe care vi le oferă ceilalți vor crește pe zi ce trece. Veți fi identificați ca persoane sincere, oneste și competente în ce privește comunicarea. Oameni care *merită* încredere și credibilitate. Aceasta este o calitate esențială a indivizilor cu o mare putere de convingere.

Capitolul 5

CUM ÎȘI FOLOSEȘTE PUTEREA O PERSOANĂ CU PUTERE DE CONVINȘERE

Există un proverb care zice că „în viață ești tratat așa cum îi educi pe oameni să te trateze”. Când vorbești în limbajul puterii, vei primi respect și amabilitate. Vei prelua controlul conversațiilor și vei fi un lider. O persoană înzestrată cu putere este recunoscută. Este un om care se consideră demn de respect și nu este ușor să-l dai înapoi. Este un om care cere să fie tratat corect indiferent de situație. Este un om valoros, care are abilități speciale, știe anumite lucruri, are autoritate sau are o anumită calitate bine cotate. Un individ înzestrat cu putere este un om pe care ceilalți vor să-l cunoască și cu care vor să interacționeze.

PERSONALITATEA DOCILĂ

Oamenii fără putere au personalități docile. Tendința lor naturală e să-i împace pe alții ori să li se supună. Astfel de indivizi sunt nesiguri de valoarea opiniilor, ideilor și informațiilor pe care le dețin. Prin urmare, sunt temători și caută să fie aprobați sau respectați adoptând un comportament umil, făcându-le pe plac celorlalți și oferindu-le întotdeauna sprijin moral sau emoțional.

Dacă ești supus și speri că toți ceilalți îți vor recunoaște valoarea, rezultatul va fi următorul: nu o să se întâmple niciodată așa! Oamenii nu te vor lăsa să conduci, să direcționezi, să dai dispoziții ori să negociezi. Nu te vor lăsa nici măcar să le fii partener cu drepturi egale, cu excepția cazului în care și ei au o personalitate

docilă – în cele din urmă, o astfel de relație se va dovedi dezavantajoasă pentru ambele părți.

Majoritatea oamenilor nu creează evenimente, doar reacționează la ele. Indivizii docili aproape că nu fac altceva decât să reacționeze. Ei încearcă mereu să le facă pe plac celorlalți și își subordonează în permanență obiectivele scopurilor și obiectivelor celorlalți. În consecință, obțin prea puține dintre lucrurile pe care și le doresc și de care au nevoie ei înșiși. De multe ori, oamenii supuși ascund în ei multă nemulțumire.

PERSONALITATEA DOMINANTĂ ȘI CREATOARE

La polul opus unei persoane care doar reacționează se află personalitatea *creatoare*. Astfel de oameni văd lucrurile ca pe oportunități pentru creativitate și rezolvarea problemelor. Ei merg prin viață imaginându-și posibilități, stabilindu-și obiective și făcând ca evenimentele să se întâmple. Asemenea persoane tind să creeze situații la care reacționează indivizii supuși.

Directorii executivi, oamenii de știință, liderii din lumea afacerilor, inventatorii, toți sunt personalități dominante și creatoare. E posibil să vă doriți să semănați mai mult cu un asemenea tip de persoană. În această direcție se află libertatea, entuziasmul, mulțumirea creatoare și siguranța financiară pe care le doriți în viața voastră. În felul acesta puteți deveni centrul unei lumi care este în mare măsură creația voastră, în care veți fi înconjurați de oameni pe care vreți cu adevărat să îi cunoașteți și care vă vor asculta și vă vor respecta. În plus, veți culege multe alte beneficii. Veți descoperi că vă place mai mult să conversați când ceilalți vă acordă atenție, când vă întrerup mai rar și când sunt interesați de opiniile voastre și de punctul vostru de vedere. Veți clarifica natura relațiilor pe care le aveți cu cei apropiați vouă. Veți fi promovați mai repede și veți constata că munca voastră devine mult mai ușoară când învățați cum să delegați anumite sarcini subordonaților voștri. Îi veți înțelege mai bine pe oameni și în scurt timp tot mai mulți oameni influenți vă vor deveni prieteni și aliați.

