



مقدمه

درحالی که روانشناسی را می توان به طور کلی به عنوان مطالعه رفتار انسان و عملکرد ذهن تعریف کرد، روانشناسی تاریک به مطالعه وضعیت انسان می پردازد و به ناخودآگاه طبیعی و تمایل عاطفی انسان به طعمه قرار دادن و مطیع کردن دیگران می پردازد.

روانشناسی تاریک، ترغیب و دستکاری در همه جا وجود دارد: در دوستی ها، در روابط عاشقانه، در تبلیغات، در محل کار، در اخبار و غیره. فرقی نمی کند کجا نگاه می کنید یا باچه کسی صحبت می کنید. وضعیت این است که یا شما قرار است کسی را متقاعد کنید، یا کسی شما را متقاعد خواهد کرد. لحظه ای به آن فکر کنید، اگر رئیس خود را متقاعد نکنید که لیاقت افزایش حقوق را دارید، او شما را متقاعد خواهد کرد که برای آن آماده نیستید. بنابراین، با این فکر از دفتر او بیرون می روید که باید یک سال دیگر یا حتی بیشتر کار کنید تا لیاقت آن را داشته باشید.

این گرایش به روانشناسی تاریک در درون هر یک از ما ذاتی است. همانطور که مردم باهوش تر می شوند و می خواهند ما را شکار کنند، ما نیز باید پاسخ های خود را با این رفتارهای انحرافی تطبیق دهیم. به همین دلیل تصمیم گرفتم این کتاب را بنویسم.

کتاب «روانشناسی و دستکاری تاریک» حاصل ۷ سال مطالعه ی هنر تأثیرگذاری بر رفتار انسان و تحقیق در حوزه های روانشناسی و اجتماعی است. این کتاب تمام مکانیسم هایی را که روانشناسان در سال های اخیر برای دستکاری و ترغیب ذهن افراد به انجام کاری که شما می خواهید، کشف کرده اند، و همچنین مؤثرترین استراتژی ها برای دفاع از خود در برابر کنترل ذهنی را آشکار خواهد کرد.

در فصل های بعدی، مجموعه ای از قدرتمندترین تکنیک های اقناع و دستکاری را خواهید یافت که توسط تبلیغ کنندگان، شکارچیان عاطفی، فروشندگان، سیاستمداران و همه کسانی که قادر به تغییر افکار یک فرد یا گروهی از افراد هستند، استفاده می شود. شما می توانید از این تکنیک ها هم برای محافظت از خود در برابر دستکاری توسط خودشیفته ها یا شکارچیان اجتماعی استفاده کنید و هم فرد را به انجام کاری که انجام نمی دهد، وادار کنید. دانستن این تکنیک ها به شما این امکان را می دهد که در روابط به طور کلی و به ویژه در محل کار خود موفق شوید. انگیزه شما هرچه که باشد، در صفحات بعدی، ابزارهای مورد نیاز خود را پیدا خواهید کرد.

چه در حال گفتگو با دوستان، شریک زندگی تان باشید، چه در حال نوشتن یک ایمیل کاری، تعریف کردن یک داستان یا فروش یک محصول، باید روش هایی را که استادان متقاعدسازی برای تغییر افکار مردم و وادار کردن آنها به عمل استفاده می کنند، بدانید.

این کتاب برای اهداف دانشگاهی طراحی نشده است. هدف من ارائه زبان و الگوهای رفتاری اقناعی با مثال های عملی فراوان و شروع به کارگیری آنها بلافاصله پس از خواندن آنهاست. این ابزارها می توانند بسیار مؤثر و قدرتمند باشند، بنابراین لطفاً از آنها به صورت اخلاقی استفاده کنید زیرا می تواند خوب باشد یا به اطرافیان شما آسیب زیادی برساند.

مراقب باشید! این کتاب ممکن است احساسات برخی افراد را جریحه دار کند. لطفاً فقط در صورتی که واقعاً احساس می کنید آماده اید تا ارتباطات خود را با یک هدف بلندپروازانه بهبود بخشید، آن را بخوانید. اگر فرد حساسی هستید، این کتاب برای شما مناسب نیست. هر آنچه در اینجا یاد خواهید گرفت ساده، آسان برای اجرا و مؤثر است. شما یاد خواهید گرفت که از فرآیند تصمیم گیری طبیعی خود بهره ببرید. نشان داده شده است که تصمیم گیری در درجه اول مبتنی بر احساسات و فرضیات است تا منطق. در صفحات بعدی، یاد خواهید گرفت که چگونه از این «بارقه» بهره ببرید.

اگر می خواهید کوه ها را جابجا کنید، باید بتوانید ابتدا مردم را جابجا کنید. اکثر مردم سعی می کنند با دعا کردن تا زمان مرگ، دیگران را ترغیب کنند. وقتی این کار جواب نمی دهد، ناامید می شوند و شروع به سرزنش، تحمیل یا فریب دادن می کنند تا به نتایجی که می خواهند برسند. اگر سعی کنید مستقیماً به مردم انگیزه دهید، شکست خواهید خورد. اگر قبلاً سعی کرده اید رفتار کسی را تغییر دهید، می دانید که این به طرز دردناکی درست است. همانطور که یک ضرب المثل قدیمی می گوید: «می توانید اسب را به آب ببرید، اما نمی توانید او را مجبور به نوشیدن کنید.» با این حال، می توانید او را تشنه کنید. در نتیجه، راز انگیزه، تأثیرگذاری و ترغیب، در یادگیری ایجاد شرایطی برای «تشنه» شدن ذهن نهفته است تا بدن از آن پیروی کند. خبر خوب این است که اکثر ذهن ها به نوعی تشنه هستند. همه ما زندگی خود را با مجموعه ای از نیازها و خواسته ها می گذرانیم و شما فقط باید کمی عمیق تر بروید تا آن نیازها را پیدا کنید و از آنها بهره ببرید. چگونه؟ از طریق استفاده از الگوهای زبانی و میانبرهای شناختی که برای شما آشکار خواهم کرد.

مغز ما عاشق میانبرهاست. دنیا جای پیچیده ای است و مغز شما دائماً مورد حمله حجم عظیمی از اطلاعات حسی قرار می گیرد که برای آنها مجموعه ای از پاسخ های از پیش برنامه ریزی شده دارد تا به شما در مقاومت در برابر این سیل کمک کند. به همین دلیل است که وقتی یک صدای بلند ناگهانی می شنوید، بدنتان از جا می پرد. وقتی غذای خوبی می بینید، دهانتان بزاق تولید می کند. وقتی اتاق تاریک و گرم است، خوابتان می برد. همه اینها به طور خودکار اتفاق می افتد. لازم نیست در مورد آن فکر کنید، خودش اتفاق می افتد. این «پاسخ های شرطی» فعال می شوند زیرا مغز شما یادگرفته است که پیش بینی کند چه اتفاقی می افتد. بنابراین، آیا ممکن است وقتی گوش می دهیم چنین پاسخ های «علت و معلولی» وجود داشته باشد؟

یاممکن است بخش های خاصی از ارتباطات انسانی به طور جهانی یک واکنش «میانبر» خاص را هدایت کنند؟ پاسخ کوتاه بله است!

نکته جالب این است که هر بار که با کسی صحبت می کنید، آگاهانه یا ناخودآگاه، در حال تأثیرگذاری بر ذهن آن شخص هستید. حتی اگر تصمیم بگیرید که صحبت نکنید، سکوت خودتان می تواند بر آنها تأثیر بگذارد. ارتباط کلامی و غیرکلامی شما، شیمی عصبی اطرافیان را تغییر می دهد. افراد معمولاً نمی خواهند این حقیقت را بپذیرند زیرا می ترسند که دستکاری شوند. برخی افراد به دلایل اخلاقی آشکار، ایده تأثیرگذاری بر افکار دیگران را دوست ندارند و برخی دیگر به سادگی نمی خواهند این مسئولیت را بپذیرند. با این حال، برای برقراری ارتباط مؤثر، باید این واقعیت را بپذیرید. چه آن را امتحان کنید و چه نه، شما در حال دستکاری افکار، احساسات و اعمال دیگران هستید.

وقتی به دستکاری فکر می کنیم، به برخی از دستکاری کنندگان تاریخ فکر می کنیم، مانند آدولف هیتلر، فرانک آگنیل جونیور، برنی مدوف یا هر فرد دیگری که از همین مهارت ها برای فروش خودروهای دست دوم ما در شرایط بد، تبریئه افراد گناهکار یا کلاهبرداری از میلیون ها فقیر استفاده می کند. اما بیایید دیگر دستکاری کنندگان بزرگ تاریخ، مانند مادر ترزا، مارتین لوتر کینگ جونیور، وینستون چرچیل، گاندی و بسیاری دیگر را فراموش نکنیم که از قدرت کلمات برای تحریک مردم به مبارزه برای حقوق بشر، لغو برده داری، دادن قدرت بیشتر به ضعیفان یا آغاز اصلاحات سیاسی استفاده کرده اند.

هر دو گروه بر افکار، احساسات و اعمال صدها هزار یا میلیون ها نفر تأثیر گذاشته اند، اما تفاوت در نیت نهفته است. هیچ کس شکی ندارد که ارتباط ابزاری قدرتمند است. مانند هر ابزار دیگری که در خانه دارید، ارتباط می تواند برای ساختن یا نابود کردن استفاده شود. چاقو در دست یک سرآشپز ابزاری مفید است، در حالی که در دست یک قاتل، سلاحی مرگبار است، اما آنچه مهم است خود چاقو نیست، بلکه نیت کسی است که از آن استفاده می کند. در ادامه این کتاب، ابزارهای قدرتمندی را در اختیار شما قرار خواهیم داد که به شما امکان می دهد به آنچه می خواهید برسید. مطمئناً شما قبلاً تصور کرده اید که وقتی قدرت ترغیب و دستکاری خود را افزایش داده اید، چه چیزی می توانید به دست آورید، بنابراین اکنون به شما می گویم اگر این کار را نکنید، یعنی بدون این توانایی ها چه اتفاقی خواهد افتاد:

- اگر کارمند هستید، از رئیستان افزایش حقوق نخواهید گرفت؛
- اگر پدر یا مادر هستید، نمی توانید فرزندان را وادار کنید که رختخوابشان را مرتب کنند؛
- اگر قربانی یک فرد فریبکار باشید، متوجه آن نخواهید شد و نمی توانید برای خلاص شدن از تأثیر منفی او واکنش نشان دهید؛
- اگر فروشنده هستید، نمی توانید محصولات خود را به راحتی بفروشید؛

-اگر رهبر یک تیم هستید، نمی توانید اعضای تیم خود را برای سخت تر کار کردن یا کارآمدتر بودن ترغیب کنید؛
-اگر در حال تکمیل مذاکره هستید، هیچ امتیازی از طرف مقابل دریافت نخواهید کرد؛

اگر کارآفرین هستید، نمی توانید کارمندان را وادار کنید که دیدگاه شما را بپذیرند؛

-و این فهرست ادامه دارد.

در نتیجه، بدون توانایی دستکاری و ترغیب، شما به سادگی قادر نخواهید بود بر رفتار مردم تأثیر بگذارید. بنابراین، با خواندن این کتاب، این مهارت ها را بهبود بخشید و تقریباً به هر چیزی که می خواهید خواهید رسید.

خب، آماده اید؟ حالا وقتشه که این «سفر» فوق العاده رو به درون ذهن انسان شروع کنیم تا اسرارش رو کشف کنیم.
خواندن مبارک!

فصل ۱

مبانی روانشناسی تاریکی



روانشناسی تاریکی چیست؟

برای درک اینکه روانشناسی تاریک چیست، ابتدا باید از اصول اولیه شروع کنیم و بفهمیم روانشناسی چیست. می توان آن را به عنوان علمی تعریف کرد که به مطالعه رفتار انسان می پردازد، یعنی اینکه چگونه افراد بر اساس عناصر عاطفی، شناختی و اجتماعی، موقعیت های مختلف را درک، فکر و واکنش نشان می دهند.

در عوض، روانشناسی تاریک را می توان به عنوان مطالعه وضعیت انسان در مورد تمایل ناخودآگاه طبیعی یک مرد برای شکار و مطیع کردن دیگران برای منافع شخصی تعریف کرد.

استفاده از روانشناسی تاریک را می توان در همه جا یافت - در روابط عاشقانه، در محل کار، در روابط با دوستان، در تلویزیون، در تبلیغات، در سیاست و غیره.^[1]

این جنبه تاریک روانشناسی، ذاتی تک تک ماست، هیچ کس از این قاعده مستثنی نیست، و بخشی از ناخودآگاه ترین بخش ذهن ماست. چگونه می توان از روانشناسی برای سوءاستفاده از دیگران استفاده کرد؟ به سادگی، با استفاده از تکنیک های فریبده ی نفوذ و دستکاری ذهنی برای وادار کردن دیگران به انجام کاری که معمولاً انجام نمی دهند. بسیاری از آزمایش های روانشناختی نشان می دهند که چگونه می توان این کار را انجام داد و در طول کتاب، من مدرکی برای این موضوع به شما ارائه خواهم داد! اسرار روانشناسی تاریک، در دانش اصول پنهان روانشناسی نهفته است. برخی از این تکنیک ها و تاکتیک های قدرتمند توسط افراد تأثیرگذار برای دستکاری ذهن دیگران و تأثیرگذاری بر انتخاب های آنها استفاده می شود.

روانشناسی تاریک، و همچنین اصول و تکنیک هایی که آن را احاطه کرده اند، می توانند در روابط عاشقانه مورد استفاده قرار گیرند و به مسیر شغلی شما کمک کنند. البته، این به معنای تشویق شما به تبدیل شدن به یک شکارچی عاطفی یا اجتماعی نیست؛ با این حال، دانستن این تکنیک ها به شما مزیت بزرگی نسبت به دیگران می دهد.

چرا باید روانشناسی تاریکی را درک کنیم؟ این موضوع هر روز، در هر چیزی که اطراف ماست، وجود دارد و بنابراین نمی توانیم آن را نادیده بگیریم. در این مرحله، شما قدرت انتخاب دارید که آیا به نادیده گرفتن اسرار روانشناسی تاریک ادامه دهید و در نتیجه قربانی آن شوید، یا تصمیم بگیرید که از آن مطلع شوید و از آن به نفع خود سوءاستفاده کنید، یا برای محافظت از خود در برابر دستکاری کنندگان ذهنی، یا برای تأثیرگذاری بر دیگران برای انجام کارهایی که معمولاً انجام نمی دهند.

ادراک

این مجموعه ای از توانایی های شناختی است که به ما امکان می دهد اطلاعاتی را که از بیرون می آید و در ذهن ما بازسازی می شود، به دست آوریم. بنابراین، ادراک فرآیندی است که طی آن هر چیزی که با تمام حواس خود می بینیم، می شنویم و درک می کنیم، توسط مغز ما اصلاح می شود تا هر چیزی که درک می کنیم بتواند معنایی داشته باشد.

انسان، بنا به استعداد ذاتی خود، تمایل دارد از طریق آنچه «میان بره‌های شناختی یا استدلالی» نامیده می شوند، در انرژی های شناختی خود صرفه جویی کند تا با حداقل تلاش در فرآیند تصمیم گیری، در سریع ترین زمان ممکن به نتیجه برسد. تلاش، هزینه است و مغز ما تمایل دارد آن را تا حد امکان محدود کند. تنبلی ریشه عمیقی در طبیعت انسان دارد.

در طول تکامل انسان، ما ظرفیتی برای استدلال ایجاد کرده ایم. این ظرفیت تصمیم گیری به ما امکان می دهد بسیار مؤثر و سریع باشیم. از زمان های ماقبل تاریخ، وقتی خطری ظاهر می شد، مثلاً در مقابل یک حیوان گرسنه، انسان به تمام گزینه های ممکن فکر نمی کرد. با این حال، او از بین چند گزینه موجود انتخاب می کرد:

۱) یا از شیر فرار کنید(فرار)؛

۲) یا به جانور حمله کنید(حمله)؛

۳) یا اینکه برای جلوگیری از شناسایی، خشکش می زد.(انجماد).

این سرعت تصمیم گیری، از یک سو، آشکارا به ما امکان تکامل داده است، اما در عین حال، چیزی به نام سوگیری شناختی را ایجاد می کند که علت بسیاری از خطاهای منطقی، شناختی و مهم تر از همه، خطاهای تصمیم گیری است.^[2]

به عبارت دیگر، این ظرفیت استدلال، ما را به سرعت در معرض این احتمال قرار می دهد که در انتخاب هایمان تحت تأثیر دیگران قرار بگیریم و شرطی شویم. تمام تکنیک های نفوذ ذهنی در این کتاب برای شما آشکار خواهد شد، از مجموعه ای از خودکاری های شناختی برای تأثیرگذاری بر فرآیند تصمیم گیری فرد استفاده کنید. سوگیری/نگر انداختن، سوگیری درون گروهی، سوگیری اثر هاله، سوگیری همراهی، سوگیری تأیید برخی از سوگیری های شناختی هستند که در فصل های بعدی توضیح داده خواهند شد.

ترغیب

«ترغیب کردن» و «دستکاری کردن» دو فعلی هستند که اغلب به عنوان مترادف استفاده می شوند، اما برعکس، معانی بسیار متفاوتی دارند!

همانطور که به زودی خواهیم دید، تفاوت بین ترغیب و دستکاری اساساً در «تکنیک ها» و «روش ها»ی مورد استفاده برای متقاعد کردن شخص دیگر نهفته است.

اقتناع هنر تغییر نگرش یا رفتار شخص دیگر از طریق تبادل متقابل ایده ها است. برخلاف دستکاری، در اقتناع فقط از کلمات و استدلال های منطقی برای قرار دادن طرف مقابل در حالت ذهنی خاصی که اقتناع کننده به آن اشاره می کند، استفاده می شود. می توان گفت که هدف اقتناع، کسب تأیید و اعتماد از طریق یک کار تدریجی و سیستماتیک برای متقاعد کردن است.

ریچاردام. پرلوف [3] اقتناع را به عنوان «فرآیندی نمادین تعریف می کند که در آن ارتباط می کوشد تا دیگران را متقاعد کند تا نگرش ها یا رفتارهای خود را در مورد یک مشکل از طریق انتقال پیام در فضایی از اراده آزاد تغییر دهند.» در اقتناع، فرد با اراده خود انتخاب می کند، حتی زمانی که اقتناع کننده از تاکتیک های اقناعی برای هدایت سوژه به روشی خاص استفاده می کند. فرد همچنان قادر خواهد بود مسیری را که می خواهد طی کند، انتخاب کند.

هنر اقتناع را می توان با چاقو مقایسه کرد. می توان از آن برای بریدن کیک یا غذا یا کشتن یک شخص استفاده کرد. به طور عینی، چاقو برای سلاح ساخته نشده است، اما می تواند به عنوان سلاح مورد استفاده قرار گیرد. به همین ترتیب، تکنیک های اقناع نیز می توانند برای اهداف «خیر» و اخلاقی (مثلاً برای دفاع از خود در برابر کسانی که می خواهند از آنها علیه شما استفاده کنند) یا برای اهداف «شرورانه» مورد استفاده قرار گیرند.

پس این کتاب را مثل یک چاقوی واقعی در نظر بگیرید و یاد بگیرید که از آن به روش صحیح استفاده کنید. همه چیز به شما بستگی خواهد داشت!

دستکاری

برخلاف ترغیب، دستکاری نوعی نفوذ اجتماعی است که با هدف تغییر ادراک یا رفتار دیگران با استفاده از ترفندهای زبانی، نقشه های گمراه کننده، روش های ناخودآگاه و فریبنده انجام می شود که می تواند منجر به سوءاستفاده روانی و جسمی نیز شود.

می توان گفت که دستکاری با هدف بازسازی زمخت عناصر، عمدتاً برای اهداف مغرضانه یا متقلبانه، انجام می شود.

از نظر ریشه شناسی، دستکاری به معنای «وادار کردن کسی به انجام کاری با زور» است.

فرد حيله گر تلاش می کند تا دیگری را به سمت ایده های خودش برای منافع شخصی و منافع بسیار خاص سوق دهد و می تواند این کار را با استفاده از روش های زیرکانه انجام دهد:

تکنیک های دستکاری یا با استفاده از تکنیک های ترغیب افراطی. در هر صورت، بیشتر تاکتیک هایی که او استفاده خواهد کرد فریبنده و استثمارگرانه خواهد بود. اما چگونه می توان یک فرد را دستکاری کرد؟ دستکاری اغلب از طریق استفاده از فریب یا توهم رخ می دهد، یعنی با تغییر یا تحریف دیدگاه واقعیت فردی که می خواهید او را دستکاری کنید، تا جایی که از اجبار و شیوه های تنبیهی استفاده می شود. اما دقیقاً چگونه فریبکاران این توهم واقعیت را ایجاد می کنند؟ اولین ابزاری که بیشتر توسط فریبکاران استفاده می شود، استفاده از دروغ برای فریب دیگران است. دروغ، فریب، ایجاد احساس گناه، ترس یا حتی خشم جدی تر، همگی ابزارهایی هستند که برای دستکاری افراد به کار می روند. علاوه بر این، افراد فریبکار در عمل به مجموعه ای از تکنیک های فریبکاری پنهانی مانند ارباب، باج گیری عاطفی یا روش های کنترل ذهن یا شستشوی مغزی متوسل می شوند.

تیره روانشناسی در مقابل پنهان احساسی دستکاری

تفاوت بین روانشناسی تاریک و دستکاری عاطفی غیبی چیست؟

روانشناسی تاریک را می توان به عنوان فرآیند نفوذ ذهنی تعریف کرد که شامل وادار کردن افراد به انجام کارهایی برخلاف منافع شخصی شان می شود. بنابراین این فاقد اخلاق است، دقیقاً به این دلیل که عملکرد آن غیراخلاقی است. دستکاری عاطفی پنهان فرآیندی است که در آن فرد سعی می کند به صورت پنهانی، نه لزوماً برای اهداف غیراخلاقی، بر تصمیمات و احساسات دیگری تأثیر بگذارد. اساساً، دستکاری عاطفی پنهان شامل پنهان کردن نیت واقعی فرد دستکاری کننده است. این نوع فرد بر جنبه عاطفی فرد تمرکز می کند زیرا می داند که احساسات یک فرد، کلید شخصیت اوست.

در حالی که دستکاری مخفی برای رسیدن به هدف نهایی بر روی یک فرد تمرکز دارد، روانشناسی تاریک می تواند روی یک فرد استفاده شود، اما می تواند در گروه های بزرگتر نیز برای تأثیرگذاری بر کل یک گروه یا گاهی اوقات، یک جامعه برای تأثیرگذاری بر تفکر آنها مورد استفاده قرار گیرد. این نشان می دهد که ترغیب تاریک چقدر می تواند ترسناک و خطرناک باشد، زیرا می توان از آن برای تغییر کامل ذهن گروه هایی از مردم استفاده کرد.

تاریخچه ی اقناع

در طول زمان، اقناع از روزهای اولیه خود تکامل یافته و تغییر کرده است. این امر سال‌هاست که وجود داشته است؛ در واقع از یونان باستان وجود داشته است. این بدان معنا نیست که هنر و فرآیند اقناع دقیقاً مانند گذشته است. با این وجود، هنر اقناع و نحوه استفاده از آن در دوران امروز به طور قابل توجهی تغییر کرده است.

ریچاردام. پرلوف مدت زیادی را صرف تحقیق در مورد ایدیولوژی‌های سنتی، نحوه استفاده از آنها و چگونگی تأثیر آنها بر فرهنگ به طور کلی کرد. او کتابی با عنوان *پویایی‌های اقناع: ارتباطات و نگرش‌ها در قرن بیست و یکم* [4]. این کتاب پنج روش مختلف استفاده از ارزش‌های فعلی نسبت به گذشته را مورد بحث قرار می‌دهد. این روش‌ها شامل افزایش تعداد پیام‌هایی است که به عنوان اقناع در نظر گرفته می‌شوند. در یونان باستان، این روش فقط در نوشتار و در مباحثات بین نخبگان استفاده می‌شد. نفوذ زیادی وجود نداشت و شما آن را زیاد نمی‌دیدید.

بدون وجود یک پیام ترغیب‌کننده در دوران مدرن، رسیدن به جایی دشوار است. انواع و منابع مختلف تبلیغات موجود را در نظر بگیرید؛ روزانه تا ۳۰۰۰ مورد از این تبلیغات در ایالات متحده یافت می‌شود. علاوه بر این، مردم در خانه شما را می‌زنند یا ممکن است در خیابان با آنها برخورد کنید، اغلب سعی می‌کنند شما را مجبور به خرید چیزی کنند، به آنچه می‌فروشند ایمان بیاورند یا چیز جدیدی را امتحان کنند. این، بیش از هر زمان دیگری در تاریخ، بخشی از دنیای مدرن است.

می‌توان گفت که اقناع خیلی سریع منتقل می‌شود، در یونان باستان ممکن بود هفته‌ها یا بیشتر طول بکشد تا یک پیام اقناعی از یک نقطه به نقطه دیگر برسد.

بنابراین، قدرت اقناع محدود بود زیرا اکثر مردم نمی‌توانستند پیام را دریافت کنند. در مفهوم تماس رو در رو، بسیاری از اعمال اقناع باید از این طریق انجام می‌شد. در دوران مدرن، استفاده از اینترنت، رادیو و تلویزیون منبع معقولی برای اقناع پیام‌ها در فواصل طولانی و تقریباً در هر زمانی است.

تنها در عرض چند ثانیه، نامزدهای سیاسی می‌توانند به یکباره نظر موکلان خود را جلب کنند و هر پیام می‌تواند به سرعت منتقل شود. اگر بتوان آن را خیلی سریع توزیع کرد، این نقش به طور قابل توجهی بیشتر می‌شود. اقناع همچنین می‌تواند به معنای پول‌زیادی باشد - مشاغل قدرت اقناع را آموخته‌اند و تمام تلاش خود را می‌کنند تا آن را برای خود به کار گیرند. هرچه در ترغیب مصرف‌کنندگان به خرید کالاهایشان موفق‌تر باشند، پول بیشتری به دست می‌آورند.

بسیاری از سازمان ها، از جمله شرکت های خدمات عمومی، شرکت های بازاریابی یا آژانس های تبلیغاتی، فقط به فرآیند ترغیب علاقه مند هستند. شرکت های دیگر قادر خواهند بود از استراتژی های متقاعدکننده ای که توسط این سازمان ها ارائه می شود، برای رسیدن به اهداف بازاریابی خود و پیشی گرفتن از آنها استفاده کنند. متقاعدسازی نسبت به گذشته ظریف تر شده است: در ابتدا، متقاعدکننده دیدگاه های خود را به وضوح برای کل گروه بیان می کند تا همه نظرشان را تغییر دهند. آن روزها گذشته است و فرآیند متقاعدسازی بسیار محتاطانه تر و پنهان تر شده است.

فصل ۲

سلاح های نفوذ ۱+۶ نوشته ی دکتر رابرت سیالدینی



دکتر رابرت سیالدینی یک متخصص بین المللی در زمینه ترغیب، شرطی سازی و مذاکره است. او استاد روانشناسی در دانشگاه ایالتی آریزونا است و مهمترین کتاب او که در سال ۱۹۸۴ نوشته شده است، ...نفوذ: روانشناسی ترغیب [۵]. این کتاب مجموعه ای جامع از مطالعات، آزمایش ها، تجربیات و نظریه های بسیاری از محققان است که می خواهند توضیح دهند چگونه و چرا شما در نهایت «بله» می گوید.

مردم توسط محرک هایی احاطه شده اند که هر روز بیشتر و بیشتر می شوند، به همین دلیل است که مغز ما خستگی تصمیم گیری فعال را به مکانیسم های ساده سازی کاهش می دهد. بدون گزینه، ما تسلیم اضافه بار اطلاعات می شویم، بنابراین از میانبرهای ذهنی استفاده می کنیم. (سوگیری شناختی) [۶].

امروزه، تکامل فناوری بسیار سریع است. توانایی طبیعی ما در پردازش اطلاعات، به طور فزاینده ای در معرض خطر ناکافی بودن برای مدیریت حجم زیاد تغییرات، انتخاب ها و نوآوری های زندگی مدرن است. مابا ساختن جهانی با پیچیدگی های اساساً بیشتر، خود باعث بی کفایتی خود شده ایم.

اما چرا در مورد این موضوعات صحبت کنیم؟ زیرا ۹۵٪ از انتخاب های ما به سطح ناخودآگاه تصمیم گیری ما بستگی دارد.

بیایید به تفصیل به ۱+۶ قانون جهانی ترغیب که توسط رابرت سیالدینی کشف شده و مکانیسم های روانشناختی مربوط به تأثیر ذهنی که زیربنای آنها هستند، نگاهی بیندازیم.

۱. عمل متقابل

«قانون عمل متقابل» می گوید اگر شخصی هدیه، امتیاز یا لطفی دریافت کند که آن را خودجوش یا بی غرضانه بداند، احساس می کند که موظف به جبران آن است.

این تکنیک روانی مبتنی بر این واقعیت است که ما به طور غریزی تمایل داریم آنچه را که شخصی به ما داده یا لطفی را که دریافت کرده ایم جبران کنیم، همانطور که از سنین پایین توسط جامعه به ما آموزش داده شده است که هدیه دریافتی را جبران کنیم.

یک استراتژی ترغیب که از این اصل بهره می برد، «تکنیک چشیدن» است. در سوپرمارکت، شما را به چشیدن یک محصول دعوت می کنند تا وقتی احساس می کنید هدیه ای دریافت کرده اید، تقریباً موظف به بازگرداندن آن باشید و خرید بسته تقریباً تضمین شده باشد.

یابه کسانی که در خیابان ها پرسه می زنند فکر کنید، کسانی که به بهانه های مختلف از شما صدقه می خواهند و انمود می کنند که با قرار دادن چیزی کوچک در دستشان، آن را به عنوان گل، به شما می دهند. اگر توجه کنید، به محض اینکه آن را می گیرید، شروع به درخواست پول از شما می کنند. به یاد داشته باشید که شما اغلب هدایایی را که دریافت می کنید به طور ناعادلانه، یعنی با فراتر رفتن از ارزش آنها، پس می دهید، زیرا از نظر روانی می خواهید آنها را به روشی آبرومندانه جبران کنید. و این تله ذهنی اغلب توسط کسانی که می خواهند ما را دستکاری کنند، مورد سوءاستفاده قرار می گیرد.

چگونه از خود در برابر قانون عمل متقابل دفاع کنیم

اگر کسی لطفی کرد، احساس نکنید که موظف به جبران آن هستید. اگر این کار را از صمیم قلب انجام دهد، چیزی در ازای آن نمی خواهد، اما اگر چیزی در ازای آن بخواهد،

از افتادن در آن خودداری کنید.

درواقع، خوب است از پذیرفتن هدایا یا پیشنهادهایی که این سوءظن را در شما ایجاد می‌کنند که هدفشان سودجویی است، خودداری کنید. بنابراین اگر این تصور را دارید که کسی که به شما هدیه می‌دهد، خیرخواه نیست بلکه گیرنده است، می‌توانید به راحتی با یک ارتباط خوب و قاطع، هدیه را رد کنید. همچنین، وقتی کسی به شما هویت مثبتی می‌دهد، گاهی اوقات برای فریب دادن شما این کار را می‌کند. برای مثال، اگر شخصی به شما بگوید، «شما که آدم باهوشی هستید، حتماً تأیید خواهید کرد... گول این تله را نخور! او ممکن است این کار را بکند تا تورا وادار کند مطابق تصویری که از تو ساخته رفتار کنی. و تو که آدم باهوشی هستی، مطمئناً گول این کار را نخواهی خورد.

۲. کمیابی

قاعده‌ی کمیابی، آن مفهوم ذهنی است که به موجب آن ما تمایل داریم برای هر چیزی که ممکن است قبل از اینکه بتوانیم از آن بهره ببریم تمام شود یا برای هر چیزی که کمیاب است، ارزش بیشتری قائل شویم.

طبق این اصل، هر چه چیزی کمیاب تر باشد، بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. این فرضی است که زیربنای جمع‌آوری را تشکیل می‌دهد. متخصصان بازاریابی می‌دانند که وقتی موجودی یک محصول محدود باشد، جذابیت آن بیشتر می‌شود.

دواستراتژی برای ایجاد کمیابی در فروش وجود دارد:

۱) برای پیشنهاد ویژه «محدودیت زمانی» ایجاد کنید، برای مثال: «پیشنهاد تا فردا شب معتبر است» یا «این پیشنهاد فقط برای چند روز معتبر است»؛

۲) از «محدودیت محصول» استفاده کنید، مثلاً پیشنهاد ویژه را محدود کنید «فقط به تعداد مشخصی از اقلام یا فقط به ۲۰ تماس اول».

این اتفاقی است که در سایت‌های مسافرتی مانند Booking می‌افتد، وقتی که می‌خواهیم اتاقی را در هتل رزرو کنیم و یک پنجره بازشو ظاهر می‌شود که می‌گوید «فقط ۳ اتاق خالی مانده است». همچنین، این اتفاقی است که دروب سایت‌های خطوط هوایی می‌افتد وقتی که ما سعی در خرید بلیط هواپیما داریم.

تیکت و یک پنجره بازشو با این کلمات ظاهر می‌شود: «پنج صندلی آخر خالی است». قانون کمیابی عمیقاً در روان مصرف‌کننده نفوذ می‌کند، زیرا از ترس او از دست دادن محصول یا فرصت صرفه جویی در هزینه در صورت عدم اقدام سریع، بهره می‌برد.

چگونه از خود در برابر قانون کمیابی دفاع کنیم

وقتی فرصتی از نظر زمانی محدود است، به این معنی نیست که باید ارزشمند باشد و فوراً از آن استفاده شود. ارزیابی کنید که آیا واقعاً به آن محصول یا آن اطلاعات نیاز دارید و اجازه ندهید گزینه تان به شما توصیه کند.

۳. اثبات اجتماعی

به طور متوسط، وقتی افراد گیج می شوند یا در موقعیتی با کمبود اطلاعات قرار می گیرند، تمایل دارند رفتار و انتخاب های تعداد زیادی از افراد را معتبرتر بدانند. این قانون از اصل شناختی بهره می برد. «تعصب گروهی»

کمی شبیه اتفاقی است که وقتی از مترو بیرون می آیم می افتد، چون نمی دانیم برای پیدا کردن خروجی باید به کدام سمت برویم، به طور غریزی جریان آدم ها را دنبال می کنیم و معتقدیم که آنها مسیر درست را می دانند. اگر مجبور باشم محصولی را از طریق اینترنت بخرم، نه تنها محصولی را که بهترین نقد و بررسی را دارد انتخاب می کنم، بلکه محصولی را که بیشترین امتیاز را دارد نیز انتخاب می کنم. این اتفاقی است که در تریپ ادوایزر با نظرات و دیدگاه هایی که مشتریان درباره رستوران ها یا هتل هایی که به آنها رفته اند می دهند، می افتد. [7]. -

همین اتفاق برای تعداد «لایک» ها در یک صفحه فیسبوک هم می افتد، چون تعداد بالای آنها این ایده را می دهد که مردم آن را دوست دارند، یا سعی کنید تعداد بالای بازدیدهای یک ویدیو در یوتیوب را در نظر بگیرید. در عمل، مکانیسم به این شکل عمل می کند. اگر علاقه یا رفتاری در بین مردم بسیار گسترده باشد، به طور خودکار برای ما نیز جالب تر و جذاب تر به نظر می رسد. اگر در مورد آن فکر کنید، «مدها» دقیقاً به همین شکل عمل می کنند. این ترفند در انتخابات سیاسی با داده های نظرسنجی استفاده می شود، اگر آنها بگویند که یک حزب سیاسی خاص در بین مردم بسیار موفق است، من هم این احساس را خواهم داشت که ارزش رأی دادن به آن را دارد.

این تکنیک اغلب در بازاریابی نیز استفاده می شود: وقتی صفی از مردم را بیرون فروشگاه می بینید، بیشتر هوس می کنید که وارد شوید، زیرا از خود می پرسید: «چه چیزی آنجا خواهد بود؟ من هم دارم میروم آنجا!» همین اتفاق در یک دیسکو می افتد، جایی که مردم را بیرون نگه می دارند تا «اثر صف» ایجاد کنند، حتی اگر کسی در کلوپ نباشد. برعکس، وقتی وارد رستوران می شوید و متوجه می شوید که مشتری دیگری آنجانیست، آنجا را ترک می کنید؛ من قبلاً این کار را کرده ام. این اتفاق می افتد زیرا در مواردی مانند این، ما به این فکر می افتم که مشکلی وجود دارد و وقتی شک داریم، آنجا را ترک می کنیم.

چگونه از خود در برابر قانون اثبات اجتماعی دفاع کنیم

سعی کنید در دام این فکر نیفتید که «اگر خیلی ها اینطور فکر می کنند، پس درست است.» اگر مثلاً آنها یک رستوران، یک فیلم یا یک کتاب را پیشنهاد می دهند، آن چیزی که افراد بیشتری ترجیح می دهند همیشه بهترین نیست.

۴. دوست داشتن

به عنوان یک قاعده، ما تمایل داریم افرادی را که دوست داریم، افراد جذاب به طور کلی و کسانی که به ما شبیه هستند (از نظر پوشش، علایق، عقاید، سرگرمی ها و غیره) را دوست داشته باشیم و به همین دلیل، بیشتر تمایل داریم از آنها پیروی کنیم و پیشنهادات آنها را بپذیریم. این قانون از جنبه شناختی بهره می برد. «سوگیری اثر هاله ای».

باتلاش برای ایجاد پیوند «همدلی» و «شباهت» بین متقاعدکننده و قربانی، دستیابی به نتایج آسان تر از تغییر نگرش است. این خوشایندی می تواند شامل بسیاری از چیزهای دیگر باشد، می تواند جذابیت فیزیکی، همدردی، آشنایی، نوعی مهربانی، همه چیزهایی باشد که یک فرد را خوشایند می کند، و طبیعی است که از دیدگاه های مختلف دنبال شود.

چگونه می توان آن را ایجاد کرد؟ با شناسایی نقاط مشترک با طرف گفتگو، تعمیق آنها، برجسته کردن آنها و سپس استفاده از آنها: این یک تکنیک تأیید است، در عمل، یکی کاری جز انعکاس دیگری انجام نمی دهد.

برای ایجاد «پیوند همدلی»، می توانیم قدردانی کنیم. کاملاً طبیعی است که من نسبت به کسانی که از من تعریف می کنند، به من احترام می گذارند یا به طور کلی مرا دوست دارند، همدلی بیشتری دارم.

برای ایجاد «پیوند شباهت»، می توانیم یک یا چند چیز مشترک را آشکار کنیم، شباهت یک امر متقابل در متقاعدکنندگان است، اگر به عنوان مثال به او بگویید «من اهل نیویورک هستم»، اگر او نتواند به شما بگوید که اهل نیویورک است، می گوید: «من سال گذشته از آنجا بازدید کردم، شهر زیبایی است و دوست دارم آنجا زندگی کنم»، به این ترتیب او فوراً دلسوزتر به نظر می رسد و شما تمایل خواهید داشت که از او پیروی کنید. رد قانون همدلی و خوشایندی، «مکانیسم شناسایی» است که در پایه چیزی قرار دارد که «اینفلوئنسر» یا «نظرات مشتریان» نامیده می شود، یعنی شخصی که آشکارا محصول خاصی را توصیه می کند و از ویژگی های آن تعریف می کند یا به طور غیرمستقیم، همانطور که در شبکه های اجتماعی مختلف انجام می دهد، عکس هایی با یک محصول خاص منتشر می کند تا فالوورهای خود را برای خرید آن تحت تأثیر قرار دهد، برای یک فرآیند شناسایی [8].

چگونه از خود در برابر قانون لایک دفاع کنیم

اگر کسی که تازه با او آشنا شده اید، محصول یا خدماتی را به شما می فروشد و متوجه می شوید که آن را در مقایسه با دیگران بیش از حد دوست دارید، یک «زنگ بیدارباش» به صدا در می آید. برای انجام این کار، سعی کنید «محصول یا خدمات» را از «شخصی که آن را پیشنهاد می دهد» جدا کنید تا به طور عینی ارزیابی کنید که او چه چیزی را پیشنهاد می دهد. اگر کمی وقت بگذارید

برای ارزیابی خرید با آرامش، بدون حضور شخصی که ممکن است بر شما تأثیر بگذارد.

۵. اقتدار

به طور کلی، ما حس احترام به مرجعیت داریم، بنابراین تمایل داریم از دستورات فردی بالباس فرم یا توصیه ای که توسط فردی معتبر در یک زمینه خاص داده می شود، پیروی کنیم.

به همین دلیل است که در بازاریابی، از دندانپزشکان در تبلیغات خمیردندان یا مسواک، از سرآشپزها برای توصیه یک برند آشپزخانه یا از ورزشکاران برای تبلیغ محصولات مربوط به کسانی که ورزش های خاصی انجام می دهند، استفاده می کنیم. یک نمونه اخیر از شرکتی که از طریق یک چهره مهم، ثروت خود را متحول کرده است، هربالایف با کریستیانو رونالدو است.

برای اینکه فردی مقتدر به نظر برسد، می تواند رفتاری قاطع و ژستی تحمیلی اتخاذ کند. او می تواند مدارک تحصیلی یا عناوین دانشگاهی خود را بر دیوار دفترش نصب کند و با این کار، مثلاً اگر لباس فرم بپوشد، تصویری از اقتدار را بیشتر منتقل کند.

من همیشه از این واقعیت شگفت زده شده ام که دو وکیل مختلف، جدا از هم، به من گفتند که نمی توانند پیراهنی به ارزش کمتر از ۱۰۰ دلار بپوشند، زیرا در غیر این صورت، موکلان خود را از دست می دهند، زیرا به طور غیرمستقیم، پوشیدن آن پیراهن نشان دهنده موفقیت حرفه ای آنهاست.

چگونه از خود در برابر سلطه ی قدرت دفاع کنیم

وقتی کسی با اقتدار، ایده یا رفتاری را به شما پیشنهاد می دهد، نه به این معنی است که حتماً درست است و نه به این معنی است که حتماً اشتباه است. بگذارید به عنوان یک متخصص در این زمینه، این توصیه را به شما بدهم.

۶. تعهد و ثبات قدم

«قانون تعهد و ثبات» بر این واقعیت استوار است که افراد تمایل دارند با آنچه قبلاً گفته یا انجام شده است، سازگار باشند. همه ما به طور غریزی تمایل داریم که موضع گیری کنیم، زیرا در مورد چیزی نظر مبهمی می دهیم. اما وقتی خودمان را متعهد می کنیم، به خصوص اگر آن را در مقابل بیش از یک نفر انجام داده باشیم، به طور خودکار تمایل داریم که آن را حفظ کنیم. انگار چیزی در درون ذهن ما را به انجام آن وادار می کند. این اتفاق می افتد زیرا از نظر روانشناختی، ما نیاز داریم که با انتخاب هایی که قبلاً انجام داده ایم، احساس و ظاهر سازگار داشته باشیم.

«قانون تعهد و انسجام» اگر تعهد ایجاد شود، بسیار مؤثرتر است و علاوه بر اینکه گفته شود، نوشته هم بشود، چیز خوبی است. همچنین، اگر آنچه گفته و نوشته شده و عمومی هم بشود، این تکنیک فوق العاده قدرتمند می شود. [9].

سازوکار این تکنیک اقناعی این است که فرد را وادار کنیم تا در مورد هر چیزی قضاوتی کلی ابراز کند و سپس بلافاصله درخواستی را به آن ضمیمه کند.

یکی از راهکارهایی که در خیابان توسط کسانی که پول می خواهند استفاده می شود، این است که از اولین رهگذر چیزهایی مانند موارد زیر می پرسند: «ببخشید، آیا شما چیزی علیه معتادان به مواد مخدر دارید؟ یک فرد عادی جواب منفی می دهد، و سپس از او دعوت می کند که مثلاً یک طومار مردمی برای ترویج بازگشت معتادان به جامعه امضا کند، و سپس از او می خواهد و سپس پیشنهاد کوچکی در حمایت از ابتکاری که چندثانیه قبل امضا کرده است، می دهد.

راز این کار در استفاده از استدلالی است که طرف مقابل قطعاً با آن موافق باشد. برای مثال: «آیا شما طرفدار نجات کودکان فقیری هستید که از گرسنگی در حال مرگ هستند؟ یا آیا شما طرفدار حفاظت از محیط زیست و جلوگیری از آلودگی کره زمین هستید؟ پاسخ به این سؤالات، به طور متوسط، همیشه به نفع خواهد بود. بنابراین، تله تعهد و سازگاری با تقاضای پول برای حمایت از ابتکار عمل ایجاد خواهد شد. بنابراین، رهگذر احتمالاً موافقت می کند که پیشنهادی را ارائه دهد که با آنچه اکنون گفته شد، سازگار باشد.

این تکنیک حتی بهتر عمل می کند اگر شخصی که می خواهید او را متقاعد کنید، در حضور چند نفر یا در حضور یک دوست پاسخ دهد، زیرا برای اینکه تأثیر بدی نگذارد، سعی می کند تا آخر به آنچه گفته است پایبند باشد.

راه دیگر برای سوءاستفاده از این قانون، شامل یک تکنیک فریبکارانه به نام «پا لای در» است که هدف آن ایجاد یک تماس با طرف صحبت، یک جرعه کوچک، و سپس وادار کردن تدریجی او به پذیرش چیزی چالش برانگیزتر است. [10].

یک نمونه ی بارز از «پا لای در» تکنیک تله یا ستاره است: این یک پیشنهاد با قیمت بسیار پایین با یک ستاره (*) در کنار آن است. به عنوان مثال، تصور کنید که در ویتترین یک آژانس مسافرتی تابلویی با این نوشته می بینید: «پرواز به و از میامی با قیمت ۹۷ دلار (*)». ما که مجذوب این پیشنهاد شده ایم، تصمیم می گیریم وارد شویم و درخواست خرید بلیط کنیم، اما وقتی آنچه را که ستاره با حروف کوچک نشان می دهد می خوانیم، متوجه می شویم که این پیشنهاد فقط تحت شرایط خاصی معتبر است و شامل مالیات و غیره نمی شود. بنابراین هزینه کل بلیط ۱۹۷ دلار است. در این موارد، به احتمال زیاد پس از ورود و

از آنجا که از نماینده خواسته بودیم که بلیط بخریم، برای حفظ نظم، تصمیم گرفتیم مبلغ سیار بالاتری راپردازیم.

چگونه از خود در برابر قانون تعهد و ثبات قدم دفاع کنیم

مقابله با «قانون تعهد و ثبات قدم» بسیار دشوار است، و برای نه گفتن، باید از آنچه اتفاق می افتد کاملاً آگاه باشید. ثبات قدم عنصری است که باعث می شود ما به طور خودکار تصمیم بگیریم و در بیشتر موارد به ما اجازه می دهد تا به سرعت تصمیم درست را بگیریم.

بنابراین، برای جلوگیری از قربانی شدن در این نوع دستکاری، لازم است از فرآیندهای پشت این اصل آگاه باشید تا بدانید که می توانید هر زمان که بخواهید از این دام خارج شوید.

برای مثال، اگر تصمیمی دیگر برای ما بهینه نیست، مهم نیست چقدر انرژی برای رسیدن به آن هدف صرف کرده ایم، زیرا احتمالاً رها کردن آن سودمندتر خواهد بود. از سوی دیگر، اگر متوجه شدید که قربانی این نوع دستکاری هستید، می توانید از ارتباط قاطعانه مناسب استفاده کنید تا به فردی که با او در تعامل هستید بگویید که حاضر نیستید در این نوع تله بیفتید و حاضر نیستید دستکاری شوید.

پس از ترس از کمبود، ستایش همدلی، احترام به مرجعیت و قدرت عمل متقابل و ثبات، به آخرین قانون ترغیب که توسط رابرت سیالدینی بیان شده است، خواهیم پرداخت: واحدها.

۷. واحدها (اثر جامعه)

قانون هفتم، قانونی است که بعدها توسط رابرت سیالدینی، دقیقاً در ...، تدوین شد.

۲۰۱۶ در آخرین کتابش پیش اقناع: روشی انقلابی برای

نفوذ و ترغیب [۱۱] یعنی این ایده که با به اشتراک گذاشتن هویت با شخص دیگری، فرد تمایل بیشتری به پذیرش درخواست های او دارد. این قانون از جنبه شناختی سوءاستفاده می کند «سوگیری درون گروهی».

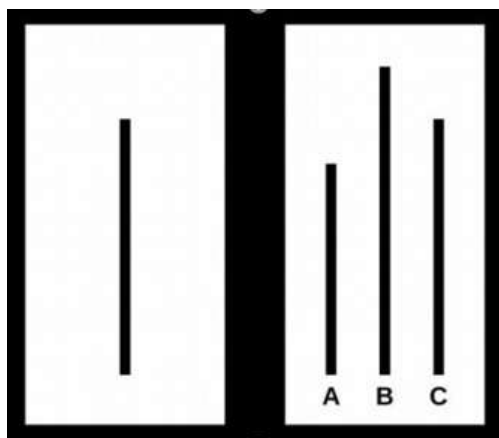
ارتباط دهندگانی که بتوانند «واحدها» را شناسایی کنند، می توانند پاسخ های مثبتی به پیشنهادات و توصیه های خود دریافت کنند. ابزاری که برای مطالعه (و بهره برداری) از واحدها استفاده می شود، قطعاً گروه های فیس بوک هستند که می توانند حس تعلق را برانگیزند، به طوری که پیشنهادات تجاری نه تنها پذیرفته می شوند، بلکه مورد توجه قرار می گیرند.

نمونه های زیادی وجود دارد، اما یکی از برجسته ترین آنها قطعاً اپل است که گروهی از افرادی را که با ارزش های ... همذات پنداری می کنند، گرد هم می آورد.

محصول، آنها را به یکدیگر شبیه می کند و باعث شده است که همان گروه از افراد، یک «دشمن مشترک» نیز داشته باشند که در دستگاه های اندرویدی تجسم یافته است.

«تفکر گروهی» یا «تفکر گروهی» موضوع آزمایش های بسیاری بوده است که نشان داده اند چگونه افراد به شدت تحت تأثیر نظرات، ادراکات و رفتار گروه قرار می گیرند. (گروه بایاس).

سولومون آش، روانشناس اجتماعی لهستانی، اعتبار آن را در سال ۱۹۵۶ از طریق یکی از آزمایش های خود نشان داد. [12] این شامل قرار دادن برخی از افراد در گروه های کوچک بود که در آن ها سه خط با طول های بسیار متفاوت نشان داده می شد و از آن ها خواسته می شد که مشخص کنند کدام یک از این سه خط، مثلاً با یک متر مطابقت دارد.



سایر اعضای گروه، که همدستان آزمایشگر بودند، به اتفاق آرا پاسخی آشکارا اشتباه دادند. ۳۳٪ از آزمودنی ها اجازه دادند که با این پاسخ شرطی شوند و طول آشکارا اشتباهی را نشان دادند.

اگر پاسخی که از نظر اجتماعی توسط گروه پذیرفته شده است، حتی اگر اشتباه باشد، این باشد که روال عادی این است که ماه ها برای دریافت حقوق منتظر بمانیم، تعداد زیادی از افراد به خود اجازه می دهند که با چنین پاسخی شرطی شوند.

چگونه از خودمان در برابر قانون وحدت دفاع کنیم

مقایسه ی قانون «وحدت» بسیار دشوار است، زیرا تعلق به یک «جامعه» که در آن خود را منعکس و هویت می بخشیم، ما را هم در ایده ها و هم به ویژه در انتخاب های خرید، مقید می کند.

بنابراین، برای جلوگیری از قربانی شدن در این نوع دستکاری، لازم است از فرآیندهای زیربنایی این قانون آگاه باشیم تا درک کنیم که در هر زمان دلخواه می توان از این دام خارج شد. به عنوان مثال، اگر یک محصول یا خدمات برای ما مناسب نیست، چه به دلیل کیفیت و چه به دلیل هزینه، نخریدن آن سودمندتر خواهد بود.

فصل ۳

۸ روش رایج روانشناسی تاریک



در این فصل، ما قصد داریم بر روی برخی از رایج ترین اما مؤثرترین روش های موجود تمرکز کنیم. متوجه خواهید شد که این بحث نسبتاً مفصل است و هدف آن ارائه بینش عمیقی در مورد چگونگی اثربخشی این استراتژی ها می باشد.

متوجه خواهید شد که برخی از روش هایی که به آنها خواهیم پرداخت بسیار رایج و نسبتاً آشکار هستند، در حالی که برخی دیگر نسبتاً ظریف هستند و مورد توجه قرار نمی گیرند. در واقع، برخی از این تاکتیک ها آنقدر ظریف هستند که شما حتی متوجه وجود آنها نمی شوید؛ اما هستند.

فریب از طریق دروغگویی

صرف نظر از هدف نهایی فریبکاران، دروغ گفتن تقریباً همیشه مانور مورد علاقه آنهاست. به نوعی، این اساس کتاب بازی آنهاست. فریبکاران اغلب برای به دست آوردن هر نوع مزیتی به دروغ متوسل می شوند. دروغگویان پاتولوژیک کسانی هستند که دائماً و به طور وسواس گونه دروغ می گویند.

حتی‌اگر نیازی به این کار نباشد، وقتی فرد فریبکار فریب می‌دهد، به این دلیل است که متوجه‌شده دروغ‌ها خیلی بهتر از حقایق عمل می‌کنند.[13]. —

فریب‌های متعددی وجود دارد که فرد فریبکار می‌تواند برای رسیدن به اهداف نهایی خود از آنها استفاده کند. اولاً، دروغ‌های آشکار. اگر قربانی اطلاعات بیشتری نداشته باشد، فریب او را خواهد خورد. فریب زمانی اتفاق می‌افتد که هدف به سادگی با اطلاعات نادرست گمراه می‌شود. این یک مسئله کاملاً سراسر است.

اوضاع زمانی تغییر می‌کند که فرد فریبکار سعی می‌کند با زیرکی دروغ‌ها را با پیچیدن آنها در زمینه‌ای که ممکن است دقیق به نظر برسند اما واقعاً نادرست هستند، پنهان کند. پدیده‌ای که به عنوان «اخبار جعلی» شناخته می‌شود، به ذهن‌خاطر می‌کند. در اخبار جعلی، فرد فریبکار اطلاعات جعلی ارائه می‌دهد که نه حقیقت آن مشخص است و نه نادرست بودن آن. بنابراین، هدف نمی‌تواند واقعیت را از خیال تشخیص دهد. فرد فریبکار هر کاری می‌کند تا دیگران را متقاعد کند که صادق هستند، در حالی که اطلاعات ارائه شده معتبر به نظر می‌رسد. در نهایت، قربانی چاره‌ای جز همراهی ندارد، مگر اینکه مایل باشد تحقیقات خود را انجام دهد تا مشخص شود که آیا فرد فریبکار واقعاً دروغ می‌گوید یا راستگو است.

چیزی که اخبار جعلی را حتی قوی‌تر می‌کند، زمانی است که منبع اطلاعات معتبر باشد. و در حالی که همیشه این احتمال وجود دارد که آنها به سادگی در مورد اطلاعاتی که ارائه می‌دهند اشتباه کنند، فریبکاران همیشه به دنبال ایجاد هرچه بیشتر اعتبار هستند. به این ترتیب، قربانیان آنها را به همان اندازه که هستند، باور می‌کنند. وقتی این اتفاق می‌افتد، فریبکاران می‌توانند بسیار خطرناک شوند.

فریبکارانی که به اهداف خود دروغ می‌گویند معمولاً در این کار مهارت دارند. اهداف همچنین ممکن است تشخیص اینکه چه زمانی به آنها دروغ گفته می‌شود را دشوار بیاورند. عموماً، زمانی که فرد دروغ آشکار را می‌فهمد، دیگر برای انجام هر کاری در مورد آن خیلی دیر شده است. تنها راه برای اطمینان از اینکه هدف خطر فریب خوردن را از بین می‌برد، مراقبت از انواع مختلف شخصیت‌هایی است که متخصص حيله‌گری و فریب هستند. فریبکار در مورد هر چیزی که بتواند از آن عبور کند دروغ می‌گوید و اغلب اوقات اهداف او تا زمانی که خیلی دیر نشده است، متوجه نمی‌شوند.

دروغ گفتن از روی غفلت

این رویکرد مشابه رویکرد قبلی است، با چند تفاوت جزئی با روش شرح داده شده در بالا. دروغ کمی زیرکانه‌تر است زیرا فرد فریبکار

چند نکته در مورد حقیقت می گوید اما برخی از مسائلی کلیدی را رد می کند. این کار در برخی موارد ممکن است «تظاهر» نامیده شود. فرد فریبکار ممکن است استدلال کند که برای تهیه بنزین یا غذا باید پول قرض کند، اما واقعاً برای خرید مواد مخدر یا الکل به پول نیاز دارد. در این مثال، آنها در مورد نیاز به پول حقیقت را می گویند. چیزی که آنها از قلم می اندازند دلیل واقعی نیازشان به پول است.

حقیقت های نصفه و نیمه، همه در مورد مخلوط کردن دروغ با حقیقت است. به همین دلیل است که باید در مورد همه چیز فکر کنید. اگر بدون اینکه واقعاً در مورد آنها فکر کنید، دروغ بگویید، در معرض اشتباه هستید. اگر این کار را انجام دهید، لو خواهید رفت و هویتتان فاش خواهد شد.

برای اینکه این تکنیک مؤثر باشد، باید دروغ ها را به گونه ای ترکیب کنید که با بررسی دقیق و مقایسه با حقیقت، منطقی به نظر برسند. دروغ ها باید باورپذیر باشند و به گونه ای ارائه شوند که برای کسانی که آنها را می شنوند، منطقی باشد. اغلب، افراد شاید جزئیاتی را که برایشان مناسب است اضافه یا حذف می کنند. بنابراین، اطلاعات در کل درست است، اما جزئیات حقیقت به گونه ای تحریف می شود که به نفع شما باشد. همانطور که می گویند، "شیطان در جزئیات است".

یک راه خوب برای اجرای نیمه حقایق، از طریق شایعات است. امروزه، رسانه های اجتماعی راهی عالی برای پخش شایعات هستند. در واقع، آنقدر مؤثر هستند که واقعاً نیازی نیست مردم آن را باور کنند؛ تنها چیزی که نیاز دارید این است که بذر شک و تردید بپاشید. تا زمانی که بتوانید مردم را در مورد صحت اطلاعات دچار تردید کنید یا تا حدی اعتبار آن را بپذیرید، کار خود را انجام داده اید. زمانی که طرف های آسیب دیده به دنبال بازایی اعتبار خود یا اصلاح سوابق باشند، خیلی دیر شده است. به همین دلیل است که باید ابتدا و اغلب ضربه بزنید. به این ترتیب، قربانی چاره ای جز رفتن به حالت بحران نخواهد داشت.

اگر از چنین حمله ای به خودتان می ترسید، باید به فرد دغلکار ضربه ای متقابل بزنید که به او آسیب برساند. باید به هر قیمتی او را بی اعتبار کنید. این کار باعث می شود در مورد منبع اطلاعات شک و تردید ایجاد شود و به شما فرصتی برای دفاع از خودتان داده شود.

انکار

انکار نوعی دروغگویی است زیرا مستلزم تظاهر به وقوع اتفاقی است.

وقتی که اتفاق نیفتاده یا سعی در پنهان کردن این واقعیت که اتفاق نیفتاده در حالی که افتاده است. یک شکل ساده از انکار، تلاش برای اجتناب از مسئولیت یک عمل است. این زمانی رایج است که فرد کار نامناسبی انجام می دهد اما می خواهد از مجازاتی که با اعمالش مرتبط است، اجتناب کند.

وقتی به نظر می رسد که فرد فریبکار در دفاع از خود واقعاً صادق است، سردرگمی ایجاد شده در اطرافیانش در نهایت می تواند منجر به کاشتن بذر شک و تردید شود. اینگونه است که وکلای ماهر دادگاه می توانند اعضای هیئت منصفه را متقاعد کنند که موکلشان گناهکار نیست. لطفاً توجه داشته باشید که ما نمی گوییم متهم بی گناه است. چیزی که ما می گوییم این است که متهم گناهکار نیست زیرا طرف مقابل نتوانسته است مجرمیت مظنون را فراتر از یک شک معقول اثبات کند.

اجتناب

این اتفاق زمانی می افتد که افراد فریبکار پاسخ های مستقیم نمی دهند یا بحث را با استفاده از تاکتیک های انحرافی به موضوع دیگری منتقل می کنند. در یک گفتگو، اجتناب با پرگویی یا صحبت های بی پایان و پراکنده اتفاق می افتد. بنابراین، بازی نهایی آنها گنج کردن هدف است که باعث می شود نسخه واقعی را زیر سوال ببرند.

وقتی یک فرد فریبکار موضوع را تغییر می دهد، این تغییر می تواند تدریجی باشد و کاملاً آشکار نباشد.

فرد فریبکار از ناامیدی طرف مقابل سوءاستفاده می کند. بهترین فریبکاران روشی برای انتقال توجه از اعمالشان به آنچه واقعاً می خواهند به دست آورند، دارند. بنابراین، اگر با یک فریبکار سر و کار دارید و او دائماً سعی می کند از سوالات یا مکالمه شما طفره برد، تعجب نکنید.

باگذشت زمان، هدف می تواند تشخیص واقعی یا غیرواقعی بودن چیزی را دشوار کند، زیرا فرد فریبکار می تواند باعث شود که او تمام آنچه را که می داند یا فکر می کند معتبر است، زیر سوال ببرد. [14]. —

کلیات

این نوع اظهارات بسیار خطرناک هستند، زیرا هدف آنها حمله مستقیم به یک شخص یا گروه خاص از افراد است. تعمیم ها می توانند بسیار ناعادلانه باشند، به خصوص زمانی که هدف آنها توصیف گروهی از افراد به شیوه ای خاص باشد. به عنوان مثال، وقتی شما

با گفتن چیزهایی مانند «همه مردان...» یا «همه زنان...» شما به شیوه ای واقعاً ناعادلانه، مردم را تحریف می کنید. با این حال، وقتی سعی در گیج کردن و فریب دادن مردم دارید، این اظهارات می توانند در ایجاد فضایی منفی کاملاً مؤثر باشند. افراد فریبکار چیزی بیش از ایجاد دشمنی بین مردم دوست ندارند. به هر حال، یکی از اصول اساسی فریبکاران «تفرقه بینداز و حکومت کن» است. اظهارات کلی در دستیابی به این هدف عالی هستند.

بازی کردن نقش قربانی

وقتی مثل قربانی رفتار می کنیم، دیگران را فریب می دهیم. از بچگی یاد گرفته ایم که اگر می خواستیم والدینمان کاری برایمان انجام دهند، خودمان را در اتاقمان حبس می کردیم و گریه می کردیم و این رفتار مطمئناً توجه آنها را جلب می کرد؛ حتی امروز هم کمی قربانی بودن به شما کمک می کند تا به این نتیجه برسید. از طریق قربانی بودن، می توانید کسی را وادار کنید کاری برای شما انجام دهد.

این یکی از دلایلی است که بسیاری از افراد به افسردگی مبتلا می شوند و در آن می مانند. «احساس خاص بودن در مشکلشان» به این افراد اجازه می دهد تا توجه دیگران را جلب کنند تا در نظر آنها مهم به نظر برسند. این یک روش موزیانه برای دستکاری دیگران است، اما به همان اندازه در بسیاری از افراد وجود دارد.

ایجاد ترس

بولتن های خبری در این زمینه پیشتاز هستند. اخبار معمولاً ما را وحشت زده می کنند، زیرا هرچه بیشتر بترسیم، آسیب پذیرتر خواهیم بود و بنابراین، بیشتر در معرض دستکاری قرار می گیریم. حاکمان از طریق استفاده از ترس، این فرصت را دارند که ما را بهتر مدیریت کنند و ما را تحت کنترل خود نگه دارند. یکی از راه هایی که همه ما برای دفاع از خود در برابر این تکنیک گمراه کننده در اختیار داریم، این است که هر روز اخبار را تماشا نکنیم. با تماشای اخبار، چیزی را که نیاز به «امنیت» نامیده می شود، برآورده می کنیم.

مثال کلاسیکی که می توانیم برای درک این تکنیک بزنیم، زمانی است که مادری فرزندش را آموزش می دهد. اگر او نخواهد فرزندش کاری را انجام دهد، عمداً چیزی به او می گوید که او را می ترساند؛ مثلاً: «اگر به / جاق گاز دست بزنی، دستت می سوزد و آن وقت مجبور می شویم تو را به بیمارستان ببریم.» به این ترتیب کودک هرگز به آشپزخانه نزدیک نخواهد شد!

برای ارباب لازم نیست فریاد بزنید یا مستقیماً تهدید کنید. فریبکاران متخصص در ایجاد ترس هستند، و این کار را اغلب به طور نامحسوس انجام می دهند.

موضوع اعلام خطر در مواجهه با رفتاری خاص.
 برای مثال، آنها شما را دستکاری می کنند وقتی به شما می گویند که «باید» به روش خاصی عمل کنید. در غیر این صورت، خطر وقوع یک موقعیت نامطلوب خاص را به جان می خرید. ظاهراً آنها به عقل متوسل می شوند، در حالی که فقط سعی دارند شما را از طریق ترس شرطی کنند.

ایجاد ناامنی

یکی از قدرتمندترین تکنیک های کنترل ذهن، زیر سوال بردن مداوم هر چیزی است که طرف مقابلمان به ما می گوید. برای مثال، اگر به من بگویید: «تو می دانی که من توانستم به این نتیجه برسم»، می توانستم در جواب بگویم «اما آیا مطمئنی که نتیجه ای که به دست آورده ای به لطف خودت بوده؟» به این ترتیب، اگر ما آنچه دیگران به ما می گویند را زیر سوال ببریم، و این کار را بارها و بارها انجام دهیم، در نهایت، دیگران تمایل پیدا می کنند که آن را زیر سوال ببرند!

موقعیت هایی وجود دارد که نقاط ضعف و اعتقادات یا عشق به خود ما برجسته می شوند و ما از آنها سوءاستفاده می کنیم.

انتقاد منفی از آنچه انجام می دهیم یا می گوییم، مکانیسم های فریبکارانه ای مبتنی بر ناامنی است. همچنین زمانی اتفاق می افتد که آنها سعی می کنند با پیچیده تر کردن اشتباهات ما یا با القای این باور که خودمان را بهتر از آنچه هستیم می شناسیم، ما را گیج کنند.

فصل ۴

ده تکنیک برتر روانشناسی تاریک



تا اینجا، در مورد روش هایی که در روانشناسی تاریک استفاده می شوند صحبت کردیم. در واقع، ما فقط به طور سطحی به این موضوع پرداخته ایم، زیرا در مورد تاکتیک های دستکاری، بحث های زیادی وجود دارد.

حال، دلیل مؤثر بودن تکنیک های روانشناسی تاریک در نحوه تعامل آنها با روان شما نهفته است. روان انسان به گونه ای ساختار یافته است که قادر به فیلتر کردن محرک هایی است که به نوعی با الگوها، باورها و ارزش های روان مطابقت ندارند. به عنوان مثال، اگر به صلح اعتقاد داشته باشید، ذهن شما هرگونه مفهوم خشونت را رد می کند. به همین ترتیب، اگر ذهن شما بر حرص و طمع متمرکز باشد، ممکن است محدودیت های کمی برای طرح هایی که با هدف کسب پول انجام می شوند، اعمال کنید.

با این حال، ذهن ناخودآگاه، لایه ای که در زیر ذهن خودآگاه وجود دارد، فیلتر نشده است اما به همان اندازه قادر به پردازش محرک هایی است که وارد آن می شوند. به همین دلیل است که هدف واقعی فرد دستکاری کننده، دسترسی به ناخودآگاه شما و کاشت ایده ها در آن سطح است. وقتی این اتفاق می افتد، احتمال ماندگاری ایده ها و باورها بسیار زیاد است.

به همین دلیل است که تبلیغات بسیار تکراری هستند. در مورد آن فکر کنید. اگر فقط یک بار یک تبلیغ را بشنوید، احتمال به خاطر سپردن آن بسیار کم خواهد بود. با این حال، اگر بارها و بارها تبلیغات را بشنوید، به نقطه ای خواهید رسید که ذهن خودآگاه شما دیگر مقاومت نخواهد کرد. وقتی این اتفاق می افتد، پیام می تواند به ناخودآگاه شما نفوذ کند. این راز جایگاه یابی برند است. بنابراین، اگر فکر می کنید تبلیغات، حداقل تبلیغات خوب، در مورد فروش کالا است، دوباره حدس بزنید. تبلیغات خوب در مورد این است که شما را وادار کند دائماً در مورد یک برند یا یک محصول فکر کنید.

دری که به صورتش خورد!

مستقیماً از تجربه فروشندگان دوره گرد، تکنیک در... را در مواجهه با ... ارائه می دهیم! [15] وقتی می خواهیم از طرف مقابلمان نتیجه ی خاصی بگیریم، باید درخواستی داشته باشیم که آن را بیش از حد بالا و غیرمنطقی بدانیم: این درخواست بدون شک با یک درخواستی در مقابل، یعنی رد شدن، مواجه خواهد شد. در این مرحله، باید بلافاصله درخواست واقعی که در ذهن داشتیم را دنبال کنیم: در مقایسه با درخواست اول، در واقع، درخواست جدید متواضعانه تر و معقول تر به نظر خواهد رسید.

این تکنیک اثربخشی خود را بر تمایل طبیعی ذهن ما به مقایسه بنا نهاده است. اگر اصطلاح مقایسه را به درستی ارائه دهیم، هیچ درخواستی گزاف به نظر نخواهد رسید.

این تکنیک به این دلیل مؤثر است که در فرد احساس گناه و ایده امتیاز دادن را برمی انگیزد. به عبارت دیگر، انصراف شما به عنوان یک امتیاز تلقی می شود و سپس، این یک کاربرد زیرکانه از «قانون عمل متقابل» است که در فصل دوم به طور گسترده مورد بحث قرار گرفته است.

پالای در

این تاکتیک به صورت مرحله ای اجرا می شود. این کار با درخواست های کوچک از سوی فرد فریبکار آغاز می شود. هر بار که قربانی موافقت می کند، فرد فریبکار درخواست های بزرگ تری را مطرح می کند تا زمانی که در نهایت به خواسته خود برسد، یا قربانی خود را خسته کند. در آن مرحله، فرد فریبکار باید به سراغ یک قربانی جدید برود.

به این مثال توجه کنید:

یک فرد فربیکار مبلغ زیادی پول می خواهد. با این حال، می داند که اگر فقط درخواست کند، آن را دریافت نخواهد کرد. بنابراین، مبلغ کمی درخواست می کند. سپس آن را پس می دهد. سپس، مبلغ بیشتری درخواست می کند و سپس آن را پس می دهد. آنها این کار را انجام می دهند تا سرمایه اعتماد ایجاد کنند تا اینکه روزی به خواسته خود می رسند و دیگر هرگز از آنها خبری نمی شود.

این مثال روشن می کند که چرا به این تکنیک می گویند «پاتو بذار لای در» و با تمام بدنت جا باز کن...

یک رویکرد ابتدایی تر این است که از چندین نفر پول درخواست کنند، بدون اینکه قصد بازپرداخت آن را داشته باشند. در نهایت، آنها اطرافیان خود را خسته می کنند. بنابراین، آنها باید به دنبال قربانیان جدید بروند.

در «پا لای در» در این تکنیک، از درخواست های کوچک تر خواسته می شود تا با درخواست های بزرگ تر موافقت شود، در حالی که این تکنیک «دری به صورت» در جهت مخالف عمل می کند، جایی که درخواست های بزرگتر با این انتظار که رد شوند، درخواست می شوند تا موافقت با درخواست های کوچکتر جلب شود.

[16].

تکنیک «بله-تنظیم»

تکنیک «بله-ست» شامل پرسیدن چندین سوال از طرف مقابل است که او فقط می تواند موافقت کند و به آنها «بله» بگوید. این کار یک شرطی سازی خفیف ایجاد می کند که باعث می شود او به درخواست واقعی شما نیز پاسخ مثبت بدهد. این یک اثر انجماد کوتاه مدت است که باعث می شود فرد وارد یک دیدگاه پاسخ خاص شود.

—

۴ یا ۵ سوال بی ضرر در مقدمه کافی است [17].

برای مثال، شما می خواهید یک برنامه خاص را در تلویزیون تماشا کنید، با این آگاهی که انتخاب شریک زندگی تان احتمالاً بسیار متفاوت خواهد بود:

شما: امروز هوا خوب بود، ها؟ آفتاب گرفتن حس خوبی داره! او (مونث/مونث): بله، همینطور بود.

شما: امشب تلویزیون تماشا می کنی؟ او (مونث/مونث):

مونث: خب بله، فکر می کنم همینطور باشد.

شما: یادته پریروز چه فیلمی دیدیم؟ او (مونث/مونث): بله.

شما: من ازش خوشم اومد. اون عملاً بازیگر اصلی بود، درسته؟ او (مونث/مونث): بله، او بود.

شما: موافقی امشب فیلم ساعت ۱۰:۰۰ رو ببینیم؟ فکر کنم بد نباشه. او (مونث/مونث): بله، اگر بخواهید، آن چیست؟

یک‌نمایش کوچک و بامزه از این اصل که مطمئنم از قبل می‌دانید. از کسی بخواهید کلمه «سفید» را ۱۰ بار تکرار کند، و سپس این سوال را بپرسید که «گاو چه می‌نوشد؟» پاسخ اشتباه با تکرار قبلی شرطی شده است.

سازوکار پشت این تکنیک مبتنی بر استفاده از «سوالات بلاغی» یا اظهاراتی است که صحیح، بدیهی فرض شده یا در تجربه مستقیم فرد قابل اثبات هستند.

در این موارد، فردی که «رهبری» گزارش را بر عهده دارد، زمینه را با مجموعه ای از سؤالات آماده می‌کند که طرف گفتگو مطمئناً به آنها پاسخ مثبت خواهد داد و به همین دلیل است که به آن «بله-تنظیم» می‌گویند.

و در هر سه مورد، پس از برخی بدیهیات یا گزاره های درست و/یا قابل تأیید، یک «گزاره غیرقابل تأیید» می‌آید که یک القا (یا دستور) یا یک مطالبه بدیهی فرض شده است.

پیش فرض زبانی

برخی از مانورهای ارتباطی بسیار موزیانه شامل پرسیدن سوالاتی از طرف مقابل است که نمی‌توان به سادگی با «بله» یا «خیر» به آنها پاسخ داد، اما این سوالات در فاعل اعمال به عنوان پاسخی به یک دستور، جرقه ای ایجاد می‌کنند. به عنوان مثال، اگر از شخصی بپرسیم که آیا او «می‌تواند چراغی را که آنجا در سمت راستش است خاموش کند؟» ظاهراً دارم می‌پرسم که آیا او می‌تواند این کار را انجام دهد، اما در عمل، من کلید را خاموش می‌کنم، که در واقع همان چیزی بود که می‌خواستم. به عبارت دیگر، از طریق شکل زبانی «دستورات تعبیه شده»، می‌توانید ماهرانه یک دستور را در قالب یک سوال استتار کنید، مانند مثال زیر: «می‌خواهی الان بهم بگی چی ازیت می‌کنه یا ترجیح می‌دی یه مدت صبر کنی؟»

با این جمله، من در عمل از طریق ساختن پیشنهادهای بیشتر، جایگزینی ایجاد می‌کنم، که در آن بدیهی می‌دانم که در هر صورت، سوژه آنچه را که او را نگران می‌کند برای من آشکار خواهد کرد.

پیش فرض زبانی یکی از قدرتمندترین و آسان ترین ابزارها برای دادن «ظاهراً» حق انتخاب به کسی و در عین حال «به دام انداختن» او در ایده خود است، تقریباً بدون هیچ راه فراری.

بستن یک تکنیک هیپنوتیزمی است که برای مجبور کردن فرد به انتخاب با کلمات استفاده می‌شود. به آن «توهم جایگزین» نیز می‌گویند. بیایید چند مثال ببینیم:

-«بعد از اینکه رفتی نان بخری، میشه بیای کیوسک روزنامه فروشی و برای من هم روزنامه بخری؟»

-«کی می خوامی منو ببری سینما؟»

-«تصمیم گرفتی برای سالگرد ازدواجمون منو به کدوم کشور خارجی ببری؟»

هریک از این سؤالات از قبل یک انتخاب اراییه می دهند، و ترفند این است که واقعیتی را که کمی پنهان است، بدیهی فرض کنیم.

روانشناسی معکوس

این تکنیک شامل فرض رفتاری مخالف رفتار مطلوب است، با این انتظار که این «ممنوعیت» کنجکاوی را برانگیزد و بنابراین فرد را به انجام کاری که واقعاً مطلوب است، ترغیب کند. به عنوان مثال، وقتی به کودکی می گوئید کاری را انجام ندهد، این اولین کاری است که انجام می دهد. این نوع پاسخ در طول زندگی فرد ادامه می یابد.

این روشی برای انجام کارها است، یعنی برعکس دستوری که می خواهید بدهید. اگر چیزهایی مثل «ناراحت نشو»، «نگران نباش» بگوئیم، نتیجه ی معکوس می گیرم، باعث می شوم طرف مقابلم خشکش بزند.

بعضی از افراد به بومرنگ معروف هستند، زیرا از رفتن در جهتی که به آنها فرستاده شده امتناع می کنند و مسیر مخالف را انتخاب می کنند. این نوع رفتار می تواند توسط یک متقاعدکننده ی منفی مورد استفاده قرار گیرد، زیرا این یک نقطه ضعف است که قربانی دارد. به عنوان مثال، دوستی را در نظر بگیرید که عاشق خوردن غذاهای ناسالم در هر فرصتی است. متقاعدکننده ی منفی این را می داند و بنابراین به آنها پیشنهاد می دهد که باید غذای سالم بخورند زیرا برایشان خوب است، زیرا می داند که دوستشان در هر صورت فست فود را انتخاب خواهد کرد.

وقتی به افراد گفته می شود که نباید به یک چیز یا چیز دیگری اعتقاد داشته باشند، به آن توجه بیشتری خواهند کرد.^[18]

این وضعیت را در نظر بگیرید:

شما به دنبال این هستید که کارمندان خود را بدون هیچ پرسشی مجبور به اضافه کاری کنید. با این حال، وادار کردن آنها به ثبت ساعات کاری می تواند چالش برانگیز باشد زیرا هیچ کس علاقه ای به ماندن فراتر از شیفت معمول خود ندارد. بنابراین، شما واقعاً نمی توانید کار زیادی برای متقاعد کردن آنها به اضافه کاری انجام دهید.

سپس، ایده ای به ذهنتان می رسد: چرا اضافه کاری را ممنوع نکنیم؟ یعنی هر کسی که بخواهد اضافه کاری کند، نمی تواند این کار را انجام دهد. توجیه پشت این کار این است که از آنجایی که هیچ

اگر کسی بخواهد ساعات بیشتری بماند، اضافه کاری وجود نخواهد داشت. در واقع، می توانید یک قدم جلوتر بروید و کارگران موقت را برای پر کردن ساعات اضافی استخدام کنید. اکنون، کارکنان دایمی شما نگران این هستند که دیگران به شغل آنها تجاوز کنند. در نهایت، ممکن است با مقاومت کارکنان دایمی خود مواجه شوید که اکنون خواستار اضافه کاری برای خلاص شدن از شر کارگران موقت هستند.

در نهایت، شما با موفقیت کارکنان خود را برای اضافه کاری فریب داده اید. شما توانستید با ممنوع کردن اضافه کاری و سپس آوردن کارگران دیگر برای پوشش ساعاتی که آنها حاضر به انجام آن نبودند، با احساس امنیت آنها بازی کنید. یک دستورالعمل کنوانسیون می توانست به کارگران انگیزه بدهد تا آنها مایل باشند ساعات بیشتری کار کنند. اما این به معنای پرداخت حقوق بیشتر یا ارائه مزایای بیشتر بود. در نهایت، تلاش های شما برای دستکاری اوضاع بدون اعطای هیچ گونه مزایای اضافی موفقیت آمیز بود.

دستورات پنهان منفی

یک فرمان پنهان منفی، یک مدل زبانی خاص از روانشناسی معکوس است که در آن دستورالعمل به صورت منفی فرموله می شود تا توسط ذهن ناخودآگاه درک شود و «نگهبان انتقادی» مخاطب ما را دور بزند.

یکی از جنبه های جالب ذهن ناخودآگاه این است که در مقایسه با ذهن خودآگاه، نفی را درک نمی کند. این اتفاق می افتد زیرا ذهن ما با تصاویر کار می کند و هیچ بازنمایی ذهنی از کلمه «نه» وجود ندارد. بنابراین، ناخودآگاه آن را درک نمی کند. به عبارت دیگر، مغز ما نمی تواند تجربیات مربوط به حواس را بدون اینکه ابتدا آنها را تجسم کند، انکار کند.

عموماً در کتاب های بازاریابی چریکی، NLP، روانشناسی ارتباطات و بازاریابی عصبی، دو مثال در زیر برای توضیح این مفهوم آورده شده است.

۱. جمله ی زیر را بخوانید و کاری را که می گوید انجام دهید: «به فیل صورتی فکر نکن.»

به چي فکر مي كردي؟ تقريباً مطمئناً يه فيل صورتی، حتی با اینکه از شما خواسته شده بود که این کار را نکنید.

