

 BLIŻEJ SUKCESU - POPRZEZ PSYCHOLOGIĘ

ZŁOTE
MYSLI

Zbuduj swój wizerunek

Rafał Dorobek



**Jak kreować swój image
i osiągnąć sukces?**

Niniejszy ebook jest **własnością prywatną**.

Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. Zabrania się jej publicznego udostępniania w Internecie, oraz odsprzedaży zgodnie z [regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli](#).

© Copyright for Polish edition by ZloteMysli.pl

Data: 9.11.2007

Tytuł: Zbuduj swój wizerunek

Autor: Rafał Dorobek

Wydanie I

ISBN: 978-83-7582-023-2

Projekt okładki: Marzena Osuchowicz

Korekta: Anna Popis-Witkowska, Lidia Kaźmierczak

Skład: Teresa Kopp

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli Sp. z o. o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: www.ZloteMysli.pl

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

<u>WAŻNIEJSZE NIŻ WSTĘP</u>	4
<u>ROZDZIAŁ 1</u>	7
<u>JAK NAS POSTRZEGAJĄ I CO WIEDZĄ O NAS INNI?</u>	7
<u>WŁADZA</u>	13
<u>MYŚLENIE NA SKRÓTY</u>	16
<u>TEORIE POTOCZNE</u>	21
<u>STEREOTYPY I PRZEKONANIA</u>	23
<u>EFEKT PIERWSZEŃSTWA, ŚWIEŻOŚCI</u> <u>EFEKT KONTRASTU I ASYMILACJI</u>	27
<u>ATRAKCYJNOŚĆ</u>	30
<u>ROZDZIAŁ 2</u>	34
<u>POCHLEBSTWA WOBEC INNYCH</u>	34
Technika 1.....	34
<u>ROZDZIAŁ 3</u>	51
<u>TWORZENIE PODOBIENSTWA</u>	51
Technika 2.....	51
<u>ROZDZIAŁ 3</u>	68
<u>ZWIĘKSZANIE WŁASNEJ ATRAKCYJNOŚCI</u>	68
Technika 3.....	68
<u>ATRAKCYJNOŚĆ FIZYCZNA</u>	69
<u>ROZDZIAŁ 5</u>	95
<u>PREZENTOWANIE ATRAKCYJNOŚCI INTERPERSONALNEJ</u>	95
Technika 4.....	95
<u>ROZDZIAŁ 6</u>	119
<u>PREZENTOWANIE SKROMNOŚCI</u>	119
Technika 5.....	119

WAŻNIEJSZE NIŻ WSTĘP

CZYM JEST WIZERUNEK I DLACZEGO WARTO O NIEGO DBAĆ?

Każda strona książki, którą właśnie czytasz, będzie wyjaśniała, co należy zrobić, aby dobrze zaprezentować się innym ludziom. Jednakże pytanie zaczynające się od słowa „co?” jest najmniej ważne. Każdego dnia na całym świecie ludzie zadają sobie pytanie: „Co mogę w sobie zmienić?” i od razu przechodzą do działania. Większość z nich nie wie jednak, do czego prowadzą takie zmiany, a już na pewno nie mają pojęcia, jakie są ograniczenia stosowania niektórych metod. Chyba że doświadczą tego na własnej skórze... Lecz wtedy już znacznie tracą w oczach wszystkich, którzy ich oceniają. Zanim przejdziemy do działań, powinniśmy zastanowić się nad kilkoma ważnymi kwestiami – przede wszystkim nad tym, co chcemy osiągnąć. Możemy starać się zdobyć czyjąś sympatię, osiągnąć poczucie kompetencji w oczach innych, a nawet ich zazdrość lub współczucie. Wszystko zależy od tego, jakie działania podejmiemy. W tej książce znajdziecie szereg metod pozwalających na uzyskanie przede wszystkim sympatii drugiej osoby, ale gdy możemy otrzymać coś jeszcze, na pewno wspomnę o dodatkowych korzyściach. Dotarliśmy właśnie do miejsca, w którym można wymienić pierwszą dobrą radę dotyczącą kształtowania własnego wizerunku:

JEŻELI MOŻNA UPIEC DWIE PIECZENIE NA JEDNYM OGNIU, TO NIGDY TEGO NIE IGNORUJ I NIE OMIJAJ TAKICH SYTUACJI.

