MANIPULACIJA

POBEDITE CRNU PSIHOLOGIJU I IZGRADITE SAMOPOUZDANJE

BOJAN MIHAJLOVIĆ

iLearn.rs

Beograd, 2024.

BIBLIOTEKA „POPULARNA PSIHOLOGIJA”

Bojan Mihajlović
MANIPULACIJA
Pobedite crnu psihologiju i izgradite samopouzdanje

Izdavačka prava © 2024. iLearn d.o.o. Beograd. Nijedan deo ili celina ove knjige ne može biti reprodukovana ili prenesena u bilo kojoj formi ili na bilo koji način, doštampana, umnožena, elektronski ili mehanički, uključivši fotokopiranje, snimanje, skeniranje, ili bilo kakvo drugo pohranjivanje i/ili štampanje u smislu sistema skladištenja i izvlačenja podataka bez pismene dozvole Izdavača.

© 2024. Bojan Mihajlović

Izdavač	iLearn d.o.o. Beograd
Za izdavača	Nikola M. Stajić, mast. ekon.
Odgovorni urednik	dr Branko Ž. Ljutić, redovni profesor
Lektura	Marina Nešić
Grafički dizajn:	iLearn d.o.o.
Dizajn korica:	iLearn d.o.o.
Godina izdanja:	2024.
Štampa:	Zlatna knjiga Jagodina
Tiraž:	2000 primeraka

Prvi put objavljeno u Srbiji u: 2024.

ISBN: 978-86-80666-37-2

Posvećeno je tišini koja govori kroz tvoje boje,
inspiraciji koja je započela uz miris čaja
u Pizza Baru, i nesebičnoj podršci koju pružaš.

Zahvalan sam što zajedno svetlimo u tami.
Sa tobom svaki trenutak postaje dragocena
uspomena koju čuvam u srcu.

Predgovor

Osnovna misao koja mi je bila na pameti kada sam rešio da napišem ovu knjigu jeste da se svako od nas nekada našao u situaciji za koju je smatrao da je bezizlazna, da ne postoji rešenje, i tada je odustao. Ono što sam naučio tokom svoje karijere i u radu sa različitim ljudima i na različitim mestima jeste da nikada ne treba odustati. Ono što često govorim jeste da nema nerešivih problema, već samo nesposobnih ljudi.

Napisao sam sve s ciljem da se svim čitaocima približim pojam manipulacije, koja se danas veoma često dešava, u svim segmentima života. U velikom broju slučajeva toga niste ni svesni, pa kad krenete da čitate knjigu videćete veliki broj primera iz stvarnog života i verujem da će se svako od vas u bar polovini njih prepoznati. Manipulacija postoji u radnom okruženju, u odnosu sa prijateljima, u emotivnom odnosu partnera, postoji u odnosu roditelja i dece, a kada ovu knjigu pročitate bićete u stanju da svaki oblik manipulacije prepoznate i da se od njega odbranite na pravi način. S obzirom da je svako od nas drugačija jedinka, različiti uticaji na nas utiču

na potpuno različite načine, pa ćete u ovoj knjizi moći da naučite i dosta toga o tipovima ličnosti i na koji način svaki od njih može da podlegne manipulaciji i da se od nje odbrani.

U knjizi ćete videti i na koji način možete da prepoznate da li vas neko laže, jer svaki lažov ima određene gestove koje čini nesvesno, određene tikove koji mogu da ga odaju, iako misli da je savršeni lažov. Proverite šta to u stvari znači u nastavku.

Na kraju ove knjige, želeo sam da vam pokažem na koji način neverbalna komunikacija može da se iskoristi u pregovorima, u komunikaciji sa brojnim tipovima sagovornika i na koji način možete savladati sve te neverbalne trikove, kako bi vaš govor bio u skladu sa vašim ponašanjem. Govor tela jeste oblast koja se decenijama unazad detaljno izučava, a u ovoj knjizi ću se fokusirati samo na neke najosnovnije smernice, kako biste bili pripremljeni za ozbiljnu poslovnu komunikaciju.

Knjiga je zamišljena kao svojevrsno uputstvo za ponašanje u konkretnim situacijama i daje odgovore na mnogobrojna pitanja koja su vas verujem, mučila godinama.

Nisam napisao ništa što bi se moglo smatrati dosadnom teorijom, već sam se potrudio da kada imate problem, zgrabite knjigu i imate rešenje za bilo koju situaciju.

Knjiga je vrlo praktična, sa primerima i svim savetima koji vam u svakodnevnom životu mogu pomoći da budete snažniji, sa više samopouzdanja i da budete srećniji.

Ovom knjigom, želim da predstavim moć govora na potpuno drugačiji način nego što ste do sada imali prilike da čujete ili pročitate.