۲. حالا از شما می خواهم که به یک لیموی زرد فکر نکنید. به چیزی که می خواهید فکر کنید، اما به یک لیموی زرد فکر نکنید. به یک لیموی زرد بزرگ و آبدار، عطر شدیدش، طعم ترشش فکر نکنید. به بریدن لیموی زرد فکر نکنید.

لیمورا دو نیم کنید، نیمی از آن را در دهان خود بچکانید و آب ترش آن را بنوشید [19].

آیا این کار را کردی؟ به احتمال زیاد نه، در واقع شاید حتی احساس کردی که بزاق دهانت افزایش یافته، آب دهانت را قورت داده ای و کمی لرز هم احساس کرده ای.

چطور این اتفاق افتاد؟ خیلی ساده است: مغز ما نمی تواند تجربیات حسی را بدون اینکه ابتدا آنها را امتحان کند، انکار کند.

مورد دوم حتی از مورد اول قوی تر است، زیرا حاوی جزئیات و محتوای حسی-فکری بسیاری است که با انرژی بیشتری بازنمایی ذهنی مورد نظر را فعال می کند.

این مکانیسم برای ما بسیار مفید است زیرا می توانیم از دستورات پنهان منفی استفاده کنیم و در عین حال پاسخ مثبتی را در گیرنده پیام تحریک کنیم.

برای استفاده از دستورات پنهان منفی، کافی است بگوییم چه چیزی می خواهیم اتفاق بیفتد و قبل از آن نفی کنیم.

چند مثال:

- «من از تو نمی خواهم که با من به تعطیلات بیایی.»

- «من از تو نمی خواهم که به من اعتماد کنی.»

- «من اینجا نیستم که تمام مزایای پیشنهاد من را فهرست کنم.»

- «لازم نیست فوراً تصمیم بگیری، هر قدر که لازم داری وقت بگذار.» با دستورات پنهان منفی، می توانیم مانع از این شویم که ذهن خودآگاه پیام های ما را مسدود کند - آنها را فیلتر کند تا بررسی کند که آیا آنها را بپذیرد یا خیر - زیرا از نظر منطقی، برخلاف ذهن ناخودآگاه، آنها را دریافت نمی کند.

لنگر انداختن

لنگر انداختن یا «شرطی سازی» ابزاری روانشناختی است که برای مرتبط کردن صداها، تصاویر یا سایر محرک ها با احساسات و عواطف خاص استفاده می شود. لازم به ذکر است که این احساسات و عواطف می توانند هم مثبت و هم منفی باشند.

ایوان پاولوف، دانشمند روسی برنده جایزه نوبل، با انجام آزمایش هایی روی سگ ها، موفق به نشان دادن این مکانیسم شده است. او ابتدا با غذا دادن به چند سگ شروع کرد و همیشه قبل از «ناهار» با صدای زنگ به آنها غذا می داد و مشاهده می کرد که حیوانات چگونه با واکنش شدید به دیدن غذا واکنش نشان می دهند.

ترشح بزاق، نمادی از یک واکنش طبیعی سگ، عملکردی برای هضم غذا و مرتبط با گرسنگی.

پاولوف پس از یک دوره معین آموزش، سگ ها را بدون دادن غذا در معرض صدای زنگ قرار داد؛ حیوانات با همان ترشح بزاق واکنش نشان دادند که نشانه ای از یک انتظار عاطفی بود.

باشرطی سازی، می توان حالت های عاطفی خاص و پاسخ های شناختی را از طریق اشکالی از تداعی به محرک های خارجی متصل کرد. این نوع رفتار محرک-پاسخ، اساس دستکاری است و ابزاری است که توسط دستکاری کنندگان استفاده می شود.

همیشه این قانون را به خاطر داشته باشید که تصمیم گیری در درجه اول مبتنی بر احساسات است تا منطق.

بیایید یک مثال کلاسیک از لنگراندازی مثبت را در نظر بگیریم: کامیون بستنی چه صدایی تولید می کند؟ آیا می توانید موسیقی آن را به خاطر بیاورید؟ وقتی آن صدا را می شنوید چه افکاری به ذهنتان خطور می کند؟

همین امر در مورد آهنگ ها، شعارها، لوگوها، عطرها و غیره نیز صدق می کند. این محرک ها با هدف ایجاد یک احساس خاص در ذهن شما ایجاد می شوند. بازاریابان توانمند در بهره برداری از این احساسات در مخاطبان خود استاد هستند.

ساده ترین راه برای درک این موضوع، تمرکز بر لنگر قیمتی است که عموماً با کل معامله ۹.۹۹ دلاری انجام می شود. راه دیگر برای اینکه شما فکر کنید معامله خوبی انجام می دهید، ایجاد حس تعلق یا لنگر مالکیت است. نمونه ای از این مورد می تواند استارباکس باشد. آنها قهوه را بیش از حد گران و نه چندان عالی قیمت گذاری کرده اند، اما باریستا نام شما را روی فنجان می نویسد و به طور خودکار، ارزش محصول در ذهن شما افزایش می یابد. آنها شما را در ساخت این محصول دخیل کرده اند و اکنون به نظرمی رسد که خود محصول متعلق به شماست.^[20]

متقاعدکنندگان سیاه از لنگر انداختن به عنوان یک راه حل آسان برای بیشتر فروش های پولی که می خواهند تشویق کنند، استفاده می کنند.

با «اثر لنگر» (که مبتنی بر تعصب لنگر انداختن) منظور ما تمایل به تکیه بیش از حد بر اولین اطلاعاتی است که به ما ارائه می شود (دقیقاً همان لنگر). در لحظه ای که این نقطه مرجع تثبیت می شود، قضاوت بر اساس تفاوت با این آخرین مورد انجام می شود.

به عنوان مثال، در فرآیند خرید یک کالا، قیمت اولیه، زمینه ساز تمام مذاکراتی است که در آنها قیمت ها پایین تر از آن کالا هستند.

حتی‌اگر از ارزش مؤثر کالا برتر باشند، می‌توانند منطقی به نظر برسند. یا برعکس، کاهش‌قیمت اعمال شده توسط رقبا، یک لنگر در مشتری ایجاد می‌کند که آنها قیمت‌های نا‌عادلانه بالاتری را برای محصولی که مشابه می‌دانند، در نظر می‌گیرند.^[21] در این راستا، دنیل کانمن، برنده جایزه نوبل به خاطر مطالعاتش در زمینه روانشناسی شناختی، گفت که این نظریه بسیار رایج که در یک مذاکره، طرف مقابل دوم در موقعیت برتری قرار دارد، کاملاً اشتباه است. به گفته او، به لطف اثر لنگر، در مذاکرات یک‌مزیت مهم «حرکت اول» وجود دارد که امکان تعیین نقطه مرجع برای بحث‌ها، پیشنهادهای متقابل را فراهم می‌کند که به دستیابی به توافق کمک خواهند کرد.^[22]

باج‌گیری

باج‌گیری معمولاً به عنوان داشتن نوعی اطلاعات یا دانش شناخته می‌شود که در صورت فاش شدن، می‌تواند برای قربانی بسیار مضر باشد. بنابراین، قربانی چاره‌ای جز اطاعت از فرد فریبکار ندارد. نتیجه نهایی یک حلقه بازخورد منفی است که در آن قربانی چاره‌ای جز همراهی ندارد تا زمانی که فرصتی برای فرار از تله پیدا کند.

باج‌گیری یکی از اولین ابزارهایی است که یک فرد فریبکار از آن استفاده می‌کند. باج‌گیری معمولاً در تلویزیون و فیلم‌ها دیده می‌شود. فریبکاران از اطلاعات شخصی یا حساس در مورد یک فرد برای اخاذی از او استفاده می‌کنند. نتیجه اخاذی از یک فرد، کسب نوعی منفعت از آن فرد است. در فیلم‌ها، معمولاً فریبکاران را می‌بینید که تهدید می‌کنند اطلاعات شخصی مخربی در مورد یک فرد را فاش می‌کنند، مگر اینکه او به خواسته‌هایشان عمل کند. این نوعی اجبار است و لزوماً نیازی به همراه بودن با تهدید به خشونت فیزیکی ندارد. اگر قربانی به اندازه کافی ضعیف باشد، تسلیم می‌شود و درخواست‌های فریبکار را اجابت می‌کند. با این حال، اگر قربانی تصمیم به مقابله با فریبکار بگیرد، ممکن است با عواقب افشای اطلاعات در مورد خود روبرو شود.

لازم به ذکر است که اخاذی عموماً تهدید به آسیب فیزیکی است، مگر اینکه قربانیان از خواسته‌های متجاوز پیروی کنند. اخاذی معمولی شامل هیچ نوع اطلاعات شخصی نمی‌شود. در عوض، به دنبال استفاده از خشونت فیزیکی برای وادار کردن دیگران به عمل مطابق با خواسته‌های فرد فریبکار است. این امر عموماً شامل نوعی پرداخت در ازای «حمایت» است. قربانیان معمولاً یکی از دو گزینه زیر را دارند:

یابا باجگیر روبرو شوید و با او بجنگید یا فرار کنید. معمولاً، دومی بهترین راه حل است.

درمحل کار، باج گیری می تواند ابزاری فوق العاده مخرب باشد. با این حال، نباید زیاد از آن استفاده کرد زیرا باج گیری هویت فرد فریبکار را فاش می کند. اگرچه ممکن است تهدیدهای باج گیری ناشناس وجود داشته باشد، اما به طور کلی، یک فریبکار باید هویت واقعی خود را فاش کند تا قربانی او را به عنوان یک تهدید معتبر ببیند. وقتی «کلاهبرداری از سرشان بیرون آمد»، فریبکار در نهایت مجبور می شود پس از اینکه قربانی فعلی خود را به پایان رساند، به سراغ قربانی دیگری برود.

بمب گذاری عاشقانه

این جمله یک استراتژی ساده است که شامل نمایش درخشان، ناگهانی و قوی احساسات مثبت نسبت به قربانی است. لازم به یادآوری است که افراد فریبکار معمولاً در ابتدای روابط خود از این استراتژی استفاده می کنند. وقتی واقعاً عمیق به آن نگاه می کنید، این استراتژی کمی عجیب به نظر می رسد. دلیلش این است که فردی که قصد دارد از قربانی خود نوعی منفعت به دست آورد، در ابتدا حرف های محبت آمیزی می زند و کارهای خوبی برای او انجام می دهد. با این حال، فرد فریبکار ممکن است توجه بسیار کمی به قربانی خود داشته باشد. بنابراین، در ظاهر کمی گیج کننده است، اما وقتی از زاویه فریبکاری آنها به آن نگاه کنیم، کاملاً منطقی به نظر می رسد.

مفهوم پشت بمباران های عاشقانه بسیار آسان است زیرا هدف اصلی آن ایجاد حس عشق، اعتماد به نفس و پایبندی به هدف مورد نظر برای فرد فریبکار است. میزان استفاده از بمباران عاشقانه ممکن است به خود هدف بستگی داشته باشد [23].

این به چه معناست؟

برای مثال، فردی را در نظر بگیرید که کاملاً ناامید، درمانده و تنها به نظر می رسد. فرد فریبکار بیشتر مستعد انتخاب این فرد به عنوان هدف است، زیرا از این واقعیت آگاه است که به جای گزینشی تر بودن در انتخاب شریک زندگی، هدف اساساً ممکن است "هرآنچه را که می تواند به دست آورد، بگیرد". در نتیجه، هدف، از روی ناامیدی، ممکن است به دام عشق و محبت بیفتد. در ابتدا، هدف ممکن است باور نکند که مورد چنین محبتی قرار گرفته است. با این حال، ممکن است در مقطعی به واقعیت بازگردد.

لازم به ذکر است که روش کار افراد فریبکار در بمب گذاری عشقی ترکیبی از جذابیت فیزیکی و جذابیت ذاتی است.

فرد فریبکار تمام تلاش خود را می کند تا از نظر فیزیکی جذاب به نظر برسد و در عین حال، فردی خوش برخورد و خوش برخورد نیز به نظر برسد. به همین دلیل، آنها به دنبال قربانیانی هستند که آسیب پذیر باشند. آسیب پذیری عموماً به معنای قرار گرفتن در مکان مناسب در زمان مناسب است. به عنوان مثال، یک فریبکار به دنبال قربانی ای می گردد که جدایی سختی مانند طلاق را پشت سر گذاشته و از نظر عاطفی بسیار آسیب پذیر است. همچنین، فریبکاران به دنبال افرادی با عزت نفس پایین هستند. این امر آنها را به ویژه مستعد محبت و توجه می کند. در برخی موارد، افراد مورد هدف ممکن است آنقدر تشنه توجه و محبت باشند که حتی وقتی از بمباران عشقی آگاه هستند، تا زمانی که ادامه دارد، با آن همراه شوند.

در نهایت، بمباران عشقی اگر به درستی انجام شود، تکنیکی مؤثر است. با این حال، به سختی می توان آن را بهترین راه برای ایجاد یک رابطه بلندمدت دانست. بنابراین، فرد فریبکار باید در مقطعی از رابطه خود دست بکشد و به دنبال یک رابطه جدید باشد. این می تواند علاوه بر آنچه که قربانی از نظر دارایی های مادی احتمالی به دست فریبکار از دست داده، او را کاملاً ویران کند.

حال، بمباران عشقی همیشه قرار نیست به یک رابطه منجر شود. می تواند چیزی کاملاً بی خطر باشد، مانند لاس زدن برای گرفتن چیزی از کسی در یک تعامل بسیار کوتاه. این معمولاً به طرق مختلفی دیده می شود. به عنوان مثال، یک فرد ممکن است برای دسترسی به مکانی با منشی ها یا نگهبانان امنیتی لاس بزند. در موارد دیگر، فرد فریبکار ممکن است با همکاران و همکارانش لاس بزند تا بتوانند به فریبکار "کمک" کنند. بهترین فریبکاران دیگران را بدون قصد واقعی اجازه دادن به آنها برای نزدیک شدن، هدایت می کنند. در واقع، وقتی زمان پیشبرد رابطه فرا می رسد، آنها عقب نشینی می کنند. این امر عموماً باعث می شود قربانی احساس فریب خوردگی کند زیرا با حسن نیت عمل کرده و معتقد است که فریبکار واقعاً به او علاقه واقعی دارد.

این نوع رفتار مبتنی بر استفاده ی آزادانه از چاپلوسی است. استفاده از چاپلوسی برای جلب اعتماد به نفس یا فقدان آن در فرد مورد هدف در نظر گرفته شده است. اگرچه واضح است که برخی افراد بیشتر مستعد چاپلوسی هستند، اما باید توجه داشت که این کار لزوماً در هر شرایطی جواب نمی دهد. به همین دلیل است که معمولاً افراد فریبکار را می بینید که سعی می کنند ببینند چه کسی بیشتر مستعد چاپلوسی است. وقتی چنین افرادی را پیدا می کنند، تا حد امکان از این تمایل سوءاستفاده می کنند. در واقع، چاپلوسی می تواند در مقطعی از مسیر، در را برای بمباران عشق باز کند.

نکته آخر در مورد بمباران عشقی: این مانور لزوماً به روابط عاشقانه مربوط نمی شود. در واقع، بمباران عشقی می تواند یک

تجلی «دست بوسی» برای کسی. به عنوان مثال، می بینید که کارگران یک شرکت برای رئیس خود «دست بوسی» می کنند. رئیس از این تعریف و تمجید لذت می برد و به کسانی که از او تعریف می کنند، توجه و لطف ویژه ای نشان می دهد. این امر به ویژه زمانی مفید است که فرد نشانه هایی از داشتن شخصیت خودشیفته را نشان دهد. از آنجایی که افراد خودشیفته تشنه توجه مداوم هستند، به ویژه مستعد چاپلوسی، تملق و البته بمباران محبت هستند.

با این حال، در تعریف و تمجید از کسی نکته ای وجود دارد. اگر آنها به وضوح بی کفایت یا ناکافی باشند، این تعریف و تمجید ممکن است مانند یک دروغ آشکار به نظر برسد. و در حالی که قربانی ممکن است به اصطلاح "نوشیدنی کول-اید" بخورد، اطرافیان فریبکار متوجه این مانور خواهند شد. به این ترتیب، فریبکار ممکن است چاره ای جز عقب نشینی نداشته باشد یا خطر انتقاد اطرافیانش را بپذیرد.

تقویت مثبت

تقویت مثبت با بمباران محبت متفاوت است، زیرا هدف آن «تحسین» یا پاداش دادن به نوع رفتاری است که با خواسته ها و آرزوهای فرد سلطه گر سازگار است. در نتیجه، فرد سلطه گر از محبت، چاپلوسی و «بمباران محبت» برای تقویت این رفتار استفاده می کند. حال باید توجه داشت که تقویت مثبت یک تکنیک رایج و کاملاً طبیعی است.

اما از طرف دیگر، لحظه ای وجود دارد که فرد فریبکار ممکن است در مقطعی زیاده روی کند. این امر به ویژه زمانی صادق است که مشخص باشد رفتار قربانی چندان خاص یا قابل توجه نیست. نمونه بارز این امر را می توان در شرکتی دید که مدیران اجرایی خود را با مردان «بله قربان گو» احاطه کرده اند. یک مرد «بله قربان گو» معمولاً یک همکار سطح پایین است که همیشه با رئیس خود موافق است و او را ستایش می کند به این امید که حداقل شغل خود را حفظ کند، یا شاید در بهترین حالت ارتقایابد.

به تعبیری دیگر، می توان از تقویت مثبت برای وادار کردن افراد به عمل مطابق با خواسته های فرد سلطه گر استفاده کرد. تقویت مثبت را می توان نقطه مقابل باج گیری دانست، زیرا در مقایسه با اجبار و ترس، از نتایج مثبت استفاده می کند. اگرچه درست است که ترس نیروی بسیار قدرتمندتری است، اما در درازمدت، تقویت مثبت در یک رابطه طولانی تر به خوبی عمل می کند.

از طرف دیگر، افراد فریبکار باید مراقب باشند که خیلی اغراق نکنند. منظور ما این است که افراد فریبکار باید مراقب باشند که از تعریف و تمجید بیش از حد و اغراق آمیز خودداری کنند تا اعتبار خود را از دست ندهند. مگر اینکه فرد فریبکار با یک مستبد متوهم سر و کار داشته باشد، در غیر این صورت، محدودیتی برای میزان پیشروی آنها وجود دارد.

تقویت مثبت، به همین دلیل است که افراد فریبکار پس از اتمام اثر تقویت مثبت، به نوعی خشونت متوسل می شوند. در آن زمان، فریبکار چاره ای جز یافتن نوع دیگری از منبع نخواهد داشت که بتواند کنترل خود را بر قربانی حفظ کند.

حالا که این تکنیک ها را بررسی کردیم، وقت بگذارید و در مورد روابط اطرافتان تأمل کنید. ممکن است متوجه شوید که این تاکتیک ها بسیار رایج تر از آن چیزی هستند که تصوری کردید.

فصل ۵

۸ تکنیک پیشرفته دستکاری ذهنی



تاکنون، ما در مورد بسیاری از تکنیک های روانشناسی تاریک و دستکاری که تا به امروز شناخته شده اند، بحث کرده ایم. این تکنیک ها از نظر درجه پیچیدگی متفاوت هستند و ممکن است در طیف وسیعی از موقعیت ها مورد استفاده قرار گیرند یا ممکن است برای اهداف خاص مناسب تر باشند.

در این فصل، نگاهی به برخی از تکنیک های پیشرفته روانشناسی تاریک و دستکاری خواهیم داشت. این تکنیک ها بسیار مؤثر هستند و عموماً به عنوان تکنیک های مورد علاقه ی دستکاری کنندگان ماهر در نظر گرفته می شوند. اگر در یکی از این تله ها گرفتار شوید، از سطح پیچیدگی آنها شگفت زده خواهید شد. علاوه بر این، برخی از دستکاری کنندگان ممکن است آنقدر خوب باشند که به سختی متوجه شوید که در چنین تله هایی افتاده اید.

اگر به دنبال استفاده از این تکنیک ها برای منافع شخصی خود هستید، لطفاً توجه داشته باشید که استفاده از تاکتیک های روانشناسی تاریک مانند این موارد ممکن است شما را به خواسته تان برساند، اما هزینه آن برای دیگران ممکن است بسیار بالا باشد. بنابراین، باید برای مواجهه با عواقب آسیب احتمالی دیگران در این شرایط آماده باشید.

علاوه بر این، این تکنیک ها برای کامل شدن و توسعه به زمان نیاز دارند زیرا به مهارت و تجربه خوبی نیاز دارند. با این اوصاف، توانایی شما در استفاده حداکثری از تاکتیک های روانشناسی تاریک در راستای دستیابی به اهداف شخصی تان می تواند شمارا به بینش عمیق تری در مورد دنیای روانشناسی انسان و نحوه عملکرد روان انسان سوق دهد.

چراغ گازی

این تکنیک نام کمی غیر معمولی دارد، اما اثربخشی کلی آن قابل توجه است. تأثیر آن این است که افراد را وادار می کند تا درک خود از واقعیت را زیر سوال ببرند. به این ترتیب، چراغ گاز شامل دستکاری قربانی برای باور کردن چیزی است که دستکاری کننده می خواهد او باور کند، حتی زمانی که شواهد روشنی علیه آنچه دستکاری کننده می گوید وجود دارد.

برای مثال، می توان از آن در بحثی استفاده کرد که یکی از طرفین، دیگری را به خیانت متهم می کند.

استراتژی «چراغ گاز» برای بی ثبات کردن و ایجاد شک در طرف مقابل استفاده می شود تا او باور کند که در یک واقعیت خیالی زندگی می کند. در این موارد، یکی از عبارات پرکاربرد این است: «همه اش تخیل توست.»

نمونه کلاسیک دیگری از چراغ گاز را می توان در موارد سوءاستفاده مشاهده کرد. فرد سوءاستفاده گرها به قربانی می گوید که چنین سوءاستفاده ای اتفاق نمی افتد، حتی زمانی که مشخص است که قربانی به نوعی مورد سوءاستفاده قرار گرفته است. این نوع انکار، قربانی را مجبور می کند تا برداشت خود از وقایع رخ داده را زیر سوال ببرد. در صورت مؤثر بودن، قربانی ممکن است لزوماً آنچه را که فرد سوءاستفاده گر گفته است نپذیرد، بلکه برداشت خود را تا حدی زیر سوال می برد که هیچ راهی برای تمایز سوءاستفاده از موقعیت های غیر سوءاستفاده ندارد. [24].

—

سیاستمداران معمولاً از چراغ گاز استفاده می کنند. به همین دلیل است که اولین واکنش آنها انکار همه چیز در هنگام افشای یک رسوایی است. از هر 10 مورد، 9 مورد سیاستمداران با انکار اولیه قسر در می روند. مگر اینکه رسانه ها تصمیم بگیرند عمیق تر کاوش کنند و شواهد قانع کننده ای برای حمایت از ادعاها ارائه دهند، سیاستمداران به سادگی همه چیز را زیر سوال می برند. این کار با هدف وادار کردن رأی دهندگان به زیر سوال بردن دقت رسانه ها انجام می شود. هدف متقاعد کردن مردم نیست، آنها هیچ کار اشتباهی نکرده اند؛ هدف ایجاد سردرگمی کافی است تا جایی که مردم به سیاستمداران حتی زمانی که آشکارا گناهکار هستند، حق شک و تردید بدهند.

افراد ماهر در زمینه ی گازلایت آنقدر جذاب و متقاعدکننده هستند که معمولاً به آنها حق شک داده می شود. واقعیت این است که این تنها چیزی است که آنها نیاز دارند. تازمانی که در ذهن دیگران مشخص نشوند، احساس رضایت خواهند کرد. تا زمانی که فرد فریبکار بتواند بذر شک را در ذهن دیگران بکارد، می داند که همیشه دست بالا را خواهد داشت.

همچنین باید توجه داشت که بین انکار صرف حقایق و چراغ گاز تفاوت آشکاری وجود دارد. برای اینکه چراغ گاز واقعاً مؤثر باشد، باید توضیحی معتبر وجود داشته باشد که بتواند جایگزین وقایع واقعی شود. این زمانی اتفاق می افتد که افراد فریبکار بتوانند توضیحات هوشمندانه ای برای اتفاقاتی که رخ می دهد، ارائه دهند. این اغلب مستلزم بازی سرزنش یا فرار از مسئولیت شخصی با طرح نقشه هایی است. سپس، همیشه احتمال ایجاد یک "بوگیمن" وجود دارد. بوگیمن یک شخصیت داستانی است که به عنوان وسیله ای برای مقصر جلوه دادن چیزی خلق می شود. حال، بوگیمن نیازی به واقعی بودن ندارد. در واقع، حتی نیازی نیست که یک شخص واقعی باشد. عملکرد اصلی بوگیمن این است که چیزی داشته باشد که مردم بتوانند از آن متنفر باشند، ترسند یا به خاطر اتفاقاتی که در اطرافشان می افتد، سرزنش کنند. فریبکاران متخصص می توانند مدت زیادی از یک بوگیمن شیره بمانند، اما در نهایت باید به سراغ یک بوگیمن دیگر بروند. در نهایت، این چیزی بیش از یک داستان ساختگی نیست.

بهترین پادزهر برای پدیده چراغ گاز، توجه دقیق به جزئیات است. لطفاً فراموش نکنید که شیطان در جزئیات است. و تا زمانی که بتوانید به جزئیات توجه داشته باشید، می توانید تشخیص دهید که چه زمانی در معرض چراغ گاز قرار می گیرید. [25].

لانگ کان

این یک روش کند برای ترغیب است. فریب طولانی مدت زمانی بسیار مفید است که افراد در برابر تسلیم شدن در برابر ترغیب مقاومت می کنند، زیرا احساس می کنند تحت فشار هستند یا هیچ اعتمادی بین قربانی و ترغیب کننده وجود ندارد. بنابراین، فریب طولانی مدت همانطور که گفته شد بر مشکل غلبه خواهد کرد. ترغیب کننده تاریک، وقت خود را صرف درک قربانی خود، دوست شدن با او و اطمینان از ایجاد حس اعتماد و وابستگی در قربانی می کند. برای انجام این کار، ترغیب کننده تاریک یک رابطه مصنوعی ایجاد می کند و از راه های دیگری برای ایجاد احساس راحتی در قربانی استفاده می کند. پس از اینکه قربانی از نظر روانی آماده شد، ترغیب کننده تاریک تلاش های خود را آغاز می کند. آنها می توانند با تلاش برای هدایت قربانی خود به سمت انتخاب هایی که در آینده اتفاق خواهند افتاد، شروع کنند.

بهترین منفعت برای فریب دهنده ی آنها. هدف از شروع به این شکل، اولاً عادت دادن قربانی به متقاعد شدن است، و ثانیاً اینکه ذهن قربانی رابطه ی بین خود و ترغیب کننده ی تاریک را به عنوان یک رابطه ی مثبت و رابطه ای که از آن سود خواهد برد، تداعی کند. هنگامی که قربانی به ترغیب کننده اعتماد می کند، در برابر اقدامات ترغیب کننده آسیب پذیر می شود و شانسی برای موفقیت ندارد.

کلاهبرداری بلندمدت، یک برنامه بلندمدت است که عموماً در پایان سود زیادی به همراه دارد. مثال خوبی از این مورد، افرادی هستند که با هدف خود ارتباط برقرار می کنند و در نهایت با او ازدواج می کنند. هدف، شیفته و مجذوب فریبکار می شود. فریبکار، در واقع، فقط به ثروت، جایگاه اجتماعی یا نفوذ قربانی علاقه مند است. هنگامی که فریبکار منابع قربانی را تمام کرد، مستعد رها کردن قربانی خواهد بود زیرا دیگر برای او فایده ای ندارند. این نقطه ای است که طلاق اتفاق می افتد و قربانی را ویران و از نظر عاطفی متلاشی می کند. در نهایت، فریبکار از دسیسه های خود قسر در می رود، مگر اینکه در این بین کاری برای متوقف کردن او انجام شود.

در بدترین حالت، کلاهبرداری های طولانی مدت می تواند دهه ها ادامه داشته باشد. به جرایم مالی و کلاهبرداری هایی فکر کنید که در آن ها کلاهبرداران از سرمایه گذاران خود کلاهبرداری می کنند. این طرح ها معمولاً سال ها طول می کشد تا به نتیجه برسند و حتی بیشتر طول می کشد تا کشف شوند. زمانی که سرمایه گذاران از این تجارت کثیف مطلع می شوند، شانس بسیار کمی برای پس گرفتن پول خود دارند. تنها چیزی که باقی می ماند درس دردناکی است که به دیگران اعتماد می کنند بدون اینکه بررسی های لازم را انجام دهند.

فریب پنهان

پنهان کردن نیت واقعی متقاعدکننده ی تاریک، تاکتیک دیگری است که یک فریبکار برای رسیدن به خواسته هایش استفاده می کند. یک فریبکار تاریک، نیت واقعی خود را از قربانیانش پنهان می کند و می تواند بسته به قربانیان و شرایط اطراف، از رویکردهای مختلفی استفاده کند. یکی از رویکردهایی که یک فریبکار تاریک می تواند استفاده کند، استفاده از دو درخواست متوالی است، زیرا افراد به سختی می توانند دو درخواست متوالی را رد کنند. این مثال را در نظر بگیرید؛ یک فریبکار ۵۰۰ دلار از قربانی خود می خواهد. فریبکار تاریک با توضیح اینکه چرا به ۱۰۰۰ دلار نیاز دارند، شروع می کند و در عین حال بیان می کند که اگر نتوانند این مبلغ را تهیه کنند، چه اتفاقی خواهد افتاد. قربانی ممکن است نوعی احساس گناه یا دلسوزی کند، اما با مهربانی برای فریبکار توضیح می دهد که نمی تواند این مبلغ را قرض دهد، زیرا، صادقانه بگوییم، ...

بیشتر از آنچه که بتوانند بدهند. این زمانی است که متقاعدکننده مبلغ را به ۵۰۰ دلار کاهش می دهد، که از ابتدا همان چیزی بود که می خواست. آنها این مبلغ را با یک دلیل احساسی ضمیمه می کنند که قربانی نتواند درخواست دوم را رد کند. متقاعدکننده ی سیاه با مبلغ اولیه فرار می کند و قربانی در مورد آنچه اتفاق افتاده گیج می شود.

ایجادیک توهم

فریبکاران ماهر می توانند واقعیت را با نسخه ای جایگزین از آن جایگزین کنند. این فریبکاران می توانند آنچه را که دیده اند واقعی بدانند و آن را با نسخه ای جایگزین که برایشان راحت تر است جایگزین کنند. به عنوان مثال، فریبکاران ممکن است تا جایی پیش بروند که یک شخصیت کاملاً جدید برای خود بسازند. این ممکن است شامل تغییر نام، جعل لهجه یا حتی تهیه اسناد جعلی برای اعتبار بخشیدن به محل تولد، ملیت یا نام خانوادگی متفاوت باشد. این فریب های ماهرانه می تواند به فریبکاری سطح بالا منجر شود. وقتی به این نوع طرح فکر می کنید، برخی از ماهرترین کلاهبرداران تاریخ به ذهنتان خطور می کند.

در مقیاس کوچک تر، می توان با دروغ های آشکار، یعنی ارایه روایت های دروغینی که هرگز اتفاق نیفتاده اند، توهم ایجاد کرد. این روایت های دروغین ممکن است به سادگی رویدادها را به گونه ای متفاوت که برای نقشه های فریبکارانه مناسب تر است، قاب بندی کنند. علاوه بر این، فریبکاران می توانند از شاخ و برگ دادن به رویدادها استفاده کنند تا آنها را بسیار بزرگتر از آنچه واقعاً هستند، جلوه دهند.^[26] بزرگنمایی اغلب برای ایجاد روایت های پر آب و تاب از دستاوردهای یک فرد استفاده می شود. به عنوان مثال، یک متقاضی کار ممکن است بگوید که در دانشگاه در صدر کلاس خود بوده است، در حالی که در واقع، در وسط جمع بوده است. نوع دیگری از بزرگنمایی، "افشاگری" است. این معمولاً توسط افراد شیاد استفاده می شود تا وانمود کنند که با وجود داشتن ارتباطات بسیار سست، در بهترین حالت، با افرادی که از آنها نام برده می شود، ارتباط دارند. ماهرترین افراد شیاد می توانند دروغ را با حقیقت ترکیب کنند. این امر آنها را قادر می سازد تا یک توهم باورپذیرتر را ترسیم کنند، زیرا هسته های حقیقت نهفته در این توهم، به اطرافیان نشان این تصور را می دهد که آنچه می گویند در واقع واقعی است. در نتیجه، ممکن است از دروغ های خود قسر در بروند. با این حال، لطفاً به خاطر داشته باشید که شیطان در جزئیات است. بنابراین، اگر به اندازه کافی طولانی بیافید، ممکن است متوجه شوید که با یک شیاد سر و کار دارید. به همین دلیل است که همیشه ایده خوبی است که هر چیزی را که می شنوید با کمی تردید بپذیرید. اگر تصمیم بگیرید هر چیزی را که می شنوید به همان شکلی که هست بپذیرید، ممکن است

وقتی متوجه می شوید که به کسی که عمداً سعی در فریب دادن شما داشته، اعتماد کرده اید، ناامید می شوید.

تجمع بزرگ

افراد فریبکار همیشه با عجله عمل نمی کنند. در واقع، افرادی هستند که وقت خود را با احتیاط می گذرانند. آنها نگران دستاوردهای فوری نیستند. در عوض، به نتایج پایدار بلندمدت علاقه مندند. اما برای دستیابی به این هدف، باید رویکردی تدریجی در پیش گرفت. به تبلیغ کنندگان فکر کنید.

جایگاه یابی برند چیزی نیست که یک شبه اتفاق بیفتد. در واقع، جایگاه یابی یک برند تلاشی است که مدت زیادی، اغلب سال ها، طول می کشد. اما به محض اینکه برند جایگاه یابی شد، در ذهن مصرف کنندگان تثبیت می شود. و اگرچه هیچ اشکالی در جایگاه یابی یک برند در طول زمان بر اساس محصولات با کیفیت و خدمات خوب وجود ندارد، اما جنبه ی دستکاری این نوع تبلیغات زمانی اتفاق می افتد که تبلیغ کنندگان تمام تلاش خود را برای ترغیب مصرف کنندگان به برند خود انجام می دهند. به این ترتیب، هیچ کیفیت قابل توجهی از محصول در پشت برند وجود ندارد، بلکه فقط تبلیغات هوشمندانه است. بنابراین، تشخیص اینکه آیا یک محصول واقعاً ارزش این همه هیاهو را دارد یا خیر، بر عهده ی مصرف کنندگان است. با این وجود، اکثر مصرف کنندگان در دام هیاهوی پیرامون برند می افتند.

پایین آوردن طرف مقابل

فرد فریبکار گزینه های دیگری نیز برای کمک به رسیدن به هدف نهایی خود دارد. یکی از تاکتیک هایی که می تواند کاملاً مؤثر باشد، تحقیر کردن منظم هدف است. با این حال، این کار از طریق توهین یا تهدید انجام نمی شود. این تکنیک پنهانی بسیار مفید است زیرا فرد فریبکار از آن به شیوه ای بسیار ظریف استفاده می کند. این را می توان در استفاده فراوان از طعنه یا شاید حملات منفعل-پرخاشگرانه مشاهده کرد. به عنوان مثال، فرد فریبکار ممکن است بگوید: «امروز خیلی خوشگل به نظر نمی رسیم» در حالی که مشخص است قربانی در بهترین حالت خود نیست. یک رویکرد منفعل-پرخاشگرانه می تواند چیزی شبیه به این باشد: «فقط باید تو را برای یک شستشوی خوب و کوتاه کردن مو ببرم پیشش.» ممکن است با لحنی بازیگوشانه گفته شود، اما معنای ضمنی آن بسیار شوم تر است. در مورد هدف، آنها ممکن است متوجه نشوند که مورد دستکاری قرار گرفته اند. آنها ممکن است در نتیجه این تعامل احساس وحشتناکی داشته باشند، اما ممکن است متوجه نشوند که عمداً توسط دستکاری کننده مورد سوءاستفاده قرار گرفته اند.

در نتیجه، هدف این سوال را مطرح می کند که انگیزه های چنین رفتاری با او چه می تواند باشد. راستش را بخواهید، این موضوع واقعاً مهم نیست، حداقل برای فرد فریبکار مهم نیست. مهم این است که فرد فریبکار احساس آسیب پذیری و بی پناهی کند. اینجاست که فرد فریبکار می تواند از تلاش های خود نهایت استفاده را ببرد. وقتی قربانی احساس بی دفاعی می کند، فرد فریبکار در موقعیت مناسبی برای سوءاستفاده قرار می گیرد. [27].

برعکس، اگر فردی احساس امنیت و قدرت کند، احتمال اینکه مورد سوءاستفاده قرار گیرد بسیار کم است. به همین دلیل است که افراد سوءاستفاده گر، افرادی را که عزت نفس پایینی دارند، طعمه خود قرار می دهند. اگر فردی عزت نفس بالایی داشته باشد، به راحتی مورد سوءاستفاده قرار نمی گیرد. در هر صورت، تحقیر و توهین باعث واکنش دفاعی می شود. این امر باعث می شود که فرد سوءاستفاده گر چاره ای جز رفتن به سراغ قربانی بعدی نداشته باشد.

لازم به ذکر است که افراد فریبکار همیشه به دنبال اهداف آسان هستند. آنها به هر قیمتی از اهداف سخت اجتناب می کنند، زیرا تمایل دارند تا حد امکان به راحتی پیشرفت کنند. از این رو، آنها از کار سخت طفره می روند و به دنبال آسان ترین راه ممکن می روند.

همین امر در مورد مواردی که با یک فرد مهربان سر و کار دارید و ناگهان با فردی پرخاشگر و روبرو می شوید نیز صدق می کند. وقتی این اتفاق می افتد، شوکی که در ذهن شما ایجاد می شود ممکن است برای وارد شدن به حالت وحشت کافی باشد.

بسته به اینکه فرد از نظر ذهنی چقدر مقاوم باشد، ممکن است در هم بشکند و برای مدت طولانی تری مقاومت کند. در برخی موارد شدیدتر، بازجویان ممکن است برای استخراج اطلاعات از مظنون به تاکتیک های شکنجه متوسل شوند. اگرچه این کار در یک پرونده جنایی غیرقانونی است، اما معمولاً در دنیای زیرزمینی جاسوسی استفاده می شود.

برای انجام این بازی با مردم، تنها کاری که باید انجام دهید این است که آنها را از تعادل خارج کنید. اگرچه این به معنای بدخلقی نیست، اما به این معنی است که نباید قابل پیش بینی باشید. در غیر این صورت، اطرافیان شما می دانند چه چیزی شما را عصبانی می کند و سپس تصمیم می گیرند از آن علیه شما استفاده کنند. به همین دلیل است که باید واکنش های خود را بسنجید و از آنها برای رسیدن به اهداف خود استفاده کنید. اگر احساس می کنید که خوب بودن شما را پیش می برد، پس خوب باشید. اما اگر احساس می کنید که باید از کسی الگو بسازید، ممکن است چاره دیگری نداشته باشید.

سوالات اصلی

این شامل سوالات متقاعدکننده ی تاریک است که باعث ایجاد واکنشی از سوی قربانی می شود. یک متقاعدکننده ممکن است سوالی مانند «آیا واقعاً فکر می کنید فلان و بهمان منظور را دارد؟» بپرسد. این سوال نشان می دهد که فرد مورد نظر به نحوی بد است. نمونه ای از یک سوال غیر هدایت کننده این است: «نظر شما در مورد فلان و بهمان چیست؟» هنگام استفاده از سوالات هدایت کننده، متقاعدکنندگان تاریک اطمینان حاصل می کنند که سوالات با دقت بیان شوند. متقاعدکنندگان تاریک می دانند که وقتی قربانی احساس کند که برای برانگیختن واکنش خاصی از او هدایت می شود، در برابر متقاعد شدن مقاومت بیشتری نشان می دهد. وقتی فریبکار احساس می کند که قربانی در حال فهمیدن است، بلافاصله تاکتیک خود را تغییر می دهد و فقط زمانی به پرسیدن سوالات هدایت کننده برمی گردد که قربانی گارد خود را پایین آورده باشد. این تاکتیکی است که معمولاً در مصاحبه ها یا در طول بازجویی استفاده می شود، مانند زمانی که پلیس از یک مظنون بازجویی می کند.

تعهدات مالی

اغلب فرقه ها و فرقه ها در پیروان وابستگی اقتصادی ایجاد می کنند یا آنها را به اهدای اموال، چه املاک و مستغلات و چه پول، ترغیب می کنند. بیا بید ببینیم در برخی از تعاونی ها چه اتفاقی می افتد.

مرحله اول. همه کارمندان پذیرفته اند که حقوقشان را دیر دریافت کنند، ۲ ماه تبدیل به ۳، ۴، گاهی ۵ و گاهی تا ۶ ماه می شود. کسانی که نمی توانند امرار معاش کنند، از رهبر درخواست پیش پرداخت می کنند که به عنوان «لطف شخصی» (وابستگی اقتصادی) ارزیابی می شود و بابت آن بدهکار هستند و باید سپاسگزار باشند.

مرحله دوم. کارمندان دیگر حقوقی دریافت نمی کنند و به آنها گفته می شود که پولی وجود ندارد، بنابراین باید یک ایدیولوژی جدید را بپذیرند. ایدیولوژی تعهدات مالی مقرر می کند که کارمندان باید از دستمزدهایی که هنوز وصول نشده اند صرف نظر کنند تا وضعیت جدید شریک کاری را به دست آورند.

[28].

این جایگاه حداقل معادل ۶ ماه حقوق است و به عنوان یک فرصت تجاری فروخته می شود. ایدیولوژی جدید به موضوع تفکر گروهی تبدیل می شود و کسانی که خود را با آن وفق ندهند، منزوی می شوند. انزوا، قربانی را تضعیف می کند و او را در برابر حملات روانی آسیب پذیرتر می کند.

فصل ۶

۷ دستکاری عاطفی پنهان و قدرتمند تکنیک ها



دستکاری عاطفی می تواند در سطوح مختلفی اتفاق بیفتد. ما قبلاً در مورد اینکه ترس یک احساس بسیار قدرتمند است بحث کرده ایم. اما این تنها مورد نیست. در مورد طمع چطور؟ آن هم به خوبی ترس عمل می کند. افرادی که جاه طلب هستند را می توان به راحتی با جملاتی مانند «به تمام پولی که می توانید به دست آورید فکر کنید» فریب داد. چنین جمله ای یک فرد طمع کار را به لبه پرتگاه می برد.

به همین ترتیب، اگر با کسی سر و کار دارید که بیش از حد صرفه جو است، جمله ای مانند «به تمام پولی که می توانید پس انداز کنید فکر کنید» می تواند به نقطه مطلوب آنها برسد. نکته اینجا است که برای اینکه تلاش هایتان برای فریب دادن او درست به نظر برسد، باید فردی را که با او سر و کار دارید، بشناسید. بنابراین، بیایید نگاهی به برخی از تاکتیک های دستکاری عاطفی بیندازیم که می توانید در یک موقعیت خاص از آنها استفاده کنید.

باج گیری عاطفی

درحالی که باج گیری از طریق نگه داشتن اطلاعات منفی در مورد کسی بسیار رایج است، باج گیری عاطفی نیز می تواند به همان اندازه مخرب باشد. این اتفاق زمانی می افتد که فرد فریبکار نوعی کنترل بر قربانی دارد و سپس از این کنترل برای اخاذی از قربانی استفاده می کند.

این وضعیت را در نظر بگیرید:

فرد فریبکار می داند که قربانی نسبت به گذشته خود بسیار نامطمئن است. قربانی زمانی معتاد بوده و یک یا دو دوره ترک اعتیاد را گذرانده است. فرد فریبکار می داند که قربانی بسیار نگران ورق زدن یک برگ جدید و پشت سر گذاشتن گذشته خود است. با این حال، فرد فریبکار تهدید می کند که هر بار که می خواهد از قربانی چیزی بگیرد، گذشته او را مطرح خواهد کرد.

حالا، ممکن است فکر کنید، «چرا قربانی از دست فرد فریبکار فرار نمی کند؟» این در اکثر موارد یک ارزیابی منصفانه است. با این حال، فردی که می تواند به قربانی خود بچسبد، این کار را انجام می دهد زیرا قربانی در موقعیت آسیب پذیری قرار دارد.

نکته اصلی اینجاست. وقتی فرد فریبکار بتواند تشخیص دهد که قربانی در موقعیت آسیب پذیری قرار دارد، می تواند از این موقعیت علیه او استفاده کند. بنابراین، مهم است که اگر خودتان را در چنین موقعیتی یافتید، تشخیص دهید. به این ترتیب، می توانید تلاش های ناخواسته جلوگیری کنید.

فرد فریبکار ممکن است به عنوان بخشی از این استراتژی سعی کند همدلی و پشیمانی را در فرد ایجاد کند. هر دوی این احساسات، مؤثرترین احساساتی هستند که افراد می توانند احساس کنند و اغلب برای تحریک قربانی جهت رفتار مطابق میل فرد فریبکار کافی هستند. فرد فریبکار از این احساسات برای رسیدن به خواسته های خود استفاده می کند؛ آنها از همدلی و پشیمانی که در دیگران ایجاد می کنند، برای همراهی یا حمایت از آنها استفاده می کنند. استفاده از این نوع فریبکاری، بیشتر به احساسات فرد فریبکار بستگی دارد تا منطق او. فرد فریبکار دائماً با خطری روبرو است، عمدتاً به شکل درد و رنج عاطفی. فرد فریبکار ممکن است به هر مانوری متوسل شود تا احساساتی را که به اندازه کافی قدرتمند هستند، تحریک کند تا هدف خود را مجبور به پیروی از او کند. اگرچه فرد فریبکار ممکن است فرض کند که آنها از روی اراده آزاد خود از فرد فریبکار حمایت می کنند، اما در واقع، آنها به عنوان پاسخی به نقشه فرد فریبکار عمل می کنند. [29].

ارعاب

ارعاب تا جایی مؤثر است که هدف به اندازه کافی آسیب پذیر باشد که بترسد

احتمال پرخاشگری از سوی فرد فریبکار. بنابراین، ارباب چیزی بیش از یک تهدید نیست. فرد فریبکار لزوماً نباید به آن عمل کند، اما باید تا حد امکان متقاعدکننده باشد. [30]

افراد فریبکار معمولاً متوجه می شوند که قربانی از چه چیزی بیشتر می ترسد و از همان زاویه حمله می کنند. هر زمان که قربانی ترس های خود را آشکار کند، فرد فریبکار می تواند به چنین موقعیتی چنگ بزند و از آن سوءاستفاده کند.

برای مثال، دیدن اینکه خواهر و برادرها با چیزهایی که از آنها می ترسند همدیگر را اذیت می کنند، امری رایج است. فرض کنید یکی از خواهر و برادرها از عنکبوت می ترسد. بنابراین، خواهر و برادر دیگر از این موضوع استفاده می کند تا خواهر یا برادر خود را مجبور کند وقتی نوبتش نیست، این ظرف ها را بشوید.

اگرچه این ممکن است کودکانه به نظر برسد، اما اگر به درستی استفاده شود، می تواند ابزاری بسیار قدرتمند باشد. با این حال، نکته ای در آن وجود دارد. فرد فریبکار در نهایت باید به تهدیدهای خود عمل کند. در غیر این صورت، قربانی به زودی متوجه خواهد شد که فریبکار فقط حرف می زند و هیچ عملی انجام نمی دهد. در این حالت، ممکن است اوضاع به هم بریزد و قربانی خود را از شر فریبکار خلاص کند.

به همین دلیل است که ارباب دیگران می تواند نتیجه ی معکوس داشته باشد. وقتی قربانی بتواند از خود دفاع کند، ممکن است فرد فریبکار دوران سختی را سپری کند. به همین ترتیب، اگر قربانی قادر به انجام هیچ کاری نباشد، فرد فریبکار ممکن است به راحتی به کارها رسیدگی کند.

لازم به ذکر است که ارباب مبتنی بر ترس است. به همین دلیل، افراد فریبکار باید از ترس ذاتی در اهداف خود سوءاستفاده کنند. این امر می تواند با تهدیدهای فیزیکی آشکار یا استفاده از تاکتیک های روانی، مانند باج گیری، برای اعمال نفوذ بر اهداف خود حاصل شود.

طعمه و سوئیچ

در این تاکتیک، فرد فریبکار می داند که چیزی دارد که دیگران می خواهند. واقعاً مهم نیست که آن چیز چیست. چیزی که مهم است این است که آنها چیزی دارند که دیگران به دنبال آن هستند. بنابراین، فرد فریبکار کاملاً مایل است آن را جلوی دیگران آویزان کند و سپس آن را از آنها بگیرد. وقتی این اتفاق می افتد، فرد فریبکار مجموعه ای از قوانین و شرایط را تعیین می کند که قربانی باید آنها را رعایت کند تا به آنچه دارد دسترسی داشته باشد. تا زمانی که قربانی رعایت کند، همه چیز رو به وخامت است. با این حال، نکته اصلی این است که فرد فریبکار هرگز اجازه نمی دهد قربانی به خواسته اش برسد. آنها فقط او را تا زمانی که قربانی در نهایت خسته شود و تسلیم شود، به کار می گیرند. کمتر پیچیده

افراد فریبکار به قربانیان خود «طعم» آنچه را که می خواهند می دهند، به این امید که آنها را به ادامه پیروی از خواسته هایشان ترغیب کنند. این نوع تکنیک برای سوءاستفاده از نیازهای عاطفی فرد استفاده می شود و محدود به روابط عاشقانه نیست. این همچنین می تواند زمانی اتفاق بیفتد که یک فرد فریبکار احساس کند که کسی به شدت به دنبال پول است. سپس فریبکار از این نیاز برای فریب قربانی با وعده پول آسان یا درآمد ثابت استفاده می کند. قربانی در مقطعی فریب می خورد و مورد کلاهبرداری قرار می گیرد.

این تکنیک مبتنی بر این است که فرد تا زمانی که به خواسته اش نرسیده، وانمود می کند که کسی نیست. برای مثال، فردی که علاقه مند به دریافت چیزی از دیگری است، ممکن است وانمود کند که به این شخص علاقه ی عاشقانه دارد. قربانی که به شدت به عشق و محبت نیاز دارد، به امید ورود به یک رابطه ی معنادار، با او همراه می شود. سپس فرد فریبکار به اندازه ی کافی به هدف خود نزدیک می شود تا زمانی که به منفعتی که به دنبالش است، دست یابد. به محض اینکه فرد فریبکار به خواسته اش برسد، طعمه را می کشد و تغییر می دهد؛ یعنی به خود واقعی اش بازمی گردد.

بازی سرزنش

احساس گناه یکی از قدرتمندترین تکنیک های دستکاری شناخته شده برای بشر است. احساس گناه می تواند برای دستکاری افراد مورد استفاده قرار گیرد، به این صورت که آنها را به خاطر کمک و حمایتی که در مقطعی دریافت کرده اند، احساس حقارت کنند، یامی تواند برای این استفاده شود که دیگران را به خاطر شرایطی که دارند، احساس ناکافی بودن کنند. به تمام مواقعی فکر کنید که از مردم می شنوید می گویند: «اگر بیمار نبود، اوضاع فرق می کرد. این یکی از ابتدایی ترین راه ها برای ایجاد احساس گناه در کسی است، اما بسیار قدرتمند است. همچنین، ممکن است از دیگران چیزهایی مانند این بشنوید: «یادت هست کی به کمک من نیاز داشتی؟ حالا، من به کمک تو نیاز دارم. این یک تلاش آشکار برای ترغیب کسی به همراهی با نیت فرد فریبکار است.

این در محیط کار بسیار رایج است. افرادی هستند که در انداختن همه چیز به گردن دیگران متخصص هستند. برای مثال، وقتی مشکلی پیش می آید، فرد فریبکار راهی پیدامی کند تا تقصیر را به گردن شخص دیگری بیندازد. افراد فریبکار ماهر می توانند شواهد قانع کننده ای علیه دیگران ارائه دهند و از این طریق خود را از هرگونه مسئولیتی مبرا کنند.

افراد فربکار می توانند با استفاده از «کارت گناه» یا با استفاده از اصول اخلاقی، «کارت شرم» را بازی کنند.

آنها حتی ممکن است در یک اقدام پیشگیرانه برای گیج کردن دیگران، تا جایی پیش بروند که دیگران را به خاطر اعمالشان محکوم کنند. به عنوان مثال، سرپرست خط تولید یک شرکت اشتباه می کند. این برای شرکت هزینه دارد. وقتی مدیران ارشد از او سوال می کنند، سرپرست با ادعای برتری اخلاقی، تقصیر را به گردن کارمندان می اندازد. جملاتی مانند «من در کاری که انجام می دهم متخصص هستم» به دنبال ایجاد این برتری است. این امر به طور خودکار تقصیر را به کارگران خط منتقل می کند که ممکن است در آن زمینه خاص «متخصص» محسوب نشوند. برای برداشتن یک قدم جلوتر، سرپرست ممکن است کارمندان خود را شرمنده و گناهکار جلوه دهد. جملاتی مانند «شما بعد از همه کارهایی که برای شما انجام داده ام، مرا ناامید کردید» تلاش های آشکاری برای وادار کردن دیگران به سرزنش چیزی است که ممکن است مسئول آن نباشند.

بازی سرزنش می تواند در روابط، معاملات تجاری و سیاست اتفاق بیفتد. سیاستمدارانی که شخص دیگری را به خاطر مشکلاتی که در کشورشان رخ می دهد سرزنش می کنند، اغلب خود را به عنوان ناجی و قهرمان مردم خود معرفی می کنند. آنها کسانی هستند که برای همه چیز راه حلی دارند، اما وقتی سابقه آنها را بررسی می کنید، واقعاً به هیچ چیز زیادی دست نمی یابند.

تلقین

یکی دیگر از تکنیک های حيله گرانه که برای اعمال نفوذ ذهنی پنهان استفاده می شود، تلقین است. فرد «بی گناه» اجازه می دهد آنچه که عمداً و با تلقین ساخته و پرداخته شده، یک واکنش احساسی ناخوشایند ایجاد کند. اگر شما رنجیده خاطر شوید، او به شما اطلاع می دهد که این چیزی نیست که او گفته است. این نظر عموماً به عنوان یک «تعریف» ارائه می شود، اما خیلی دلگرم کننده نیست. اما آنقدر پوشیده است که فرض می کند شما دست کم گرفته اید. مربی می فهمد چه چیزی شما را آزار می دهد و خوشحال می شود که چنین نارنجکی را پرتاب کند و ببیند که تقصیر چیست. نظرات آنها به گونه ای است که تفسیرهای احتمالی مختلفی داشته باشد که باعث درد و شک زیادی می شود. اگر در ابتدا آن را بشنوید، ممکن است احمق به نظر برسید یا بدون پاسخ معناداری رها شوید زیرا تفسیرهای احتمالی زیادی دارد. به عنوان مثال، شریک زندگی شما لبخند می زند و می گوید: «چی می دونی؟ به عنوان یک فاحشه، می توانی پول زیادی دریاوری!» اگر از او سوال کنید، به شما می گوید.

اوقصد داشت این یک شوخی باشد. اما شما مدت ها بعد با خودتان خواهید گفت که این حرف چه معنایی دارد. ممکن است بپرسید چرا وقتی دوستان با شما در مورد فاحشه ها صحبت می کنند، چطور او در ابتدا اینقدر به فحشا اهمیت می دهد، چرا نسبت به شما احساس دارد و چقدر باید هزینه ای را که مایل به پرداخت آن هستید، بپردازید. و همچنین از خود می پرسید که آیا او همانطور که گفت، شما را به خاطر اینکه چقدر عاشق خوبی هستید، ستایش می کند یا خیر. چنین اظهاراتی روی شما تأثیر می گذارد و خشم، اختلافات احتمالی و بی ثباتی در رابطه را تشدید می کند. برای فرد فریبکار راحت است که آن را مانند یک اشتباه جلوه دهد، اما در اینجا سرنخی وجود دارد: فرد فریبکار اصرار دارد که این را فقط به عنوان یک تعریف غیرعمدی در نظر داشته است. البته، شما این کار را کردید. معمولاً یک تعریف نه به احساسات شما آسیب می رساند و نه باعث می شود که در سال های آینده از معنای واقعی آن تعجب کنید. [31].

مثلث بندی

یکی دیگر از تکنیک های رایج کنترل کننده ها، مثلث سازی است. این یک تاکتیک مؤثر در زرادخانه ی یک فریبکار است که در آن مشارکتی بین شما، او و شخص ثالث شکل می گیرد. هدف اصلی این کار، ایجاد حس سردرگمی در قربانی در مورد ارتباط است که باعث می شود قربانی عشق شدیدی به فریبکار داشته باشد، که فقط باعث می شود مدت زیادی با هم بمانند و به معشوق قدیمی خود فکر کنند، یا به سادگی کسی را که همیشه به طور غیرمنتظره در مورد باشگاه های ورزشی پیدا می کند، مطرح کنند. اگر بین خود و مرد دیگر همبستگی های مبهم و منفی ایجاد کنید، اوضاع بسیار بدتر می شود. اهداف آنها در درجه اول نگران ترس هستند. وقتی با آنها روبرو می شوید و به شما اطلاع می دهید که مشکل واقعی شما افسردگی و عزت نفس پایین شماست، آنها از مشارکت در مرد دیگر خودداری می کنند. قبلاً کجا به حرف های او گوش می دادید؟ همچنین برای فریبکار نیز هنگام استفاده استراتژیک از او، استثنا نیست که مرد دیگر را به عنوان هدف بعدی خود در نظر بگیرد.

قانون انتقال قدرت دولتی

حالت اصطلاحی است که به خلق و خوی کلی یک فرد مربوط می شود. نمونه ای از یک حالت هماهنگ قوی زمانی است که افکار، کلمات و اعمال یک فرد با هم هماهنگ باشند. قانون انتقال حالت شامل این ایده است که فرد با تعادل قدرت در هر موقعیت خاص می تواند تغییر کند.

وضعیت عاطفی آنها نسبت به فردی که با او ارتباط برقرار می کنند. وقتی این مفهوم توسط یک متقاعدکننده ی تاریک استفاده شود، قدرتمند است. اگر کسی سعی کند افراد را متقاعد کند و قوانین انتقال حالت را درک کند، ممکن است از یک استراتژی خاص برای دستکاری سطح کنترل آنها بر هدفشان استفاده کند. این تکنیک شامل این است که در ابتدا؛ فرد تأثیرگذار حالت خود را تحت فشار قرار می دهد تا با حالت طبیعی سوژه خود مطابقت داشته باشد. فرد تأثیرگذار حالت خود را به گونه ای تحمیل می کند که سوژه احساس غم کند و با همان فرمت، کندتر از حد معمول صحبت کند. بنابراین، آنها در سطح عمیق و ناخودآگاه با سوژه خود ارتباط برقرار می کنند. این روش دیگری برای ایجاد ارتباط است.

پس از انجام «تطابق حالت»، فرد تأثیرگذار شروع به تغییر نامحسوس حالت خود می کند تا میزان انطباق قربانیان خود را ارزیابی کند. به عنوان مثال، ترغیب کننده می تواند لحن صدای خود را کمی تندتر کند تا ببیند آیا هدفش با او همسو است یا خیر. اگر قربانی نشانه هایی از انطباق نشان دهد، به وضوح نشان می دهد که تأثیرگذار به نقطه قلاب رسیده است. به محض رسیدن به نقطه قلاب، تأثیرگذار حالت سوژه را به حالتی که می خواهد تغییر می دهد. این می تواند بسته به موقعیت، خوب و مثبت یا عصبانی و منفی باشد؛ این روش به بهترین وجه با اهداف تأثیرگذار مطابقت دارد. این رویکرد، تأثیر نشانه های ناخودآگاه را بر موفقیت یا شکست در فرآیند ترغیب نشان می دهد.

فصل ۷

اغواگری تاریک



مطالب زیادی در مورد اغواگری تاریک نوشته شده است. بیشتر ادبیات مربوط به این موضوع، این گونه به نظر می رسد که گویی نوعی هنر وجود دارد که در آن، فریبکاران، قربانیان خود را به طرز جادویی برای اهداف جنسی منحرف خود اغوا می کنند. مطمئناً، افرادی هستند که بدون شک می خواهند دیگران را برای لذت جنسی خود دستکاری کنند. با این حال، اغواگری تاریک فراتر از عمل جنسی صرف است. این یک موضوع گسترده تر است که در آن فریبکار به دنبال استفاده از پیشنهادهای عاشقانه برای به دست آوردن نوعی منفعت از قربانیان خود است. در نتیجه، قربانیان طعمه پیشرفت های فریبکار می شوند در حالی که فریبکار ارزشی را که به دنبال آن هستند، به دست می آورد.

لازم به ذکر است که در این کتاب، ما به هیچ یک از اعمال جنسی تاریک نمی پردازیم. برای مثال، اغواگری تاریک ممکن است با روابط ارباب-برده و غیره اشتباه گرفته شود. این هدف این فصل نیست. هدف این فصل بررسی چگونگی استفاده فریبکاران از یک رویکرد عاشقانه برای جلب اعتماد قربانیان خود و سوءاستفاده از آنهاست.

تکنیک هایی برای اغواگری تاریک

اغواگری در مورد استفاده از جذابیت و کشش برای ایجاد یک رابطه عاشقانه با یک فرد است. صرف نظر از جنسیت، این نوع عمل به یک شکل عمل می کند. مردان به تاکتیک های خاصی واکنش نشان می دهند در حالی که زنان به تاکتیک های دیگری واکنش نشان می دهند. با این حال، اصول اساسی اساساً یکسان هستند.

• جاذبه فیزیکی

افراد جذاب از نظر فیزیکی، موفق ترین افراد هستند. آن ها می توانند از جذابیت خود برای دسترسی به اهداف مورد نظرشان استفاده کنند. اغلب، این افراد به دنبال افرادی هستند که به طور قابل توجهی مسن تر یا کم جذابیت تر از خودشان هستند. آن ها از این تفاوت به نفع خود استفاده می کنند. همچنین، آن ها افراد آسیب پذیر را که فقط به دنبال عشق و توجه هستند، طعمه قرار می دهند. به دلیل جذابیت فیزیکی آن ها، قربانیان گارد خود را پایین می آورند. این امر به فرد جذاب اجازه می دهد تا وارد قلمرو قربانی شود و جای پای برای خود پیدا کند.

• جذابیت و عشوه گری

افراد ماهر در فریبکاری از جذابیت خود برای رسیدن به خواسته هایشان استفاده می کنند. اگر از نظر فیزیکی جذاب باشند، این می تواند ترکیبی بسیار قدرتمند باشد. این نوع افراد فریبکار مستعد استفاده از عشوه گری تا حد امکان هستند. آنها هیچ قصدی برای ایجاد هیچ نوع رابطه ای با قربانی خود ندارند. اما همین که نوعی کنایه بین فریبکار و هدف وجود دارد، اغلب برای وادار کردن هدف به اطاعت کافی است. سپس، به محض اینکه فریبکار به خواسته خود رسید، هدف کنار گذاشته می شود.^[32]

• پیش داوری های جنسی آشکار

این تاکتیک عموماً توسط زنان به کار گرفته می شود، زیرا این مردان هستند که بیشتر به پیشنهاد های جنسی آشکار پاسخ می دهند. در کل، زنان وقتی مردی آشکارا به آنها پیشنهاد جنسی می دهد، تمایل دارند بسیار حالت تدافعی بگیرند. این به دلیل شرایط اجتماعی است که زنان با بزرگ شدنشان پیدا می کنند. به زنان آموزش داده می شود که محتاط باشند، زیرا مردان در این زمینه بسیار درنده خوتر هستند. وقتی یک فرد فریبکار بتواند از پیشنهاد های جنسی آشکار به طور مؤثر استفاده کند، هدف به امید به دست آوردن لطف جنسی، تسلیم می شود. با این حال، فریبکار همیشه سعی می کند بدون انجام هیچ نوع فعالیت جنسی، به خواسته خود برسد. اینجاست که فریبکاری رخ می دهد. مواقعی وجود دارد که فریبکار باید برای حفظ انگیزه هدف، تا زمانی که به خواسته خود برسد، در اعمال جنسی شرکت کند.

چرا اغواگرهای تاریک اینقدر خطرناک هستند؟

مگر اینکه نوعی خشونت فیزیکی و جنسی در میان باشد، اغواگران تاریک در واقع قصد آسیب‌رساندن فراتر از پریشانی عاطفی را ندارند. اگر نیت واقعی یک اغواگر تاریک، انجام اعمال جنسی برخلاف میل قربانی باشد، ما در مورد یک روان پریش صحبت می‌کنیم و نه لزوماً یک اغواگر تاریک معمولی. اغواگرانی که از هر وسیله‌ای برای انجام اعمال جنسی بدون رضایت استفاده می‌کنند، جنایتکار هستند و باید بسیار خطرناک تلقی شوند. با توجه به ویژگی‌هایی که قبلاً توضیح دادیم، تشخیص این افراد می‌تواند بسیار دشوار باشد و به احتمال زیاد از نوعی اجبار استفاده می‌کنند، به خصوص زمانی که قربانیان از آنها پیروی نمی‌کنند.

فراتر از تهدید خشونت فیزیکی واقعی، اغواگران تاریک بسیار خطرناک هستند زیرا تشخیص آنها بسیار دشوار است. از این گذشته، چه کسی به یک مرد یا زن بسیار جذاب مشکوک می‌شود؟ در واقع، اکثر قربانیان از اینکه چنین فرد جذابی به آنها علاقه نشان می‌دهد، احساس خوش شانسی می‌کنند. و اینجاست که خطر نهفته است. وقتی افراد از اینکه چنین افراد جذابی به آنها توجه می‌کنند، احساس خوش شانسی می‌کنند، ممکن است در نهایت حس واقعیت را از دست بدهند و تسلیم خواسته‌های عاطفی و حتی جنسی خود شوند. در نهایت، فرد فریبکار کنترل قربانی را به دست می‌گیرد و شروع به استخراج آنچه که او به دنبالش است، می‌کند.

برای برخی از اغواگران تاریک، این ممکن است صرفاً یک ترفند قدرت طلبانه باشد. آنها از کسی فقط برای جلب توجه استفاده می‌کنند. وقتی لذت بردند، می‌توانند قربانی را رها کنند. همین‌امر را می‌توان زمانی گفت که سود کوتاه مدتی در کار باشد، مانند استفاده از یک شخص برای رسیدن به شخص دیگر.

از طرف دیگر، یک رویکرد بسیار بلندمدت تر وجود دارد. فرد فریبکار حتی ممکن است با قربانی خود ازدواج کند تا به چیزی که قربانی کنترل می‌کند، دسترسی پیدا کند. به عنوان مثال، این چیز می‌تواند ثروت یا مقام باشد. این معمولاً زمانی اتفاق می‌افتد که فردی با هدف ازدواج می‌کند و طلاق می‌گیرد تا به ثروت او دسترسی پیدا کند. سپس قربانی پس از طلاق طرد می‌شود. در بدترین حالت، فرد فریبکار مراقب است که قربانی به هیچ وجه بهبود نیابد و در نتیجه او را در حالت تسلیم کامل قرار می‌دهد.

در نهایت، اغواگرهای تاریک بسیار خطرناک هستند زیرا تمایل دارند پشت یک شخصیت پنهان شوند. این شخصیت می‌تواند بسیار دقیق ساخته شود تا حدی که خود واقعی آنها نامحسوس باشد. با این حال، این شخصیت فقط تا زمانی که به خواسته خود برسند، عمل می‌کند. هنگامی که آنها بر هدف خود کنترل پیدا کردند، خود واقعی به تدریج ظاهر می‌شود تا زمانی که خود واقعی کاملاً کنترل را به دست گیرد. تا زمانی که قربانی حتی متوجه شود چه اتفاقی افتاده است، ممکن است هیچ شانسی برای خروج از وضعیتی که در آن قرار دارد، نداشته باشد. [33].

چگونه از اغواگری تاریک اجتناب کنیم

سریع اقدام کنید

ناگفته پیداست که اگر در چنگال یک اغواگر تاریک گرفتار شده اید، باید هر چه سریع تر اقدام کنید. با این حال، نکته ی منفی این است که ممکن است خیلی دیر شده باشد تا متوجه شوید واقعاً چه اتفاقی دارد می افتد.

با این وجود، برخی از علایم هشدار دهنده وجود دارد که باید مراقب آنها باشید. قابل توجه ترین آنها، مراقب غریبه های بیش از حد مهربان باشید. اگرچه شکی نیست که کسی که به شما علاقه عاشقانه داشته است ممکن است تصمیم بگیرد سریع عمل کند، اما اگر بیش از حد پافشاری یا بیش از حد گستاخی کند، این یک علامت هشدار دهنده بزرگ خواهد بود.

همچنین، مراقب هر کسی باشید که تازه با او آشنا شده اید و شروع به القای ایده هایی به شما می کند که به هر نحوی شما را معذب می کند. اغواگرها به این روش عمل می کنند زیرا برای رسیدن به آنچه می خواهند عجله دارند. برای آنها، صرف زمان بیشتر از آنچه که باید، اتلاف وقت است. بنابراین، آنها می خواهند هر چه سریع تر اقدام کنند.

در اسرع وقت کمک بگیرید

وقتی متوجه شدید که مشکلی وجود دارد، کمک گرفتن بسیار مهم می شود. اغلب ممکن است نتوانید به تنهایی با آن کنار بیایید. به همین دلیل است که درخواست کمک از خانواده، دوستان و یک درمانگر یا هر کس دیگری از اهمیت بالایی برخوردار است. بسیاری از اوقات، دیگران می توانند برای مقابله با فرد فریکار وارد عمل شوند. این کار به شما حمایت عاطفی لازم برای پایان دادن به رابطه را می دهد.

درخواست کمک هیچ شرمی ندارد. در واقع، بدترین نتایج در این نوع روابط زمانی رخ می دهد که قربانیان درخواست کمک نمی کنند. آنها فکر می کنند می توانند خودشان از پس موقعیت برآیند یا فکر می کنند که همه چیز به خودی خود درست خواهد شد. در نهایت، ممکن است اوضاع از کنترل خارج شود تا جایی که قربانی کاملاً درمانده شود.

همیشه انگیزه ها را زیر سوال ببرید

ممکن است به نظر پارانوئید برسید، اما همیشه مهم است که انگیزه های افراد را هنگام نزدیک شدن به شما زیر سوال ببرید. مهم است که به خاطر داشته باشید که اکثر روابط عاشقانه الگویی در توسعه خود دارند. اغلب، این نوع روابط قبل از ایجاد یک رابطه عاشقانه با نوعی تماس شروع می شوند. در موارد دیگر، شما با فرد جدیدی آشنا می شوید که منجر به پیشرفت طبیعی می شود، اما وقتی با

باکسی که عجله می کند، باید ترمز کنید و از خود پرسید که چرا اینقدر مشتاق پیشرفت است.

مواقعی وجود دارد که باید سوالات سختی پرسید، مانند «انتظار دارید از این رابطه چه چیزی به دست آورید؟» اما همین سوالات هستند که ممکن است اطلاعات بسیار بیشتری را در مورد این شخص آشکار کنند، اطلاعاتی که در غیر این صورت ممکن بود از دست بدهید.

نگذارید احساساتتان بر شما غلبه کنند

۹۹٪ مواقع، افراد فریبکار از احساسات قربانی خود سوءاستفاده می کنند. به همین دلیل است که آنها به دنبال افراد آسیب پذیر هستند، به خصوص اگر طلاق گرفته باشند، روابط بدی داشته باشند یا تنها باشند. آنها از نیاز این افراد به عشق و محبت سوءاستفاده می کنند. بنابراین، احتمال بیشتری وجود دارد که آنها فریب پیشرفت های فریبکارانه را بخورند.

در حالت ایده آل، همه ما هنگام ورود به روابط، تعادل بین احساسات و منطق را حفظ می کنیم. باز هم، اگر احساس می کنید که همه چیز خیلی سریع پیش می رود، یا فشار زیادی روی شما وجود دارد، بهتر است یک قدم به عقب بردارید و اولویت های خود را دوباره ارزیابی کنید. ممکن است فقط دارید از خودتان جلوتر می روید. اگر چنین است، بهتر است کمی استراحت کنید و اجازه دهید اوضاع آرام شود.

تکالیف را انجام بده

در یک رابطه ی طوفانی، کنار آمدن با واقعیت ممکن است دشوار باشد. با این حال، شرط می بندم که باید تحقیقات خود را انجام دهید. لطفاً به یاد داشته باشید که وقتی صحبت از افراد فریبکار می شود، شیطان در جزئیات است. اگر از انجام تحقیقات خود غافل شوید، ممکن است جزئیاتی را از دست بدهید که در غیر این صورت به شما نشان می داد که با یک فرد فریبکار طرف هستید. بنابراین، همیشه سؤال پرسید، با یک جستجوی ساده آنلاین یا رسانه های اجتماعی پیگیری کنید و با دوستان و خانواده ی آنها ملاقات کنید. اگر می بینید که آنها بیش از حد مرموز و پنهان کار هستند، باید این را به عنوان یک پرچم قرمز بزرگ در نظر بگیرید. کسی که واقعاً به یک رابطه ی عاشقانه علاقه مند است، سعی می کند تا حد امکان شفاف باشد. هرگونه نشانه ی فریبکاری، صرف نظر از شرایط، همیشه یک پرچم قرمز است. [34].

فصل ۸

سه گانه تاریک



«سه گانه تاریک» مجموعه ای از ویژگی های شخصیتی است که در هر فردی وجود دارد. با این حال، این ویژگی ها در برخی بیشتر از دیگران دیده می شوند. وقتی این ویژگی هادر شخصیت یک فرد غالب باشند، می توانند منجر به رفتار نامناسب و در برخی موارد، منجر به فعالیت های مجرمانه شوند. این ویژگی ها مشخصه افراد فریبکار هستند. اگرچه نحوه شکل گیری آنها کاملاً مشخص نیست، اما درک خوبی از چگونگی پرورش آنها داریم.

به همین دلیل است که در این فصل قصد داریم نگاهی عمیق به سه گانه تاریک بیندازیم، زیرا به دنبال کشف رمز و راز پیرامون این نوع رفتار هستیم. علاوه بر این، توضیحات و مثال های مفصلی در مورد این صفات و رفتارهای مربوط به آنها خواهید یافت. [35].

وقتی یکی از این ویژگی ها در فردی غالب باشد، متوجه خواهید شد که او عموماً از بسیاری جهات مختل کننده است، اما از جهات دیگر بسیار خلاق و پرانرژی است. علاوه بر این، افرادی که صفات سه گانه تاریک را به میزان بالایی نشان می دهند،

عموماً افراد ماهرتر و باهوش تری هستند که درک عمیقی از دنیای اطراف خود دارند. به همین دلیل است که آنها می توانند از خواسته های خود نهایت استفاده را ببرند و برنامه خود را پیش ببرند.

در بعضی موارد، آنها را افرادی می بینید که برای رسیدن به خواسته هایشان از هیچ کاری دریغ نمی کنند. در مواقع دیگر، آنها را افرادی می بینید که به احساسات دیگران اهمیت زیادی نمی دهند، به خصوص اگر این احساسات مانع رسیدن آنها به چیزی شود.

بنابراین، اگر با کسی سر و کار دارید که هر یک از این ویژگی ها را نشان می دهد، یا خدای نکرده هر سه را، واقعاً باید مراقب باشید که کجا قدم می گذارید. اغلب، بهترین اقدام این است که از آنها دور شوید. اگر سعی می کنید با افرادی که ویژگی های سه گانه تاریک را نشان می دهند، مبارزه کنید، باید چندین قدم از آنها جلوتر باشید. اما، توجه داشته باشید که پیروزی در جنگ با این افراد ممکن است بیشتر به پیروزی در یک جنگ فرسایشی تبدیل شود تا بر اساس مهارت ها و تاکتیک ها.

افراد فریبکار همه جا در اطراف ما هستند. شکی در این نیست. تشخیص برخی از آنها بسیار آسان است، در حالی که برخی دیگر ممکن است مورد توجه قرار نگیرند. برخی از فریبکاران از روی هوس عمل می کنند، در حالی که برخی دیگر کاملاً از کاری که انجام می دهند آگاه هستند. در چنین مواردی، فریبکاران ممکن است برای رسیدن به آنچه می خواهند از هیچ هزینه ای دریغ نکنند. برخی دیگر ممکن است کمی پایه اخلاقی بیشتری داشته باشند، در نتیجه آنها را قادر می سازد تا مرزهای خاصی را در مورد آنچه انجام می دهند و آنچه انجام نمی دهند، تعیین کنند.

در بدترین حالت، ممکن است با افرادی برخورد کنید که هیچ پایه اخلاقی ندارند. در چنین مواردی، ممکن است در حضور افراد واقعاً شرور باشید. به همین دلیل است که ما این فصل را به بحث در مورد ویژگی های شخصیتی اختصاص می دهیم که به وضوح افراد فریبکار را بر اساس شرایط یا موقعیت های خاص آنها مشخص می کند.

[36].

خودشیفتگی

خودشیفتگی به طور کلی به عنوان عشق به خود تعریف می شود. این نام از افسانه نارسیس گرفته شده است که عاشق خودش بود. از این افسانه، خودشیفتگی برای تعریف فردی که بسیار خودخواه است استفاده می شود. در حالی که درست است که همه ما تا حدودی خودخواه هستیم، یک فرد خودشیفته معمولی آنقدر شیفته خودش است که برای قرار گرفتن در کانون توجه، هر نقشی که بتواند بکشد را در سر

می پروراند. [37].

خودشیفتگی معمولاً با احساس حق به جانب بودن و خودبزرگ بینی همراه است. اینها افرادی هستند که می خواهند همیشه مرکز توجه باشند و در عین حال سعی می کنند دیگران را وادار به انجام خواسته های خود کنند. ابتدایی ترین افراد خودشیفته واقعاً اهمیتی نمی دهند که چگونه دیگران را با خود همراه کنند. تنها چیزی که برایشان مهم است این است که دیگران کاری را که می خواهند انجام دهند. پایان داستان. خودشیفته های ماهرتر می توانند از تاکتیک های زیادی برای همراه کردن دیگران استفاده کنند. اغلب، این نوع خودشیفته ها جذاب و بسیار خوش برخورد به نظر می رسند.

با این حال، همه اینها یک ترفند است. هدف اصلی آنها این است که دیگران به آنها اعتماد کنند و آنها را تحسین کنند. تا زمانی که مورد تحسین قرار گیرند و دائماً ابراز محبت کنند، با مردم خوب هستند. مشکل زمانی رخ می دهد که بازخوردی که به دنبالش هستند به آنها داده نمی شود. اغلب، مسئله، نوازش شدن غرور آنهاست.

برای مثال، یک فرد خودشیفته اگر به خاطر کاری که انجام می دهد مورد تقدیر قرار نگیرد، خشمگین می شود. اگر احساس کند که تمام تلاش خود را کرده است، این موضوع تشدید می شود. به این ترتیب، عدم تقدیر، او را به ورطه سقوط می کشاند، گویی فردا چنین سرنوشتی در انتظارش نیست. برعکس، اگر مورد ستایش و تمجید قرارگیرد، همه چیز خوب است. او از شکوه و جلال خود لذت می برد و به دنبال فرصتی برای ابراز محبت و قدردانی بعدی می گردد.

بزرگترین مشکل افراد خودشیفته این است که آنها دیوانه وار کنترل امور را در دست دارند. از آنجایی که احساس می کنند همه باید از آنها اطاعت کنند، باید همه چیز و همه کس را در اطراف خود کنترل کنند. در نتیجه، اگر یک فرد خودشیفته احساس کند که کنترل محیط خود را از دست داده است، ممکن است به هر وسیله ای که لازم باشد متوسل شود تا اطمینان حاصل کند که کنترل کامل را دوباره به دست می آورد. اگر این به معنای از بین بردن افراد در طول مسیر باشد، ممکن است لحظه ای درنگ نکند و به اثرات اعمال خود بر دیگران فکر نکند.

یک فرد خودشیفته ی معمولی در دوران کودکی، معمولاً در نتیجه ی بی توجهی و اغلب سوءاستفاده، شکل می گیرد. به طور کلی، کودکانی که در دوران کودکی رها و نادیده گرفته می شوند، معمولاً مشکلاتی در کنترل و کمبود محبت پیدا می کنند. اگر این شرایط درمان نشود، می تواند به یک شخصیت خودشیفته ی تمام عیار تبدیل شود. در بزرگسالی، یک فرد خودشیفته ی معمولی ممکن است در عضویت در گروه های اجتماعی با مشکل جدی مواجه شود که منجر به انزوای او می شود. در حالی که افراد خودشیفته ی برون گرا ممکن است در اوایل زندگی دوستان زیادی داشته باشند، ممکن است در نهایت به دلیل تلاش برای ایجاد روابط واقعی، منزوی شوند.

بنابراین، اگر گمان می کنید که در کنار یک فرد خودشیفته هستید، برای کسی که توجه و محبت زیادی را طلب می کند، آماده باشید. علاوه بر این، آنها سعی می کنند هر جنبه ای از زندگی شما را کنترل کنند. در نهایت، یا باید از او دور شوید یا تا جایی که می توانید در بازی او شرکت کنید.