Wizerunek to obszar szczególnie, tym bardziej, że jest elementem prywatnym, osobistym. Jeżeli sytuacja pozwala na uzyskanie po-

dwójnej albo nawet potrójnej korzyści – zawsze podejmij działanie! Zacznij od zastanowienia się, czy warto i czy Twój plan ma szansę się powieść. Jeśli nie, spokojnie zrezygnuj, ale jeśli są duże szanse na osiągnięcie sukcesu – zrób to! Przed chwilą wspomniałem o tym, że ta książka pozwoli Ci na pozyskiwanie sympatii innych osób, ale chcę dodać, że metody kreowania swojego wizerunku tak, aby prezentować się jako osoba kompetentna czy wzbudzająca określone emocje, zostaną przedstawione w pozostałych częściach tej serii. Ogrom materiału, który dotyczy autoprezentacji, nie pozwala właściwie na zawarcie całej wiedzy w jednej książce – jeśli ktoś jednak taką książkę wyda, to możesz mieć pewność, że jest tam zbyt mało informacji dla Ciebie.

CZYM TA KSIĄŻKA RÓŻNI SIĘ OD INNYCH ?

Jej autor jest Polakiem i pisze o polskiej rzeczywistości.

Najbardziej irytującym elementem książek, które można znaleźć w księgarni, jest fakt, że w większości są one tylko tłumaczeniami tekstów pisanych przez autorów ze Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii albo Niemiec. W związku z tym opisywane w nich sytuacje są zaczerpnięte z nieco innej rzeczywistości niż nasza. Książki amerykańskie przedstawiają nam ludzi bawiących się na wystawnych bankietach organizowanych przez firmę co tydzień, oferują rady, jak zachowywać się w 100-piętrowych budynkach, oraz mówią nam, co zjeść w określonym towarzystwie. Niestety, to nie jest nasza rzeczywistość. Przyznam szczerze, że nie było mi dane zastosować żadnej z instrukcji jak zachowywać się w prawdziwym wieżowcu, bo... jeszcze w takim, jaki opisują poradniki, po prostu nie byłem. Polskie imprezy organizowane przez pracodawcę najczęściej odbywają się w mniejszym gronie albo mają miejsce raz na rok i większość pra-

owników nie ma zwyczaju na nie chodzić. Rady dotyczące posiłków najdobitniej pokazuje przykład jednego z moich znajomych, który zaprosił dwóch ludzi z przedsiębiorstwa negocjującego z nim warunki kontaktu. Po przeczytaniu jednego z poradników, pełen przekonania, że gotowana cielęcina to doskonały wybór, nieco się zdziwił, gdy jego towarzysze poprosili o... schabowego z ziemniakami i sałatką. Nasza kultura i zwyczaje wyraźnie różnią się od tego, co robią ludzie w Europie Zachodniej i Stanach Zjednoczonych. Jeżeli chodzi o przykład z zamówieniem, radziłbym wybrać potrawę podobną do zamówienia złożonego przez osoby towarzyszące nam przy posiłku, ponieważ wskazuje to na chęć porozumienia w interesach. Jeżeli jednak takie menu nam nie odpowiada, to dobrze zamówić potrawę zbliżoną pod względem czasu przygotowania albo poprosić kelnera o to, żeby przyniósł wszystkie w tym samym czasie (oczywiście należy to powiedzieć na osobności, a nie przy stole). Wielu ludzi nie lubi bowiem sytuacji, w której jedni otrzymali już swoje zamówienie, a inni jeszcze na nie czekają.

**Książka zawiera przykłady
i możliwe zastosowania omawianych działań.**

W odróżnieniu od wielu podobnych pozycji na półkach księgarń – nie ma tutaj tylko suchych informacji, ale również przykłady pomagające zastosować wiedzę w praktyce. Autorzy poradników najczęściej nie zastanawiają się nad tym, jak ułatwić czytelnikowi przyswajanie przekazywanych treści. „Zbuduj swój wizerunek” ma pomóc nie tylko w zdobyciu wiedzy, ale także ułatwić jej zapamiętywanie i wyszukiwanie. W tym celu większość istotnych informacji została zawarta w przejrzystych tabelach. Aby ułatwić zrozumienie całego materiału, każdy uczestnik zabiegów autoprezentacyjnych, wobec którego można stosować opisane techniki, będzie określony jako odbiorca albo obserwator.