O PERSOANĂ PUTERNICĂ ESTE O PERSOANĂ CU O MARE PUTERE DE CONVINGERE

Personalitățile puternice își expun opiniile cu încredere și le urmăresc cu tenacitate. Dacă alții nu sunt de acord, scopul lor e să îi câștige de partea lor și să îi facă să le împărtășească modul de gândire. Indivizii docili manifestă o lipsă de încredere în ei înșiși fiindcă se feresc să aibă o opinie care ar putea fi greșită. Ei folosesc cuvinte care le permit să testeze terenul înainte de a se angaja pe deplin. Observați diferența din exemplele care urmează. O personalitate puternică spune: „Vreau să am mai mult timp”. O persoană docilă spune: „Mai toți oamenii au nevoie de mai mult timp”. O personalitate puternică spune: „Cineva va trebui să lucreze peste program”. Indivizii dotați cu putere spun deschis ce au de spus și își asumă responsabilitatea pentru opiniile lor.

În limbajul nostru există mai multe instrumente care acționează pentru a *ridica accentul de pe anumite cuvinte*. Dacă recurgeți la vreunul dintre următoarele manierisme, vă prezentați ca o personalitate *docilă și lipsită de valoare*.

CINCI MANIERISME ALE UNEI PERSOANE DOCILE CARE NU ÎȘI ACORDĂ VALOARE

1. Cuvintele „ar trebui” sunt foarte puternice, dar „chiar ar trebui” nu sunt puternice. Acel „chiar” califică enunțul și îl slăbește. Când îi spuneți cuiva „chiar ar trebui să faci un anumit lucru”, îi acordați totodată permisiunea să nu facă acel lucru. „Chiar ar trebui” nu este o comandă, este o modalitate prin care vă eliberați de obligația de a comanda. „Ar trebui” acționează cel mai bine când forța din spatele acestor cuvinte rămâne învăluită în mister. Dacă îi spuneți „ar trebui” unei persoane care are prezența de spirit să vă întrebe „cine zice?”, s-a terminat, ați fost dat în vileag. Cea mai ușoară metodă pentru a-l întări pe „ar trebui” e să găsiți o categorie care acționează butonul de frică al interlocutorului. Iată câteva

exemple: frica de mamă, frica de Dumnezeu, frica de gura lumii sau frica de a pierde bani.

2. O *întrebare disjunctivă* este un enunț care se termină cu o întrebare. „Frumoasă zi, nu-i așa?” În anumite cazuri o întrebare disjunctivă se poate dovedi utilă. Astfel de întrebări sunt uneori instrumente valoroase în cadrul conversației, pentru că vă ajută să demarați discuția și să obțineți informații în legătură cu anumite aspecte care vă sunt neclare („Petrecerea e de la cinci la nouă, nu-i așa?”). O persoană puternică poate să folosească o întrebare disjunctivă pentru a afla informații fără să dea de înțeles că nu știe: „Președintele l-a concediat pe John, nu-i așa?”. Întrebările disjunctive pot deveni însă amenințări grave: „Nu cred că vrei să-mi vorbești astfel, nu-i așa?”. Sau, într-un mod emfatic: „Cred că e *ultima* oară când îi lăsăm să vină cu asemenea aiureli, nu-i așa?”.

Întrebările disjunctive au însă și o parte întunecată: ele pot să slăbească un enunț. Iată câteva exemple: „E un film impresionant, nu-i așa?”, „Președintele se dovedește a fi un bun lider, nu-i așa?”, „Chiar ar trebui să-mi dau demisia, nu-i așa?”, „Vinul acesta e foarte bun, ești de acord?”. Aceste întrebări disjunctive spun: „Tu știi mai multe sau ești mai bun decât mine în anumite privințe, așa că mă dezvălui ție ca să mă aprobi ori să mă dezaprobi. Dacă îmi respingi afirmațiile, o să le retrag și o să fiu de acord cu tine. Numai nu mă respinge!”.

3. Calificativele pot să atenueze un enunț; însă, dacă întrebările disjunctive funcționează prin a pune enunțul sub semnul întrebării, calificativele transmit un mesaj echivoc. Calificativele clasice sunt: *cam*, *oarecum*, *mda*, *poate*, *într-un fel*, *un pic*, *mă întreb* și *destul de* (ca în „o casă destul de frumoasă”).

Când adăugăm un calificativ, reducem din forța unui enunț sau a unei opinii. Atenuăm un potențial conflict cu interlocutorul. Și pregătim terenul pentru o retragere elegantă. Fiți

atenți la următoarele enunțuri în forță, urmate de enunțuri în care s-au folosit calificative:

Nu vreau să fac asta. (Chiar nu vreau să fac asta.)