Nadam se da ćete uživati u čitanju, kao što sam ja uživao u pisanju i da ćete nakon toga biti mnogo svesniji svojih kvaliteta, svojih potencijala i uspeti u životu, na svim onim poljima koja su vam od velike važnosti.

Uvod

Odnosi među ljudima osnov su današnjeg sveta kakvog ga poznajemo. U današnje vreme ako nekome uputite kritiku automatski postajete neprijatelj. Uticaj komunikacije u rešavanju problema danas ima važnu ulogu. Interakcija između dva prijatelja, pregovori između dva poslovna saradnika, komunikacija sa osobom sa kojom razgovarate telefonom, komunikacija na javnom mestu ispred auditorijuma, komunikacija između vas i vašeg šefa, rasprava sa roditeljima, komunikacija u emotivnoj vezi između osoba muškog i ženskog pola i mnoge druge uvek se završavaju uticajem. Svakoga dana čovek otvori hiljade i hiljade različitih komunikacionih kanala, koji imaju svoje diferencirane tokove, imaju drugačije svrhe i završavaju se na različite načine. U nekim slučajevima komunikacijom vladate vešto, bez ikakvog zastoja i komplikacija, dok vam nekada pet minuta razgovora oduzme, čini vam se i poslednji atom snage.

Veština komunikacije je nešto što učite tokom godina, tehnika kojom nastojite da ovladate kako biste bili uspešni u

svim poljima vašeg života. Od vaše sposobnosti komunikacije zavisiće i krajnji rezultat koji tom komunikacijom budete ostvarili.

Sigurno vam se već dešavalo da budete neraspoloženi jer nemate rešenje za određeni problem, osobu, poslovnu priliku i dr. Sve situacije sa kojima se u životu suočite svakoga dana zahtevaju od vas veštinu komuniciranja kako biste uspeli da iz svake interakcije izađete kao pobednik, u smislu da shvatite da je vaš način komuniciranja uspešan. Način na koji komunicirate sa drugima odražava veštine uspostavljanja odnosa koje ste stekli tokom života. Kao što učite da čitate i pišete, tako i učite da komunicirate, rečima, signalima, neverbalnim znacima, na različite načine koji treba da manifestuju vaše mišljenje i stav u konkretnoj situaciji. Komunikacija koju obavljate mora biti korisna, da se obavlja sa nekim ciljem i da kao rezultat komunikacije nastane produktivna informacija, odnos, veza i slično.

U kontekstu komuniciranja pominje se i pojam manipulacija. Da li je motivacija u stvari manipulacija, postavite pitanje sebi i drugima? Vrlo često se pojam manipulacije vezuje za negativne konotacije, u smislu da se manipulisanje označava kao upravljanje drugima, njihovim osobinama i delovanjima, kako bi se ostvarili željeni rezultati i efekti. I to nije baš daleko od istine. Manipulisanje je zapravo tehnika kojom se mogu poslužiti osobe koje žele da ostvare određene koristi, za sebe, vrlo retko za druge. Obično osoba koja manipuliše uskraćuje deo informacija, ili postojeću situaciju predstavlja na drugačiji način, koji će kod vas izazvati određene efekte.

Manipulacija se danas često koristi u svim sferama života, a i vi ste sigurno bili svedok manipulisanja, samo što možda

tada niste toga bili svesni, ili niste mogli da prepoznate da je reč o manipulaciji.

Biznismen očekuje poslovnu saradnju, šef želi lojalnost i produktivnost, zaposleni želi priznanje i poverenje, muž i žena žele ljubav i pažnju, roditelji žele poslušnost, dete želi sigurnost, prodavac želi da potpiše ugovor. Svaka osoba želi da se oseća važnom i vrednom a o detaljima međuljudskih odnosa u raznim situacijama možete saznati čitajući moju knjigu.

Danas na raspolaganju imate dva izbora – ili da budete manipulisani ili da vi ovladate tehnikama manipulacije i doskočite svakoj situaciji, svakom izazovu. Ova knjiga će vam pomoći da bolje razumete suštinu manipulacije, da otkrijete karakteristike svih njenih tehnika i oblika, a može vas i osposobiti da bolje razumete svrhu manipulacije, kako biste uspeli da je u svakodnevnoj komunikaciji prepoznate i uzvratite potencijalnim manipulatorima. Smatra se da možete biti podložniji manipulaciji ukoliko ne raspolažete svim adekvatnim informacijama blagovremeno. Zato sam i rešio da sakupim sve informacije do kojih sam došao u svom dosadašnjem radu i karijeri, kako bih mogao pomoći svima kojima je potrebno samopouzdanje, način da prevladaju tuđe manipulacije, svima kojima je potrebna podrška u savladavanju prepreka u komunikaciji.