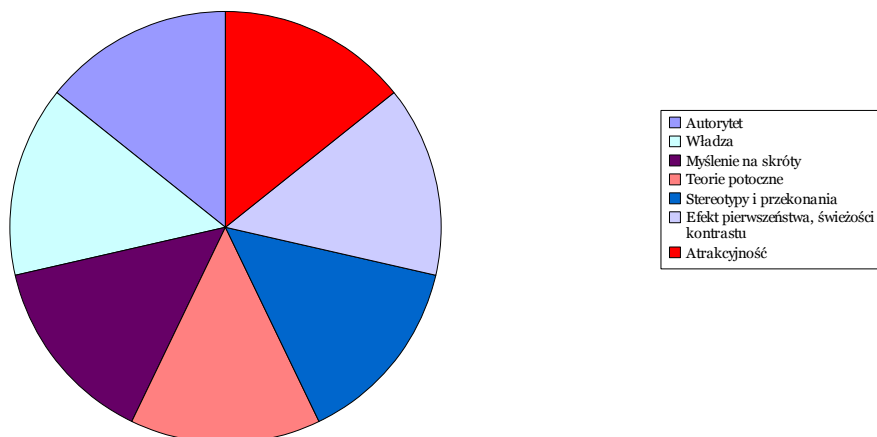
ROZDZIAŁ 1

JAK NAS POSTRZEGAJĄ I CO WIEDZĄ O NAS INNI?

Człowiek jest istotą społeczną i życie wśród innych ludzi jest dla nas nieuniknione. Z tego powodu większość sytuacji, przed którymi stajemy każdego dnia, wiąże się z kontaktem interpersonalnym. Spotykamy innych ludzi w trakcie zakupów w sklepie osiedlowym bądź supermarkecie, w miejscu pracy, w szkole, nawet zwykły spacer prawdopodobnie spowoduje, że ktoś zwróci na nas uwagę lub będzie chciał z nami porozmawiać. W większości takich sytuacji zależy nam na utrzymaniu dobrego wizerunku. Aby dobrze wypaść przed innymi, stosujemy różne techniki autoprezentacji i podejmujemy wysiłek, który może doprowadzić do tego, że inni spojrzą na nas przychylnym okiem. Jednak czy na pewno wiemy, co myślą inni? Wiele badań psychologicznych wskazuje, że tak naprawdę trudno nam odgadnąć, co sądzą o nas ci, którzy nas obserwują, choć doskonale wiemy, jakie informacje chcielibyśmy im przekazać. Co więcej, nie zawsze sam obserwator naszych działań zachowuje się w pełni racjonalnie, ponieważ często brakuje mu motywacji albo po prostu nie ma ochoty analizować wszystkich nadchodzących informacji zbyt dokładnie. W tym rozdziale przedstawię kilka ważnych wskazówek, które pozwolą wyjaśnić, co tak naprawdę ludzie o nas myślą i w jaki sposób analizują nasz wizerunek.

AUTORYTET

Jak postrzegają nas inni?



Autorytet ma potężną moc w kontaktach interpersonalnych. Badania wykazują, że częściej ufamy ludziom, których uważamy za autorytety, wysoko cenimy ich zdanie, a także częściej powielamy ich zachowania. Tendencje te nasilają się wraz ze wzrostem identyfikacji z taką osobą oraz wzrostem zaangażowania w dziedzinę, której ta osoba jest przedstawicielem. Jeżeli ktoś jest zadeklarowanym fanem Britney Spears, Jerzego Dudka czy Macieja Zakościelnego, zapewne będzie przejawiał poglądy podobne do poglądów tych osób, będzie utożsamiał się bardziej z ich problemami i sukcesami, a także będzie bardziej ufał ich słowom. Zupełnie inaczej zareaguje jednak ktoś, kto w ogóle nie zna tych osób lub niewiele go one interesują – autorytet nie będzie wówczas wpływał na jego sposób myślenia lub może spowodować dokładnie odwrotną reakcję, a nawet kpinę. Żeby się o tym przekonać, wystarczy spytać uczniów na forum klasy o to, który aktor lub piosenkarz podoba im się najbardziej, a szybko zorientujemy się, że wokół nas rozpętała się burza pomiędzy tymi, którzy deklarują sympatię wobec sławy, a tymi, którzy wcale jej nie lubią. Z pewnością dostrzeżemy też takich, którzy nie wezmą w tym sporze udziału albo będą zgłaszać kompletnie odmienną kandydaturę. Bowiem jeżeli