چگونه یک فرد خودشیفته را تشخیص دهیم

یک فرد خودشیفته ی معمولی همیشه به دنبال توجه است. آن ها همیشه به دنبال قدرت و کنترل هستند. اگر هر یک از این موارد یا هر سه مورد، توصیف کننده ی فردی است که با او سر و کار دارید، می توانید مطمئن باشید که با یک خودشیفته طرف هستید.

افراد خودشیفته ذاتاً افرادی کنترل گر و مدیر جزئی نگر هستند. آن ها اصرار دارند که بر همه چیز نظارت داشته باشند و در عین حال مطمئن شوند که از دستوراتشان پیروی می شود. آن هами توانند در کاری که انجام می دهند بسیار شایسته باشند. در نتیجه، آن ها به دنبال تحسین و قدردانی هستند که با بهترین بودن در کاری که انجام می دهند، حاصل می شود. افراد خودشیفته بسیار باهوش، بر اساس شایستگی های خود برجسته می شوند. همین امر در مورد افراد با استعداد جسمی که به عنوان ورزشکار برتر هستند نیز صدق می کند. کسانی که زیبایی ظاهری استثنایی دارند، ممکن است در نتیجه توجهی که دائماً دریافت می کنند، تمایلات خودشیفتگی پیدا کنند.

اگر با یک فرد خودشیفته سر و کار دارید، می توانید گواهی دهید که آنها همیشه به دنبال توجه و کنترل هستند. افراد خودشیفته همچنین تمایل به بی رحمی دارند. وقتی به حال خود رها می شوند، تا زمانی که به خواسته خود نرسند، از هیچ کاری دریغ نمی کنند. با این حال، وقتی به خواسته خود می رسند، اغلب حوصله شان سر می رود و به دنبال سرگرمی جدیدی می گردند.

ماکیاولیسم

ماکیاولیسم به آموزه های ماکیاولی، متفکر و استراتژیست سیاسی رنسانس، اشاره دارد. مشهورترین اثر او، «شهریار»، اثری کلاسیک برای همه دانشجویان علوم سیاسی است.^[38] در این کتاب، او شرح می دهد که یک شاهزاده، یا هر رهبری، برای رسیدن به قدرت و کنترل چه باید بکند. بسیاری از عبارات معروف از این کتاب نقل شده اند، مانند «تفرقه بینداز و حکومت کن» و «بهتر است از تو بترسند تا اینکه دوست داشته شوی».^[39]

از این رو، روانشناسان اصطلاح ماکیاولیسم را ابداع کرده اند، زمانی که به یک ویژگی شخصیتی اشاره می کنند که در آن فرد حيله گر و حسابگر است.

افراد با هوش می توانند در نحوه ی عمل خود ماکیاولیستی باشند. آن ها می توانند در رویکرد خود بسیار روشمند باشند. در بدترین حالت، آن ها می توانند بی رحم باشند و تا زمانی که به خواسته ی خود نرسند، از هیچ کاری دریغ نکنند. این شامل استفاده از مردم برای اهداف خودشان نیز می شود. بسیاری از اوقات، ماکیاولی ها مردم را به عنوان «وسیله ای برای رسیدن به هدف» می بینند. به همین دلیل، آنها می خواهند از مردم استفاده کنند و وقتی دیگر برایشان فایده ای نداشته باشند، بدون هیچ توجهی به احساساتشان، آنها را کنار می گذارند. افراد بسیار ماهر در دستکاری شخصیت، ممکن است غلبه قابل توجهی از ماکیاولیسم را در مجموعه شخصیت خود نشان دهند. اگر گمان می کنید که با چنین شخصی سر و کار دارید، پس در یک جنگ فرسایشی قرار دارید زیرا آنها به راحتی عقب نشینی نخواهند کرد.

محدودیت های ماکیاولیسم اساساً به هوش یا شبکه حمایتی فرد بستگی دارد. مواردی وجود دارد، مانند جنایتکاران ماهر، که ممکن است نتوانند برای خودشان نقشه بکشند، اما کسانی را که می توانند، استخدام می کنند. این مثال خوبی است از اینکه چگونه وجدان و اخلاق ممکن است برای برخی افراد کاملاً بی اهمیت باشد.

به این ترتیب، اگر با یک فرد ماکیاولیست سر و کار دارید، ممکن است مجبور باشید انتخاب کنید که آیا می خواهید در چنین موقعیتی باشید یا شاید از آن دور شوید. به طور کلی، شکست دادن یک ماکیاولیست به معنای شکست کامل است، یعنی نابودی کامل او. به عنوان مثال، اگر با کسی سر و کار دارید که از دیگران کلاهبرداری می کند، این ممکن است شامل کشاندن او به دست عدالت باشد. حتی در آن صورت، ممکن است درگیر یک نبرد حقوقی پیچیده شوید که ممکن است اراده ی لازم برای ادامه ی آن را نداشته باشید.

چگونه یک ماکیاولیسم را تشخیص دهیم

در تعریف، ما بر این واقعیت تأکید کردیم که ماکیاولیسم به حيله گری و محاسبه گری اشاره دارد. همچنین، ماکیاولیسم عموماً با افراد با هوش بالاتر مرتبط است. اگرچه داشتن هوش بالا برای ماکیاولیست بودن الزامی نیست، اما مطمئناً مفید است.

شما می توانید ماکیاولی ها را تشخیص دهید، زیرا آنها همیشه در حال نقشه کشیدن برای رسیدن به خواسته هایشان هستند. با هوش ترین نوع آنها نقشه های پیچیده ای می کشد که اغلب تا زمانی که خیلی دیر شده است، کشف نمی شوند. ماکیاولی های کم مهارت تر ممکن است نقشه های ابتدایی بکشند. با این حال، ذهن آنها همیشه در حال کار است و سعی می کند راهی برای رسیدن به خواسته هایشان پیدا کند.

یکی دیگر از راه های مهم برای تشخیص یک فرد ماکیاولیست این است که آیا او دائماً در مورد افراد طوری صحبت می کند که انگار آنها اشیاء هستند. هر زمان که می شنوید افراد به افراد دیگر به عنوان اشیاء اشاره می کنند و در نتیجه با آنها مانند اشیاء رفتار می کنند، می دانید که با یک فرد ماکیاولیست روبرو هستید. این نگرش در ارتش و دنیای تجارت کاملاً رایج است.

روان پریشی

دومین عنصر سه گانه تاریک، روان پریشی است. به طور کلی، روان پریشی فقدان احساسات است. به طور خاص، روان پریش ها قادر به احساس همدلی نیستند. این بدان معناست که آنها قادر به سنجش احساسات دیگران نیستند. به همین دلیل است که آنها قادر به درک این نیستند که اعمالشان به دیگران آسیب می رساند. وقتی به قاتلان سریالی و سایر انواع مجرمان نگاه می کنید، آنها واقعاً معتقدند که هیچ کار اشتباهی نکرده اند، زیرا قادر به درک درد و رنجی که دیگران را متحمل شده اند، نیستند. به مجرمان یقه سفیدی فکر کنید که پس انداز مستمری بگیران را اختلاس می کنند. آنها از اعمال خود پشیمان نیستند، زیرا واقعاً به افراد آسیب دیده اهمیت نمی دهند.

در برخی موارد، روان پریشی با مشکلات فیزیولوژیکی در مغز مرتبط است. وقتی این اتفاق می افتد، ممکن است واکنش های عصبی-شیمیایی رخ ندهند. در نتیجه، این افراد ممکن است قادر به پردازش احساسات خود نباشند که منجر به واکنش های سطحی به احساسات می شود. در موارد دیگر، ممکن است این یک مسئله کاملاً روانشناختی باشد زیرا افراد مبتلا به روان پریشی تمایل به داشتن شخصیت تجزیه گر دارند. شخصیت تجزیه گر معمولاً نتیجه قرار گرفتن طولانی مدت در معرض سوءاستفاده و آسیب در دوران کودکی است. صرف نظر از نوع آسیب، کودک ممکن است بین احساسات خود و موقعیت های اطرافش تفکیک ایجاد کند. این امر باعث می شود که احساسات خود را از فرآیندهای ذهنی که انجام می دهند جدا کنند. در نتیجه، یک فرد کاملاً عادی می تواند صرفاً از طریق یک محیط سوءاستفاده گر و غفلت آلود به یک روان پریش تبدیل شود.

اگر با یک روان پریش معاشرت دارید، بهتر است از توانایی های او به خوبی آگاه باشید. این افراد ممکن است تقریباً هر کاری انجام دهند. ممکن است هیچ انگیزه شومی نداشته باشند. هر کاری که انجام می دهند، صرفاً برای لذت خودشان است و نه چیز دیگری... حتی اگر به معنای وارد کردن آسیب های شدید به دیگران باشد.^[40]

چگونه یک روان پریش را تشخیص دهیم

این یکی از سخت ترین موارد است. تشخیص یک روان پریش تقریباً غیرممکن است زیرا برخی از آنها بسیار جذاب و مودب هستند. آنها همسایه خوبی هستند که همیشه کمی بیش از حد ساکت یا گوشه گیر بود. می تواند یک مغازه دار دوستانه باشد که همیشه برای مشتریان خود تلاش می کند. حتی می تواند یک مأمور اجرای قانون باشد که در جامعه کمک می کند.

با این حال، آنها اسرار تکان دهنده ای را در کمدهایشان... یا در زیرزمین هایشان پنهان می کنند. روان پریش های ماهر از جذابیت برای فریب قربانیان خود استفاده می کنند. گذشته از همه اینها، چه کسی به آغوش یک هیولا می رود؟ خب، اگر آنها شبیه یک هیولا نبودند، بسیاری از مردم این کار را می کردند.

تمایلات روان پریشی با توجه به نحوه برخورد روان پریش ها با حیوانات، کودکان و سالمندان، نسبتاً آسان قابل تشخیص است. به عبارت دیگر، یک روان پریش معمولی همیشه به دنبال یک هدف آسان است. آنها هرگز به کسی به اندازه خودشان حمله نمی کنند، زیرا می دانند که آسیب رساندن به آنها بسیار دشوار خواهد بود. علاوه بر این، روان پریش ها فاقد خودکنترلی هستند. به همین دلیل، کنترل امیال خود برایشان دشوار خواهد بود. به همین دلیل است که قاتلان سریالی عموماً در دسته روان پریش ها قرار می گیرند. از آنجایی که آنها نمی توانند خود را کنترل کنند، تسلیم خواسته های حیوانی خود می شوند و خیال پردازی های خود را انجام می دهند. اگر آنها ماکیاولیسم بالایی از خود نشان دهند، می توانند در نحوه عملکرد خود بسیار پیچیده باشند.

سه گانه تاریک در عمل

داشتن تنها یکی از ویژگی های سه گانه تاریک به طور کامل برای پرورش یک فرد شرور کافی است. وقتی هر سه با هم ترکیب شوند، حتی به میزان کمتر، فرد ممکن است هیچ اخلاق، وجدان و اصول اخلاقی نداشته باشد. در حالی که ممکن است آنها واقعاً قاتل سریالی نشوند، ممکن است در فعالیت هایی شرکت کنند که به مردم در جهت اهداف و لذت های شخصی خود آسیب می رساند. این ممکن است منجر به اعمال وحشتناک غیرقابل توصیف، طرح های تجاری حيله گرانه یا حتی تلاش بی وقفه برای قدرت شود که در آن افراد از مسیر اصلی خود منحرف می شوند.

هیچ راه واقعی برای مقابله با چنین افرادی وجود ندارد. ایستادن در مقابل آنها شجاعت و انرژی زیادی می طلبد. به همین دلیل رایج ترین اقدام، دور شدن از آنهاست. به عنوان مثال، افرادی که با والدین خود شیفته بزرگ می شوند، اغلب در سنین پایین خانه را ترک می کنند زیرا قادر به تحمل رفتار والدین خود نیستند.

درموارد دیگر، والدین فرزندان که والدین ماکیاولیستی دارند، تمایل دارند که راه های هوشمندانه ای برای اداره زندگی آنها تا بزرگسالی ابداع کنند. و اگر کسی اتفاقاً با والدینی روان پریش بزرگ شود، ممکن است دوران کودکی پر از سوءاستفاده را تجربه کند.

درنهایت، سه گانه تاریک در همه ما وجود دارد. همه ما نوعی از این ویژگی ها را در خود داریم، اگرچه اکثر ما هرگز آنها را به حدی که برای دیگران مضر باشد، نشان نمی دهیم. اگر متوجه غلبه این ویژگی ها در زندگی خود شدید، ارزش دارد که کمی درون نگری کنید تا بتوانید تعیین کنید که آیا واقعاً نیاز به کنترل بهتر احساسات و افکار خود دارید یا خیر. گذشته از همه اینها، رها کردن هر یک از این ویژگی ها می تواند شما را تا حد خستگی عاطفی و روانی از پا درآورد.

وکلا

وکلا، مانند فروشندگان ماشین های دست دوم، افرادی هستند که در کتاب های درسی دستکاری می کنند. به ویژه وکلا، مرزهای اخلاقی جامعه را می آزمایند. وقتی وظیفه دفاع از مظنونی که آشکارا گناهکار است را بر عهده می گیرند، ممکن است برای رهایی موکل خود از هرگونه اتهامی، به هر وسیله ای متوسل شوند. از بسیاری جهات، وکلا بی وجدان و غیراخلاقی تلقی می شوند. با این حال، حقیقت این است که وکلا فقط نماینده یک شخصیت هستند. در نهایت، مهم نیست که آنها شخصاً چه فکری می کنند. تنها چیزی که مهم است این است که آنها خواسته های موکل خود را برآورده کنند.

درمورد ابزار یک وکیل، آنها نمی توانند آشکارا دروغ بگویند زیرا این کار جرم محسوب می شود. بنابراین، آنها باید حقیقت را به گونه ای بیان کنند که موکلشان بی گناه به نظر برسد. آنها همچنین تمایل دارند حقایق نصفه و نیمه را با هم ترکیب کنند تا بذر شک و تردید را در قضات و هیئت منصفه بکارند. لطفاً در نظر داشته باشید که مگر اینکه مسأله فراتر از یک شک معقول ثابت شوند، صدور حکم غیرممکن است. به همین دلیل است که وکلا سعی می کنند حقایق را با هم اشتباه بگیرند و در داستان ها حفره ایجاد کنند. آنها در تغییر عبارات و خارج کردن شاهدان از متن، استاد هستند. وکلای دادگاه به ویژه در گنج کردن شاهدان مهارت دارند تا در نهایت خودشان با خودشان متناقض باشند.

اما شاید ارزشمندترین مهارتی که وکلا دارند، استفاده از شواهد برای اثبات حرفشان باشد. این جایی است که از حقایق و شواهد برای ترسیم تصویری که می خواهند دیگران ببینند، استفاده می شود. به نوعی، این نوعی...

آنها با چراغ گاز تلاش می کنند حقیقت را با نسخه ای که برای خودشان و موکلشان مناسب است، جایگزین کنند.

بنابراین، دفعه ی بعد که یک برنامه ی تلویزیونی یا فیلمی را تماشا می کنید که در آن وکلا در حال عمل به تصویر کشیده می شوند، به نحوه ی تحریف حقیقت، تغییر زمینه و وانمود کردن خود به عنوان حاملان واقعیت، توجه دقیقی داشته باشید. همه ی این ها حيله ای است تا افراد درگیر در ماجرا را به اندازه ای در مورد صحت حقایق دچار تردید کند که بتوانند بذری نسخه ی خودشان از حقایق را بکارند.

سیاستمداران

سیاستمداران، برخلاف وکلا، آزادی دروغ گفتن دارند. به نوعی، این شیوه ای برای گرفتن مجوز خلاقانه با حقیقت است. بازیگران سیاسی کم مهارت تر تمایل دارند حقایق را جعل کنند و اتهامات بی اساس را علیه مخالفان خود مطرح کنند. بسته به زمینه خاص آنها، رسانه ها ممکن است ادعاهای آنها را از نظر صحت بررسی کنند. وقتی کسی نیست که آنها را به خاطر اظهاراتشان پاسخگو کند، اساساً آزادند هر چه به ذهنشان می رسد بگویند.

همانطور که قبلاً ذکر شد، دروغ ها باید تا حدی قابل باور باشند. ادعاهای عجیب و غریب به سادگی رأی دهندگان را از خود دور می کند. به همین دلیل است که سیاستمداران ماهر تمام تلاش خود را می کنند تا اتهاماتشان واقعی و موجه باشد. به این ترتیب، می توانند در برابر بررسی دقیق تر مقاومت کنند.

سیاستمداران همچنین به خاطر فریبکاری شان شناخته می شوند. به طور کلی، فریب به شکل وعده های دروغین ظاهر می شود. آنها اغلب می گویند که یک کار یا کار دیگری را انجام خواهند داد، اما در نهایت کاری کاملاً متفاوت انجام می دهند. همچنین، سیاستمداران به فساد معروف هستند، یعنی از مقام انتخابی خود برای منافع شخصی خود استفاده می کنند. در برخی کشورها، فساد شایع تر از سایرین است.

در مجموع، سیاستمداران به عنوان افرادی با اخلاق بسیار سست دیده می شوند. در حالی که برخی از آنها به دلیل توانایی های واقعی رهبری شان مورد احترام هستند، اکثریت آنها به عنوان دروغگو و متقلب دیده می شوند. حداقل این برداشت عمومی است، به خصوص وقتی رسوایی ها آشکار می شوند.

فروشنندگان

فروشنندگان همچنین به عنوان افرادی که دیگران را فریب می دهند، دیده می شوند. به طور کلی، فروشنندگان برای فروش هر چه که لازم باشد می گویند. این ممکن است شامل موارد زیر باشد:

بزرگنمایی ویژگی های یک محصول یا اغراق در مورد کیفیت یا عملکرد آن.

مثال کلاسیک این موضوع، فروشندگان خودروهای دست دوم هستند. اما فراتر از آن، فروشندگان سعی می کنند در اسرع وقت ارتباط برقرار کنند تا بتوانند اعتماد مشتریان بالقوه خود را جلب کنند. این به نوبه خود منجر به ایجاد حس اعتبار خواهد شد.

یکی دیگر از تاکتیک های رایج فروشندگان، ترفند «طعمه و تغییر» است. آنها ممکن است رک و راست و بسیار خوش برخورد به نظر برسند. اما وقتی اعتماد مشتری خود را جلب کردند، به خود واقعی شان برمی گردند و با قیمت بالا مشتریان را جذب می کنند. فروشندگان باهوش این موضوع را تشخیص می دهند و مطمئن می شوند که مشتریان خود را فریب نمی دهند. به این ترتیب، می توانند تکرار خرید را تضمین کنند.

درکل، بهترین فروشندگان بسیار خوش برخورد و برون گرا هستند. در بدترین حالت، آنها خودشیفته هایی هستند که می خواهند استعدادها و توانایی های خود را به رخ بکشند. بنابراین، اگر اتفاقاً در حضور چنین فردی قرار گرفتید، محتاط باشید. شاید بهتر باشد ابتدا کمی تحقیق کنید.

سخنران عمومی

سخنرانان عمومی از هر تاکتیکی که در اختیار دارند برای رساندن پیام خود و قرار دادن خود در ذهن مخاطبانشان استفاده می کنند. برای دستیابی به این هدف، آنها باید در برقراری ارتباط استاد شوند، در موضوع خود به خوبی تبحر داشته باشند و بفهمند چه چیزی مردم را تحت تأثیر قرار می دهد.

آنها می توانند وقتی احساسات افراد را تحریک می کنند، بسیار فریبکار باشند. همچنین، آنها در ارتباطات غیرکلامی متخصص هستند. این بدان معناست که علاوه بر لحن صدای خود، به حرکات و رفتار خود نیز توجه زیادی دارند.

وقتی یک سخنران عمومی در اوج مهارت خود است، حتی زمانی که اهمیتی به مخاطبی که خطابش می کند نمی دهد، صادق و رک به نظر می رسد. برخی از افراد کاملاً فریبکار، شخصیتی را برای خود می سازند که به عموم ارایه می شود. پس از پایان نمایش، آنها به خود واقعی خود بازمی گردند. این امر به ویژه در مورد رهبران فرقه های مذهبی صادق است. آنها نقش یک مسیح را برای پیروان خود بازی می کنند، اما در پشت درهای بسته، واقعاً افراد شروری هستند.

بنابراین، دفعه ی بعد که کسی را در حال صحبت در مقابل گروه بزرگی از مخاطبان دیدید، به نحوه ی ایستادن، صحبت کردن و رفتار او نگاه کنید. این کار ممکن است سرنخ های زمینه ای کافی برای تشخیص اینکه آیا او واقعی است یا فقط تظاهر می کند، در اختیار شما قرار دهد.

فصل ۹

چگونه بفهمیم که مورد سوءاستفاده عاطفی قرار گرفته ایم



هرکسی که در رابطه ای بلندمدت یا کوتاه مدت با هدف نهایی یک فرد فریبکار باشد، می تواند گواهی دهد که تعامل آنها کم یا زیاد ناکارآمد است. مواقعی وجود دارد که علائم آشکار هستند، اما قربانی تصمیم می گیرد آنها را نادیده بگیرد. مواردی نیز وجود دارد که قربانی چاره ای جز همراهی با او ندارد.

در یک رابطه سالم، احترام و تعهد مساوی بین طرفین وجود خواهد داشت. تشخیص یک رابطه ضعیف دشوار خواهد بود زیرا دستکاری در مقایسه با برخی از انواع سمیت، نامحسوس تر است. دستکاری روانی می تواند زمانی اتفاق بیفتد که کسی سعی در ایجاد یا سوءاستفاده از عدم تعادل قدرت شخص دیگری داشته باشد. دستکاری می تواند به روش های مختلفی بروز کند، اما روندی که به نظر می رسد معمولاً مشاهده می شود این است که یکی از افراد، قربانی، تمایل دارد خیلی بیشتر از آنچه می تواند از آن خارج شود، در رابطه مشارکت کند. اغلب احتمال دارد که کسی بدون اینکه حتی متوجه شود، در یک رابطه سمی قرار گیرد. نتیجه نهایی این نوع رابطه، خستگی از جانب قربانی است. اگر دستکاری کننده اتفاقاً تمام منابع رابطه را به طور کامل مصرف کند، احتمال پایان رابطه بسیار زیاد است.

لازم به ذکر است که روابط سمی، مانند پویایی فریبکار-قربانی، می توانند به یک پویایی ناکارآمد تبدیل شوند که در آن هر دو طرف به یکدیگر معتاد می شوند، یعنی فریبکار به هجوم قدرت ناشی از فریبکاری معتاد است در حالی که قربانی از پیشنهادهای فریبکار احساس قدردانی می کند. اگرچه این به هیچ وجه برای توجیه وجود چنین روابطی در نظر گرفته نشده است، اما نشان می دهد که چگونه چنین پویایی می تواند در نهایت به یک رابطه بلندمدت تبدیل شود. در نهایت، رابطه ممکن است ناپایدار شود. با این وجود، نمونه هایی از زوج ها یا حتی کل گروه های خانوادگی وجود دارد که دهه ها تحت چنین پویایی ادامه می یابند. به نوعی، این روابط دوام می آورند زیرا هیچ کس واقعاً حاضر نیست کاری برای اصلاح اوضاع انجام دهد. به این ترتیب، رابطه برای مدت طولانی ادامه می یابد.^[41]

—

اگر مطمئن نیستید که رابطه ای که در آن هستید سمی یا آزاردهنده است، بررسی شاخص های زیر مهم است:

- شما به طرق مختلف مجبور به ترک منطقه امن خود می شوید. فرد سلطه گراز نظر جسمی، ذهنی و عاطفی به گونه ای است که همه چیز به نفع خواسته ها و آرزوهای او متمایل است. فرد سلطه گر باید همیشه دست بالا را داشته باشد. وقتی به نظر می رسد که پویایی قدرت تغییر می کند، فرد سلطه گر به سرعت تعادل را برقرار می کند.
- فرد فریبکار سعی می کند اعتماد به نفس شما را تضعیف کند. منطق پشت این کار این است که فرد فریبکار همیشه به دنبال ایجاد اعتماد به نفس است. اگر قربانی اعتماد به نفس داشته باشد و بتواند از خود دفاع کند،

اگر خودشان این کار را انجام دهند، اتکای آنها به فرد دستکاری کننده به حداقل خواهد رسید. طبیعتاً، این به نفع فرد دستکاری کننده نیست.

- سکوت. فرد سلطه گر تمایل دارد که به عنوان وسیله ای برای تنبیه قربانی به خاطر رفتاری که از نظر او غیرقابل قبول است، سکوت کند. این امر همچنین به اشکال دیگر تنبیه، مانند خودداری از محبت یا عدم توجه تا زمانی که قربانی خواسته های سلطه گر را برآورده کند، تعمیم می یابد.
 - احساس گناه. فرد فریبکار به سرعت قربانی را در موقعیت گناه قرار می دهد، به خصوص زمانی که از قربانی حمایت مادی، جسمی یا حتی عاطفی می کند. به عنوان مثال، فرد فریبکار قربانی را از یک موقعیت دشوار نجات داده تا این پویایی ناکارآمد را ایجاد کند. بنابراین، هر بار که قربانی به شیوه ای عمل می کند که مطابق با اهداف فریبکار نیست، فرد فریبکار به سرعت او را در موقعیت گناه قرار می دهد.
 - آنها مسائل حل نشده را نادیده می گیرند و از آنها می گذرند. روابط ناسالم با بسیاری از مسائل بی پاسخ باقی می ماند که منجر به مشکلاتی می شود که در زیر سطح ریشه دوانده اند. فرد سلطه گر به هر قیمتی از پرداختن به مسائل اجتناب می کند. آنها تمام تلاش خود را می کنند تا مطمئن شوند که مشکلات حل نشده باقی می ماند، به خصوص وقتی که حل مسئله ممکن است برایشان گران تمام شود.
- واقعیت این است که وارد شدن به یک رابطه سمی، چه عمدی و چه سهوی، بسیار آسان است. علاوه بر این، فرد فریبکار، چه آگاهانه و چه ناآگاهانه، می تواند به سرعت به پویایی قدرتی که به نفع اوست عادت کند. به همین ترتیب، قربانی نیز می تواند به سرعت به قربانی شدن عادت کند، به خصوص اگر این امر برای او مزیتی مانند توجه کامل فریبکار را به همراه داشته باشد.
- طبیعتاً، این موضوع به سختی برای هیچ یک از طرفین مفید است. اما در بیشتر موارد، اگر متوجه شدید که روابط ناکارآمد بسیار رایج تر از آن چیزی است که فکر می کنید، تعجب نکنید. وقتی مسائل حل نشده به حال خود رها می شوند، رابطه می تواند به سرعت به یک رابطه ناکارآمد تبدیل شود و در نهایت به یک رابطه سمی منجر شود.
- بنابراین، در اینجا چند سوال وجود دارد که هنگام ارزیابی روابط فعلی خود باید از خود پرسید:

- چه احترامی بین ما وجود دارد؟
- آیا انتظارات از این رابطه برآورده می شود؟ آیا منطقی هستند یا غیرمنطقی؟
- آیا آنچه را که از رابطه نیاز دارم، دریافت می کنم؟
- آیا تعهد هر دو طرف برابر است؟ آیا کسی هست که بیشتر از دیگری تسلیم شود؟
- آیا وقتی کنار این شخص هستم، واقعاً احساس خوبی دارم؟

با پاسخ صادقانه به این سؤالات، می توانید بینش عمیقی در مورد ماهیت روابط خود به دست آورید. لزوماً نیازی نیست که این روابط عاشقانه باشند. این سؤالات کاملاً در مورد هر رابطه ای که در آن هستید صدق می کند. بنابراین، هر زمان که در حال ارزیابی ماهیت رابطه ای هستید، زمانی را برای تأمل در مورد این سؤالات اختصاص دهید.

چگونه از دستکاری جلوگیری کنیم

حقوق خود را بشناسید

این نکته تقریباً بدیهی است. با این حال، افراد تمایل دارند تا جایی در یک رابطه سمی و / یا سوءاستفاده گرانه گرفتار شوند که فراموش می کنند حق دارند از خود دفاع کنند. در چنین مواردی، دانستن حقوق خود یک عنصر اساسی در تضمین عدم آسیب به شماست. طبیعتاً هیچ کس حق ندارد هیچ نوع آسیب جسمی، عاطفی یا روانی به کسی وارد کند. در واقع، این یک جرم است که مجازات آن حبس است. علاوه بر این، اعمال چنین نوع سوءاستفاده ای بر یک فرد، صرف نظر از شرایط، کاملاً بزدلانه و ضعیف است.

بنابراین، اگر گمان می کنید که در یک رابطه سمی یا سوءاستفاده گرانه هستید، یا هر کس دیگری، لطفاً به خاطر داشته باشید که همه ما حقوقی داریم. بنابراین، هیچ چیز مهمتر از درک آنها و در صورت لزوم عمل به آنها نیست. به این ترتیب، می توانید حمایتی را که نیاز دارید دریافت کنید، یا به کسانی که ممکن است نتوانند از پس خودشان برآیند، کمک کنید.

دور ماندن

این امر به ویژه در روابط خشونت آمیز صادق است. اغلب، هیچ راهی برای ترمیم چنین رابطه ای وجود ندارد. بنابراین، بهترین اقدام این است که

به سادگی از آن دوری کنید. این ممکن است در مورد ازدواج به معنای طلاق یا در مورد محیط کار به معنای ترک شغل باشد. ماهیت رابطه هرچه که باشد، ممکن است به خاطر سلامت روان و عاطفی خود مجبور به ترک و ادامه رابطه شوید.

همچنین، افرادی هستند که می خواهند رابطه خود را «نجات» دهند. این قطعاً نکته‌ی درستی است. با این حال، ممکن است به نقطه‌ای برسند که چنین تلاش‌هایی بی فایده باشند. حقیقت این است که وقتی یک رابطه به سوءاستفاده کشیده می شود، واقعاً هیچ راهی برای نجات چنین رابطه‌ای وجود ندارد. از این گذشته، چه تضمینی وجود دارد که قربانی دوباره به روش‌های سوءاستفاده‌گرانه‌ی خود برنگردد؟ این نوع شرایط، رسیدن به حس عادی را برای قربانی دشوار می کند. در نتیجه، متجاوز باید تا حد امکان دور نگه داشته شود. در نهایت، قربانی برای نظم بخشیدن به زندگی خود به زمان و فاصله نیاز دارد.

در بعضی موارد، رابطه آنقدر عمیق و معنادار نیست. بنابراین، این باعث می شود که به فرد سلطه‌گر اجازه دهید که به زندگی‌اش ادامه دهد. نکته اصلی که باید در نظر داشته باشید این است که آیا تمایل و اشتیاقی برای پایان دادن به رابطه وجود دارد یا خیر.

اجازه ندهید که دستکاری کننده ادامه دهد

کاملاً واضح است که باید جلوی سوءاستفاده‌گر گرفته شود. شکی در این مورد نیست. باین حال، گفتن این حرف اغلب آسان تر از انجام دادن آن است. سوءاستفاده‌گرها، به خصوص وقتی که از نظر فیزیکی پرخاشگر هستند، می توانند قربانیان خود را تا حدی بترسانند که آنها نتوانند کار زیادی در مورد اوضاع انجام دهند. بنابراین، ایستادن در مقابل سوءاستفاده‌گر کار آسانی نیست. با این وجود، نقطه‌ای وجود دارد که قربانی ممکن است چاره‌ای جز انجام این کار نداشته باشد. در برخی شرایط، قربانی می تواند از دیگران کمک بخواهد. به این ترتیب، مداخله دیگران می تواند به قربانی کمک کند تا سوءاستفاده‌را متوقف کند و در نهایت از موقعیت دور شود.

یاد بگیرید چگونه نه بگویید

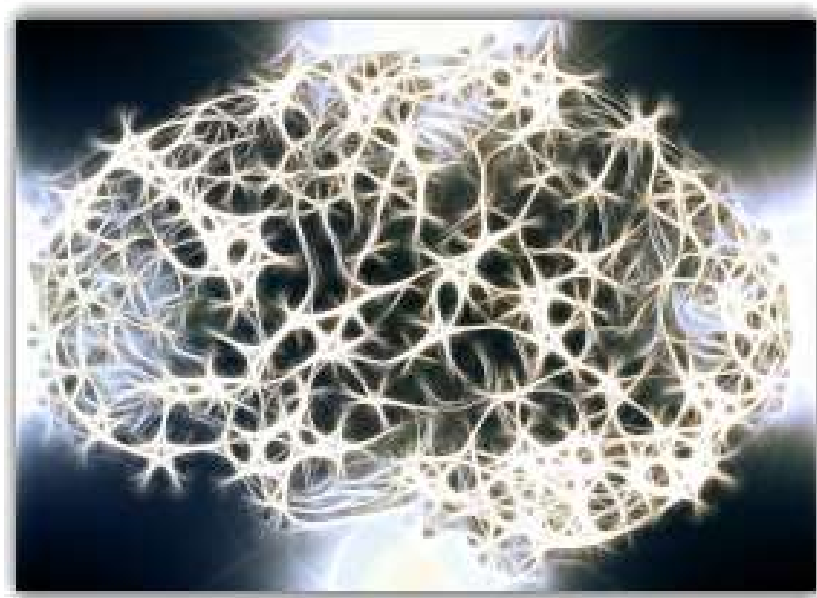
از نه گفتن نترس. خیلی ساده و راحت. باین حال، همیشه به این راحتی نیست. افراد فریبکار راهی برای متقاعد کردن قربانیان خود به موافقت با خود دارند. بسیاری از اوقات، قربانی با زورگویی مجبور به انجام کاری برخلاف میلش می شود. طبیعتاً، این به سختی یک پویایی سالم است. اما وقتی تهدیدی معتبر از سوی فریبکار وجود دارد، قربانی ممکن است نه گفتن را عملاً غیرممکن بداند. به همین دلیل است که نه گفتن...

از همان ابتدا، عاملی حیاتی در جلوگیری از هرگونه دستکاری احتمالی است.

وقتی بتوانید از همان ابتدا برای افرادی که با آنها روبرو می شوید، حد و مرز تعیین کنید، می توانید از خودتان در برابر تجاوزهای آینده محافظت کنید. اغلب، این به معنای آن است که باید محکم بایستید و روی حرف خود بایستید. وقتی فرد سلطه گر ببیند که شما در اعتقادات خود راسخ هستید، از شما فاصله می گیرد و شخص دیگری را پیدا می کند که احساس کند می تواند راحت تر او را فریب دهد. بنابراین، در صورت لزوم از نه گفتن نترسید. این کار در آینده از بسیاری از سردردها جلوگیری می کند.

فصل ۱۰

برنامه ریزی عصبی-زبانی (NLP) برای نفوذ



پیش از این، ما در مورد NLP و کاربرد آن در روانشناسی تاریک بحث کرده ایم. به طور خاص، ما در مورد چگونگی استفاده از NLP برای تثبیت یک پیام در ذهن افراد بحث کردیم. این قطعاً هدف اصلی NLP است. در واقع، معمولاً در زمینه آموزشی برای کمک به دانش آموزان در به خاطر سپردن مطالب به شیوه ای کارآمدتر استفاده می شود.

با این حال، NLP از دل تحقیقاتی زاده شد که به شناخت، یادگیری و چگونگی شکل گیری دانش در ذهن انسان می پرداخت. این تحقیقات منجر به این درک شد که انسان ها موجوداتی عادت مند هستند. در نتیجه، انسان ها هرگز نمی توانند چیزی را در نگاه اول درونی کنند. در واقع، افرادی که می توانند با نگاه کردن به چیزها، محتوا را در ذهن خود تثبیت کنند، واقعاً افراد غیر معمولی هستند. [42].

به همین دلیل، در این فصل نگاه دقیق تری به NLP و روش های مختلفی که می توان از آن برای کمک به فریبکاران در پیشبرد اهداف شخصی شان استفاده کرد، خواهیم داشت. به طور خاص، استفاده از NLP بر ایجاد پیامی در ذهن افراد به گونه ای متمرکز است که فرد یا گروهی از افراد،

اعتبار اطلاعات را زیر سوال نمی برند. در واقع، آنها در نهایت یاد می گیرند که اطلاعات رابه همان شکلی که هستند بپذیرند، در نتیجه نیات فرد فریبکار را می پذیرند و موانع شخصی خود را کنار می زنند.

تاریخچه مختصری از NLP

برنامه ریزی عصبی-زبانی در سال ۱۹۷۰ متولد شد. ریچارد بندلر، که در آن زمان فارغ التحصیل اخیر دانشگاه سانتا کروز در کالیفرنیا بود، و جان گریندر، استاد آن دانشگاه، شروع به مطالعه مشترک ویژگی های ارتباطی کردند که توسط برخی از روان درمانگران عالی که قادر به ایجاد تغییرات و بهبودهای مؤثر و مداوم بودند، مورد استفاده قرار می گرفت.

بندلرو گریندر برای اولین بار فریتز پرلز (درمانگر گشتالت) را در مرکز اسالن در کالیفرنیا ملاقات کردند.

پس از مدل سازی (تحلیل) پرلز، این دو شروع به تحلیل ارتباطات ویرجینیا ستیر که در خانواده درمانی استفاده می شد، کردند. ظرفیت بالای ستیر برای همدلی و سبک درمانی منحصر به فرد او، آنها را به مطالعه زبان ویرجینیا سوق داد که بسیاری از مدل های زبانی از آن گرفته شد.

در همان دوره، گرگوری بیتسون، انسان شناس، به بندلر، دوست صمیمی اش، توصیه کرد که کار میلتون اچ. اریکسون، پزشکی که به عنوان یکی از بزرگترین و مؤثرترین متخصصان هیپنوتیزم بالینی شناخته می شود، را تجزیه و تحلیل کند. همچنین از اریکسون مدل های ارتباطی با اثربخشی فوق العاده در روان درمانی استخراج شد.

نتیجه الگوبرداری از این سه درمانگر بزرگ، انتشار دو کتاب مهم بود: «ساختار جادو» [43] و «مدل های تکنیک هیپنوتیزم میلتون اچ. اریکسون» [44].

همانطور که قبلاً گفته شد، این رویکرد از تحقیقات انجام شده بر روی شناخت و یادگیری انسان زاده شده است. این رویکرد به چارچوبی تکامل یافته است که در آن می کوشد هر آنچه را که مربوط به اصلاح رفتار انسان از طریق استفاده از صدا و زبان است، در بر بگیرد. در نتیجه، اصلاح رفتار بدون مشارکت فعال فرد در یک فعالیت آگاهانه که منجر به اصلاح رفتار می شود، امکان پذیر است.

اگرچه هیچ تحقیق علمی قطعی در مورد اعتبار NLP انجام نشده است، شواهد تجربی ثابت کرده است که آن نسبتاً مؤثر است.

درطیف وسیعی از زمینه ها پیاده سازی شده است، هرچند باید گفت که نتایج متفاوتی داشته اند. این موضوع از این مفهوم پشتیبانی می کند که NLP یک تکنیک ترکیبی نیست، بلکه بیشتر بر انتقال پیام ها به افراد تمرکز دارد و در عین حال به دنبال تثبیت آنها در ذهن ناخودآگاه آنهاست.

مفاهیم اصلی NLP

«معنای کلی هر ارتباطی در پاسخی که دریافت می کند یافت می شود، نه نیت اصلی آن ارتباط.» این بدان معناست که آنچه بیشترین اهمیت را دارد، این است که قربانیان NLP چه درکی از نیت یک ارتباط خاص داشته اند و در واقع چه پاسخی به آن ارتباط خواهند داد. برای هر کسی که از NLP استفاده می کند، دانستن این نکته مهم است که همیشه مهم نیست چه ارتباطی ارائه می دهند، بلکه آنچه بیشترین اهمیت را دارد، پاسخی است که از شنوندگان خود دریافت می کنند.

«نقشه، قلمرو نیست.» این اصل شامل رابطه ای است که بین یک شیء و نحوه ارائه آن شیء وجود دارد. این به سادگی به این معنی است که توصیف با آنچه توصیف می شود متفاوت است. به عنوان مثال، کسی را در نظر بگیرید که تشنه است و کسی انواع مختلفی از نوشیدنی ها را می شنود. او پس از توصیف انواع نوشیدنی ها همچنان گرسنه خواهد بود زیرا هیچ نوشیدنی واقعی وجود ندارد. در زمینه NLP، از آن در روان درمانی استفاده می شود که در آن از بیماران خواسته می شود زندگی و تجربیات خود را توصیف کنند، اما اینها فقط یک «نقشه» از زندگی آنها هستند.

«رفتار ذاتاً به سمت سازگاری متمایل است.» این اصل به ما می گوید که افراد تغییر می کنند و قرار است سازگار شوند، و این سازگاری آسان تر از آن چیزی است که مردم دوست دارند باور کنند. این اصل اغلب پشت اکثر تغییرات رفتاری در مدل های NLP است که در آن یک رفتار مضر مانند مصرف الکل با رفتارهای پذیرفته شده ای مانند نوشیدن منظم آب جایگزین می شود زیرا برای بدن مفید است.

مدل سازی NLP

باتوجه به این واقعیت که NLP نظریه ای است که به دنبال مدل سازی نحوه ی درک جهان توسط روان انسان است، تلاش آشکاری برای ترسیم نقشه ی نحوه ی درک جهان توسط ذهن انسان وجود دارد. با این حال، نمی توان یک مدل جهانی از جهان ارائه داد زیرا هر کسی جهان را به شیوه ای متفاوت تجربه می کند. بنابراین، می توان مدل سازی کرد که چگونه

دانش و تجربه در ذهن تثبیت می شوند، اما درک واقعی از جهان، تجربه ای واقعاً منحصر به فرد برای هر فرد است.

با این وجود، اکثر متخصصان NLP تمایل دارند به افراد «الگویی» ارائه دهند که بتوانند از آن پیروی کنند، که هدف آن کمک به آنها در یادگیری یک چیز یا چیز دیگر یا شاید کمک به آنها برای جایگزینی عادات موجود با عادات جدید است. در نتیجه، NLP با فراهم کردن فرصتی برای افراد برای جایگزینی افکار و ایده های موجود با افکار و ایده های جدید، اساساً با صحبت کردن با خودشان، در جریان اصلی بسیار رایج شده است.

از سوی دیگر، ثابت شده است که NLP در وادار کردن دیگران به انجام کارها یا پذیرش ایده ها از طریق استفاده از سرودها، شعارها، آهنگ ها و تصاویر بصری که یک الگوی فکری خاص را تقویت می کنند، مؤثر است. به همین دلیل است که NLP در حوزه "تاریک" بسیار محبوب شده است. NLP امکان برقراری ارتباط با یک پیام را به گونه ای ارائه می دهد که افراد ممکن است آن را مستقیماً درک نکنند، اما در معرض آن قرار گیرند.

به عنوان وسیله ای برای ارتباط NLP

در دنیای تجارت، دیدن فهرستی از ارزش ها و اصول شرکت ها امری رایج است. این کار به منظور ارائه چارچوب مرجعی به کارکنان انجام می شود که اگر می خواهند اعضای ارزشمند و مؤثری در سازمان خود باشند، باید از آن پیروی کنند. در نتیجه، اغلب از کارکنان خواسته می شود که ارزش های شرکت را از طریق مجموعه ای از شعارها و شعارهایی که به عنوان شیوه های انگیزشی تیم سازی پنهان شده اند، ذکر کنند.

با این حال، هدف واقعی پشت این نوع عمل، القای این است که کارمندان به گونه ای عمل کنند که از آنها انتظار می رود. دلیل استفاده از لباس فرم در محل کار، نمونه بارزی از چگونگی دلسرد شدن از فردیت به نفع جهانی شدن رفتار، پوشش و نگرش است. وقتی کارمندی با این هنجارهای تعیین شده مطابقت ندارد، عموماً کنار گذاشته می شود. این در مورد هر گروه اجتماعی که از اعضای آن انتظار می رود مطابق با ارزش ها و آرمان های آن گروه اجتماعی عمل کنند، صادق است.

در اواخر دهه ۱۹۶۰، پرفسور آلبرت محرابیان، روانشناس آمریکایی، تحقیقات جالبی در مورد اهمیت جنبه های مختلف ارتباط در رساندن یک پیام خاص انجام داد.

دانش و تجربه در ذهن تثبیت می شوند، اما درک واقعی از جهان، تجربه ای واقعاً منحصر به فرد برای هر فرد است.

با این وجود، اکثر متخصصان NLP تمایل دارند به افراد «الگویی» ارایه دهند که بتوانند از آن پیروی کنند، که هدف آن کمک به آنها در یادگیری یک چیز یا چیز دیگر یا شاید کمک به آنها برای جایگزینی عادات موجود با عادات جدید است. در نتیجه، NLP با فراهم کردن فرصتی برای افراد برای جایگزینی افکار و ایده های موجود با افکار و ایده های جدید، اساساً با صحبت کردن با خودشان، در جریان اصلی بسیار رایج شده است.

از سوی دیگر، ثابت شده است که NLP در وادار کردن دیگران به انجام کارها یا پذیرش ایده ها از طریق استفاده از سرودها، شعارها، آهنگ ها و تصاویر بصری که یک الگوی فکری خاص را تقویت می کنند، مؤثر است. به همین دلیل است که NLP در حوزه "تاریک" بسیار محبوب شده است. NLP امکان برقراری ارتباط با یک پیام را به گونه ای ارایه می دهد که افراد ممکن است آن را مستقیماً درک نکنند، اما در معرض آن قرار گیرند.

به عنوان وسیله ای برای ارتباط NLP

در دنیای تجارت، دیدن فهرستی از ارزش ها و اصول شرکت ها امری رایج است. این کار به منظور ارایه چارچوب مرجعی به کارکنان انجام می شود که اگر می خواهند اعضای ارزشمند و مؤثری در سازمان خود باشند، باید از آن پیروی کنند. در نتیجه، اغلب از کارکنان خواسته می شود که ارزش های شرکت را از طریق مجموعه ای از شعارها و شعارهایی که به عنوان شیوه های انگیزشی تیم سازی پنهان شده اند، ذکر کنند.

با این حال، هدف واقعی پشت این نوع عمل، القای این است که کارمندان به گونه ای عمل کنند که از آنها انتظار می رود. دلیل استفاده از لباس فرم در محل کار، نمونه بارزی از چگونگی دلسرد شدن از فردیت به نفع جهانی شدن رفتار، پوشش و نگرش است. وقتی کارمندی با این هنجارهای تعیین شده مطابقت ندارد، عموماً کنار گذاشته می شود. این در مورد هر گروه اجتماعی که از اعضای آن انتظار می رود مطابق با ارزش ها و آرمان های آن گروه اجتماعی عمل کنند، صادق است.

در اواخر دهه ۱۹۶۰، پروفسور آلبرت محرابیان، روانشناس آمریکایی، تحقیقات جالبی در مورد اهمیت جنبه های مختلف ارتباط در رساندن یک پیام خاص انجام داد.

نتیجه‌تکان دهنده بود:

-کلمات، محتوای کلامی، تنها ۷٪ اهمیت دارند؛

-ارتباطات فراکلامی (لحن، بلندی صدا، ریتم صدا و غیره) ۳۸٪ را تشکیل می‌دهد؛

-ارتباط غیرکلامی (به ویژه میمیک بدن و صورت) ۵۵٪ تأثیر دارد.[45].

ارتباط کلامی

ارتباط کلامی اغلب به اشتباه به عنوان کلمات و زبان معرفی می‌شود. و اگرچه این مؤلفه اصلی ارتباط کلامی است، واقعیت این است که کلمات، به خودی خود، در مواجهه با مؤلفه‌های دیگری مانند لحن صدا، زیر و بمی صدا، سرعت و بلندی صدا، بی‌معنی هستند. برای اکثر افراد، تشخیص این سرخ‌های زمینه‌ای غریزی است، یعنی آنها از سنین پایین آموزش می‌بینند که آنها را تشخیص دهند، اگرچه واقعاً معنای واقعی آنها را توجیه نمی‌کنند.

بنابراین، ارتباط کلامی عاملی اساسی در انتقال پیام است (فقط ۷٪). حتی نفرت انگیزترین اظهارنظرها هم اگر با لحنی دوستانه بیان شوند، می‌توانند کمتر مخرب به نظر برسند. به همین ترتیب، زیباترین کلمات را می‌توان با لحنی غم‌انگیز بیان کرد و در نتیجه اثر مورد نظر خود را از دست داد (۳۸٪ تأثیر دارد).

واقعیت این است که ارتباط کلامی متناسب با نیاز فرد فریبکار تنظیم می‌شود. در برخی زمینه‌ها، افراد فریبکار ممکن است به عنوان افرادی ریاکار و دروغگو طرد شوند. با این حال، آنها می‌دانند چه زمانی لبخند بزنند و شاد به نظر برسند، به خصوص زمانی که این به معنای به دست آوردن نوعی منفعت از طرف مقابلشان باشد. نمونه خوبی از این را می‌توان در فروشندگان مشاهده کرد. آنها وقتی می‌خواهند مشتری را جذب کنند، به طور خودکار جذابیت خود را فعال می‌کنند. پس از اینکه فروش را انجام دادند، می‌توانند به خود واقعی خود بازگردند.

به همین دلیل، افراد ماهر در دستکاری و فریب دیگران می‌دانند که چگونه از صدای خود استفاده کنند و چه زمانی با آن بازی کنند. آن‌ها بهترین راه را برای رساندن پیام خود پیدا می‌کنند و در عین حال مطمئن می‌شوند که نیت واقعی خود را القا می‌کنند. به این ترتیب، فرد به شیوه‌ای که آن‌ها می‌خواهند واکنش نشان خواهد داد.

ارتباط غیرکلامی

ارتباط غیرکلامی بخش عمده ای از ارتباطات انسانی را تشکیل می دهد. گفته می شود که ۵۵٪ از ارتباطات غیرکلامی است. این بدان معناست که نحوه لباس پوشیدن، رفتار و حرکات ما، همگی به نیت واقعی ما اشاره دارند. این بدان معناست که شما می توانید با رفتاری که با آنچه سعی در نمایش ظاهری آن دارید، در تضاد است، به سخنان خود خیانت کنید.

به همین دلیل است که افراد سلطه گر به حرکات، زبان بدن و رفتار خود توجه زیادی دارند. آنها می دانند که اگر یک کار را انجام دهند یا در انجام کار دیگری کوتاهی کنند، خطرلو رفتن هویتشان وجود دارد. یکی از رایج ترین کارهایی که افراد سلطه گر انجام می دهند، همراه داشتن نوعی وسیله است. این وسیله می تواند شامل سیگار، یک فنجان قهوه، تلفن یا هر چیزی باشد که بتوانند از آن برای خنثی کردن هرگونه رفتار ناخودآگاه استفاده کنند. افراد سلطه گر ماهر در لبخند زدن در مواقع لزوم و تظاهر به غم در مواقع لزوم مهارت دارند. آنها کاملاً از نحوه رفتار مورد انتظار در یک موقعیت خاص آگاه هستند و این کار را انجام می دهند، به خصوص زمانی که احساس می کنند آن رفتار خاص را ندارند.

ایجاد ارتباط

ارتباط کلامی چیست؟ ارتباط کلامی توانایی ورود به دنیای شخص دیگری برای ایجاد یک «پل» است. این ارتباط با تقلید از حالت و زبان شخص دیگر برای ایجاد شباهت و هماهنگی با عمیق ترین و ناخودآگاه ترین بخش او ایجاد می شود. [46].

کشف شده است افرادی که یکدیگر را دوست دارند یا با هم ارتباط عمیقی دارند، در رفتار ابرازی خود با یکدیگر سازگار می شوند. وقتی کسی با موضوع دیگری در «رابطه» است، بی اعتمادی و مقاومت او از بین می رود.

سه عنصر برای ایجاد رابطه ی دوستانه: تقلید، همگامی و رهبری.

آینه کاری

تقلید به تکنیک تطبیق فیزیکی سوژه دیگر اشاره دارد: انعکاس حالت بدن، حرکات، تنفس، حالات چهره... اینجادام با هر چیزی که بشود مثل آینه دیدش، خودش را وفق می دهد.

کالیبراسیون و تنظیم سرعت

درعوض، کالبراسیون به تطابق کامل سبک زبان (مثال سیستم های بازنمایی) و مدل های (مثال فرابرنامه ها) مورد استفاده توسط موضوع دیگری که می خواهید بر آن تأثیر بگذارید، اشاره دارد. ^[47]

راهنما

پس از مدتی سازگاری با شریک زندگی و ایجاد رابطه، می توان به سمت رهبری تعامل حرکت کرد و بدین ترتیب جهت ارتباط و احساسات را تغییر داد. قرار گرفتن در موقعیت «راهنما» به معنای راهنمایی شخص دیگری بر اساس رابطه ای است که برقرار کرده است تا او را به سمت هدف یا نتیجه ای خاص هدایت کند.

رویکرد ارتباطی NLP توسط مربیان و متخصصان در هنر ایجاد ارتباط استفاده می شود. ارتباط ابزاری قدرتمند برای دستکاری است زیرا شامل ایجاد احساس راحتی در اطراف دیگران می شود تا به شما اعتماد کنند. این شامل دوز قوی از ارتباطات غیرکلامی است زیرا اکثر افراد هنگام مواجهه با افرادی که به شیوه ای خاص عمل و رفتار می کنند، به طور خودکار احساس راحتی می کنند. به عنوان مثال، ارتباط بر اساس لحن صدای شاد، لبخند زیاد و تماس فیزیکی دوستانه و غیرمداخله آمیز (دست دادن نمونه خوبی از این مورد است) پیش بینی می شود.

وقتی در ایجاد ارتباط ماهر باشید، متوجه خواهید شد که جلب اعتماد دیگران کار سختی نیست. به همین دلیل است که اغلب می شنوید که روان پریش ها معمولاً افراد بسیار جذابی هستند. این به عنوان طعمه برای گرفتن قربانیان بی خبر استفاده می شود. به این شکل به آن فکر کنید: اگر یک هیولای وحشتناک ببینید، واکنش شما چه خواهد بود؟ طبیعتاً وحشت زده خواهید شد. حالا، به یک هیولای وحشتناک فکر کنید که می خواهد غذا بخورد، اما به جای داشتن ظاهری وحشتناک، شبیه جذاب ترین فردی است که می توانید تصور کنید. در این حالت، تله بسیار مؤثرتر خواهد بود.

به همین دلیل است که ایجاد ارتباط، ابزاری اساسی در جعبه ابزار یک فرد سلطه گر است. بنابراین، همیشه بهتر است که به عنوان یک غریبه ی دوستانه رفتار کنید. شما می توانید در حضور یک استاد سلطه گر باشید.

چهار نفر مواد تشکیل دهنده مخفی برای ایجاد یک رابطه جادویی عبارتند از:

• لبخند

- تماس چشمی
- گوش دادن فعال
- علاقه واقعی

لبخند زدن

قدرت لبخند زدن به طور جدی دست کم گرفته شده است. در حالی که معمولاً به شما آموخته می شود که لبخند زدن راهی عالی برای شکستن یخ و غیره است، واقعیت این است که یک لبخند بجا می تواند در برقراری ارتباط با کسی بسیار مؤثر باشد. این به بحث ما در مورد ارتباط برمی گردد. وقتی بتوانید با کسی ارتباط برقرار کنید، احتمال اینکه آنها را با خود همراه کنید بسیار بیشتر است.

لازم به ذکر است که لبخند زدن و لبخند واقعی وجود دارد. تفاوت در این واقعیت نهفته است که لبخند مصنوعی را می توان از یک مایلی تشخیص داد. وقتی شخصی لبخند مصنوعی می زند، به نوعی هنگام انجام این کار معذب به نظر می رسد. به نظر نمی رسد که در نحوه انجام آن صادق باشد. برای درک بهتر این موضوع، به افرادی که در فروشگاه مواد غذایی یا بانک ملاقات می کنید فکر کنید. می توانید بگویید که آنها لبخند می زنند و "صبح بخیر" می گویند، صرفاً به این دلیل که این بخشی از کارشان است.

بنابراین، به افرادی که در تمام اقشار جامعه با آنها روبرو می شوید توجه کنید، وقتی کسی را می بینید که به شما لبخند می زند و به نظر می رسد که در حین لبخند زدن صادق است، به نحوه ی انجام این کار توجه کنید. متوجه خواهید شد که آنها تماس چشمی طبیعی برقرار می کنند و این کار را تحت شرایط مناسب انجام می دهند. به عنوان مثال، یک صندوقدار وقتی پس از پرداخت وجه خرید، رسید را به شما می دهد، به شما نگاه می کند و لبخند می زند. یا یک پیشخدمت هنگام خوشامدگویی به شما سر میزتان لبخند می زند.

شما می توانید از قدرت لبخند زدن به نفع خود استفاده کنید، چه در ملاقات با کسی، چه در یک تعامل اجتماعی یا هنگام مذاکره. با این حال، باید ذهن خود را طوری آموزش دهید که وقتی واقعاً نیاز به لبخند زدن دارید، این کار را انجام دهد. اگر هنگام فکر کردن به افکار منفی در مورد این شخص لبخند بزنید، متوجه خواهید شد که لبخند شما مصنوعی خواهد بود. بنابراین، باید به شخصیت خود برسید و حداقل به خودتان بگویید که واقعاً به این شخص اهمیت می دهید. این یک شروع عالی خواهد بود.

تماس چشمی

بالبخند مؤثر و تعاملات مثبت، تماس چشمی حاصل می شود. این موضوع بسیار پیچیده ای است زیرا خیره شدن عمیق و نافذ، افراد را به حالت تدافعی درمی آورد. بنابراین، این ممکن است باعث ایجاد واکنش «گریز یا مبارزه» شود. به این ترتیب، ممکن است در نهایت تأثیر متضادی را که می خواهید ایجاد کنید، ایجاد کنید.

تماس چشمی مثبت معمولاً زمانی حاصل می شود که در یک نقطه منطقی از تعامل خود قرار داشته باشید. به عنوان مثال، تماس چشمی همراه با لبخندی دلنشین و دست دادن محکم هنگام ملاقات با کسی می تواند به راحتی باعث ایجاد واکنشی «ایمن» در طرف مقابل شود. این امر، به عنوان مثال، هنگام ورود به یک مصاحبه شغلی ضروری است. در چنین موقعیتی، مصاحبه کننده شما آرام تر و پذیرای شنیدن حرف های شما خواهد بود.

اگر در تماس چشمی خود، تسلیم یا حتی ترس را منعکس کنید، طرف مقابل ممکن است تمایل داشته باشد از این موضوع سوءاستفاده کند. به همین ترتیب، اگر متوجه شدید که طرف مقابلتان نوعی بی میلی نشان می دهد، این می تواند نشانه ای باشد که او به نوعی احساس ناراحتی می کند. این می تواند نشانه ای برای شما باشد که از موقعیت استفاده کنید و به دنبال اهداف خاص خود بروید.

در نهایت، وقتی بتوانید تماس چشمی واقعی و صمیمانه ای برقرار کنید و در عین حال مطمئن شوید که طرف مقابل از تلاش شما برای جلب رضایت شما نترسد، تماس چشمی می تواند سلاح قدرتمندی باشد. بنابراین، اگر متوجه شدید که طرف مقابل در مواجهه با نگاه خیره شما مردد است، در موقعیت خوبی هستید که از این موقعیت نهایت استفاده را ببرید.

گوش دادن فعال

گوش دادن شاید نادیده گرفته شده ترین تاکتیک در تأثیرگذاری بر دیگران و وادار کردن آنها به رعایت خواسته هایتان باشد. وقتی واقعاً گوش می دهید، به طور خودکار به طرف مقابل این حس را می دهید که به او اهمیت می دهید. به این ترتیب، پیوندهای باریکی ایجاد خواهید کرد که برای ایجاد سرمایه اعتماد ضروری هستند.

علاوه بر این، خیلی راحت می توان به دیگران نشان داد که واقعاً به حرف هایشان گوش می دهید. تنها کاری که باید انجام دهید این است که به آنها نگاه کنید و برخی از رفتارهای آنها را تقلید کنید. تقلید کردن یعنی انجام دادن همان کارهایی که آنها انجام می دهند. برای مثال، اگر آنها دست به سینه هستند، شما هم می توانید همین کار را انجام دهید. یا اگر دستشان را زیر چانه شان قرار دهند، شما هم می توانید همین کار را انجام دهید.

یکی دیگر از راه های عالی برای نشان دادن اینکه به حرف های او گوش می دهید، «تکرار» کردن حرف های اوست. این بدان معناست که می توانید در میان حرف های او نظری بدهید و حرف هایش را تکرار کنید. برای مثال، اگر او بگوید «امروز هوا خوب است»، می توانید با گفتن «بله، هوا واقعاً خوب است» پاسخ دهید. این یک راه عالی برای ایجاد ارتباط با دیگران است. اگرچه ممکن است لزوماً با ارزیابی طرف مقابل از هوموافق نباشید، اما مهم نیست زیرا شما فقط به خاطر ایجاد ارتباط با او همراه می شوید.

بنابراین، به حرف مردم گوش دهید. خواهید دید که نتایجی که با نشان دادن علاقه واقعی به دست می آورید، در نهایت واقعاً ثمربخش خواهد بود.

«لذت» و «رنج»: دو اهرم قدرتمند

قبلاً گفتیم که مغز ما به طور سیستماتیک ما را به سمت انتخاب هایی سوق می دهد که از درد اجتناب می کنند و احتمالاً ما را به سمت لذت می برند. اما برخی به «اهرم درد» حساس ترند و برخی دیگر به «اهرم لذت».^[48]

مردم «به سوی لذت»

افرادی که بیشتر به دنبال «لذت» هستند، در برنامه ریزی عصبی-زبانی «به سوی لذت» نامیده می شوند، به این معنا که آنها به سمت چیزها می روند، روی آنچه می خواهند اتفاق بیفتد تمرکز می کنند و پذیرای تغییر هستند.

برای مثال، افرادی هستند که اگر (با استفاده از اهرم لذت) به آنها بگویید: «بیا کنار دریا، خوش می گذرانیم و خنک می مانیم»، آنها اصلاً حرکت نمی کنند، اما به اهرم درد حساس هستند و بنابراین اگر بگوییم: «به جای اینکه در خانه بمانید و حوصله تان سر برود از گرما رنج ببرید، با ما به دریا بیایید. قبول میکنن و شروع میکنند.

افرادی که «به سمت لذت» می روند، اغلب از خود می پرسند «چه چیزی برای به دست آوردن وجود دارد؟» و روی احساسات مثبتی که هنگام رسیدن به نتیجه نهایی احساس خواهند کرد، تمرکز می کنند.

اگر افرادی را می شناسید که «به دنبال لذت» هستند و می خواهید آنها را متقاعد کنید، بهتر است در مورد «لذت ها» یا مزایایی که در صورت انجام کاری که شما پیشنهاد می دهید به دست می آورند، برایشان توضیح دهید. این افراد وقتی چیزی برای فتح کردن وجود دارد، فعال می شوند. آنها با جوایز انگیزه می گیرند.

در اینجا چند مثال آورده شده است:

«اگر می خواهی پول در بیاوری، باید به حرف من گوش کنی.» «اگر می خواهی برنده شوی، باید هر چه می گویم انجام دهی.»
«اگر می خواهی بهترین باشی، باید این دستورالعمل ها را دنبال کنی.»

مردم «دور از درد»

افرادی که با اهرم «درد» انگیزه می گیرند، «دور از درد» نامیده می شوند، زیرا آنها بر اجتناب از مشکلات و فرار از هر چیز دردناک یا آزاردهنده تمرکز دارند.

افرادی که «از درد و رنج دوری می کنند»، از خود می پرسند «خطر این چیز چیست؟»، آنها ترجیح می دهند در مورد مشکل و چگونگی اجتناب از آن فکر کنند، آنها تمایل دارند نقص های چیزها را ببینند.

اگر مجبورید «راهی برای خروج از درد» پیدا کنید، بهتر است «دردها» یا مشکلات، و پیامدهای منفی احتمالی که در صورت عدم انجام پیشنهاد شما ممکن است با آنها مواجه شود را برایشان شرح دهید. این افراد زمانی فعال می شوند که مشکلی برای حل وجود داشته باشد. آنها با تهدید انگیزه می گیرند.

در اینجا چند مثال آورده شده است:

«اگر می خواهی از یک مشکل بزرگ جلوگیری کنی، باید به حرف من گوش کنی.»
«اگر می خواهی ساکت باشی، باید هر چه می گویم انجام دهی.»
«اگر نمی خواهید اشتباه کنید، باید این دستورالعمل ها را دنبال کنید.»

فصل ۱۱

دستکاری و هیپنوتیزم مکالمه ای



هیپنوتیزم اغلب به عنوان یک عمل جادویی در فیلم ها و تلویزیون به تصویر کشیده می شود. فیلم های کلاسیک هالیوود خون آشام ها را نشان می دهند که از قدرت کنترل ذهن برای هیپنوتیزم قربانیان خود استفاده می کنند تا آنها را وادار به انجام خواسته های خود کنند. البته، اینها فقط بازنمایی های افسانه ای از یک عمل معتبر هستند که علاوه بر دستکاری، در حوزه روان درمانی نیز مورد استفاده قرار گرفته اند. هیپنوتیزم به خودی خود یک عمل شیطانی یا خوش خیم نیست. این فقط عملی است که می تواند به روش های مختلفی مورد استفاده قرار گیرد. به همین دلیل است که دستکاری کنندگان کاربردهای عملی برای آن در حوزه تاکتیک های دستکاری تاریک پیدا کرده اند. در این فصل، نگاهی بی طرفانه به هیپنوتیزم، چیستی آن و نحوه ی استفاده ی فریبکاران از آن برای برتری یافتن بر قربانیانشان خواهیم داشت. علاوه بر این، به روش هایی خواهیم پرداخت که می توانید از طریق آنها از پیشرفت های ناخواسته جلوگیری کنید.

هیپنوتیزم چیست؟

عبارت هیپنوتیزم از زبان یونانی به معنای «استراحت کردن» گرفته شده است، اما خود هیپنوتیزم با خواب بسیار متفاوت است. در طول تاریخ، چند محقق سعی کرده اند تعریفی از هیپنوتیزم ارائه دهند که به بهترین شکل با این مفهوم مطابقت داشته باشد. به طور خلاصه، هیپنوتیزم توانایی هدایت فرد در یک محیط دگرگون شده (این شامل خیال پردازی است) با استفاده از دستورالعمل های کلامی است که تضمین می کند آنها به پیشنهادات بسیار بیشتری پاسخ دهند. پس از دستیابی به این شرایط، هیپنوتیزم کننده ممکن است توصیه های مستقیم و غیرمستقیمی را برای تشویق بیمار به ترک رفتارهای ناسالم و ناخوشایند، مانند سیگار، رژیم غذایی ناسالم، ترس ها و غیره ارائه دهد.

از آنجایی که ثابت شده است هیپنوتیزم در اصلاح رفتارها مؤثر است، به هیپنوتراپی تبدیل شد. به همین ترتیب، معمولاً برای تغییر رفتار به گونه ای استفاده می شود که افراد بتوانند با القای «تلقین» در ذهن ناخودآگاه فرد، عادات را ترک کنند یا عادات جدیدی را بپذیرند. بنابراین، هیپنوتیزم وسیله ای برای دسترسی به ناخودآگاه فرد است به گونه ای که ایده ها و پیشنهادات ممکن است القا شوند و منجر به عمل فرد به شیوه ای خاص شوند. این همچنین می تواند منجر به اقدامات بالقوه ای شود که برخلاف خواسته های فرد باشد. به عبارت دیگر، هیپنوتیزم می تواند به عنوان وسیله ای برای کنترل اراده افراد دیگر مورد استفاده قرار گیرد.

هیپنوتیزم مکالمه ای چیست؟

هیپنوتیزم مکالمه ای اصطلاحی است که برای اشاره به هیپنوتیزم «پنهان» به کار می رود. منظور از این اصطلاح این است که عمل هیپنوتیزم بدون اطلاع فردی که روی او تمرین می شود، رخ می دهد. طبیعتاً، این بدان معناست که این رویداد بدون رضایت هدف رخ می دهد. به همین دلیل است که هیپنوتیزم مکالمه ای بخشی از روانشناسی تاریک محسوب می شود.

دلیل استفاده از هیپنوتیزم مکالمه ای در تمایل فرد فریبکار برای دسترسی به ذهن ناخودآگاه هدف بدون اطلاع او از تلاش هایش نهفته است. فریبکاران به این نوع تاکتیک متوسل می شوند زیرا می دانند که هدف آگاهانه با هیچ یک از نقشه های فریبکارانه او موافقت نخواهد کرد. اغلب، این نقشه ها به وادار کردن هدف به انجام کارهایی اشاره دارند که ممکن است مطابق با باورها یا خواسته های او نباشد. بنابراین، فریبکار برای اطمینان از اینکه هدف از آنها پیروی خواهد کرد، باید به ترفندهای پنهانی متوسل شود. [49].

چرا باید هیپنوتیزم مکالمه ای را یاد بگیرید؟

یادگیری هیپنوتیزم مکالمه ای دو هدف دارد. هدف اول این است که بفهمیم هیپنوتیزم چیست و چگونه ممکن است علیه شما استفاده شود. مهم است بدانیم که چگونه افراد فریبکار ممکن است از این تاکتیک برای مجبور کردن شما به عمل به نفع خودشان استفاده کنند. هدف دوم این است که در مورد تاکتیک هایی که می توانید در زندگی روزمره خود استفاده کنید، بینش کسب کنید. با این حال، اگر تصمیم به استفاده از آنها دارید، مراقب باشید که اراده خود را بر اراده دیگران تحمیل نمی کنید.

اصول اخلاقی استفاده از هیپنوتیزم مکالمه ای

به طور کلی، هر چیزی که اصطلاح «پنهان» به آن الصاق شده باشد، دقیقاً اخلاقی ترین عمل نیست. این بدان معناست که هیپنوتیزم مکالمه ای یک عمل بحث برانگیز است زیرا با رضایت هدف انجام نمی شود.

این نکته ی مهمی است که باید به آن توجه کرد، زیرا فرد مورد نظر در طول هیپنوتیزم مکالمه ای از تلاش هایی که روی او انجام می شود، آگاه نیست. در نتیجه، فرد فریبکار قبل از اینکه فرد مورد نظرحتی از آنچه در حال رخ دادن است، آگاه شود، یا اصلاً از آن آگاه شود، دست بالا را پیدا می کند.

لازم به ذکر است که اثربخشی هیپنوتیزم مکالمه ای تا حد زیادی به قدرت ذهنی هدف بستگی دارد. برخی افراد نسبت به دیگران مقاومت بیشتری در برابر دستکاری دارند. بنابراین، وقتی یک دستکاری کننده سعی می کند از تاکتیک های پنهانی استفاده کند، این تاکتیک ها تا حد زیادی بی اثر هستند. با این وجود، هیپنوتیزم مکالمه ای رسماً توسط هیچ سازمانی تأیید نشده و غیر اخلاقی تلقی می شود، اگرچه لزوماً غیر قانونی نیست.

انال پی و هیپنوتیزم اریکسونی

برنامه ریزی عصبی-زبانی

پیش از این، به NLP و نحوه استفاده از آن برای تأثیرگذاری بر دیگران، به ویژه هنگام تلاش برای ایجاد رفتارهای جدید یا اصلاح رفتارهای موجود، اشاره کردیم. استفاده از NLP عموماً به عنوان وسیله ای برای کمک به افراد برای غلبه بر موقعیت های خاص یا شاید بهبود عملکرد آنها در زمینه های خاص تلقی می شود. با این حال، NLP می تواند بدون رضایت هدف نیز مورد استفاده قرار گیرد.

حال، استفاده از NLP در تبلیغات، مانند آنچه در شعارها و انواع دیگر ترفندها دیده می شود، یک چیز است، اما استفاده از NLP برای وادار کردن افراد به انجام کارهایی برخلاف میلشان، چیز کاملاً متفاوتی است.

این وضعیت را در نظر بگیرید:

از مجموعه ای از کلمات «محرک» استفاده می کنند تا فرد را به انجام عمل مورد نظر ترغیب کنند NLP می تواند همراه با سایر شیوه ها مانند پیام رسانی ناخودآگاه برای القای ایده ها در ذهن افراد مورد استفاده قرار گیرد. اکنون، برای پیچیده تر کردن اوضاع، متخصصان NLP

به همین دلیل است که شعارها بسیار مؤثر هستند. شعارها کلمات محرکی هستند که به طور خودکار به فرد علامت می دهند که وقت انجام یک کار یا کار دیگری است. به عنوان مثال، رستوران های زنجیره ای فست فود به طور مداوم از شعارها استفاده می کنند تا مردم احساس کنند که مجبور به مصرف این نوع غذا هستند.

همچنین، NLP می تواند در سطح فردی مورد استفاده قرار گیرد. به عنوان مثال، ورزشکاران بارها و بارها مانترای خاصی را تکرار می کنند تا ذهن و بدن خود را برای انجام یک عمل آماده کنند. مربیان می توانند از عبارات و کلمات خاص برای آموزش ورزشکار برای انجام یک عمل خاص استفاده کنند. اگرچه این لزوماً پنهان یا غیراخلاقی نیست، اما بسیاری از اوقات غیرارادی است. بنابراین، فرد کاملاً از آنچه مربی انجام می دهد آگاه نیست.

هیپنوتیزم اریکسونی

میلتون اریکسون پدر هیپنوتیزم درمانی محسوب می شود. به همین دلیل، «هیپنوتیزم اریکسونی» به نام روش هایی که او ابداع کرد و در آنها از هیپنوتیزم برای اهداف درمانی استفاده می شود، نامگذاری شده است. در این نوع هیپنوتیزم، از تلقین ها و دستورات غیرمستقیم برای ترغیب فرد به انجام یا عدم انجام کاری استفاده می شود. [50].

برای مثال، از استعاره ها و داستان ها برای انتقال معنا به مخاطبان استفاده می شود. به همین دلیل است که داستان های کودکان همیشه در هاله ای جادویی پیچیده می شوند. درسی که در هر داستان نهفته است، وقتی در قالب یک افسانه گنجانده شود، برای کودکان بسیار قابل هضم تر می شود.

در مورد بزرگسالان، عبارت «فروش جنسی» نمونه ی بسیار خوبی از هیپنوتیزم اریکسونی است. وقتی تبلیغات از مطالب جذاب و وسوسه انگیز جنسی استفاده می کند، ذهن را نسبت به نوع پیامی که آنها به دنبال انتقال آن هستند، پذیرا تر می کند. بنابراین، یک مدل جذاب، محصولی را ارائه می دهد و در نتیجه احتمال اینکه مصرف کننده حضور خود تبلیغ را رد کند، کاهش می یابد.

مراحل هیپنوتیزم مکالمه ای

گزارش

اولین قدم ایجاد ارتباط موثر است. ارتباط موثر یک ابزار قدرتمند برای ایجاد حس راحتی در دیگران است تا آنها به شما اعتماد کنند. این شامل دوز بالایی از «ارتباط غیرکلامی» است، زیرا اکثر افراد هنگام مواجهه با افرادی که به شیوه ای خاص عمل و رفتار می کنند، به طور خودکار احساس راحتی می کنند و ترکیب مناسبی از «ارتباط کلامی» و «ارتباطات غیرکلامی» را می طلبد.

آینه کاری

درمورد تقلید، یکی از بهترین راه هایی که می توانید با آن حس هماهنگی با کسی را القانید، تقلید حرکات اوست. بنابراین، اگر او پاهایش را روی هم بیندازد، شما هم پاهایتان را روی هم بیندازید. یا اگر دستش را زیر چانه اش بگذارد، شما هم همین کار را کنید. این کار برای ارسال یک سیگنال غیرکلامی به طرف مقابل است که هر دو بسیار شبیه به هم هستند. این کار باعث کاهش مقاومت طرف مقابل می شود و به شما امکان می دهد محیطی دوستانه ایجاد کنید. با این حال، مهم است که مراقب باشید خیلی واضح به نظر نرسید. در غیر این صورت، شما به عنوان فردی دست و پا چلفتی جلوه خواهید کرد و در نتیجه اثربخشی این تکنیک را از بین خواهید برد.

زبان

هنگام تلاش برای ایجاد ارتباط، استفاده از زبان بسیار مهم است. نوع زبانی که استفاده می کنید با افرادی که سعی در جلب نظر آنها دارید، همخوانی خواهد داشت. اگر از نوع زبان اشتباهی استفاده کنید، ممکن است افرادی را که سعی در جلب نظر آنها دارید، از خود دور کنید.

بلندی، زیر و بمی صدا و لحن صدا

وقتی فرد فریبکار شروع به استفاده از هیپنوتیزم مکالمه ای می کند، با بلندی، سرعت و تن صدای هدف خود سازگار می شود تا احساس رابطه و «شباهت» ایجاد کند.

این یک تکنیک انعکاس است که به خصوص در طول مذاکرات به خوبی جواب می دهد. در سطح اجتماعی، وقتی می خواهید با شخص دیگری «همگام» شوید، خیلی خوب جواب می دهد.

همه این عناصر برای ایجاد رابطه بسیار مهم هستند.

تمرکز ایمن بر اهداف

این مرحله دوم، همان بخش کلاسیک «خوابتان می آید» است. با این حال، تضمین تمرکز روی افراد لزوماً مستلزم این نوع استراتژی نیست. بسیاری از متخصصان از روش های غیرمستقیم تری برای جلب توجه افراد هدف استفاده می کنند. به عنوان مثال، آنها از موسیقی، تصاویر، عطرها، بافت ها و غیره برای جلب توجه هدف استفاده می کنند. هدف اصلی در این رویکرد، اطمینان از ورود هدف به حالت آرامش است. پس از دستیابی به آن حالت آرامش، شروع فرآیند هیپنوتیزم برای فرد فریبکار بسیار آسان تر می شود.

القای حالت خلسه مانند

وقتی هدف به حالت آرامش رسید، می توان حالتی شبیه به خلسه را در او ایجاد کرد. حال باید توجه داشت که این نوع خلسه، آن نوع خلسه ای نیست که در فیلم ها دیده می شود. در واقع، این حالت عمدتاً مربوط به الگوی امواج مغزی است که در هدف قابل مشاهده است. فعالیت امواج مغزی هدف تمایل به مسطح شدن دارد، به این معنی که مغز در حالت عمیقی از تمرکز و توجه قرار دارد. در این مرحله، ذهن خودآگاه مقاومت زیادی نمی کند و ذهن ناخودآگاه را در معرض دید قرار می دهد. در این مرحله، می توان هر ماده ای را که فرد دستکاری کننده می خواهد در ذهن افراد قرار دهد، وارد کرد.

کاشت پیام

آخرین مرحله، کاشت پیامی است که فرد دستکاری کننده می خواهد در ذهن ناخودآگاه هدف «نصب» کند. وقتی مغز در حالت تمرکز و توجه عمیق قرار دارد، ذهن ناخودآگاه بسیار قابل دسترس تر است. باید توجه داشت که فعالیت نامنظم امواج مغزی، مانند زمانی که فرد تحت استرس زیادی است، برای هیپنوتیزم مناسب نیست. فرد باید در حالت خلسه عمیق باشد. در غیر این صورت، کاشت ایده ها مؤثر نخواهد بود.

عمل واقعی القای ایده ها می تواند تا حد نیاز آشکار باشد. در برخی موارد، فریبکاران ممکن است آشکارا آنچه را که می خواهند به افراد هدف منتقل شود، بگویند. در موارد دیگر، ممکن است از تلقین و تصویرسازی برای القای پیام خود استفاده کنند. صرف نظر از روش مورد استفاده، برای القای موفقیت آمیز پیام، به یک حالت آرامش عمیق نیاز است. در پایان روز، فریبکار از مجازات فرار می کند.

القای مطالب خود در ذهن اهدافشان. سپس، اهداف ممکن است احساس کنند که مجبورند به شیوه ای عمل کنند که با اهداف دستکاری کننده سازگار باشد.

لنگر انداختن در هیپنوتیزم

انواع

آیاتا به حال در ماشین نشسته اید و به آهنگی که مدت ها نشنیده اید گوش می دهید؟ آیا این آلبوم باعث ایجاد نوعی حس از گذشته در شما شده است؟ اولین باری که این آهنگ را شنیدید یا گاهی اوقات وقتی آن را شنیدید، این احساسات را تجربه کردید و این آهنگ خاص به ذهن ناخودآگاه شما متصل شد. این آهنگ از طریق این فرآیند به لنگری برای این احساسات تبدیل می شود. اکنون، هر بار که این آهنگ خاص را می شنوید، باعث می شوید مغز دوباره از آن لذت ببرد. این یک مثال عالی برای لنگر انداختن است.

طرح ها

بیشتر هیپنوتیزور دان دریافته اند که لنگر انداختن، ابزاری مفید برای هیپنوتیزم کردن شرکت کنندگان شان است. برای مثال، وقتی به یاد می آورید که به خاطر انجام کار خوبی در گذشته تنبیه شده اید، هیپنوتیزور می تواند به یک خاطره خاص وارد شود و به شما اجازه دهد احساساتی را که احساس کرده اید، تکرار کنید. در عین حال، در طول تفریح، هیپنوتیزور از شما می خواهد که نوعی عمل لمس انگشتان خود را انجام دهید.