Suština ove knjige se i ogleda upravo u tome da se sistematično, na jednom mestu, prezentuju sve neophodne informacije, koje vam mogu biti od značaja i koje vam mogu koristiti kada želite da raskrinkate tu strašnu manipulaciju, koja preti da vam oduzme dostojanstvo.

Posledice manipulacije mogu biti različite, a mehanizmi odbrane veoma su raznovrsni i mogu da vam pomognu da se izborite sa svim onim pratećim efektima manipulacije.

Na narednim stranama moći ćete da pročitate nadam se za vas mnoge korisne informacije, koje mogu da vam približe sam pojam i karakteristike manipulacije, njene tehnike i skrivene trikove, kako biste sledeći put mogli da se sa njom suočite licem u lice i da je razotkrijete sasvim. Takođe, naučićete i kako da prepoznate manipulaciju i da se odbranite, a ne samo da napadnete.

Ukoliko ste upravo doneli odluku, ovde i sada, da više nećete dozvoliti sebi da drugi vama manipulišu, onda slobodno nastavite sa čitanjem, verujem da će vam informacije iz ovog priručnika značiti i bar koliko toliko obogatiti vaše znanje o manipulaciji i sistemima odbrane. Ništa u životu nije jednostavno, a ja vam ovom prilikom upravo nudim najjednostavniji način da se izborite sa svim vašim strahovima, da se izborite sa svim neprilikama u životu i da izađete kao pobednik u večitoj životnoj borbi. Ukoliko sami sebi ne pomognete, niko drugi to umesto vas neće uraditi. Zato, knjigu u šake, odvojite nekoliko sati za sebe i investirajte u svoju dalju budućnost, jer verujem da ćete na osnovu informacija iz ove knjige potpuno promeniti svoje stavove, mišljenja i unaprediti svoju komunikaciju. Verujte mi, to je sve što vam je potrebno za jedan bolji, kvalitetniji život.

I još bih da na kraju citiram našeg velikog nobelovca Andrića, koji kaže: „Čudno je, koliko je malo potrebno da budemo srećni i još čudnije kako često nam baš to malo nedostaje". Verujem da je ova knjiga upravo to malo, upravo karika koja vam nedostaje da unapredite svoj stav, da poboljšate svoje razmišljanje, da budete srećniji u životu.

Sadržaj

Predgovor 9

13 *Uvod*

Uticaj 17

33 Principi uticaja

Trikovi uticaja 63

85 Strategije manipulacije

Tipovi ličnosti 103

145 Motivacija ili manipulacija

Kako otkriti lažova i prevaranta? 201

211 Kako se izboriti sa negativnim ljudima?

Govor tela 219

251 *Zaključak*

Korišćena literatura 253

255 *O autoru*

Bili mi svesni toga ili ne, svaki naš dan sastoji se od velikog broja uticaja – bilo da mi utičemo na nekoga iz našeg okruženja, bilo da postoje izraženi uticaji nekog drugog na naše delanje i ponašanje.

Uticaji mogu biti raznovrsni: na naše ponašanje mogu uticati saveti roditelja, ponašanje prijatelja, stav partnera, govor našeg direktora, poslednja knjiga iz psihologije koju smo pročitali, i slično. Na ponašanje mogu uticati i brojne druge informacije koje primamo iz okruženja svakoga dana, a dolaze iz dnevne štampe, televizije, raznih reklama, razgovora koji čujemo u prolazu, sa socijalnih mreža, iz tračarenja sa najbližim prijateljima ili kritike u porodičnom okruženju.

Izvori uticaja se mogu nabrajati do beskonačnosti, a svi smo mi njima manje ili više podložni. Ostvarivanje uticaja uvek je dvosmerno, jer koliko vi utičete na druge, toliko i oni povratno utiču na vas. Intenzitet uticaja može biti različit, ali je bitno naglasiti da obe strane u komunikaciji imaju različit uticaj.

U procesu komunikacije i razmene informacija, vrlo često način na koji se informacije prezentuju utiče na način na koji se i razumeju.

Vršenje uticaja često se može odvijati i u nesvesnom segmentu čovekove ličnosti, a može biti praćeno i određenom gestikulacijom, pantomimom, svim pratećim efektima koji treba da doprinesu tome da uticaj bude još veći. Svaki uticaj se vrši sa određenim ciljem, jer ukoliko ne izazove određeni efekat, uticaj je zapravo besmislen.