Nu cred că este o idee bună. (Mda, nu cred că este o idee bună.)

Așa e greșit. (Așa e mai mult sau mai puțin greșit.)

Este o idee bună? (Mă întreb dacă este o idee bună.)

Îmi place. (Într-un fel, îmi place.)

Sunt sigur. (Sunt destul de sigur.)

Ai dreptate. (Probabil că ai dreptate.)

4. O altă modalitate de a atenua un enunț e să folosim o conjuncție adversativă (*dar, însă*). Printr-o astfel de conjuncție ne cerem iertare pentru ce urmează să spunem. Iată câteva exemple:

Nu vreau să te înfurii, dar...

S-ar putea să îți se pară o nebunie, însă...

Nu sunt sută la sută sigur, dar...

S-ar putea să mă înșel, însă...

Conjuncțiile adversative reprezintă un mijloc prin care vă puneți la adăpost. Nu vreți să fiți trași la răspundere pentru enunțul vostru, așa că sunteți echivoci pentru a nu scădea în ochii interlocutorului. Folosiți o conjuncție adversativă când anticipați că interlocutorul nu va fi de acord cu ce spuneți voi. Îi ziceți că știți că vorbele pe care urmează să le spuneți nu vor

suna bine, dar voi vreți să continuați oricum și v-ar plăcea să fiți ascultați cu bunăvoință și până la capăt.

În majoritatea cazurilor, astfel de negări sunt ridicole. Crezi că te pregătești pentru o părere cinstită, dar de fapt îi semnalezi interlocutorului că te simți foarte umil și îl înștiințezi că enunțul tău poate fi folosit împotriva ta.

Oamenii puternici rareori au nevoie de dispensări speciale din partea celor care îi ascultă. Ei sunt suficient de puternici pentru a-și privi interlocutorul în ochi și a spune ce gândesc, bizuindu-se că autoritatea și charisma îi vor ajuta și vor ține obiectiile la distanță.

5. *Cuvintele și expresiile care stabilesc o pauză, cum sunt mmm, hm, știți, ca să zic așa, m-am gândit că și mda* au, toate, rolul de a umple spațiul. Uneori ele îndeplinesc un scop valoros. De cele mai multe ori însă vă fac să păreți greoi, înceteți la minte și confuzi. Prin urmare, folosiți aceste elemente de umplutură doar când e nevoie să încetiniți ritmul conversației pentru a obține un anumit efect. Pentru oamenii docili, aceste elemente devin un obicei nervos. Ați auzit vreodată pe cineva care folosea „știți” după fiecare propoziție? Se poate să vă fi amuzat acest tic, dar probabil că până la urmă v-ați enervat și ați considerat că persoana respectivă este incultă.

LIMBAJUL UNEI PERSOANE CU O MARE PUTERE DE CONVINGERE

Un alt aspect al comunicării care face diferența între oamenii puternici și cei umili este limbajul pe care îl folosesc. Această diferență apare pentru că toate cuvintele au sensuri ascunse și conotații specifice care merg dincolo de definițiile lor. De exemplu, cuvintele *luxos*, *elegant*, *somptuos* și *extravagant* au înțelesuri similare. Chiar așa să fie? *Luxos* (*luxurious*) poate să însemne și *voluptos*. O stea de cinema poate să aibă o locuință luxoasă. *Elegant* face trimitere la bogăție. Un bostonian înstărit

poate să aibă o casă elegantă. *Somptuos* poate să descrie locuința unui servitor care a câștigat la loterie un milion de dolari. *Extravagant* ne trimite cu gândul la cineva care întrece măsura. În concluzie, oamenii puternici își aleg cu grijă cuvintele ca să creeze impresii și astfel să câștige ascendență asupra interlocutorului și să confere forță comunicării.

Când cuvinte din lumea finanțelor sunt aplicate la situația voastră financiară, puteți să vă prezentați starea socială într-o lumină favorabilă, să implicați că sunteți mai înstăriți și să minimalizați importanța problemelor pe care le aveți cu banii. Observați diferența din următoarele propoziții. O persoană umilă, vorbind despre situația prezentă, va spune: „Sunt lefter”. O persoană puternică va folosi cuvinte din lumea finanțelor și va spune: „Înregistrez o balanță negativă în ce privește lichiditățile”. Voi cum ați spune: „Sunt înglodat în datorii” sau „În momentul de față am o balanță financiară echilibrată”? Iată un alt exemplu: „Tot ce am pe lumea asta se află în contul curent și în economiile mele” sau „De activele mele se ocupă consultantul meu financiar”. Ambele exemple se referă la aceeași situație, însă alegând să folosiți expresiile potrivite pentru publicul potrivit conferiți comunicării forță, autoritate și preluați conducerea.