نصب

حالا، هر بار که نوک انگشتانتان را به هم می چسبانید، می توانید دوباره همان احساسات شاد را داشته باشید. فرآیند لنگر انداختن می تواند به شما انگیزه دهد تا با احساسات خوب به چیزی برسید. این رویکرد اغلب برای کمک به افراد در یافتن قدرت برای متعهد شدن به کاهش وزن و رژیم غذایی استفاده می شود. هیپنوتیزم کننده با سوژه تعامل می کند تا تمرکز مثبتی ایجاد کند که با تصویر ذهنی سوژه مرتبط باشد - در این حالت، سوژه خود را در بدنی لاغر و جذاب تصور می کند. اگر سوژه این تصویر را دوباره تصویر کند، لنگر را تحریک می کند و فشار خوش بینانه ای را که می خواهد، دریافت می کند. تمایل به کاهش وزن در هیپنوتیزم در مقایسه با کسانی که این کار را نمی کنند، به طور قابل توجهی افزایش می یابد. در موارد مختلف، فرآیند لنگر انداختن می تواند برای کمک به فرد در بهبود خود استفاده شود.

نکات

شما باید به اندازه کافی اعتماد به نفس داشته باشید تا بدانید چه زمانی کسی احساساتی را که می‌خواهید برانگیخته کنید، تجربه می‌کند تا از لنگراندازی تیزبینی حسی خود استفاده کنید. همانطور که حس به اوج خود می‌رسد، شما لنگر را «تثبیت» می‌کنید تا فضایی را که می‌خواهید با آن ارتباط برقرار کنید، ایجاد کنید. در نظر بگیرید که چگونه در یک محیط عاشقانه، لنگراندازی اتفاق می‌افتد. رابطه‌ای شکل می‌گیرد و همانطور که به فرد نگاه می‌کنید، احساسات داغ و مبهم شروع به رشد می‌کنند. این به تنهایی احساسات را با موضوع در تماس قرار می‌دهد، به طوری که شما فقط باید چهره فرد را فکر و احساس کنید. امامی توانید با استفاده عمدی از مکانیسم لنگراندازی، از این امر برای سرعت بخشیدن به این احساسات استفاده کنید.

تاکتیک های هیپنوتیزم مکالمه ای

فرضیه های مکالمه ای

اصول مکالمه ابزاری برای هدایت مکالمه به گونه ای هستند که شما بدون اینکه آشکارا به طرف مقابل بگویید چه انتظاری دارید، انتظارات خود را از او بیان می‌کنید.

برای مثال، اگر به دختری که تازه با او آشنا شده ام بگویم که آیا دوست دارد امشب یا فردا شب با من بیرون برود، فرض می‌کنم که او در هر صورت موافقت خواهد کرد که با من بیرون برود، یا اگر به یکی از دوستانم بگویم که ترجیح می‌دهد به رستوران برود یا رستوران فست فود، فرض می‌کنم که او قبلاً موافقت کرده است که با من برای شام بیرون برود.

جمله ای مانند «تو این را نمی‌خواهی، نه؟» تعامل را در جهت خاصی هدایت می‌کند. شما در حال حاضر به طور ضمنی به طرف مقابل می‌گویید که چیزی را نمی‌خواهد، حتی اگر با اضافه کردن «تو می‌خواهی؟» در را برای واکنش او باز کنید. با این وجود، شما از قبل مشخص می‌کنید که انتظار دارید آنها چه پاسخی بدهند. [51].

دستورات پنهان

دستورات پنهان، یک مدل زبانی است که در آن یک دستورالعمل، به جای اینکه مستقیماً داده شود، در یک جمله ی گسترده تر پنهان می‌شود. به این ترتیب، توسط ذهن ناخودآگاه دریافت می‌شود و ذهن خودآگاه متوجه آن نمی‌شود. در مثال های زیر، دستورات پنهان - که نشان دهنده ی چیزی هستند که می‌خواهیم به آن دست یابیم - با حروف کج (ایتالیک) برجسته شده اند:

«نمی‌دانم آیا مایلی؟» «با من همکاری کنید» «... (یا: «...»

«نمی دانم کی می رسی خرید محصولات ما» «یا:» ...
 «اگر می خواهی آخرین مطلب من را بخوانید، برو جلو.»
 یک دستور نهفته، دستوری پنهان در یک عبارت کلی تر است. رایج ترین نوع دستور نهفته، «فراخوان اقدام» است. در یک دستور، پیام ارسالی حاوی عناصری است که هدف را وادار به انجام کاری خاص می کند. برای مثال، «قبل از اینکه خیلی دیر شود، همین الان تماس بگیرید» یک دستور است که نه تنها شامل یک دستور نهفته است، بلکه یک تهدید نیز هست. با توجه به زمینه و شرایط دستور، ممکن است هدف حتی متوجه نشود که به او دستور داده می شود. در عوض، آنها صرفاً آن را به عنوان وسیله ای برای متقاعد کردن خود به خرید یک محصول در نظر می گیرند. بنابراین، اگر به دنبال آرائه دستورات به صورت غیرمستقیم هستید، می توانید آنها را در یک عبارت کلی تر بگنجانید. [52].

علامت گذاری آنالوگ

علامت گذاری آنالوگ برای شناسایی کلمات در یک جمله با استفاده از روش های کلامی یا غیرکلامی استفاده می شود. عبارات و اصطلاحات را می توان با تأخیر، تغییر در لحن یا زیر و بمی صدا مشخص کرد. ذهن خودآگاه کل مطالب را می شنود، اما فقط به کلماتی که علامت گذاری شده اند توجه می کند. این کار ذهن حساس را گیج می کند و امکان دسترسی مستقیم به ذهن ناخودآگاه را فراهم می کند.

«دستورات پنهان» به ویژه زمانی متقاعدکننده هستند که با تأکید از طریق قیاس ترکیب شوند، که شامل استفاده از زبان غیرکلامی - لحن صدا، حالات چهره و حرکات - برای تقویت پیام است. هدف این است که طرف مقابل را به سمت اهمیت دادن بیشتر به دستورالعمل دریافتی سوق دهیم، بدون اینکه آگاهانه آن را به عنوان دستوری برای اجرا تلقی کنیم.

دستورات منفی

دستورات منفی نوعی روانشناسی معکوس هستند. یک جنبه جالب ذهن ناخودآگاه این است که در مقایسه با همتای خود، انکار را درک نمی کند. این به این دلیل است که هیچ بازنمایی ذهنی از کلمه "نه" وجود ندارد و بنابراین ناخودآگاه آن را درک نمی کند.

این برای ما بسیار مفید است زیرا می توانیم از دستورات پنهان به شکل منفی استفاده کنیم و در عین حال پاسخ مثبتی را در گیرنده تحریک کنیم.

پیام.
برای استفاده از دستورات پنهان منفی، کافی است آنچه را که می خواهیم رخ دهد، با
مقدم کردن آن بر منفی، تأیید کنیم.
چند مثال:

«من هستم نه ازت می خوام که بهم اعتماد کنی.»

«تو» نکن باید فوراً تصمیم بگیرم. هر چقدر وقت لازم داری وقت بگذار. «من
هستم» نه اینجا هستم تا تمام مزایای پیشنهادمان را فهرست کنم.»
بارد کردن دستورات، می توانیم مانع از مسدود شدن پیام هایمان توسط ذهن آگاه
شویم- یعنی آنها را فیلتر کنیم تا بررسی کنیم که آیا آنها را بپذیریم یا خیر - زیرا از نظر
منطقی، برخلاف ذهن ناخودآگاه، آنها را دریافت نمی کند.

استعاره

با استفاده از استعاره، فرد فریبکار تمایل دارد ویژگی های یک شیء (یا یک شخص) را
به دیگری منتقل کند، با این هدف که معنای اصلی را برجسته تر سازد.

متقاعدکننده ای که از استعاره استفاده می کند، تغییراتی را ایجاد می کند که از
ناخودآگاه و احساسات ناشی می شوند، نه از عقلانیت آن.
به گفته محققان دانشگاه استنفورد، زبان استعاری می تواند انتخاب های فرد را
مشروط کند، زیرا «آن نواحی از مغز را که در ارتباط عاطفی رویدادها دخیل هستند،
فعال می کند» که بر انتخاب ها و رفتار ما، فراتر از آگاهی، تأثیر می گذارد.

استفاده از استعاره زمانی بسیار مؤثر است که شما به دنبال ترسیم تصویری در ذهن
طرف مقابل خود هستید، بدون اینکه واقعاً بگویید چه می خواهید بگویید. این یک
روش پنهان برای بیان منظور شماست. این روش، کلمات شما را به گونه ای تفسیر
می کند که فقط کسانی که توجه می کنند می توانند سرخ های شما را دریافت کنند.

فصل ۱۲

ویژگی های افراد سلطه گر



تا اینجا، ما در مورد ویژگی های اصلی مرتبط با افراد سلطه گر و روش هایی که آنها قادر به کنترل اطرافیان خود هستند، بحث کرده ایم. علاوه بر این، ما بر روش هایی که ویژگی های شخصیتی متمایل به سلطه گری در یک فرد بروز می کنند، تمرکز کرده ایم. به همین دلیل است که ما به طور عمیق به تجزیه و تحلیل چگونگی و چرایی رفتار یک سلطه گر معمولی پرداخته ایم.

در کل، بحثی وجود دارد مبنی بر اینکه آیا دستکاری گر بودن یک ویژگی ذاتی است یا یک ویژگی تربیتی. به عبارت دیگر، ما به بحث طبیعت در مقابل تربیت اشاره می کنیم. واقعیت این است که هیچ مدرک قطعی وجود ندارد که استعداد ژنتیکی خاص را به رفتار به یک شیوه یا شیوه دیگر مرتبط کند. در حالی که ویژگی هایی مانند روان پریشی می توانند با شرایط فیزیولوژیکی واقعی مرتبط باشند که در آن مغز فرد ممکن است تفاوت قابل توجهی داشته باشد، واقعیت این است که تقریباً به طور کامل یک مسئله مرتبط با تربیت است.

برای اکثر افراد، ویژگی های دستکاری کننده، مانند سه گانه تاریک، در اوایل کودکی و نوجوانی برانگیخته می شوند. وقتی کودکان و نوجوانان در معرض انواع خاصی از تجربیات قرار می گیرند، معمولاً مکانیسم های مقابله ای را توسعه می دهند که به ویژگی های شخصیتی تبدیل می شوند که ما آنها را با دستکاری مرتبط می دانیم. به عنوان مثال، خودشیفتگی عموماً با مسائلی رهاشدگی مرتبط است که معمولاً به نیاز به کنترل تبدیل می شود. البته، این یک قانون آهنین نیست. اما نشان می دهد که بین تجربیاتی که یک کودک و نوجوان ممکن است از سر بگذراند و اینکه چگونه این تجربیات به الگوهای رفتاری خاصی در آینده تبدیل می شوند، همبستگی روشنی وجود دارد.

بنابراین، تجزیه و تحلیل تمام جنبه های زندگی یک فرد برای تعیین اینکه یک مجموعه از ویژگی ها ممکن است از کجا پدیدار شوند، مهم است. نادیده گرفتن تأثیرات محیط بر رفتاریک فرد می تواند نسبتاً آحمقانه باشد. در واقع، بسیاری از مردم با گفتن اینکه افراد فریبکار یا حتی روان پریش ها فقط "اینگونه به دنیا می آیند" قضاوت عجولانه ای می کنند. واقعیت این است که اگرچه ممکن است یک مؤلفه فیزیولوژیکی وجود داشته باشد (بیماری روانی یک مسئله ارثی است)، اما اغلب اوقات، ویژگی های فریبکارانه نتیجه مجموعه ای از تجربیات است که فرد از سنین پایین از سر می گذراند.

چگونه افراد فریبکار قربانیان خود را انتخاب می کنند

یکی از مهمترین مواردی که باید در این بحث در نظر گرفته شود، نحوه انتخاب قربانیان توسط فریبکاران است. قربانی، طبق تعریف، دریافت کننده اعمال فریبکار است. بنابراین، قربانی از پیامدهای منفی الگوهای رفتاری که فریبکار از خود نشان می دهد، رنج می برد.

در کل، انتخاب قربانی عموماً تصادفی است. این بدان معناست که افراد شاید به سادگی در اطراف پرسه می زنند و به دنبال کسی می گردند که بتوانند از او سوءاستفاده کنند. وقتی در انتخاب قربانی، برنامه ریزی قبلی بیشتری وجود داشته باشد، ممکن است با یک روان پریش مواجه باشیم. به این ترتیب، این افراد ممکن است در مورد نوع شخصی که می خواهند به او حمله کنند، مطالعه دقیق تری انجام دهند.

با این وجود، اکثر افراد فریبکار به سادگی به دنبال کسانی می گردند که به آنها نزدیک ترند. به همین دلیل است که خانواده معمولاً اولین هدف یک فریبکار است.

به طور کلی، افراد فریبکار به دنبال افراد ضعیفی هستند که احساس می کنند قادر به مبارزه نیستند. این بدان معناست که به هر دلیلی،

قربانی قدرتی برای متوقف کردن آنها ندارد. وقتی به خشونت فیزیکی فکر می کنید، این یکی از معیارهای اصلی است که در انتخاب قربانی به کار می رود.

در سطحی عمیق تر و احساسی تر، افراد فریبکار به دنبال افرادی خواهند بود که در مقایسه با خودشان، متحمل ضرر بیشتری شوند.

یک لحظه به آن فکر کنید.

بیایید به مثال مربوط به کارگرانی که باید با یک رئیس حيله گر سر و کار داشته باشند، برگردیم. در نهایت، کارگران بسیار بیشتر از رئیس به شغل نیاز دارند. اگر بخواهیم دقیق تر بگوییم، رئیس بیشتر به خاطر لذت شخصی کارمندان را دستکاری می کند تا یک دلیل منطقی کاری. در نتیجه، کارگران با یک دوراهی روبرو می شوند: یا باید این دستکاری را تحمل کنند یا شغل دیگری پیدا کنند.

هدف نهایی فرد فریبکار، مطیع کردن قربانیان خود تا جایی است که در برابر تاکتیک های فریبکار مقاومت کنند. این بدان معناست که قربانی در نهایت در رفتار فریبکار همدست می شود. مطمئناً، مواردی وجود دارد که قربانی قادر به رهایی خود از وضعیت سوءاستفاده ای که در آن قرار دارد نیست. در چنین مواردی، قربانی فقط می تواند امیدوار باشد که تا زمانی که بتواند از آن وضعیت خارج شود، آن را تحمل کند.

افراد بسیار ماهر در زمینه فریبکاری، وقت زیادی را صرف جستجوی قربانیان بالقوه می کنند. این زمانی اتفاق می افتد که یک فرد فریبکار بتواند ویژگی های انتخابی مورد نظر خود را در قربانیانش شناسایی کند. به همین دلیل، آنها محیط اطراف و مکان هایی را که بیشترین تعداد افراد آسیب پذیر را در خود جای داده اند، بررسی می کنند. به همین دلیل است که همیشه ایده خوبی است که در مکانی که اغلب به آنجا می روید، نسبت به کسی که واقعاً نمی شناسید، شک و تردید داشته باشید. شما هرگز نمی دانید با چه کسی ممکن است سر و کار داشته باشید.

نشانه های یک شریک فریبکار

یکی از اهداف ذهن یک فرد فریبکار می تواند پیدا کردن شریکی باشد که بتواند او را فریب دهد. این می تواند به صورت یک رفتار آگاهانه یا غریزی رخ دهد. در صورت بروز رفتار غریزی، می توانید فرض کنید که فرد فریبکار از روی بدخواهی عمل نمی کند، بلکه صرفاً از روی میل و هوس خود این کار را انجام می دهد. وقتی انتخاب آگاهانه ی فرد فریبکار را در نظر بگیرید، ممکن است در واقع با یک فرد شرور روبرو باشید که

یک دستور کار پنهان دارد. بنابراین، مهم است که قبل از اینکه خیلی دیر شود، علایم هشدار دهنده را تشخیص دهیم.

درکل، افراد فریبکار را می توان به راحتی در روابط عاشقانه با اشاره ها و لغزش های ظریفی که نشان می دهند، تشخیص داد. به عنوان مثال، آنها ظاهراً شیرین و با توجه هستند، اما ناگهان تغییر می کنند و به نظر می رسد که بی تفاوت هستند. می توانید این را با توجه به نحوه توجه آنها به مکالمه خود تشخیص دهید. همچنین، آنها ممکن است بسیار مودب و دلسوز باشند، اما وقتی اتفاقی می افتد که دوست ندارند، ناگهان واکنش نشان می دهند.

اینها نشانه های بسیار ظریفی هستند که نشان می دهند با کسی طرف هستید که ممکن است کاملاً رک و راست نباشد. اما وقتی با کسی طرف هستید که حسود و حسود است، اوضاع بدتر هم می شود. این می تواند با پیامک ها و تماس های بی وقفه شروع شود. این یک موضوع پیش رونده است؛ آنها با افزایش تعداد تماس ها و پیامک ها شروع می کنند تا جایی که متوجه می شوید همه کارهای شما را کنترل می کنند. در نهایت، آنها انتظار دارند همه کارهایی که انجام می دهید را ثبت و گزارش کنند.

علاوه بر این، یک شریک فریبکار تلاش می کند تا چیزهایی را که در مورد گذشته شما منفی، شرم آور یا حتی آسیب زا هستند، پیدا کند. سپس، آنها هر بار که بتوانند از این استفاده می کنند. به عنوان مثال، یک فریبکار ممکن است از وزن شریک خود به عنوان وسیله ای برای شرمساری استفاده کند. آنها از این برای ترغیب شریک خود به اطاعت استفاده می کنند؛ به هر حال، "هیچ کس تو را به اندازه من دوست نخواهد داشت." این نوع جملات نشانه روشنی از تلاش برای فریبکاری است.

این نشانه های خطر را باید در نظر داشت، زیرا می توانند به سرعت به یک رابطه ی خشونت آمیز تبدیل شوند. افراد بسیار ماهر، این گذار را چنان نامحسوس انجام می دهند که قربانی حتی متوجه نمی شود که رابطه تا آن سطح تنزل یافته است. در نهایت، تنها چیزی که قربانی می تواند احساس کند، اثرات خشونت است.

چگونه بفهمیم که مورد هدف قرار گرفته ایم

تشخیص اینکه آیا شما هدف یک فرد فریبکار هستید یا خیر، می تواند دشوار باشد. شاید ساده ترین راه برای این کار، مقابله با فرد فریبکار باشد. اگر اتفاقی با کسی برخورد کردید که بیش از حد دوستانه رفتار می کند، این باید یک علامت خطر برای شما باشد. همچنین، اگر اتفاقی در محاصره افرادی هستید که فقط

هر بار که به چیزی از شما نیاز دارند، شما را به یاد بیاورند، آن وقت می دانید که قطعاً هدف قرار گرفته اید.

مگر اینکه کسی را خوب بشناسید، در غیر این صورت همیشه یک قانون کلی خوب این است که همه را زیر نظر داشته باشید. اگرچه این ممکن است رفتاری پارانوئید به نظر برسد، اما واقعیت این است که اگر بتوانید هوشیار باشید، احتمال اینکه توسط افراد شیاد دستگیر شوید، بسیار کم است.

در اینجا چند نکته کاربردی آورده شده است:

- مراقب غریبه های بیش از حد صمیمی باشید
- مراقب پیشنهادهای و معاملاتی باشید که «بیش از حد خوب هستند که واقعی باشند» مراقب نوسانات ناگهانی خلق و خو باشید
- مراقب رفتار و گفتار متناقض باشید
- به لحظه ای که افراد به شما نزدیک می شوند توجه کنید. از پاسخ دادن به توصیه های ناخواسته خودداری کنید.

این موقعیت ها همگی نشان دهنده ی تلاش یک فرد سلطه گر برای «آزمایش» شماست. اگر آنها متوجه شوند که شما پاسخگو هستید، ممکن است احساس کنند که مجبورند به پیشروی های خود ادامه دهند تا زمانی که شما تسلیم خواسته های آنها شوید. در نهایت، معمولاً بهتر است که از این افراد دور شوید. ممکن است هرگز مجبور نباشید آشکارا با آنها درگیر شوید؛ تنها کاری که ممکن است لازم باشد انجام دهید این است که از آنها دور شوید.

چگونه با یک دستکاری کننده برخورد کنیم

اگر اتفاقاً با یک فرد سلطه گر سر و کار دارید، در اینجا سه گام بسیار مهم وجود دارد که می توانید برای کمک به برخورد بهتر با این نوع افراد بردارید.

۱. تمام تلاش خود را بکنید تا از آن موقعیت دور شوید. اگرچه شرایطی وجود دارد که در آن دور شدن از یک فرد سلطه گر ممکن است عملاً غیرممکن باشد، اما توصیه می شود تا حد امکان از او دور شوید. این کار فرصت های او را برای دستکاری شما از بین می برد. علاوه بر این، اگر بتوانید خود را کاملاً از یک موقعیت (مانند پیدا کردن شغل جدید) خلاص کنید، چه بهتر.

۲. بفهمید از چه چیزی برای دستکاری شما استفاده می کنند و سپس آن را از آنها بگیرید. اگر بتوانید تشخیص دهید که آنها چه هستند

اگر از آن علیه شما استفاده کنند، آنگاه شما قادر خواهید بود آن سلاح را از آنها بگیرید. در واقع، حتی ممکن است بتوانید از آن علیه آنها استفاده کنید. این یک نشانه واضح برای فرد فریبکار خواهد بود که دیگر نمی تواند به شما تسلط داشته باشد.

۳. **حقوق خود را بشناسید.** اگر در یک رابطه یا موقعیت سوءاستفاده گرانه قرار دارید، حق دارید درخواست کمک کنید. این می تواند هر نوع کمکی باشد که در دسترس شماست، اما باید به آن عمل کنید. اگر می دانید که تحت تأثیر فردی فریبکار و حتی سوءاستفاده گر قرار گرفته اید، اما چیزی در مورد آن نگوئید، ممکن است هرگز کمکی را که نیاز دارید دریافت نکنید. بنابراین، صحبت کردن در مورد آن مهم است.

۴. **از بازی سرزنش کردن خودداری کنید.** حتی یک لحظه هم فکر نکنید که این وضعیت تقصیر شماست. همچنین، نیازی نیست که فرد فریبکار را سرزنش کنید، حتی اگر او مسئول اعمال خود باشد. وقتی بازی سرزنش را انجام می دهید، با این کار به خودتان آسیب می رسانید که به نظر می رسد شما مستقیماً یا غیرمستقیم مسئول آنچه اتفاق افتاده هستید. بنابراین، حتی اگر قربانی باشید، تقصیر شما نیست که این اتفاق برای شما افتاده است. به همین ترتیب، فرد فریبکار نیز به خاطر فریبکاری و مقصر نیست. با این حال، او مسئول اعمال خود است.

۵. **بدانید چه زمانی باید دست از کار بکشید.** اگر تصمیم به مقابله با فرد فریبکار دارید، باید بدانید چه زمانی ممکن است نیاز به دور شدن از او داشته باشید. انرژی محدودی می توانید برای چنین شخصی صرف کنید. اغلب اوقات، مقابله با یک فرد فریبکار به یک جنگ فرسایشی تبدیل می شود. بنابراین، عزم شما برای پیروزی در این جنگ ممکن است شما را از نظر جسمی و عاطفی بیشتر از آنچه به دست می آورید، خسته کند.

ویژگی های رفتاری قربانیان مورد علاقه ی افراد فریبکار

ویژگی ها و خصایص رفتاری خاصی وجود دارد که افراد را در برابر دستکاری آسیب پذیرتر می کند و افرادی که دارای ویژگی های روانشناسی تاریک هستند، این را به خوبی می دانند. آن هاتمایل دارند قربانیانی را پیدا کنند که آن ویژگی های خاص را داشته باشند.

ویژگی‌های رفتاری، زیرا اساساً اهداف آسانی هستند. ناامنی عاطفی و شکنندگی افراد فریبکار دوست دارند قربانیانی را هدف قرار دهند که از نظر عاطفی ناامن یا از نظر عاطفی شکننده هستند. متأسفانه برای این قربانیان، شناسایی چنین ویژگی‌هایی حتی در افراد کاملاً غریبه بسیار آسان است، بنابراین برای فریبکاران باتجربه پیدا کردن آنها آسان است. افرادی که از نظر عاطفی ناامن هستند، وقتی مورد حمله قرار می‌گیرند یا تحت فشار هستند، تمایل دارند بسیار تدافعی رفتار کنند و این باعث می‌شود که در موقعیت‌های اجتماعی به راحتی قابل تشخیص باشند. حتی پس از تنها چند تعامل، یک فریبکار می‌تواند با درجه خاصی از دقت، میزان ناامنی یک فرد را ارزیابی کند. آنها سعی می‌کنند اهداف بالقوه خود را به روشی ظریف تحریک کنند و سپس منتظر بمانند تا ببینند اهداف چگونه واکنش نشان می‌دهند. اگر آنها بیش از حد تدافعی باشند، فریبکاران آن را به عنوان نشانه‌ای از ناامنی در نظر می‌گیرند و حملات فریبکارانه خود را تشدید می‌کنند. فریبکاران همچنین می‌توانند تشخیص دهند که آیا یک هدف از نظر عاطفی ناامن است یا خیر، اگر او اتهامات یا نظرات منفی را تغییر مسیر دهد. آنها راهی پیدا می‌کنند تا شما را در موقعیت قرار دهند، و اگر سعی کنید آن را به آنها برگردانید، یا به جای مواجهه مستقیم با موقعیت، بهانه تراشی کنید، فرد فریبکاری می‌تواند نتیجه بگیرد که شما ناامن هستید و بنابراین هدف آسانی برای آنها هستید. افرادی که اضطراب اجتماعی دارند، معمولاً ناامنی عاطفی نیز دارند و فریبکاران از این واقعیت آگاه هستند. در گردهمایی‌های اجتماعی، آنها به راحتی می‌توانند افرادی را که اضطراب اجتماعی دارند، تشخیص دهند و سپس آنها را برای فریبکاری هدف قرار دهند. "هنرمندان جلب توجه" می‌توانند دخترانی را که در موقعیت‌های اجتماعی مضطرب به نظر می‌رسند، از روی نحوه رفتارشان شناسایی کنند. پنهان کردن اضطراب اجتماعی دشوار است، به خصوص برای فریبکارانی که در سوءاستفاده از آسیب‌پذیری عاطفی تجربه دارند.

شکنندگی عاطفی با ناامنی عاطفی متفاوت است

افراد دارای ناامنی عاطفی تمایل دارند همیشه آن را نشان دهند، در حالی که افراد شکننده عاطفی به نظر عادی می‌رسند، اما با کوچکترین تحریک از نظر عاطفی فرو می‌ریزند. افراد فریبکار دوست دارند افراد شکننده عاطفی را هدف قرار دهند زیرا ایجاد واکنش از آنها بسیار آسان است. به محض اینکه یک فریبکار متوجه شود که شما از نظر عاطفی شکننده هستید، به سرعت برای دستکاری شما اقدام می‌کند زیرا می‌داند که این کار نسبتاً آسان خواهد بود. شکنندگی عاطفی می‌تواند موقتی باشد، بنابراین افرادی که این ویژگی‌ها را دارند اغلب

هدف‌فریبکاران فرصت طلب. یک فرد ممکن است بیشتر اوقات از نظر عاطفی پایدار باشد، اما ممکن است هنگام جدایی، سوگواری یا مواجهه با موقعیتی که از نظر عاطفی طاقت فرسا است، شکنندگی عاطفی را تجربه کند. فریبکاران شیطانی تر می‌توانند اعتماد شما را جلب کنند، برای خودشان وقت بگذارند و منتظر بمانند تا شما از نظر عاطفی شکننده شوید. از طرف دیگر، آنها می‌توانند از روش‌های مخفیانه برای القای شکنندگی عاطفی در فردی که هدف قرار می‌دهند، استفاده کنند.

افراد حساس

افراد بسیار حساس افرادی هستند که اطلاعات را در سطح عمیق‌تری پردازش می‌کنند و از ظرافت‌های پویایی اجتماعی آگاه‌ترند. آن‌ها ویژگی‌های مثبت زیادی دارند زیرا تمایل دارند نسبت به دیگران بسیار ملاحظه‌کار باشند و مراقب هر کاری هستند تا از آسیب رساندن به دیگران، چه مستقیم و چه غیرمستقیم، جلوگیری کنند. چنین افرادی معمولاً از هر نوع خشونت یا ظلمی بیزارند و به راحتی از گزارش‌های خبری در مورد وقایع فاجعه‌بار یا حتی نمایش صحنه‌های خونین در فیلم‌ها ناراحت می‌شوند. افراد حساس همچنین از درک احساسات دیگران، از نظر احساسی خسته می‌شوند.

افراد حساس همچنین تمایل به گوشه‌گیری دارند. آنها اکثراً درونگرا هستند و دوست دارند در خلوت خود بمانند زیرا تحریک اجتماعی می‌تواند برای آنها از نظر احساسی طاقت فرسا باشد. افراد دغل‌کار که به دنبال کنترل دیگران هستند، بیشتر احتمال دارد افراد درونگرا را هدف قرار دهند زیرا این ویژگی، منزوی کردن قربانیان بالقوه را آسان می‌کند. افراد دغل‌کار همچنین می‌توانند با گوش دادن به نحوه صحبت کردن افراد حساس، آنها را شناسایی کنند. افراد حساس تمایل دارند بسیار مناسب باشند. آنها هرگز از زبان رکیک استفاده نمی‌کنند و تمایل دارند از نظر سیاسی بسیار درست باشند زیرا سعی می‌کنند از رنجاندن کسی خودداری کنند. آنها همچنین تمایل دارند مودب باشند و بیشتر از دیگران از کلمات «لطفاً» و «متشکرم» استفاده می‌کنند. افراد دغل‌کار به دنبال چنین افرادی می‌روند زیرا می‌دانند که آنها بیش از حد مودب هستند که فوراً آنها را کنار بگذارند. افراد حساس به هر کسی لطف می‌کنند زیرا نمی‌خواهند بی‌ادب باشند و این به افراد بدخواه راه ورود می‌دهد.

افراد قاطع

افراد قاطع عموماً شبیه افراد بسیار حساس هستند، با این تفاوت که آنها بیشتر با احساسات دیگران و انرژی آنها هماهنگ هستند.

دنیای اطرافشان. آنها تمایل دارند رنج دیگران را تا جایی درونی کنند که تبدیل به رنج خودشان شود. در واقع، برای برخی از آنها، تشخیص ناراحتی کسی از ناراحتی خودشان می تواند دشوار باشد. افراد قاطع بهترین شریک زندگی هستند زیرا هر آنچه را که شما احساس می کنید، حس می کنند. با این حال، این باعث می شود که آنها به راحتی دستکاری شوند، به همین دلیل است که افراد بدخواه دوست دارند آنها را هدف قرار دهند. افراد بدخواه می توانند احساسات خاصی را وانمود کنند و آن احساسات را به افراد قاطع منتقل کنند، که آنها را طوری احساس می کنند که انگار واقعی هستند. این آنها را برای سوءاستفاده آماده می کند. افراد قاطع اهداف مورد علاقه کلاهبرداران روان پریش هستند زیرا آنها عمیقاً برای دیگران احساس می کنند. یک کلاهبردار می تواند داستان هایی در مورد مشکلات مالی بسازد و از افراد قاطع پول زیادی کلاهبرداری کند. مشکل قاطع بودن این است که چون شما چنین احساسات قوی دارید، به راحتی شک و تردیدهای خود را در مورد افراد کنار می گذارید زیرا ترجیح می دهید به فردی که معلوم می شود دروغگو است کمک کنید تا اینکه از کمک به فردی که معلوم می شود راست می گوید، خودداری کنید. افراد قاطع قلب های بزرگی دارند و معمولاً بسیار سخاوتمند هستند، اغلب به ضرر خودشان. آنها بسیار خیرخواه هستند و وقتی اطرافیان شان رنج می کشند، احساس گناه می کنند، حتی اگر تقصیر آنها نباشد و نتوانند کاری در مورد آن انجام دهند. افراد بدخواه به راحتی می توانند چنین افرادی را به دام احساس گناه بیندازند. آنها از آن دسته افرادی هستند که حاضرند با کمال میل تمام پس انداز زندگی خود را خرج کنند تا به دوستان شان کمک کنند از بدهی خلاص شوند، حتی اگر این به معنای نابودی مالی خودشان باشد. افراد بدخواه دوست دارند با افراد قاطع وارد رابطه شوند زیرا به راحتی می توان از آنها سوءاستفاده کرد.

فصل ۱۳

روابط سمی و راه های مقابله با آنها



روابط سمی همه جا هستند. آنها می توانند به طور آشکار در نحوه برخورد افراد با یکدیگر سمی باشند، یا می توانند به طور پنهان و نامحسوس سمی باشند. صرف نظر از ماهیت واقعی رابطه، روابط سمی می توانند اعتماد به نفس فرد را تضعیف کرده و آرامش خاطر او را از بین ببرند. به همین دلیل است که در ادامه به تعریف رابطه سمی، انواع روابط سمی و آنچه می توانید برای جلوگیری از آنها انجام دهید، خواهیم پرداخت.

رابطه سمی چیست؟

به طور کلی، یک رابطه سمی هر نوع رابطه ای است که حداقل به یکی از طرفین درگیر آسیب می رساند. این یک تمایز مهم است زیرا برخی از روابط سمی فقط بر یکی از طرفین تأثیر می گذارند (باید حداقل دو طرف درگیر باشند) یا ممکن است به همه طرفین درگیر آسیب برسانند.

نوع آسیبی که در این نوع رابطه رخ می دهد می تواند جسمی، عاطفی یا هر دو باشد. اغلب اوقات، یک نوع آسیب شایع تر از دیگری است. در برخی موارد، ممکن است ترکیبی از هر دو وجود داشته باشد. با این حال، یک رابطه سمی به طرفین درگیر به گونه ای آسیب می رساند که می تواند اثرات ماندگاری بر جای بگذارد.^[54]

به این مثال توجه کنید:

در یک ازدواج، یکی از زوجین به دیگری بدرفتاری فیزیکی می کند. قربانی معمولاً به دلایل مختلف این بدرفتاری را تحمل می کند. برای شروع بحث، فرض کنیم که قربانی از ترس رابطه را ترک نمی کند. به این ترتیب، قربانی کننده از این موضوع نهایت استفاده را می برد و به دنبال تسلیم بیشتر قربانی خود است. در نهایت، آسیب فیزیکی که قربانی متحمل می شود ممکن است منجر به عواقب وخیمی مانند مرگ و آسیب جدی جسمی شود.

در این مثال، یکی از طرفین مورد سوءاستفاده قرار می گیرد و در نتیجه بیشترین آسیب را متحمل می شود. قربانی کننده ممکن است در نتیجه عمل خود از پریشانی عاطفی رنج ببرد. به عنوان مثال، قربانی کننده ممکن است پس از اعمال سوءاستفاده بر همسرش احساس گناه کند، اگرچه چنین مواردی همیشه عادی نیستند.

حال، بیاید موقعیتی را در نظر بگیریم که در آن هر دو همسر در یک رابطه سمی هستند و هر دو آسیب می بینند.

در این سناریو، هیچ آسیب جسمی به هیچ یک از همسران وارد نمی شود، بلکه آسیب عاطفی است. هر دو همسر به یکدیگر توهین کلامی می کنند. آنها اغلب در مسابقات داد و فریاد شرکت می کنند که در آن حرف های بسیار زننده ای به یکدیگر می زنند. نتیجه نهایی، پریشانی عاطفی فراتر از هر چیزی است که هر یک از همسران تجربه کرده اند.

در این مورد، هر دو طرف نقش دوگانه ای ایفا می کنند؛ یعنی هم قربانی و هم قربانی کننده. این امر به طور طبیعی منجر به فروپاشی رابطه می شود که در بیشتر مواقع جبران ناپذیر است. این بدان معناست که الگوی سوءاستفاده تا پایان رابطه ادامه خواهد یافت. با این حال، هر دو طرف ممکن است چنان در مسیر خود مصمم باشند که فکر پایان دادن به رابطه برایشان غیرقابل تصور به نظر برسد. نتیجه نهایی ممکن است الگوی سوءاستفاده ای باشد که سال ها ادامه یابد.

چگونه یک رابطه سمی را تشخیص دهیم

به طور کلی، هر زمان که در یک رابطه هستید، چه عاشقانه، چه حرفه ای، چه خانوادگی یا دوستانه، و از هر نوع آسیبی رنج می برید، یعنی به هر نحوی آسیب دیده اید، حداقل به طور مداوم، و به احتمال زیاد در یک رابطه سمی هستید.

برخی از نشانه ها ممکن است بسیار نامحسوس باشند، اما اگر به هر دلیلی دائماً احساس بدی دارید، شاید لازم باشد نگاه دقیق تری به رابطه تان بیندازید.

شاید اوضاع در ظاهر خیلی بد نباشد، اما در زیر این ظاهر قابل مشاهده، ممکن است الگوی عمیقی از سوءاستفاده نهفته باشد.

بیابید محل کار شما را در نظر بگیریم.

اگر متوجه شدید که با همکارانی کار می کنید که به جای تشویق شما به بهترین بودن، شما را به پایین می کشند، به احتمال زیاد در یک محیط کاری سمی هستید. اگر به این موارد، رئیسی را اضافه کنید که پرتوقع، سلطه جو و سلطه جو است، بهتر است شغل جدیدی پیدا کنید.

به این روش در مورد آن فکر کنید.

اگر در پایان روز کاری کاملاً خسته به خانه می رسید؛ اگر احساس می کنید در یک ماراتن دویده اید؛ اگر احساس می کنید که هر روز از نظر احساسی تخلیه شده اید، پس ممکن است قربانی روابط سمی باشید. حال، داشتن یک شغل سخت که طاقت فرسا است و به درجه بالایی از آمادگی جسمی و عاطفی نیاز دارد، یک چیز است. می توانید تفاوت را تشخیص دهید زیرا احساس می کنید شغلتان فراتر از حقوق به شما حس هدف می دهد. اما اگر ترجیح می دهید به جای رفتن به سر کار، تحت درمان ریشه دندان قرار بگیرید، شرط می بندم که در محیط ایده آلی نیستید.

یکی دیگر از نشانه های آشکار اینکه در یک رابطه سمی هستید، زمانی است که احساس می کنید بیشتر از آنچه دریافت می کنید، می دهید. اگرچه این ممکن است نشان دهنده آرزوهای برآورده نشده باشد (برای مثال، یک فرد خودشیفته ممکن است احساس کند که آنچه را که در یک رابطه می خواهد به دست نمی آورد)، ارزیابی صادقانه از اعمال شما و طرف های دیگر ممکن است نشان دهد که در یک رابطه سمی هستید. کاملاً ممکن است که دیگران به سادگی از شما سوءاستفاده کنند.

علاوه بر این، روابط سمی زمانی آشکار می شوند که برای یک طرف در مقایسه با طرف های دیگر، منفعت آشکاری وجود داشته باشد. به عنوان مثال، والدین به وضوح از فرزندانشان سود می برند در حالی که خود بچه ها عشق و توجهی را که نیاز دارند دریافت نمی کنند. این معمولاً در کودکان ستاره دیده می شود. والدین از موفقیت فرزندانشان سود می برند در حالی که کودک مورد غفلت قرار گرفته و مجبور به کار است.

در کل، روابط سمی وقتی شروع به پوست کندن پیاز می کنید، کاملاً آشکار می شوند. این ارزیابی زمانی شروع می شود که می بینید به نوعی آسیب دیده اید، یا هیچ سودی از آن نمی برید.

علاوه بر این، اگر در یک رابطه هر نوع آسیب فیزیکی وجود داشته باشد، وقت آن رسیده که به آن پایان دهید.

انواع روابط سمی

در حالی که اصطلاح «رابطه سمی» معمولاً به عنوان یک اصطلاح کلی در نظر گرفته می شود که هر نوع رابطه مضر را در بر می گیرد، واقعیت این است که انواع مختلفی از این نوع رابطه وجود دارد. تفاوت عموماً در نحوه شکل گیری رابطه نهفته است. بنابراین، روابطی وجود دارند که بیشتر بر روی یک علاقه عاشقانه متمرکز هستند، در حالی که برخی دیگر بیشتر بر یک محیط حرفه ای متمرکز هستند.

روابط عاشقانه سمی

این نوع رابطه سمی می تواند جنبه های مختلفی داشته باشد. این تنها موردی است که مابه طور جداگانه بررسی خواهیم کرد، زیرا این نوع رابطه بیشترین آسیب پذیری را در برابر تبدیل شدن به یک تعامل سمی و توهین آمیز بین هر دو طرف دارد.

به طور کلی، روابط عاشقانه سمی از همان ابتدا تمایل به فروپاشی دارند. به همین دلیل، پایه های این رابطه به گونه ای بنا شده است که به سختی می توان شباهتی به آنچه یک رابطه عاشقانه عادی می خواهد، در آن یافت.

در تئوری، روابط عاشقانه شامل دو فرد است که به یکدیگر ابراز علاقه و محبت می کنند. این بدان معناست که بین هر دوی آنها نوعی وابستگی وجود دارد به طوری که آنها وقت و انرژی خود را صرف مراقبت از یکدیگر می کنند.

اگر رابطه ای تحت این بهانه ها برقرار شود، احتمال بقای آن در طول زمان بسیار بیشتر از زمانی است که تحت هر نوع بهانه دیگری برقرار شود. اکنون اوضاع به طرز چشمگیری تغییر می کند وقتی یکی از طرفین رابطه با یک برنامه پنهان وارد آن می شود. وقتی این اتفاق می افتد، ممکن است رابطه از همان ابتدا از هم بپاشد. سپس، موردی وجود دارد که یک رابطه به مرور زمان رو به وخامت می گذارد و در نتیجه منجر به سمی شدن آن می شود.

به طور کلی، یک یا هر دو طرف رابطه به نوعی از پویایی که در پی آن ایجاد می شود، آسیب می بینند. وقتی این اتفاق می افتد، کینه و نفرت ایجاد می شود که منجر به خصومت بالقوه بین طرفین می شود. در این مرحله،

ممکن است رابطه ای غیرقابل اصلاح باشد. در واقع، تنها راه حل ممکن است جدایی و ادامه دادن باشد. وقتی نوعی آسیب جسمی در میان باشد، اوضاع پیچیده تر می شود. مقابله با آسیب های طبیعی و جسمی بسیار دشوار است زیرا می تواند منجر به آسیب جدی یا حتی مرگ شود.

به همین دلیل است که توجه به این نکته مهم است که سوءاستفاده در یک رابطه عاشقانه می تواند از پرخاشگری کلامی تا آسیب فیزیکی متغیر باشد. هر اتفاقی که در این بین رخ می دهد می تواند نشانه ای باشد که فرد قربانی، چه آگاهانه و چه ناخودآگاه، به دنبال کسب بیشترین سود برای خود است. در نتیجه، باج گیری، چراغ گاز، احساس گناه یا سرزنش می تواند آشکار شود. با عمیق تر شدن سوءاستفاده، ممکن است یک یا چند مورد از این پدیده ها پدیدار شوند. قربانی ممکن است با عزت نفس خرد شده و تکه تکه شده، در هم شکسته شود. فرد قربانی ممکن است در نهایت از خود متنفر شود، هرچند قادر به شکستن الگویی که به آن عادت کرده است، نباشد.

وابستگی

وابستگی به ویژه زمانی سمی است که قربانی، طرفی باشد که وابستگی قربانی کننده را حفظ می کند.

برای روشن شدن این موضوع، یک معتاد به مواد مخدر یا الکل را در نظر بگیرید. فرد معتاد به همسر، والدین، خواهر و برادر یا دوستان خود وابسته می شود، به خصوص زمانی که تحت تأثیر مواد باشد. وقتی اعتیاد بر زندگی یک فرد غلبه می کند، ممکن است نتواند در یک زمینه اجتماعی سنتی فعالیت کند. به عنوان مثال، ممکن است به دلیل عدم توانایی در کار کردن، به حمایت مالی وابسته شود. اگر یک فرزند بالغ را در نظر بگیریم که از نظر مالی به والدین خود وابسته است، اعتیاد ممکن است این وابستگی به والدین را تداوم بخشد. سپس این رابطه برای والدین سمی می شود، به خصوص اگر آنها مسن تر باشند و دیگر قادر به کار نباشند. علاوه بر این، بار عاطفی که چنین رابطه ای می تواند بر فرد وارد کند، واقعاً طاقت فرسا است.

وابستگی را می توان در سطح عاطفی نیز مشاهده کرد. برای مثال، یک فرد کاملاً به توجه و تأیید شریک زندگی خود وابسته است. در این حالت، فرد وابسته ممکن است بدون توجه کامل شریک زندگی خود نتواند به درستی عمل کند. این را می توان در انواع حسود (صرف نظر از اینکه مرد یا زن باشند) مشاهده کرد. انواع حسود تلاش می کنند تا هر حرکت شریک زندگی خود را کنترل کنند تا بتوانند احساس امنیت و آرامش کنند. طبیعتاً، رابطه برای قربانی سمی می شود زیرا آنها تمایل دارند که به این سمت گرایش پیدا کنند.

احساس خفگی و خفه شدن در اثر میل بی امان به توجه از سوی شریک زندگی شان.

خودشیفتگی

این یکی از سمی ترین روابطی است که می توانید در آن باشید. یک فرد خودشیفته معمولاً وقتی به دنبال کنترل کامل زندگی شریک زندگی خود یا در مورد والدین خودشیفته، زندگی فرزندان شان است، از هیچ کاری دریغ نمی کند. بیایید والدین خودشیفته را کمی بیشتر بررسی کنیم.

والدین خودشیفته از آن دسته والدینی هستند که به دنبال کنترل همه چیز در مورد زندگی فرزندان شان هستند. آنها تا ابد هوشیار و بیش از حد مراقب خواهند بود. این نگرش حاصل نگرانی واقعی برای رفاه فرزندان شان نیست. بلکه تجلی ناامنی های خودشان است. در نتیجه، آنها باید کنترل کامل زندگی فرزندان شان را در دست داشته باشند تا بتوانند احساس راحتی بیشتری کنند. علاوه بر این، والدین خودشیفته تمایل دارند که به طور غیرمستقیم از طریق فرزندان شان زندگی کنند. این بدان معناست که این نوع والدین، فرزندان خود را به فعالیت ها و حوزه هایی سوق می دهند که خودشان، یعنی والدین، در زندگی خود در آنها شکست خورده اند. به این ترتیب، والدین به دنبال تحقق رویاهای خود از طریق فرزندان شان هستند. از این رو، حمایتی که این نوع والدین از رشد فرزندان شان می کنند، بیشتر از روی تمایل به تحقق رویاهای خودشان است تا دنبال کردن آرزوها و خواسته های فرزندان شان.

در نهایت، برخورد با یک رئیس خودشیفته می تواند یک تجربه وحشتناک باشد. یک رئیس خودشیفته عموماً یک مدیر جزئی نگر است و در واگذاری هر نوع مسئولیت یا قدرت تصمیم گیری به هر کس دیگری بسیار کند عمل می کند. بنابراین، آنها کاملاً متعهد به نظارت بر هر کاری هستند که انجام می شود در حالی که همه تصمیمات را متمرکز می کنند. نیازی به گفتن نیست که این می تواند بسیار ناامیدکننده باشد و در عین حال کارمندان را با حس عمیقی از ناتوانی رها کند. در نهایت، این نوع رئیسان موفق می شوند کارمندان خود را تا جایی بیگانه کنند که دیگر به کاری که انجام می دهند اهمیتی ندهند. از طرف آنها، رئیس ممکن است در نهایت احساس خستگی کامل، چه از نظر جسمی و چه از نظر عاطفی، کند، زیرا تمام انرژی آنها صرف تلاش برای حفظ کنترل همه چیز در اطرافشان می شود. این نوع رابطه برای همه افراد درگیر کاملاً سمی است.

دستکاری

دستکاری در روابط می تواند نامحسوس یا کاملاً آشکار باشد. در برخی موارد، دستکاری زمانی اتفاق می افتد که فرد دستکاری کننده دستور کار پنهانی دارد که بر اساس آن عمل می کند. در موارد دیگر، فرد دستکاری کننده صرفاً غریزی عمل می کند بدون اینکه واقعاً از آنچه که بر سر قربانی خود می آورد آگاه باشد.

صرف نظر از مورد، فرد فریبکار از قربانی خود برای هر هدفی که برایش مناسب باشد استفاده می کند. در برخی از شنیع ترین موارد، فرد فریبکار ممکن است قربانی خود را صرفاً از روی لذت و خوشی انتخاب کند؛ یعنی، او از قربانی کردن یک فرد آسیب پذیر، رضایت سادیستی کسب می کند.

همانطور که در بخش های قبلی این کتاب بحث شد، دستکاری می تواند از طریق باج گیری، ایجاد حس گناه، دروغ یا حتی تکنیک های کنترل ذهن رخ دهد. سطح پیچیدگی از سوی دستکاری کننده می تواند در نهایت تعیین کند که این تکنیک ها چقدر می توانند روی قربانی خود مؤثر باشند.

علاوه بر این، وقتی قربانی کننده خسته می شود یا به هدف خود می رسد، ممکن است قربانی به راحتی کنار گذاشته شود. این نوع نگرشی است که افراد فریبکار با گرایش های روان پریشی ممکن است داشته باشند. آنها ممکن است کوچکترین دلسوزی برای قربانی خود نداشته باشند. به همین دلیل، قربانیان خود را یکبار مصرف می بینند.

یک نکته دیگر در مورد دستکاری: وقتی قربانی از دستکاری مطلع می شود اما هیچ کاری برای متوقف کردن آن انجام نمی دهد، در آن شریک جرم می شود. به نوعی، آنها به یک عامل تسهیل کننده تبدیل می شوند زیرا تلاشی برای پایان دادن به آن نمی کنند.

وقتی این اتفاق می افتد، قربانی ممکن است از قربانی شدن لذت ببرد. این یک واکنش مازوخیستی است که ممکن است در نتیجه دوره های طولانی مدت قرار گرفتن در معرض سوءاستفاده و حتی شکنجه تکامل یابد. بنابراین، اگر افرادی را پیدا کردید که واقعاً از قرار گرفتن در معرض تجربیات دردناک لذت می برند، تعجب نکنید.

چگونه از روابط سمی اجتناب کنیم؟

دوره برای این کار وجود دارد: اول، وقتی در یک رابطه سمی هستید چه باید بکنید، و دوم، چگونه از همان ابتدا از ایجاد آن جلوگیری کنید.

اگر در یک رابطه سمی هستید، باید ارزیابی کنید که این رابطه واقعاً چقدر سمی است. اگر معتقدید که می توان آن را اصلاح کرد، عاقلانه است که با طرف مقابل صحبت کنید تا ببینید آیا راه حلی وجود دارد یا خیر.

بااین حال، اگر احساس می کنید که رابطه تان به طور جدی به خطر افتاده است، ممکن است برای بازگرداندن تعادل سالم به کمک حرفه ای نیاز داشته باشید. [55]†

از طرف دیگر، اگر معتقدید که رابطه قابل اصلاح نیست، ممکن است راه دیگری جز خروج از آن وجود نداشته باشد. اغلب، کمک حرفه ای می تواند مفید باشد، اما اصلاح یک رابطه سمی نیاز به تعهد همه طرفین درگیر دارد. اگر یکی از طرفین تمایلی به تلاش برای بهبود رابطه نداشته باشد، ممکن است هیچ راه حلی برای آن وجود نداشته باشد.

علاوه بر این، مهم است که به محض ظهور علائم هشدار دهنده، آنها را تشخیص دهید. در اینجا لیستی از علائم هشدار دهنده که باید به آنها توجه کنید، آورده شده است:

- کنترل بیش از حد
- حسادت
- ناامنی
- وابستگی عاطفی
- خشونت فیزیکی
- گناه
- نظرات آزاردهنده
- حملات منفعل-پرخاشگرانه
-
- سرزنش مداوم
- یادآوری مداوم اشتباهات گذشته

اگر هر یک از این نشانه های خطر را مشاهده کنید، باید به شما نشان دهد که ممکن است در یک رابطه سمی باشید. هر چه زودتر آنها را تشخیص دهید، زودتر می توانید از آن رابطه خارج شوید یا در بهترین حالت، رابطه را ترمیم کنید. اگر متوجه شوید که در واقع شما عامل فریبکاری هستید، ممکن است بتوانید جبران کنید و تعادل را به رابطه خود بازگردانید.

فصل ۱۴

تکنیک های کنترل ذهن



وقتی به «کنترل ذهن» فکر می کنید، چه چیزی به ذهنتان خطور می کند؟ احتمالاً این فکر به ذهنتان خطور می کند که یک مغز متفکر، نوچه هایش را مانند عروسک های خیمه شب بازی کنترل می کند. البته این به شکلی غیرمستقیم درست است. افرادی هستند که ظاهراً قدرت جادویی دارند و می توانند دیگران را مجبور به انجام دستورات خود کنند.

[56]

واقعیت این است که چنین قدرت هایی وجود ندارند. اگر وجود داشتند، هر کسی که می توانست آنها را توسعه دهد، فوق العاده قدرتمند می شد. بنابراین، این سوال مطرح می شود: کنترل ذهن چیست؟

برای پاسخ به این سوال، باید به طور خاص بر چگونگی عملکرد اراده آزاد در بین انسان ها تمرکز کنیم. به طور کلی، یک انسان دارای اراده آزاد است. این بدان معناست که یک فرد آزاد است هر کاری را که می خواهد انجام دهد انتخاب کند. با این حال، این توانایی می تواند بسته به شرایط پیرامون یک فرد، کم و بیش افزایش یابد.

یک دقیقه به آن فکر کنید.

اگر در دوران آلمان نازی در اردوگاه کار اجباری گیر می افتادید، کار زیادی برای استفاده از آزادی تان نمی توانستید انجام دهید.

هرنوع ابراز آزادی انتخاب شما به سرعت توسط مسئولین نگه داشتن زندانیان در صف، سرکوب می شد.

این بدان معناست که اراده آزاد را می توان تا حدودی نفی کرد، هرچند که کاملاً از بین نمی برد. بنابراین، کنترل ذهن، با زمینه ای که در این فصل بر آن تمرکز داریم، می تواند به گونه ای تحت تأثیر قرار گیرد که یک فرد بتواند فرد را به انجام یک کار یا کار دیگری ترغیب کند. حال، این «تأثیرگذاری» یا «اقناع» سنتی شما نیست. ما در مورد تکنیک های قدرتمندی صحبت می کنیم که در آن ها می توانید با واکنش ها و غرایز طبیعی یک فرد بازی کنید تا آنها مجبور شوند کاری را که شما می خواهید انجام دهند.

این واقعاً چیز قدرتمندی است. به همین دلیل است که این فصل به بررسی روش هایی می پردازد که می توانید از چنین تکنیک هایی برای متقاعد کردن دیگران با برنامه ها و ایده های خود استفاده کنید، بدون اینکه مجبور باشید به اجبار یا هر نوع حيله و نیرنگ دیگری متوسل شوید.

سرزنش، گناه و شرم

افراد حيله گر فرض می کنند که «بهترین دفاع، حمله ی خوب است». این یعنی یک فرد حيله گر معمولی به طور پیشگیرانه راهی پیدا می کند تا کاری کند که قربانیانش احساس کنند که خودشان متجاوز هستند نه قربانی. به عنوان مثال، همسران بدرفتار ممکن است شریک زندگی خود را به خاطر بد رفتاری خود سرزنش کنند. جملاتی مانند «تولیاقت این را داری، بعد از رفتاری که داشتی» معمولاً برای این استفاده می شوند که قربانی احساس کند مسئول بد رفتاری است که به او تحمیل شده است. ناگفته پیداست که حتی وقتی شخصی مسئول اعمال بد است، هیچ دلیلی در دنیا برای توجیه بد رفتاری وجود ندارد. افراد حيله گر همچنین عاشق بازی «بازی سرزنش» هستند. این امر به ویژه زمانی صادق است که احساس می کنند در تنگنا قرار گرفته اند. یک نمونه ی عالی از این مورد، محل کار است. افراد حيله گر در محل کار راه هایی برای انداختن تقصیر به گردن همکارانشان پیدا می کنند، حتی زمانی که مشخص است که خودشان مقصر بوده اند. وقتی این اتفاق می افتد، افراد حيله گر می توانند موقعیت ها را به نفع خود تغییر دهند و از مسئولیت فرار کنند. اگر به حال خودرها شوند، می توانند انداختن تقصیر به گردن دیگران را به یک روال تبدیل کنند. ناگفته نماند که این موضوع می تواند برای اطرافیان آنها ویرانگر باشد.

شرم سار کردن یکی دیگر از تاکتیک های رایجی است که افراد فریبکار برای مطیع کردن اراده قربانی خود استفاده می کنند. در شرم، فرد فریبکار چیزی را در فرد پیدا می کند و از آن به نفع خود استفاده می کند. در روابط عاشقانه، افراد فریبکار می توانند از ...

نقص های جسمی یا عاطفی شریک زندگی علیه او. به عنوان مثال، جملاتی مانند «هیچ کس نمی تواند تو را به اندازه من دوست داشته باشد» یک تاکتیک شرم آور پنهان است که در واقع به این معنی است که «من در دوست داشتن تو خیلی سخاوتمندم، مخصوصاً وقتی هیچ کس دیگری نمی تواند کسی مثل تو را دوست داشته باشد.» وقتی معنای ضمنی آن را می فهمید، این یک روش وحشتناک برای رفتار با یک شریک عاطفی است. با این وجود، این اتفاق همیشه می افتد.

پلیس خوب، پلیس بد

این تکنیک به طرح رایج فیلم اشاره دارد که در آن دو کارآگاه از یک مظنون به روش های مختلف بازجویی می کنند. با این حال، این تکنیک زمانی شکل می گیرد که یکی از پلیس هاییش از حد پرخاشگر است در حالی که دیگری مهربان تر و دوستانه تر رفتار می کند.

چیزی که در این مورد می بینید، کشمکش بین انواع مختلف شخصیت نیست. چیزی که می بینید، تلاش آشکاری برای گیج کردن مظنون است. می بینید، وقتی با یک فرد بیش از حد پرخاشگر روبرو می شوید، گزینه طبیعی شما این است که در موقعیت دفاعی قرار بگیرید. سپس، وقتی بلافاصله با یک فرد «خوب» روبرو می شوید، روان شما به هم می ریزد. واقعاً نمی دانید چگونه واکنش نشان دهید. ممکن است بترسید یا مشکوک شوید.

بازی کردن نقش قربانی

برخی از افراد ماهر در دستکاری و فریب دیگران، ترجیح می دهند نقش قربانی را به جای متجاوز بازی کنند. این ممکن است برای کسانی که قدرت بدنی بیشتری ندارند یا خود را در موقعیت قدرت نمی بینند، مناسب باشد. وقتی افراد ماهر در دستکاری و فریب دیگران نقش قربانی را بازی می کنند، دیگران را در نقش متجاوز قرار می دهند و از این طریق به صورت پنهانی اعمال نفوذ می کنند.

این وضعیت را در نظر بگیرید. دوماشین در وسط جاده با هم تصادف می کنند. یکی از رانندگان فردی قدبلند و عضلانی است در حالی که دیگری فردی کوتاه قد و نحیف به نظر می رسد. در این مثال، فرد «ضعیف تر» مقصر تصادف است. با این حال، آنها به طور خودکار کارت قربانی را بازی می کنند و نشان می دهند که تقصیر آنها نبوده و غیره. وقتی پلیس می رسد، آنها با این ادعا که فرد بزرگتر آنها را تهدید می کند، از افسران پلیس درخواست حمایت می کنند. اینکه آیا این موضوع واقعاً درست است یا خیر، موضوع مهمی نیست. آنچه مهم است این واقعیت است که پلیس طرف فردی را می گیرد که به نظر ضعیف تر از دیگری می رسد. و اگرچه این ممکن است از نظر فیزیکی درست باشد، اما فرد «ضعیف»

فرد به هیچ وجه اینطور نیست. آنها به اندازه کافی باهوش هستند که از یک نقطه ضعف آشکار به نفع خودشان سوءاستفاده کنند.

تحریف آگاهانه احساسات و افکار تا حد پوچی

این نوع تاکتیک برای کاهش احساسات فرد به پایین ترین حد ممکن استفاده می شود. به عنوان مثال، وقتی کسی از چیزی رنجیده یا ناراحت است، جمله ای مانند «اوه، چیز مهمی نیست» برای کوچک جلوه دادن احساسات این فرد، به ویژه زمانی که واقعاً مسئله مهمی است، به کار می رود. البته مواردی وجود دارد که افراد واقعاً بیش از حد واکنش نشان می دهند. با این وجود، کوچک جلوه دادن سیستماتیک احساسات افراد می تواند منجر به احساس پوچی واقعی شود. نتیجه نهایی ممکن است احساس ناامیدی کامل و مطلق باشد.

همچنین، افراد فریبکار از اهمیت دادن به احساسات و عواطف افراد لذت می برند. یک دلیل ساده پشت این موضوع وجود دارد: اگر شما همدل باشید و به دنبال تقویت احساسات افراد باشید، در واقع به آنها قدرت می دهید تا خودشان را بسازند. وقتی این اتفاق می افتد، کنترل و دستکاری آنها دشوار است. نتیجه نهایی کسی است که حس قوی از بودن و با هم بودن دارد. به همین دلیل است که افراد فریبکار به دنبال از بین بردن هرگونه شباهت به وحدت در فرد هستند.

وقتی در حضور یک فریبکار ماهر هستید، متوجه خواهید شد که آنها تلاش می کنند شکاف هایی ایجاد کنند که در مقطعی می تواند به شکافی عمیق تبدیل شود که به راحتی با هیچ چیز دیگری پر نمی شود. این امر باعث ایجاد وابستگی به «حمایت» عاطفی می شود که فریبکار می تواند ارائه دهد. در نهایت، فریبکار قادر به منزوی کردن قربانی می شود. همه اینها با کوچک شمردن احساسات قربانی تا حد پوچی آغاز می شود.

«شوالیه سفید»

این بازی توسط افراد ماهر و حيله گر استفاده می شود. در این بازی، فرد حيله گر عمداً مشکلی ایجاد می کند و سپس به کمک او می شتابد. هدف این است که در بین اطرافیان وابستگی عاطفی ایجاد شود، زیرا تنها کسی که می تواند مشکلات پیش روی آنها را حل کند، خود حيله گر است. با این حال، قربانیان ممکن است آگاه نباشند که این مشکلات به صورت مصنوعی توسط «شوالیه سفید» ساخته شده اند تا خود را خوب جلوه دهند.

این نوعی از تکنیک «مشکل-واکنش-راه حل» است. با این تکنیک، افراد فریبکار مشکلی را ایجاد می کنند یا مشکل موجود را تشدید می کنند، سپس افراد را وادار به واکنش به شیوه ای خاص می کنند تا بتوانند با راه حل معجزه آسا به کمک آنها بیایند.

بنابراین، دفعه ی بعد که از خودتان پرسیدید بعضی افراد در مواقع ضروری این راه حل های معجزه آسا را از کجا می آورند، اگر خودتان را در میان یک استاد دستکاری و فریبکاری یافتید، تعجب نکنید.

فصل ۱۵

راه هایی برای محافظت از خود در برابر کنترل ذهن



دردام آنها نیفتید

افرادی می توانند از هر نوع راهکاری، مانند سوءتفاهم، احساس گناه یا اجبار، برای بازی با احساسات دیگران استفاده کنند تا واقعاً به قلب آنها راه پیدا کنند. وقتی، مانند محل کار، اغلب مجبورید با این نوع افراد سر و کله بزنید، به جای مبارزه با آنها، با گفتن چیزی خوب، آنها را نادیده بگیرید و نادیده بگیرید. افراد دستکاری کننده احساسات وقتی شما دردام تاکتیک های آنها می افتید، موفق می شوند. اما وقتی اجازه نمی دهید که آنها به شما برسند، آنها شکست می خورند زیرا شما به وضوح از تلاش های آنها برای دستکاری احساسات طفره می روید. [57].

هرزمان که ممکن است، از دیگران دوری کنید

این امر احتمال گرفتار شدن در بازی های آنها را کاملاً از بین می برد. وقتی بتوانید افراد فریبکار را تشخیص دهید، یا بهتر است به اندازه کافی خوش شانس باشید که دیگران از قبل به شما هشدار دهند، می توانید از این افراد دوری کنید. اغلب، ممکن است مجبور شوید با آنها مودب باشید و در عین حال فاصله سالم را حفظ کنید. این می تواند ناراحتی زیادی در آینده برای شما جلوگیری کند. در این نوع شرایط، همیشه بهترین کار این است که زنده بمانید تا یک روز دیگر بجنگید.

هرکاری که انجام می دهند و می گویند را نادیده بگیرید

چه به وضوح تشخیص داده باشید که با یک فرد سلطه گر طرف هستید و چه نه، همیشه بهتر است افرادی را که مانند قلدر رفتار می کنند نادیده بگیرید. اغلب اوقات، آنها به این روش حمله می کنند زیرا به دنبال جلب توجه هستند. برای انجام این کار، ممکن است رفتارهای گستاخانه یا مواضع تهاجمی اتخاذ کنند. همچنین، ممکن است به دنبال ارباب دیگران باشند تا فقط بی کفایتی های خود را ارضا کنند. بنابراین، همیشه بهتر است آنها را نادیده بگیرید. آنها در نهایت خسته می شوند و به کار خود ادامه می دهند. تا زمانی که در بازی آنها غرق نشوید، نباید بیش از حد لازم عصبانی شوید.

سعی کنید فریب نخورید

مستقیماً با مشکلات آنها برخورد نکنید. یک فرد فریبکار معمولی هرگز آشکارا با شما روبرو نمی شود. در عوض، آنها به دنبال راه های پنهانی تری برای درگیر کردن شما هستند. آنها منفعل-پرخاشگر هستند و به دنبال راه های ظریفی برای به گوشه راندن شما می گردند. به عنوان مثال، ممکن است مشاهدات کلی داشته باشند که به وضوح کسی را هدف قرار می دهد. جملاتی مانند "اینجا چقدر بهم ریخته است، چرا کسی اینجا را تمیز نمی کند؟" برای ایجاد واکنش در نظر گرفته شده اند. کسی که غافلگیر می شود ممکن است از این جمله رنجیده خاطر شود و در دام بیفتد. این حملات منفعل-پرخاشگر اغلب به قربانی معطوف می شوند تا بتوانند واکنش نشان دهند و اساساً به متجاوز تبدیل شوند. در آن مرحله، فریبکار می تواند پس از اینکه هدف پاسخ داد، نقش قربانی را بازی کند.

آیا اینجا دستکاری را می بینید؟ به همین دلیل بهتر است قبل از واکنش نشان دادن به هرگونه اظهار نظر نیشدار، کنایه یا کنایه از طرف هر کسی در اطرافتان، خوب فکر کنید، به خصوص وقتی که مشخص است آنها خیر و صلاح شما را در نظر ندارند.

سازش را متوقف کنید

وقتی افراد در یک رابطه ی خشونت آمیز گرفتار می شوند، تمایل به سازش دارند. اغلب، آنها معتقدند که این بهترین کاری است که می توانند انجام دهند. به عنوان مثال، آنها در یک محیط کار سمی هستند، اما تصمیم می گیرند در آنجا بمانند زیرا معتقدند که این تنها شغلیا بهترین شغلی است که می توانند به دست آورند. بنابراین، آنها اجازه می دهند که سوءاستفاده ادامه یابد، حتی زمانی که از آن آگاه هستند. بسیاری از اوقات، این اتفاق از ترس رخ می دهد، یعنی ترس از بیرون رفتن و گرفتن شغل دیگر. در سطح شخصی، افراد می توانند در یک روال عادی قرار بگیرند و در نتیجه خروج از آن برایشان دشوار باشد. اگر به هر دلیلی در حال سازش هستید، لطفاً ارزش ها و اهداف خود را دوباره ارزیابی کنید. لازم نیست به هیچ دلیلی سازش کنید.

ایجاد حس هدفمندی بیشتر

خیلی وقت ها، گم شدن در شلوغی و هیاهوی زندگی آسان است. وقتی این اتفاق می افتد، پیدا کردن معنای واقعی زندگی می تواند بسیار پیچیده باشد. حال، معنای واقعی زندگی یک جستجوی حماسی نیست که در آن باید اعماق زمین را پیماییم. در واقع، یافتن معنای واقعی زندگی، تعهد به یک هدف والاتر است. منظور ما از این تعهد، تعهد به یک ارزش والاتر، مثلاً همدلی است. وقتی این تعهد را می پذیرید، برای دیگران دشوار است که شما را پایین بیاورند. علاوه بر این، اگر در چنین رابطه ای هستید، انجام این تعهد می تواند به شما کمک کند تا از آن بیرون بیایید و از زمان و تلاش خود نهایت استفاده را ببرید.

این یعنی اگر متوجه شدید که اطرافیان شما به دنبال خرابکاری در رشد شما هستند، شاید وقت آن رسیده که از آنها فاصله بگیرید. این ممکن است به معنای گرفتن تصمیمات دردناکی باشد. اما در نهایت، باید هر کاری را که باعث می شود نسبت به خودتان و شرایطی که در آن قرار دارید احساس خوبی داشته باشید، انجام دهید.

روی خودت شرط ببند

روابط سمی عادت دارند اعتماد به نفس و عزت نفس شما را تضعیف کنند. به طور خاص، وقتی یک فرد سلطه گر با انجام بازی های ذهنی، روان شما را کنترل می کند، اعتماد به نفس شما می تواند کاملاً از بین برود. وقتی این اتفاق می افتد، ممکن است در مورد اینکه چه کاری باید انجام دهید و چگونه پروژه های بزرگتر خود را مدیریت کنید، کاملاً دچار تردید شوید. واقعیت این است که این دقیقاً همان چیزی است که افراد سلطه گر می خواهند شما انجام دهید. آنها می خواهند در درون شما سردرگمی ایجاد کنند تا نتوانید مسیر خود را پیدا کنید. در غیر این صورت، عملاً غیرممکن است که فردی را که کاملاً متمرکز است و روی پای خود ایستاده است، دستکاری کرد.

زمین و یک سر خوب روی شانه هایشان. وقتی متعهد می شوید که خودتان را بهبود ببخشید، متوجه خواهید شد که شرط بندی روی توانایی هایتان همیشه به طور چشمگیری نتیجه خواهد داد.

از وابستگی عاطفی به آنها خودداری کنید

گفتنش آسان تر از انجام دادنش است، مخصوصاً اگر فوراً رُنگ واقعی خود را نشان ندهند. به اولین هشدار آنها توجه کنید، زیرا همیشه نشانه های خطر وجود دارد. این امر به ویژه در مورد روابط عاشقانه صادق است. و اگرچه ممکن است تا زمانی که سرمایه گذاری عاطفی روی آنها نکرده آید، متوجه نشوید که فرد فریبکار چه نقشه ای در سر دارد، اما تمام تلاش خود را بکنید تا از وابستگی به آنها تا زمانی که به طور معقولی مطمئن نشده آید، اجتناب کنید. فریبکاران عاطفی همیشه افق را برای قربانی بعدی خود بررسی می کنند. اما اگر از ابتدا سرمایه گذاری زیادی در رابطه نکرده باشید، جدایی بسیار آسان تر است. اگر بتوانید آن نشانه های خطر اولیه را تشخیص دهید، می توانید قبل از اینکه به هر نحوی به شما آسیب بزنند، از رابطه خارج شوید.

یک ذهنیت قوی ایجاد کنید

قدرت ذهنی به نظر یک کلمه کلیدی می آید، زیرا بسیاری از متخصصان ادعا می کنند که دستورالعمل ایجاد سرسختی و تاب آوری را دارند. واقعیت این است که ایجاد سرسختی ذهنی و عاطفی فرآیندی است که معمولاً شامل آزمون و خطای زیادی می شود. منظور ما این است که شما قبل از رسیدن به نقطه ای که می دانید از شرایط بی شماری چه انتظاری داشته باشید، تجربیات منفی زیادی را پشت سر می گذارید. با افزایش قدرت خود، متوجه خواهید شد که بسیاری از چیزهایی که زمانی تأثیر منفی بر شما داشتند، دیگر به اندازه قبل مهم نخواهند بود. علاوه بر این، می توانید اجازه دهید احساسات منفی بدون وارد کردن آسیبی که قبلاً ایجاد می کردند، از بین بروند. به عبارت دیگر، یک طرز فکر قوی محصول بلوغ و تجربه است. بنابراین، همیشه تمام تلاش خود را بکنید تا به تجربیات منفی زندگی به عنوان یک درس آموخته شده نگاه کنید.

شستشوی مغزی



وقتی بیشتر مردم به شستشوی مغزی فکر می کنند، تمایل دارند به تصاویری که در فیلم هادیده اند فکر کنند. در فیلم های هالیوودی، معمولاً به تصویر کشیده می شود که قربانیان تحت یک سری درمان ها قرار می گیرند تا اراده شان اساساً مطیع اراده اربابشان شود. در نتیجه، قربانی دیگر نمی تواند مستقل فکر کند. در عوض، قربانی در نهایت به شیوه ای عمل و رفتار می کند که ارباب یا فرد سلطه گر به او دستور می دهد.

تقریباً همیشه، شستشوی مغزی شامل نوعی نیرو یا آسیب روحی است که باعث می شود قربانی اساساً از عواقب عدم پیروی از دستورات فرد مداخله گر بترسد. نمونه خوبی از این مورد را می توان در فیلم "پرتقال کوکی" مشاهده کرد که در آن یک زندانی تحت یک سری شکنجه قرار می گیرد. هر شکنجه سطح خشونت را تا حدی افزایش می دهد که اراده فرد مورد آزمایش در هم می شکند.

در این فیلم، کل هدف این فرآیند «بازپروری» یک مجرم محکوم به عضویت در جامعه است. بنابراین، آنچه می بینید جایگزینی یک مجموعه رفتار با مجموعه ای دیگر است. البته، روش های معنادارتری برای انجام این کار وجود دارد. با این حال، اثربخشی و موفقیت کلی جایگزینی یک عادت با روش هایی غیر از خشونت لزوماً تضمین نمی شود.

اگرچه این نوع موقعیت ها اتفاق می افتند، اما ما در این کتاب در مورد استفاده از کنترل ذهن مبتنی بر تروما صحبت نمی کنیم.[58]. —

آنچه ما در حال بحث در مورد آن هستیم این است که چگونه شستشوی مغزی به طور کلی به عنوان بخشی از یک وضعیت اجتماعی گسترده تر رخ می دهد.

برای مثال، کودکان به عنوان بخشی از جامعه خود با مجموعه ای از ارزش های خاص بزرگ می شوند. با بزرگ شدن، ممکن است با سناریوهای مختلفی روبرو شوند که در آنها مجبور به تغییر این طرز فکر شوند. اینجاست که بچه های به ظاهر عادی پس از پیوستن به یک سازمان سیاسی، تروریست می شوند. همچنین، افرادی را داریم که به یک فرقه مذهبی می پیوندند و ناگهان "شستشوی مغزی" می شوند تا باور کنند که رهبر آن یک خداست.

همه این موقعیت ها تأکید می کنند که شستشوی مغزی می تواند یک «فرآیند تدریجی» باشد که در آن فرد متوجه نمی شود چه بلایی سر خودش می آورد. آنها فقط با جریان همراه می شوند و زمانی متوجه می شوند که فریب خورده اند که خیلی دیر شده است. در برخی موارد، ممکن است هرگز از آن خارج نشوند. لازم به ذکر است که نحوه عملکرد این فرقه ها و گروه های سیاسی از طریق تغییر درک فرد از واقعیت است. تا زمانی که با واقعیت در تماس نباشید، می توانید شما را دستکاری کنید. وقتی فردی از محیطی که او را به شخصیت و واقعیتش پیوند می دهد، دور شده باشد، مستعد شستشوی مغزی است.

فرآیند شستشوی مغزی

اصطلاح «شستشوی مغزی» برای اشاره به این واقعیت استفاده می شود که مجموعه ای از باورها و ایده های یک فرد با مجموعه ای دیگر که توسط فرد دستکاری کننده در او کاشته شده است، جایگزین می شود. توجه به این نکته مهم است زیرا همه انسان ها مجموعه ای از افکار، ایده ها و باورها را دارند که به عنوان بخشی از تربیت آنها برنامه ریزی شده است. طبیعتاً، این بدان معناست که زمینه اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و مذهبی شما نوع برنامه ریزی شما را به عنوان یک بزرگسال تعیین می کند.

این همان چیزی است که شستشوی مغزی را بسیار دشوار می کند. گذشته از همه اینها، چگونه می توانید این برنامه ریزی را تغییر دهید، به خصوص اگر قربانی تمایلی به انجام این کار نداشته باشد؟ به این ترتیب، باید مکانیسمی وجود داشته باشد که قربانی بتواند تغییر در برنامه ریزی را بپذیرد و در نتیجه منجر به تغییر در الگوهای رفتاری شود.

رایج ترین وسیله ای که برای دستیابی به این تغییر در برنامه ریزی استفاده می شود، خشونت است. خشونت می تواند برای وادار کردن فرد به پذیرش تغییر در الگوهای رفتاری به دلیل ترس از عواقب منفی مورد استفاده قرار گیرد. به طور خلاصه،

شستشوی مغزی مؤثر زمانی اتفاق می افتد که فرد در صورت عدم رعایت خواسته های فرد کنترل گر، با مجموعه ای از پیامدهای منفی مواجه شود.

بیابیداین وضعیت را در نظر بگیریم.

فردی می خواهد سیگار را ترک کند، اما قادر به انجام این کار نیست. فرد فریبکار اصرار دارد که قربانی را به هر طریق ممکن مجبور به ترک سیگار کند. بنابراین، فرد فریبکار هر بار که سیگار می کشد، او را کتک می زند. در کتک دوم، قربانی از عواقب منفی سیگار کشیدن می ترسد. در نتیجه، قربانی دو بار در مورد سیگار کشیدن فکر می کند تا مبادا با عواقب منفی آن روبرو شود. در نهایت، قربانی کاملاً متوجه خواهد شد که هر بار که سیگار می کشد، چه انتظاری می تواند داشته باشد. در نهایت، قربانی آنقدر می ترسد که سیگار کشیدن را ترک می کند.

اگرچه این نوع تکنیک ممکن است وحشیانه به نظر برسد، اما واقعیت این است که کاملاً رایج است. در سراسر جامعه، هر بار که کاری انجام می دهیم که هنجارهای اجتماعی را نقض می کند، با عواقب منفی روبرو می شویم. به مجرمان فکر کنید. آنها وقتی قانون را زیر پا می گذارند، با عواقب منفی روبرو می شوند. این مجرمان به دلیل تخلفات خود به زندان می افتند. هدف اصلی این کار ایجاد یک عامل بازدارنده است تا سایر اعضای جامعه قوانین را رعایت کنند تا مبادا آنها نیز با عواقب مشابهی روبرو شوند.

تقویت منفی به همان اندازه تقویت مثبت قدرتمند است. تفاوت در این است که تقویت مثبت به دنبال ستایش رفتار مناسب است در حالی که تقویت منفی به دنبال تنبیه رفتار نامطلوب است.

وقتی از تقویت مثبت استفاده می شود، رفتارها از طریق متقاعدسازی تشویق می شوند، یعنی فرد می فهمد که کاری که انجام می دهد خوب است و جامعه را به طور کلی خشنود می کند. از سوی دیگر، تقویت منفی به دنبال ایجاد فرهنگ ترس است به گونه ای که هر کسی که از آن پیروی نکند، با مجموعه ای از عواقب سخت روبرو شود. در نهایت، ترس بسیار مؤثرتر از تشویق است زیرا ترس با واکنش های غریزی در انسان ها بازی می کند.

مراحل شستشوی مغزی

فروپاشی خود

فروپاشی خود فرد، اولین مرحله از فرآیند شستشوی مغزی است. عامل می خواهد هویت قدیمی سوژه را بشکند و او را در طول این فرآیند، شکننده تر و پذیرای هویت جدید مورد نظر کند. این مرحله برای ادامه فرآیند ضروری است. اگر سوژه هنوز در عزم و اراده خود و خود قدیمی اش راسخ باشد، عامل در تلاش هایش خیلی موفق نخواهد بود. شکستن این هویت و وادار کردن سوژه به زیر سوال بردن خود و محیط اطرافش، به تغییر سریع تر هویت ها در مراحل بعدی کمک می کند. این کار با چندین مرحله انجام می شود، مانند حمله به هویت سوژه، استفاده از احساس گناه، خیانت به خود و سپس نقطه شکست [59].

امکان رستگاری

زمانی که عامل در تجزیه ی «خود» سوژه مؤثر واقع شد، زمان آن رسیده است که به مرحله ی بعدی برویم.

در این مرحله، سوژه تنها در صورتی می تواند نجات یابد که آماده باشد از خود و باورهای سابقش روی برگرداند و در عوض، باورهای جدیدی را که ارائه می شود، بپذیرد. سوژه این فرصت را دارد که بفهمد اطرافش چیست و به او اطمینان داده می شود که وقتی مسیر دلخواه را دنبال کند، همه چیز درست خواهد شد.

در این مرحله از مرحله شستشوی مغزی، چهار مرحله وجود دارد: نرمش، اجبار به اعتراف، هدایت احساس گناه و رهایی از احساس گناه.

بازسازی خود

فرد مورد آزمایش تا این مرحله چندین مرحله و اختلال عاطفی را تجربه کرده است. او متقاعد شده است که اشتباه می کند و باید اصلاح شود و سیستم اعتقادی اش توسط اشتباه خودش ایجاد شده و باید تغییر کند. او متحمل سختی های زیادی شده است که برای از بین بردن هویت قدیمی اش طراحی شده اند. بالاخره این کار انجام شده است؛ فرد مورد آزمایش باید با راهنمایی عامل یاد بگیرد که چگونه خود را ترمیم کند.