Uticaj vršimo da ostvarimo neku korist, da ostvarimo neki planirani cilj, da postignemo nešto što smo naumili. I svaki od navedenih ciljeva je vrlo bitan kada se govori o uticajima, jer uticaji daju svrhu postojanju. Koliko god drugi vršili uticaj na nas, izvesno je da svako od nas vrši određeni stepen uticaja na sve druge osobe iz okruženja. Vršenje uticaja ponekad može biti i spontano, ili neželjeno, jer često možemo sresti osobe koje će se ugledati na nas bez nekog posebnog razloga, bez toga da smo mi na to uticali, a opet uticaj je izvršen. Na poslu, u kafiću, na autobuskoj stanici, u prodavnici, na proslavi rođendana, na svim mogućim mestima svako od nas nastoji ostvariti određeni uticaj na osobe koje ga okružuju i time pokazati svojevrsnu dozu superiornosti, jer ukoliko uspešno izvršimo uticaj na neku osobu može se reći da smo usmerili njeno dalje ponašanje. Ukoliko recimo, svojim primerom vašem detetu pokažete da nije u redu da omot čokolade baci na ulicu, iako kilometrima unapred nema kante za smeće, već držite omot u ruci i bacate se u potragu za kantom koliko god ona bila uzaludna, velika je verovatnoća da će i vaše dete sutra uraditi istu stvar.

To znači da ste vi na njega izvršili uticaj i da vaše dete sutra neće biti osnovni izvor zagađenja životne sredine u kojoj živi.

Ukoliko voljenu osobu uspete da ubedite da je od izuzetne važnosti da se danas pojavite na utakmici sa prijateljima, jer

vam u suprotnom oni to nikada neće oprostiti i prestaće da se druže sa vama i vi ćete biti tužni do kraja života, a supruga vam ne napravi problem oko toga, i još vam napravi omiljeni slatkiš, onda ste izvršili veoma značajan uticaj i ostvarili ono što ste želeli, tako da verujem da će svi vaši prijatelji narednih godina dolaziti kod vas na praktičnu obuku.

Rezultati uticaja mogu biti razni, a najčešće se odnose na to da uticaji učine da se nešto obavi ili ne obavi. Rezultat uticaja podrazumeva i promenu stavova, razmišljanja, planova, i slično, u zavisnosti od toga na šta je uticaj usmeren i koliko je intenzivan.

Svaki uticaj vrši se sa nekim konkretnim ciljem, da se nešto postigne, za sebe ili za druge. U zavisnosti od toga u kom smeru se uticaj vrši, da li je pozitivan ili negativan, uticaj može biti izvor različitih osećanja, koja mogu nastati onda kada shvatite da je neko drugi izvršio određeni uticaj na vas.

Ukoliko taj uticaj rezultuje ponašanjem koje nije svojstveno vama, može da dovede do osećanja kajanja ili brojnih drugih psiholoških aspekata.

Svaki vaš dan se zapravo sastoji od mnogo uticaja sa svih strana koji se prepliću, mešaju, povezuju ili suprotstavljaju.

Ako na kraju tog dana sumirate koliko ste zapravo uticaja ostvarili, koliko su na vas uticali, i kad podvučete crtu verujem da je cifra prilično velika.

Sigurno ste često čuli rečenicu u razgovoru, na primer, dva roditelja: „Probaj ti da utičeš na njega, ja ne mogu, mene ne sluša". Bez obzira na to što svi vršimo uticaj na druge, od njegovog intenziteta zavisiće i krajnji efekti konverzacije. Ukoliko uticaj koji imate na sagovornika bude zanemarljiv,

vrlo često će se dogoditi da i pored svog vašeg naprezanja da izvršite uticaj, ne dobijete željene efekte. A onda ćete videti osobu koja će sa jednom rečenicom izvršiti uticaj na celo vaše društvo, bez mnogo truda i naprezanja i ništa vam tu neće biti jasno. Vršenje uticaja je vrlo kompleksna aktivnost, koja zavisi od mnogo elemenata, od vašeg karaktera, od okolnosti u kojima uticaj vršite, od ljudi na koje se uticaj vrši, i slično.

Ako je neko na vas izvršio veliki uticaj, pozitivan, i vi se sad osećate kao na sedmom nebu, često ćete imati želju da svoje utiske prenesete svima oko vas, da izvršite transfer utisaka, jer želite da se svi u vašoj okolni osećaju tako dobro. Na primer, ako ste bili na poslovnom sastanku i oduševljeni ste pričom koju ste tamo čuli, verovatno ćete sa mnogo entuzijazma tu priču preneti svojim pretpostavljenima.

Ukoliko i oni u tome budu prepoznali potencijal, bićete vrlo srećni. Ali, ukoliko se svi oni slože da priča nije posebno zanimljiva, vi se možete osećati loše jer ste bili oduševljeni pričom koja druge nije podstakla. Ne brinite, to se relativno često dešava, jer svi imamo drugačije viđenje stvari.

UTICAJ I UBEĐIVANJE

Na osnovu mog iskustva, mogu vam reći da sam naišao na dva različita stava po pitanju odnosa uticaja i ubeđivanja. Ne postoji potpuna usaglašenost mišljenja da li su u pitanju skoro pa sinonimi, ili potpuno različiti pojmovi.