CONTEAZĂ CUM SPUNEȚI CE SPUNEȚI

Acum vom vorbi despre modalitățile prin care puteți îmbunătăți felul în care roștiți aceste cuvinte încărcate de forță. Există mai multe beneficii pe care le puteți avea dacă învățați moduri noi în care să vă folosiți vocea și corpul. Prin cuvintele de forță transmiteți autoritate și siguranță. Folosind *cuvinte umile*, îi arătați interlocutorului că sunteți timizi, că sunteți obișnuiți să îndepliniți ordinele altora mai degrabă decât să dați voi ordine. În orice caz este imposibil să folosiți eficient cuvintele de forță dacă aveți vocea și postura unei persoane umile. Stilul în care transmiteți mesajul are un impact enorm, el hotărăște dacă îndrumările voastre sunt înțelese în mod clar. Același stil decide dacă ideile și proiectele voastre sunt *acceptate*. În luptele pentru putere,

limbajul vostru corporal poate fi folosit deliberat pentru a sublinia un anumit aspect, pentru a lua prin surprindere adversarul și pentru a intensifica sensurile fără să vă predați adversarului.

Aspectele nonverbale legate de folosirea cuvintelor de forță pot fi învățate cu ușurință dacă vă gândiți că sunteți actori care joacă rolul unei persoane puternice. Procedând astfel, vă va fi mai simplu să renunțați la gândurile și acțiunile de supunere care v-au ținut pe loc.

Studiile științifice au arătat că oamenii leagă anumite caracteristici vocale de anumite trăsături de caracter. Bazându-se exclusiv pe ele, emit apoi judecăți de valoare despre personalități, moravuri, statut social etc. Pornind de la aceste studii, putem defini foarte ușor *calitățile oamenilor puternici și calitățile vocale ale persoanelor umile*.

Indivizii cu autoritate au o voce sonoră, dar relaxată. Ei rostesc cuvintele în așa fel încât să fie auziți și de cei aflați la distanță, chiar și când vorbesc în șoaptă. Nu e greu să învățați stilul lor. Pur și simplu măriți intensitatea vocii fără să modificați înălțimea sau calitatea sunetelor. În mod normal vorbiți cu voce ridicată și aspră atunci când țipați.

Oamenii umili vorbesc fie prea încet, fie prea tare. Vorbesc încet fiindcă se tem să fie autoritari. Când vorbesc prea tare e tot din cauza nesiguranței; este un efort prin care încearcă să compenseze sentimentul de inferioritate apărut probabil după ani întregi în care oamenii nu le-au dat ascultare.

Oamenii cu autoritate își mențin vocea la un nivel egal. Ei nu *țipă* decât ca reacție la o amenințare extremă sau când ceilalți încearcă să-i intimideze. Uneori vorbesc atât de încet încât subordonații trebuie să se aplece și să păstreze o tăcere deplină ca să le audă fiecare cuvânt. Este eficient să procedați astfel după ce ați expus problema și ați ajuns la o idee foarte importantă pe care vreți să o scoateți în evidență.

Organizația Mondială a Sănătății reclasifică radiațiile emise de telefoanele mobile ca *posibil cancerigene* pentru om!

În 2011, Organizația Mondială a Sănătății a declarat oficial că radiațiile GSM cresc riscul apariției gliomului – un tip de **cancer cerebral malign**. În momentul când companiile de telefonie mobilă vor recunoaște efectele negative ale radiațiilor asupra ființelor vii, dezastrul se va fi produs deja pe scară largă. Însă șansele ca aceste companii să-și dezvolte conștiința sunt la fel de mici ca în cazul industriilor producătoare de țigări. Bani vorbesc. **O modalitate eficientă de a te proteja împotriva bolilor provocate de radiațiile electromagnetice este dispozitivul VITAL PROTECT.** Efecte ale utilizării acestui dispozitiv sunt:

- Protejează împotriva radiațiilor emise de telefoanele mobile, ecranele TV, computere, liniile de înaltă tensiune și de alte echipamente electrice.
- Amplifică vitalitatea – crește potența, reface și dinamizează câmpul vital, la femei mărește posibilitatea să rămână însărcinate.
- Grăbește procesele de vindecare susținând organismul să se refacă mai repede după diferite intervenții chirurgicale și traume fizice – leziuni ale țesuturilor, oaselor și mușchilor.