این مرحله به عامل فرصت می دهد تا ایده ها یا مفاهیم جدیدی را معرفی کند، زیرا سوژه کاملاً بی تجربه است و بسیار مایل است یاد بگیرد که چگونه احساس بهتری داشته باشد و بهتر باشد.

تأثیر شستشوی مغزی

تأثیر کلی شستشوی مغزی را می‌توان در شخصیت فرد یافت. وقتی شستشوی مغزی موفقیت‌آمیز باشد، نتیجه کلی، روانی تکه تکه در قربانی است. منظور از «روان تکه تکه» این است که فرد در واقع یک وجود کاملاً یکپارچه ندارد، یعنی موجودی که کاملاً بر احساسات و اعمال خود کنترل داشته باشد. فردی با شخصیت تکه تکه ممکن است در نهایت ارتباط خود را با واقعیت از دست بدهد. این هدف اصلی شستشوی مغزی است.

وقتی فردی ارتباطش را با واقعیت از دست می‌دهد، تشخیص واقعیت از غیر واقعیت می‌تواند دشوار باشد. نتیجه نهایی، فرصتی برای فرد فریبکار است تا نسخه خود از واقعیت را در روان قربانی جای دهد. وقتی این اتفاق می‌افتد، قربانی ممکن است برای یافتن هر نوع معنایی در زندگی خود دچار مشکل شود. به همین دلیل، می‌تواند به دوره‌هایی منجر شود که فرد دچار وحشت می‌شود. اینجاست که تکنیک‌های شستشوی مغزی باید تقویت شوند. به عنوان مثال، فرد باید یک بار دیگر تحت شکنجه قرار گیرد تا عواقب منفی ناشی از عدم رعایت قوانین را دوباره تأیید کند.

هرچقدر هم که شستشوی مغزی وحشتناک به نظر برسد، حقیقت این است که تقویت منفی می‌تواند در سطوح مختلفی اتفاق بیفتد. به عنوان مثال، والدین می‌توانند مرزهایی را برای فرزندان خود تعیین کنند که به موجب آن تخلف از هنجارهای خانواده می‌تواند منجر به عواقب منفی شود. این عواقب ممکن است شامل تنبیه کودک برای مدت معینی یا شاید سلب امتیازات خاص باشد. در نتیجه، کودک از نتیجه خانه پیروی می‌کند تا مبادا با عواقب اعمال خود روبرو شود.

حال، این یک نکته بسیار مهم را مطرح می‌کند. اغلب، تهدید به عواقب منفی ممکن است برای وادار کردن فرد به اطاعت کافی باشد. اما نکته‌ای وجود دارد که در آن فرد فریبکار باید به تهدیدات خود عمل کند. این بدان معناست که اگر فریبکار مجبور شود واقعاً تهدیدات خود را عملی کند تا ثابت کند که جدی است، ممکن است مجبور شود.

این موضوع به طور مداوم در دنیای جرم و جنایت دیده می‌شود. وقتی یک قاچاقچی مواد مخدر یا رئیس مافیای هشدار می‌دهد، باید از کسی الگو بسازد تا دیگران «مطیع او شوند». اگرچه این کار توسل به خشونت است، اما خود الگو به تنهایی اهمیت دارد. بنابراین، اگر والدینی به فرزند خود هشدار دهند که اگر وظایفش را به درستی انجام ندهد،...

انجام تکالیف منجر به از دست دادن امتیاز تماشای تلویزیون می شود، پس بهتر است والدین وقتی کودک از انجام تکالیف سر باز می زند، با آن کنار بیایند.

در نهایت، عمل به تهدیدها یک هدف روانشناختی را دنبال می کند: این کار باعث ایجاد ثبات در ذهن اطرافیان فرد فریبکار می شود. دقیقاً همان نتیجه ای که وقتی شخصی تقویت مثبت ارائه می دهد، حاصل می شود. اگر افراد در ازای دریافت پاداش تشویق به انجام کاری شوند، باید در صورت لزوم به آن پیشنهاد عمل شود. در غیر این صورت، افراد احساس فریب خوردگی می کنند و در آینده از پیروی از آن خودداری خواهند کرد.

تاکتیک های شستشوی مغزی

تاکنون ثابت کرده ایم که شستشوی مغزی علاوه بر تقویت منفی، شامل نوعی خشونت یا حداقل تهدید به آن نیز می شود. این امر در نهایت می تواند منجر به تکه تکه شدن روان یا حداقل، دلسرد شدن از الگوهای رفتاری نامطلوب شود. بنابراین، اکنون نگاهی به برخی از تاکتیک های خاصی که می توانند برای تحریک واکنش «شستشوی مغزی» در یک فرد استفاده شوند، خواهیم انداخت. لازم به ذکر است که این تاکتیک ها از نظر میزان نیرو متفاوت هستند و نباید بدون درک کامل از نتایجی که ممکن است ایجاد کنند، به کار گرفته شوند.

تضعیف عزت نفس

یکی از موثرترین راه هایی که می توان یک فرد را شستشوی مغزی داد، تضعیف عزت نفس اوست. وقتی فردی کاملاً یکپارچه و به توانایی های خود اعتماد داشته باشد، احساس نمی کند که برای تأیید به هیچ منبع خارجی نیاز دارد. آنها تمام تأییدی را که نیاز دارند، در نتیجه ارزش درک شده خودشان دریافت می کنند. وقتی این ارزش درک شده کاهش می یابد، فرد به تأیید از منابع خارجی نیاز دارد.

تضعیف عزت نفس یک فرد می تواند به سادگی گفتن مداوم به او که به اندازه کافی خوب نیست، اشاره به اشتباهاتش و اطمینان از اینکه در هر فرصتی مورد انتقاد قرار می گیرد، باشد. این نوع نگرش تضمین می کند که این افراد هرگز از زمین بلند نمی شوند و در نتیجه از نظر عاطفی به فرد سلطه گر وابسته می شوند.

انزوا

یکی از تاکتیک های رایج که افراد فریبکار دوست دارند به دنبال آن باشند، انزوا است. حالا، انزوا می تواند در یک ... اتفاق بیفتد. معنای تحت اللفظی یعنی، اساساً یک شخص ربوده شده و از زندگی معمول خود بیرون کشیده می شود.

وقتی این اتفاق می افتد، قربانی از نظر فیزیکی از هر زمینه ای که با آن آشناست، دور می شود.

افراد فریبکار تلاش زیادی می کنند تا قربانیان را از خانواده، دوستان و سایر شبکه های حمایتی شان جدا کنند. این به این دلیل است که آنها می خواهند تنها منبع اطلاعات برای قربانی باشند. اعضای دلسوز خانواده به قربانی می گویند که در یک فرقه یا یک رابطه ی سوءاستفاده گرانه قرار دارند، زیرا واضح است که فریبکار نمی خواهد فرد متوجه این موضوع شود. هنگامی که قربانی از خانواده و جامعه اش جدا می شود، هیچ جای واقعی برای رفتن ندارد. بنابراین، آنها بیش از حد به فریبکار وابسته می شوند. در این مرحله است که فریبکار می تواند قربانی را تحت فشار قرار دهد. قربانی، که اکنون تنها و بدون هیچ گونه حمایتی از هیچ منبعی است، از نظر عاطفی، مالی و حتی معنوی به فریبکار و شبکه ی او وابسته خواهد شد. به همین دلیل است که نوجوانان فراری تقریباً همیشه به بخشی از این گروه ها تبدیل می شوند. همچنین، افرادی که تجربیات آسیب زای جدی را پشت سر گذاشته اند، در نهایت طعمه ی این نقشه ها می شوند.

اگر کاملاً در منطقه امن خود مستقر شده باشید، تغییر طرز فکر دشوار می شود. بنابراین، وقتی مردم ناگهان شما را ترغیب می کنند که همه چیز را رها کنید و از یک الگوی رفتاری کاملاً جدید پیروی کنید، محتاط باشید. فرقه ها اینگونه قربانیان خود را جذب می کنند. آنها آنها را متقاعد می کنند که باید سبک زندگی فعلی خود را کنار بگذارند و باورهای فرقه جدید را بپذیرند. در نهایت، فرقه، زندگی فعلی قربانی را با درک متفاوتی از واقعیت جایگزین می کند. به عنوان مثال، فرقه ها باعث می شوند قربانیان باور کنند که با وجود متعال در ارتباط نیستند و نیازی به موجودات فانی ندارند. اینجاست که انزوا رخ می دهد و قربانی در اختیار فریبکار قرار می گیرد. به همین دلیل است که یک تجربه آدم ربایی می تواند برای یک فرد بسیار آسیب زا باشد.

با این حال، انزوا نیز می تواند عوارضی داشته باشد لحنی دیگر انزوا می تواند زمانی رخ دهد که فرد فریبکار به قربانی خود می چسبد و او را از دوستان، خانواده و گروه های اجتماعی اش دور می کند. این امر در روابط عاشقانه بسیار رایج است. فرد فریبکار به طور فزاینده ای توجه بیشتر و بیشتری را از قربانی طلب می کند تا جایی که قربانی دیگر به زندگی معمول خود ادامه نمی دهد. [60]

هدف پشت این کار، منزوی کردن قربانی از هرگونه مکانیسم حمایتی است که می تواند به عنوان وزنه تعادلی برای پیشرفت های فرد فریبکار عمل کند. نتیجه نهایی ممکن است یک قربانی به شدت گیج باشد که البته به خوبی در خدمت اهداف فرد فریبکار است.

علاوه بر این، چنین تجربیاتی را می توان در آموزش های نظامی و پلیسی مشاهده کرد. وقتی یک سرباز تازه استخدام شده این نوع آموزش را می گذراند، از محیط معمول خود جدا می شود، با مجموعه ای جدید از ارزش ها و باورها آشنا می شود و سپس به عنوان یک فرد تغییر یافته به جامعه بازگردانده می شود. اگرچه آموزش های نظامی و پلیسی به خودی خود شامل شستشوی مغزی نمی شوند، اما شامل تغییر اساسی در باورها و ارزش های می شوند، به خصوص اگر ارزش های اصلی فرد به نوعی با ارزش های القا شده توسط پلیس و ارتش در تضاد باشد.

ترس و وابستگی

ما به تفصیل در مورد اینکه چگونه ترس منبع ارزشمندی برای فریبکاران است، بحث کرده ایم. ترس یکی از غرایز اولیه است که انسان ها به راحتی نمی توانند آن را کنار بگذارند. در واقع، ترس گزینه ای است که به عنوان وسیله ای برای کمک به بقای انسان ها تکامل یافته است. این موضوع با مکانیسم «جنگ یا گریز» مشهود است. بدون این مکانیسم، انسان های اولیه قادر به تشخیص خطر نبودند. در نتیجه، بقای گونه انسان ممکن بود تضمین نشود.

در نتیجه، ترس می تواند توسط هر تعداد محرکی ایجاد شود. به طور کلی، ترس می تواند نتیجه یک تهدید قریب الوقوع یا قرار گرفتن در معرض موقعیت های ناشناخته باشد. برای پیچیده تر کردن موضوع، ترس عموماً با احتمال آسیب جسمی (بیشتر از آسیب عاطفی) و مرگ ایجاد می شود. مرگ، به خودی خود، ترس نهایی است که همه انسان ها با آن روبرو هستند. هر زمان که فردی با احتمال مرگ روبرو می شود، غرایز بقا در او برانگیخته می شود و در نتیجه غرایز بقا را به کار می اندازد.

افراد ماهر در دستکاری احساسات می توانند تشخیص دهند که چه چیزهایی باعث ایجاد ترس در افراد می شود. وقتی بتوانند این جنبه ها را، هر چه که باشند، تشخیص دهند، می توانند از آنها علیه قربانیان خود استفاده کنند. این موضوع دو احتمال متمایز را ایجاد می کند.

در حالت اول، فرد فریبکار از ترس قربانی خود برای فریب دادن او استفاده می کند به گونه ای که تهدید مداوم «او را مطیع نگه دارد».

همانطور که قبلاً اشاره کردیم، نقطه ای فرا می رسد که فرد فریبکار باید به تهدیدهای خود عمل کند. اگر فرد فریبکار به تهدیدهای خود عمل کند، ترس تقویت می شود.

احتمال دوم کاملاً برعکس حالت اول است. در این احتمال، فرد فریبکار به عنوان یک قهرمان ظاهر می شود. در نتیجه، قربانی خود را از تهدید درک شده "نجات" می دهد. فریبکاران بسیار ماهر قادر به ایجاد تهدیدهایی هستند تا بتوانند به عنوان ناجی ظاهر شوند. در نهایت، قربانیان بی خبر، بدون اینکه واقعاً به این واقعیت فکر کنند که تهدیدها واقعاً وجود ندارند، شروع به تحسین فریبکار می کنند.

وقتی به ترس در سطحی عمیق تر نگاه می کنیم، وابستگی می تواند در نتیجه ی «قهرمانی» فرد فریبکار پدیدار شود. می توانید این را در گروه ها و سازمان های اجتماعی ببینید که در آن ها یک نفر همیشه مسئول اطمینان از عملکرد یکسان امور است. برای مثال، دولت را در نظر بگیرید. مردم آنقدر به حل تمام مشکلاتشان توسط دولت عادت کرده اند که بیش از حد به آنچه دولت می تواند برایشان فراهم کند وابسته می شوند. در نهایت، اتکا به دولت نوعی ماده ی مخدر است که ممکن است مردم هرگز نتوانند از آن خلاص شوند.

به همین دلیل است که در برنامه های شستشوی مغزی از مواد مخدر استفاده می شود. وقتی قربانی به نوع خاصی از مواد مخدر معتاد می شود، تا زمانی که بتواند به آن ماده مخدر دسترسی داشته باشد، مورد شکایت قرار می گیرد. در نهایت، فرد فریبکار از این روش برای شکنجه قربانیان استفاده می کند، مگر اینکه آنها کاملاً مطیع باشند.

مادر مقابل آنها

این سناریوی معمول «تفرقه بینداز و حکومت کن» است. فرد فریبکار، برداشتی از واقعیت ایجاد می کند که در آن قربانی معتقد است دنیا علیه اوست و تنها مایه آرامش، فریبکار است. این تضمین می کند که فریبکار کنترل کامل بر قربانی خود دارد. اغلب، لفاظی «ما در مقابل آنها» برای ایجاد دشمنی بین مردم در نظر گرفته شده است. این یک اقدام تفرقه انگیز است که برای ایجاد تفرقه استفاده می شود. هرچه فریبکار بتواند این تفرقه را بیشتر ایجاد کند، تاکتیک های کنترل ذهن او بهتر می شود. لازم به ذکر است که این تاکتیک اغلب به تنهایی استفاده نمی شود. عموماً با تاکتیک های دیگر ترکیب می شود تا همه آنها اثر مطلوب را ایجاد کنند.^[61]

اطاعت کورکورانه

اطاعت کامل یکی از اهدافی است که افراد فریبکار در پی دستیابی به آن در قربانیان خود هستند. با این حال، به دست آوردن اطاعت کامل، یعنی اطاعت کامل از کسی، کاری نسبتاً دشوار است. این به دلیل این واقعیت است که افراد اراده آزاد دارند. در حالی که تلاش های بی شماری برای کنترل اراده آزاد یک فرد انجام شده است، واقعیت این است که بهترین کاری که فریبکاران می توانند انجام دهند، تأثیرگذاری بر احساسات و افکار افراد است. بنابراین، اطاعت کورکورانه عموماً نتیجه جایگزینی ارزش های اصلی افراد با ارزش های دیگری است که فریبکاران می خواهند القا کنند. رایج ترین نمونه های این امر در فرقه های مذهبی و ارتش یافت می شود. وقتی افراد مجموعه ای از ارزش های اصلی را می پذیرند، حاضرند جان خود را برای آنها بدهند. به همین ترتیب، اگر مردم معتقد باشند که برخی اقدامات مطابق با مجموعه ارزش های آنها نیست، در برابر اطاعت مقاومت خواهند کرد. به همین دلیل است که فریبکاران باید تمام تلاش خود را بکنند تا مطمئن شوند که می توانند ارزش های اصلی قربانیان خود را جایگزین کنند.

فعالیت بدنی

این ضرب المثل که می گوید «انسان ها مخلوق عادت هستند» بیش از هر زمان دیگری صادق است. رفتار انسان از الگوی رفتاری ای ناشی می شود که پس از نهادینه شدن، به راحتی قابل تغییر نیست.

یک دقیقه به آن فکر کنید.

وقتی می شنوید که کسی «به روش های خودش پایبند است»، به این معنی است که او روش خاصی برای انجام کارها دارد و تمایلی به انحراف از آن الگو نخواهد داشت. بنابراین، ایجاد تغییرات قابل توجه در این مرحله می تواند عملاً غیرممکن شود.

در کل، فعالیت بدنی می تواند برای تغییر الگوهای رفتاری در افراد مورد استفاده قرار گیرد. به عنوان مثال، کسی که به دنبال اتخاذ یک سبک زندگی سالم تر است، یک رژیم ورزشی جدید را آغاز می کند. به این ترتیب، فرد باید در رژیم جدید خود ثابت قدم باشد. در غیر این صورت، تغییرات پایدار نخواهند ماند. بنابراین، می توانیم استنباط کنیم که فعالیت بدنی که منجر به تغییر در الگوهای رفتاری می شود، با ثبات و پایداری همراه است.

وقتی ثبات را به شستشوی مغزی تبدیل می کنید، باید الگویی وجود داشته باشد که در آن قربانی در معرض فعالیت بدنی قرار گیرد که می تواند

این شرایط جدید را تقویت می کند. به همین دلیل است که سربازان نیروهای ویژه در معرض فعالیت های بدنی طاقت فرسا قرار می گیرند. این فعالیت ها دو هدف را دنبال می کنند: یکی پرورش سربازانی که در بهترین شرایط بدنی هستند و دوم تقویت مجموعه ارزش های اصلی که در این سربازان القا می شود. نتیجه نهایی، یک سرباز بسیار ماهر و آموزش دیده است که مجموعه ای از ارزش های اصلی دارد که با ارزش های ارتشی که به آن تعلق دارند، طنین انداز می شود.

تکرار و روال

این بخش به نکته ای برمی گردد که انسان ها موجوداتی عادت محور هستند. نمی توان فرض کرد که یک فرد بتواند فوراً چیز جدیدی یاد بگیرد. مهم نیست که فرآیند آموزش و یادگیری چقدر واضح و مؤثر باشد، انسان ها قبل از اینکه بتوانند اطلاعات جدید را درونی کنند، به تمرین و تکرار نیاز دارند. وقتی این اتفاق می افتد، دانش تا زمانی که عادات جدید شکل بگیرند، تثبیت می شود.

در شستشوی مغزی، نیاز مبرمی به روال ها و تکرار وجود دارد. در غیر این صورت، قربانی به طرز غیرقابل ترمیمی در هم خواهد شکست. این اتفاق زمانی می افتد که تاکتیک «پلیس خوب، پلیس بد» اجرا شود. وقتی قربانیان به سادگی نمی دانند چه انتظاری داشته باشند، ممکن است آنقدر گیج شوند که روانشان شروع به خاموش شدن کند. قربانی ممکن است نتواند به درستی عمل کند، صرفاً به این دلیل که کوچکترین سرنخی از آنچه باید انتظار داشته باشد، ندارد. نتیجه نهایی، فردی است که قادر به عملکرد صحیح در دنیای واقعی نیست. طبیعتاً، این هدف شستشوی مغزی نیست.

یک مثال خوب از این مورد، آزمایشی است که توسط موش های آزمایشگاهی انجام شد. این آزمایش شامل موشی بود که به یک زنگوله نزدیک می شد. وقتی موش زنگوله را فشار می داد، یا یک قرص غذا دریافت می کرد یا یک شوک الکتریکی. از آنجایی که هدف آزمایش این بود که زنگوله نتایج تصادفی تولید کند، موش ها آنقدر از فکر فشار دادن زنگوله مضطرب می شدند که به سادگی از آن اجتناب می کردند. با اینکه موش های دانستند که شانسی برای دریافت یک قرص غذا وجود دارد، اما ترجیح می دادند گرسنه بمانند تا اینکه دوباره در معرض شوک الکتریکی قرار گیرند.

این نمونه ی بارزی از این است که گیج کردن یک فرد چقدر می تواند ویرانگر باشد. به همین دلیل است که در دنیای شستشوی مغزی، ثبات حرف اول را می زند. به این ترتیب، فرد فریبکار می تواند مطمئن شود که عادات و رفتارهای جدیدی که می خواهد در قربانی خود نهادینه کند، بدون اینکه قربانی خود را به یک فرد بی فایده و شکسته تبدیل کند، در او باقی می ماند.

هنگام بررسی شستشوی مغزی، توجه به این نکته مهم است که این تاکتیک ها نتایج متفاوتی داشته اند. در حالی که هیچ مطالعه بالینی وجود ندارد که بتواند اثربخشی آن را اثبات کند (شستشوی مغزی غیراخلاقی تلقی می شود)، تعداد زیادی از مقالات وجود دارد که اثرات مخرب این نوع تکنیک ها را بر روی فرد اثبات می کند. در نهایت، شستشوی مغزی نوعی تکنیک است که برای دنیای تاریک زیرزمینی آموزش جاسوسی و غیره در نظر گرفته شده است. در کل، این نوع فعالیت هیچ هدف عملی در دنیای واقعی ندارد.

رفتار دمدمی مزاج

دمدمی مزاج بودن نوعی ترفند «پلیس خوب، پلیس بد» است. هدف از دمدمی مزاج بودن مداوم، گیج کردن طرف مقابل تا سر حد خستگی است. وقتی طرف مقابل خسته شد، فرد دمدمی مزاج می تواند هر کاری که می خواهد انجام دهد. بنابراین، اگر با افراد بسیار دمدمی مزاج سر و کار دارید، بهتر است از آنها فاصله بگیرید. آنها شما را وارد بازی خود می کنند. در واقع، بسیاری از آنها از اینکه دیگران را در حدس و گمان نگه دارند، احساس خوبی دارند. وقتی دیگران نمی توانند جای پای پیدا کنند، احساس هجوم قدرت می کنند. مراقب باشید که تحت عنوان «غیرقابل پیش بینی بودن» قرار نگیرید، زیرا این می تواند اصطلاح خوبی برای بیان این باشد که این افراد از نظر احساسی ناپایدار هستند.

«بمب عشق»

اگرچه این تکنیک عموماً در روابط عاشقانه دیده می شود، اما منحصر به آنها نیست. «بمب عشق» شامل تلاش قابل توجهی در اوایل یک رابطه با هدف جلب توجه یک علاقه عاشقانه بالقوه است. هنگامی که طرف مقابل موافقت خود را برای برقراری رابطه با فرد فریبکار اعلام می کند، فرد فریبکار آزاد است که اساساً خودش باشد. با این حال، رویکرد بمب عشق تا زمانی که یکی از دو اتفاق رخ دهد، ادامه خواهد یافت: اول، فرد فریبکار به خواسته خود می رسد و دیگر به قربانی علاقه ای ندارد، یا دوم، فرد فریبکار از علاقه عاشقانه خسته می شود و اساساً حوصله اش سر می رود.

بمب عشق می تواند یک تکنیک مخرب باشد، وقتی که روی کسی که تجربه بسیار کمی در روابط عاشقانه دارد یا به طور خاص آسیب پذیر است، اعمال شود. به عنوان مثال، اگر فردی پس از جدایی در حال بازگشت به حالت عادی باشد، ممکن است به طور خاص در برابر بمب عشق آسیب پذیر باشد. در این صورت، قربانی ممکن است

وقتی اثرات بمب عشق از بین می رود و پس از دستکاری، خالی می شوند، کاملاً ویران می شوند. [62].

نوعی از بمب عشق را می توان در محیط کار مشاهده کرد. یک کارمند جدید در اوایل تصدی شغل جدید خود، گام هایی برای رسیدن به اوج عملکرد خود برمی دارد. هنگامی که در موقعیت جدید خود احساس تثبیت می کنند، می توانند به تدریج به حالت عادی خود بازگردند. نوع دیگری از آن را می توان در سیاستمداران پس از انتخاب شدن به عنوان رئیس جمهور مشاهده کرد. آنها شتابی را که در طول مبارزات انتخاباتی خود ایجاد کرده اند، به چند هفته اول تصدی سمت خود منتقل می کنند. هنگامی که اثر ماه عسل از بین رفت، می توانند با خیال راحت به روش سنتی خود بازگردند.

در هر یک از این موارد، بمب عشقی تا زمانی که فرد فریبکار به خواسته اش نرسد، چیزی بیش از یک حيله و نیرنگ نیست. به محض اینکه این اتفاق بیفتد، فرد فریبکار آزاد است که به هر روشی که دوست دارد عمل کند. اغلب، این به معنای رها کردن قربانی و رفتن به سراغ هدف بعدی اش است.

آزمایش اثربخشی شستشوی مغزی

بیشتر تاکتیک های شرح داده شده در بالا نتیجه آزمایش های فراوان روی افراد واقعی است. لازم به ذکر است که این تاکتیک ها بخشی از آزمایش های روانشناسی رایج نیستند، زیرا نسبتاً غیراخلاقی هستند. در نتیجه، نمی توانید انتظار داشته باشید که ادبیات دانشگاهی در مورد چگونگی شستشوی مغزی افراد پیدا کنید. با این وجود، تحقیقات دانشگاهی فراوانی در مورد اثرات تروما و اصلاح شخصیت با روش ها و تاکتیک های مختلف وجود دارد.

همچنین، مطالعات موردی متعددی وجود دارد که با جزئیات نسبتاً گسترده ای به این موضوع پرداخته اند. اگر کنجکاو هستید و مایل به دنبال کردن بیشتر این تحقیق هستید، تعدادی مقاله علمی بر اساس مطالعات موردی مربوط به شستشوی مغزی و سایر تاکتیک های کنترل ذهن وجود دارد. لطفاً در نظر داشته باشید که همه آنها از دیدگاه روانشناختی مورد بررسی قرار گرفته اند و در عین حال بر پاسخ های بیولوژیکی نیز تمرکز دارند.

چگونه از شستشوی مغزی جلوگیری کنیم

کنترل هر موقعیتی را به دست بگیرید

کنترل افکار و احساساتتان ضروری است. وقتی حاضرید کنترل هوشیاری خود، به ویژه احساساتتان را واگذار کنید، مثل یک اردک نشسته هستید. مطمئناً، اشکالی ندارد که وقتی غمگین هستید گریه کنید و وقتی چیزی خنده دار است بخندید. اما اینکه به دیگران اجازه دهید نحوه عمل و تفکر شما را کنترل کنند، کاملاً متفاوت است. وقتی خود را در یک محیط گروهی می بینید که مجبور به انجام کاری خاص هستید، باید به سمت در بروید. فشار همسالان یکی از راه های مهم برای انجام این کار است. ممکن است مورد آزار و اذیت قرار بگیرید و مجبور به انجام کاری شوید که نمی خواهید انجام دهید.

کاری را که احساس اجبار به انجام آن ندارید، انجام ندهید

بسیاری از افراد سلطه گر سعی می کنند شما را مجبور به انجام کاری کنند. نیازی به تسلیم شدن در برابر این افراد نیست. اگر احساس می کنید نمی توانید از خودتان دفاع کنید، کاملاً اشکالی ندارد که آنجا را ترک کنید و کمک بگیرید. از این گذشته، هر کسی که سعی می کند شما را مجبور به انجام کاری کند که نمی خواهید، فقط به دنبال سوءاستفاده از شماست. بهترین چیزی که باید در نظر داشته باشید این است که شما کنترل کامل بر شخصیت خود دارید. نه بیشتر، نه کمتر.

گاری را جلوی اسب قرار ندهید

اغلب، دستکاری زمانی اتفاق می افتد که احساسات ما برانگیخته می شوند، مانند مواردی مانند یک بیماری همه گیر یا یک فاجعه طبیعی. وقتی رسانه ها با ایجاد توهم وحشت به دنبال برانگیختن احساسات شما هستند، باید بنشینید و در مورد مسائلی فکر کنید. وقتی تسلیم وحشت، ترس یا هیستری می شوید، اشتباه کردن آسان است.

این همان چیزی است که دلان می خواهند.

اگرچه ممکن است انجام این کار دشوار باشد، اما حفظ خونسردی در همه حال بهترین راهی است که می توانید هرگونه تلاش برای دستکاری را در نطفه خفه کنید. به این ترتیب، می توانید از بدترین اثرات، به خصوص در مواقع بحرانی، جلوگیری کنید.

اهل عمل باشید

شما باید حقیقت چیزها را درک کنید. این خوب است. با این حال، محافظت در برابر این تکنیک های تاریک فریب بسیار حیاتی تر است. اغلب

در ابتدا دردناک و هیجان انگیز است، زیرا سعی می کنید از خود در برابر دست های چنین فریبکارانی محافظت کنید. به آرامی، این فرکانس می تواند به نفعی کمک کند. هر چه کندتر رفتار کنید، توهم زودتر ادامه می یابد و اگر ادامه یابد، به احتمال زیاد در همان شبکه گیر خواهید کرد و به عقب برمی گردید. می توانید به محض اینکه متوجه شدید کسی در تلاش است تا شما را فریب دهد، با اقدام کردن جلوی آن را بگیرید.

فعال بودن در این زمینه یکی از بهترین راه هایی است که می توانید از سلامت روان خود محافظت کنید. تمام تلاش خود را بکنید تا از طریق تمرین هایی مانند مدیتیشن و ذهن آگاهی از جهان جدا شوید. همچنین، مصرف تلویزیون و رسانه های اجتماعی خود را محدود کنید. آلودگی تولید شده توسط این منابع قابل توجه است. آنها تمایل دارند ذهن و حواس شما را تحت الشعاع قرار دهند. بنابراین، همیشه ایده خوبی است که میزان قرار گرفتن در معرض این محرک ها را کاهش دهید.

در نهایت، همیشه ذهن انتقادی داشته باشید. اگر هر چیزی را که می بینید و می شنوید زیر سوال ببرید، اغلب متوجه می شوید که افراد نیت خوبی دارند. با این حال، این به شما امکان می دهد آن فردی را که سعی در سوءاستفاده از شما دارد، دستگیر کنید. شما شروع به دیدن تلاش های نسبتاً آشکار رسانه ها خواهید کرد و در عین حال می توانید تلاش های دیگر برای کنترل ذهن و واکنش های خود را نیز تشخیص دهید. در نهایت، از این کار سود خواهید برد. با گذشت زمان و تجربه، می توانید به طور خودکار تشخیص دهید که چه زمانی کسی سعی در سوءاستفاده از شما دارد.

فصل ۱۷

چگونه افراد را تحلیل کنیم؟



مهارت های متعددی در تحلیل افراد مهم هستند. اولین و شاید مهم ترین مهارت، داشتن درک از طبیعت انسان و رفتار طبیعی انسان است. اگر شما درکی از چگونگی رفتار انسان ها در شرایط عادی یا انگیزه های اکثر افراد نداشته باشید، بعید است که بتوانید اعمال و نیت دیگران را به درستی تفسیر کنید. همانطور که یک قاضی به درک خود از چگونگی رفتار معمول افراد و انگیزه های آنها در قضاوت هایشان تکیه می کند، شما نیز باید درک درستی از طیف طبیعی رفتار انسان داشته باشید تا بتوانید کسی را به درستی تحلیل کنید. البته، انسان ها می توانند به شیوه های بسیار بدیع رفتار کنند، که روند تحلیل آنها را گاهی دشوار می کند. اگرچه انسان ها اغلب به شیوه های معمول انسانی رفتار می کنند - مانند حسادت به موفقیت دیگران یا حسادت به همکاری که تازه با همسر زیبایی ازدواج کرده است - گاهی اوقات مردم می توانند شما را شگفت زده کنند. در واقع، برخی از مردم هرگز نسبت به دیگران حسادت یا رشک نمی ورزند. اکثر افراد فقیر دزدی نمی کنند، حتی اگر به این یا آن نیاز داشته باشند، زیرا انجام این کار بخشی از شخصیت آنها نیست. در واقع، اغلب بزرگترین و پر زرق و برق ترین دزد کسی است که از قبل هر آنچه را که نیاز دارند، دارد. با این اوصاف، در

برای تحلیل افراد، باید با شناخت کلی انسان ها شروع کنید. این شامل درک طیف احساسات انسانی، رفتارهای مرتبط با این احساسات و چیزهایی است که افراد را به انجام این یا آن کار ترغیب می کند. همه ماسک می زنند، به این معنی که گاهی اوقات نیت دیگران همیشه مشخص نیست. اما حتی با این ماسک، افراد می توانند وضعیت عاطفی خود، چیزهایی که آنها را خوشحال می کند، چیزهایی که آنها را ناراحت می کند را برای شما آشکار کنند. همه ما ماسک می زنیم، اما شاید فقط مأموران اف بی آی آنقدر ماهر باشند که هرگز به شما سرنخی ندهند. یک خنده خودجوش، یک برق چشم، یک ضربه زدن گیج کننده با پا؛ اینها نشانه های ناخودآگاهی هستند که مردان و زنان از احساس خود نشان می دهند. تحلیل مناسب مردان و زنان مستلزم درک اولیه از رفتار انسان و استفاده از آن برای تفسیر چیزهایی است که مردم می گویند و انجام می دهند.

ارتباط غیرکلامی چیست؟

این فرآیندی است که در آن شما بدون استفاده از کلمات، چه کتبی و چه شفاهی، پیامی را ارسال و دریافت می کنید. همچنین می توان از آن به عنوان زبان دستی یاد کرد. رفتار غیرکلامی معمولاً در بخش هایی از یک پیام شفاهی وجود دارد.

این اصطلاح در سال ۱۹۵۶ توسط روانپزشکی به نام یورگن روش و نویسنده ای به نام ولدون کیس در کتابشان با عنوان «ارتباط غیرکلامی» مطرح شد. این نشریه یادداشت هایی در مورد ادراک بصری روابط انسانی داشت. مشاهداتی وجود داشت مبنی بر اینکه خطوط بدن، حالت و تمایل مغز را آشکار می کنند. حرکات بیان، شوخ طبعی فعلی را آشکار می کنند و وضعیت ذهن و اراده را توصیف می کنند.^[63]

انواع ارتباط غیرکلامی

ابعاد غیرکلامی متنوعی وجود دارد:

۱. حرکات یا سینتیک بدن شامل حالات چهره و تماس چشمی می شود.

۲. خواننده شامل حجم صدا، طنین صدا، زیر و بمی صدا و سرعت صدا می شود.

۳. ظاهر فردی.

۴. محیط فیزیکی اطراف شما و اشیایی که آن را تشکیل می دهند.

۵. فضای شخصی.

۶. حس لامسه یا لمس.

۷. زمان.

علائمی که با حرکت متمایز دست ها یا بدن ایجاد می شوند، شامل تمام حرکاتی می شوند که کلمات، اعداد و علائم نگارشی را تشکیل می دهند. این علائم می توانند از پاسخ های تک هجایی تا برخی سیستم های پیچیده مانند زبان اشاره آمریکایی برای ناشنویان (که در آن علائم غیرکلامی ترجمه مستقیمی دارند) متفاوت باشند. معنا با کمک حالت چهره و شدت به این حرکات داده می شود.

بسیاری از این حرکات به فرهنگ مخاطب بستگی دارند. حرکت شست و اشاره (انگشت شست با انگشت اشاره یک دایره تشکیل می دهد) در ایالات متحده به معنای شبیه «a» است و به معنای «باشه» است؛ این در برخی از کشورهای آمریکای لاتین یک تعبیر توهین آمیز است. هنگام تفسیر علائم فیزیکی دیگران، درک پیشینه آنها ضروری است.

اهمیت ارتباط غیرکلامی

هنگام تعامل با دیگران، درک احساسات ناگفته بسیار حیاتی است. یادگیری در مورد ارتباطات غیرکلامی می تواند نشانه هایی را که دیگران در مکالمه استفاده می کنند، توضیح دهد. این دانش همچنین می تواند مهارت ها را در زمینه سخنرانی در جمع بهبود بخشد. این نشانه ها می توانند شامل تماس چشمی، نگاه ها، میزان پلک زدن، حرکات، حالات چهره و حالت های بدن و بسیاری موارد دیگر باشند.

حرکاتی وجود دارد که می توانید در مکالمه از آنها استفاده کنید تا دیگران احساس راحتی کنند. تقلید از اعمال دیگران می تواند به طور ناخودآگاه به آنها این پیام را برساند که شما هم با آنها هم نظر هستید. استفاده از این ابزارها در طول ارائه می تواند تضمین کند که مخاطبان شما پذیرای اطلاعاتی هستند که شما منتقل می کنید.

توانایی های غیرکلامی

- تکرار به تثبیت مطالب گفته شده کمک می کند.
- تناقضات ممکن است زمانی غیرواقعی تلقی شوند که با پیام منتقل شده در تضاد باشند.

- جایگزینی می تواند جایگزین کلمات شود یا جای آنها را
- بگیرد. تکمیل می تواند یک پیام کلامی را تقویت کند. تأکید
- می تواند نکته خاصی را در یک پیام برجسته کند.

خوش برخورد باشید

تصور شما به عنوان بخشی از پیام غیرکلامی شما به دیگران عمل خواهد کرد. خوب لباس پوشیدن و مراقبت از خود، ظاهری منظم و مسلط به خود به شما می دهد. مخاطبان شما به طور خودکار زیبایی شناسی شما را با کار یا ایده هایتان مرتبط می کنند.

بی تکلف بودن جایگاه خودش را دارد. وقتی سعی می کنید دیگران را متقاعد کنید که از شما پیروی کنند یا به شما اجازه دهند تغییری ایجاد کنید، ظاهر مرتب می تواند دلگرم کننده باشد. دفعه ی بعد که در یک مکان عمومی هستید، به قضاوت های عجولانه ای که در مورد دیگران براساس نحوه ی لباس پوشیدنشان می کنید، توجه کنید.

روی آن کار کنید

هنگام آماده شدن برای ارائه، فیلمبرداری از خودتان می تواند یک آزمایش جالب باشد. شما قادر خواهید بود ببینید که حالات چهره شما چه چیزی را با مخاطبانتان منتقل می کند. آیا این حالات، شادی، خشم، ترس، اضطراب، تعجب یا کسالت است؟ می توانید به حالت بدن خود توجه کنید تا مطمئن شوید که سخنان بی علاقه ای به نظر نمی رسند.

می توانید سعی کنید از خودتان در بیش از یک موقعیت فیلم بگیرید. به محل قرارگیری الگوهای غیرکلامی و محل ارائه ی روان و پیوسته ی سخنانی تان توجه کنید. همچنین باید خودتان را در زمینه های زیر ارزیابی کنید: حالت چهره، تغییرات لحن صدا، وضعیت بدن، ژست و تماس چشمی.

طرح

۶۰٪ از تعاملات انسانی غیرکلامی است و ۳۰٪ آن لحن شماست. این بدان معناست که ۹۰٪ از آنچه یک انسان می گوید، در محتوای کلمات او نیست. ارائه ها از دو عنصر مختلف تشکیل شده اند که باید با هم در هم تنیده شوند؛ نشان دادن و گفتن. شما باید با دقت به هر دو جنبه پردازید.

به خودتان اجازه دهید تا برای الگوهای گفتاری و نشانه های غیرکلامی خود برنامه ای داشته باشید. نحوه ایستادن و کلماتی را که بر آنها تأکید خواهید کرد، تصور کنید. با تلاش آگاهانه، قادر خواهید بود اعتماد مخاطبان خود را برانگیزید. توانایی آنها در حفظ اطلاعات به رابطه شان با شما بستگی دارد.

تأثیرات ارتباط غیرکلامی بر گفتمان کلامی

پاول اکمن و والاس فریزن روانشناسانی هستند که در بحث وابستگی متقابل بین پیام های غیرکلامی و کلامی مشارکت دارند. آنها روش های مختلف تأثیر حرکات و موارد مشابه بر گفتمان شفاهی را توضیح داده اند. لحن و آهنگ صدا می تواند برای تأکید بر کلمات شما مورد استفاده قرار گیرد.

یک سخنران باتجربه می تواند از تمهیداتی (مانند مکث های اجباری، تغییر سرعت یا بلندی صدا و غیره) برای جلب توجه مخاطبان خود استفاده کند. حتی ممکن است از یک حرکت برای تکرار آنچه گفته اید استفاده شود. شما می توانید بگوبله، در حالی که همزمان سرتکان می دهید. تکرار می تواند برای تأکید بر پیام شما مورد استفاده قرار گیرد. همچنین می توانید کلمات خود را با حرکات جایگزین کنید تا بر شدت آن بیفزایید.

مواقعی وجود دارد که ارتباط غیرکلامی می تواند با آنچه می گوئید در تضاد باشد. کسی می تواند به شما بگوید که اوقات خوبی را در شنا گذرانده است، اما حالت چهره اش بی احساس و بی احساس به نظر می رسد. وقتی ناراحت هستید، این سیگنال ها می توانند به شما کمک کنند تا پیام واقعی خود را به دیگران منتقل کنید، حتی اگر آن را مستقیماً بیان نکنید.

مطالعات فریبنده

متخصصان به طور سنتی به این توافق رسیده اند که ارتباط غیرکلامی بر پیامی که منتقل می کند تأثیر می گذارد. این ادعا توسط ۹۳٪ از مردم تأیید شد؛ ۷٪ از شرکت کنندگان فقط اطلاعات کلامی را معتبر می دانستند. این داده ها مصون از خطا نیستند.

مطالعه ای در دو نوبت انجام شد که نشانه های صوتی و چهره ای را با هم مقایسه می کرد. تحقیقات دیگر ادعای ۹۳٪ را تأیید نمی کنند، اگرچه آنها موافقند که کودکان و بزرگسالان بیشتر به نشانه های غیرکلامی تکیه می کنند. تکیه شما بر نشانه های ناگفته می تواند با تکیه دیگران بسیار متفاوت باشد.

سوء تفاهم غیرکلامی

بعضی افراد معتقدند که می توانند زبان بدن را به طور تخصصی بخوانند، مثلاً مانند مأموران فرودگاه. ادارات امنیتی پول زیادی را صرف آموزش «مأموران تشخیص رفتار» کرده اند تا نشانه های غیرکلامی را که می توانند تروریست ها را شناسایی کنند، تشخیص دهند. منتقدان زیادی ادعا کرده اند که این عملیات هرگز در متوقف کردن حتی یک مجرم، در میان هزاران مسافر در یک سال، موفق نبوده است.

اصول ارتباط غیرکلامی

مطالعات نشان داده اند که عناصر غیرکلامی تعامل، تأثیر بسیار مهمی بر پیام کلی که می خواهید منتقل کنید، دارند. درک این ابزارها به شما امکان می دهد تا کنترل اطلاعات خود را در دست بگیرید. می توانید دقیقاً همان داده هایی را که می خواهید منتقل کنید، ارائه دهید. می توانید در مخاطب یا فردی که با او صحبت می کنید، اعتماد ایجاد کنید. این یک مهارت قدرتمند است که هم در تجارت و هم در زندگی شخصی خود باید داشته باشید، زیرا می تواند نحوه ارتباط دیگران با شما را تغییر دهد. اصولی از این نشانه ها وجود دارد که باید هنگام شروع به تقویت مهارت های خود، آنها را بیاموزید.

۱. سن، موقعیت جغرافیایی، جنسیت و فرهنگ حیاتی هستند

حرکات می توانند در مکان ها یا مناطق مختلف تعاریف متفاوتی داشته باشند. فرهنگ و قوانین خانوادگی نیز می توانند بر نحوه برخورد و واکنش شما به سیگنال های غیرکلامی تأثیر بگذارند.

۲. چیزها را در چارچوب قرار دهید

وقتی کسی را می بینید که دست به سینه نشسته است، ممکن است به این معنی باشد که او خونسرد است. قبل از اینکه نتیجه گیری کنید، سعی کنید تعامل و شخص رادر چارچوب موضوع، زمان بندی و الهامات بیرونی قرار دهید.

۳. ترکیب سیگنال ها

شاید با من موافق باشید که دروغ گفتن برای کل بدن چالش برانگیز است. ممکن است کسی پنهان کردن نیت خود را دشوار بداند، و این به این دلیل است که معنای واقعی از طریق کانال های دیگری آشکار می شود.

۴. ناهماهنگی که پیامدهای متعددی دارد

موقعیت هایی وجود دارد که کلمات و سیگنال های غیرکلامی با هم هماهنگ نیستند و غرایز شما برای قضاوت در مورد نیت پشت تعامل ضروری است. وقتی ناراحتی روانی دارید، این می تواند نشانه ای از بی اعتمادی باشد. این احساس ناراحتی می تواند در موقعیت دیگری معنای متفاوتی داشته باشد. وقتی توانایی فرد را در هماهنگی با سیگنال های غیرکلامی تشخیص می دهید، این می تواند شانس درک ارتباط او را افزایش دهد.

۵. به شهود خود اعتماد کنید

شهودفرآیندی ناخودآگاه است که طی آن اطلاعات از طریق احساسات فیزیکی نشان داده می شوند. شما باید صادق باشید زیرا مردم ارتباطات غیرصادقانه را تشخیص می دهند. وقتی از گفته ها و ناگفته ها آگاه باشید، می توانید مهارت های خواندن افکار دیگران را افزایش دهید.

مناطق برای نشانه های غیرکلامی

نواحی مختلفی از بدن وجود دارند که برای آشکار کردن این نشانه های ناگفته عمل می کنند. برای تسلط بر ارتباط غیرکلامی، باید در مورد عملکرد این نواحی اطلاعات کسب کنید. کنار هم قرار دادن همه این دانش به شما امکان می دهد تصویر دقیقی از نیت پشت کلمات ترسیم کنید.

صورت

این ناحیه، قابل توجه ترین و قوی ترین نشانه ها را ارائه می دهد. صورت، احساسات بی شماری را بدون هیچ کلامی بیان می کند. برخلاف سایر نواحی که تحت تأثیر آداب و رسوم فرهنگی هستند، این ناحیه جهانی تلقی می شود. عبارات خاصی برای شادی یا خوشحالی، غم، عصبانیت، تعجب، اضطراب و انزجار وجود دارد.

چشم ها

یک نگاه می تواند عملکردهای شناختی پیچیده ای را نشان دهد. باید توجه داشته باشید که تماس چشمی بیش از حد، پرخاشگرانه تلقی می شود و باعث می شود دیگران با برداشت نادرست از سخنان شما، نگاهشان را از شما بگیرند. چشم همچنین می تواند در نظارت بر موقعیت ها و بازخورد دیگران کمک کند.

حرکات و دست ها

اینها شاخص هایی هستند که عمدتاً تحت تأثیر هنجارهای فرهنگی یا جغرافیایی قرار می گیرند. در مواردی که با مشتریان بین المللی کار می کنید، توجه داشته باشید که حرکات می توانند معنای متفاوتی داشته باشند. به عنوان مثال، در تگزاس وقتی انگشت اشاره و کوچک خود را برای ایجاد نماد بوق بالا می گیرید، به معنای "Horns" است. در اسپانیا، این یک سیگنال توهین آمیز تلقی می شود. باید بدانید که حرکات و علایم دست، برداشت های بسیار منحصر به فردی را منتقل می کنند.

وضعیت بدن

موقعیت یک فرد، نگرش، اعتماد به نفس و شخصیت او را تعریف می کند. نحوه رفتار شما مهم است، و همچنین وضعیت بدن شما.

صاف‌نشستن یا ایستادن می‌تواند این حس را منتقل کند که شما به خودتان یا کارتان افتخار می‌کنید و از آن مطمئن هستید. قوز کردن ممکن است تنبل یا بی‌تفاوت به نظر برسد. نحوه حرکت شما می‌تواند چیزهای زیادی را در مورد شما به مخاطب القا کند.

موقعیت سر

نحوه‌نگه داشتن سرتان، تصویری از خلق و خوی شما را ترسیم می‌کند. پایین آوردن صورت می‌تواند نشان دهنده بی‌اعتمادی باشد. این حرکت، اغلب اوقات، با حالتی ضعیف یا بسته همراه است. بالا بردن سر می‌تواند نشانه بی‌علاقه باشد. این رفتارها می‌توانند بر پیامی که می‌خواهید ارسال کنید، تأثیر بگذارند.

نزدیکی

این موضوع کاملاً به موقعیت شما و فضای شما نسبت به دیگران بستگی دارد. عوامل مختلفی تعیین می‌کنند که ما چقدر نزدیک به کسی بنشینیم یا بایستیم. این فاصله توسط هنجارهای اجتماعی و فرهنگی و روابط منحصر به فرد افراد برقرار کننده ارتباط تعیین می‌شود. نقض این استانداردها می‌تواند باعث شود دیگران احساس ناراحتی کنند یا انگار شما در حال ابراز پرخاشگری هستید.

پاها و ساق پا

نحوه قرارگیری پاها و ساق هایتان، نشانگر دقیقی از رابطه شما با مخاطباتان خواهد بود. این دو به عنوان یک نشانه چرخش عمل می‌کنند که به شما امکان می‌دهد علاقه طرف مقابل را مشخص کنید. جهت پاها هر فرد نشان می‌دهد که چقدر مشتاق و آماده حرکت شماست. می‌توانید به مسیر کفش‌های دو نفر که در حال گفتگوی صمیمانه هستند نگاه کنید، آنها باید به سمت یکدیگر باشند.

همچنین ممکن است گروهی از افراد را مشاهده کنید: پاهایی که به سمت داخل دایره قرار گرفته‌اند نشان می‌دهد که فرد مشغول صحبت است. وقتی جهت رو به بیرون حلقه‌باشد، فرد آماده رفتن است. توجه به این نشانه‌های زبان بدن به شما این امکان را می‌دهد که احساسات افرادی را که با آنها صحبت می‌کنید، بخوانید.

تعریف ارتباط کلامی

وقتی مردم به این کلمه فکر می‌کنند/ارتباط، تمام چیزی که آنها به آن فکر می‌کنند صحبت کردن است. بسیاری از ما برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات با دیگران به تعاملات کلامی وابسته ایم. محیط کار پر از چنین مکالماتی است. کلام مکتوب نیز در این حوزه قرار می‌گیرد.

این کتابی که می خوانید، ارتباطی نوشتاری است که هدف آن روشن کردن تعامل انسانی به طور کلی است. اجزای مختلفی در تعریف ما از ارتباط کلامی و چگونگی تأثیر آن بر زندگی ما وجود دارد. این مستقیم ترین شکل به اشتراک گذاری داده ها است.

ارتباط کلامی مستلزم زبانی است که هم نوشتاری و هم گفتاری است. این ارتباط از کلمات استفاده می کند، در حالی که ارتباط غیرکلامی استفاده از ابزارهای دیگر مانند زبان بدن، حرکات و سکوت است. هر دو شکل می توانند گفتاری و نوشتاری باشند.

بسیاری از مردم معتقدند که ارتباط کلامی فقط گفتگوی گفتاری را توصیف می کند. شما خواهید آموخت که اینطور نیست. وقتی با دوستانتان شوخی می کنید و آنها می خندند، این نوعی ارتباط غیرکلامی است. ارتباط کلامی برای به اشتراک گذاشتن معانی مورد توافق با اجزای مختلف استفاده می شود.

ناهماهنگی بین اطلاعات کلامی و غیرکلامی

وقتی احساسی را تجربه می کنید، آن احساس در حالت چهره شما آشکار می شود. به همین دلیل، بسیاری از افراد سعی می کنند با نگاه کردن به چهره افراد، احساسات آنها را بخوانند. چشم ها، بینی و دهان همگی سرنخ هایی از خلق و خوی فرد ارائه می دهند.

تشخیص حالات چهره می تواند عنصری حیاتی در ارتباطات روان انسانی باشد. مطالعات، فعالیت های مغز را بررسی کرده و آنها را به تغییرات چهره مرتبط دانسته اند. هدف از تحقیقات حاضر، تعیین تغییر در میزان قابل اعتماد بودن یک فرد از طریق تعاملات کلامی و حالات چهره است.

شرکت کنندگان

هفده دانشجو که سبک زندگی سالمی داشتند در این مطالعه شرکت کردند. این هفده دانشجو، نه دختر با میانگین سنی 20 تا 76 سال داشتند. قبل از آزمایش، جزئیات تحقیق برای شرکت کنندگان توضیح داده شد. هدف از تحقیق به شرکت کنندگان گفته نشد تا از هرگونه سوگیری جلوگیری شود. دانشگاه کیو پروتکل را تأیید کرد.

ذهن شما و نحوه ی ارتباط برقرار کردن

درک ماهیت ذهن بسیار دشوار است زیرا عناصر پنهانی دارد. روانشناسان آن را به روش های مختلفی تعریف کرده اند. از زمانی که زیگموند فروید اظهار داشت که ساختار شامل خودآگاه، ناخودآگاه و نیمه خودآگاه است، روانشناسان متعددی توانسته اند چارچوب و نحوه تأثیر آن بر رفتارهای ما را درک کنند. این اجزا عبارتند از:

ذهن درگیر - این حالت زمانی پدیدار می شود که فرد کاملاً در کاری که در لحظه حال انجام می دهد غرق شده باشد. وقتی برای بیماری یک دوست گریه می کنید یا در حال اسکی در کوه هستید، یا وقتی یک تکه پیتزای خوشمزه می خورید؛ اساساً توجه یا افکاری که کاملاً به اتفاقات فعلی مرتبط هستند، ذهن درگیر را تشکیل می دهند. کسانی که در کارهای روزمره خود غرق هستند، همیشه از روابط و زندگی خود راضی تر و عموماً شادتر هستند.

ذهن خودکار - مغز به صورت تکانشی طیف وسیعی از وظایف را انجام می دهد. به عنوان مثال، ما تغییراتی را در محیط خود تجربه می کنیم، مانند حرکات، تغییرات در نور یا صداهای جدید و همچنین احساسات و دردهای بدنی که قابل توجه هستند. در این حالت ذهنی، می توانیم در مورد منفی یا مثبت بودن چیزها قضاوت یا ارزیابی کنیم. ما در مورد چیزها تصمیم می گیریم و تجربیات خود را طبقه بندی می کنیم. محتوای ذهن خودکار تحت تأثیر شرایط جوی، غرایز، یادگیری های قبلی و ادراکات قرار می گیرد. این برای بقای انسان ضروری است و به سازگاری، از جمله موارد دیگر، کمک می کند.

ذهن تحلیلی - از آنجایی که انسان ها دارای خودآگاهی هستند، این چارچوب ذهنی به ماکمک می کند تا عمداً از احساسات، تجربیات و افکار فعلی خود فاصله بگیریم. ما این اطلاعات را به صورت ذهنی مشاهده و دستکاری می کنیم. این فرآیند شامل تمام استدلال های پیچیده ای است که مغز مسئول آن است. [64].

چگونه ذهن ناخودآگاه و سیستم مغز لیمبیک بر رفتار تأثیر می گذارند

سیستم لیمبیک مسئول رفتار ناخودآگاه شماست. این سیستم بر اعمال شما در الگویی از پاسخ های عاطفی مانند درد و لذت تأثیر می گذارد. تجربه شادی معمولاً منجر به احساس آرامش درونی می شود. وقتی

در مواجهه با تهدیدها، با غریزه بقا واکنش نشان می دهد. زبان های رایج این ساختار یا ترس هستند یا صلح.

سیستم لیمبیک همچنین از احساسات شما تغذیه می کند. وقتی نسبت به موقعیت های تجربیات خاصی احساس قوی دارید، این سیستم تمایل دارد با شدت واکنش نشان دهد. با آموزش جنبه رفتاری این بخش از مغز، می توان به راحتی اعمال انسان را دستکاری کرد.

جنبه های مهم سیستم لیمبیک

نورون های لیمبیک در اعماق مغز قرار دارند. آن ها بر مراقبه روزانه شما و نحوه ابراز رفتارهای عاطفی، جنسی و اجتماعی تان تأثیر می گذارند. همچنین فرآیندهای بدن مانند هموستاز داخلی و برخی از نیازهای اساسی مانند گرسنگی و تشنگی را کنترل و نظارت می کنند.

سیستم لیمبیک از مناطق مختلف مغز تشکیل شده است که همگی نقش خود را در عملکرد ما ایفا می کنند. هیپوتالاموس مسئول هورمون ها، اشتها و میل جنسی است. آمیگدال به ما امکان تفسیر احساسات را می دهد. هیپوکامپ، هسته های سیتوم، سینگولیت قدامی، سینگولیت خلفی، هسته های تالاموس، سیستم فعال کننده مشبک، لوب های پیشانی مداری و هسته های خاصی از مخچه نیز بخشی از این ساختار هستند.

هیپوتالاموس، آمیگدال، هیپوکامپ و هسته های سیتوم از اهمیت ویژه ای برای رفتارهای ناخودآگاه انسان برخوردارند. آن ها بر عملکردهای عاطفی و روانی مغز شما، مانند مدیتیشن، تأثیر می گذارند. مناطق فوق گرد هم می آیند تا به ما امکان دهند احساسات، تجربه ها و خواسته های خود را ابراز کنیم.

سیستم لیمبیک همچنین مسئول حافظه و احساسات است، که شامل نحوه پاسخ شما به پاداش و مجازات می شود. موارد زیر مسئول برخی از رفتارهای ناخودآگاه شما هستند:

- آمیگدال مسئول تنظیم چگونگی درک ترس توسط شماست. همچنین تصمیم می گیرد که چگونه به عصبی بودن و پرخاشگری واکنش نشان دهید. این ناحیه از مغز همچنین با سایر سیستم های مرتبط با احساسات و اضطراب ارتباط دارد. این ناحیه بر پاسخ های چهره شما تأثیر می گذارد و درک ناخودآگاه شما از احساسات مختلف را نشان می دهد. این ناحیه به انتقال دهنده های عصبی مرتبط با استرس و پرخاشگری متصل است.
- زیرا آمیگدال، هیپوتالاموس قرار دارد. این ناحیه به تنظیم گرسنگی، تشنگی و میل جنسی شما کمک می کند. همچنین

پاسخ به ارضای نیازهای ذکر شده با ایجاد احساس لذت.

- هیپوکامپ در ذخیره اطلاعات در حافظه بلندمدت بسیار مهم است. هرگونه آسیب به این ناحیه می تواند منجر به فراموشی شود.

مغز قدیمی

ناحیه ای در مغز ما وجود دارد که صدها هزار سال در سر اجداد ما وجود داشته است. قبل از اینکه انسان ها پیچیدگی هوشیاری را که اکنون در حال مطالعه آن هستیم، توسعه دهند، این ذهن بود که ما برای پیمایش جهان خود از آن استفاده می کردیم. این ناحیه در درونی ترین ناحیه مغز ما قرار دارد و شامل ساقه می شود. این ناحیه (و همیشه) مسئول اساسی ترین غرایز بقا ما است. این ساختار از موارد زیر تشکیل شده است:

- **مدولا**-این دستگاه برای کنترل ضربان قلب و میزان هوای ورودی شما طراحی شده است. این دستگاه بر نحوه غذا خوردن، تنفس و حرکت شما تأثیر می گذارد و در نتیجه به حفظ زندگی شما کمک می کند.
- **پونز**-این بخشی از مغز است که به کنترل حرکات و حفظ تعادل شما کمک می کند.
- **شبکه ای**-این ساختار وظیفه اصلی فیلتر کردن محرک های دریافتی از نخاع را بر عهده دارد. سپس بقیه سیگنال ها را به سایر قسمت های مرتبط مغز منتقل می کند. سایر عملکردهای آن بر راه رفتن، غذا خوردن، فعالیت جنسی و خواب شما تأثیر می گذارد. قطع این بخش از مغز منجر به کما می شود.

فصل ۱۸

چطور کسی می تواند ذهن افراد را بخواند؟



ذهن خوانی اساساً به معنای دانستن منظور واقعی دیگران است، بدون اینکه آنها آن را با صدای بلند بگویند، یا حتی علیرغم اینکه خلاف آن را بیان می کنند. هر کسی با داشتن مجموعه مهارت ها و آموزش های مناسب، توانایی بالقوه ای برای تجزیه و تحلیل دیگران دارد. با این حال، این کار زمان بر است و نیاز به تمرکز و صبر دارد. نمی توان رویکردی با ذهنی باز را نادیده گرفت. خواننده باید کاملاً پذیرای افکار و نکات ظریف سوژه باشد، به دور از هرگونه تعصبی که ممکن است در مورد موضوع مورد بحث یا محیطی که خواندن در آن انجام می شود، داشته باشد.

باید توجه ویژه ای به چشمان سوژه داشت، زیرا گفته می شود که آنها پنجره ای به روح هستند. شخصیت کلی یک فرد نیز باید مورد توجه قرار گیرد، که شامل ظاهر، رفتار کلی، حرکات فیزیکی و البته حس درونی شما نسبت به آنها می شود، اما محدود به آنها نیست. گوش دادن به شهود شما می تواند در چنین مواردی ارزشمند باشد.

زمینه

دلایل زیادی برای تمایل به خواندن ذهن دیگران وجود دارد. همدلی رایج ترین دلیل است زیرا ما آرزوی ارتباط نزدیک با دیگران را داریم. انسان ها موجودات اجتماعی هستند و این نیاز ذاتی است.

بیشتر احساسات اساسی، غم، شادی، ترس، خشم، تعجب و انزجار، در تمام فرهنگ ها و نژادها به یک شکل ابراز می شوند. این امر تشخیص احساسات مذکور را در فرد دیگر آسان می کند. رمزگشایی از ظرافت های ظریف بسیار دشوارتر است و برای یادگیری نحوه تفسیر صحیح هر فرد، به یک فرد متخصص نیاز است.

همه ما در برقراری ارتباط با دیگران به دنبال راحتی هستیم. خواندن ذهن دیگران می تواند به ما در تنظیم واکنش مان به هر موقعیتی کمک کند. ارتباط برقرار کردن همچنین امکان پاسخ مناسب را فراهم می کند. این مهارت همچنین می تواند به تشخیص دروغ کمک کند. توانایی نگاه کردن به کلمات برای تشخیص حقیقت، یک توانایی ارزشمند است. این مهارت بیشتر در جرم شناسی و حرفه های اجرای قانون مفید است، جایی که ضروری است بدانیم یک مجرم چه زمانی و چه اطلاعاتی را ممکن است پنهان کند. به عنوان مثال، مظنونی که همدست دارد ممکن است نخواهد آنها را لو دهد. تروریستی که بمبی را در جایی پنهان کرده است، ممکن است نخواهد محل وسیله آتش را فاش کند. بنابراین، داشتن چنین مهارت های تحلیلی برای رمزگشایی اطلاعاتی که ممکن است لزوماً گفته نشوند، ضروری است. سرعت و دقت در این موارد ضروری است.

موقعیت یا محیطی که یک نشانه غیرکلامی در آن اعمال می شود، اهمیت دارد. انجام همان کار در یک محیط متفاوت یا به عنوان واکنشی به شرایط مختلف می تواند معانی متفاوتی داشته باشد. برای مثال، سرفه در یک اتاق با کوران هوا می تواند صرفاً یک سرفه بی ضرر باشد، در حالی که سرفه پس از یک اظهار نظر به خصوص ناخوشایند می تواند نشانه ناراحتی باشد.

همیشه باید مراقب بود که به عنوان یک ذهن خوان، به کلیشه ها توجه نکرد. افراد و زبان بدن آنها به اندازه ماهی های دریا متنوع است. «گفتار» یک نفر لزوماً با دیگری متفاوت نیست. این موضوع به خوبی توسط بازیکنان پوکر سطح بالا که برای تحقیق در مورد حریفان خود و فهمیدن نقاط ضعف آنها، برای کسب مزیت رقابتی، وقت و منابع صرف می کنند، مشهود است.

در نظر گرفتن بیش از یک تابلو

ارتباط از طریق کانال های متمایز متعددی انجام می شود؛ کلامی، غیرکلامی، نوشتاری و بصری. همه این ها بسته به پیامی که فرد می خواهد منتقل کند، به طور متفاوتی استفاده می شوند. به عنوان مثال، کسی که از دست کسی عصبانی است، ممکن است برای ابراز خشم خود، با حروف بزرگ به او پیامک یا نامه بنویسد، که اگر آن شخص واقعاً عصبانی باشد، معادل فریاد زدن خواهد بود.

بیان افکارشان. درک فرآیند فکری سوژه و نحوه ی اعمال آن بر همه این موارد ضروری است.

اغلب اوقات، ترکیبی از نشانه ها برای رساندن پیام مورد نظر به وضوح لازم است. یک ذهن خوان باید با تمرین مداوم یاد بگیرد که چگونه ترکیبی از نشانه ها را در موضوع به درستی تفسیر کند. به عنوان مثال، چشم های رو به پایین می تواند به معنای شرمندگی فرد باشد. همین حرکت در حالی که مدام به بیرون یا دور از شما نگاه می کند، ممکن است به معنای این باشد که چیزی برای پنهان کردن دارد یا به موضوع بحث فعلی علاقه ای ندارد.

نشانه ها همچنین حیاتی هستند زیرا برای کسی که ممکن است با یک نوع چالش یا مشکل زندگی کند، ممکن است به بیش از یک راه برای درک یک جمله یا مفهوم نیاز داشته باشد. به همین ترتیب، آنها همچنین با بیش از یک حس ارتباط برقرار می کنند. به عنوان مثال می توان به افرادی با بینایی ضعیف، افراد کم شنوا و حتی افراد در طیف اوتیسم اشاره کرد، به ویژه کسانی که ممکن است لزوماً نشانه های اجتماعی معمول را درک نکنند و برای تفسیر آنها به کمک نیاز داشته باشند.

شناختن شخص

خواندن شخصیت یک فرد ناشناس می تواند چالش برانگیز باشد، اما همچنان امکان پذیر است. ملاقات با کسی برای اولین بار، تجربه ای کاملاً جدید است که به عنوان یک «فایل جدید» در مغز ثبت می شود و زمینه را برای ملاقات های بعدی فراهم می کند. از این رو ضرب المثل «برداشت های اولیه بسیار مهم هستند» رواج دارد. خواندن ذهن یک غریبه ممکن است نیاز به صبر و تمرکز بیشتری داشته باشد تا نکات ظریف را از دست ندهید. با این حال، باید مراقب بود که سوژه را معذب نکرد و توصیه می شود که خیلی طولانی خیره نشوید. پانزده ثانیه اولیه باید برای درک کلی از فرد بدون ایجاد ناراحتی در او کافی باشد.

یک سری سوالات کوتاه و اساسی، مانند نام و آدرس، باید پاسخ های صادقانه ای را به همراه داشته باشد. این سوالات می توانند به ایجاد یک پایه برای حالات چهره، لحن صدا و تماس چشمی آن فرد هنگام گفتن حقیقت کمک کنند. یکی دیگر از «نشانه های» پذیرفته شده ی عمومی، محکم دست دادن است. دست دادن محکم ممکن است نشان دهنده ی اعتماد به نفس باشد، در حالی که دست دادن ضعیف ممکن است نشان دهنده ی نگرش غیرمتعهدانه باشد. همچنین باید عوامل دیگری را که می توانند پاسخ های یک فرد را تعیین کنند، در نظر گرفت. این عوامل شامل سن و پیشینه فرهنگی است. به عنوان مثال، کسی که در دهه چهل یا پنجاه میلادی متولد شده است، ممکن است در مورد موضوعات محافظه کارتر باشد.

به نظر می رسد که این موضوع بیشتر از یک فرد نسل هزاره با تمایلات جنسی یا مذهب در ارتباط است. همچنین، در برخی فرهنگ ها، دست دادن مناسب نیست، به خصوص بین افراد با جنسیت های مختلف. ناآگاهی از چنین موضوع به ظاهر بی اهمیتی می تواند منجر به برداشت نادرست از فردی شود که نمی خواهد دست بدهد یا فقط یک دست دادن زودگذر انجام می دهد.

هنگام خواندن ذهن یک غریبه، بهتر است فرضیاتی نداشته باشید. چنین عجله ای می تواند منجر به سوء تفاهم شود. برای یادگیری اصول اولیه یک فرد وقت بگذارید. خلق و خوی فعلی ممکن است با خلق و خوی معمول آن فرد متفاوت باشد. به عنوان مثال، شاید آنها در پیدا کردن جای پارک مشکل داشته اند و دستپاچه به نظر می رسند، که این فقط یک حالت لحظه ای است. شخصیت واقعی آنها باید پس از پایان آشنایی آشکار شود.

سوگیری ها

ما همچنین باید به ویژه در مورد اعمال قضاوت ها و برداشت های خود در مورد شخصی که ذهنش خوانده می شود، محتاط باشیم. این موارد به عنوان سوگیری های شناختی شناخته می شوند. برعکس، ما باید آگاهانه تلاش کنیم تا فرد دیگر را به صورت عینی و منطقی مشاهده یا گوش دهیم. درک این سوگیری ها به ما کمک می کند تا از دام سوء تفاهم یا تفسیر نادرست پاسخ ها یا معنای مورد نظر شخص دیگر جلوگیری کنیم. بی طرف بودن نسبت به دیگران نیز به طور کلی راهی عاقلانه برای رفتار خود است. این تصورات از پیش تعیین شده عبارتند از اثر هاله، سوگیری تأیید، سوگیری بازیگر-ناظر، اثر اجماع کاذب و سوگیری لنگر انداختن.

اثر هاله

اثر هاله همچنین به عنوان «کلیشه جذابیت فیزیکی» شناخته می شود. این تمایلی است که اجازه می دهیم برداشت اولیه ما از یک فرد، بر تصور کلی ما از او تأثیر بگذارد. این امر می تواند دیدگاه ما را نسبت به سایر ویژگی های فرد، صرفاً به این دلیل که در نگاه اول آنها را قضاوت کرده ایم، تحت تأثیر قرار دهد. هرچه یک فرد از نظر فیزیکی برای ما جذاب تر باشد، ما نسبت به او تمایل بیشتری داریم و برعکس، بدون در نظر گرفتن سایر ویژگی های شخصیتی او.

برای مثال، یک فرد خوش پوش در خیابان توجه و احتمالاً تحسین بیشتری از ما نسبت به فردی با لباس ژنده به خود جلب می کند، با این حال

فردخوش پوش ممکن است یک کلاهبردار بی رحم باشد که بازنشستگان را طعمه قرار می دهد، در حالی که فرد بدپوش می تواند فردی صادق باشد که شانس با او یار نیست. این موضوع در مصاحبه های شغلی نیز بسیار مشهود است، جایی که از فرد خواسته می شود برای ایجاد یک برداشت اولیه مثبت، با ظاهری آراسته در مصاحبه حاضر شود. ما جذابیت را باخیرخواهی مرتبط می دانیم.

سوگیری تاییدی

سوگیری تاییدی زمانی است که افراد به اطلاعاتی گرایش پیدا می کنند که به نظر می رسد باورهای قبلی شان را تایید می کند. این یک دام دوقطبی است. افراد ممکن است به یک داستان گوش دهند، اما فقط چیزی را از آن انتخاب کنند که نظرات خودشان را تایید می کند و بقیه را کنار بگذارند. به عنوان مثال، یک کمپین ریاست جمهوری معمولاً طرفداران و مخالفانی دارد و هر چه یک نامزد بگوید یا انجام دهد، مطمئناً به نفع هر دو طرف تفسیر می شود. طرفداران آن را تحسین و تبلیغ می کنند، در حالی که همان عمل توسط مخالفان مورد انتقاد و بی اعتباری قرار می گیرد. ما باید مراقب باشیم که اجازه ندهیم آرمان های دیرینه خودمان، آنچه را که از شخصی که ذهنش را می خوانیم می شنویم و درک می کنیم، تعیین کند. در عوض، باید منطقی و عقلانی گوش دهیم تا به یک نتیجه گیری آگاهانه برسیم.

سوگیری ناظر بازیگر

سوگیری بازیگر-ناظر زمانی است که ما دیگران را درک می کنیم و اعمال آنها را به چندین متغیر نسبت می دهیم، که تحت تأثیر این است که آیا ما بازیگر یا ناظر در یک موقعیت هستیم. یعنی، وقتی صحبت از اعمال خودمان می شود، بیشتر احتمال دارد که خودمان را با نسبت دادن تقصیرها به تأثیرات خارجی توضیح دهیم در حالی که اعمال دیگران را به علل داخلی آنها سرزنش می کنیم. به عنوان مثال، تصور کنید که دیر به یک جلسه رسیده اید و می گوئید ترافیک غیرقابل تحمل بوده است، اما شخص دیگری را که چند دقیقه بعد می آید با گفتن اینکه آنها فقط تنبل هستند سرزنش می کنید. این نوع سوگیری باید از روش کار ذهن خوانی دور باشد. در غیر این صورت، این تمرین فقط با بازی های سرزنش بی پایان پوشیده می شود.

اثر اجماع کاذب

اثراجماع کاذب به تمایل ما به بیش از حد تخمین زدن میزان موافقت دیگران با باورها، رفتارها، نگرش‌ها و ارزش‌های خودمان اشاره دارد. این امر از این واقعیت ناشی می‌شود که ما بیشتر وقت خود را با همان افرادی می‌گذرانیم که تمایل دارند نظرات ما را به اشتراک بگذارند. این امر باعث می‌شود که ما باور کنیم افکار ما با اکثریت، حتی خارج از حلقه ما، یکسان است. کسانی که مانند ما فکر می‌کنند خوب و عادی هستند، در حالی که هر چیز دیگری اینطور نیست. این نگرش برای هر کسی خطرناک است زیرا می‌تواند به راحتی عدم تحمل را تقویت کند. این طرز فکر، درک ما از نظر فرد مورد نظر را در صورت متفاوت بودن با نظر ما محدود می‌کند. به عنوان مثال، دفاع پرشور از مزایای خوردن گوشت یا پروتئین حیوانی ممکن است برای یک وگان‌غیرقابل قبول یا زننده باشد، که در نتیجه ظرافت‌های ظریف نحوه ابراز صداقت و اعتقاد طرف مقابل را از دست می‌دهد. باید به یاد داشته باشیم که جهان پر از افرادی با پیشینه‌های مختلف است.

سوگیری‌لنگر انداختن

سوگیری‌لنگر انداختن زمانی اتفاق می‌افتد که ما به خودمان اجازه می‌دهیم بیش از حد تحت تأثیر اولین اطلاعاتی که در مورد هر موضوعی می‌شنویم، قرار بگیریم. این یک ابزار شناختی پیچیده است زیرا تأثیر قابل توجهی بر نحوه‌ی پیشبرد یک مکالمه یا مذاکره دارد. برای مثال، تصور کنید که می‌شنوید «ابولا در آفریقا وجود دارد». این یک جمله‌ی کلی است، زیرا آفریقا یک قاره است، نه یک کشور واحد، و این بیماری ممکن است فقط به یک کشور یا یک منطقه محدود شود و بقیه‌ی قاره عاری از ابولا باشد.

یک دولت اروپایی بیش از حد محتاط ممکن است توصیه سفر به آفریقا را صادر کند و در نتیجه بر بسیاری از کشورهای دیگر که به گردشگری وابسته هستند، هرچند که ممکن است عاری از ابولا باشند، تأثیر بگذارد. این امر همچنین بر مسائلی جدی مانند پزشکی تأثیر می‌گذارد. یک پزشک می‌تواند یک نقطه اتکا ایجاد کند، جایی که اولین برداشت او از علائمی که بیمار ممکن است نشان دهد می‌تواند منجر به تشخیص اشتباه شود. به همین دلیل است که توصیه می‌شود نظر دوم یا حتی سوم ارائه شود و به پزشک جدید سابقه کاملی از مشکل داده شود، با وجود اینکه همه آنها در پرونده پزشکی شما وجود دارد. هر کسی که سعی در رسیدن به ریشه یک مشکل دارد، باید مشتاق باشد که تمام اطلاعات ارائه شده را دریافت کند و وسوسه نشود که بر اساس گفته اولیه، داده‌های مهم را نادیده بگیرد. کسی که بتواند این کار را انجام دهد، بر سوگیری اتکا غلبه خواهد کرد.

انعکاس زبان بدن

این یک ابزار غیرکلامی و شهودی است که برای ایجاد پیوند و ایجاد ارتباط بین دو یا چند نفر استفاده می شود. این امر به ایجاد ارتباطی مبتنی بر اعتماد و درک متقابل کمک می کند. تقلید در تمام جنبه های زبان بدن، از جمله حالت بدن، حرکات، لهجه ها، صداها و لحن صدا، اعمال می شود. رایج ترین اشکال آن لبخند زدن و خمیازه کشیدن است.

لبخند زدن وقتی لبخند کسی را می بینید، فوراً حال شما را بهتر می کند. همچنین خمیازه کشیدن ظرف سی ثانیه پس از دیدن یا شنیدن خمیازه کسی بسیار رایج است. حتی یک خمیازه ساختگی می تواند باعث خمیازه واقعی در شخص دیگری شود!

برای اینکه با فردی که ذهنش را می خوانید، هم طول موج یا هم حس به نظر برسید، توصیه می شود زبان بدن او را تقلید کنید. مراقب باشید که فقط حرکات مثبت را کپی کنید. به عنوان مثال، با همان لحن و سرعتی که صحبت می کنند صحبت کنید. صحبت کردن خیلی سریع ممکن است باعث شود آنها احساس ترس یا تحت فشار بودن کنند، در حالی که صحبت کردن خیلی آهسته ممکن است شما را بی علاقه نشان دهد. به طور مشابه، صاف نشستن یک حالت بدنی مثبت است. حتی اگر سوژه شما قوز کرده باشد، نباید قوز کنید. این می تواند به عنوان تنبل یا غیرحرفه ای به نظر برسد. همچنین توصیه نمی شود که احساسات کسی را حدس بزنید و از آن برای شکل دادن به رفتار خود استفاده کنید، زیرا این می تواند منجر به سوء تفاهم شود. این یک واقعیت مستند است که اتخاذ یک موقعیت خاص زبان بدن که با یک حالت عاطفی خاص قابل شناسایی است، باعث می شود که شما شروع به تجربه آن احساس کنید. به عنوان مثال، شیب دار کردن انگشتان، که به معنای اتصال نوک انگشتان هر دو دست و فشار دادن آنها به یکدیگر است، نشانه ای از اقتدار و اعتماد به نفس است. انجام این کار در طول جلسات باعث می شود که در مورد پیامی که منتقل می کنید، اعتماد به نفس بیشتری داشته باشید.

همچنین در مطالعات نشان داده شده است که مردان و زنان به طور کلی روش های متفاوتی برای انعکاس زبان بدن دارند. فردی که به خواندن ذهن علاقه مند است باید از این موضوع آگاه باشد تا بتواند آن را با موفقیت به کار گیرد. زنان در دریافت و تفسیر سیگنال های روانی تیزبین تر هستند. آنها می توانند از طریق تغییرات متعدد در صدا، حرکات و حالات چهره، راحت تر با یک مکالمه پیش بروند.

با این حال، مردان ترجیح می دهند ظاهری ماسک مانند داشته باشند که باعث می شود تشخیص آنها دشوارتر شود. آنها همان طیف احساسات را تجربه می کنند، اما ترجیح می دهند آن را در چهره یا با حرکت زیاد نشان ندهند. این به آنها اجازه می دهد احساس کنترل کنند. بنابراین، راه مؤثرتر برای تقلید از یک مرد این است که

تطبیق با زبان بدن او به جای تلاش برای تقلید از حالات چهره اش.

یکی دیگر از عوامل مهم که هنگام تقلید زبان بدن باید در نظر بگیرید، رابطه شما با شخصی است که از او پیروی می کنید. تقلید زبان بدن رئیس توسط یک زیردست ممکن است به عنوان تکبر تعبیر شود. تقلید حرکات کسی که سعی در ترساندن شما دارد، ممکن است او را خلع سلاح کرده و او را سازگارتر کند. در مجموع، تقلید باعث می شود طرف مقابل انعکاس خود را در شما ببیند و فوراً احساس راحتی، پذیرش و اعتماد بیشتری کند.

فصل ۱۹

زبان بدن: چگونه ارتباط غیرکلامی را در قسمت های مختلف بدن تفسیر کنیم؟



علاوه بر صحبت کردن، ما با استفاده از زبان بدن نیز تعامل می کنیم. ارتباط غیرکلامی در زندگی روزمره شما اهمیت دارد. می توانید از این حرکات علاوه بر صحبت کردن یا به تنهایی استفاده کنید. بنابراین، ضروری است که هنگام صحبت کردن افراد به آنها نگاه کنید تا ببینید چه کاری انجام می دهند و چه می گویند.

اگرچه توانایی شما در برقراری ارتباط خوب با استفاده از کلمات، کلید انتقال یا دریافت پیام به دیگران یا از دیگران است، اما نشانه های غیرکلامی شما معمولاً بیشترین تأثیر را دارند. بنابراین، زبان بدن چیست؟ زبان بدن ارتباط درونی با استفاده از رفتار فیزیکی، رفتار و حالات چهره شماست. اینها حرکاتی هستند که نیت ما را به کسانی که با آنها صحبت می کنیم نشان می دهند.

این ارتباط به صورت غریزی و نه آگاهانه انجام می شود. هر زمان که با افراد دیگر ملاقات می کنید، به طور مداوم سیگنال های بی کلامی را با یا بدون آگاهی خود نشان می دهید. شما با استفاده از رفتارهای غیرکلامی خود از طریق حرکاتی که انجام می دهید، وضعیت بدن، لحن صدایی که استفاده می کنید و نحوه حفظ تماس چشمی با کسانی که با آنها تعامل دارید، پیام هایی ارسال می کنید.