Zato ću vam najpre prikazati ta dva stava, pre nego što iznesem svoje mišljenje o prirodi i karakteru odnosa između uticaja i ubeđivanja.

Stav 1

Ubeđivanje je klasičan način vršenja uticaja na osobe u okruženju, korišćenjem različitih metoda i tehnika. Ubeđivanje se odnosi na konstantno uveravanje sagovornika da ste vi u pravu, da je vaš stav ispravan i insistirate na tome da on prihvati vaše gledište, uradi nešto za vas ili nekog drugog, prosto da po vašem nagovoru sprovede neku akciju ili izgradi mišljenje o nečemu.

Ubeđivanje je istovremeno i vršenje uticaja, jer ukoliko ispred sebe imate osobu koja se premišlja, još uvek nije sasvim sigurna u ispravnost onoga što govorite, vi morate svim snagama izvršiti uticaj na nju kako bi postala sigurnija i ponašala se u skladu sa onim što joj vi govorite.

Ubeđivanje se po pravilu odvija u nešto vidljivijoj formi nego klasična manipulacija, jer kad nekog ubeđujete morate da navaljujete, da govorite mnogo, da objašnjavate, da imate adekvatnu gestikulaciju rukama, ali se ubeđivanje može vrlo efikasno koristiti i u kontekstu manipulacije.

Ubeđivanje je veština koja se uči, koja se može unaprediti svakodnevnim vežbanjem, koja vam može koristiti u svim sferama života, bez obzira da li pregovarate o tome koji bi fakultet vaše dete trebalo da upiše, ili šefu objašnjavate razloge zbog kojih je neophodno nabaviti novu opremu, pa sve do razgovora sa prijateljima u kojima želite da istaknete sve prednosti novog kluba u koji očajnički želite da odete večeras. Svaki razgovor zapravo sadrži određenu dozu ubeđivanja, manje ili više izraženu.

A u kojoj meri će uticati na donošenje krajnje odluke, zavisi od mnogo faktora, od kojih je većina u domenu psihologije.

Da biste mogli da efikasno nekog ubeđujete, morate biti svesni toga da li na tu osobu ostvarujete uticaj ili ne. Mogućnost ostvarivanja uticaja jeste osnov ubeđivanja, koje neće dati željene rezultate ukoliko niste u mogućnosti da svojim ponašanjem, akcijama, pričom izazovete uticaj na svog sagovornika i tako ga učinite podložnim ubeđivanju.

Ubeđivanje je zapravo način da nekoga naterate da nešto uradi ili kaže, bez obzira da li on to stvarno želi.

Uticaj je osnovni faktor ubeđivanja, jer da biste nekoga mogli da ubedite da promeni stav, ponašanje ili razmišljanje, morate biti sposobni da na njega ostvarite uticaj.

Ostvarivanje uticaja vrši se po različitim osnovama:

- ✓ *Može se ostvariti uticaj na sagovornika ukoliko on percipira osobu koja uticaj ostvaruje kao stručnjaka u određenoj oblasti*: na primer, želite da kupite novi kompjuter, a niste sigurni koji da izaberete. Odlučili ste se za neki koji po vašem mišljenju može biti dobar, ali se ipak konsultujete sa prijateljom koji radi kao IT stručnjak u nekoj kompaniji. On vas ubeđuje da to nije dobar računar, i preporučuje vam neku drugu marku. Vi njega smatrate stručnjakom u predmetnoj oblasti i vrlo verovatno ćete promeniti mišljenje i uzeti kompjuter koji vam je prijatelj preporučio.
- ✓ *Uticaj se može ostvariti ukoliko postoji strahopoštovanje prema osobi koja vrši uticaj*: sigurno ste svi u školi imali bar jednog strogog profesora, koga ste se svi plašili. Kad uđe u učionicu, nastane tajac i ne mrdate se do kraja časa, ni ne dišete, prosto da ne privučete pažnju da vas ne prozove. U takvim situacijama on je svojim

ponašanjem i stavom izvršio na vas uticaj, da vi svoje ponašanje prilagodite njegovim zahtevima.

- ✓ *Ostvarivanje uticaja moguće je ukoliko u osobu imate poverenja*: jedino osobe kojima verujete mogu da izvrše uticaj na vas, jer ih smatrate relevantnim po pitanju teme o kojoj se govori i smatrate ih osobama koje vas neće izneveriti.
- ✓ *Uticaj ostvaruju referentne osobe*: osoba na koju se ugledate, koja je vaš idol i često, posebno kada ste dete, osoba koja biste voleli da budete kad porastete. Vrlo često referentne osobe imaju uticaj na veliki broj pojedinaca, a da toga ne moraju biti svesne. Na primer, imate omiljenog glumca, pevača, književnika, kojim ste oduševljeni i koga posmatrate kao osobu na koju želite da se ugledate. Tu osobu ne morate lično poznavati, ali ona svojim ponašanjem, stavovima, mišljenima koja iznosi utiče i na oblikovanje vašeg ponašanja i mišljenja.