chodzi o autorytet, obowiązuje **zasada indywidualności**, oznaczająca mniej więcej tyle, że każdy z nas może sam zdecydować, kogo uzna za autorytet. Co ważne w tym miejscu, osobą znaczącą dla nas wcale nie musi być ktoś powszechnie dostępny, może to być profesor lub nauczyciel, rodzic, kolega lub koleżanka z pracy albo ktoś, na kim się wzorujemy. Pozostaje zatem kwestia związku autorytetu z kształtowaniem własnego wizerunku. Jak można przypuszczać, ma on zarówno dobry, jak i zły wpływ na prezentowanie własnej osoby. Dlaczego? Po pierwsze, ludzie oceniają nas gorzej wówczas, gdy mogą nas porównać ze swoim autorytetem. Ma to miejsce wtedy, gdy w jakiś sposób wkraczamy na teren autorytetu i prezentujemy się znacznie gorzej niż taka znacząca dla kogoś postać (np. chwając się, że potrafimy przebiec kilometr bez odpooczynku, gdy druga osoba za autorytet uznaje maratończyka). Może to się dla nas nie skończy korzystnie, chyba że druga osoba jest bardzo wyrozumiała lub taka gafa zniknie w natłoku innych pozytywnych cech lub zdarzeń. Jednak po co ryzykować? Najczęściej takie sytuacje wynikają z niewiedzy i braku informacji na temat osoby, która nas obserwuje lub, z którą jesteśmy w kontakcie. Oczywiście może być zupełnie inaczej, szczególnie wtedy, gdy potrafimy przykładowo zbliżyć się w przebieganym dystansie do wspomnianego maratończyka, ale... No cóż, autorytet jest autorytetem dlatego, że robi coś bardzo dobrze i nie jest łatwo mu w tym dorównać. Co jednak można zrobić? Przede wszystkim należy dowiedzieć się jak najwięcej o tym, kogo ceni druga osoba. Każdy z nas posiada zupełnie odmienną hierarchię autorytetów i lubi, kiedy inni to zauważają i doceniają. Przyjaciel, który od lat słucha Rolling Stonesów i wybiera się na każdy koncert w pobliżu naszego kraju, w dodatku ubiera się jak Mick Jagger, może zostać uznany za dziwaka w pewnych kręgach, a w innych za pasjonata, ale na pewno poczuje sympatię do kogoś, kto pochlebnie wypowiada się o zespole. Ta sympatia okaże się większa, gdy odbiorca w ogóle się tego nie spodziewa, gdy sprawisz wrażenie, że sugerujesz to całkiem przypad-

kiem, albo wtedy, gdy otrzyma taką informację nie od Ciebie, ale od kogoś, kto powie mu to w Twoim imieniu. Jednak autoprezentacja nie polega tylko na pochlebnych uwagach o zespołach rockowych. Czasami nawet drobny szczegół może sprawić, że Twój wizerunek w jednej chwili rozbłyśnie w oczach drugiej osoby. Wszystko jednak opiera się na dwóch zasadach, dotyczących obserwującej nas osoby: **WIEM, KOGO LUBI** i **WIEM, CO Z TYM ZROBIĆ**. Wiedza jest potęgą. Wiedząc, że ktoś lubi pewnego aktora, możemy wykonywać jego charakterystyczne ruchy, przytaczać jego ulubione kwestie, jądać podobne potrawy, a nawet przedstawiać podobny pogląd na świat, choć oczywiście tylko wtedy, gdy wygląda to realistycznie i gdy do każdego z tych elementów odbiorca też ma pozytywny stosunek. Podobnie możemy postępować, gdy ktoś uznaje za autorytet określonego polityka, pisarza, sportowca lub każdą inną osobę. Najbardziej istotne w tym wypadku będzie wydawanie pochlebnych opinii wobec tego, co osoba stanowiąca dla kogoś autorytet robi, co myśli i jakie wyraża poglądy. Mówiąc w ten sposób, utwierdzamy drugą osobę w jej opiniach, a ludzie bardzo lubią mieć rację, a w dodatku lubią tych, którzy się z nimi zgadzają.