نحوه‌ی استفاده از زبان بدن شما هنگام برقراری ارتباط می‌تواند منجر به بازخوردهای متفاوتی از سوی دریافت‌کنندگان پیام‌های شما شود. نشانه‌های غیرکلامی شما می‌توانند افراد را آرام کنند، باعث شوند به شما اعتماد کنند، آنها را آزرده خاطر کنند، باعث سردرگمی شوند یا پیامی را که می‌خواهید به آنها منتقل کنید، تضعیف کنند. باید توجه داشته باشید که برخلاف ارتباط کلامی، پیام‌های غیرکلامی با توقف صحبت شما متوقف نمی‌شوند. شما حتی زمانی که ساکت هستید، در حال تبادل اطلاعات هستید.

مواردی وجود دارد که در آنها پیام‌هایی که به صورت کلامی منتقل می‌کنید و پیام‌هایی که از طریق زبان بدن خود منتقل می‌کنید، در تضاد هستند. وقتی چیزی می‌گویید، اما زبان بدن شما پیام متفاوتی را نشان می‌دهد، هر کسی که پیام شما را دریافت می‌کند، احساس می‌کند که شما صادق نیستید. به عنوان مثال، اگر در حالی که سرتان را به نشانه‌ی تایید تکان می‌دهید، بگویید «نه»، در این صورت فقط در ارسال یک سیگنال ترکیبی موفق بوده‌اید.

اهمیت ارتباط غیرکلامی

زبان بدن شما برای اینکه به شنونده بگویید صادق هستید یا نه، ضروری است. بنابراین، ارتباط غیرکلامی شما باید با کلام گفتاری‌تان مطابقت داشته باشد. وقتی این سیگنال‌ها با هم مطابقت داشته باشند، نه تنها پیامی را که سعی در انتقال آن دارید، تقویت می‌کنید، بلکه اعتماد، تفاهم و شفافیت کلام را نیز افزایش می‌دهید.

اگر علاقه مند به تبدیل شدن به یک ارتباط دهنده‌ی کارآمد هستید، باید نسبت به مهارت‌های ارتباط غیرکلامی خود و همچنین زبان بدن افرادی که با آنها صحبت می‌کنید بسیار حساس باشید:

نقش مهارت‌های ارتباط غیرکلامی

- **نقش حفظ و نگهداری** - ارتباط غیرکلامی شما در تکرار پیامی که منتقل می‌کنید ضروری است. توانایی دیگران در درک پیام شما به نحوه‌ی انتقال اطلاعات توسط شما بستگی دارد.
- **نقش تضاد** - نشانه‌های ارتباط غیرکلامی شما همچنین می‌تواند با پیامی که سعی دارید به دیگران منتقل کنید، در تضاد باشد. این به شنونده شما نشان می‌دهد که شما صادق نیستید.
- **نقش جایگزینی** - شما می‌توانید از نشانه‌های غیرکلامی برای جایگزینی پیام کلامی خود استفاده کنید. نشانه‌های فیزیکی شما اغلب سیگنال دقیق ترو قوی تری نسبت به کلام شما ایجاد می‌کنند.

- **مکمل**- شما می توانید از نشانه های غیرکلامی خود برای اضافه کردن یا تکمیل پیام کلامی که به دیگران منتقل می کنید استفاده کنید. برای مثال، اگر رئیستان به پشت شما نوازش کند، این کار پیامی از تحسین به شما می فرستد.
- **تأکید**- برخی از نشانه های غیرکلامی برای تأکید بر اهمیت پیام شما استفاده می شوند. برای مثال، می توانید برای تأکید بر فوریت و اهمیت اطلاعاتی که به مخاطب خود منتقل می کنید، روی میز ضربه بزنید.

نشانه های ارتباط غیرکلامی و نحوه تفسیر آنها

نشانه های غیرکلامی آگاهانه در مقابل ناخودآگاه

چه در حال صحبت باشید و چه نباشید، این احتمال وجود دارد که همیشه در طول روز با افراد دیگر در تعامل باشید. بیشتر ارتباطات شما از طریق نشانه های غیرکلامی است که از طریق زبان بدن ارسال می شوند. بنابراین، اگر به آنچه کسی صادقانه فکر می کند علاقه مند هستید، باید به حرکات او توجه کنید. وقتی در خواندن ذهن دیگران مهارت پیدا کنید، نسبت به آنها برتری خواهید داشت زیرا هنگام گوش دادن و صحبت کردن با دیگران، سرنخ های مفیدی در مورد آنچه که به آن فکر می کنند، به دست می آورید.

شما خواهید دانست که چگونه به طور مناسب واکنش نشان دهید و به دیگران پاسخ دهید. نشانه های غیرکلامی معمولاً در سطح ناخودآگاه عمل می کنند. پیام ها به طور خودکار و ناخواسته توسط مغز شما تولید می شوند. برای اینکه یک ارتباط دهنده عالی باشید، باید خودتان را آموزش دهید تا حرکاتی را که دیگران هنگام تعامل نشان می دهند، تشخیص دهید. در بیشتر موارد، آنها نمی دانند که این کار را انجام می دهند و به همین دلیل است که به آنها زبان بدن ناخودآگاه گفته می شود. حرکات آنها احساساتشان را فاش می کند.

سیگنال های ناخودآگاه می توانند در موقعیت های زیر آزاد شوند:

- وقتی برای اولین بار با شخص مقابل ملاقات می کنید.
- وقتی با طرف مقابل وقت می گذرانید. وقتی می خواهید
- یکدیگر را ترک کنید.

این سیگنال ها به طور خودکار شلیک می شوند و در همه انسان ها، صرف نظر از نژاد یا فرهنگ، مشترک هستند. در ادامه به برخی از نشانه های زبان بدن ناخودآگاه جهانی و نحوه شناسایی و تفسیر آنها اشاره شده است.

تفسیر حالات چهره

سرو صورت شما ابزارهای بسیار گویا و مؤثری برای برقراری ارتباط هستند. چهره ها احساساتی مانند خشم، تعجب، ترس، انزجار، شادی و غم را بیان می کنند. در واقع، این حرکات، بیش از هر کلمه ای، احساسات واقعی فرد را آشکار می کنند.

چهره شما بسیار گویا است و معمولاً پیام های متعددی را به صورت ناخودآگاه منتقل می کند، حتی بدون اینکه کلمه ای بر زبان بیاورید. در مقایسه با سایر نشانه های ارتباط غیرکلامی، این ویژگی جهانی است. به عنوان مثال، ویژگی هایی که دلالت بر شادی، ترس، انزجار و عصبانیت دارند، در همه فرهنگ ها مشترک هستند.

یادگیری مهارت خواندن احساسات دیگران، همانطور که در چهره آنها بیان می شود، یک جنبه اساسی در ارتباطات انسانی است. اگر بتوانید به طور مؤثر تغییر در چهره دیگران را تشخیص دهید، می توانید به راحتی این احساسات درونی را حس کنید. چندین نوع اصلی از این احساسات وجود دارد که باید یاد بگیرید آنها را تفسیر کنید. این موارد عبارتند از:

چگونه شادی را بخوانیم - صورتی که احساس شادی یا خوشبختی را نشان می دهد، همیشه لبخند می زند. در صورت لذت واقعی، دندان ها نمایان می شوند. همچنین باید خطی از بینی تا گوشه لب ها امتداد داشته باشد. گونه های فرد نیز باید بالا رفته و پلک هایش منقبض یا چروکیده شوند.

شما به راحتی می توانید با مشاهده دقیق عضلات چشم فرد، لبخندی را که واقعی نیست تشخیص دهید. پوزخند ساختگی معمولاً عضلات چشم را درگیر نمی کند. این حالت همچنین در هر حالتی که از شادی یا خوشحالی واقعی ناشی نمی شود، رایج است.

چگونه غم را بخوانیم - اگر می خواهید چهره ای را که غم را به درستی نشان می دهد تفسیر کنید، به ابروهای طرف مقابل نگاه کنید. یک چهره غمگین معمولاً ابروهایی دارد که به داخل و بالا کشیده شده اند. علاوه بر این، این ویژگی ها باید شامل پوست مثلی شکل درست زیر پیشانی باشد. همچنین صورت فرد باید با لب های پایینی برجسته باشد. ناراحتی یکی از سخت ترین احساسات برای تظاهر است.

چگونه تحقیر را بخوانیم- یک چهره تحقیرآمیز یا نفرت انگیز باید یک گوشه دهانش بالا برود. این حالت، حالتی شبیه به لبخندی نیمه لب را ایجاد می کند که معمولاً به معنای پوزخند تعبیر می شود.

چگونه انزجار را بخوانیم- اگر چهره ی فرد مقابل ابروهای پایین افتاده و پلک های بالا رفته داشته باشد که باعث تنگ شدن چشم ها می شود، آن شخص از کسی یا چیزی منزجر است.

چگونه سورپرایز را بخوانیم- ابروهای یک چهره متعجب باید به صورت منحنی بالا رفته باشند. همچنین باید پوست زیر ابرو کشیده شده باشد. چین و چروک های افقی نیز باید در پیشانی او وجود داشته باشد.

چگونه ترس را تفسیر کنیم- اگر ابروهای فرد بالا رفته باشد، نشان دهنده ی احساس ترس است. همچنین باید بین ابروها چین و چروک وجود داشته باشد و پلک بالایی چنین فردی نیز باید بالا باشد در حالی که پلک پایینی به صورت منقبض جمع شده باشد. دهان فرد نیز می تواند باز باشد و سوراخ های بینی اش باز باشند.

چگونه خشم را بخوانیم- یک فرد عصبانی باید صورتی با ابروهای پایین افتاده و همچنین ابروهای به هم چسبیده داشته باشد. چشمان او باید بیرون زده و خطوطی بین ابروهایش دیده شود. پلک های چنین فردی معمولاً منقبض است. دهان او باید محکم به هم فشرده و سوراخ های بینی اش گشاده باشد. [65].

چگونه حالات چهره، حرکات چشم، سیگنال های چشمی و تماس چشمی را تفسیر کنیم؟

جامعه ی رایج معتقد است که چشم ها «پنجره ای به روح» هستند. شما می توانید با نگاه کردن به این ویژگی ها، احساسات پنهان دیگران را بشناسید. چندین رفتار و نشانه ی مختلف چشمی وجود دارد که باید بدانید، مانند: **چشمک زدن** - اگرچه این طبیعی است، اما می توانید با مشاهده نحوه پلک زدن افراد در موقعیت های مختلف، به احساسات درونی آنها پی ببرید. وقتی فردی احساس ناراحتی یا ناراحتی می کند، تمایل دارد سریع تر پلک بزند. وقتی کسی سعی می کند احساسات خود را کنترل کند، تمایل دارد این کار را کمتر و به ندرت انجام دهد.

مسدود کردن چشم - وقتی مردم از آنچه می بینند خوششان نمی آید، معمولاً چشمان خود را می پوشانند یا سپرمی اندازند. این اتفاق همچنین می تواند زمانی رخ دهد که افراد با تهدیدی روبرو می شوند،

یا وقتی که دفع می شوند، این معمولاً به این معنی است که آنها ناراحت هستند.

مردمک سنجی - مردمک چشم شما هر زمان که در معرض نور کم قرار می گیرید یا وقتی تصاویر محرک را می بینید، گشاد می شود. این اتفاق می افتد تا به شما اجازه دهد محیط اطراف خود را بیشتر درک کنید. با نگاه کردن به مردمک چشم کسی، می توانید به سرعت متوجه شوید که آیا علاقه اش برانگیخته شده است یا خیر.

چشم چرانی کردن - چشم های تنگ، نشان دهنده ی تنفر شدید از چیزی است که در مقابل فرد قرار دارد. همچنین می تواند نشان دهنده ی تنفر از چیزی باشد که می شنود.

ابروها - ابروهای بالا رفته برای جلب توجه طرف مقابل به چهره اش و ارسال پیام های واضح استفاده می شوند. این اغلب زمانی اتفاق می افتد که طرف مقابل می خواهد درک شود یا هر زمان که روی نکته ای تأکید می کند. **خیره شدن** - خیره شدن برای انتقال پیام های قدرتمندی مانند مخالفت با نظر کسی استفاده می شود. وقتی چشمان خود را بیش از حد معمول نگه می دارید، سیگنالی ارسال می کنید که دیدگاه های شما با آنچه طرف مقابل می گوید مطابقت ندارد. برعکس، این می تواند برای انتقال پیام های عشق یا صمیمیت نیز استفاده شود. این اتفاق زمانی می افتد که کسی از چشمان شما، سپس دهان و سپس بقیه بدن به شما نگاه می کند.

نگاه های جانبی - این حالت معمولاً پیام عدم اطمینان و نیاز به شفاف سازی را منتقل می کند. اگر شخصی که با او صحبت می کنید این حالت چهره را با ابروهای در هم کشیده نشان دهد، می تواند نشان دهد که به شما مشکوک است. اگرچه حالت کج می تواند جالب باشد، اما معمولاً با بالا بردن ابروها همراه است.

چشمان تیزبین - فردی که چشمانی خیره دارد، پیام ناامنی یا ناراحتی را منتقل می کند.

حفظ تماس چشمی - مهم است که مستقیماً به شخصی که با او صحبت می کنید نگاه کنید. تماس چشمی زمانی ضروری است که می خواهید بر نکته ای تأکید کنید، یا می خواهید نشان دهید که نسبت به چیزی احساس قوی دارید. هر زمان که نگاهتان را به او ادامه می دهید، این پیام را ارسال می کنید که به آنچه می گوئید اطمینان دارید.

چگونه حالات دهان را تفسیر کنیم؟

حالات و حرکات دهان می توانند پیام های مختلفی را منتقل کنند. برای مثال، هر زمان که لب پایین خود را می جوید، احساس نگرانی و ناامنی را نشان می دهید. علاوه بر این، هر زمان که لب های خود را می پوشانید، ممکن است سعی کنید نارضایتی خود را از کسی یا اعمال او پنهان کنید.

در ادامه به برخی از حوزه هایی که باید برای تفسیر حالات دهان از آنها استفاده کنید، اشاره می کنیم:

لب های جمع شده - لب های جمع شده نشان دهنده ی عدم تأیید یا بی اعتمادی هستند. همچنین می تواند نشان دهنده ی احساس بیزاری باشد.

گازگرفتن لب ها - افراد هر زمان که نگران یا مضطرب هستند، تمایل دارند لب های خود را گاز بگیرند.

دهانی که به سمت بالا یا پایین چرخیده است - هر زمان که احساس شادی یا خوش بینی دارید، تمایل دارید دهان خود را بالا ببرید. از طرف دیگر، اگر احساس غم می کنید یا از چیزی ناراضی نیستید، گوشه های لب هایتان به سمت پایین است.

تفسیر حرکات بدن

شما ممکن است با برخی از رایج ترین حرکاتی که روزانه برای برقراری ارتباط استفاده می کنید، مانند تکان دادن دست یا اشاره، آشنا باشید. همچنین با نحوه استفاده از انگشتان خود برای نشان دادن مقادیر عددی آشنا هستید.

با این حال، حرکات منحصر به فرد زیادی در سراسر جهان و در فرهنگ های مختلف استفاده می شود. باید توجه داشته باشید که بسیاری از حرکات در سایر نقاط جهان معانی متفاوتی دارند. بنابراین، بسیار مهم است که یاد بگیرید علایم برای افراد یا جوامع مختلف چه معنایی دارند.

رایج ترین حرکات و تفسیر آنها به شرح زیر است: **مشت گره کرده** - مشت گره کرده معمولاً نشان دهنده خشم است. در برخی موارد، از آن برای ارسال پیام همبستگی با تیم یا همکارانتان استفاده می شود.

شست بالا و شست پایین - انگشت شست رو به بالا معمولاً برای نشان دادن تأیید یا موافقت استفاده می شود. در حالی که انگشت شست رو به پایین نشان دهنده ی عدم تأیید است.

علامت V - این علامت با بالا بردن انگشت اشاره و میانی به شکل av ایجاد می شود. علامت v شکل نشان دهنده صلح یا پیروزی است.

چگونه بازوها و پاها را تفسیر کنیم؟

شما همچنین می توانید از حالات و رفتار دیگران سیگنال های ارزشمندی دریافت کنید. برای مثال، هر زمان که کسی دست به سینه می شود، ممکن است پیامی از حالت تدافعی بودن را منتقل کند. اگر کسی وقتی کاملاً از شما دور است پاهایش را روی هم بیندازد، می تواند به این معنی باشد که از شما خوشش نمی آید یا راحت نیست.

باشما. در ادامه برخی دیگر از زبان بدن دست ها و پاها آمده است:

دست به سینه - پیام های دفاع از خود یا محافظت از خود را نشان می دهد. **ایستادن با دست های قرار گرفته روی کمر** - این حرکت پیامی مبنی بر این دارد که فرد کاملاً اوضاع راحت کنترل دارد یا آماده ی انجام کاری است. همچنین می تواند نشانه ی نامحسوسی از پرخاشگری در آن فرد باشد.

قلاب کردن دست ها از پشت - نشان دهنده کسالت، اضطراب یا عصبانیت است.

پاهای ضربدری - نشان دهنده فردی است که به شدت گوشه گیر است و به فضا و حریم خصوصی خود نیاز دارد.

تفسیر وضعیت بدن

بسته به نحوه برخوردتان با دیگران، می توانید پیام های مختلفی ارسال کنید. وضعیت بدن همچنین می تواند سرنخ هایی در مورد احساسات درونی و ویژگی های شخصیتی شما ارائه دهد. حتی می توان از آن برای تعیین ویژگی های شخصیتی مانند سطح اعتماد به نفس یا تسلیم پذیری استفاده کرد.

فردی که همیشه صاف می ایستد یا می نشیند، نشان می دهد که بسیار با اعتماد به نفس، متمرکز و دقیق است. علاوه بر این، فردی که این کار را با حالت خمیده انجام می دهد، پیامی از بی تفاوتی یا کسالت را منتقل می کند.

در ادامه به برخی از نشانه هایی که می توانید برای خواندن وضعیت بدن یک فرد استفاده کنید، اشاره می کنیم:

حالت بدن باز - وقتی فردی بالاتنه خود را باز و در معرض دید قرار می دهد، این حالت پیامی از دوستی و تمایل می فرستد.

حالت بدن بسته - زمانی رخ می دهد که فرد با جمع کردن بدن خود به جلو، تنه خود را پنهان می کند. آنها همچنین تمایل دارند دست ها و پاها را روی هم قرار دهند. چنین افرادی پیام اضطراب، خصومت و عدم دوستی را نشان می دهند.

تفسیر لمس به عنوان شکلی از زبان بدن

شما از طریق لمس کردن خود پیام های زیادی را منتقل می کنید. باید به نحوه ی دست دادن دیگران توجه زیادی داشته باشید، زیرا آنها می توانند از این طریق احساسات درونی خود را بیان کنند. قاطعیت به شما می گوید که طرف مقابل واقعاً شما را دوست دارد یا به شما علاقه مند است و برعکس. همچنین ...

پیام های پنهان در آغوش های گرم، نوازش های از بالا به پایین یا گرفتن کنترل کننده ی بازو.

تفسیر صدای آنها

نه تنها به آنچه افراد می گویند، بلکه به نحوه ی بیان آنها نیز توجه کنید. می توانید با خواندن لحنی که فرد برای انتقال پیام هایش استفاده می کند، احساسات درونی او را تفسیر کنید. به جنبه هایی مانند زمان بندی و مکث های او در هنگام صحبت کردن توجه دقیقی داشته باشید. همچنین باید به لحن و میزان بلندی صدای او توجه کنید. این ابزارها ممکن است برای انتقال طعنه، خشم، اعتماد به نفس یا محبت استفاده شوند.

فضای شخصی

هروقت کسی، معمولاً یک غریبه، خیلی به شما نزدیک می شود، احساس ناراحتی می کنید. این می تواند پرخاشگرانه یا حتی چندش آور به نظر برسد. فضای شخصی به فاصله ی قابل قبول بین افراد هنگام تعامل اشاره دارد. فاصله ای که بین خود و دیگری حفظ می کنید معمولاً به رابطه ی آنها با شما بستگی دارد.

فاصله فیزیکی بین افراد معمولاً طیف وسیعی از اطلاعات غیرکلامی را منتقل می کند. چهار سطح از فاصله اجتماعی استاندارد وجود دارد که ممکن است در طول تعاملات خود با دیگران، خود را در آن بیابید:

فاصله شخصی ۱۵ تا ۲۵ سانتی متر- این فاصله بین ۶ تا ۱۰ اینچ از یک فرد تا فرد دیگر اندازه گیری می شود. افرادی که می توانند به راحتی این طول را حفظ کنند، معمولاً رابطه نزدیک تری دارند. این اغلب توسط کسانی که از پیوندهای صمیمی لذت می برند، مانند کسانی که با کسی قرار می گذارند یا در روابط عاشقانه هستند، انجام می شود. همچنین در موقعیت های صمیمی مانند بغل کردن یا لمس کردن یا زمزمه کردن نیز اتفاق می افتد.

فاصله شخصی ۱.۵ تا ۴ فوت- این سطح از فاصله معمولاً در اعضای خانواده یا افرادی که دوستان صمیمی هستند، رخ می دهد. وقتی افراد فاصله ی کوتاه ۱.۵ فوتی (حدود ۴۳ سانتی متر) بین خود نگه می دارند، نشان می دهد که در رابطه شان بسیار صمیمی هستند. هرچه این فاصله بیشتر باشد، احتمال صمیمیت آنها کمتر است.

فاصله اجتماعی ۴ تا ۱۲ فوت- این سطح از فاصله اغلب در بین آشنایان نزدیک رایج است. این امر در بین افرادی که یکدیگر را می شناسند، رایج است.

دیگران که به خوبی با هم ارتباط دارند و مرتباً با یکدیگر تعامل دارند، مانند همکاران در محل کار شما. در صورتی که با آشنایی که او را خوب نمی شناسید یا اغلب ملاقات نمی کنید، ارتباط برقرار می کنید، طول آن به بین 10 تا 12 فوت افزایش می یابد.

فاصله عمومی ۱۲ تا ۲۵ فوت-این فاصله ای است که معمولاً در سخنرانی ها استفاده می شود. برخی از نمونه های خوب فاصله عمومی، فاصله بین معلم و دانش آموزان در طول درس است. این فاصله همچنین توسط اعضای روحانیت هنگام اجرای خطبه هایشان رعایت می شود. همچنین در بین سیاستمداران و سایر چهره ها هنگام مبارزات انتخاباتی یا سخنرانی رایج است.

دینامیک آوازی

مهارت های صوتی شما در برقراری ارتباط مؤثر با دیگران، به ویژه در مواردی که می خواهید دیگران را متقاعد کنید، بفروشید، اطمینان خاطر دهید یا الهام ببخشید، بسیار مهم است. آنچه ضروری است، آنچه می گوئید نیست، بلکه نحوه ی انجام آن است. کلمات اطلاعات را منتقل می کنند، اما این ارتباط غیرکلامی است که به پیام معنا می بخشد.

این بدان معناست که شما همیشه باید علاوه بر زبان بدن، از رنگ و احساسات نیز استفاده کنید. شما باید از صدای خود به طرز ماهرانه ای برای تشویق به تأثیرگذاری بیشتر استفاده کنید. در ادامه برخی از انحرافات که می توانید برای جذب مؤثر مخاطبان خود به کار بگیرید، آورده شده است.

تنفس عمیق و انعکاس صدا-هر زمان که صحبت می کنید، مطمئن شوید که نفس عمیق می کشید زیرا گفتار شما به صدایی پایدار نیاز دارد که باید آن را کنترل کنید. وقتی بتوانید صدای خود را ثابت نگه دارید، می توانید از طریق بیان کلمات، جلوه های دلخواه خود را ایجاد کنید. برای اینکه قدرتمند به نظر برسید، باید هوای کافی در ریه های خود داشته باشید تا صدایتان به هر گوشه اتاق و به همه برسد.

آهنگ های زیر و بمی صدا-این به زیر و بمی صدای شما اشاره دارد. از صحبت کردن با صدای یکنواخت خودداری کنید. برای حفظ توجه مخاطب، باید زیر و بمی صدای خود را تغییر دهید. این همچنین می تواند زمانی که می خواهید بر برخی نکات تأکید کنید، مورد استفاده قرار گیرد.

کیفیت صدا-شما می توانید از کیفیت صدای رسا برای جلب توجه و ترغیب شنوندگان خود استفاده کنید. صدای شما می تواند خشن، دلپذیر، نرم، بلند، معقول، آمرانه، قاطع یا منفعل باشد.

ارتباطات فرازبانی

ارتباط فرازبانی با صدای شما و نحوه بیان کلماتتان سروکار دارد. نحوه صحبت کردن شما چیزهای زیادی را در مورد شما آشکار می کند. شما باید سیگنال ها و نشانه های فرازبانی دیگران را مطالعه کنید تا احساسات پنهان آنها را درک کنید، که اغلب نمی توان آنها را تنها با کلمات گوینده نشان داد. به عنوان مثال، یک فرد ممکن است با صدای بلند و غران صحبت کند که پرخاشگری را منتقل می کند یا با صدای محکم که قاطعیت را منتقل می کند. در زیر برخی از نشانه های فرازبانی آمده است:

نرخ یا سرعت

وقتی کسی با سرعت بالایی صحبت می کند، نشان دهنده ی خونسردی یا اعتماد به نفس اوست. چنین افرادی همچنین در طول مکالمات سریع پاسخ می دهند. اگر می خواهید با کسی ارتباط برقرار کنید، یاد بگیرید که با همان سرعتی که او صحبت می کند، صحبت کنید.

ریتم

ریتم در زبان های بین المللی مانند انگلیسی می تواند برای تعیین زبان مبدا فرد مورد استفاده قرار گیرد. به عنوان مثال، یک فرانسوی در مقایسه با یک سنگاپوری تمایل دارد با جریان متفاوتی صحبت کند. سرعت اولین کلمات آنها اغلب بر نحوه صحبت کردن فرد به زبان انگلیسی تأثیر می گذارد. به عنوان مثال، فرانسوی ها معمولاً از سرعت ریتمیکی مشابه زبان مادری فرانسوی خود استفاده می کنند.

برای برقراری ارتباط مؤثر، باید ریتم گفتار خود را با کندترین فرد صحبت کننده هماهنگ کنید.

حجم

فردی که با صدای بلند صحبت می کند، اغلب نوعی اعتماد به نفس، قاطعیت یا جسارت را منتقل می کند. اگر می خواهید با اعتماد به نفس به نظر برسید، باید هنگام صحبت با دیگران صدای خود را بالا ببرید.

گام

فردی که صدای بم دارد اغلب اعتبار، اقتدار و بلوغ بیشتری را منتقل می کند، در حالی که صداهای زیر می تواند زمخت یا کودکانه به نظر برسد.

مهارت های ظاهری شخصی

ظاهر شخصی بخش اساسی از مهارت های ارتباطی و آرائه شماست. دلیلش این است که اگر می خواهید پذیرش و توجه مخاطبان خود را جلب کنید، اولین برداشت بسیار مهم است. اولین برداشت می تواند در مورد نحوه لباس پوشیدن یا نگرش شما باشد.

مردم اغلب بر اساس ظاهرشان فرضیاتی می کنند. آنها شما را بر اساس ظاهرتان، نحوه لباس پوشیدن، آراستگی و به طور کلی زبان بدن قضاوت می کنند. موارد زیر برخی از مهارت های شخصی هستند که برای موفقیت باید یاد بگیرید:

لباس و آرایش

شما باید به لباس هایی که می پوشید و اینکه چقدر مرتب به نظر می رسید، توجه زیادی داشته باشید. باید متناسب با هر موقعیتی لباس بپوشید. ظاهر آراسته می تواند در هر موقعیتی به شما برتری بدهد. برخی سازمان ها لباس های خاصی دارند که از همکارانشان انتظار دارند هنگام گزارش کار بپوشند. برخی دیگر با لباس های غیررسمی مشکلی ندارند، در حالی که برخی انتظار دارند استاندارد حرفه ای تری رعایت شود. همچنین باید به خوبی آراستگی خود را حفظ کنید. بهداشت مناسب و ظاهر مرتب به شما کمک می کند تا ظاهری آراسته تر از خود نشان دهید. بانسان دادن اینکه می دانید چه کاری انجام می دهید، به راحتی می توانید از غریبه ها احترام کسب کنید.

حالت چهره

هنگام اجرای سخنرانی باید شاد و بشاش به نظر برسید. اگر می خواهید دیگران شما را جدی بگیرند، از نگاه عبوس و بی علاقه خودداری کنید. یاد بگیرید که هنگام ارائه، ظاهری آرام، دوستانه و حرفه ای از خود نشان دهید. تصویری از اعتماد به نفس، توانایی و اشتیاق از خود نشان دهید.

زبان بدن

زبان بدن بخش اساسی ارائه شخصی است. حرکات شما به شما کمک می کند تا پیام کلامی خود را پشتیبانی و تقویت کنید. اگر می خواهید یک ارتباط برقرار کننده مؤثر باشید، باید حالت بدن، ژست ها و حالت های چهره مناسبی را اتخاذ کنید.

عواملی که بر زبان بدن تأثیر می گذارند

داشتن مهارت های ارتباطی عالی، کلید تعاملات مؤثر، چه در سطح شخصی و چه در سطح حرفه ای است. در ادامه عواملی که ممکن است بر میزان ارتباط شما با دیگران تأثیر بگذارند، آورده شده است. این عوامل همچنین در تعیین اینکه آیا پیام های دیگران رابه درستی تفسیر می کنید یا خیر، حیاتی هستند.

سیگنال های غیرکلامی- شما باید هر زمان که هستید به سیگنال های غیرکلامی مانند حرکات، تماس چشمی و حالات چهره توجه زیادی داشته باشید.

تعامل با دیگران.

رفتار متفاوت- شما باید به رفتار غیرکلامی دیگران توجه کنید تا مشخص شود که آیا آنها حقیقت را می گویند یا خیر. بیان آنها همیشه باید با کلمات گوینده مطابقت داشته باشد.

لحن کلام- وقتی کسی صحبت می کند، روی لحن او تمرکز کنید. لحن او باید بتواند پیامی مشابه کلماتش را منتقل کند. علاوه بر این، می توانید از آهنگ کلام برای شناخت احساسات و عواطف درونی گوینده استفاده کنید.

تماس چشمی- این یکی دیگر از اجزای حیاتی ارتباط است. وقتی هنگام صحبت کردن تماس چشمی را حفظ می کنید، پیامی از اعتماد به نفس و علاقه را منتقل می کنید. با این حال، اگر از آن اجتناب کنید، می تواند به این معنی باشد که اعتماد به نفس ندارید یا صادق نیستید. تماس چشمی بیش از حد، تقابل یا اجبار را منتقل می کند.

زمینه و موقعیت ها- برخی موقعیت ها مانند جلسات کاری، نیاز به ارتباط رسمی و واضح دارند. این برخلاف موقعیت های غیررسمی مانند مهمانی ها است. ضروری است که ارتباط غیرکلامی خود را با موقعیت و زمینه مطابقت دهید.

تمرین- ضروری است که ارتباط غیرکلامی خود را زیر نظر داشته باشید و حوزه هایی را که می توانید در آنها پیشرفت کنید، شناسایی کنید. وقتی مرتباً تمرین می کنید، می توانید سیگنال های تفسیر غیرکلامی خود را به شیوه ای بهتر بهبود بخشید.

فصل ۲۰

بدن های ما و نحوه ی صحبت کردنشان



زبان بدن، که به عنوان حرکات بدن نیز شناخته می شود، یک ارتباط غیرکلامی است که در آن از رفتارهای فیزیکی برای انتقال یا بیان اطلاعات استفاده می شود. عناصری که معمولاً مورد استفاده قرار می گیرند عبارتند از حالت بدن، حالات چهره، حرکت چشم، ژست ها و استفاده از فضا. تفسیر ممکن است از کشوری به کشور دیگر متفاوت باشد، اما معانی مورد توافقی در پشت هر چیز خاص وجود دارد. زبان بدن باید مکمل ارتباط کلامی در طول تعاملات اجتماعی باشد. در واقع، برخی از محققان به این نتیجه رسیده اند که نشانه های ناگفته بخش قابل توجهی از اطلاعات منتقل شده در طول تعاملات بین فردی را تشکیل می دهند. حالت و حرکات ما نقش حیاتی در انتقال احساسات و عواطف ما دارند.

ارتباط غیرکلامی نقش مهمی در ارتباط با کلمات گفتاری ایفا می کند. زبان بدن ما می تواند پیام ما را تکرار کند، گفته ما را تقویت کند یا با کلمات ما در تضاد باشد. بنابراین، مهم است که این نشانه ها را با احساسات خود هماهنگ نگه داریم، زیرا زبان بدن می تواند با پیام مخالف باشد یا بر آن تأکید کند. تضاد بین صدا و بدن ما می تواند ما را فریبنده و غیرقابل اعتماد جلوه دهد.

دانستن تفاوت بین زبان بدن باز و بسته هنگام تلاش برای درک احساسات، افکار و خلق و خو مهم است.

از مخاطبان ما [66]. -

زبان بدن باز - افرادی که شخصیت پذیرا دارند، بهتر می توانند اطلاعات را پردازش کنند. افرادی که زبان بدن باز و پذیرا دارند، هنگام صحبت کردن تمایل به استفاده از دستان خود دارند و اهل تعامل و ابراز احساسات هستند. ما به ندرت در اتاق نشیمن خودمان جمع می شویم و دست به سینه می نشینیم.

زبان بدن بسته - نشان دادن حالت بدنی بسته با عدم پذیرش ایده های جدید مرتبط دانسته شده است. شخصیت های بسته انگیزه های پنهانی دارند و تمایل دارند پاها و بازوهای خود را روی هم بیندازند و دستان خود را نزدیک بدن خود نگه دارند. صداهای یکنواخت برای بیان همین ناراحتی استفاده می شوند.

۱. حرکات بدنی مثبت

نحوه ی رفتار ما نه تنها در مکالمات معمول، بلکه در مصاحبه ها، بحث های رسمی، جلسات میزگرد، بحث های گروهی و غیره نیز مهم است. بدون زبان بدن مثبت، بقا در عرصه ی حرفه ای دشوار است. وضعیت بدن ما می تواند اطلاعات صحیح را به گیرنده یادگیران منتقل کند.

اینکه به خودتان اجازه دهید پذیرا و مشتاق یادگیری به نظر برسید، بر نحوه ی نگاه دیگران به شما تأثیر می گذارد. تصور کنید که به تازگی یک مصاحبه ی شغلی را به پایان رسانده اید و احساس می کنید که در هر سؤالی عالی بوده اید. وقتی شرکت کاندیدای دیگری را انتخاب می کند، از خود می پرسید که چه اشتباهی مرتکب شده اید. پاسخ می تواند در حالت یا حرکات شما باشد. تسلط بر پیامتان به شما قدرت می دهد تا نحوه ی برداشت دیگران از خود را کنترل کنید. در زیر حرکاتی آمده است که عموماً به عنوان نشان دهنده زبان بدن مثبت تلقی می شوند:

اندام های شل یا بدون ضربدری

اندام های آرام به ندرت روی هم قرار می گیرند، مگر در حالت راحتی. آنها شل و آویزان هستند.

- **بازوها** - بازوهای سفت و کشیده نزدیک بدن نگه داشته می شوند و سفت هستند، اما بازوهای آرام به نرمی حرکت می کنند یا شل آویزان هستند. دست های ضربدری می توانند نشان دهنده ی تنش باشند، درحالی که دست های جمع شده ممکن است فقط نشان دهنده ی راحتی باشند.
- **دست ها** - در طول مکالمه، و وقتی مضطرب هستیم، بیشتر اوقات از دستانمان برای نگه داشتن خودمان یا بی قراری برای نشان دادن تنش استفاده می کنیم. به خودتان اجازه دهید یک سکون طبیعی پیدا کنید. تشنج

حرکات حواس پرتی ایجاد می کنند و ترس شما را نشان می دهند. ژست ها نه تنش را هستند و نه ناگهانی، بلکه عموماً باز و آشکارند.

- **پاها-پاها** ممکن است به طور اتفاقی به بیرون پرتاب شوند یا هنگام نشستن به آرامی روی زمین قرار گیرند. ممکن است هنگام ضربه زدن به انگشتان پا، با ریتم حرکت کنند. همچنین ممکن است روی هم قرار گیرند، اما دور یکدیگر پیچیده نشوند.

وقتی فردی قسمت بالای بدن و بازوها را کنترل می کند، پاها می توانند تنش را منتقل کنند. روی میز، ممکن است فرد آرام به نظر برسد، اما پاها ممکن است پیچیده شده و منقبض نگه داشته شوند. قبل از یک جلسه حرفه ای، شل کردن آگاهانه اندام های انتهایی می تواند مفید باشد.

کف دست های باز

حرکات کف دست معمولاً در مکالمات استفاده می شوند، اما آیا مردم واقعاً می دانند چه کاری انجام می دهند یا چرا؟ سه حالت وجود دارد که می توان در آنها قرار داد: مشت بسته، کف دست رو به پایین و کف دست رو به بالا. هر یک از این حرکات می تواند نگرش متفاوتی را منتقل کند. بنابراین، تسلط بر آنها و استفاده مناسب از آنها مهم است.

- **کف دست ها رو به پایین:** کف دست ها رو به پایین نشان دهنده تسلط است، برای نشان دادن اقتدار و نگرش برتر استفاده می شود. این روشی است برای اینکه به دیگران بگویید کنترل اوضاع را در دست دارید و شما حرف می زنید. شدت حرکت به میزان قدرت یا میزان شیب دست شما بستگی دارد.

این همچنین می تواند وسیله ی خوبی برای جلوگیری از قطع شدن صحبت شما توسط دیگران باشد. وقتی کسی می خواهد حرف شما را قطع کند، به سادگی دست خود را بالا می برید و به صورت غیرکلامی از او می خواهید که صبر کنند. مثال دیگر این است که وقتی دست خود را با کف دست به سمت کسی بلند می کنید، با این کار از او صبر می خواهید. این همچنین می تواند به این معنی باشد که شما بین خود و شخص مقابل دیوار ایجاد می کنید.

- **کف دست ها رو به بالا:** وقتی کسی کف دست هایش را بالا می گیرد، به ما می گوید که صادق و قابل اعتماد است و چیزی برای پنهان کردن ندارد. ضمیر ناخودآگاه ما این را به عنوان یک راه معتبر برای نشان دادن پذیرفته است.

صداقت. به همین دلیل است که افرادی که هنگام مکالمه دست هایشان را پنهان می کنند، کمی مشکوک به نظر می رسند.

این همچنین می تواند نشان دهنده ی تسلیم و اطاعت باشد. این راهی برای جلب اعتماد و حمایت با رها کردن کنترل است. برای مثال، در حالی که کف دست هایتان رو به بالاست، از کسی می خواهید کاری انجام دهد، احتمال زیادی وجود دارد که او درخواست را بپذیرد، نه به عنوان یک دستور، بلکه به عنوان یک لطف.

- **اشاره کردن:** این حرکت می تواند آزاردهنده یا مفید باشد. وقتی بزرگ می شدیم، از آن برای اشاره به چیزها و یادگیری شمردن یا نام بردن اشیاء استفاده می کردیم. در بزرگسالی، ما نیز از آن به عنوان ابزاری برای آموزش استفاده می کنیم. با این حال، اشاره به افراد، به خصوص با انگشت شست، بی ادبانه است. این حرکت به عنوان علامتی برای تمسخر یا راهی برای متهم کردن کسی در نظر گرفته می شود. بهتر است از این حرکت اجتناب کنید، مگر اینکه هدف شما تحریک باشد.

سرعت گفتار

سرعت گفتار شما عامل مهمی در چگونگی درک مخاطب از معنا، هدف، اعتبار، تأثیر و حالت احساسی کلمات شماست. اگر می خواهید توجه دیگران را جلب کنید، باید سرعت گفتار مناسبی برای انتقال اطلاعات پیدا کنید. یک سخنرانی مؤثر این عوامل را در نظر می گیرد.

در برخی موقعیت ها، ممکن است مجبور شوید سرعت صحبت کردن خود را کم کنید. برای مثال، لهجه های منطقه ای یا قومی می توانند در طول ارتباط موانعی ایجاد کنند. اگر لحن صدای شما تند باشد، افراد از مناطق یا کشورهای مختلف ممکن است برای درک آنچه می گوئید دچار مشکل شوند. بنابراین، مهم است که سرعت صدای خود را کم کنید تا به آنها فرصت دهید کلمات شما را پردازش کنند. اگر سریع صحبت می کنید، ممکن است مخاطبان خود را از دست بدهید. سرعت خوب گفتار بین ۱۴۰ تا ۱۶۰ کلمه در دقیقه است. هر سرعتی بالاتر از این می تواند جذب مطالب را برای مخاطب دشوار کند. ممکن است کشورها یا مناطقی وجود داشته باشند که با سرعت بیشتری صحبت می کنند، اما کندتر بودن ترجیح داده می شود.

با این حال، سرعت گفتار خیلی پایین می تواند به شنونده این حس را بدهد که بی کفایت، کند فکر و بی سواد است. اگرچه، اگر خارجی هستید، صحبت کردن شمرده و شمرده مهم است زیرا ممکن است برای شنونده در تلفظ های شما چالش برانگیز باشد. یک حد وسط راحت وجود دارد که برای اکثر موقعیت ها مناسب است.

در طول مکالماتمان، ما بیشتر به صورت طرف مقابل نگاه می کنیم. سیگنال هایی که افراد با چشمانشان ارسال می کنند، می تواند چیزهای زیادی در مورد نگرش ها و احساسات آنها آشکار کند. مردمک ها به طور ناخودآگاه به محرک ها واکنش نشان می دهند و بنابراین، نمی توان آنها را دستکاری یا کنترل کرد. چشمان شما وسیله ای برای دیدن آنچه در درون شما می گذرده هستند. به همین دلیل است که وقتی افراد برای اولین بار یکدیگر را ملاقات می کنند، بر اساس آنچه می بینند قضاوت می کنند.

وقتی فردی به شما خیره می شود، یکی از این دو چیز را به شما می گوید. اول، شما را جالب یا جذاب می داند یا احساس خصومت یا عصبانیت می کند. می توانید با نگاه کردن به مردمک های او این را تشخیص دهید. در حالت اول، مردمک ها گشاد می شوند، در حالی که در حالت دوم مردمک ها تنگ می شوند. با تغییر خلق و خو و نگرش از منفی به مثبت و برعکس، مردمک ها گشاد یا منقبض می شوند. وقتی کسی هیجان زده می شود، مردمک هایش تا چهار برابر اندازه طبیعی گشاد می شوند. برعکس، خلق و خوی منفی یا عصبانیت باعث انقباض مردمک ها می شود. یک راه آسان برای به خاطر سپردن این اطلاعات وجود دارد: وقتی فرد می خواهد بیشتر دنیا را درک کند (زیرا خوشحال است)، مردمک ها گشاد می شوند. وقتی فرد می خواهد جریان اطلاعات را محدود کند، کوچک می شوند.

مثال دیگر، بالا بردن ابرو است که معادل «سلام» از راه دور است. وقتی ابروها برای مدت کوتاهی بالا می روند، هدف جلب توجه است.

خم شدن به جلو

برای ایجاد اعتماد و اجازه دادن به دیگران برای اینکه با ما درد دل کنند، باید به آنها نشان دهیم که از آنها نمی ترسیم و تهدیدی برای ما نیستیم. شما این کار را با نشان دادن تمایل به همکاری انجام می دهید. خم شدن به جلو نشانه ی این است که شما درگیر گفتگو هستید و به آن توجه دارید.

وقتی افراد درگیر یک تعامل هستند، به سمت شما خم می شوند تا نشان دهند که به اطلاعات گوش می دهند. این یک نشانه جهانی است که طرف مقابل آگاهانه به سخنان شما احترام می گذارد. هنگام گوش دادن به دیگران از این وسیله استفاده کنید تا اعتماد آنها را به خود جلب کنید.

حرکات بدنی منفی

اگر زبان بدن را مطالعه کرده باشید، مطمئنم که قبلاً با این اصطلاح مواجه شده اید. حرکات بدنی منفی، حرکات بدنی هستند که می توانند تأثیر بدی بر دیگران بگذارند. حتی وقتی فرد نمی داند چگونه

باوجود حرکات شما، او هنوز هم می تواند درک نادرستی از حرکات شما داشته باشد، زیرا ضمیر ناخودآگاه آنها را تشخیص می دهد. در اینجا برخی از حالت های بدنی مرتبط با حرکات منفی زبان بدن آورده شده است:

- **خم شدن به عقب:** همچنین می توان از آن به عنوان خم شدن به جلو یاد کرد، که به افراد نشان می دهد که شما به آنها، آنچه می گویند یا/و ایده هایشان علاقه ای ندارید. این حرکت در قرار ملاقات، تجارت و دوستان مهم است. به عنوان مثال، وقتی با شریک زندگی خود در حال گردش هستید، می توانید خودتان را به سمت مکالمه متمایل کنید و به اونها نشان دهید که می خواهید کمی صمیمیت به دست آورید، در حالی که برعکس عمل کردن نشان می دهد که توجه نمی کنید.

در طول یک جلسه کاری، وقتی در لبه صندلی خود می نشینید و به سمت فردی که در حال ارائه است خم می شوید، این نشان می دهد که مشتاق کسب اطلاعات هستید. در حالی که با دوستانتان در حال صرف ناهار هستید، وقتی در حین صحبت به جلو خم می شوید، علاقه خود را نشان می دهید. همه این حرکات به صورت معکوس عمل می کنند تا عکس این را نشان دهند.

این عمل حتی در حالت ایستاده نیز معتبر است. خم شدن به عقب می تواند نشان دهد که شما نسبت به تعامل بی تفاوت هستید. این کار را زمانی انجام دهید که هدف شما نشان دادن بی علاقه ای است.

تکیه دادن به عقب همچنین می تواند به عنوان نشانه ای از تسلط استفاده شود. می توانید به دو نفر از طرفین نگاه کنید تا بفهمید چه کسی کنترل را در دست دارد. اشاره بدن به سمت مکالمه می تواند نشانه ی تسلیم باشد.

- **اندام های ضربدری:** مردم همیشه، چه آگاهانه و چه ناآگاهانه، زبان بدن ما را می خوانند. دست و پای ضربدری نقش مهمی در ارتباطات غیرکلامی دارند.

دست به سینه: دیگران می توانند حالت دست به سینه را به این معنی تعبیر کنند که شما ناامن، سرد، تدافعی، مضطرب یا لجباز هستید.

پاهای ضربدری: وقتی با پاهای ضربدری و مچ پا روی زانو می نشینید، تسلط و اعتماد به نفس را نشان می دهد. این حرکت بدن عمدتاً مردانه است، اما به طور فزاینده ای توسط زنان نیز استفاده می شود.

قفل‌مچ پا به این معنی است که در حالت نشسته، پاها را از مچ روی هم قرار می‌دهید. این می‌تواند به این معنی باشد که شما مردد، عقب‌نشینی می‌کنید یا می‌ترسید.

- **نشانه‌های سفت: تنش** می‌تواند بیانگر وضعیت ذهنی فرد باشد. اضطراب و بی‌زاری می‌تواند باعث انقباض عضلات اطراف گردن شود. سفتی‌کردن نشانه‌ی نگرانی فرد است.

نشانه‌های خمیده، معمولاً با دست‌های جمع شده یا ضربدری و نگه داشتن بدن، می‌تواند نشانه‌ای از احساس سرما باشد. این می‌تواند نشانه‌ای از ناراحتی شدید فرد باشد. وقتی فردی از حمله (واقعی یا مجازی) می‌ترسد، نشانه‌هایش را بالا می‌برد و سرش را پایین می‌آورد تا از گردنش محافظت کند. غرایز ما برخی از حرکات ما را بدون اطلاع ما دیکته می‌کنند.

- **پاهای عقب چرخیده: مردم** به ندرت متوجه پیام‌های مخفی پاهایشان به دیگران می‌شوند. آنها توانایی انعکاس احساسات ما را دارند. اگر دریچه‌ای به روح شما در چشم‌ها وجود دارد، پس پاها باید نشانه‌ی چیزی باشند که به آن فکر می‌کنید یا احساس می‌کنید.

مردم هنگام مکالمه توجه زیادی به نحوه قرارگیری پاهای خود نمی‌کنند. بنابراین، اگر در حال تقویت زبان بدن خود هستید، شاید بهتر باشد این حالت قرارگیری را به مجموعه نشانه‌های خود اضافه کنید. پیامی را که با دیگران به اشتراک می‌گذارید کنترل کنید و در عین حال، هر کسی را که در اطراف شماست به دقت بخوانید.

وقتی با کسی صحبت می‌کنید، اگر پاهایش به سمت شما باشد، به احتمال زیاد شما را دوست دارد، به آنچه می‌گویید علاقه مند است و با شما موافق است. با این حال، اگر پاهایش از شما برگردانده شده باشد، می‌تواند به این معنی باشد که می‌خواهد آنجا را ترک کند و نیاز دارد جای دیگری باشد. تقریباً این حس را دارد که آنها از قبل در حال رفتن هستند. آگاه بودن از آنچه می‌خواهید منتقل کنید، به روان بودن تعاملات کمک می‌کند.

- **تکیه دادن به دو دست یا قرار دادن سر روی یک دست: ممکن** است متوجه شده باشید که افراد روی دو دست خود تکیه می‌دهند، یا شاید خودتان این کار را انجام داده‌اید و از خود پرسیده‌اید که چرا. دلایل فیزیکی وجود دارد که چرا بدن ما اینگونه واکنش نشان می‌دهد. شاید شما هم مدتی در همین حالت بوده‌اید.

اگر برای مدت طولانی یا خسته هستید، این به عنوان یک کشش و تجدیدقوا عمل می کند. اما گذشته از این، ما می خواهیم بفهمیم که چرا مردم این کار را می کنند و وقتی این موقعیت را به خود می گیرند، ناخودآگاه چه می گویند.

قراردادن دست ها پشت سر در حالی که به عقب خم شده اید، می تواند دو پیام متفاوت ارسال کند. اطلاعات ارسالی به محل قرارگیری کف دست ها در محل قرارگیری بازوها بستگی دارد. این دو حالت به عنوان گهواره و منجنیق شناخته می شوند. گهواره می تواند به معنای ناامنی و نیاز به راحتی باشد، در حالی که منجنیق نشان دهنده تسلط و پرخاشگری است.

گذاشتن سر روی دست یکی دیگر از رفتارهای رایج است. این حالت به ما می گوید که فرد به موقعیت فعلی بی علاقه است و نشانه ی قطعی بی حوصلگی است. حرکات ما همیشه نشان می دهد که به چه چیزی فکر می کنیم.

بالاتنه

تنه، تنه کل بدن است. این قسمت شامل تمام اندام های اصلی است. این کلمه از کلمه لاتین "thyrsus" به معنی ساقه گرفته شده است. این ناحیه همچنین انعطاف پذیر است. می تواند بچرخد، پیچ بخورد، به جلو و عقب خم شود. این ناحیه ای از بدن است که افراد کنترل محدودی بر آن دارند. شاید به همین دلیل است که ما اندام های حیاتی را در آنجا داریم. به عبارت ساده، بدون دخالت آگاهانه ما کار می کند.

فقدان کنترل آگاهانه ما، این را به شاخص خوبی از سیگنال های زبان بدن ما تبدیل می کند. وقتی کسی بالاتنه خود را برمی گرداند، می تواند یک سیگنال ناخودآگاه باشد که می خواهد آنجا را ترک کند. همچنین می تواند به این معنی باشد که آنها احساس تهدید می کنند و فقط سعی در محافظت از اندام های حیاتی دارند. می تواند سیگنالی باشد که شما را دوست ندارند و دوست ندارند بیشتر با شما در ارتباط باشند.

در یک محیط کاری، افراد به دلایل مختلفی بدن خود را می چرخانند: حالت تدافعی دارند یا احساس ناامنی می کنند، یا عجله دارند. همچنین می تواند به این معنی باشد که چیزی را پنهان می کنند، اما صرف نظر از دلیل، وقتی این اتفاق می افتد، نشانه آن است که دیگر با شما در ارتباط نیستند و کاملاً با شما راحت نیستند. این موقعیت ها ایجاب می کند که با احتیاط عمل کنید تا طرف مقابل آزرده خاطر نشود.

شما همچنین می توانید با استفاده از قسمت های مختلف بدن سیگنال ارسال کنید. در اینجا جزییات برخی از نقش های هر یک از این قسمت ها آمده است:

زبان بدن گردن

گردن برای چرخش و پشتیبانی از سر استفاده می شود، بنابراین برخی از زبان بدن را کنترل می کند. گردن همچنین می تواند سیگنال های کمی از خود را منتقل کند، از جمله:

پنهان شدن - گردن جایی است که یک شکارچی هدف قرار می دهد، چه برای پاره کردن نای و چه برای نفوذ به شریان ژوگولار. وقتی افراد احساس تهدید قریب الوقوع می کنند، با محافظت از این ناحیه حساس واکنش نشان می دهند. برخی افراد می توانند این کار را با پایین کشیدن چانه برای محافظت از گلو انجام دهند و برخی دیگر ممکن است شانه های خود را برای دفاع از طرفین بالا ببرند. این اغلب یک رفتار آگاهانه از طرف طرف مقابل نیست.

چرخش - گردن را می توان چرخاند تا بتوانیم به جهات مختلف نگاه کنیم. این کار برای گسترش دامنه دید ما مفید است. همچنین می توان از آن برای ارسال عمدی سیگنالی مبنی بر توجه نکردن یا توجه نکردن فرد استفاده کرد. همچنین می توان گردن را چرخاند تا آن را ورزش داد که می تواند نشان دهنده تنش یا کسالت باشد.

زبان بدن شانه ها

شانه هائیز می توانند برای انتقال طیف وسیعی از سیگنال ها، از جمله موارد زیر، مورد استفاده قرار گیرند:

شانه های بالا انداخته - شانه های بالا و سر پایین برای محافظت از گردن در مواقعی که فرد از حمله می ترسد، استفاده می شود. این می تواند نشان دهد که فرد ناراحت یا معذب است. تصور کنید که فردی به شانه ی کسی نزدیک می شود و توسط یک غریبه مورد ضرب و شتم قرار می گیرد، این حرکت ممکن است به عنوان راهی برای عقب نشینی از پیشروی ناخواسته انجام شود.

خمیده به جلو - این حالت زمانی اتفاق می افتد که فرد دست ها را جمع می کند. وقتی شانه ها به جلو خم می شوند و دست ها پایین، عرض بدن کاهش می یابد و بنابراین می تواند یک حالت دفاعی باشد. هدف از این حرکت کاهش میزان فضایی است که فرد اشغال می کند، گویی که می خواهد دیده نشود. این حالت، نشانه ی دیگری از ناراحتی است.

به عقب رانده شد - وقتی شانه ها به عقب رانده می شوند، سینه به جلو رانده می شود و تنه را در معرض حمله احتمالی قرار می دهد. این نشان می دهد که فرد نمی ترسد.

شما همچنین می توانید با استفاده از قسمت های مختلف بدن سیگنال ارسال کنید. در اینجا جزئیات برخی از نقش های هر یک از این قسمت ها آمده است:

زبان بدن گردن

گردن برای چرخش و پشتیبانی از سر استفاده می شود، بنابراین برخی از زبان بدن را کنترل می کند. گردن همچنین می تواند سیگنال های کمی از خود را منتقل کند، از جمله:

پنهان شدن - گردن جایی است که یک شکارچی هدف قرار می دهد، چه برای پاره کردن نای و چه برای نفوذ به شریان ژوگولار. وقتی افراد احساس تهدید قریب الوقوع می کنند، با محافظت از این ناحیه حساس واکنش نشان می دهند. برخی افراد می توانند این کار را با پایین کشیدن چانه برای محافظت از گلو انجام دهند و برخی دیگر ممکن است شانه های خود را برای دفاع از طرفین بالا ببرند. این اغلب یک رفتار آگاهانه از طرف طرف مقابل نیست.

چرخش - گردن را می توان چرخاند تا بتوانیم به جهات مختلف نگاه کنیم. این کار برای گسترش دامنه دید ما مفید است. همچنین می توان از آن برای ارسال عمدی سیگنالی مبنی بر توجه نکردن یا توجه نکردن فرد استفاده کرد. همچنین می توان گردن را چرخاند تا آن را ورزش داد که می تواند نشان دهنده تنش یا کسالت باشد.

زبان بدن شانه ها

شانه هائیز می توانند برای انتقال طیف وسیعی از سیگنال ها، از جمله موارد زیر، مورد استفاده قرار گیرند:

شانه های بالا انداخته - شانه های بالا و سر پایین برای محافظت از گردن در مواقعی که فرد از حمله می ترسد، استفاده می شود. این می تواند نشان دهد که فرد ناراحت یا معذب است. تصور کنید که فردی به شانه ی کسی نزدیک می شود و توسط یک غریبه مورد ضرب و شتم قرار می گیرد، این حرکت ممکن است به عنوان راهی برای عقب نشینی از پیشروی ناخواسته انجام شود.

خمیده به جلو - این حالت زمانی اتفاق می افتد که فرد دست ها را جمع می کند. وقتی شانه ها به جلو خم می شوند و دست ها پایین، عرض بدن کاهش می یابد و بنابراین می تواند یک حالت دفاعی باشد. هدف از این حرکت کاهش میزان فضایی است که فرد اشغال می کند، گویی که می خواهد دیده نشود. این حالت، نشانه ی دیگری از ناراحتی است.

به عقب رانده شد - وقتی شانه ها به عقب رانده می شوند، سینه به جلو رانده می شود و تنه را در معرض حمله احتمالی قرار می دهد. این نشان می دهد که فرد نمی ترسد.

حمله، و این قدرت را نشان می دهد، این حالت غالبی است که افراد درست قبل از مواجهه با یک چالش به خود می گیرند.

حلقه زدن- این کار را می توان به عقب یا جلو، با هر دو شانه یا یکی از آنها انجام داد. این روشی برای تمرین دادن شانه ای است که سفت شده و ممکن است در اثر تنش و اضطراب ایجاد شده باشد.

همچنین می تواند نشان دهد که فرد خود را برای اقدام، شاید مبارزه، آماده می کند و بنابراین می تواند به معنای پرخاشگری باشد. وقتی این کار در حالی انجام شود که طرف مقابل در حال صحبت است و از گوش دادن دقیق به حرف هایش ابایی ندارد، می تواند نشانه ای از قدرت باشد.

شانه بالا انداختن - بالا انداختن شانه های کلاسیک، بالا و پایین بردن یکباره شانه ها است که معمولاً به معنی «نمی دانم» است و می تواند با بالا بردن ابروها انجام شود. بالا انداختن سریع و ناخودآگاه شانه ها ممکن است نشان دهنده عدم درک باشد. همچنین می تواند به معنای عدم اطمینان باشد. وقتی فردی به جای صحبت کردن شانه هایش را بالا می اندازد، می تواند نشان دهنده دروغ گفتن او باشد، زیرا می ترسد که کلماتش خودشان را لو بدهند. بالا انداختن شانه های پرانرژی و طولانی می تواند نشان دهنده آماده شدن برای پرخاشگری و در نتیجه نشان دادن یک تهدید باشد. همچنین می تواند نشان دهنده ناامیدی یا آزرده گی در شکل کوچک تر باشد.

چرخش- اگر شخصی در حالی که هنوز به شما نگاه می کند شانه هایش را می چرخاند، احتمالاً به این معنی است که می خواهد آنجا را ترک کند. شاید به این دلیل که حرف های شما برایشان ناراحت کننده به نظر می رسد. حتی وقتی این حرکت به معنای توهین آمیز نباشد، نشان می دهد که طرف مقابل دیگر به مکالمه ادامه نداده است.

زبان بدن قفسه سینه

از قفسه سینه می توان برای ارسال سیگنال های زبان بدن غیرکلامی استفاده کرد، از جمله:

بیرون راندن - این حرکت توجه را جلب می کند و می تواند برای نشان دادن ژست های عاشقانه مورد استفاده قرار گیرد. برای مثال، زنان از این واقعیت آگاه هستند که مردان با دیدن سینه ها تحریک می شوند. وقتی سینه های خود را به جلو هل می دهند، ممکن است دعوت به صمیمیت یا فقط دست انداختن باشند.

مردان همچنین سینه خود را جلو می دهند تا قدرت خود را نشان دهند. آنها این کار را هم برای جذب و هم برای پرخاشگری انجام می دهند. در مورد یک جفت، مرد می گوید: «من قوی هستم و می توانم از تو محافظت کنم.» در رابطه با یک همسال، او می گوید: «من قوی هستم و بهتر است از من عبور نکنی.»

پس گرفته شد - حفره قفسه سینه حاوی اندام های بسیار حیاتی است و در برابر حمله آسیب پذیر است. وقتی به عقب کشیده می شود، نشان می دهد که فرد در تلاش برای پنهان شدن یا

بی ضرربه نظر برسد. این می تواند یا جنبه ی محافظتی داشته باشد یا نشانه ای از ناامنی و ناراحتی فرد باشد.

تکیه دادن - خم شدن به سمت شخص دیگر می تواند دو معنی داشته باشد. انجام این کار می تواند علاقه به شخص دیگر را نشان دهد. همچنین می تواند نشان دهنده توجه عاشقانه تر باشد.

دوم اینکه، می تواند به حریم شخص دیگر تجاوز کند و در نتیجه به عنوان یک تهدید مطرح شود.. این حالت تهاجمی است و اغلب در زبان بدن غالب نشان داده می شود.

زبان بدن باسن

لگن در پایه تنه بدن قرار دارد. بدون شک، آنها پیام های خاصی را در ارتباطات غیرکلامی ارسال می کنند. آنها به حرکت تنه هنگام واکنش به محرک ها کمک می کنند.

بیرون راندن - باسن اندام های جنسی اصلی را در خود جای داده است و اعتماد کردن به آنها حرکتی تحریک آمیز و وسوسه انگیز است. همین حرکت ممکن است برای تمسخر و دست انداختن دیگران استفاده شود.

عقب نگه داشته شده - این برعکس به جلو هل دادن آنهاست، این کار اندام تناسلی رامی پوشاند تا از دیده شدن آنها جلوگیری کند. این می تواند یک حالت دفاعی باشد که نشان می دهد کسی معذب است.

حرکت - حرکت دادن باسن از یک طرف به طرف دیگر یک حرکت رقص رایج است. هر حرکتی که با ریتم موسیقی همراه باشد می تواند فرد را بی خیال، سرگرم کننده یا شهوانی نشان دهد. حرکت همچنین توجه را به آن قسمت از بدن جلب می کند و از این رو او را به انجام اعمال عشوه گرانه دعوت می کند. تکان دادن باسن به جلو و عقب، شبیه سازی مقاربت جنسی است و می تواند تحریک کننده تلقی شود.

زبان بدن دست ها

دست ها، پس از صورت، غنی ترین منبع زبان غیرکلامی هستند. برخی از رایج ترین حرکات دست عبارتند از:

برگزاری - دست های گود نماد نگه داشتن یک ایده شکننده است. این حرکت همچنین می تواند برای دادن یک شیء به دیگری با استفاده از شکل کاسه مانند کف دست ها استفاده شود. گرفتن می تواند نشان دهنده مالکیت، حس تملک و تمایل باشد.

افراد همچنین می توانند هر از گاهی از لمس کردن خود برای آرام کردن خود استفاده کنند، مثلاً گرفتن دست های خودشان. انجام این کار همچنین می تواند به عنوان یک عمل خویشتن داری تلقی شود و به شخص دیگر اجازه صحبت بدهد. این کار زمانی استفاده می شود که شخص

عصبانی، برای جلوگیری از حمله آنها. هرچه این حرکت شدیدتر باشد، احساس پشت آن شدیدتر است.

کنترل- دست ها برای سلام کردن به افراد استفاده می شوند و رایج ترین روش سلام کردن، دست دادن است. برای مثال، نگه داشتن طولانی مدت دست دیگر، استفاده از قدرت بیشتر می تواند نشانه ای از تسلط باشد.

تسلیم با دست دادن شل، کف دست رو به بالا و عقب کشیدن سریع آشکار می شود. بیشتر دست دادن ها با کف دست های عمودی انجام می شود که نشان دهنده ی برابری است. هر دو طرف همزمان از این عمل کناره گیری می کنند.

هنگام پرسیدن - کف دست ها رو به بالا معمولاً به عنوان یک حرکت التماس استفاده می شود، در حالی که رو به پایین می تواند به معنای درخواست آرامش از طرف مقابل باشد. فشردن دست ها به هم، با انگشتان رو به بالا - حالت دعا - نشان دهنده ی التماس و درخواست مضطربانه تر است. لمس چانه در حین انجام این کار می تواند نشان دهنده ی تفکر یا ناراحتی باشد.

مالش - مالیدن دست ها می تواند نشان دهد که فرد احساس سرما می کند. ماساژ دادن دست ها به هم، زمانی که دست ها سفت هستند، نشان دهنده اضطراب و استرس است. این حرکت زمانی رخ می دهد که فرد بی قرار است. لمس چانه می تواند نشان دهد که فرد در حال ارزیابی، تصمیم گیری و تفکر است.

زبان بدن پاها

پاهای ما می توانند بدون اینکه خودمان متوجه شویم، چیزهای زیادی را نشان دهند. دلیلش این است که افراد معمولاً وقتی می خواهند روی حرکات خود تمرکز کنند، روی قسمت بالای بدن تمرکز می کنند. پاهایی که با بقیه بدن در تضاد هستند، کنترل عمدی را نشان می دهند و بنابراین نشان می دهند که به چه چیزی فکر می کنند.

ایستاده باز - ایستادن با پاهایی که به اندازه عرض شانه هایتان باز هستند، حالتی آرام و طبیعی است. ایستادن با پاهای بازتر، فرد را بزرگتر نشان می دهد، از این رو نشان دهنده تسلط و قدرت است.

ایستاده بسته - فردی که با پاهای جفت شده ایستاده است، نوعی اضطراب را نشان می دهد. این اضطراب با تمایل به اشغال فضای کمتر که قبلاً ذکر شد، مرتبط است.

پاهای ضربدری - انداختن پاها روی هم در حالت ایستاده می تواند به معنای خجالتی بودن باشد، به خصوص وقتی دست ها پشت کمر قرار گرفته و سر پایین باشد. در حالت نشسته این حرکت می تواند اشکال مختلفی داشته باشد. به عنوان مثال، ضربدری کردن مچ پاها در حالی که پاها زیر صندلی قرار دارند می تواند اضطراب پنهان را نشان دهد.

حرکت- یک پا روی پای دیگر قرار گرفته و بالا و پایین می رود، و این می تواند نشان دهنده بی صبری باشد. همچنین ممکن است یک پا با موسیقی تاب بخورد، به این معنی که فرد از موسیقی لذت می برد و آرام است.

پیاده روی- فردی که سریع راه می رود نشان می دهد که عجله دارد، در حالی که کند شدن سرعت نشان می دهد که فرد وقت تلف کردن دارد. با این حال، سرعت راه رفتن بدون تغییر نشان دهنده خودآگاهی است؛ فرد نگران این است که دیگران چگونه او را درک می کنند.

بدن ما این نشانه ها را بسته به احساس و افکارمان نشان می دهد. افراد این کار را آگاهانه یا ناخودآگاه، بر اساس شرایط مکالمه انجام می دهند. جستجوی این نشانه ها می تواند به ما امکان دهد تا احساس فرد را ارزیابی کنیم، حتی زمانی که با کلمات او در تضاد باشد. همچنین می توانیم با یادگیری نحوه استفاده از نشانه های ارتباط غیرکلامی برای تکمیل کلمات خود، با دیگران ارتباط مؤثرتری برقرار کنیم.

فصل ۲۱

پیچیدگی های چهره



تحلیل رفتار انسان وقتی که حضوری با فردی که می خواهیم او را تحلیل کنیم صحبت می کنیم، بسیار آسان تر است. هنگام برقراری ارتباط با دیگران، صورت و سر برخی از آسان ترین نشانه های غیرکلامی را نشان می دهند که می توان به راحتی آنها را دنبال کرد. این فصل به بررسی نموده های عاطفی رایجی می پردازد که می توانیم با استفاده از چهره و سایر اعضای بدن آنها را رمزگشایی کنیم.

سر

در آناتومی انسان، این قسمت از بدن شامل جمجمه و سایر اجزای استخوانی و غضروفی بیرونی متصل (از جمله فک پایین) است. سر توسط مهره گردنی، مهره اطلس، به ستون فقرات متصل شده و به عضلات بدن، رگ های خونی و اعصابی که گردن را تشکیل می دهند، متصل است. این ناحیه از بدن برای محافظت از مغز عمل می کند.

اصطلاح «سر» همچنین می تواند برای توضیح قسمت قدامی حیوانات و نه تنها انسان ها استفاده شود. وزن آن ۵ تا ۱۱ پوند (۲.۳ تا ۵.۰ کیلوگرم) است. صورت روی

در جلو قرار دارد و از چشم ها، بینی و دهان تشکیل شده است. دهان دارای یک حاشیه گوشتی به حفره دهانی است. گوش ها در دو طرف جمجمه وجود دارند.

خونسازی به سر از طریق شریان های کاروتید داخلی و خارجی انجام می شود. «داخلی» به داخل جمجمه اشاره دارد، در حالی که «خارجی» به قسمت بیرونی آن اشاره دارد. نواحی پوست سر، خون را از شریان های مهره ای که از طریق مهره های گردنی بالا می روند، دریافت می کنند. دوازده جفت عصب جمجمه ای، کنترل عصبی اصلی سر را فراهم می کنند. حس صورت از طریق شاخه های عصب سه قلو ایجاد می شود. عصب دهی پوستی سر به این صورت است:

- عصب فک بالا.
- شبکه عصبی گردنی.
- عصب چشمی.
- شاخه پستی اعصاب گردنی. عصب
- فک پایین.

سر شامل دو چشم، دو گوش، یک بینی و زبان در داخل دهان است. جمجمه محل قرارگیری مغز است. تمام این اندام هایی که قبلاً ذکر شد، مرکز پردازش بدن انسان هستند. داده ها از طریق منافذ مختلف جمع آوری و سپس در مغز تفسیر می شوند. انسان ها با کمک خوشه عصبی مرکزی قادر به پردازش سریع داده ها هستند.

چهره

چهره انسان به عنوان یک ویژگی متمایز در نظر گرفته می شود که به شناسایی دیگران کمک می کند. ما چهره های کوتاه و جمع شده ای در زیر یک جمجمه بزرگ داریم. ما شبیه کسانی خواهیم بود که با آنها خویشاوند هستیم، اما چهره هر فرد متفاوت است.

اسکلت صورت از چهارده استخوان منفرد تشکیل شده است که شامل سیستم های تنفسی، گوارشی، بویایی و بینایی هستند. درک حیاتی از تکامل صورت انسان در کلاس هومینین در 6 میلیون سال گذشته را می توان از طریق مطالعه استخوان های باستانی به دست آورد. با کشف فسیل های بیشتر و کشف گونه های بسیار بیشتری از هومینین ها، هنوز در مورد چگونگی پیدایش صورت فعلی انسان تردیدهایی وجود دارد.

بانگاه به چهره های بازسازی شده اجدادمان، می توانیم ارتباط آنها با خودمان را درک کنیم. تمدن های باستانی از طریق همین تعامل اجتماعی که امروزه در مورد آن یاد می گیریم، زنده ماندند. آنها زندگی خود را در جستجوی شادی و مشارکت می گذراندند. ارتباطات انسانی در طول دوران به طرز چشمگیری تغییر کرده است، اما ما در هسته خودیکسان هستیم. تمدن ما هنوز پر از درام و دسیسه است. ما هنوز برای چیزهایی که برایمان مهم است می جنگیم.

چهره های ما اکنون، مانند گذشته، دریچه ای به سوی موجوداتی عمیقاً پیچیده هستند. چه چیزی در چهره نهفته است؟ ما نگاه کسانی را که با آنها تعامل داریم به خاطر می سپاریم تا بتوانیم بعداً آنها را تشخیص دهیم. ما از چهره خودمان برای نشان دادن به دیگران استفاده می کنیم، چه زمانی که خوشحال و چه زمانی که منزجر می شویم. این احساسات مانند موجی در دریاچه ای آشفته از ما ساطع می شوند.

سیگنال های استاندارد چهره برای احساسات مختلف

خواندن ویژگی های چهره دیگران می تواند به ما امکان دسترسی به درونی ترین افکار آنها را بدهد. یادگیری این مهارت هم در حرفه و هم در زمینه شخصی فوق العاده مفید خواهد بود. لازم است به یاد داشته باشید که اگرچه ممکن است بدانید شخص دیگری چه احساسی دارد، اما لزوماً دلیل آن را نمی فهمید. می توانید حرکات کسی را بدون دانستن هیچ چیز دیگری در مورد او، به عنوان سکوت تعبیر کنید. او ممکن است روز وحشتناکی داشته باشد. این فرد ممکن است درست قبل از تعامل شما، خبر بدی دریافت کرده باشد.

یادگیری در مورد این نمایش ها می تواند بینش گسترده ای در مورد تعاملات شما به شما بدهد. می توانید واکنش دیگران به ارائه های حرفه ای خود را به صورت زنده تماشا کنید. آگاهی از تأثیری که بر دیگران دارید، می تواند به شما امکان دهد در موقعیت های دشوار پیروز شوید. ما در مورد رمزگشایی احساسات دیگران یاد خواهیم گرفت.

الف) احساسات جهانی.

تحقیقات نشان می دهد که حالت های چهره در سراسر جهان وجود دارند که فراتر از مرزهای فرهنگی هستند. حتی افراد نابینا نیز از حالت های چهره مشابهی برای نشان دادن تفسیر خود از احساساتی مانند موارد زیر استفاده می کنند:

- غافلگیری.
- انزجار.
- خشم.

- ترس.
- تحقیر.
- غم و اندوه.
- شادی و خوشبختی.

باتمرین این عبارات مختلف که با احساسات مربوط به خودشان مطابقت دارند، می توانید در موقعیت بهتری برای خواندن آنها از زبان دیگران قرار بگیرید.

ب. ریز بیان ها

همه احساسات برای مدت طولانی باقی نمی ماند. احساساتی که به نظر می رسد ناگهان ظاهر می شوند و بلافاصله از بین می روند، به عنوان ریز-بیان ها شناخته می شوند. اینها می توانند نشانه های غریزی در رادار شما باشند. ضمیر ناخودآگاه، رفتارهای تهدیدآمیز را در دیگران تفسیر می کند، حتی زمانی که شما ترجیح می دهید ندانید.

ج. ابروها

برخی دیگر نمی توانند جلوی واکنش خود را بگیرند و با استفاده از ابروهایشان به محرک ها واکنش نشان می دهند؛ ممکن است ابروها را بالا و قوس دهند تا تعجب را نشان دهند یا پایین بیاورند و در هم گره کنند تا خشم را نشان دهند. گوشه های داخلی چشم ها ممکن است برای ابراز غم و اندوه به بالا کشیده شوند.

د. چشم ها

چشم هами توانند حتی بیشتر از ابروها در مورد یک فرد به شما بگویند. وقتی کاملاً باز هستند، ابراز تعجب می کنند. اگر به شدت خیره شده اید، عصبانی هستید و وقتی چین و چروک دور چشم دارید، خوشحال هستید. بسیاری از افراد با پلک زدن ترس یا احساسات عاشقانه خود را نشان می دهند و وقتی سریع پلک می زنند، نشانه ای از عدم صداقت یا استرس است.

ه. دهان

این یکی دیگر از ابزارهای ضروری در تلاش برای درک افکار و احساسات دیگران است. وقتی فک باز می شود، فرد با تعجب واکنش نشان می دهد. ترس از طریق نفس نفس زدن با دهان باز نشان داده می شود. وقتی یک طرف دهان بالا می رود، نشانه نفرت است.

گوشه های دهان برای نشان دادن شادی به بالا و برای نشان دادن عکس آن به پایین متمایل می شوند. اضطراب از طریق گاز گرفتن لب و گونه آشکار می شود. افراد اغلب لب های خود را برای نشان دادن انزجار جمع می کنند. پوشاندن دهان می تواند نشان دهد که شما رازی را پنهان می کنید.

علائم چهره رایج برای احساسات مختلف:

یافتن شادی

خوشبختی به اشکال مختلفی ظاهر می شود و بسیاری از مردم ممکن است ندانند چگونه به دنبال همه نشانه های آن بگردند. برخی افراد از مزاحم بودن لذت می برند. باید بدانید که هر آنچه برای شاد بودن لازم است در اطرافتان دارید. بنابراین، یاد بگیرید که از تمام منابع خود قدردانی کنید. [68].

۱. زندگی خود را با صداقت زندگی کنید

برای جذب شادی به زندگی تان، سعی کنید در چارچوب محدودیت ها، باورها و نظرات خود زندگی کنید. کارهایی که انجام می دهید و ارزش هایتان می توانند به شما اجازه دهند شاد باشید. به عنوان مثال، می توانید به محیط زیست عشق بورزید؛ بنابراین، می توانید ردپای کربن خود را در نظر داشته باشید. اگر خانواده دارید، آیا از داشتن آنها خوشحال هستید و آیا برای آنها وقت می گذارید؟ بفهمید چه چیزی برای زندگی شما بیشترین اهمیت را دارد و زندگی خود را به درستی زندگی کنید.

۲. زندگی در لحظه را تقویت کنید

شما باید انرژی خود را روی زندگی در زمان حال متمرکز کنید و نگران گذشته نباشید. از لحظات حال لذت ببرید و نگران اتفاقات گذشته نباشید.

۳. هر روز قدردانی کنید

وقتی همیشه قدردانی خود را نشان می دهید، این منجر به احساس رضایت و شادی می شود. وقتی به کسی مهربانی می کنید یا از کسی تعریف مثبت می کنید، احساس لذت در درون شما رشد می کند. بیشتر اوقات قدردانی خود را نشان دهید.

۴. رضایت از کار شما

وقتی از کارهایی که انجام می دهید راضی هستید، این نشانه ای از شادی است. هرچه بیشتر باور داشته باشید که کاری که انجام می دهید معنادار است، بیشتر می توانید از تغییراتی که در جهان ایجاد می کنید راضی باشید. اشتیاق حتی ممکن است لزوماً به حرفه شما مرتبط نباشد. تا زمانی که در فعالیت هایی شرکت می کنید که برایتان معنادار هستند، احساس آرامش در درون خود خواهید یافت.

نشانه های رایج غم و اندوه

بسیاری از مردم سعی می کنند افسردگی خود را پنهان کنند، اما نمی توانند نشانه هایی را که نشان دهنده ی غم و اندوه است پنهان کنند. بسیاری از مردم حتی ممکن است متوجه نشوند که با این مشکل دست و پنجه نرم می کنند. علائم مختلف نشان می دهد که فرد تنها یا خسته است.

۱. تغییرات وزن و اشتها

وقتی متوجه می شوید که بیش از حد یا خیلی کم غذا می خورید، احتمالاً افسردگی دلیل آن است. ممکن است برای آرام کردن خود به غذا روی بیاورید، اما دیگران ممکن است به دلیل تغییر خلق و خو اشتهای خود را از دست بدهند. تغییر در وعده های غذایی شما ممکن است باعث کاهش یا افزایش وزن شما شود. تغییرات در وزن شما نیز ممکن است باعث پریشانی روانی شود.

۲. تغییر در الگوی خواب شما

خلق و خو و خواب ارتباط بسیار نزدیکی با هم دارند. وقتی استراحت کافی نداشته باشید، به سرعت افسرده می شوید. غم و اندوه نیز می تواند منجر به کمبود خواب شود. مطالعه ای از بنیاد ملی خواب می گوید افرادی که دچار بی خوابی هستند، ده برابر بیشتر از افرادی که این بیماری را ندارند، در معرض افسردگی قرار دارند. خواب بیش از حد نیز می تواند این مشکلات را ایجاد کند.

۳. مصرف مواد مخدر و الکل

ممکن است برای مقابله با احساسات غم، تنهایی یا ناامیدی، به مصرف الکل یا سوء مصرف مواد مخدر روی بیاورید. طبق مطالعه ای از انجمن اضطراب و افسردگی آمریکا، از هر پنج نفر، یک نفر برای مقابله با افسردگی از مواد مخدر استفاده می کند. این یک راه حل موقت برای یک مشکل طولانی مدت است.

۴. خستگی

وقتی به طور مزمن خسته هستید، احتمال افسردگی زیاد است. تحقیقات نشان می‌دهد که ۹۰٪ از افراد مبتلا به این بیماری، خستگی را نیز تجربه می‌کنند. برخی افراد بیشتر اوقات کسل هستند، اما بی‌حالی شدید با علائم دیگری همراه است و هر دو می‌توانند به پریشانی روانی اشاره داشته باشند.

علائم رایج اضطراب

علائم مختلفی برای اختلال اضطراب وجود دارد، از جمله:

۱. شما بیش از حد نگران هستید

وقتی خودتان را تا این حد نگران می‌بینید، احتمالاً دچار اضطراب هستید. ترس در زندگی روزمره ما رخ می‌دهد. مطالعات نشان می‌دهد که افراد حدود ۶۵ سال در معرض خطر زیادی از اختلالات اضطرابی هستند. اعصاب می‌توانند برای برخی افراد باعث ناتوانی شوند و زندگی را برای آنها دشوار کنند.