Stav 2

S druge strane, postoji i shvatanje da su uticaj i ubeđivanje dve potpuno dijametralno suprotne aktivnosti, jer odražavaju različite načine komuniciranja sa okolinom, bez obzira da li je reč o prijateljima, kolegama sa posla ili medijima. Suština zastupanja ovog stava ogleda se u isticanju da su načini rada, ali i krajnji rezultati uticaja i ubeđivanja potpuno drugačiji, te nema osnova da se smatraju jednom istom aktivnošću, niti čak sličnom.

Ubeđivanje je vrlo očigledna, napadna forma komuniciranja, u kojoj osoba koja nas ubeđuje nabraja sve moguće prednosti opcije za koju se zalaže. U principu, ubeđivanje

može biti vrlo dosadno i naporno, jer osoba koja vas ubeđuje u nešto svim silama se trudi da vas ubedi da je u pravu, da vas uključi u sam proces ubeđivanja, kako biste što pre popustili, a svako odbijanje, ili isticanje negativnih strana je odbijeno u startu, i to najčešće sa dobrim argumentima.

Ubeđivači su po pravilu vrlo dosadne, ali i uporne osobe, koje neće odustati dok ne dobiju željeno. Uglavnom su vrlo dobri govornici, jer se trude da detaljnim objašnjavanjima, prepričavanjima i isticanjem prednosti (istinitih ili navodnih) onoga u šta vas ubeđuju pridobiju vaše poverenje. Kad imate poverenja u sagovornika, ubeđivanje je skoro gotov proces. Ubeđivanje može biti naporno, jer ubeđivač može biti ponekad preterano dosadan u nastojanju da od vas dobije pozitivan odgovor za svoje predloge.

Najčešće je ubeđivanje unapred isplanirano, sa određenim ciljem da se sagovornik ubedi u istinitost reči ubeđivača, kako bi se ostvario neki ranije definisan cilj. Ono što je kod ubeđivanja specifično jeste da ubeđivač ne sme da prestane sa nabrajanjem prednosti i argumenata u korist svoje tvrdnje, jer jedino na taj način može dovoljno dugo da održi interes pojedinca za svoju priču.

Uticaj, s druge strane, jeste potpuno drugačiji način komuniciranja sa sagovornikom, koji ne zahteva vidljivu demonstraciju i mnogo priče ni oko čega. Uticaj se vrši na sagovornika pojavom, znanjem, stavom, energijom koju pojedinac emituje, bez potrebe da se mnogo trudi i objašnjava, da navodi šta je to što je važno kod njegovog uticaja. Kod vršenja uticaja najčešće se dešava da pojedinac koji vrši uticaj ne mora ništa da radi, sam sagovornik nastoji da dobije sve potrebne informacije tražeći i raspitujući se kod same osobe

koja uticaj vrši. Onaj koji vrši uticaj ne ubeđuje, već izaziva u sagovorniku iskrenu želju i interesovanje da se uključi u sam proces razmene informacija.

Uticajnost često ne zahteva neki preteran trud, kao ubeđivanje. Često ste sigurno čuli rečenicu „ma, on je rođen za to" ili „zrači takvom energijom". To su osobe koje imaju neku harizmu, neku energiju koju uspešno prenose na svoje sagovornike bez ikakve muke. U pitanju je direktna demonstracija nekog stava ili mišljenja, prikaz nekih ličnih kvaliteta i svojstava koje pojedinac poseduje, pa nije neophodno da se sagovornik ubeđuje u njihovu istinitost, jer se lično i direktno može uveriti u njihovo postojanje. Ostvarivanje uticaja jeste mnogo više sofisticirano u odnosu na ubeđivanje, koje uglavnom podrazumeva neposrednu manifestaciju samog procesa. Uticaj se može vršiti neprimetno, diskretno, bez ikakve potrebe čak i da sam sagovornik o tome bude obavešten.

Po pravilu, uticaj može ostaviti mnogo dugoročnije efekte na sagovornike u poređenju sa ubeđivanjem koje je kratkotrajno, i traje dok vas sagovornik ubeđuje. Nakon toga, može da izgubi bilo kakav značaj. Zato, ako ste u situaciji da birate, bolja je varijanta svakako da se fokusirate na uticaj, nego ubeđivanje, jer ćete dobiti više koristi.