Oddziaływanie autorytetu można podzielić na bezpośrednie i pośrednie. W pierwszym przypadku można mówić o sytuacji, w której nasze działania są odpowiedzią na to, co w danej chwili robi ktoś dla nas ważny. Jak już wspomniałem wyżej, ludzie dzielają poglądy swoich autorytetów, a często nawet zachowują się podobnie do nich i lubią tych, którzy ich w tym popierają. Jednak to nie wszystko. Ludzie bardzo lubią tych, którzy za autorytet uznają te same osoby lub mają te same poglądy. Po prostu lubimy podobnych do siebie. Jeżeli wyznajesz takie same zasady i poglądy jak inna osoba, to masz duże szanse na to, że zyskasz jej sympatię. Podobnie jest ze znaczącymi osobami. Być może jest to jedna z podstaw tworzenia różnego rodzaju fan clubów drużyn piłkarskich, aktorów oraz zespołów muzycz-

nych. Jeżeli ktoś uważa tak samo, myśli podobnie i zachowuje się tak, jak my, to wydaje się nam bliższy i bardziej atrakcyjny pod względem interpersonalnym, a w związku z tym – częściej z nim rozmawiamy, mamy dla niego większy szacunek i chętniej spędzamy z nim czas. Na tym polega pośrednie oddziaływanie autorytetu – ponieważ nie warunkuje ono tego, co jednostka myśli osobiście (oddziaływanie bezpośrednie), ale to, jak postępuje w kontaktach międzyludzkich. W ten sposób ludzie dobierają przyjaciół, partnerów i często są to wybory dokonywane na całe życie. Co jednak wtedy, gdy następuje zwątpienie w autorytet albo zmiana w hierarchii? Lubimy mieć wtedy przy sobie kogoś, kto rozumie to, co myślimy. Najważniejsze jest wiedzieć o potrzebach drugiej osoby i odpowiadać na nie – a potrzebuje ona osób dzielących jej poglądy.

Na zagadnienie autorytetu możemy spojrzeć jednak od zupełnie innej strony. Wiemy, że ludzie słuchają autorytetów oraz mocno polegają na ich kompetencjach. Jak więc sprawić, żeby inni postrzegali nas jako kompetentnych? Po prostu stańmy się autorytetem w jakiejś dziedzinie! Każdy z nas ma jakieś zdolności i może pokazać drugiej osobie swoją wiedzę lub umiejętności. Oczywiście najlepiej byłoby, gdyby również odbiorca uznawał nasze osobiste zalety za znaczące. W bardzo pomysłowym badaniu przeprowadzonym przez amerykańskich badaczy dowiedziono, że w dziedzinie, która dotyczy nas osobiście, jesteśmy skłonni praktycznie bez zastanowienia przyjmować słowa osób traktowanych jako autorytety. Wspomniani naukowcy dzwonili do pielęgniarek w przychodni lekarskiej, przedstawiając się jako lekarze (nie wspominając nazwiska ani nazwy szpitala lub przychodni, w której są zatrudnieni) i polecając, aby udały się pospiesznie do pokoju, w którym znajduje się pewien pacjent i zaaplikowały mu dawkę leku (mogącego mieć groźne skutki uboczne). Co ciekawe, w drogę do pomieszczenia – ze strzykawką przy sobie – pobięło 21 na... 22 pielęgniarki biorące udział w eksperymencie. Na

szczęście psychologowie przewidzieli, że tak może się zdarzyć i na pielęgniarki zawsze czekała przed pokojem osoba, która wyjaśniała, że całe zdarzenie było tylko naukowym badaniem. Można jednak wynioskować z tego, że autorytet ma duże znaczenie i dużą moc wpływania na zachowania innych ludzi. Istnieje grupa zawodów, które ściśle wiążą się z poczuciem kompetencji i wzbudzaniem powszechnego szacunku – wśród nich możemy wyróżnić aktorów, piosenkarzy, sportowców, profesorów wyższych uczelni oraz zapewne polityków i lekarzy. Jednak na tym świat się nie kończy, bowiem nie każdy z nas ma tak wiele szczęścia, żeby zostać przedstawicielem jednej z tych profesji. Każdy z nas może zostać osobą kompetentną w swojej dziedzinie – może to być na przykład hobby. Gdy chodzi o wzbudzenie kompetencji, lepiej być bardzo dobrym w jednym niż średnim we wszystkim. Ludzie bardziej cenią tych, którzy są „jacyś” niż tych, którzy są „przeciętni” lub „nijacy”. Po drugie, lepiej powtórzyć kilka razy te same kwestie dotyczące dziedzin, w których jesteśmy dobrzy niż wymyślać coś nowego, o czym nie mamy pojęcia. Brak wiarygodności jest znacznie mocniejszym świadectwem niż wiarygodność – gdy raz okazemy się niewiarygodni, potrzebujemy wielu zachowań, w których dowiedziemy, że nie była to prawda.