Comandă **VITAL PROTECT** la numărul de telefon
031 425 44 64 sau online pe site-ul www.aimgroup.ro.



Când știința întâlnește magia

Este posibil să existe o lege universală conform căreia putem produce structurări informaționale în interiorul unui sistem, astfel încât el să se acordeze pe frecvența fenomenului pe care vrem să-l manifestăm? Suntem cu adevărat guvernatorii propriilor visuri, ai propriului destin? Există modalități diferite de a face lucrurile în așa fel încât să producem rezultatele dorite? Da. Și, mai mult decât atât, există un fenomen natural care ne susține – **radionica**, procesul de acordare pe aceeași frecvență de vibrație a două sisteme. Și când două sisteme se află în rezonanță perfectă, energia devine infinită, iar transformarea se produce ușor și natural.

În România, echipa de cercetare în domeniul științelor de frontieră **AIM Group**, condusă de inginerul Eugen Bîrgăoanu, propune unul dintre cele mai puternice dispozitive radionice din lume, **ATLANTIS**. Mai jos amintim cele mai frecvente efecte pe care le-am observat de-a lungul timpului în cercetările noastre, dar și în experiențele relatate de utilizatori:

- Pune în mișcare un potențial pozitiv imens care dizolvă blocaje, creează conjuncturi și sincronicități ce conduc la producerea rezultatelor dorite.
- Accelerează de sute de ori materializarea proceselor pentru care s-a acordat aparatul.
- Produce momente de veritabilă iluminare în care ajungi să înțelegi ce aspecte te blocau în trecut și care a fost lanțul de sincronicități ce a dus la realizarea obiectivului stabilit.
- Neexcluzând formarea și menținerea unor obiceiuri de viață sănătoase, lucrul cu ATLANTIS contribuie la ameliorarea și vindecarea unor boli care nu au ajuns în stadii finale – utilizatorii ne-au relatat despre folosirea cu succes a aparatului în cazuri de ulcer duodenal, hemoragii interne, migrene, probleme cardiovasculare, dureri acute etc.

Poți comanda dispozitivul radionic **ATLANTIS** la numărul de telefon **031 425 44 64** sau pe site-ul **www.aimgroup.ro**.



AIM Group
– echipa de cercetare în domeniul științelor
de frontieră –
a creat singurul dispozitiv cunoscut
din lume care poate reface fizic țesutul nervos

BIO SYNERGY este la ora actuală singurul aparat cunoscut din lume care poate reface fizic țesutul nervos (în proporție de **65 – 70%**) după accidente vasculare, leziuni sau tumori cerebrale, anumite forme de paralizie și boli de degenerescență mentală (demență, Alzheimer, scleroză, Parkinson, Huntington). Principiile pe baza cărora a fost construită biobateria sunt holistice, adică, aplicate în practică, ele conduc la trezirea și amplificarea forței vitale, singura energie capabilă să declanșeze procese de vindecare și regenerare a celulelor, țesuturilor, oaselor și mușchilor. **BIO SYNERGY** transmite o informație foarte fină la nivelul ADN-ului, stimulând revitalizarea funcțiilor normale ale fiecărui organ în parte.

Efecte ale biobateriei observate în practică și relatate de utilizatori de-a lungul timpului sunt:

- **Amplifică foarte mult energia vitală a organismului, fapt care poate fi constatat prin potențarea magnetismului și electricității proprii.**
- **Mărește speranța de viață reducând riscul apariției accidentelor vasculare, a stopurilor cardiace etc.**
- **Trezește facultăți psihice solare – luciditate, calm, energie pozitivă, entuziasm, armonie, generozitate, căldură sufletească.**
- **Îmbunătățește funcționarea sistemului digestiv, a glandelor limfatice, mamare, a glandei tiroide și a pancreasului.**

Pentru mai multe detalii accesează pagina web www.aimgroup.ro
și pentru a comanda dispozitivul **BIO SYNERGY**
sună la numărul de telefon **031 425 44 64**.