۲. احساس آشفتگی می‌کنید

وقتی مضطرب هستید، سیستم عصبی شما بیش از حد فعال می‌شود. این می‌تواند اثرات منفی زیادی در بدن شما ایجاد کند: عرق کردن دست‌ها، خشکی دهان، ضربان قلب تند، سرگیجه، زوال شخصیت و لرزش. این واکنش‌های شدید ناشی از پاسخ "جنگ یا گریز" سیستم شما هستند. شما در آدرنالین غرق می‌شوید، زیرا مغز شما دائماً سیگنال‌های پریشانی ارسال می‌کند. این باعث می‌شود احساس کنید که همیشه در معرض خطر فوری و کشنده هستید.

۳. شما بی‌قرار هستید

این حالت در کودکان و نوجوانان تجربه می‌شود. شما احساس می‌کنید که مضطرب هستید یا حتی حرکت کردن برایتان ناراحت‌کننده است. مطالعه‌ای که روی ۱۲۸ کودک مبتلا به اختلال اضطراب انجام شد، نشان داد که ۷۴٪ از آنها بی‌قرار بودند. احساس عصبی بودن بیش از حد، به طور مزمن، به مدت شش ماه می‌تواند نشانه اختلال باشد.

۴. خستگی

خستگی مفرط یکی از علائم اختلالات اضطرابی است. سیستم بدن شما از احساس تهدیدهای تقریباً مداوم خسته شده است. در برخی موارد، فرسودگی می تواند باعث حملات پانیک شود، در حالی که در برخی دیگر، این احساس می تواند مزمن باشد. باید توجه داشته باشید که این بی حالی نشانه افسردگی و بسیاری از اختلالات دیگر است.

نشانه های رایج ترس

بسیاری از نشانه های اضطراب نادیده گرفته می شوند، زیرا به خودی خود هیچ معنایی ندارند. علائم زیر نشان می دهند که شما ترسیده اید:

۱. سوزش سر دل

وقتی اضطراب دارید، بدن شما اسید معده زیادی تولید می کند که می تواند باعث سوزش معده شود. راه حل را می توان به جای داخل بطری ضد اسید، در جلسات درمانی پیدا کرد. ایده خوبی است که سابقه پزشکی خانواده خود را بررسی کنید تا بتوانید منشأ این بیماری را بهتر ردیابی کنید.

۲. فقدان حس شوخ طبعی

برایتان سخت خواهد بود که هر چیزی را خنده دار ببینید. دلیلش این است که قلبتان تند می زند و کف دست هایتان عرق می کند. شوخ طبعی یکی از بهترین راه ها برای آرام کردن ترس هایتان است. می توانید با اجازه دادن به دیگران برای داشتن اوقات فراغت بیشتر، به آنها در رفع اضطرابشان کمک کنید. یافتن یک راه فرار خوب از واقعیت می تواند برای آرام کردن علائم ترس مزمن حیاتی باشد.

۳. بثورات پوستی

گاهی اوقات به این حالت «کهیر» گفته می شود. ممکن است این علامت را داشته باشید و هرگز از آن آگاه نباشید، زیرا معمولاً در پشت ظاهر می شود. این بثورات نشانه ترس هستند. دفعه بعد که حمله شدیدی را تجربه کردید، راهی برای بررسی واکنش پوست خود پیدا کنید.

۴. خستگی مفرط

خواب زودگذر است و به سختی می توان آن را ثبت کرد. بیدار شدن در صبح سخت ترین بخش روز شماست. شما از فعالیت های پیش رو وحشت دارید و احساس خستگی می کنید.

همیشه. این مربوط به بی حالی است و گاهی اوقات به نظر می رسد که مهم نیست چه کاری انجام می دهید، همیشه احساس خستگی خواهید کرد. این مسأله باید با یک روانپزشک یا پزشک مطرح شود تا بتوانید از آنها عبور کنید.

نشانه های رایج خشم

۱. شما دیگران را با القاب تحقیرآمیز صدا می زنید.
۲. شما به خودتان و دیگران ایراد می گیرید و هیچ چیز هرگز به اندازه کافی خوب نیست.
۳. شما با خودتان صبور نیستید.
۴. در گذشته شما آسیب های روحی مرتبط با سوءاستفاده وجود دارد.
۵. شما تحریک پذیر و زودرنج هستید.
۶. وقتی اشتباه می کنید، به سختی مسئولیت آن را می پذیرید. دیگران را سرزنش می کنید.
۷. شما نسبت به اشیاء، حیوانات خانگی و افراد پرخاشگری فیزیکی دارید.
۸. خانواده، دوستان و همکارانتان از شما دوری می کنند یا در حضور شما «با احتیاط رفتار می کنند».
۹. مردم سعی می کنند از مطرح کردن مسأله پیچیده با شما خودداری کنند، زیرا شما نمی توانید واکنش های خود را کنترل کنید.
۱۰. به نظر می رسد افراد در حضور شما منزوی و ترسیده هستند.

نشانه های رایج حسادت یا رشک

— در زیر برخی از نشانه های حسادت افراد آمده است [69]:

۱. تعهدات دروغین

افرادی که حسود هستند، عموماً در حالت انکار نیز هستند. وقتی با آنها صحبت می کنید، به نظر می رسد که خوش برخورد هستند، اما انتقادات آنها را از طریق افراد دیگر خواهید شنید. درک این افراد می تواند دشوار باشد و ممکن است هرگز به ماهیت واقعی آنها پی نبرید. توصیه می شود که جریان اطلاعات حساس را با افرادی که از آنها مطمئن نیستید محدود کنید. مراقب باشید که اطرافیان شما چگونه به آنها واکنش نشان می دهند.

موفقیت های شما. افراد حسود با لحنی منفعل-پرخاشگرانه اظهار نظر می کنند و از شما تعریف های بی اساس می کنند.

۲. قدر موفقیت خود را ندانستن

افراد حسود نمی توانند برای موفقیت شما ارزش قائل شوند؛ بنابراین، پیشرفت شما را کوچک جلوه می دهند. آن ها سعی می کنند دیگران را متقاعد کنند که شما به اندازه کافی خوب نیستید. باید در مورد دوستانی که در مورد دستاوردهایتان با آن ها صحبت می کنید، احتیاط کنید؛ آن ها ممکن است بعداً از این اطلاعات برای کوچک جلوه دادن دستاوردهای شما در مقابل دیگران استفاده کنند.

۳. دوستانی که به دستاوردهایشان می بالند

کسی که حسود است، در مورد موفقیت هایش صحبت می کند تا همه بتوانند پیشرفت او را تشخیص دهند. این افراد همچنین حریص و خودبزرگ بین هستند و سعی می کنند از هر احساسی که شما ابراز می کنید، پیشی بگیرند. آنها نیت یا اهداف همه اطرافیان خود را که آنها را تهدید می دانند، زیر سوال می برند.

۴. مشتاق رقابت

وقتی دوست حسودی دارید، متوجه خواهید شد که آنها همیشه می خواهند نشان دهند که چقدر برتر هستند. چنین افرادی پر از حسادت خواهند بود و همیشه بیش از حد رقابت جو به نظر می رسند. این افراد تا زمانی که دیگران متوجه نشوند که بهترین هستند، خوشحال نیستند. آنها همچنین سعی می کنند هر کسی را که از آنها موفق تر به نظر می رسد، بدنام کنند. تحقیر برای چنین شخصی لذت بخش است.

نشانه های رایج بی علاقی

اگر احساس می کنید شریک زندگی تان علایقش را از دست داده است، باید به چند نشانه در او توجه کنید:

۱. نداشتن میل جنسی

همه زوج ها دوره های خشکی را تجربه می کنند و این طبیعی است. از دست دادن مزمن علاقه به رابطه جنسی می تواند به دلیل عوامل مختلفی باشد که در کنترل هیچ یک از طرفین نیست. هورمون ها می توانند میل جنسی را از صد به صفر برسانند،

وتمام این مسیر به عقب. اگر در رابطه ای هستید که این مشکل را تجربه می کند، بهتر است به تصویر بزرگتر نگاه کنید. آیا اخیراً تغییراتی را تجربه کرده اید؟ آیا این به دلیل ناامنی است؟ آیا علایم دیگری نیز وجود دارد؟

این عدم تمایل می تواند دلیلی برای نگرانی باشد، اما تنها در صورتی که متوجه علایم دیگری مبنی بر عدم علاقه شریک زندگی خود شده باشید. قبل از اظهار نظر، به دنبال نشانه های سایر موارد موجود در این لیست باشید. به راحتی می توان چیزی بی اهمیت را بزرگ جلوه داد.

۲. فانتزی

وقتی عشق در سنین پایین است، اغلب خود را در حال برنامه ریزی برای آینده ای مشترک می بینید. این نشانه ی خوبی است که شما فضای قابل توجهی را در افکار طرف مقابل اشغال کرده اید. اگر متوجه شدید که در مورد رابطه تان تردید دارید، سعی کنید از شریک زندگی تان در مورد برنامه های آینده اش پرسید. آیا او در پاسخ دادن مشکل دارد؟ آیا دیگر شما را در چارچوب آن اهداف نمی بیند؟ این سؤالات ممکن است به شما کمک کند تا انگیزه های فردی را که دوستش دارید درک کنید.

۳. بیرون رفتن های مکرر بدون شریک زندگی

لطفاً درک کنید که وقت گذاشتن برای خودتان کار سالمی است. شما باید علایق و سرگرمی های خودتان را داشته باشید؛ شریک زندگی تان باید از این علایق حمایت کند. بیرون رفتن به تنهایی نشانه این نیست که طرف مقابل شما را دوست ندارد. در هر رابطه ای دوره ای وجود دارد (که معمولاً حدود دو سال طول می کشد) که شرکا شروع به بازپس گیری کمی از فضای خود می کنند. این کاملاً طبیعی است.

فقط شما می دانید چه زمانی این رفتار به سطح غیرطبیعی می رسد. اگر عزیزتان دائماً بدون شما بیرون می رود، این می تواند نشانه بدی باشد. ببینید چقدر از تلفن همراهش محافظت می کند. آیا به نظر می رسد که با افراد دیگر در یک موقعیت عاشقانه صحبت می کند؟ بی علاقه هرگز نامحسوس نیست؛ این یک تغییر خشن و نگران کننده است.

۴. احساس تنهایی

آیا در میزان زمانی که با شریک زندگی خود می گذرانید تغییری ایجاد شده است؟ آیا افسردگی یا اضطراب در او تشخیص داده شده است؟ آیا اخیراً کار کردن برای او طاقت فرسا بوده است؟ همه اینها موقعیت های عادی هستند که می توانند ...

این مسأله نیز قابل حل هستند و نباید نشان دهنده پایان رابطه باشند.

وقتی هیچ احساس عشقی نسبت به همسرتان نداشته باشید، هوس آن نوع ارتباط را خواهید داشت. بدون ارضای این احساسات، تنهایی آغاز خواهد شد. وقتی متوجه شدید که از نظر فیزیکی جذب افراد دیگری می شوید، تعجب نکنید. این نشانه ی آن است که چیزی را در رابطه تان از دست می دهید.

نشانه های رایج علاقه

نشانه های علاقه بسیار زیاد است:

۱. جدا شدن از دوستان

توجه کنید که دخترها چطور شب بیرون رفتنشان را با رقصیدن با هم شروع می کنند؟ این گروه می تواند هم به آنها حس رفاقت و هم حس امنیت بدهد. جدا کردن یک دختر از گروهش می تواند کار دشواری باشد، زیرا آنها برای حفظ امنیت به هم می چسبند. وقتی او به کسی علاقه دارد، ممکن است از گروهش جدا شود تا فرد جدید را به تنهایی ببیند. احساس راحتی با دیگری نشانه ی نیت است و می تواند به این معنی باشد که ارتباطی در حال شکل گیری است.

۲. افتادن در دام

زبان بدن می تواند اطلاعات زیادی در مورد شخص دیگری به شما بدهد. شما از حالات و حرکات کسی، حتی بدون اینکه به شما گفته شود، چیزهایی یاد خواهید گرفت. یکی از حالت هایی که باید هنگام جذب شدن به آن توجه کنید، تمایل به سمت شماست. کسی که از کسی خوشش نمی آید، به او نزدیک نمی شود. خم شدن در مکالمه نشانه علاقه است.

۳. جستجوی پاسخ ها

وقتی با شخص دیگری ملاقات می کنید، قبل از اینکه حتی صحبت کنید، او در مورد شما قضاوتی سریع می کند. برخی اطلاعات ممکن است ناقص یا نادرست باشند. می توانید این جاهای خالی را با پرسیدن و پاسخ دادن به سوالات پر کنید. افرادی که به یکدیگر علاقه ی عاشقانه دارند، تشنه ی دانستن درباره ی طرف مقابل هستند. آیا تا به حال کسی را ملاقات کرده اید و ناگهان از خود پرسیده اید که او در مورد این یا آن مورد چه فکر می کند؟

این نشان می دهد که شما جذب این فرد شده اید. افراد علاقه مند حتی در مورد پیش پا افتاده ترین اطلاعات هم با یکدیگر مصاحبه می کنند.

۴. بررسی صورت

شما می توانید از روی نگاه کردن به چهره یک فرد، چیزهای زیادی در مورد او بفهمید. کسی که به شما علاقه مند است، نگاه خیره و ثابتی به صورت شما خواهد داشت. این را می توان هم با جذابیت و هم با نیاز ما به دانستن بیشتر توضیح داد. حفظ تماس چشمی همچنین می تواند نشانه ای از علاقه ی طرف مقابل به شما، از نظر عاشقانه، باشد. این کاربرای نشان دادن این است که آنها به شما گوش می دهند و می تواند در لحظات استرس زا به یک تلاش آگاهانه تبدیل شود. به دنبال خیره شدن آهسته و مداوم از سوی شخصی که با او صحبت می کنید، باشید.

علائم رایج کسالت

کسالت مزمن می تواند نشانه ی این باشد که باید به دنبال سرگرمی یا سرگرمی های جایگزین باشید. بی تفاوتی می تواند شور و اشتیاق را خفه کند، که می تواند منجر به مشکلات دیگری شود. موارد زیر نشانه هایی هستند که نشان می دهند باید کمی چاشنی به زندگی خود اضافه کنید:

۱. بیشتر وقت شما صرف تلفن می شود

استفاده از تلفن همراه همیشه هم بد نیست، چون ما نیاز داریم با اطرافیانمان، از جمله خانواده و دوستان، ارتباط برقرار کنیم. با این وجود، وقتی بیشتر وقت خود را با یک دستگاه می گذرانید، می تواند نشانه ای از کمبود انگیزه باشد. بسیاری از افراد از وسایل الکترونیکی خود برای فرار از بی حوصلگی استفاده می کنند. هدر دادن مقدار زیادی وقت برای جستجو در برنامه ها می تواند نشانه ای از نیاز به یک سرگرمی جدید باشد.

۲. زیاد خوابیدن

وقتی افراد افسرده یا بی تفاوت هستند، خوابیدن برای تمام روز فقط منطقی به نظر می رسد. خواب بیش از حد به این معنی است که باید جای جدیدی برای تمرکز پیدا کنید. کاری را پیدا کنید که از انجام آن لذت می برید و برای آن مهارت، استعداد یا سرگرمی تلاش کنید.

۳. از دست دادن علاقه شخصی

یکی از علایم رایج افسردگی، از دست دادن علاقه به چیزهایی است که قبلاً دوست داشتید. وقتی دیگر شور و اشتیاقی در زندگی تان وجود ندارد، این می تواند نشانه ای باشد که باید خودتان را از نو بسازید یا چیز دیگری پیدا کنید. شادی نباید یک احساس زودگذر باشد. انگیزه ای برای تبدیل خود به فردی که می خواهید باشید، پیدا کنید.

۴. شما خیال پردازی می کنید

این می تواند یک فرار خلاقانه از واقعیت آزاردهنده باشد. اگر بیشتر اوقات در حال خیال پردازی هستید، باید راهی پیدا کنید تا دنیای واقعی را دوباره هیجان انگیز کنید. ایجاد علاقه می تواند تأثیر مثبتی بر وضعیت عاطفی شما داشته باشد.

نشانه های رایجی که نشان می دهد به دنبال آرامش هستید

علایم شناختی مانند مشکلات حافظه، عدم تمرکز، قضاوت ضعیف، تنها قادر به تشخیص ناملایمات، اضطراب و نگرانی مداوم وجود دارد. علایم جسمی مانند سرگیجه، درد قفسه سینه و افزایش ضربان قلب، از دست دادن میل جنسی، افزایش بیماری، یبوست و درد نیز وجود دارد.

علایم رفتاری مانند پرخوری یا بی اشتیاهی، خواب زیاد یا کم خوابی، بی توجهی به وظایف، مصرف مواد مخدر و الکل. علایم عاطفی شامل: ناراحتی، آشفتگی، عصبانیت، انزوا و پریشانی روانی است.

علایم رایج استرس

اینها برخی از نشانه هایی هستند که نشان می دهند شما از استرس رنج می برید:

۱. وقتی بیش از حد احساساتی می شوید

از نظر احساسی شکننده و حساس بودن می تواند نشان دهد که شما با استرس مشکل دارید. گریه کردن مداوم نشان می دهد که وضعیت روانی شما نامتعادل است. مقابله با این مشکلات از طریق درمان می تواند زندگی شما را به سمت بهتر شدن تغییر دهد.

۲. کار بیش از حد

کار بیش از حد ممکن است منجر به استرس شما شود. مضطرب شدن می تواند به دلایل مختلفی اتفاق بیفتد. کار کردن بیش از حد می تواند نشانه ی این باشد که شما از سایر جنبه های زندگی خود دوری می کنید.

۳. مودی

وقتی همیشه خودتان را بدخلق می بینید، این یک علامت خطر است که چیزی اشتباه است. ممکن است دلیل پنهانی وجود داشته باشد که باعث می شود احساس سردرگمی کنید. این احساس می تواند باعث از دست دادن دیدگاهی شود که قادر به کنار آمدن با آن نخواهید بود.

نشانه های رایج انزجار

۱. خشم

خشم احساسی است که به طور طبیعی با این احساس که با شما ناعادلانه رفتار شده است، مرتبط است. شما می توانید از هر چیزی ناراضی باشید، اما وقتی این موضوع شروع به تأثیر بر خلق و خوی شما می کند، باید به دنبال کمک باشید. این علائم تمایل دارند تا نقطه انفجار افزایش یابند.

۲. ترس

این ممکن است شامل نگرانی در مورد پیامدی باشد که با آن روبرو خواهید شد یا صرفاً یک موقعیت ناخوشایند. ترس می تواند ما را از پا درآورد، به همین دلیل است که باید قبل از اینکه این احساسات از کنترل خارج شوند، به آنها رسیدگی شود.

۳. غم و اندوه

احساس انزجار باعث می شود که از بسیاری از چیزهای اطرافتان ناامید شوید. در این شرایط، خود را غمگین یا غرق در اندوه خواهید یافت. این احساسات را می توان به درستی مورد توجه قرار داد و بر آنها غلبه کرد.

نشانه های رایج شرم

شرم به منطق گوش نمی دهد و می تواند زیر پوست ما نفوذ کند. علایم این احساس عبارتند از:

۱. می خواهی ناپدید شوی

دلتن می خواهد سرتان را زیر برف کنید یا از همه فرار کنید. حتی به خاطر خجالت نمی توانید تماس ها پاسخ دهید. این احساس می تواند از یک اتفاق ناشی شود یا اگر با ناامنی مشکل دارید، از ناکجاآباد بیاید.

۲. خشم

بعضی افراد با خشم به شرم واکنش نشان می دهند. شما به راحتی دیگران را سرزنش می کنید و مسئولیت اعمال خود را به عهده نمی گیرید. یادگیری کنترل احساسات خود می تواند به شما در غلبه بر این مانع کمک کند.

۳. اعتیاد

وقتی احساس گناه دارید، ممکن است برای تسکین موقت به مواد مخدر روی بیاورید. اعتیاد می تواند ناشی از سوء مصرف مواد مخدر تفریحی به منظور فرار از این احساس باشد. ضروری است که قبل از اینکه کنترل هایتان را از دست بدهید، به آسیب هایتان رسیدگی کنید.

نشانه های رایج ترحم

۱. با همه چیز دست و پنجه نرم کردن

وقتی در حالت ترحم به حال خود هستید، خود را در حال دست و پنجه نرم کردن با بسیاری از چیزها مانند روابط، سلامتی و امور مالی خواهید یافت. خود را در گودالی از منفی بافی گرفتار خواهید یافت.

۲. واقعیت تحریف شده

شما همه چیز را از دریچه ای نادرست خواهید دید. همه چیز در زندگی تان برای تان وحشتناک خواهد بود و همیشه شکایت خواهید کرد. این تصور را خواهید داشت که زندگی تان بدتر از آن چیزی است که هست. این منفی نگری ممکن است به قیمت از دست دادن روابط شما با دوستان و خانواده تمام شود.

۳. افسردگی

ترحم می تواند نشانه افسردگی باشد، که درک آن برای دیگران دشوار است. غم و اندوه برخی افراد را فرا می گیرد و آنها برای رهایی از آن به زمان و مکان نیاز دارند. کارهایی را انجام دهید که شما را آرام می کند. روی بهبودی خود تمرکز کنید و وقتی به اهدافتان نمی رسید، به خودتان فشار نیاورید.

نشانه های رایج آرامش

۱. به محض بروز مشکل، آن را مدیریت کنید

شما مشکلات را پیش بینی نمی کنید. وقتی مشکلی پیش می آید، آن را مدیریت می کنید. مسئولیت هایتان را به دیگران واگذار نمی کنید و وحشت زده نمی شوید. شما یک حل کننده ی مشکلات هستید و می توانید تحت فشار خونسردی خود را حفظ کنید.

۲. با خودتان مهربانانه رفتار کنید

شما خودتان را به خاطر اشتباهات گذشته یا نقاط ضعفی که دارید سرزنش نمی کنید. فکرکردن به چیزهای بدی که نمی توانید تغییر دهید، ناعادلانه است. نگرش شما نسبت به خودتان، الهام بخش اطرافیانتان است.

۳. همیشه خوشحال باشید حتی وقتی اوضاع خوب نیست

شما قادر خواهید بود به خودتان کمی فضای احساسی بدهید و سعی کنید از غم و ناامیدی بهبود یابید. شما تشخیص می دهید که مشکلات زودگذر هستند. شما درگیر جزئیات هر چیز کوچکی که مطابق میلان پیش نمی رود، نمی شوید.

احساسات و ظاهر

۱. آرمان های مرسوم زیبایی را دور بریزید

باید درک کنید که نمی توانید تعریف دیگران از زیبایی را تغییر دهید، اما می توانید تعریف خودتان را تغییر دهید. از تمرکز روی نمونه هایی که می بینید دست بردارید.

در تبلیغات. سعی کنید روی چشم اندازی که برای خودتان ایجاد کرده اید تمرکز کنید.

۲. تمرکز را از ظاهر تان بردارید

ظاهر همیشه با گذر زمان محو می شود. هیچ چیز برای همیشه دوام نمی آورد و حتی جوان ترین پوست هم در نهایت چروک می شود. با تمرکز بر آنچه که به عنوان یک شخص ارائه می دهید، می توانید مطمئن شوید که همیشه خودتان را تحسین می کنید. می توانید دقیقاً همان کسی باشید که همیشه می خواستید باشید. کنار گذاشتن این استانداردهای سطحی به شما امکان می دهد علایق جدید و چشمگیری را درپیش بگیرید. می توانید شخصیت خود را غنی کنید.

۳. از اینکه احساس بدی داشته باشید نترسید

احساسات منفی طبیعی هستند. ما از درد خود یاد می گیریم و رشد می کنیم. شما می توانید از تجربیات آسیب زای گذشته خود برای شکل دادن به شخصیتی که می خواهید، استفاده کنید. مهربانی و صبر در مسیر خودشناسی ضروری هستند، اما نتایج می توانند چشمگیر باشند.

۴. لبخند بزنید

لبخند زدن مسری است. مردم می خواهند در کنار کسانی باشند که خوش برخورد هستند. ما می خواهیم خودمان را با کسانی احاطه کنیم که ارزش های ما را به نمایش می گذارند و شادی برای همه مهم است. این همچنین می تواند شما را صمیمی تر کند.

قابل اعتماد بودن

افراد قابل اعتماد همیشه توسط دوستان وفادار احاطه شده اند. شما گهگاه آسیب خواهید دید، اما تجربیاتی که به دست می آورید، ارزش درد شما را خواهد داشت. افراد صادق کمیاب هستند.

چانه

چانه ها اتصالات استخوانی به صورت هستند. اتصال به فک امکان حرکت هنگام جویدن و صحبت کردن را فراهم می کند. این یک عنصر مهم در صورت ماست اما (به خودی خود) توانایی ابراز احساسات را ندارد.

دهان

این ورودی به هر دو سیستم گوارش و تنفس است. دهان توسط غشاهای مخاطی پوشیده شده است که وقتی ...

لثه هاسالم خواهند بود. رنگ لثه ها روشن تر خواهد بود و به خوبی در اطراف دندان ها قرار می گیرند.

بینی

این یک ساختار مهم در میان چشم ها است و به عنوان ورودی دستگاه تنفسی عمل می کند. بینی حاوی یک اندام بویایی است. این اندام به شما هوای لازم برای تنفس را می دهد و همچنین حس بویایی را فعال می کند.

چشم ها

چشم ها کره هایی کمی نامتقارن هستند که قطر آنها یک اینچ است. این کره شامل عنبیه است که قسمت رنگی چشم است، قرنیه که گنبدی شفاف روی عنبیه است، مردمک که نور را به داخل چشم شما راه می دهد، صلبیه که در چشم شما سفید است و ملتحمه که لایه ای ضخیم است که قسمت جلویی چشم شما را به جز قرنیه می پوشاند. این یکی از گویاترین قسمت های صورت انسان است. [70].

فصل ۲۲

انواع شخصیت



شخصیت یک فرد با رفتارهای او مرتبط است. ما زمان زیادی را صرف صحبت در مورد شخصیت و توصیف ویژگی های افراد می کنیم. بسیاری از مردم واقعاً نمی دانند که شخصیت چیست. اگرچه می دانیم که شخصیت چیزی است که یک فرد را توصیف می کند، روانشناسان تعاریف متفاوتی برای توضیح این اصطلاح دارند.

شخصیت چیست؟

به گفته رندی لارسن و دیوید باس، شخصیت در طول زندگی یک فرد ثابت می ماند. شخصیت مجموعه ای از الگوها، افکار، رفتارها و احساسات است که بر تعاملات فرد با محیط تأثیر می گذارد. ما صفات خود را بر اساس ژن ها و محیط خود شکل می دهیم.

فایست و فایست، ۲۰۰۹، شخصیت را به عنوان یک ویژگی منحصر به فرد و الگویی از صفات دائمی تعریف می کنند که به رفتار یک فرد نوعی ثبات و فردیت می بخشد. فاندرا آن را به عنوان تمام الگوهای ... تعریف می کند.

افکار، احساسات و رفتار، و هر مکانیسم روانشناختی پنهانی که بر آن الگوها تأثیر می گذارد.

اگرچه تعاریف مختلفی از شخصیت وجود دارد، اما در هر یک از این تعاریف، عوامل مشترکی وجود دارد. همه آنها به الگوهای رفتاری و ویژگی هایی اشاره می کنند که رفتار یک فرد را پیش بینی می کنند. در ادامه، این دسته ها را با هم مقایسه خواهیم کرد.

دسته بندی های شخصیت

چهار دسته شخصیت وجود دارد:

درونگرادر مقابل برونگرا

در سال ۱۹۶۰، کارل یونگ، روانشناس، دو تیپ شخصیتی را توصیف کرد: درونگراها و برونگراها. هر کدام روش های متفاوتی برای بازیابی انرژی خود دارند. درونگراها به دنبال یک محیط آرام هستند در حالی که برونگراها دوست دارند در کنار مردم باشند.

بسیاری از افراد درونگرایی را با کمرویی و عزت نفس پایین مرتبط می دانند، در حالی که برخی دیگر فکر می کنند درونگراها از مردم خوششان نمی آید. این درست نیست؛ درونگراها ممکن است خجالتی به نظر برسند زیرا خودشان را نگه می دارند و توجه را دوست ندارند. ترسو بودن یک مفهوم ضمنی دارد.

کین در کتابش اشاره می کند که اکثر درونگراها در پوست خود راحت هستند. قدرت درونگراها، اینکه آنها خونگرم و علاقه مند به دیگران هستند و در عین حال به خودی خود تأثیرگذار نیز می باشند. وقتی به آنها فرصت و فضای تفکر داده شود، می توانند ایده های خوبی ارائه دهند. آنها قادر به بینش های عمیق هستند.

اگرچه درونگراها همیشه دوست ندارند مشکلات خود را با دیگران در میان بگذارند، اما راه هایی مانند نوشتن را انتخاب می کنند. بسیاری از هنرمندان این تیپ شخصیتی را دارند. آنها یاد می گیرند که افکار و احساسات خود را از طریق رسانه های دیگر بیان کنند.

از سوی دیگر، برونگراها از همراهی با دیگران لذت می برند. آنها اهل معاشرت هستند و دوست دارند صحبت کنند. در حالی که درونگراها به دنبال زمانی برای تنهایی و الهام گرفتن هستند، برونگراها از تعامل با دیگران و کاوش در دنیای بیرون انگیزه می گیرند.

برونگراها همچنین با مرکز توجه بودن مرتبط هستند. آنها تمایل دارند از صحبت کردن و شرکت در فعالیت های اجتماعی انرژی بگیرند. وقتی با مشکلات روبرو می شوند، برخلاف برونگراها که تصمیم می گیرند در خودشان فرو بروند، ترجیح می دهند در مورد آن صحبت کنند.

آنها همچنین از ریسک کردن ابایی ندارند. در یک مطالعه اخیر، نظریه پردازان دریافتند که وقتی برونگراها در رفتارهای پرخطر شرکت می کنند و در آن موفق می شوند، دوپامین بیشتری دریافت می کنند. این یک انتقال دهنده عصبی شیمیایی است که مسئول احساس لذت است، که دقیقاً همان چیزی است که برونگراها آرزویش را دارند.

مطالعه موردی

مایک و سارا هر دو دانش آموزان سال آخر دبیرستان میلبروک هستند. این دو از زمان کلاس اول در یک موسسه درس خوانده اند. آنها زیاد با هم تعامل نداشتند. هر دو شخصیت های متفاوتی دارند. مایک پسر ساکت و گوشه گیری است که ترجیح می دهد در خودش باشد. از طرف دیگر، سارا پر حرف است، در هر مهمانی شرکت می کند و تقریباً با همه تعامل دارد.

آخر هفته ها، بیشتر مایک را در خانه خواهید دید، یا در حال مطالعه یا کار روی یک پروژه. مایک به دلیل شلوغی مهمانی و اینکه نمی خواهد در اتاقی پر از آدم های جدید باشد، به مهمانی نمی رود. سارا به عنوان یک فرد برون گرا، به جای اینکه آخر هفته در خانه بنشیند، با کمال میل هر دعوتی را می پذیرد.

حس کردن در مقابل شهود

مردم در زندگی روزمره خود از حس و شهود استفاده می کنند. آنها اینگونه در این دنیا زنده مانده اند. اگرچه همه این ویژگی ها را دارند، اما یکی از آنها غالب است. هر فرد در استفاده از یکی از آنها راحت تر است، نه دیگری.

کارل یونگ معتقد بود که تیپ های شخصیتی مختلفی وجود دارند که نحوه ی درک اطلاعات توسط افراد را تعیین می کنند. این تیپ ها همچنین بر فرآیند تفکر و نحوه ی تصمیم گیری افراد تأثیر می گذارند. حس گرایی و شهودگرایی همگی به نحوه ی پردازش اطلاعات توسط فرد مربوط می شوند. گزارش شده است که افراد حسی بیشترین درصد را در جهان تشکیل می دهند. این افراد نیز احتمالاً زن بوده اند.

افراد حسی توجه بیشتری به محیط اطراف خود و آنچه در لحظه اتفاق می افتد دارند. آنها در پردازش اطلاعات حسی که می توانند ببینند یا بشنوند و حتی لمس کنند، بهتر عمل می کنند. آنها علاوه بر اینکه در پاسخ های خود عملگرا و فعال هستند، اغلب قبل از تصمیم گیری به تجربیات گذشته خود مراجعه می کنند.

به گفته یونگ، تیپ های شخصیتی حسی مختلفی وجود دارد که عبارتند از:

ISTJ- درونگرایی، حسی، فکری، قضاوتی. همچنین به عنوان ارزیاب شناخته می شوند، به عنوان افرادی مسئولیت پذیر و قابل اعتماد شناخته می شوند. آنها در هر کاری که انجام می دهند ساکت و جدی هستند. به همین دلیل، خواهید دید که اکثر آنها در امور تجاری و شخصی موفق هستند. وقتی با موضوعی روبرو می شوند، وقت خود را برای ارزیابی موقعیت صرف می کنند و قبل از نتیجه گیری، منطق را نیز در نظر می گیرند.

ISFJ- درونگرایی، حسی، احساسی، قضاوتی. همچنین به عنوان نگهبان شناخته می شوند، صمیمی، آرام و مسئولیت پذیر هستند. می توان به آنها در انجام وظایف اعتماد کرد زیرا علاوه بر رعایت ضرب الاجل ها، قادر به ارائه کار با کیفیت هستند. اطرافیان شان می توانند به آنها اعتماد کنند زیرا وفادار هستند و جزئیات مهم در مورد افراد نزدیک خود رابه خاطر می سپارند. آنها همچنین دوست دارند در مکانی مرتب باشند که بتوانند در آن استراحت کنند و با اطرافیان خود هماهنگ باشند. افرادی که دارای ویژگی ISTJ هستند، وفاداری را بالاتر از هر چیز دیگری می دانند. آنها همچنین به سنت ها احترام می گذارند.

ISTP- درونگرایی، حسی، فکری، ادراکی. همچنین به عنوان متخصص شناخته می شود. ISTP ها به انعطاف پذیری و بردباری معروف هستند. آنها در تفکر خود منطقی هستند. احساسات را در فرآیند تفکر خود دخیل نمی کنند. آنها بر جزئیات مهم یک موضوع تمرکز می کنند و قبل از نتیجه گیری، حقایق را در نظر می گیرند.

آی اس اف پی- درونگرایی، حس کردن، با احساس بودن، درک کردن. همچنین به عنوان هنرمند شناخته می شوند. آنها به زندگی در لحظه معروف هستند. ISFP ها برای لذت بردن از زندگی با شور و شوق، با جریان همراه می شوند. ممکن است اطرافیان شان درک یا حتی شناختن آنها را دشوار بدانند. با این حال، کسانی که فرصتی برای تعامل واقعی با آنها پیدا کرده اند، به شما خواهند گفت که آنها دوستانه و مهربان هستند. افرادی که دارای ویژگی های ISFP هستند به خلاق بودن معروف هستند، به همین دلیل است که اکثر آنها در صنعت هنر فعالیت می کنند.

ESTJ- برون گرا، حسی، فکری، قضاوتی. این تیپ شخصیتی با نام سرپرست نیز شناخته می شود. این افراد سخت کوش و کوشا هستند. وقتی چالشی را می پذیرند، آن را تا انتها ادامه می دهند زیرا اراده ی قوی دارند.

ESTP- برون گرا، حسی، فکری، ادراکی. همچنین به عنوان متقاعدکننده شناخته می شود. آنها قادرند افراد را با خود همراه کنند و باعث وقوع اتفاقات شوند. آنها هنگام انجام یک تکلیف، سرزنده و شوخ طبع هستند. آنها در موقعیت های سخت و بحرانی بسیار مناسب هستند. حتی وقتی مورد انتقاد قرار می گیرند، چیزی را به دل نمی گیرند.

ESFJ- برون گرا، حسی، احساسی، قضاوت کننده. همچنین به عنوان حامی شناخته می شوند. افرادی که این ویژگی ها را دارند، به عنوان افرادی دوستانه شناخته می شوند. آن ها همچنین در پیروی از قوانین و مراقبت از دیگران مهارت دارند. ESFJ ها عاشق دوست داشته شدن هستند و تمایل زیادی به کمک و خوشحال کردن دیگران دارند. آن ها عموماً محبوب هستند و توجه را به خود جلب می کنند.

ESFP- برون گرا، حسی، احساسی، ملاحظه گر. همچنین به عنوان سرگرم کننده شناخته می شوند، آنها از نوع برون گرا هستند. آنها عاشق تفریح هستند و ترجیح می دهند ماجراجویی های خود را با اطرافیان شان به اشتراک بگذارند. ESFP ها دوست داشتنی هستند و با جذابیت و گرمی خود افراد را جذب می کنند.

شهود

افرادی که شخصیت شهودی دارند دوست دارند از محدودیت های خود فراتر بروند. آن ها به دنبال کشف قلمروهای ناشناخته هستند. آن ها می خواهند هر چیزی را که برایشان منطقی نیست، به چالش بکشند و زیر سوال ببرند. حتی وقتی پاسخی برای چیزی پیدا کرده اند، این سوال را مطرح می کنند که «چه می شد اگر». افراد شهودی برای موقعیت هایی که نیاز به تفکر عمیق تر و نوآوری یا دیدگاهی متنوع دارند، بهترین گزینه هستند زیرا می توانند تصویر بزرگ تری را ببینند.

ENTJ- برون گرا، شهودی، متفکر، قضاوت کننده. همچنین به عنوان رئیس شناخته می شوند. آنها ذاتاً قاطع و سخت کوش هستند. آنها از بحث و تحلیل موقعیت ها لذت می برند. آنها به شدت روی رسیدن به اهداف شان تمرکز می کنند.

ENTP- برون گرا، شهودی، متفکر و قضاوت گر. آنها به عنوان مبتکر شناخته می شوند. این افراد نوآور هستند و می توانند تقریباً در هر چیزی تمام احتمالات را ببینند. آنها همچنین مبتکر و خلاق محسوب می شوند.

ENFJ- برونگرا، شهودی، احساسی، قضاوت کننده. مربی. آنها به دیگران اهمیت می دهند و مایلند به آنها در رسیدن به پتانسیلشان کمک کنند. آنها دوست دارند به دیگران کمک کنند، بنابراین حتی در موقعیت های چالش برانگیز، روی چندین احتمال تمرکز می کنند. وقتی صحبت از روابط می شود، ENFJ تلاش می کند تا با افرادی که دوستشان دارند، ارتباط معناداری برقرار کند.

ENFP- برونگرا، شهودی، احساسی، ادراکی. همچنین به عنوان وکیل مدافع شناخته می شود. فردی با این ویژگی، رهبری مشتاق و کاریزماتیک است. آنها برای آنچه که واقعاً به آن اعتقاد دارند، تا پای جان پیش می روند. آنها همچنین به عنوان فردی کاردان و مدبر شناخته می شوند.

INTJ- درونگرا، شهودی، متفکر، قضاوتگر، که به آن استراتژیست نیز می گویند. آنها از برنامه ریزی لذت می برند و برای کمال تلاش می کنند. این افراد همچنین می توانند با موقعیت های مختلف سازگار شوند زیرا انعطاف پذیر هستند.

مطالعه موردی

شماره جاده ای ناآشنا با پیچ های مختلف قدم می زنید و از شهر «الف» به شهر «ب» می روید. درست قبل از اینکه به آنجا برسید، مردی که در جهت مخالف حرکت می کند به شما نزدیک می شود و از شما مسیر رسیدن به مغازه ای را که در مسیر شهر «الف» است، می پرسد. به عنوان فردی با ویژگی های شخصیتی حسی، شما غریبه را به این مغازه راهنمایی می کنید و به وضوح به او می گویند که برای جلوگیری از گم شدن، باید از کدام مسیر استفاده کند.

از یک فرد شهودی که از همان مسیر استفاده می کند، برای رسیدن به مغازه مسیر پرسیده می شود. حتی اگر او قبلاً چند بار از این جاده استفاده کرده باشد، احتمال اینکه مسیرها را به خاطر بسپارد، وجود دارد. این افراد خیال پرداز هستند و به سختی به واقعیت توجه می کنند.

تفکر در مقابل احساس

به گفته یونگ، تفکر و احساسات در یک فرد، شیوه های قضاوت هستند. تفکر، ذهن را درگیر می کند، در حالی که احساسات عموماً از قلب سرچشمه می گیرند. متفکران قبل از تصمیم گیری های قطعی، به منطق تکیه می کنند. این بدان معناست که آنها از تصمیمی که گرفته اند، برنمی گردند.

در محیط کار، متفکران همیشه حرفه ای هستند. آنها روی کارشان تمرکز می کنند و وقتی برای وقفه های غیرضروری ندارند. اطرافیان شان اغلب آنها را سنگدل و غیردوستانه می دانند. این بدان معنا نیست که آنها هیچ احساسی ندارند.

ازسوی دیگر، افرادی که برای تصمیم‌گیری به احساسات خود تکیه می‌کنند، از منطق استفاده نمی‌کنند. آنها مواردی مانند چگونگی تأثیر انتخاب هایشان بر اطرافیان، محیط‌های اجتماعی و قلب هایشان را در نظر می‌گیرند. همدلی می‌تواند شعار این افراد باشد.

دریک محیط حرفه‌ای، احساسی‌ها برخلاف متفکرها، اجتماعی‌تر هستند. آنها چند دقیقه از وقت خود را صرف تعامل با دیگران می‌کنند. مردم آنها را دوست داشتنی‌تر می‌دانند. آنها با مردم راحت‌تر هستند، به این معنی که به سرعت آسیب می‌بینند.

مطالعه موردی

دریک دفتر وکالت در شیکاگو، دو همکار به نام‌های دن و استیو از آسانسور خود خارج می‌شوند.

در راه رفتن به دفترشان، میریام، وکیل مدافعشان، به سراغشان می‌آید و تجربه آخر هفته‌اش را با آنها در میان می‌گذارد. او به زودی با خانواده‌ی همسرش ازدواج خواهد کرد. دن نامزدی جدیدش را به او تبریک می‌گوید و سریعاً خودش را رها می‌کند و به سمت دفترش می‌رود. استیو می‌ماند تا به داستان میریام گوش دهد زیرا دوست دارد بیشتر بداند و اگر بدون گوش دادن به حرف‌های او آنجا را ترک کند، بی ادبی خواهد بود.

دن آشکارا در اینجا متفکر است. او این را می‌داند اگر بماند و به داستان گوش دهد.

قضاوت در مقابل ادراک

هیچ انسانی جزیره‌ای جدا از دیگران نیست. همه ما روزانه با یکدیگر تعامل داریم. وقتی با دیگران ارتباط برقرار می‌کنیم، تمایل داریم از قضاوت و ادراک استفاده کنیم. این ویژگی‌ها در هر فردی وجود دارد، اما یکی از آنها همیشه غالب‌تر است. این را می‌توان از طریق نحوه تعامل فرد با شخص دیگر مشاهده کرد.

قضاوت شامل سازماندهی، نظم و ساختار است. افرادی که قضاوت می‌کنند، برای تکمیل وظایف خود برنامه‌ریزی می‌کنند و مهلت‌ها را رعایت می‌کنند. افراد ادراک‌کننده شامل در دسترس نگه داشتن گزینه‌ها است. آنها در نحوه عمل خود انعطاف پذیر هستند. وقتی وظیفه جدیدی را می‌پذیرند، افراد ادراک‌کننده از شروع کار به جای تکمیل آن لذت می‌برند. آنها در مورد محیط خود کنجکاو هستند و از کاوش در مرزها لذت می‌برند.

مطالعه موردی

سوزان و انجی هر دو از دوران دانشگاه با هم دوست هستند. هر دوی آنها اخیراً در شرکتی در شهر خودشان مشغول به کار شده‌اند، هرچند که قصد داشتند...

درمورد زندگی در شهر. با این وجود، آنها هیجان زده هستند زیرا این شغل مزایای منحصر به فردی و فضایی برای رشد به آنها ارائه می دهد.

سوزان به خصوص خوشحال است زیرا شغلش انعطاف پذیر است؛ این شغل به او اجازه می دهد از خانه کار کند. در یک روز خاص، به آنها تکلیفی پیشنهاد شد که قرار بود در سه روز با ارائه انجام شود. بنابراین، انجی بلافاصله پروژه را دریافت کرد و برنامه ای برای نحوه کار روی آن نوشت. سپس او روی کار تمرکز کرد و آن را دو روز قبل از مهلت مقرر به پایان رساند.

از طرف دیگر، سوزان وقتش را صرف کرد و سه روز اول را به ملاقات دوستان و انجام کارهای دیگر گذراند. تا دو روز قبل از مهلت مقرر که شروع به کار روی تکلیف کرد. او قبل از شروع کار مطمئن شد که انرژی زیادی دارد. انجی از نوع قضاوت کننده است و سوزان آشکارا از نوع ادراک کننده.

شخصیت یا محیط؟

آیا DNA بر شخصیت تأثیر می گذارد؟ مطالعات متعددی انجام شده است تا مشخص شود که آیا شخصیت پرورش می یابد یا نتیجه طبیعت است. برای مدتی، اعتقاد بر این بود که شخصیت در طول زندگی یک فرد بسیار کم تغییر می کند. با این حال، چند روانشناس این نظریه را رد کرده اند. اکنون مشخص شده است که در طول زمان تغییراتی رخ می دهد. با این حال، وقوع این تغییرات دشوار است.

قبلاً اشاره کردیم که هر فرد دو ویژگی متفاوت دارد. برای مثال، درونگراها کمی برونگرایی در خود دارند. وقتی صحبت از ویژگی غالب می شود، که در مورد ما درونگرایی است، تغییری رخ می دهد، اما بسیار جزئی خواهد بود. درونگرا برونگرتر می شود. با این وجود، این بدان معنا نیست که شخصیت فرد به برونگرایی تبدیل می شود. برونگرا نیز از برخی جهات بیشتر شبیه یک درونگرا می شود. او ممکن است انتخاب کند که لحظه خود را به دور از همه هیاهوی دنیا بگذراند. وقتی شخصیت تغییر می کند، به تازگی اصلاح شده است تا شامل چند ویژگی درونگرایی باشد. تغییراتی که رخ می دهد در نتیجه تجربیات مختلفی است که هر فرد در طول زندگی خود با آن روبرو می شود.

سوال دیگر این است که آیا محیط بر شخصیت فرد تأثیر می گذارد؟ محیط ما را شکل می دهد. عوامل مختلفی در پس زمینه وجود دارند که بر شخصیت ما تأثیر می گذارند. مکانی که در آن زندگی می کنیم، افراد اطراف ما و تعاملات روزانه ما بر ما تأثیر می گذارند.

محققان مطالعاتی را روی خانواده های سرپرست، دوقلوها و حتی کودکانی که به فرزندی پذیرفته شده اند، انجام داده اند تا در مورد تأثیرات محیطی بر شخصیت ما بیشتر بدانند. یکی از مطالعات انجام شده در مینه سوتا روی ۳۵۰ دوقلو که از سال ۱۹۷۹ تا ۱۹۹۹ جدا از هم بزرگ شده بودند، صفات مشابهی را در خواهر و برادرها نشان داد. این اطلاعات درک ما را از این موضوع گسترش داده است. دوقلوهایی که در این مطالعه شرکت داشتند، شامل دوقلوهای همسان و غیرهمسان بودند. آنها با وجود اینکه جدا از هم بزرگ شده بودند، ویژگی های یکسانی داشتند. دوقلوهای همسان که از هم جدا شده بودند، صفات مشابهی را نشان دادند. دوقلوهای غیرهمسان نیز برخی از ویژگی های یکسان را نشان دادند، در حالی که بدون یکدیگر بزرگ شده بودند. اگرچه این نشان می دهد که ژنتیک بر شخصیت فرد تأثیر می گذارد، محققان دریافتند که دوقلوهای همسان در این مطالعه حدود ۵۰٪ از صفات را به اشتراک می گذارند در حالی که دوقلوهای غیرهمسان تنها ۲۰٪ از صفات را شامل می شوند. این مطالعه نشان می دهد که هم ژنتیک و هم محیط بر شخصیت فرد تأثیر می گذارند.

چهارمزاج شخصیتی

مزاج هایکی از قدیمی ترین ویژگی های شخصیتی هستند. ریشه آن به حوزه پزشکی یونان برمی گردد، جایی که توسط شفادهندگان برای درمان بیماری ها استفاده می شد. اگرچه این سنت از دوران باستان وجود دارد، اما هنوز هم توسط بسیاری از افرادی که طب سنتی را انجام می دهند، مورد استفاده قرار می گیرد. خلق و خو از بدو تولد شکل می گیرد و در طول زندگی فرد ثابت می ماند. فرآیندهای ساقه مغز، خلق و خوی یک فرد را تعیین می کنند. وقتی فردی را با خلق و خوی متفاوت پیدا می کنید، به این معنی است که ساقه مغز او متفاوت از دیگران عمل می کند. مفهوم پشت این نوع شناسی، اخلاط است که از کلمه "خلط" گرفته شده است. آنها مایعات درون بدن یک فرد هستند. این مایع مسئول خلق و خو در افراد است. چهار نوع مختلف خلق و خو وجود دارد:

مالیخولیایی

افراد مالیخولیایی به هر طریقی به دنبال کمک به محیط زیست هستند. آنها علاوه بر اجتماعی بودن، در معاملات خود دقیق و کامل هستند. به همین دلیل است که مدیران بزرگی می شوند. آنها همچنین به سنت ها احترام می گذارند؛ به همین دلیل است که هنوز هم زنانی را می بینید که برای مردان آشپزی می کنند و مردان نیز به آنها احترام می گذارند (مثلاً برای یک زن جا باز می کنند). افراد مالیخولیایی در مشاغل که شامل امور اداری، مدیریتی و حتی کارهای اجتماعی می شود، عالی هستند.

وبا

فردی که خلق و خوی تند و تند دارد، متمرکز و هدف گرا است. او همیشه در تصمیم گیری هایش از منطق استفاده می کند. افراد نزدیک به او، او را فردی غیردوستانه و نامناسب می دانند. او همچنین بی صبر و زود عصبانی می شود. به دلیل غالب بودن تستوسترون در بدنش، مردان بیشتر این ویژگی را دارند. افراد تندمزاج پرخاشگر و خودمحور هستند. او برای پرورش یا کار روی هیچ رابطه ای وقت نمی گذارد.

مزاج بلغمی

بیشتر افرادی که این ویژگی را دارند، درونگرا هستند. اکثر آنها نیز زن هستند. آنها از قوانین مشخص پیروی می کنند و از اینکه مردم خلاف رویه معمول عمل کنند، بیزارند. آنها همچنین دوست دارند مردم را خوشحال کنند. آنها نیازهای دیگران را در اولویت قرار می دهند، حتی اگر برایشان هزینه داشته باشد. افراد بلغمی مزاج همچنین از هوش هیجانی بالایی برخوردارند. آنها با دیگران همدلی می کنند، حتی اگر آن شخص را شناسند. این افراد مستعد سوءاستفاده هستند.

شخصیت خوش بین

افرادی که شخصیت خونگرم دارند، به عنوان افرادی ماجراجو، سرزنده و شاد شناخته می شوند. آنها از بودن در کنار مردم لذت می برند. به دلیل خلاقیتشان، همیشه آنها را در حال صحبت و بحث در مورد ایده ها خواهید دید. آنها در دوست یابی مشکلی ندارند.

یک فرد خوش بین در انجام وظایفش مشکل دارد. وقتی به او تکلیفی محول می شود، ممکن است در انجام آن تعلل کند یا فراموش کند که از ابتدا مسئولیتی داشته است. همچنین به آنچه به او گفته می شود توجه نمی کند؛ بیشتر از اینکه گوش دهد، حرف می زند. اگر شما را آزاردهنده ببیند و متوجه شود که برای فعالیت های سرگرم کننده اش مناسب نیستید، فوراً شما را ترک می کند و به سراغ شخص دیگری می رود.

فصل ۲۳

فریب



به طور کلی، فریب شامل نوعی تقلب یا نیرنگ است. اگرچه فریب لزوماً به معنای فریب دادن کسی برای باور کردن چیزی که درست نیست نیست، اما ممکن است شامل دستکاری درک کسی از موقعیت اطرافش باشد.

یک مثال ساده از این می تواند این باشد که رئیس خود را فریب دهید تا باور کند که شما بیمارتر از آنچه واقعاً هستید هستید، تا بتوانید یک روز مرخصی اضافی بگیرید. اگرچه شما در مورد بیمار بودن دروغ نمی گوئید، اما در مورد میزان واقعی بیماری خود اغراق می کنید. در این مورد، با وجود اینکه نسبتاً رک و صریح هستید، فریب زیادی وجود دارد.

فریبکاری به طور گسترده توسط افراد متقلب برای رسیدن به اهدافشان استفاده می شود، به خصوص زمانی که شرایط پیرامون برنامه هایشان چندان مساعد نباشد. به افرادی فکر کنید که برای به دست آوردن شغل، اطلاعات نادرستی را در رزومه خود قرار می دهند یا افرادی که هنگام اغوا کردن یک شریک عاطفی بالقوه، وانمود می کنند شخص دیگری هستند.

راه های وقوع فریب بسیار زیاد است. به همین ترتیب، انگیزه هایی که یک فرد ممکن است داشته باشد نیز می تواند بسیار فراوان باشد.

نکته مهمی که باید در نظر داشت این است که فرد ممکن است وقتی احساس کند که قادر به انجام کاری به تنهایی نیست، مجبور به توسل به فریب شود. این بدان معناست که وقتی یک فرد فریبکار تخمین می زند که او نمی تواند از طریق روش های سنتی به چیزی دست یابد، برای رسیدن به آن به فریب متوسل می شود.

بسته به نوع نیرنگ، این می تواند یک امر یکباره باشد، به این معنی که آنها به خواسته خود خواهند رسید، اما نتیجه نهایی آنها را از افرادی که با دسیسه هایشان تحت تأثیر قرار می دهند، بیگانه خواهد کرد. از سوی دیگر، فریب ممکن است به موقع باشد، به این معنی که فریبکار ممکن است بتواند نیرنگ را برای مدت طولانی ادامه دهد. مواردی وجود داشته است که فریبکاران می توانند فریب را برای سال ها ادامه دهند بدون اینکه کوچکترین سوءظنی ایجاد کنند.

انواع فریب

هنگام برخورد با فریب، باید توجه داشت که همه فریب ها یکسان نیستند. این بدان معناست که یک فریبکار ممکن است به اشکال مختلفی قربانیان خود را فریب دهد. بنابراین، در اینجا لیستی از انواع مختلف فریب که می توان اجرا کرد، آورده شده است.

[71]

۱. **دروغ ها.** این، تا حد زیادی، رایج ترین نوع فریب است. میزان اثربخشی دروغ به میزان هوشمندانه و باورپذیر بودن آن بستگی دارد. اگر دروغ، زنده و اغراق آمیز باشد، احتمال کمی وجود دارد که دروغ مؤثر واقع شود. با این حال، این نیز درست است که حقیقت ممکن است زنده تر از دروغ باشد. بنابراین، وقتی سرمایه اعتماد خود را افزایش می دهید، احتمال اینکه مردم حرف شما را باور کنند، بسیار بیشتر خواهد بود. با این وجود، باید مراقب باشید که آشکارا لو نروید. در غیر این صورت، ممکن است کل سرمایه اعتماد خود را از بین ببرید.

۲. **ابهامات.** این نوع فریب شامل ارائه اظهارات نادرست یا مبهم است. این کار برای جلوگیری از دادن پاسخ مستقیم به یک سوال یا ارائه اطلاعات کافی انجام می شود که ممکن است به نوعی آسیب زا باشد. ابهام گویی همچنین زمانی رایج است که یک فرد فریبکار پاسخ یک سوال را نمی داند.

۳. **پنهان کاری.** این تاکتیک در مورد پنهان کردن اطلاعات است. دلایل پنهان کردن اطلاعات ممکن است بسیار متفاوت باشد. به عنوان مثال، فرد فریبکار ممکن است به دنبال فریب دادن کسی برای موافقت با چیزی باشد. همچنین، پنهان کاری می تواند در تلاش برای توجیه اقداماتی که ما در هر موقعیت خاصی انجام داده ایم یا نداده ایم، مورد استفاده قرار گیرد.

۴. **اغراق و مبالغه.** این تاکتیک کاملاً رایج است. اغراق را می توان در بزرگنمایی دستاوردها یا شاید در تأثیرات یک موقعیت خاص مشاهده کرد. بنابراین، درست مانند اغراق در علایم یک بیماری، یک فرد فریبکار معمولی در مورد آسیب های خود در یک تصادف اغراق می کند. علاوه بر این، ممکن است از اغراق برای اجتناب از انجام یک کار با نشان دادن اینکه انجام آن بسیار بیشتر از آنچه انتظار می رود طول خواهد کشید، استفاده شود.

۵. **کم گویی.** این مانور به دنبال کوچک جلوه دادن یک واقعیت یا موقعیت است. شاید یک فرد دغل باز به دنبال کم اهمیت جلوه دادن دستاوردهای شخص دیگری از روی حسادت باشد. همچنین، یک فرد دغل باز ممکن است به دنبال کوچک جلوه دادن علایم بیماری شخص دیگری باشد. همه این کارها برای ایجاد احساس حقارت در قربانی انجام می شود.

۶. **تحریف.** این تکنیک به دنبال ارائه برداشتی جایگزین از حقیقت یا واقعیت است. وقتی این اتفاق می افتد، فرد فریبکار ممکن است تلاش کند تا قربانی را متقاعد کند که اتفاقات آنطور که او فکر می کند رخ نداده است، یا اتفاقات به شکلی کاملاً دقیق رخ نداده است. به نظر می رسد که ارائه اطلاعات نادرست شبیه به سوء استفاده از گازلایت باشد، اگرچه سوء استفاده از گازلایت عموماً شامل انکار سوء استفاده است. به این ترتیب، ارائه اطلاعات نادرست به دنبال انکار وقایع در حال وقوع نیست؛ بلکه صرفاً به دنبال ارائه تفسیری جایگزین از آنچه واقعاً اتفاق افتاده است، به دلخواه فرد فریبکار است.

اجزای اصلی فریب

فریبکاری مبتنی بر ساده لوحی یا جهل قربانی است. فریبکاران تمام تلاش خود را می کنند تا افرادی را که اطلاعات بیشتری ندارند، پیدا کنند. به این ترتیب، می توانند دروغ بگویند، تحریف کنند، اغراق کنند و غیره، بدون اینکه قربانی شان واقعاً بتواند تفاوت را تشخیص دهد.

بنابراین، فریب از کمبود دانش افراد در یک زمینه خاص سوءاستفاده می کند. اما فراتر از آن، فریب به منطق و عقل سلیمی که با آن همراه است نیز مربوط می شود. برای مثال، گفتن اینکه شما یک جراح مغز و اعصاب هستید بسیار باورپذیرتر از گفتن اینکه یک فضاانورد هستید، است. در حالی که ممکن است در واقع یک فضاانورد باشید، واقعیت این است که پزشکان بسیار رایج تر هستند.

علاوه بر این، اجرای فریب بسیار مهم است. فریبکاران ماهر دروغ ها را آنقدر طبیعی بیان می کنند که در واقع باور دارند دروغی که می گویند واقعی است. این به ضرب المثل قدیمی اشاره دارد که می گوید: «اگر واقعاً به آن اعتقاد داشته باشید، دروغ نیست.» ماهرترین فریبکاران می توانند دروغ های خود را تا حدی بپذیرند که بتوانند دیگران را متقاعد کنند که این دروغ ها صرفاً بر اساس صداقتی است که با آن توانسته اند آن را بیان کنند.

با این حال، باید توجه داشت که نکته ی اصلی در جزئیات است. بنابراین، هرچه یک فریب جزئیات بیشتری داشته باشد، باورپذیرتر خواهد بود. برای مثال، اگر یک فریبکار به دنبال کوچک جلوه دادن دستاوردهای کسی است، بهتر است دستاورد دیگری ارائه دهد که بتواند از دستاوردی که به دنبال کوچک جلوه دادن آن است، بهتر باشد. اگر آنها فاقد دستاوردی (چه واقعی و چه غیر واقعی) باشند که بتواند از دستاوردی که به دنبال کوچک جلوه دادن آن است، بهتر باشد، فریبکار ممکن است به سادگی احمق به نظر برسد.

در نهایت، فریب یک الگوی رفتاری است. افراد فریبکار معمولاً از همه انواع فریب استفاده نمی کنند. آنها تمایل دارند از یک یا دو نوع بیشتر از بقیه استفاده کنند. به این ترتیب، می توان الگوهایی را در رفتار آنها بر اساس نوع فریبی که معمولاً استفاده می کنند، تشخیص داد. به عنوان مثال، فردی که تمایل به اغراق در دستاوردهای خود دارد، هر بار که مخاطبی داشته باشد که به او گوش دهد، این کار را انجام می دهد. به همین ترتیب، ممکن است وقتی احساس می کنند شخص دیگری از آنها پیشی گرفته است، سعی کنند دستاوردهای دیگران را کم اهمیت جلوه دهند.

شبیه سازی

افراد بسیار ماهر در زمینه ی فریبکاری، تا جایی پیش می روند که شرایط لازم برای اجرای نقشه هایشان را ایجاد می کنند. اگرچه این کار ممکن است به برنامه ریزی و سازماندهی زیادی نیاز داشته باشد، اما ممکن است ابزار لازم برای انجام آن را نیز داشته باشند.

این وضعیت را در نظر بگیرید:

یک کلاهبردار به دنبال فریب بانک برای دادن وام به آنهاست. یک رویکرد ساده می تواند ارائه مدارک مربوطه و دروغ گفتن در مورد درآمد و غیره باشد. در نهایت، بانک ممکن است وام را تأیید کند یا نکند. شبیه سازی زمانی اتفاق می افتد که کلاهبردار اسنادی را جعل می کند که اشتغال، درآمد و غیره را اثبات می کند. در این شرایط، سطح پیچیدگی که کلاهبرداران می توانند با آن اسناد لازم را تهیه کنند، ممکن است بسیار پیچیده باشد.

یک مثال خوب برای این مورد، سرقت هویت است. وقتی سارقان بتوانند اطلاعات واقعی کافی در مورد یک شخص به دست آورند، می توانند با استفاده از اطلاعات واقعی، یک شخصیت کاملاً جعلی ایجاد کنند. بنابراین، قربانیان ممکن است به راحتی فریب این حقه را بخورند، زیرا پوشش کاملاً قانونی به نظر می رسد. در نهایت، کلاهبردار ممکن است از جرم خود فرار کند یا نکند. اما نکته مهمی که باید در نظر داشت این است که آنها می توانند با ایجاد موقعیت ها و شرایطی که بسیار شبیه به واقعیت هستند، «شبیه سازی های» هوشمندانه و پیچیده ای انجام دهند.

در نهایت، قدرت ادراک شما به شما این امکان را می دهد که هر زمان کسی به دنبال فریب شما باشد، آن را تشخیص دهید. با این حال، مواقعی وجود دارد که یک حيله آنقدر هوشمندانه کنار هم قرار گرفته است که تشخیص تفاوت بین آنها عملاً غیرممکن است. در عین حال، همیشه مهم است که به غرایز خود اعتماد کنید. ممکن است نتوانید مستقیماً تفاوت را تشخیص دهید، اما چیزی در درون شما می تواند به شما بگوید که آیا با یک حيله یا یک واقعیت روبرو هستید.

استفاده از فریب

اول از همه، باید توجه داشت که فریب نباید سهل انگارانه مورد استفاده قرار گیرد. وقتی شخصی از روی عادت درگیر فریب می شود، ممکن است در نهایت قربانیان خود را خسته کند. در نتیجه، ممکن است نیاز به ادامه کار و یافتن قربانیان جدید داشته باشد.

به یک رابطه عاشقانه فکر کنید که با بهانه های واهی شکل گرفته است. ممکن است به نقطه ای برسد که قربانی در نهایت متوجه شود که فرد فریبکار کاملاً صادق نیست. این ممکن است منجر به مجموعه ای از سوالات و مسائلی شود که نتیجه نهایی آن ممکن است پایان رابطه باشد. در این مرحله، فرد فریبکار چاره ای جز ادامه دادن و پیدا کردن قربانی دیگری ندارد.

هنگام استفاده از فریب، مهمترین چیزی که باید در نظر داشته باشید رفتار شماست. هرگونه انحراف از رفتار معمول شما ممکن است به قربانیان این هشدار را بدهد که اتفاقی در حال رخ دادن است. برخی از افراد فریبکار دوست دارند هاله ای از غیرقابل پیش بینی بودن را حفظ کنند و از این طریق قربانیان خود را از تعادل خارج کنند. با این حال، اگر از این رویکرد سوءاستفاده کنید، ممکن است در نهایت به عنوان یک فرد بی عرضه طرد شوید. به همین دلیل، وقتی سعی می کنید دستور کار خود را به مدت طولانی پیش ببرید، هیچ کس حرف شما را باور نخواهد کرد.

بنابراین، ثابت قدم بودن بسیار مهم است. وقتی ثابت قدم باشید، مردم شما را باور می کنند زیرا از خود همیشگی تان منحرف نمی شوید. بنابراین، هیچ کس دلیلی برای شک کردن به اعمال شما نخواهد داشت. علاوه بر این، هر فریبی که می خواهید انجام دهید، باید با شخصیت شما سازگار باشد. بنابراین، اگر می خواهید وانمود کنید که ثروتمند هستید، باید از ابتدا این شخصیت را ایجاد کنید. در غیر این صورت، ممکن است برای دیگران باور اینکه ناگهان پولدار شده اید، دشوار باشد.

در نهایت، هنگام استفاده از فریب، چراغ گاز و آرائه اطلاعات نادرست باید دست در دست هم پیش بروند. شما باید قربانیان خود را متقاعد کنید که آنچه آنها به عنوان واقعیت درک می کنند، واقعی نیست. همچنین، ممکن است مجبور شوید برای ادامه فریب، برخی رویدادها را قاطعانه انکار کنید. اگر این موضوع را نپذیرید، ممکن است در نهایت توسط شرایط اطرافتان مورد خیانت قرار بگیرید.

یک مثال خوب برای این مورد زمانی است که اطرافیان شما نظراتی می دهند یا داستان هایی تعریف می کنند که با آنچه شما سعی در القای آن دارید، در تضاد است. در این حالت، شما باید استدلال های محکمی برای رد کردن آنها داشته باشید و اصرار داشته باشید که چرا این افراد اشتباه می کنند. حتی ممکن است مجبور شوید با بیان انگیزه های آنها به گونه ای که دیگران با شما همراه شوند، اعمالشان را توجیه کنید.^[72]

در نهایت، مهارت های فریب شما به میزانی که بتوانید آنها را تمرین کنید، رشد خواهند کرد. بنابراین، اگر در مورد پیاده سازی فریب در شیوه زندگی خود جدی هستید، ایده خوبی است که به تدریج سطح پیچیدگی خود را در اجرای این تاکتیک ها افزایش دهید.

چگونه فریب را تشخیص دهیم

ساده ترین راه برای تشخیص فریب این است که بدانید، در واقع، کسی راستگو نیست. برای مثال، می توانید فوراً اغراق را تشخیص دهید زیرا می دانید که وقایع رخ داده به آن شکل اتفاق نیفتاده اند. همچنین، می توانید دروغ را تشخیص دهید زیرا از حقیقت آگاه هستید.

اگرچه این ممکن است یک روش بسیار ساده برای تشخیص فریب به نظر برسد، اما اغلب مؤثرترین روش است. به طور کلی، اکثر افراد فریبکار لحظه ای به این فکر نمی کنند که اطرافیان شان ممکن است درک دقیقی از وقایعی که آنها به دنبال تحریف یا بزرگنمایی آن هستند، داشته باشند.

وقتی با یک فرد ماهر و قابل اعتماد سر و کار دارید یا از صحت دروغ های گفته شده هیچ اطلاعی ندارید، اوضاع سخت می شود. در چنین مواردی، تنها راه چاره شما پرسیدن سوال است. حقیقت این است که وقتی چیزی را می بینید که ممکن است خیلی باورپذیر نباشد، می توانید با پرسیدن سوال، عمیق تر به آن پی ببرید.

این وضعیت را در نظر بگیرید:

یک فرد شاید می خواهد در مورد اینکه چقدر برای ماشینش پول داده است، لاف بزند. اگر شما بدانید که قیمت ماشین چقدر است، می توانید تشخیص دهید که آیا او دروغ می گوید یا نه. با این حال، اگر هیچ ایده ای ندارید که قیمت واقعی ماشین چقدر است، می توانید با پرسیدن سوالاتی در مورد خود ماشین شروع کنید. شاید بتوانید آنقدر آنها را به صحبت کردن ادامه دهید که حرف هایشان را نقض کنند. وقتی این اتفاق می افتد، می توانید متوجه آنها را در حین فریبکاری بگیرید.

فصل ۲۴

چگونه یک دروغ را تشخیص دهیم؟: رفتارهای کلیدی که فریب را نشان دهید



فریب‌چیزی است که همه ما به نوعی با آن سر و کار داشته ایم. هر کسی دروغ گفته است، مهم نیست چقدر تلاش کرده باشد که «راست و درست» پیش برود. ما از حقیقت اجتناب می‌کنیم تا از جریحه دار کردن احساسات اطرافیانمان جلوگیری کنیم. ما این کار را می‌کنیم تا خودمان را از دردسر دور نگه داریم یا از مسئولیت شانه خالی کنیم.

شما می‌توانید یاد بگیرید که عدم صداقت را در دیگران تشخیص دهید. این می‌تواند مهارت مفیدی باشد وقتی که شغل شما ایجاب می‌کند چنین کاری انجام دهید. مسائلی بین فردی نیز می‌توانند با توانایی جستجوی حقیقت بهبود یابند. در زیر، لیستی از ویژگی‌هایی را خواهید یافت که باید به آنها توجه کنید تا بدانید چه زمانی به شما دروغ گفته می‌شود. [73]

چشم‌ها: سرنخ‌هایی برای آشکار کردن نیت واقعی

چشم‌هایی که از اصلی‌ترین نواحی بیانی صورت هستند. آن‌ها می‌توانند به عنوان آشکارسازهای فریب عمل کنند. تشخیص عدم صداقت به نشانه‌های غیرکلامی وابسته است و بنابراین از طریق چشم‌ها، آشکار کردن آن آسان می‌شود.

نیت دقیقی که یک فرد دارد. چشم‌ها همچنین نشان‌دهنده‌ی اقدام بعدی هستند که احتمالاً فرد انجام خواهد داد، چه بد و چه خوب.

قطع‌تماس چشمی یکی از عوامل تعیین‌کننده‌ی فریب است. این زمانی اتفاق می‌افتد که فرد از نگاه مستقیم به طرف مقابل خودداری می‌کند. این عمل با هیچ احساسی جز شرم همراه نیست.

در بیشتر موارد، درک این نکته ضروری است که کسانی که حقیقت را می‌گویند، می‌توانند مستقیماً به فرد مقابل نگاه کنند. آنها از اعمال خود شرم‌منده نیستند. هر زمان که کسی مدتی پس از شروع مکالمه، تماس چشمی را قطع کند، این نشانه‌ی روشنی است که قصد خود را تغییر داده است. این تغییر، گواه دروغ‌گویی چنین افرادی است. در نتیجه، تشخیص فریب از طریق استفاده از چشم‌ها پیچیده است زیرا مستلزم آن است که مصاحبه‌کننده یا بازپرس به طور مداوم سوالات مختلفی بپرسد. این امر زمانی قابل اجرا است که یک بازپرس مجموعه‌ای از سوالات را در مورد یک موضوع خاص مطرح می‌کند که مستلزم آن است که فرد با این فرآیند مطابقت داشته باشد.

برای تشخیص اینکه آیا این افراد دروغ می‌گویند، به آنها اجازه داده می‌شود از موضوع اصلی منحرف شوند، که این خود نشانه‌ای از فریبکاری است. در جلسه‌ای که شامل پرسش و پاسخ است، نقش اصلی هر دو طرف حفظ تماس چشمی است. حفظ این نگاه می‌تواند به دروغ‌گو اجازه دهد تا از شناسایی شدن جلوگیری کند، اما احتمالاً قادر به مدیریت حرکات خود نخواهد بود. توجه به این نکته ضروری است که به عنوان یک عضو اصلی، احساسات یک فرد مستقیماً به حرکت چشمان او گره خورده است. [74].

زبان بدن

زبان بدن جنبه‌ای حیاتی در تشخیص فریب است. همه ما ناخودآگاه هنگام صحبت کردن از حرکات بدن استفاده می‌کنیم. تماشای حرکات یک فرد می‌تواند به شما این امکان را بدهد که تشخیص دهید آیا او در مورد موضوع مورد بحث صادق است یا خیر. این حرکات از اجزای مختلفی تشکیل شده‌اند: از جمله حرکات سر و همچنین تنفس.

زبان بدن ضروری است زیرا دقیقاً آنچه را که یک فرد احساس می‌کند به تصویر می‌کشد. هر زمان که حرکات کسی (مانند حرکت سر) با تأییدها و انکارهای کلامی مختلف همخوانی نداشته باشد، نشانه‌ی واضحی از فریبکاری است. در طول این فرآیند، ثبات و پایداری ضروری است.

یک مثال خوب، ثبات در حرکت سر است. هر زمان که سر فردی به طور پیوسته حرکت کند، نشان می‌دهد که او راست می‌گوید. هر زمان که سر خود را به طور نامنظم تکان دهد، دروغ می‌گوید. بیشتر

محققان در تشخیص عدم صداقت شکست می خورند زیرا تناقضاتی را که بین رفتار غیرکلامی و کلمات گفته شده مشاهده می شود، مرتبط نمی دانند. توجه به این نکته ضروری است که هر زمان کسی در مورد آنچه می گوید احساس راحتی می کند، حرکات بدن (به ویژه سر) با کلمات او مطابقت دارد.

یکی از عناصر اساسی زبان بدن که می تواند در تشخیص فریب به کار رود، جنبه ی تنفس است. افرادی که دروغ می گویند اغلب به دلیل افزایش سرعت ضربان قلبشان، دچار تنفس سریع می شوند. جالب اینجاست که علاوه بر تنفس های سریع، هر زمان که فردی شروع به دروغ گفتن می کند، دچار ترس می شود. این در نهایت منجر به تغییر در الگوی تنفس می شود. فریب از طریق مشاهده ی این ویژگی ها قابل تشخیص است.

دست ها

دست ها همچنین به عنوان یک عامل تعیین کننده در فریب عمل می کنند، زیرا افراد راستگو به اندازه افراد راستگو نگران نیستند. آن ها به راحتی می توانند انگشتان خود را باز کنند. کسانی که به دلیل ماهیت دروغگویی خود، احساس ناامنی می کنند، باید کف دست های خود را روی هم قرار دهند و همچنین سعی می کنند حداقل فضا را اشغال کنند.

جالب توجه است که دروغگوها به جمع کردن پاهایشان نیز معروف هستند، زیرا قویاً معتقدند که هر زمان فضای زیادی اشغال کنند، به راحتی قابل شناسایی هستند. علاوه بر این، فریبکاری را می توان زمانی تشخیص داد که انگشتان یا دستان فرد بدون هیچ گونه تغییر آب و هوایی بلرزد. آنها همچنین ممکن است سعی کنند زائده های خود را با آستین بپوشانند.

بیشتر افرادی که در هنر دروغگویی متخصص هستند، به ندرت دست ها یا بدن خود را تکان می دهند. آنها با لحنی شمرده صحبت می کنند و بسیار مراقب هستند که با حرکات خود اطلاعات اضافی فاش نکنند. کسی که وظیفه مصاحبه با یک کلاهبردار شناخته شده را بر عهده دارد، باید مراقب این عدم تغییر باشد. هیچ کس کاملاً بی حرکت نمی نشیند.

قوز کردن همچنین می تواند نشانه ای از دروغگویی فرد باشد؛ این کار مستقیماً به افزایش اعتماد به نفس کمک می کند. کسانی که در حال فریب دادن طرف مقابل هستند، هنگام خمیازه کشیدن، دست های خود را نیز دراز می کنند تا مطمئن شوند که می توانند طرف مقابل را گیج کنند. مراقب حرکاتی باشید که می توانند برای منحرف کردن توجه استفاده شوند. دروغگوها یا چهره ی بی حالت و مناسبی دارند، یا مشکل بی قراری یا حرکات عجیب و غریب و نامرتب.

چهره

حالات چهره نیز نقش مهمی در تشخیص دروغ دارند. انواع مختلفی از حرکات صورت وجود دارد که به وضوح نشان می دهد فرد صادق نیست. این ناحیه، گویاترین قسمت بدن انسان است و باید با دقت به آن توجه کرد.

حالات چهره ممکن است ناشی از احساسات مختلف (مانند عصبی بودن) و سایر واکنش های فیزیکی باشند. می توان آنها را به عنوان معیاری برای تشخیص عدم صداقت شناسایی کرد. یکی از راه های رایج برای تشخیص دروغگویی یک فرد این است که فرد در کمتر از یک دقیقه بین چهار یا پنج بار پلک بزند.

بستن چشم ها همچنین می تواند به عنوان راهی برای نشان دادن دروغگویی فرد استفاده شود. در شرایط عادی، فرد نباید هنگام پاسخ دادن به یک سوال خاص چشمان خود را ببندد. هر زمان که فردی پلک های خود را بیش از دو ثانیه ببندد، نشانه واضحی است که او حقیقت را نگفته است.

بر اساس حالت چهره، می توان فریب را تشخیص داد، هر زمان که از فردی راست دست در مورد آنچه در گذشته دیده است سؤالی پرسیده شود و او به سمت چپ و بالا نگاه کند. آنها مستقیماً به شما دروغ می گویند و سعی می کنند توجه شما را منحرف کنند. با این حال، هر زمان که به سمت راست اما به بالا نگاه کنند، صادق هستند. اینها برخی از حالت های چهره ای هستند که به وضوح نشان می دهند فرد دروغ می گوید.

صدا

تغییر در صدا نیز یکی از راه های تشخیص دروغگویی یا عدم دروغگویی فرد است. در بیشتر موارد، صدا های لرزان با ترس مرتبط هستند. در شرایط عادی، توجه به این نکته ضروری است که لحن فرد نباید در هر پاسخی که می دهد تغییر کند.

هر زمان که صدای فردی هنگام پاسخ دادن به سوالات پیچیده می لرزد، این نشانه ی مهمی است که او دروغ می گوید. لرزش نشان می دهد که افراد از انواع مکانیسم های دفاعی استفاده می کنند. این بیشتر در بین کسانی مشاهده می شود که نمی توانند ادعای خود را توجیه کنند. ضروری است که نتیجه بگیریم صدای کسی مستقیماً نشان می دهد که آیا او دروغ می گوید یا خیر.

دروغ بزرگ در مقابل دروغ مصلحتی

ممکن است در زندگی روزمره خود با افرادی که دروغ می گویند مواجه شده باشید. برخی از این دروغ ها به عنوان «دروغ های بزرگ» و «دروغ های مصلحتی» طبقه بندی می شوند. در این دو نوع دروغ، فرد عمداً با ارائه اطلاعات گمراه کننده، شخص یا گروه هایی از افراد را فریب می دهد.

تفاوت زیادی بین دروغ های بزرگ و دروغ های مصلحتی وجود دارد. در دروغ های بزرگ، فرد فریبکار سعی می کند از فرد فریب خورده چیزی به دست آورد. این بدان معناست که فرد متقلب به دنبال سوءاستفاده از طرف مقابل، به دلیل منافع شخصی خود است.

دروغ گفتن برای کسب منافع شخصی در تمام فرهنگ های جهان محکوم است. به عنوان مثال، یک فروشنده لوازم الکترونیکی دست دوم ممکن است مشتریان خود را در مورد وضعیت تلویزیونی که می فروشد گمراه کند. فروشنده دستگاه را در شرایط کاری خوب معرفی می کند، حتی اگر به خوبی بداند که تلویزیون معیوب است. سپس او تلویزیون را با قیمت بالا می فروشد تا سود خود را به حداکثر برساند.

از سوی دیگر، دروغ های مصلحتی شامل دستکاری اطلاعات به منظور ایجاد انگیزه یا خشنود کردن فریب خورده است. گاهی اوقات موقعیت ها ممکن است شما را مجبور به گمراه کردن دیگران کنند. ممکن است مجبور شوید چیزی را بگویید که طرف مقابل انتظار شنیدن آن را دارد، حتی زمانی که موقعیت متفاوت است. به عنوان مثال، ممکن است به دوستان گفته باشید که مدل موی جدیدش چقدر عالی است، حتی زمانی که مخفیانه از آن متنفر هستید. شما این کار را برای خوشحال کردن دوستان انجام می دهید.

دروغ های مصلحتی معمولاً به احساسات طرف مقابل آسیبی نمی رسانند. در واقع، وقتی برای خوشحال کردن طرف مقابل دروغ می گوئید، فقط بخش بی ضرری از تعاملات روزانه تان را انجام می دهید. این دروغ ها گاهی اوقات برای حفظ صلح ضروری هستند.

تفاوت این دو نوع فریب در انگیزه های فریب دهنده نهفته است. در حالی که دروغ های بزرگ اغلب محکوم می شوند، دروغ های مصلحتی گاهی بسته به شرایط تشویق می شوند. در برخی موارد، دروغ های مصلحتی باعث آسیب می شوند، به خصوص هنگامی که از آن برای تقویت روابط و ارتباطات استفاده می کنید. وقتی به شدت می خواهید با دیگران پیوند برقرار کنید، تمایل دارید با تمام نظرات آنها موافقت کنید تا آنها را راضی کنید یا از آنها امتیاز بگیرید. این امر ممکن است مهارت های تصمیم گیری شما را به شدت مختل کند.