Moj stav

Moj stav o uticaju i ubeđivanju donekle je kombinacija prethodna dva mišljenja. Ne smatram da su uticaj i ubeđivanje sinonimi, ali mislim da jedno bez drugog ne mogu, s tim da je ubeđivanju uticaj mnogo potrebniji, nego uticaju ubeđivanje.

Ostvarivanje uticaja jeste veština koja se usavršava godinama, koju razvijate praktično od detinjstva i nadograđujete iz

godine u godinu. Mogućnost ostvarivanja značajnog uticaja na sagovornike privilegija je retkih osoba danas, a ukoliko je osoba sposobna da svoj uticaj iskoristi može da ostvari sve što poželi. Ubeđivanje je mnogo vidljivija manifestacija vršenja uticaja, koja ne mora imati pozitivne efekte u svakoj situaciji.

U nekim slučajevima, kada ubeđivanje postane prenaglašeno i kada sagovornik oseti veliki pritisak da predlog prihvati, može se dogoditi sasvim suprotno, i još dovesti do nezadovoljstva sagovornika. Zato prilikom upotrebe ubeđivanja morate biti obazrivi, da ne preterate.

Smatram da su izvori uticaja višestruki, i da svako od nas određuje tu neku svoju najjaču stranu, neki element kojim nastoji izvršiti uticaj na svoju okolinu. Uticaj se može vršiti na osnovu sposobnosti koju posedujemo da nešto uradimo, na osnovu fizičkog izgleda, na osnovu iskustva koje imamo, na osnovu stečenog zvanja, na osnovu pozicije koju imamo na poslu, na osnovu bilo čega što nam može koristiti da se uticaj izvrši. Korišćenje uticaja u svrhu manipulacije nije novija tvorevina, to je prisutno u svim periodima tokom istorije.

Čak i kada pogledate velike vojskovođe, ili ljude koji su odgovorni za pokretanje ratova širom sveta, ili velike svetske umove, svi su oni na neki način uspeli da izvrše značajan uticaj na široke narodne mase, tako da je svako bio spreman na bilo šta pod uticajem njihovih priča, ponašanja, delovanja. Vršenje uticaja je umetnost, i zato se prema toj veštini treba tako i postaviti. Trudite se da što manje svoj uticaj koristite za ubeđivanje, jer na taj način možete potpuno izgubiti svoj kredibilitet, kad je nešto prenaglašeno, ljudi po inerciji mogu odbijati takve stvari. Uticaj treba da bude spontan, neprimetan, jer jedino tako može da da najbolje efekte, kako

za vas, tako i za vaše sagovornike. Želim čak da napomenem da je u poslovnoj komunikaciji, mnogo bolje koristiti termin uveravanje nego ubeđivanje. Razlog tome je i sam koren reči (ubediti) koji vas navodi na nešto što je bedno, pa iskusni menadžeri izbegavaju ovu reč u poslovnoj komunikaciji.

UTICAJ I MANIPULACIJA

Uticaj je zapravo sposobnost upravljanja pre svega sopstvenim životom, a zatim i mogućnost upravljanja životima drugih ljudi u okruženju. Na ljude iz okruženja možemo uticati na pozitivan ili negativan način, u zavisnosti od toga na koji segment njihovog života utičemo i kakve to posledice ostavlja.

Na primer, ukoliko se družite sa ekipom u kojoj svi konzumiraju alkohol u neograničenim količinama, velika je verovatnoća da ćete i sami početi da uživate u njemu preterano, po ugledu na vaše društvo. Da li iz straha da vas ne osude ukoliko to ne činite, ili iz želje da se njima dokažete, svejedno je, vaše društvo je na vas izvršilo uticaj da i vi počnete sa ovom lošom navikom.

S druge strane, ako ste okruženi ljudima koji vole zdrav život, stalno nešto treniraju, zdravo se hrane, šetaju, misle pozitivno, velika je mogućnost da ćete i vi dobiti želju da probate to isto, da ćete biti podstaknuti da i vi počnete da upražnjavate vežbe i da se hranite zdravo, po ugledu na njih. Ova analogija se može primeniti na bilo koji drugi oblik ponašanja, a društvo i okruženje mogu biti izuzetno snažni izvori uticaja.

Uticaj vrlo često može preći u čistu manipulaciju. Osnovu i jedne i druge aktivnosti čini inspiracija.

Ukoliko je vama neko inspirativan, prenosi vam energiju koja vas stimuliše da uradite svašta, sve što poželite, ako je harizmatičan dovoljno da poverujete u sve što priča, u takvoj situaciji možete postati žrtva manipulacije, i to na najrazličitije moguće načine.

Ne mora svaki uticaj biti manipulacija, ali prilikom manipulisanja mora se ostvariti uticaj, ukoliko želite da izazovete efekte koje ste planirali. Uticaj i manipulacija se nekada ne mogu jasno razgraničiti, posebno onda kada neko postane vešt manipulator, pa ni sam više ne prepoznaje razliku između vrste normalnog ponašanja i manipulacije.