Performanțe mentale de vârf și relaxare profundă în doar câteva minute prin stimulare cerebrală

La un moment dat fiecare dintre noi am ajuns într-un punct în care ne-am simțit depășiți de volumul de muncă, nu știam de unde să începem, iar mintea noastră făcea atât de mult zgomot încât nu reușeam să ne destindem deloc. Sigur au existat și momente când am tânjit să ne conectăm cu acel Sine mai înalt sau cu Dumnezeu, dar nu știam cum și simțeam că viața nu mai are niciun sens.

Deși poate părea complicat, putem învăța să găsim soluții ingenioase la aceste probleme și să facem față cu succes provocărilor vieții, descoperind cum să accesăm diferitele stări ale creierului prin intermediul stimulării cerebrale. Antrenarea minții pentru accesarea stărilor superioare de conștiință devine o practică din ce în ce mai uzitată pe măsură ce studiile științifice scot la iveală tot mai multe beneficii ale stimulării creierului. În acest sens, echipa de cercetare în domeniul științelor de frontieră **AIM Group** îți propune cel mai eficient dispozitiv de stimulare cerebrală prin semnale luminoase și sonore: **MIND SYNERGY**. Cele mai importante efecte sunt:

- Destinde și relaxează corpul la nivel fizic, psihic și mental. Astfel creează o energie benefică în organism (un feng shui bun).
- Datorită echilibrării emisferelor cerebrale și relaxării, somnul survine natural, iar insomnia dispare în aproape toate cazurile.
- Reduce și chiar elimină total stresul creând fundamentul unei gândiri pozitive, astfel încât stările de anxietate, angoasă și depresie sunt mult diminuate.
- Are o contribuție majoră la refacerea psihomentală după perioade de stres, epuizare și suprasolicitare intelectuală.
- Folosit în mod regulat, MIND SYNERGY împiedică instalarea bolilor bătrâneții – degenerescenta mentală (Alzheimer, demență, senilitate, Parkinson etc.).

Pentru mai multe detalii accesează pagina web www.aimgroup.ro
și pentru a comanda dispozitivul **MIND SYNERGY**
sună la numărul de telefon **031 425 44 64**.



SECRETUL SUCCESULUI

Încrederea totală în tine

Dr. Robert Anthony

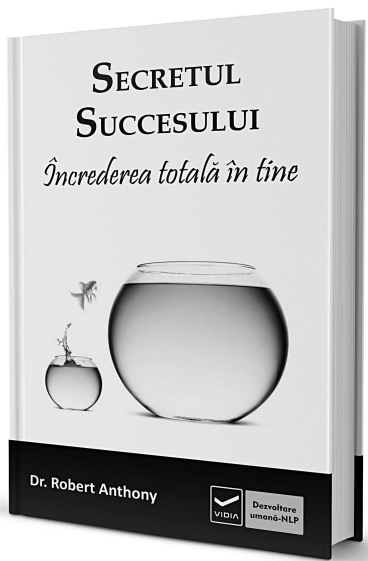
Te subevaluezi, ai o stimă de sine scăzută? Te temi că vei spune sau vei face lucruri greșite? Te-ai resemnat să te lași „dus de val”? Ți este rușine pentru că te simți diferit de ceilalți oameni?

Nu așa trebuie trăită viața! Ca mulți alții, acum te poți bucura și tu de un succes răsunător aplicând legile încrederii în sine prezentate în această carte. Dr. Robert Anthony îți dezvăluie secretele pe care le-a predat în seminare și ateliere de lucru și care au schimbat viața a mii de oameni! Mulți directori, oameni de afaceri, sportivi renumiți și persoane celebre știu foarte bine că încrederea în tine îți dă aripi. Acum și tu te poți avânta către culmi mărețe!

Pe măsură ce aplici principiile expuse în această carte, te vei transforma într-o altă ființă, într-un NOU EU.

- **Vei fi o persoană înzestrată cu forță, care știe ce vrea și își planifică acțiunile.**
- **Vei depăși convingerile false care până acum te-au împiedicat să progresezi.**
- **Vei fi prietenos și niciodată singur.**
- **Vei avea încredere în forțele proprii și îți vei controla destinul.**
- **Nu vei mai avea nevoie să te judeci ori să-i critici pe alții.**
- **Vei fi echilibrat și vei empatiza cu ceilalți oameni.**
- **Vei fi deschis și receptiv la valori, concepte și convingeri noi.**
- **Vei avea o sănătate înfloritoare și vei trăi mai mult.**
- **Vei avea o nouă conștiință spirituală.**
- **Vei învăța să te iubești pe tine însuși și pe ceilalți mult mai profund decât înainte.**

Dr. Anthony îți explică o metodă pas cu pas, împărțită pe mai multe zile, care te va ajuta să ai încredere totală în tine însuși – în carieră, în familie, în viața sentimentală –, să îți păstrezi sănătatea fizică și psihică și să dobandești o perspectivă cu totul nouă, plină de optimism și încredere.



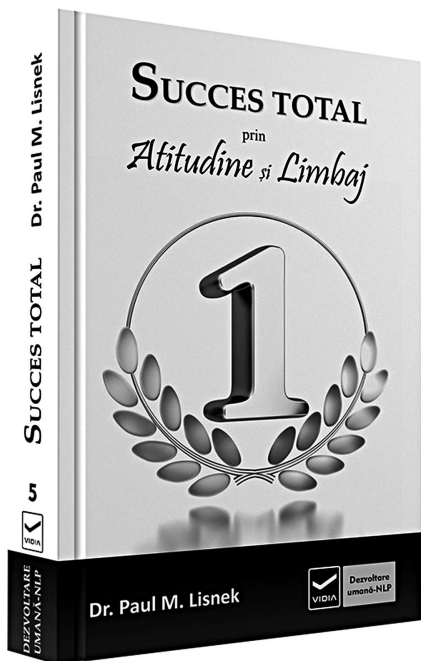
SUCCES TOTAL prin atitudine și limbaj

Dr. Paul M. Lisnek

Cum și ce transmit oamenii care obțin întotdeauna ce își doresc? Care este atitudinea unui învingător? Fiecare om visează să descopere secretele unui limbaj hipnotic cu ajutorul căruia să obțină rezultatele pe care și le dorește. De câte ori în viață nu ne lovim de situația în care ceea ce vrem noi depinde de voința sau decizia altei persoane? Un anumit mod de a transmite mesajul poate deschide orice ușă, în orice împrejurare. În cartea „**Succes total prin atitudine și limbaj**”, Dr. Paul M. Lisnek prezintă cele mai eficiente modalități de comunicare, atât în mediul de afaceri, cât și în viața personală; aplicându-le, putem să distrugem toate barierele și să avem un succes fulminant în tot ce ne propunem.

Adesea, mesajele importante pe care dorim să le comunicăm se lovesc de piedici și reacții negative. Gândim ceva, dar transmitem altceva pentru că nu reușim să găsim cuvintele și atitudinea potrivite. Nu inspirăm

credibilitate, respect sau sinceritate. Acestea sunt principalele probleme pe care le întâmpinăm în relațiile cu ceilalți și care ne afectează viața mult mai profund decât credem noi. Avem nevoie să ni se arate cum să NU reacționăm în situații importante. Avem nevoie să fim învățați ce atitudine să adoptăm și cum să folosim cuvintele pentru a ajunge acolo unde ne dorim. În scurt timp, problemele de comunicare vor dispărea. Vom deveni stăpâni pe noi în orice situație, în viața profesională sau personală. Vom avea calmul și siguranța învingătorilor. Limbajul și atitudinea noastră vor fi acel „ceva” care ne va conferi charismă, putere și încredere în noi înșine!