Ostvarivanje uticaja u manipulativne svrhe često se ne može prepoznati odmah, ali ukoliko posedujete dovoljno informacija o tome šta je uticaj, a šta manipulacija, ukoliko poznajete načine na koje se ostvaruje manipulativno ponašanje, onda možete u određenim situacijama da izbegnete manipulaciju od strane bilo koje osobe i da postanete pravi eksperti u prepoznavanju manipulativnog ponašanja, što je jedan od osnovnih ciljeva zbog koga sam i počeo uopšte sa pisanjem ovog priručnika.

Izvor uticaja i manipulacije često može biti i popularnost osobe koja uticaj vrši. To se najbolje može ilustrovati na primeru poznatih glumaca, pevača, političara i javnih ličnosti. Što je osoba popularnija i zastupljenija u medijima, njen uticaj je po pravilu veći, bilo pozitivan ili negativan.

Jedan od primera, koji je aktuelan poslednjih godina, jeste i primer Britanskog kraljevskog para, koji je u centru pažnje gde god se pojave. Sigurno ste poslednjih meseci čitali u novinama, nakon porođaja vojvotkinje, da je prodaja haljine koju

je nosila onog dana kad je izašla iz bolnice uvećana višestruko, samo zato što je ona tu haljinu obukla.

S druge strane, manipulaciju možemo naći u svim segmentima svakodnevnog života. U poslednje vreme svi smo svedoci priče o tome kako nama manipulišu domaći proizvođači, na koji način veliki trgovački lanci plasiraju informacije o proizvodima, i slično.

Na primer, sigurno ste primetili kako se poslednjih godina propagira zdrava hrana, bez alergena, bez holesterola, i slično. Kada na nekom proizvodu vidite da piše da je bez holesterola, verovatno se vrlo obradujete, posebno ako vam je lekar rekao da je potrebno da ga izbegavate u širokom luku. Pri tome, verovatno ćete taj proizvod staviti u svoju korpu, a da kod ostalih ni ne pročitate deklaraciju. Ovaj natpis se masovno u poslednje vreme pojavljuje na ulju, margarinu ili nekim drugim biljnim proizvodima. Ono što većina potrošača ne zna jeste da je holesterol životinjskog porekla, tako da ga svakako nema u biljnim proizvodima. Samo, na nekoj ambalaži to piše, na nekoj ne. I tako vi postanete klasična žrtva manipulacije, hteli to ili ne.

Ovakvih primera je danas mnogo, gde proizvođači nastoje da isticanjem čak i besmislenih informacija ostvare uticaj na potrošače da upravo njihov proizvod izaberu. Zato je dobra obaveštenost pola posla, odnosno ukoliko ste dobro informisani verovatnoća da dođe do manipulacije je minimizirana.

Posebno treba imati u vidu da izvori manipulacije danas mogu biti brojni faktori, koji ranije nisu ni postojali, ili nisu bili toliko značajni za manipulisanje. Manipulaciju možete naći tamo gde je najmanje očekujete, a što se odbrane od nje

tiče, ne postoji neki univerzalni recept, već je sve stvar vaše improvizacije.

Manipulacija je danas prisutna svuda, ne postoji deo našeg života koji je izostavljen iz ovog procesa. Danas je samo izbor – manipulisati ili biti izmanipulisan. Uticaj i manipulacija povezani su neraskidivim vezama, a od situacije do situacije zavisiće koja će od ove dve strane dominirati.

Najvažnije u celoj priči jeste da manipulaciju prepoznate. S obzirom da je manipulacija specifičan način ponašanja, u kome osoba želi da celu situaciju okrene u svoju korist, često ćete biti izigrani na najneverovatnije načine, a ukoliko je neko pravi ekspert u manipulaciji, vrlo često nećete toga biti ni svesni.

Danas je manipulacija neminovnost, nešto sa čime se susrećemo svakodnevno, pa je većina nas već postala imuna na takve stvari, u smislu da ljude toliko ne potresa to što se oko njih događa, neki su se pomirili sa tim da neće moći da izađu na kraj sa manipulatorima, dok se nekolicina i dalje bori i nastoji da spreči svaki dalji oblik manipulisanja u svom životu. Nije jednostavno, u pitanju je prava donkihotovska borba protiv vetrenjača, ali upornost se isplati.

Vršenje uticaja ili manipulisanje, svejedno je, svaka aktivnost na svoj način može da doprinese da se osoba ne oseća prijatno i može imati velikog efekta na dalji tok života. Zato vodite računa na koga vršite uticaj ili kime manipulišete, jer nekome to može drastično promeniti život.