MANUAL DE UTILIZARE A CREIERULUI

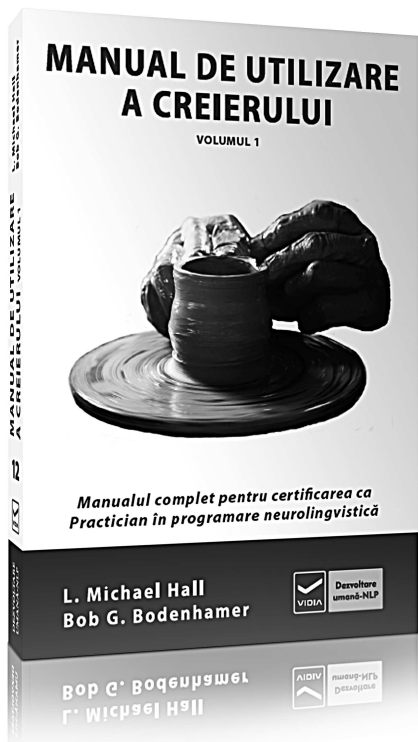
Volumul 1

**Manualul complet pentru certificarea ca
Practician în programare neurolingvistică**

L. Michael Hall
Bob G. Bodenhamer

„Manualul de utilizare a creierului, volumul 1” este, la ora actuală, cel mai cuprinzător manual destinat cursurilor pentru certificarea ca Practician NLP. El conține informații la zi din domeniul programării neurolingvistice, în special legate de modelul meta-stărilor și de meta-modelul limbajului. Dacă participi la cursul de NLP Practitioner sau vrei să studiezi individual nivelul Practitioner, acest ghid îți este necesar. Conceput și scris de doi dintre cei mai importanți teoreticieni NLP ai

momentului, „Manualul de utilizare a creierului, volumul 1” tratează fiecare aspect din programa analitică pentru nivelul Practitioner, incluzând cele mai profunde înțelegeri despre resursele neurolingvistice de care dispunem pentru a ne face viața așa cum ne-o dorim.



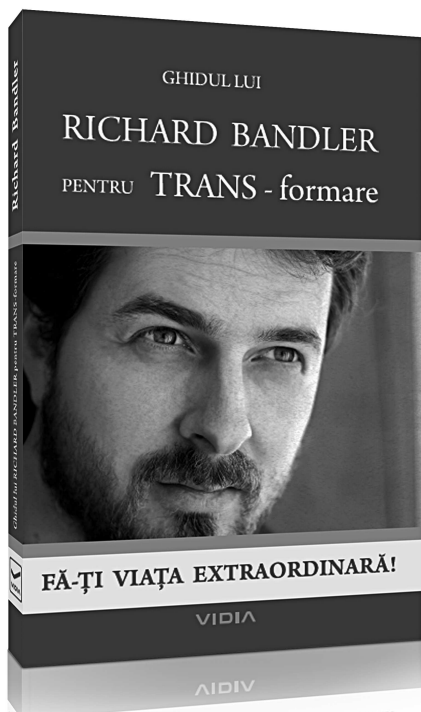
Structurat în detaliu și organizat cu competență, „Manualul de utilizare a creierului, volumul 1” e scris într-un stil accesibil, presărat cu puncte-cheie și bogat în ilustrații și scheme utile care explică domeniul NLP pe înțelesul tuturor. Prin numărul mare de exerciții și tehnici acest ghid îți oferă posibilitatea să profiți la maximum de ceea ce numim *magia NLP*.

GHIDUL LUI RICHARD BANDLER PENTRU TRANS-*formare*

Richard Bandler

Fenomene hipnotice, lucrul cu transa și stări modificate de conștiință. Iată conținutul acestui ghid. Sunt tehnici cunoscute abordate în mod revoluționar de cel mai mare hipnotizator al lumii, Dr. Richard Bandler. Cu înțelepciunea sa distinctivă și abordarea controversată a terapiei, Bandler demonstrează că orice individ își poate remodela în mod constructiv comportamentul subconștient, cu rezultate durabile și un impact profund asupra vieții.

Pentru a învăța un lucru nou este nevoie să accesăm o anumită stare de transă sau de conștiință modificată. Hipnoza facilitează acest proces și, în plus, ne ajută să minimalizăm și chiar să anulăm impactul experiențelor din trecut, pentru ca apoi să ne putem crea în locul lor trăiri pozitive și constructive. În stare de transă descoperim opțiuni noi și ne familiarizăm rapid cu ele, dar și cu lucruri necunoscute pe care vrem să le învățăm, așa încât lucrul cu subconștientul este cheia oricărei deprinderi.



„Ghidul lui Richard Bandler pentru TRANS-formare” este un instrument de schimbare extrem de eficient și la îndemâna oricui; oferă tehnici rapide de programare a creierului cu ajutorul cărora fiecare om poate rezolva orice problemă cu care se confruntă, poate deprinde abilități noi și se poate perfecționa. Cazurile de studii controversate, dialogurile cu clienții și exercițiile propuse fac din această carte o experiență antrenantă, indiferent dacă suntem familiarizați cu domeniul hipnozei sau pur și simplu ne dorim să producem o schimbare pozitivă în viața noastră.