مطالعات موردی دروغ بزرگ و دروغ مصلحتی

مطالعه موردی ۱:

دروغ بزرگ: مردان سیاه پوست ذاتاً نسبت به سفیدپوستان خشونت آمیز هستند

طرفداران برتری سفیدپوستان مدت هاست که این باور مخرب را دارند که سیاه پوستان تهدیدی برای خشونت و تجاوز به سفیدپوستان هستند. این روایت سال هاست که در ایالات متحده رواج دارد. این ایده توسط ملی گرایان برای توجیه سرکوب سیاه پوستان استفاده می شود. این احساسات تحت عنوان حفاظت از کشور تکرار می شوند. مورد ما مربوط به یک مرد سفیدپوست ۲۱ ساله به نام دیلن استورم روف است. در ژوئن ۲۰۱۵، روف وارد کلیسای چارلستون شد و ۷۰ گلوله به سمت یک گروه مطالعه کتاب مقدس شلیک کرد که منجر به کشته شدن بسیاری و زخمی شدن دیگران شد. در حالی که او تیراندازی می کرد، فریاد می زد: «شما به زنان سفیدپوست ماتجاوز کرده اید، شما جهان را تصرف کرده اید.»

او خود را قربانی ای می دانست که از «سفیدپوستان مظلوم» دفاع می کرد، نه متجاوزی که خودش بود. همچنین وب سایت های طرفداران برتری سفیدپوستان وجود دارند که دروغ های بزرگی مانند اینکه سیاه پوستان علیه سفیدپوستان جنگ به راه انداخته اند، پخش می کنند. نمونه خوبی از چنین وب سایتی، وب سایت شورای شهروندان محافظه کار است.

مطالعه موردی ۲:

دروغ مصلحتی: گفتن دروغ مصلحتی به افراد مبتلا به زوال عقل می تواند در واقع به آنها کمک کند

تحقیقات جدیدی وجود دارد که نشان می دهد اگر به افرادی که از زوال عقل رنج می برند دروغ مصلحتی بگویید، در واقع می تواند به بهبود وضعیت آنها کمک کند. این دروغ ها برای چنین افرادی مفید هستند زیرا به کاهش استرس و اطمینان خاطر آنها کمک می کنند. تصور کنید که به آرامی هر آنچه را که می دانستید فراموش می کنید. تسلی خاطر داشتن مهم است.

این تحقیق که توسط NUI گالوی، ایرلند انجام شد، بر روی افرادی که مشکلات حافظه دارند، متمرکز بود. چنین افرادی معمولاً مدام از عزیزان خود، به ویژه درگذشتگان، درخواست کمک می کنند. این مطالعه نشان داد که دروغ گفتن یا دادن پاسخ های نادرست به چنین افرادی در واقع مانع از پریشانی آنها می شود. با این حال، این مطالعه دروغ گویی آشکاری را که فریب می دهد و آسیب می رساند، غیرقابل قبول دانست.

این مطالعه همچنین نشان داد که ممکن است گفتن دروغ مصلحتی توسط مراقبان و سایر متخصصان سلامت در موقعیت های خاص قابل قبول باشد. با این حال، قبل از انجام این کار با بیمار، در نظر گرفتن خواسته های خانواده مهم بود. هر بیمار فردی پیچیده با نیازهای منحصر به فرد است. [75].

نکات دیگر قابل توجه: چه زمانی گفتن دروغ مصلحتی درست و چه زمانی نادرست است؟

چه زمانی گفتن دروغ مصلحتی اشکالی ندارد؟

۱. وقتی کسی حالت را می پرسد

وقتی به دوستان یا آشنایان خود سلام می کنید و حالتان را می پرسید، پاسخ استاندارد به چنین سوالی معمولاً این است: «خوبم، متشکرم، شما چطور؟» این پاسخ حتی زمانی که با مشکلاتی مواجه هستید نیز صدق می کند. شخصی که این سوال را از شما می پرسد احتمالاً مودب است؛ آنها در واقع وقت یا علاقه ای برای گوش دادن به چالش های شما ندارند.

۲. وقتی از کسی تعریف می کنید

اشکالی ندارد که وقتی از یک دوست تعریف می کنید، یک دروغ مصلحتی بگویید. اگر مدل موی جدیدی دارد که شما دوست ندارید و از شما نظر می خواهد، اشکالی ندارد که به او بگویید آن را دوست دارید، چون در نهایت، الان دیگر واقعاً کاری از دستشان برنمی آید که آن را تغییر دهند.

۳. وقتی دیر به سر کار می رسید

اگر می دانید که گفتن حقیقت در مورد دلیل دیر رسیدن به محل کار، شما را به دردسر می اندازد، اشکالی ندارد که برای نجات موقعیت خود، یک دروغ مصلحتی بگویید.

چه زمانی گفتن دروغ مصلحتی درست نیست؟

۱. وقتی می خواهید امری اجتناب ناپذیر را به تأخیر بیندازید

اگر چیزی را از کسی پنهان می کنید که می خواهید بعداً آن را فاش کنید، از گفتن دروغ های کوچک خودداری کنید. این دروغ ها ممکن است منجر به دروغ های بزرگتر دیگری شوند که باعث لو رفتن شما می شوند. همیشه بهتر است در چنین مواقعی از همان ابتدا صادق باشید. به عنوان مثال: تصور کنید که برای خرید بیرون رفته اید و متوجه می شوید که

شریک‌زندگی یک دوست صمیمی، با فرد دیگری بیرون رفته است. شما باید فوراً به دوستان‌بگویید تا اوضاع از کنترل خارج نشود.

۲. وقتی در حال پایان دادن به یک رابطه هستید

وقتی در قرار گذاشتن با کسی که مدتی با او بوده اید احساس ناراحتی می‌کنید، بهتر است هر چه سریع‌تر احساسات خود را با او در میان بگذارید. برای او روشن کنید که دیگر به این رابطه عاشقانه علاقه‌ای ندارید. با دروغ‌های مصلحتی به او امید واهی ندهید.

۳. وقتی کسی به یک زنگ بیدارباش نیاز دارد

وقتی احساس می‌کنید اطلاعاتی وجود دارد که کسی برای بهبود تصمیم‌گیری خود باید بداند، عاقلانه است که حقیقت را به او بگویید. حتی اگر صادق بودن باعث ناراحتی او شود. یک مثال خوب، هنرمندی است که اجرایش افتضاح است. به چنین شخصی باید به جای دروغ‌های مصلحتی، حقایق صادقانه گفته شود تا اجراهای او در آینده بهبود یابد.

فصل ۲۵

چگونه خود را تحلیل کنیم؟



از طریق خودآگاهی، شما درک درستی از خود و شخصیتتان به دست می آورید. همچنین می توانید رفتارها و تمایلات خود را بشناسید. بخشی از این فرآیند، پذیرفتن گوشه های ناخوشایند ذهنتان است که ترجیح می دهید آنها را پنهان نگه دارید. از طریق پذیرفتن تمام وجودمان (حتی تاریکی) است که می توانیم به رضایت واقعی دست یابیم. در زیر چند استراتژی ذکر شده است که به شما امکان می دهد نگاه دقیق تری به شخصی که به آن تبدیل شده اید، بیندازید.

از احساسات خود آگاه باشید

به افکارتان توجه کنید

افکار شما در تعریف شما ضروری هستند. آنها به شما در هدایت احساسات، نگرش و برداشت هایتان از موقعیت ها کمک می کنند. باید با ذهن خود در ارتباط باشید. باید بتوانید تشخیص دهید که آیا اگر خودتان را محدود می کنید، آنها مضر هستند یا خیر، یا اینکه در کدام حوزه ها قرار دارند.

آیا به خودتان سخت می‌گیرید؟ این تأمل باید تمام برداشت‌های شما را در بر بگیرد، حتی آن‌هایی که نیاز به تغییر دارند.

یک دفتر خاطرات داشته باشید

نوشتن خاطرات می‌تواند راهی فوق‌العاده برای هماهنگ ماندن با الگوهایتان باشد. احساسات و واکنش‌ها ثبت می‌شوند. می‌توانید صفحات را مرور کنید تا دیدگاهی بی‌طرفانه در مورد ارزش‌ها و ثبات قدم خود به دست آورید.

از برداشت‌های خود آگاه باشید

برداشت‌های شما می‌تواند شما را گمراه کند و در نتیجه باعث شود در مورد آنچه اتفاق افتاده یا آنچه دیده‌اید، نتیجه‌گیری‌های اشتباهی داشته باشید. به عنوان مثال، می‌توانید خود را سرزنش کنید که دوستان در طول استراحت ناهار از شما عصبانی بوده‌است؛ بنابراین، فکر می‌کنید که کار اشتباهی انجام داده‌اید. وقتی از تفسیر خود از خلق و خوی او آگاه باشید، این می‌تواند به شما کمک کند تا بدانید چرا به این نتیجه رسیده‌اید که او از شما عصبانی است.

در چنین موقعیت‌هایی، قرار است وقت بگذارید و حرکات و باورهای خود را در مورد آنچه اتفاق افتاده است، بررسی کنید. آنچه را که دیده‌اید، شنیده‌اید یا احساسی داشته‌اید که باعث شده موقعیت را به آن شکلی که بوده درک کنید، بنویسید. باید بتوانید در مورد آنچه دوستان را بدخلق کرده است، پاسخ‌هایی پیدا کنید و اگر دلایل بیرونی وجود دارد، باید از آن آگاه باشید.

احساسات خود را شناسایی کنید

احساساتی که دارید، از نحوه واکنش شما به موقعیت‌های پیش رو و افراد اطرافتان، به راحتی شخصیت شما را مشخص می‌کنند. قرار است سعی کنید احساسات خود و نحوه واکنش خود به موضوعات مختلف، تعاملات، تغییرات لحن صدا، ظاهر صورت و زبان بدن را تجزیه و تحلیل کنید.

شما باید بتوانید بگویید که چرا احساسات خاصی دارید و چرا چنین پاسخ‌های عاطفی را تجربه کرده‌اید. باید بتوانید بفهمید که به چه چیزی پاسخ می‌دهید و چه چیزی شما را به سمت چنین انتخاب‌هایی سوق داده است. شما مجاز به استفاده از نشانه‌های فیزیکی برای کمک به درک احساسات خود هستید.

بررسی دقیق ارزش هایتان

ارزش های خود را بشناسید

وقتی از ارزش های خود آگاه باشید، می توانید به یک دید کلی از شخصیت درونی خود برسید. بسیاری از باورهای شما بر اساس تجربیات شخصی تان شکل می گیرند. هر چه بیشتر خودتان را بشناسید، این باورها تغییر می کنند. گاهی اوقات ممکن است تشخیص ارزش هایتان بسیار دشوار باشد. این مفهوم می تواند ناملموس و نامشخص باشد.

ارزش های خود را مشخص کنید

ارزش ها، باورهایی هستند که به آنها وفادار می مانید. آنها معمولاً مبتنی بر اخلاق هستند. چیزهایی وجود دارد که شما به آنها اعتقاد دارید و دیگران ممکن است با آنها موافق نباشند. یکی از ارزش های اصلی شما ممکن است این باشد که هرگز دزدی نکنید. این ایده ای است که شما به آن معنا بخشیده اید و حتی زمانی که دزدی به طور قابل توجهی به شما سود می رساند، به این احساس پایبند هستید.

ارزش های شما نوع شخصیت شما را توصیف می کنند. ظرفیت دوست یا شریکی که (برای شخص دیگری) هستید، ممکن است بر اساس این آرمان ها باشد؛ چیزهایی که شما مهم می دانید. تعریف بیانیه های اخلاقی ثابت می تواند کمی کار ببرد! تصور کنید که از قبل، هر جنبه ای از خودتان را که ارزشمند می دانید، بشناسید. اکثر مردم قادر به انجام این کار نیستند.

بانوشتن پاسخ به سوالاتی مانند موارد زیر، شروع به شناسایی ارزش های خود کنید:

- دونفری را که تحسینشان می کنید در نظر بگیرید، چه ویژگی هایی دارند که باعث می شود آنها را تحسین کنید؟ به چه چیز خاصی اعتقاد دارند که باعث می شود آنها را تحسین کنید؟
- به شخصی که آرزو دارید در آینده به او تبدیل شوید فکر کنید و تمام جنبه های مثبت شخصیت او را بنویسید.
- به چه چیزی علاقه و اشتیاق دارید؟
- چه کار خوبی انجام داده اید، حتی زمانی که راحت تر می توانستید از آن بگذرید یا از آن سوءاستفاده کنید؟

ارزش های اصلی خود را برنامه ریزی کنید

وقتی به سوالات بالا پاسخ دادید، باید ایده ای از ویژگی هایی که برایتان مهم هستند، داشته باشید. نوشتن این ارزش ها به شما امکان می دهد تا یک نقشه ایجاد کنید. هر باریک یا دو مورد از این موارد را انتخاب کنید و برای تبدیل شدن به فردی که این باورها را بهتر تجسم می کند، برنامه ای بریزید. شما همیشه کاملاً بر شخصیت خود کنترل داشته اید. فراموش کردن اینکه ما سکاندار این کشتی هستیم، می تواند بسیار آسان باشد. کارهای روزمره ما می تواند لنز توانایی های ما را تار کند. **شما** تمام چیزهایی را که می خواهید تجسم کنید، تعیین کنید.

آیا به افراد شجاع احترام می گذارید؟ همین الان، فعالیت را برنامه ریزی کنید که شما را از منطقه امتنان خارج کند. آیا می خواهید خیریه باشید؟ همین الان با پناهگاه بی خانمان هاتماس بگیرید و خدمات خود را ارائه دهید. شما فرمان هستید. می توانید هر چقدر که می خواهید خونسرد، خوش برخورد، صادق یا مهربان باشید.

خودت را کشف کن

داستان خود را بنویسید

نوشتن داستان زندگی تان می تواند هم سرگرم کننده و هم ارزشمند باشد. این فرصتی است برای شما تا وقایعی را که شما را تغییر داده اند و باورهایی را که برایتان عزیز هستند، ثبت کنید. این نه تنها راهی عالی برای گذراندن وقت است، بلکه می تواند به شما این امکان را بدهد که مانند یک تماشاگر به زندگی خود نگاه کنید. آیا می توانید احساس موفقیتی را که از تکمیل پروژه ای از این نوع به دست می آید، تصور کنید؟

داستان خود را ارزیابی کنید

پس از نوشتن داستان خود، باید بتوانید با پرسیدن سوالاتی مانند موارد زیر، خودتان را ارزیابی کنید:

- چه مضامینی در روایت شما تکرار می شوند؟ آیا شما همیشه در حال نجات مردم هستید یا خودتان کسی هستید که همیشه نجات می یابد؟ آیا داستان شما بر اساس یک موضوع خاص است؟ آیا داستان عاشقانه، درام، کمدی یا ژانر دیگری است؟
- عنوان داستان شما چیست؟
- داستان شما به چه فصل هایی تقسیم شده است؟ آیا در
- داستان به خودتان و دیگران برچسب زده اید؟
- از چه نوع کلماتی برای صحبت در مورد خود و دیگران استفاده می کنید؟ آیا از زبان مثبت استفاده می کنید؟

معنی تحلیل خود را حل کنید

شما باید پس از نوشتن داستان خود، تصمیم بگیرید که معنای آن چیست. آنچه در مورد نوشتن روایت خودتان جالب است، برای بررسی، به عنوان روایت درمانی شناخته می شود. این کار لحظاتی از زندگی شما را که احساس ضروری یا ارزشمندی می کردید، برجسته می کند. همچنین به شما نشان می دهد که چگونه خودتان را می بینید و مسیر زندگی تان تا به اینجا چگونه بوده است.

برای مثال، می توانید داستان خود را طوری تعریف کنید که انگار یک درام است، به این دلیل که احساس می کنید زندگی تان دراماتیک و بسیار پرتنش است. اگر داستان به صورت کمدی نوشته شده باشد، فکر می کنید که تجربه تان تا اینجا پر از شادی و سرگرمی بوده است. یا شاید مثل یک شوخی کیهانی به نظر برسد؟ یک داستان عاشقانه می تواند نشان دهد که شما یک فرد رمانتیک هستید.

به ذهنت بسیار که زمان میبرد

شما می توانید تمام مراحل را دنبال کنید، اما با این حال، باید به یاد داشته باشید که این کار نیاز به زمان دارد. باید توجه داشته باشید که تجزیه و تحلیل خودتان و به کار بستن ایده هایتان بسیار حیاتی است. شخصی که شما هستید در روزهای آینده تغییر خواهد کرد.

خواب خود را پیگیری کنید

وقتی کمبود خواب دارید، خستگی تأثیرات منفی بر بدن شما خواهد گذاشت. این می تواند استرس را تشدید کند. باید بتوانید ساعاتی را که هر شب می خوابید، بررسی کنید. میزان خواب مورد نیاز برای هر فرد متفاوت است. این می تواند منجر به افزایش سطح اضطراب شما شود. وقتی نمی خوابید:

- شما به آرامی فکر خواهید کرد و یاد خواهید گرفت.
- تصادفات افزایش خواهد یافت.
- بسیاری از چالش های سلامتی تجربه خواهند شد.
- افزایش افسردگی و فراموشی. کاهش میل جنسی.
-
- شما سریع تر پیر خواهید شد. وزن
- شما نوسان خواهد داشت.
- دچار اختلال در قضاوت خواهید شد.

شما باید فهرستی از چیزهایی داشته باشید که به شما کمک می کند تجربه کلی زندگی خود را بهبود بخشید. این به شما در یک خودشناسی متفکرانه کمک خواهد کرد.

برای ارتقای رشد. شما همیشه باید خودتان را در حال تکامل و تغییر بر اساس
جاه طلبی ها و تجربیات زندگی تان ببینید.

فوق العاده‌حیاتی است که وقت بگذارید و به خودکاوی بپردازید. این به شما کمک
می‌کند تا به فردی که قرار است باشید تبدیل شوید. می‌توانید با ارزش‌های خودتان
زندگی کنید. می‌توانید قوانین را وضع کنید و خود را به سمت تحقق اهدافتان هدایت
کنید.

فصل ۲۶

ارتباطات بین فردی



فرآیندی که طی آن افراد با استفاده از نشانه های کلامی و غیرکلامی، احساسات، عواطف و اطلاعات را رد و بدل می کنند، به عنوان ارتباط بین فردی شناخته می شود. این نوع تعامل عمدتاً بین دو یا چند نفر رخ می دهد و رابطه را تعریف می کند. به عنوان مثال، پیوند بین شما و رئیستان با پیوند بین شما و خواهر و برادران متفاوت خواهد بود. شما با این افراد به روش های مختلفی صحبت خواهید کرد.

ارتباط بین فردی شامل یک فرستنده است که پیام را ارسال می کند و یک گیرنده که بازخوردها به طرف مقابل برمی گرداند. برای اینکه این ارتباط بین دو یا چند نفر برقرار شود، باید یک زمینه و بستر (معنا، زمینه) وجود داشته باشد. این امر بر جهت مکالمه تأثیر می گذارد. در هر فرآیند ارتباطی، نویز یک عامل ثابت است که به تداخل در انتقال پیام اشاره دارد. این می تواند روانی، خارجی یا معنایی باشد. هنگام توسعه مهارت های ارتباط بین فردی، ضروری است که در هر بخش از تعامل، در مورد اینکه طرفین چه کسانی هستند، پیام، نویز، بازخورد و زمینه فکر کنید.

چگونه روابط بین فردی را بهبود بخشیم؟
برای بهبود روابط بین فردی، چند راهکار وجود دارد:

خودآگاهی

فهرستی از نشانه های غیرکلامی، احساسات و افکاران بنویسید. آگاهی از احساساتان به شما کمک خواهد کرد

در ارتباطات بین فردی بهتر شوید.

همدلی خود را با دیگران حفظ کنید

تلاش آگاهانه برای گوش دادن به زبان بدن و نشانه های غیرکلامی دیگران. این به شما کمک می کند تا بیشتر آنچه را که واقعاً می گویند بشنوید. سعی کنید خودتان را جای آنها بگذارید؛ چه احساسی دارند یا به چه چیزی فکر می کنند؟ به یاد داشته باشید که ارتباط یک خیابان دو طرفه است؛ اگر بفهمید طرف مقابل چه می گوید، مؤثرتر است.

بادقت گوش دهید

افراد بیشتری به جای گوش دادن، نگران واکنش خود به شخص مقابل هستند. متأسفانه، بسیاری از مردم گوش دادن را مهارتی مفید که می توان آن را کسب و تقویت کرد، نمی دانند، اما اینطور است. فردی که با او در تعامل هستید، اگر احساس کند که به حرف هایش گوش داده شده است، برداشت بسیار بهتری از شما خواهد داشت.

لحن یا رویکردی آرام را تمرین کنید

از صحبت کردن بیش از حد و تحقیر دیگران خودداری کنید. آنها حق دارند نظر خود را داشته باشند، همانطور که شما حق دارید نظر خود را داشته باشید. اجازه دهید طرف مقابل پیام خود را تمام کند؛ از صحبت کردن به جای آنها خودداری کنید. لحن آرام و باز، فداکاری شما را در تلاش برای ایجاد رابطه نشان می دهد و همچنین نشان می دهد که شما فردی روشنفکر هستید.

همکاری بیشتر

«بله» بگویید و بر اساس آن پیشرفت کنید. این یک ترفند ساده است که هنگام بهبود مهارت های بین فردی خود باید در نظر بگیرید. در صورتی که نتیجه مورد انتظار شما نتایج مورد نظر را به همراه نداشته باشد، ایجاد یک نگرش مثبت شما را به سمت هدف نهایی سوق می دهد. به عنوان مثال، بهبود کلاس ها نمونه بسیار خوبی از تمرین های همکاری است. برای توسعه مهارت های ارتباط بین فردی، باید شنونده ای آموزش دیده باشید. این به شما کمک می کند تا طرف مقابل را در سطح عمیق تری درک کنید. می توانید چیزی بیش از کلمات او را درک کنید؛ همچنین با تمام نشانه های بدنش، نسبت به موقعیت او بینش پیدا می کنید.

گام هایی برای تبدیل شدن به یک شنونده ی بهتر

۱. مراقب باشید

شنوندگان خوب ارتباط چشمی خود را حفظ می کنند و به آنچه می گویند توجه دقیقی دارند. علاقه مند ماندن به پیامی که منتقل می شود، عملی کنجکاوانه، روشن فکرانه، متفکرانه و فداکارانه است.

۲. از حواس پرتی ها دوری کنید

عوامل حواس پرتی مانند تلفن یا صداها یا خارجی را از خود دور کنید؛ به کسی که پشت سرتان صحبت می کند توجه نکنید.

۳. از زبان بدن مثبت استفاده کنید

یک شنونده خوب با تکیه دادن به جلو، سر تکان دادن و زمزمه های خوشایندی مانند «هممم» از زبان بدن برای نشان دادن علاقه استفاده می کند. با بیان این گونه احساسات، گوینده متوجه می شود که شما آرام و مشتاق هستید.

۴. به نشانه های ظریفی مانند آهنگ صدا و تنوع تن صدا توجه کنید

برای مثال، می توانید از روی لحن کسی بفهمید که آیا عصبانی، ناراحت یا دچار احساسات دیگری است. توجه کنید که آیا خیلی بلند صحبت می کند، سریع صحبت می کند، مکث های طولانی می کند یا روی کلمات خاصی تأکید می کند و غیره. این موارد به شما کمک می کند تا با گوینده ارتباط برقرار کنید.

۵. آینه باشید

لحن صدا و زبان بدن گوینده را بدون اینکه به نظر برسد از آنها تقلید می کنید، منعکس کنید. این عمل به شما امکان می دهد تا یک ارتباط دوستانه ایجاد کنید. برای مثال، «من دوست ندارم که یک روز را برای پاسخ دادن به ایمیل های شرکت اختصاص دهید.» می توانید اینگونه منعکس کنید: «آنچه من متوجه شده ام این است که وقتی یک روز را برای پاسخ دادن به ایمیل های شرکت اختصاص می دهم، شما را ناراحت می کند.»

۶. همدلی کنید

یک شنونده خوب، گوینده را تصدیق و با او همدلی می کند. به جای ارائه کلیشه ها به عنوان بازخورد، می توانید پیام گوینده را منعکس کنید. روی پاسخگو بودن تمرکز کنید، نه واکنش نشان دادن.

۷. به یاد داشته باشید

یک‌شنونده خوب مکالمات را نه تنها برای تکرار آنها برای گوینده، بلکه برای استفاده از آنها در گفتگوی مداوم به خاطر می‌سپارد.

۸. سوالات تکمیلی پیرسید

پرسیدن سوال به طرف مقابل نشان می‌دهد که به حرف‌های او علاقه مند هستید. هنگام انجام این کار، استفاده از یک رویکرد باز می‌تواند مفید باشد. به عنوان مثال، وقتی کسی به شما می‌گوید «من روز وحشتناکی در محل کار داشتم»، «بیشتر برایم بگو» پاسخ مناسبی است. پاسخ‌های خود را به «بله» یا «خیر» محدود نکنید. با این حال، به خاطر داشته باشید که سوالات شما به هیچ وجه نباید مزاحم باشند. این یک مکالمه دوستانه است، نه یک بازجویی. ایجاد مهارت‌های گوش دادن نیاز به صبر و تمرین دارد. یک شنونده خوب اعتماد بین خود و همراهانش را ایجاد می‌کند. یک سخنران خوب همیشه یک شنونده کامل نیست، اما یک سخنران عالی که مهارت‌های گوش دادن خود را افزایش می‌دهد، ممکن است در مکالمه مهارت پیدا کند.

چرا باید شنونده بهتری باشید

شنونده خوب بودن، رابطه‌ای معنادار با دیگران ایجاد می‌کند و می‌تواند رشد شخصی ما را تشویق کند. آن‌ها در حل مشکلات بهتر هستند؛ آن‌ها همکاران بهتری می‌شوند و روابط بین فردی سالم‌تری برقرار می‌کنند. این مهارت مستلزم آن است که فرد تمام حواس پرتی‌ها، نگرش‌های خودمحور و ذهنیت‌های همه چیزدان را محکوم کند. گوش دادن، مانند تمام توانایی‌ها، با تمرین بهتر می‌شود. حتی اگر فکر می‌کنید که از قبل شایسته هستید، همیشه می‌توانید عملکرد خود را بهبود بخشید.

مزایای گوش دادن فعال شامل موارد زیر است، اما محدود به آنها نیست:

- از سوء تفاهم‌ها جلوگیری کنید.

رایج‌ترین شکست ارتباطی، سوء تفاهم است. این اتفاق زمانی می‌افتد که در معنا اختلال ایجاد شود. برای جلوگیری از این اتفاق، مطمئن شوید که پیام همانطور که گوینده در نظر داشته دریافت می‌شود. سعی کنید از زبان آینه‌ای برای کمک به این کار استفاده کنید. اجتناب از این دام منجر به مکالمات کوتاه‌تر و دقیق‌تر می‌شود.

- اعتماد را تقویت کرده و روابط را بهبود بخشید.

وقتی با دقت به حرف‌های دیگران گوش می‌دهید، در موقعیت بهتری برای پاسخگویی به نیازهای آنها قرار خواهید گرفت. گوینده احتمالاً بیشتر به شما اعتماد می‌کند و در برابر شما آسیب‌پذیرتر خواهد بود.

- مهارت‌های تفکر انتقادی را افزایش دهید.

مشکلی که به اشتراک گذاشته می شود، نیمی از آن حل شده است. یک شنونده خوب، روحیه همکاری بیشتری دارد؛ بنابراین، هنگام یافتن راه حل ها، عنصری از مثبت اندیشی ایجاد می کند. با دریافت اطلاعات، درک ماهیت مشکل و پرسیدن سوال، ماهرتر و پربارتر خواهید بود.

● انسجام را ترویج دهید.

یک شنونده خوب سعی می کند با گوینده ارتباط برقرار کند تا پیام را به خوبی منتقل کند. وقتی احساسات در مورد موضوعات حساس برانگیخته می شود، شنونده باید از دانش خود برای اطمینان دادن به گوینده مبنی بر شنیده شدن حرف هایش استفاده کند. این کار می تواند هر دو طرف مکالمه را آرام نگه دارد و از «سیل عاطفی» جلوگیری کند.

همدلی: سنگ بنای تعامل اصیل انسانی

همدلی در ایجاد روابط اجتماعی موفق ارزشمند است. در تجارت، اولویت مالک باید درک و تأمین نیازهای مشتریان باشد. دلسوزی شامل قرار دادن خود به جای دیگران است. این به ما کمک می کند تا افکار خود را به گونه ای بیان کنیم که دیگران آن را درک کنند. برخی از افراد به طور طبیعی همدلی دارند، در حالی که برخی دیگر ممکن است نیاز به آموزش داشته باشند. در زیر انواع افرادی که باید با آنها آشنا شوید، آورده شده است:

همدلی شناختی: روانشناسان از آن به عنوان نظریه ذهن یاد می کنند. همدلی شناختی به شما کمک می کند تا توجه خود را به آنچه دیگران فکر می کنند و وضعیت ذهنی آنها افزایش دهید. این به ما کمک می کند تا شفاف ارتباط برقرار کنیم. هنگام ایجاد این سطح از درک، باید بر اساس آنچه در مورد فرد می دانید، حدس های آگاهانه بزنید. در فرضیات شتابزده عجله نکنید؛ در عوض، برای بررسی بازخوردی که از طریق حرکات خاص دریافت می کنید، وقت بگذارید و بی طرف بمانید.

همدلی عاطفی: این شامل توانایی به اشتراک گذاشتن احساسات دیگران است. این ممکن است باعث پریشانی شخصی یا نگرانی برای رفاه شخص دیگری شود. درک عاطفی به شما کمک می کند تا با دیگران ارتباط برقرار کنید.

از خودتان بپرسید: «آیا من هم احساسی مشابه آنها داشته ام؟» برای پاسخ به این سوال، باید تمایل داشته باشید که احساسات طرف مقابل را درک کنید و سپس در مورد آنها تأمل کنید. راهی برای ارتباط آن با خودتان پیدا کنید. سپس می توانید شجاعت اقدام را پیدا کنید.

همدلی جسمی: این نوع همدلی که با عنوان همدلی محبت آمیز یا دلسوزانه نیز شناخته می شود، شامل واکنش فیزیکی به احساسات فرد مقابل است. این نوع همدلی شامل انجام اقداماتی برای کاهش رنج فرد دیگر است. با پرسیدن اینکه چه کاری می توانید برای کمک به فرد مقابل انجام دهید، شروع کنید. گاهی اوقات، طرف مقابل قادر به پاسخگویی نیست و بنابراین، در این شرایط، می توانید کاری را پیشنهاد دهید که در گذشته برای شما مفید بوده است. اگر این کار کمکی نکرد، کار دیگری انجام دهید زیرا آنچه برای شما مفید بوده ممکن است لزوماً برای دیگران مفید نباشد. این می تواند برای دیگران مایه آرامش باشد که کسی را داشته باشند که مایل به گوش دادن و کمک کردن باشد.

انتخاب یک استراتژی ارتباطی موثر

اشکال مختلف ارتباطی برای پاسخگویی مؤثر به موقعیت های مختلف وجود دارد. هنگام انتخاب مؤثرترین روش ارتباطی، عوامل مختلفی در نظر گرفته می شود، مانند:

هدف پیام چیست؟

انگیزه های مختلف، پیام های متفاوتی را برای گروه های مختلف مردم ایجاد می کنند. انگیزه شما ممکن است اعلام یک خبر، ایجاد یک رابطه، آموزش و غیره باشد. یافتن هدف، شما را به سمت ایجاد یک بیانیه قانع کننده سوق می دهد. بیایید به عنوان مثال، هدف آموزش خطرات سوء مصرف مواد مخدر به نوجوانان و کودکان زیر سن قانونی را در نظر بگیریم.

پیام چیست؟

دانستن اینکه از چه پیامی استفاده کنید، به شما کمک می کند تا نحوه ی انجام آن و مخاطب هدف را نیز بیابید. هنگام تدوین بیانیه، حال و هوا، طراحی، محتوا و زبان را در نظر بگیرید. در مثال ما، اطلاعات ما بر پیامدهای سوء مصرف مواد مخدر متمرکز خواهد بود.

زبان مورد استفاده در پیام ساده و غیررسمی خواهد بود. کانال های مورد استفاده ممکن است شامل پلتفرم های رسانه های اجتماعی، کتاب های مصور، انیمیشن ها و برنامه های اطلاع رسانی اجتماعی و موارد دیگر باشد. سایر عناصری که باید در نظر گرفته شوند، فوریت و محرمانه بودن پیام هستند.

مخاطب کیست؟

تعیین مخاطب هدف برای یک بخش از اطلاعات، نقش مهمی در انتخاب مؤثرترین استراتژی ارتباطی دارد. شنوندگان شما ممکن است بر اساس ویژگی‌های جمعیت شناختی مانند سن، جنسیت و غیره، موقعیت جغرافیایی، سلامت و توانایی و غیره متفاوت باشند. مخاطبان ما نوجوانان و جوانان در سراسر کشور خواهند بود.

به چه منابعی نیاز خواهید داشت؟

دریابید که انتقال پیام شما از نظر پول، نیروی کار، تجهیزات و مواد و غیره چه هزینه‌ای برای شما خواهد داشت. اگر به دنبال جمع‌آوری بازخورد هستید، ابزارهایی برای جمع‌آوری این داده‌ها مورد نیاز است. سازمان‌هایی که دستور کار مشابهی دارند، به عنوان منابع مؤثر مفید هستند. هنگام تعیین این گزینه‌ها، باید برنامه‌های احتمالی را نیز در نظر بگیرید. در این فرآیند، برای مدیریت بحران آماده شوید.

سبک‌های ارتباطی

سه سبک اصلی ارتباطی وجود دارد که سبک‌های دیگر از دل آنها پدیدار می‌شوند. این سبک‌ها عبارتند از:

قاطع

ارتباط قاطعانه در مورد ابراز وجود خود در عین توجه به افکار و احساسات شخص دیگر است. این شامل جملاتی با ضمیر «من» مانند «احساس می‌کنم شنیده نمی‌شوم زیرا...» یا «فکر می‌کنم بهتر است که...» و غیره است. این جملات، مالکیت احساسات را بدون سرزنش شخص دیگر بیان می‌کنند. این مؤثرترین راه برای تعامل با دیگران است.

تهاجمی

ارتباط پرخاشگرانه بیانگر تسلط است و شامل غلبه بر شخص دیگر، به هر قیمتی می‌شود. برای مثال، «یا راه من است یا بزرگراه!» این افراد اغلب بلند و بی ادب صحبت می‌کنند. این سبک ارتباط عملی نیست زیرا شنوندگان یا حواسشان به نحوه بیان حرف هایشان پرت است یا آنقدر ترسیده‌اند، آسیب دیده‌اند یا حالت تدافعی گرفته‌اند که نمی‌توانند پیام را درک کنند.

منفعل-پرخاشگر

در این سبک ارتباطی، فرد در ظاهر آرام به نظر می‌رسد، در حالی که به طور غیرمستقیم خشم خود را بروز می‌دهد. آنها معمولاً پرخاشگری بی‌سروصدا و گاهی اوقات طعنه‌آمیز دارند. این نوع فرد فاقد مهارت‌های بین‌فردی مناسب است و ممکن است از زبان بدن برای انتقال احساسات واقعی خود استفاده کند. به عنوان مثال، "مطمئناً، انیشتین، بیا به روش تو عمل کنیم."

انواع دیگر ارتباطات عبارتند از:

منفعلی یا مطیع

افراد منفعل در برقراری ارتباط، احساسات خود را نادیده می‌گیرند، بی‌تفاوت عمل می‌کنند و اغلب تسلیم طرف مقابل می‌شوند. آن‌ها از رویارویی اجتناب می‌کنند و مطمئن نیستند که چگونه افکار خود را بیان کنند. وقتی نمی‌توانند افکار خود را به طور مؤثر بیان کنند، ممکن است نسبت به خود یا موقعیت احساس رنجش کنند. به عنوان مثال، می‌گویند: «من با هر چیزی خوب هستم». این افراد از صدای فروتنانه‌ای استفاده می‌کنند و خود را تا حد امکان کوچک‌نشان می‌دهند. حالت بدن و حرکات آن‌ها بیشتر صحبت‌ها را انجام می‌دهد.

دستکاری‌کننده

این افراد در هدایت مکالمات با دیگران به نفع خودشان استعداد دارند. آن‌ها از ترفندهای حيله‌گرانه و فریبنده‌ای استفاده می‌کنند که طرف مقابل از آن‌ها بی‌خبر است. آن‌ها ممکن است اخم کنند، اشک تماشای بریزند یا حتی دروغ بگویند تا طرف مقابل را مجبور به کمک کنند.

چگونه زبان بدن خود را بهبود بخشیم؟

علاوه بر این سبک‌های ارتباطی، زبان بدن در تضمین ارتباط مؤثر بین فردی نقش دارد. می‌توانید از حرکات به نفع خود استفاده کنید.

شروع با **ثبات قدرت**. این حالت که به آن سوپرمین نیز می‌گویند، با قرار دادن دست‌ها روی کمر، سر و شانه‌ها به صورت عمودی تمرین کنید. شما باید این حالت را قبل از یک موقعیت استرس‌زای احساسی پیش‌بینی شده مانند جلسه‌ای که قرار است در آن ارائه دهید، امتحان کنید.

افزایش دهید **سطح انرژی**. پرانرژی بودن، اشتیاق و علاقه به موضوع بحث را نشان می‌دهد. با این حال، این به معنای بی‌قراری نیست. ناامید به نظر نرسید، وگرنه دیگران را آزار می‌دهید. همه چیز در مورد حفظ نگرش خوب است. در نهایت، احساس شما توسط بدن شما منعکس می‌شود.

بیشتر لبخند بزنید. لبخند زدن باعث می شود در شرایط سخت آرامش خود را حفظ کنیم. همچنین به دیگران نشان می دهد که شما اعتماد به نفس و مثبت هستید. اگر دوستانه به نظر برسید، احتمال بیشتری وجود دارد که دیگران با شما تعامل داشته باشند. با این حال، لبخند تصنعی نزنید زیرا این نیز برای طرف مقابل قابل مشاهده است.

بیشتر با هم صحبت کنید **حرکات دست کنترل شده.** از کف دست هایتان برای تأکید بر آنچه می گوئید استفاده کنید. آنها را بی جهت تکان ندهید یا به پهلو دراز نکنید. هنگام آرائه، از اشاره کردن بالای شانه ها خودداری کنید؛ این کار شعاع حرکتی راحت و تأثیرگذاری را فراهم می کند.

وضعیت بدن خود را آرام کنید. صاف بنشینید و شانه هایتان را شل کنید، اما قوز نکنید. تنش نشان دهنده ناراحتی است، در حالی که قوز کردن نشان دهنده عدم علاقه است. هنگام نشستن، پاها یا دست هایتان را روی هم نیندازید. این حالت نشان می دهد که فرد حالت تدافعی دارد.

حفظ فضای شخصی. فاصله ی مناسبی بین خود و فرد مقابل حفظ کنید. انسان ها نیز مانند حیوانات رفتار می کنند، زمانی که احساس می کنند به قلمروشان تجاوز شده است. نزدیک شدن بیش از حد بدون اجازه ی نزدیک شدن ممکن است تهاجمی یا مزاحم تلقی شود. حیات وحش نیز این را به عنوان دعوتی برای جنگیدن تلقی می کند.

همانطور که قصد دارید زبان بدن خود را بهبود ببخشید، در ابتدا ممکن است به راحتی در حالت های جدید اغراق کنید، اما با تمرین، این رفتارها به عادت تبدیل می شوند.

فصل ۲۷

چگونه تأثیرگذار و رهبر باشیم؟



آیا شما مدیر هستید یا در محل کار خود جایگاه رهبری دارید؟ به عنوان یک شخصیت مقتدر، نقش اصلی شما باید تلاش برای بهترین ها برای زیردستان در حین انجام وظایف محوله باشد. برای اینکه اعتماد همکارانتان را جلب کنید، باید احترام و تحسین آنها را جلب کنید. چگونه مطمئن خواهید شد که همه چیز درست پیش می رود؟ چگونه می توانید همزمان افراد خود را رهبری و الهام ببخشید؟ چگونه می توانید کسی باشید که کارگران یا همکارانتان به او احترام می گذارند؟ برای اینکه به این سؤالات پاسخ دهید، باید یک مربی باشید و کارمندان خود را در مسیر درست راهنمایی کنید. دستورالعمل های مختلفی به شما کمک می کنند، همانطور که در زیر نشان داده شده است. [76].

۱. همیشه از مردم بهترین انتظار را داشته باشید

وقتی رهبر خوبی باشید، متوجه خواهید شد که افراد همیشه سعی می کنند انتظاراتی را که برایشان تعیین شده است، برآورده کنند. وقتی انتظارات پایینی تعیین می کنید، زیردستان را تنبل می کنید و نتیجه آن عملکرد ضعیف خواهد بود. به عنوان یک رهبر بزرگ، باید انتظارات بالا و واقع بینانه ای تعیین کنید؛ بنابراین، تیم شما می تواند برای دستیابی به آنها تلاش کند.

این به شما امکان می دهد از افرادی که مدیریت می کنید، بهترین انتظار را داشته باشید. شما باید بتوانید به همکاران خود چالش هایی بدهید که بتوانند از پس آنها برآیند. همچنین باید کلمات تشویق آمیزی داشته باشید که تأثیر مثبتی بر مخاطبان شما داشته باشد. این به آنها انگیزه می دهد تا از پس هر کاری برآیند.

۲. همیشه آنها را تشویق کنید

به عنوان یک رهبر بزرگ، شما باید در هر زمانی به تیم خود قدرت بدهید. شما باید بتوانید حتی برای کوچکترین دستاورد یا پیشرفت آنها را تحسین کنید. شما باید این کار را به این دلیل انجام دهید که درک می کنید اهداف در یک روز محقق نمی شوند. پروژه ها زمان زیادی می برند. با تشویق پیشرفت های کوچک، به آنها در هدایت در مسیر درست و اهداف و چشم اندازهای بالاتر کمک خواهید کرد. این می تواند همکاران شما را با انگیزه بیشتر و تمرکز بیشتر به جلو سوق دهد. این یک حرکت خوب ایجاد می کند و تغییر مثبت را تشویق می کند.

۳. تغییرات مثبت را تشویق کنید

به عنوان یک رهبر بزرگ، شما قادر خواهید بود درک کنید که هیچ کس کامل نیست. هرکسی یک نقص شخصی دارد که می تواند بر کار او تأثیر بگذارد. محدودیت های افراد را دست بالا نگیرید، بلکه در جهت مخالف حرکت کنید و استانداردهای روشنی وضع کنید که روحیه خوب را تقویت کند. شما نگران این نخواهید بود که یک فرد خاص در آن لحظه چه حالی دارد. دستور کار اصلی شما این خواهد بود که آنها را به مسیری هدایت کنید که در آن ناامنی ها نتوانند مانع از بهترین عملکردشان شوند. وقتی زیردستان خود را اصلاح می کنید، این کار را با مهربانی و ملایمت انجام دهید.

چگونه یک رهبر بزرگ باشیم؟

یک رهبر قوی باید ویژگی های خاصی مانند هوش، سازگاری و همدلی داشته باشد. ارزش های خاصی وجود دارد که یک شخصیت قدرتمند باید برای سالم و توانمند بودن بپذیرد. نکات زیر می تواند به شما کمک کند تا عالی شوید:

۱. یاد بگیرید که سبک رهبری خود را درک کنید

شما باید بتوانید سبک رهبری خود را درک کنید زیرا این بسیار حیاتی است. شما باید نقاط قوت و زمینه هایی را که می توانید در آنها بهبود ببخشید، بشناسید. مهارت های ارتباطی خود را ارزیابی کنید. باید بتوانید تشخیص دهید که آیا این ویژگی ها به تیم شما کمک می کنند یا مانع آن می شوند.

۲. برای خلاقیت ارزش قائل شوید

انگیزه فکری به عنوان یک ویژگی در نظر گرفته می شود که رهبری تحول آفرین را تعریف می کند. تیم شما باید تشویق شود تا خلاقیت خود را ابراز و بر اساس آن عمل کند. شما باید بتوانید چالش های جدیدی را ارائه دهید و از آنها برای دستیابی به اهدافتان حمایت کنید.

۳. پاداش بدهید و از آنها قدردانی کنید

این یک توانایی مهم است که شما، به عنوان یک رهبر خوب، باید داشته باشید. بتوانید افراد خود را بشناسید و به آنها پاداش دهید، این تضمین می کند که آنها احساس قدردانی کنند. کارمندان شاد همیشه بهترین عملکرد خود را ارائه می دهند. به عنوان یک شخصیت مقتدر، می توانید اطمینان حاصل کنید که تیم شما از مسیر شما راضی است.

زبان بدن یک رهبر / زبان بدن با اعتماد به نفس

زبان بدن یک مهارت اساسی در برقراری ارتباط با دیگران است. این استعدادی است که توجه بسیار کمی به آن می شود. به عنوان یک رهبر، شما انگیزه بیشتری برای کار بر روی این توانایی دارید. در ادامه مفاهیمی ارائه شده است که به درک مطلب کمک می کند.

۱. به ما بگویید که توجه دارید یا گوش می دهید

به عنوان یک رهبر، باید بتوانید از زبان بدن خود به کارکنانتان بگویید که هوشیار هستید. چیزهای ساده ای وجود دارد که می تواند نیت شما را نشان دهد؛ صاف نشستن، حفظ تماس چشمی، استفاده از حرکات باز هنگام ژست گرفتن و قرار دادن نوک انگشتان روی هم هنگام استراحت دادن دست ها.

۲. برای ایجاد اعتماد، تماس چشمی را حفظ کنید

حفظ تماس چشمی بسیار مهم است. همیشه مستقیماً به چشمان همکارانتان نگاه کنید و به آنها گوش دهید. این کار باعث ایجاد اعتماد بین شما و تیمتان می شود. وقتی به آنها نگاه نمی کنید یا مشغول خیره شدن به اطراف هستید، این می تواند حواس آنها را پرت کند. این می تواند اعتمادی را که به دست آورده اید از بین ببرد و آنچه می گوئید دیگر اهمیت چندانی نداشته باشد.

۳. تعادل بین زبان بدن باز و بسته

شما نمی توانید بیش از حد به هر دو طرف طیف نزدیک شوید. آزاد بودن در زبان بدن می تواند باعث ناراحتی تیم شما شود. به عنوان مثال، ژست های قدرتمند می توانند باعث شوند که شما احساس یک ارائه دهنده با اعتماد به نفس داشته باشید، اما ممکن است به عنوان تکبر تلقی شوند. در عین حال، می توانید بیش از حد بسته باشید، در نتیجه باعث می شود اعضایتان فکر کنند که اهمیتی نمی دهید. وقتی سرتان را پایین نگه می دارید، فرض می شود که شک دارید. تصمیمات یا رهبری شما ممکن است زیر سوال برود. بهترین کاری که می توانید انجام دهید این است که آرام باشید و پیامی را که با زبان بدن خود به تصویر می کشید، کنترل کنید.

چگونه نفوذ کنیم و متقاعد کنیم؟

راه های زیادی وجود دارد که می توانید قدرت ترغیب خود را بهبود بخشید. ضروری است که تیم شما به راهنمایی های شما اعتماد کند و به توصیه های شما گوش دهد. با اجازه دادن به خودتان برای یادگیری بیشتر در مورد تأثیرگذاری بر اطرافیانتان، می توانید مهارت های رهبری خود را نیز بهبود بخشید. [77]. -

۱. استدلال

این یک تاکتیک حیاتی است که می تواند به متقاعد کردن دیگران کمک کند. اکثر شما به جای اینکه آن را به عنوان بخشی از استراتژی تأثیرگذاری در نظر بگیرید، آن را جداگانه بررسی خواهید کرد. از شما خواسته می شود که حقایق را توضیح دهید و آنها را با اعتماد به نفس نشان دهید. این روشی است که افراد در هر حرفه ای می توانند از آن استفاده کنند. این را می توان با کلمه "زیرا" مشخص کرد. هر زمان که از "دلیل" استفاده می کنید، به دنبال کیفیت باشید و نه کمیت، در غیر این صورت ممکن است رقباي شما نقاط ضعف شما را تحقیر کنند. از منطق برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و تصمیمات استفاده کنید. حتی جزئی ترین جزئیات را نیز در نظر بگیرید و خط فکری خود را برای تیم خود توضیح دهید.

این تاکتیکی است که مطابق با احساسات شما عمل خواهد کرد. مشتاق باشید و سعی کنید آینده ای را تصور کنید که در آن به اهدافتان رسیده اید. از زبانی فعال استفاده کنید که شنونده را درگیر کند. همچنین باید در مورد آرمان های خود با اعتماد به نفس صحبت کنید. به تک تک افراد نشان دهید که چگونه می توانند مشارکت کنند.

هر زمان که از کلمه «الهام بخش» استفاده می کنید، مطمئن شوید که هر چه می گوئید، مخاطبانتان را جذب و ترغیب می کند. لازم نیست برای تشویق دیگران، فرد مشهوری باشید. می توانید از تصاویر و کلمات قدرتمندی استفاده کنید که می توانند رئیس، همکاران و تیم شما را تشویق کنند.

۳. پیرسید

این می تواند برای افراد با قدرت بالا مؤثر باشد. از آرائه راه حل خودداری کنید و از طرف مقابل پیرسید که چگونه مشکل را حل کند. روزنامه نگاران یا وکلا از این تکنیک استفاده می کنند. سوالاتی را در نظر بگیرید که پاسخ رضایت بخشی داشته باشند.

کسانی که وسایل نقلیه می فروشند نیز از این تکنیک استفاده می کنند. استفاده از «سوالات جهت دار» در بیشتر مواقع می تواند نتیجه ی معکوس داشته باشد. شما همیشه باید سعی کنید صداقت سوالات را ارزیابی کنید. در چنین حالتی، اگر شما به همکاری با دیگران علاقه مند باشید، آنها می توانند خود را برای همکاری با شما متقاعد کنند.

چگونه تیپ های شخصیتی مختلف را رهبری کنیم؟

به عنوان یک رهبر، درک افرادی که با آنها کار می کنید فوق العاده حیاتی است. یک رابطه قوی با تیم شما، سازمان را بهبود می بخشد. این می تواند بهره وری را تشویق و موفقیت را در شرکت شما تضمین کند. روش های مختلفی برای کمک به شما در تقویت تیم های عالی وجود دارد.

۱. خودتان را بشناسید

برخی از صنایع از شما می خواهند که یک آزمون شخصیت مایرز-بریگز انجام دهید. این به شما امکان می دهد تا با انواع مختلف شخصیت آشنا شوید و همچنین می تواند شروع کننده یک گفتگوی دوستانه باشد. شما قادر خواهید بود نتایج خود را بخوانید و در مورد اینکه تصویر آنها چقدر دقیق و نگران کننده بوده است صحبت کنید. این توضیحات

به شما اجازه می دهد خودتان را خیلی بهتر بشناسید. صادقانه بگویم، این اولین قدم برای توانایی کار با دیگران و رهبری تیم ها است.

۲. تیم خود را بشناسید

ممکن است گاهی اوقات شخصیت ها با هم تضاد داشته باشند. ایجاد تیمی که فقط یک تیپ شخصیتی داشته باشد، امکان پذیر نیست و در این صورت، به شما توصیه می شود که این کار را انجام ندهید. برای داشتن یک تیم پرانرژی، باید توجه داشته باشید که کلید موفقیت شما، آگاهی از ویژگی های هر یک از اعضای تیم است. باید توجه داشته باشید که بسیاری از اعضای تیم شما مانند یک پازل هستند و وقتی قطعات را در جای مناسب خود قرار دهید، نتایج می توانند فوق العاده باشند.

۳. بازخورد را بپذیرید

همه اشتباه می کنند و متأسفانه شما معصوم نیستید. وقتی اشتباه می کنید، نباید از دریافت بازخورد بترسید. به عنوان یک رهبر، روزانه پیشنهادهایی ارائه خواهید داد. وقتی تیمتان به شما یادداشت می دهد، پذیرا و پذیرا باشید. ممکن است پذیرش آن برایتان دشوار باشد، اما سخنان آنها به شما امکان پیشرفت می دهد.

اداره کردن یک تیم کار ساده ای نیست. هر عضو سازمان شما شخصیت ها، خواسته ها و انگیزه های متفاوتی دارد. دیدن اینکه افراد مختلف برای غلبه بر یک چالش مشترک گرد هم می آیند، می تواند بسیار ارزشمند باشد. شما باید به آنها اعتماد کنید، همانطور که آنها به شما اعتماد دارند.

مطالعه موردی: معلم

یادگیری مطالعه موردی می تواند به رهبران در کلاس درس کمک کند. به عنوان یک معلم، شما به دانش آموزان خود ویدیویی در مورد یک مورد خاص برای تماشا می دهید. سپس آنها را به صورت گروهی یا به صورت انفرادی برای ارائه راه حل کار می کنید. شما راهنمایی ارائه می دهید تا به دانش آموزان در کاری که از آنها انتظار می رود انجام دهند، کمک کنید. یادگیری مطالعه موردی باید توانایی یادگیری هر دانش آموز را ارزیابی کند. نمونه هایی از پروژه هایی وجود دارد که می توان در کلاس درس ارائه داد، مانند نوشتن خاطرات، مصاحبه ها و بحث های دانشجویی. برخی از این نکات در تنظیم یک مطالعه موردی کمک می کنند.

۱. طرح کلی برای کمک به ارائه راه حل ها ارائه دهید

میزان حمایتی که به دانش آموزان خود می دهید، به سطح مهارت ها و پیشرفت آنها بستگی دارد. پاسخ به مطالعه موردی می تواند از اطلاعات مختلفی که به دانش آموزان خود داده اید، باشد. این می تواند از سرفصل های خاصی که ارائه می دهید و سپس از بخش هایی از یک مقاله باشد.

۲. مقدمه ای واضح داشته باشید

به دانش آموزان خود دستورالعمل هایی برای پیروی بدهید. به آنها اجازه دهید سبک های یادگیری مختلف خود را در بدنه پروژه بیان کنند. با ارائه دستورالعمل های واضح به آنها، می توانید اطمینان حاصل کنید که آنها قادر به ایجاد نتیجه ای با کیفیت هستند.

۳. زمینه سازی کنید

این مرحله را باید مانند پیش نمایش یک فیلم یا خلاصه کتاب در نظر گرفت. سعی کنید به دانش آموزان بفهمانید که این مسئله مستلزم آن است که آنها بیشتر یاد بگیرند و خودشان را به چالش بکشند.

۴. یک چالش برای بررسی ایجاد کنید

این باید موضوعی باشد که دانش آموزان بتوانند با آن ارتباط برقرار کنند و به زندگی آنها مرتبط باشد. مسئله باید پیچیده باشد تا راه حل های مختلفی با لایه های متنوع ارائه دهد.

مطالعه موردی: مربی

۱. شخصیت های خیره کننده

بسیاری از جلسات کوچینگ بر تقویت مهارت های رهبری ضعیف تر یک مدیر تمرکز می کنند، که می تواند نقص های شخصیتی یا نقاط کور را آشکار کند. دیگران باید پذیرای یادگیری در مورد تغییر سبک خود باشند و کوچینگ می تواند بستری مثبت برای ارتقای این تکامل باشد.

۲. رشد کسب و کار

کوچینگ می تواند برای مدیران عامل و کارآفرینانی که می خواهند شرکت های خود را علیرغم چالش هایی که ممکن است با آن مواجه شوند، رشد دهند، بسیار حیاتی باشد. شما با صاحبان مشاغل کوچک که مایل به گسترش تجارت خود هستند، ملاقات خواهید کرد.

مطالعه موردی: تبلیغات

۱. یک صفحه اختصاصی برای مطالعات موردی داشته باشید

شما باید بتوانید یک صفحه وب داشته باشید که مطالعات موردی شما را در خود جای دهد. این صفحه باید برای بازدیدکنندگان آسان باشد. این صفحه را می توان «مطالعات موردی» یا «مطالعات موفقیت» نامید. ساختار سایت مهم خواهد بود و چالش های قبلی باید در مورد اهداف، فرآیندها و نتایج شما واضح باشند.

۲. مطالعات موردی را در صفحه اصلی خود قرار دهید

به بازدیدکنندگان وب سایت خود فرصتی برای دیدن شواهدی از مشتریان راضی بدهید. صفحه اصلی شما بهترین مکان برای انجام این کار است. می توانید مطالعات موردی را به روش های زیر در وب سایت خود قرار دهید: نظرات مشتریان، دعوت به اقدام برای دیدن مطالعات موردی خاص و موارد دیگر.

چه چیزی یک رهبر بد را می سازد؟

۱. صداقت ضعیف

صداقت یک ویژگی اساسی رهبری است. یاد بگیرید که به قول خود عمل کنید. تا زمانی که فاقد صداقت اخلاقی باشید، موفق نخواهید شد. کارمندان به شخصیت غیرقابل قبول شما نگاه می کنند و این باعث می شود که آنها نیز ضعیف عمل کنند.

۲. عدم انعطاف پذیری

شما باید بتوانید سبک های رهبری متنوعی را بسته به موقعیتی که در اختیار دارید، به کار بگیرید. باید توجه داشته باشید که همه کارمندان با عوامل یکسانی انگیزه نمی گیرند. به عنوان یک رهبر خوب، باید این را تشخیص دهید، اما یک رهبر ضعیف قادر به دیدن این موضوع نیست و به روش های خود پایبند خواهد ماند.

شما باید بتوانید متناسب با نیازهای مشتریان و تیم خود تغییر کنید و سازگار شوید. یادگیری مهارت های جدید راهی ارزشمند برای تقویت سازمان شماست. همچنین باید در کنار تیم خود کار کنید تا اعتماد آنها را جلب کنید.

رهبران فرقه

ویژگی های باورهای حاشیه ای، تمایل به خشونت و شخصیت کاریزماتیک را با هم ترکیب کنید تا بتوانید شخصیت یک رهبر فرقه را درک کنید. **دو ویژگی مشترک در رهبران فرقه ها وجود دارد: خودشیفتگی**

این موضوع در مورد افرادی که با ویژگی های آزاردهنده در اطرافیان خود مواجه هستند، کاملاً مشهود است. این افراد با این تفکر بزرگ می شوند که از دیگران برترند. آنها به دلیل نفس خود، خواسته های زیادی دارند. آنها قهرمان داستان خود هستند و هیچ کس دیگری اهمیت ندارد. آنها از افراد دیگر مانند مهره های یک بازی شطرنج مشکوک استفاده می کنند.

کاریزماتیک

فرهنگ عامه این را در مورد رهبران فرقه ها به ما آموخته است. این اصطلاح بسیار پیچیده ای است زیرا می تواند سبک صحبت کردن، لباس پوشیدن یا نحوه برخورد رهبر با پیروانش را توصیف کند. این افراد جذاب هستند. آنها قادرند هر کسی را به هر چیزی متقاعد کنند. افرادی که این ویژگی را دارند می توانند توجه را به خود جلب کنند.

فصل ۲۸

تسلط بر متقاعدسازی



متقاعدسازی چیست؟

ترغیب به عمل متقاعد کردن کسی برای انجام کاری یا عمل به شیوه ای خاص اشاره دارد. هنگام فکر کردن به ترغیب، باید توجه داشت که ما در مورد اقدام داوطلبانه صحبت می کنیم. این بدان معناست که شما آشکارا فردی را مجبور به همراهی با ایده های خود نمی کنید. در واقع، توانایی شما در متقاعد کردن کسی تا حد زیادی به عوامل مختلفی بستگی دارد که ترغیب مؤثر را تشکیل می دهند.

در کل، متقاعدسازی به معنای ارائه یک استدلال قانع کننده است که بتواند دیگران را تحت تأثیر قرار دهد. اگر استدلال ضعیفی داشته باشید، ممکن است تقریباً غیرممکن باشد که دیگران را با ایده های خود همراه کنید. به همین ترتیب، افراد فریبکار ممکن است برای متقاعد کردن دیگران به چیزهایی مانند جذابیت و جذابیت فیزیکی تکیه کنند.

متخصصان روانشناسی تاریک با بازی کردن روی احساسات افراد، از ترغیب به طور مؤثر استفاده می کنند. در برخی موارد، آنها از ترس افراد استفاده می کنند. در موارد دیگر، از طمع آنها استفاده می کنند. به طور کلی، ترغیب می تواند زمانی که به جای احساسات مثبت، روی احساسات منفی آنها بازی می کنید، بسیار مؤثر باشد. اگر به دنبال ایجاد انگیزه در کسی با گفتن مزایایی هستید که به دست می آورند، ممکن است موفق شوید. با این حال، اگر آنچه را که در صورت عدم همراهی با شما از دست می دهند، برجسته کنید، ممکن است حتی موفق تر باشید. به همین دلیل است که مجازات معمولاً مؤثرتر از پاداش است.

عناصر متقاعدسازی

تعدادی عنصر وجود دارد که در متقاعدسازی نقش دارند. دستیابی به متقاعدسازی می تواند بسیار دشوار باشد، به خصوص هنگامی که با افرادی با حالت تدافعی بالا روبرو هستید. همچنین، هر زمان که به دنبال تغییر رفتارهایی هستید که عمیقاً در روان افراد ریشه دوانده است، مقاومت زیادی وجود دارد. علاوه بر این، جلب توجه افراد سخت تر از جلب توجه یک گروه جمعی است. با این حال، توانایی شما در متقاعدسازی می تواند با دسترسی به مخاطبان گسترده به جای جلب توجه افراد، افزایش یابد. [78].

در اینجا پنج عنصر حیاتی برای متقاعدسازی مؤثر آورده شده است:

پیام

وقتی به دنبال متقاعد کردن دیگران هستید، پیام همیشه مهمترین چیز نیست. حتی وقتی استدلال قانع کننده ای دارید، ممکن است مؤثر نباشید، به خصوص اگر شخص دیگری مجری بهتری باشد. مواقعی وجود دارد که یک آهنگ و رقص خوب بهتر از داشتن یک استدلال منطقی است. با این حال، پیام شما باید با اهدافتان هماهنگ باشد. در غیر این صورت، خود را در معرض حملات قرار می دهید. اگر برای ادامه زندگی به ظاهر و جذابیت تکیه می کنید، اگر کسی که از شما خوشش نمی آید، به نظر می رسد استدلال های شما را مانند پنیر سوئیسی جلوه می دهد، تعجب نکنید. همیشه اصل مطلب بهترین است.

تحویل

نحوه ی بیان شما به اندازه ی خود حرفتان مهم است. بیان و اعتماد به نفس شما به مردم نشان می دهد که منظورشان همان چیزی است که می گوئید. اگر از خود ناامنی نشان دهید، در را برای انتقاد باز می کنید. علاوه بر این، بهترین افراد فریبکار می توانند با اعتماد به نفسی که نشان می دهند، دروغ های آشکار را واقعی جلوه دهند.

اگرچه ممکن است لزوماً دروغ نگوئید، اما همیشه مفید است که به نظر برسد از آنچه می گوئید متقاعد شده اید، حتی اگر فقط یک مشت چرت و پرت باشد.

پلتفرم

دردنیای مدرن امروز، پلتفرمی که برای برقراری ارتباط استفاده می کنید بسیار حیاتی است. این امر تا حد زیادی به مخاطبان شما بستگی دارد. به عنوان مثال، رسانه های اجتماعی مکان موردعلاقه هر کسی است که به دنبال پیشرفت جدی است. به همین ترتیب، اگر به دنبال دسترسی به جمعیت مسن تر و سنتی تر هستید، رسانه های چاپی ممکن است بهترین گزینه شما باشند. شاید تلویزیون و رادیو بسته به نوع بخشی که می خواهید به آن دسترسی پیدا کنید، برای شما مناسب باشند. سپس، همیشه آن عامل ارتباط رو در رو وجود دارد که ممکن است مورد نیاز باشد. در حالی که ممکن است بخواهید روی یک پلتفرم خاص تمرکز کنید، همیشه بهتر است روی انواع مختلف آن تمرکز کنید. به این ترتیب، می توانید پوشش بیشتری را تضمین کنید.

رسول

پیام رسان بسیار مهم است. این می تواند فردی باشد که صحبت می کند، یک پروفایل در رسانه های اجتماعی یا یک سازمان. پیام رسان باید در عین حال که معتبر است، خوش برخورد نیز باشد. اگر پیام رسان انتظارات مخاطب را برآورده نکند، بهتر است پیام را به زبان اسپرانتو نیز ارائه دهد. به همین دلیل است که افراد جذاب و خوش پوش توجه بیشتری را به خود جلب می کنند. علاوه بر این، سازمان های بزرگی که شهرت زیادی دارند، در مقایسه با سازمان هایی که شهرت کمتری دارند، معمولاً مؤثرتر هستند.

اعتبار

اعتبار، ارزشمندترین سرمایه در کسب و کار متقاعدسازی است. اگر معتبر نباشید، وقت خود را تلف می کنید. ایجاد اعتبار می تواند زمان زیادی برای دستیابی و چند ثانیه برای از بین بردن آن طول بکشد. این یکی از دلایل خاصی است که چرا رسانه های اجتماعی مانند شمشیری دولبه هستند. ایجاد جذابیت در یک سایت رسانه اجتماعی می تواند تلاش زیادی ببرد، اما یک پست بد می تواند آن اعتبار را از بین ببرد.

اگر خودتان را به صورت انفرادی بازاریابی می کنید، همیشه مراقب حرف ها و کارهایتان باشید. حتی ممکن است اتفاقات گذشته در مقطعی شما را آزار دهند. بنابراین، همیشه بهتر است مطمئن شوید که پیام شما در حبابی از اعتبار قرار گرفته است.

روش های متقاعدسازی

به طور سنتی، سه روش اصلی برای ترغیب وجود دارد. این روش ها برای وادار کردن افراد به همراهی با خواسته ها و آرزوهای فرد فریبکار استفاده می شوند. حال، باید توجه داشت که این روش ها لزوماً برای فریب دادن دیگران در نظر گرفته نشده اند. با این حال، می توانند ابزارهای قدرتمندی باشند که برای متقاعد کردن دیگران به همراهی باشما استفاده می شوند. در نتیجه، کاربرد مؤثر این روش ها می تواند تقریباً در هر زمانی شما را به پیروزی برساند. همچنین، می توان هر زمان که نیاز به شرکت در موقعیتی دارید که در آن با دیگران ارتباط برقرار می کنید، به این روش ها تکیه کرد.

روش ایتوس

منظور ما از «اخلاق» «ethic» است. به طور خلاصه، این روش به اخلاقیاتی اشاره دارد که باترغیب دیگران از طریق شخصیت شما حاصل می شود. به عبارت دیگر، شما با الگو قرار دادن دیگران، رهبری می کنید. مؤثرترین رهبران کسانی هستند که می توانند سابقه ای برای خود بسازند و سپس به آن پایبند باشند. در مورد این افراد، به نقطه ای می رسد که دیگر نیازی به گفتن زیاد ندارند. حضور صرف آنها باعث می شود که به منابعی بی چون و چرا در زمینه های مربوطه خود تبدیل شوند.

وقتی این مفهوم در یک زمینه تاریک تر به کار گرفته شود، ممکن است متوجه شوید که این رهبران به اصطلاح «گورو»، «متخصص» یا «نجواکننده» هستند. مواقعی وجود دارد که آنها نتیجه هیاهوی رسانه ای هستند. مواقع دیگر، آنها کاملاً شخصیت خود را جعل می کنند. در برخی از شدیدترین موارد، این گوروها اعتبارنامه ها را جعل می کنند، تجربیات و توصیفات را جعل می کنند و حتی تکنیک هایی را که ظاهراً مؤثر هستند، شبیه سازی می کنند.

نمونه هایی از این افراد فریبکار را می توان همه جا دید: متخصصان تغذیه، رهبران فرقه های مذهبی، نامزدهای سیاسی و مرشدان خودیاری، تنها چند نمونه از این افراد هستند. وقتی کمی عمیق تر در زندگی این افراد کاوش کنید، ممکن است بتوانید تشخیص دهید که آنها واقعاً چقدر رک و صریح هستند.

روش پاتوس

در این مورد، «حساسیت» به احساس اشاره دارد. به این ترتیب، فرد ماهر می تواند شورو هیجان را برانگیزد تا افراد را به رعایت خواسته ها و آرزوهایشان وادار کند. پیش از این، به استفاده از ترس اشاره کردیم. و در حالی که ترس بسیار مؤثر است، احساسات فراوان دیگری نیز وجود دارند که می توان از آنها استفاده کرد. به طور کلی، به نظر می رسد تحریک احساسات منفی بسیار مؤثرتر است

به جای برانگیختن احساسات مثبت، برای مثال، به نظر می رسد که توسل به حرص و طمع، شهوت و شکم پرستی (اساساً هفت گناه کبیره) در سطح اولیه افراد، بسیار بیشتر از احساسات والا مانند عشق، مهربانی و شفقت، طنین انداز می شود.

افراد دغل کار که می دانند طمع از دلسوزی قدرتمندتر است، ممکن است از این غرایز اولیه برای اجرای دستور کار خود با ارائه ثروت به مردم در ازای حمایت آنها استفاده کنند. به همین ترتیب، به نظر می رسد بازاریابی اکثر محصولات برای این جنبه از شخصیت افراد جذاب است.

با این وجود، ترس موثرترین ابزار است. ترغیب مبتنی بر ترس عموماً شامل توصیف یک مشکل، بیان مقصر، تشریح عواقب آن و سپس ارائه راه حل است. این اتفاق در تمام جنبه های مختلف زندگی رخ می دهد. به ندرت می شنوید که بگویید: «زندگی خود را بهبود بخشید و عشق زندگی خود را به دست آورید.» در عوض، شنیدن این جمله که «دیگر توسط عشق زندگی خود طرد نشوید» رایج است. در جمله دوم، می توانید شاهد برانگیخته شدن یک احساس منفی باشید. سپس فرد فریکار طرح خود را برای غلبه بر مشکل ارائه می دهد.

در کل، روش پاتوس بسیار مؤثر است اگر فرد به طور کلی (نه فقط یک فرد فریکار) بتواند شور و اشتیاق ظاهراً واقعی را منتقل کند. اگر این مورد باشد، احتمال موفقیت بسیار بیشتر از آن است که صرفاً یک طرح یا راه حل برای یک موقعیت ارائه دهید.

[79]

روش لوگوس

در این راستا، «لوگوس» به استفاده از منطق برای دستیابی به اقناع اشاره دارد. این باید موثرترین روش باشد، اما اغلب در درجه دوم اهمیت نسبت به حس همدردی، یعنی احساسات، قرار می گیرد. وقتی روش لوگوس به طور مؤثر استفاده شود، شما موقعیتی را ارائه می دهید که برای مردم قابل درک است. ماهرترین کاربران این روش می توانند مفاهیم بسیار پیچیده و انتزاعی را درک کرده و آنها را به سطح قابل مدیریت تری برسانند. وقتی این اتفاق می افتد، شما می توانید به گونه ای با مردم ارتباط برقرار کنید که حتی وقتی مطالب را برایشان ساده می کنید، احساس هوشمندی کنند.

همچنین، روش لوگوس به سمت منطقی مغز متوسل می شود. این مهم است، به خصوص زمانی که ترس و وحشت ایجاد می شود. وقتی یک راه حل منطقی ارائه می دهید، مردم آن را به عنوان منطقی می پذیرند. وقتی ترس را تحریک می کنید، ارائه یک راه حل منطقی به مردم چیزی می دهد که به آن بچسبند.

بااین حال، اگر به منطق به عنوان وسیله ای برای کنترل احساسات متوسل شوید، ممکن است با نبردی دشوار روبرو شوید.

درموردش فکر کنید.

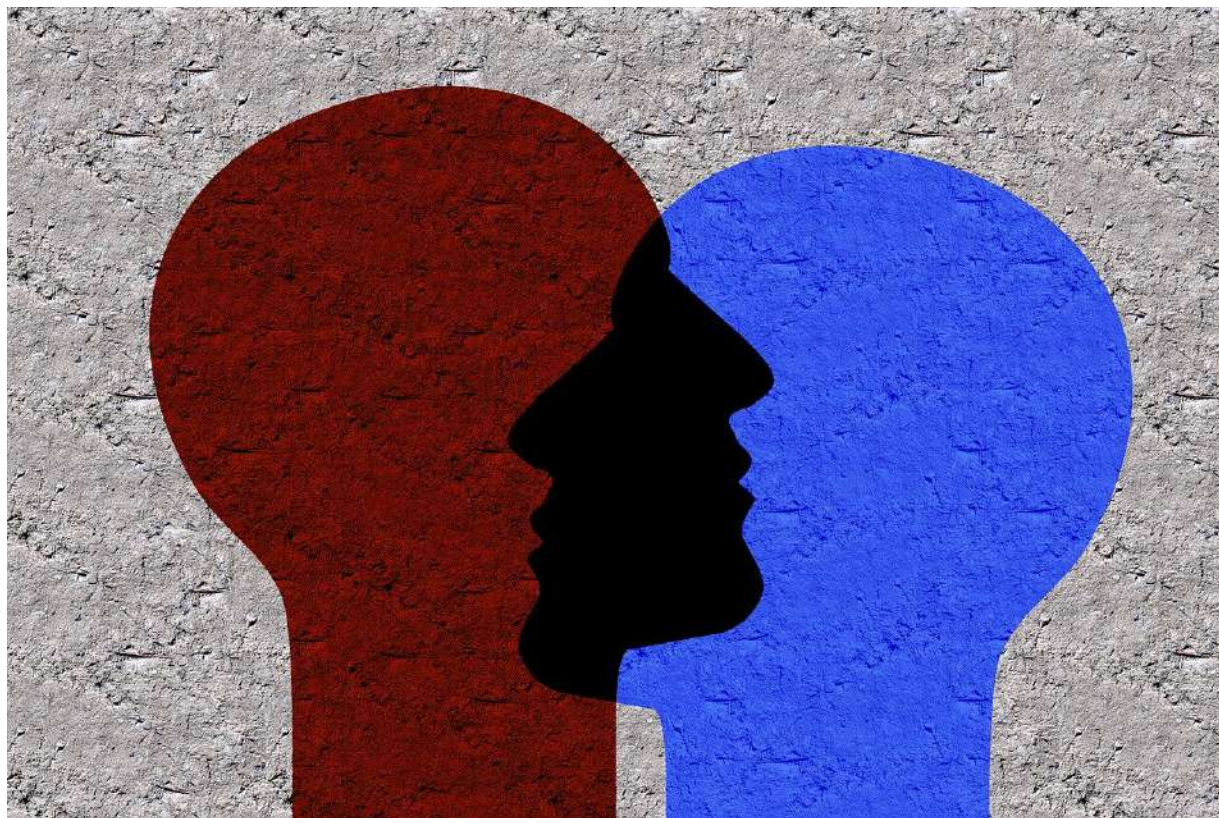
افرادی که معتقدند عاشق هستند، چقدر به حرف دیگران گوش می دهند؟

حتی اگر استدلال قانع کننده ای ارائه دهید که چرا فرد مورد علاقه شان برای آنها مناسب نیست، احساساتشان مانع می شود. به همین دلیل، این افراد به حرف شما گوش نمی دهند و از احساسات خود پیروی می کنند. با این حال، وقتی فرد دلشکسته شد، می توانید با ارائه توضیحی منطقی برای اتفاقاتی که افتاده، به جنبه منطقی او متوسل شوید.

بااین سه روش، تلاش های شما برای متقاعدسازی بسیار مؤثر خواهد بود. در نهایت، شما قادر خواهید بود از تلاش های خود نهایت استفاده را ببرید و تأثیراتی را که از طریق هنر متقاعدسازی به دست می آورید، چند برابر کنید.

فصل ۲۹

همدلی و متقاعدسازی



همدلی چیست؟

توانایی شناسایی و درک احساسات و موقعیت های دیگران، یعنی برقراری ارتباط با دیگران در سطحی معنادار، همدلی است. گاهی اوقات خودجوش است و می تواند بیشتر اوقات غیر عمدی باشد، به خصوص برای فردی که به طور طبیعی همدلی دارد. همدلی، فردی حساس است که بسیار دلسوز، مراقب و درک کننده دیگران است. دلسوزی عمیق، عملکردی را ایجاد می کند که در آن به نظر می رسد فرد همدل، احساسات افراد اطراف خود را "می بیند".

بیشتر مردم نمی دانند که این چگونه کار می کند. با این حال، برخی مدت ها است که پذیرفته اند که پذیرای دیگران هستند. اکثر مردم از ترس دیگران یاد می گیرند که چگونه احساسات واقعی خود را پنهان کنند و دنیای بیرون را آشکار سازند.

به نوعی آسیب دیده یا تحت تأثیر قرار گرفته است. همدلی اغلب می تواند با احساسات واقعی یک فرد و نحوه استفاده از این احساسات برای ارتباط در سطح شخصی با دیگران مرتبط باشد. افراد همدل قلب بزرگی دارند و با دلسوزی به دیگران کمک می کنند. همدلی با والدین، فرزندان، همکاران، نزدیکان، بازدیدکنندگان، حیوانات، گیاهان و حتی اشیاء بی جان در افراد همدل واقعی کاملاً رایج است.

اگرچه هنوز جنبه های زیادی در مورد نحوه عملکرد همدلی وجود دارد که ما آنها را درک نمی کنیم، اما می دانیم که هر چیزی یک ضربه یا زیر و بمی احساسی دارد که توسط حس همدلی قابل حس است. حس همدلی حتی می تواند ظریف ترین تغییرات را که چشم غیرمسلح یا حواس پنجگانه قادر به تشخیص آنها نیستند، درک کند. کلمات دارای یک الگوی انرژی از گوینده هستند که توسط حس همدلی قابل تشخیص است.

به همین دلیل است که افراد همدل واقعی، به سختی می توانند در جامعه جا بیفتند، زیرا دائماً از اطرافیان خود اطلاعات دریافت می کنند. این امر می تواند کنار آمدن با شرایط اطرافشان را دشوار کند، به خصوص اگر دیگران در حال آسیب دیدن یا رنج کشیدن باشند. افراد همدل طبیعی نیاز دارند بهترین راه را برای مدیریت این احساسات پیدا کنند. [80].

چگونه بفهمیم که آیا شما یک فرد همدل هستید یا خیر

اغلب گفته می شود که افراد همدل، شاعرانی هستند که دائماً در حال حرکتند. آن ها ذاتاً شاعر، موسیقیدان و اجراکننده هستند، بنابراین دنیای خلاق درونشان انباشته شده است؛ آن ها با درجه بالایی از خلاقیت متولد می شوند. آن ها به خاطر علایق متنوع، گسترده و التقاطی خود شناخته شده اند. افراد همدل اغلب دیدگاه گسترده ای نسبت به تجربیات زندگی خود دارند. آن ها حوزه های بسیاری از زندگی را بررسی می کنند که ممکن است شامل تجربیاتی از فرهنگ های مختلف در سراسر جهان باشد. آن ها دیدگاه گسترده ای نسبت به جهان دارند.

هیچ تعریف مشخصی در مورد ویژگی های یک فرد همدل وجود ندارد، یعنی هیچ راهی برای تعیین یک فرد همدل بر اساس محل تولد، سن، ویژگی های جسمی یا شخصیتی او وجود ندارد. چیزی که می دانیم این است که افراد همدل از همه اقشار جامعه می آیند. در برخی موارد، کودکان می توانند بسیار همدل باشند در حالی که افراد مسن تر ممکن است نشانه های زیادی از خرد و دلسوزی از خود نشان دهند. همدلی همچنین مشکلات را حل می کند. همدلی وسیله ای برای کمک به دیگران در کنار آمدن با دنیای اطرافشان و شرایطی است که ممکن است با آن روبرو شوند. به همین دلیل است که افراد همدل، درمانگران و مشاوران بزرگی می شوند.

باید توجه داشت که همدلی با همدردی متفاوت است. وقتی همدردی را تجربه می کنید، می توانید یک موقعیت را درک کنید. اما شما

قابریه درک کامل آنچه مردم از سر می گذرانند، نیستند. به نوعی، همدردی مقدمه ای برهمدلی است.

افرادهمدل اغلب توانایی درک دیگران در سطوح مختلف را دارند. آنها همچنین می توانند در تفسیر زبان بدن دیگران بسیار آگاه شوند. آنها می توانند حرکات چشم و حالات چهره آنها را مشاهده کنند تا بفهمند دیگران چه فکر و احساسی دارند.

همچنین، افراد همدل جعبه ابزار خود را دارند. این جعبه شامل شنونده خوبی بودن نیز می شود. افراد همدل می توانند به افراد کمک کنند تا در حضورشان آرام شوند. این امر به ویژه زمانی صادق است که افراد خود را در موقعیت های عاطفی دشوار می یابند. فرد همدل واقعی می تواند با حضور در حضور افراد، تأثیر آرامش بخشی بر آنها داشته باشد. به همین دلیل، در مشاغل مرتبط با شفقت، افراد همدل طبیعی زیادی مانند شفا دهندگان، روحانیون، مشاوران و مراقبان را می بینیم.

افرادهمدل همیشه سعی می کنند اطرافیان خود را به شیوه ای مثبت تحت تأثیر قرار دهند. با این حال، تشخیص افراد همدل واقعی از افرادی که وانمود به همدلی می کنند، مهم است. وقتی یک فرد فریبکار وانمود می کند که همدل است، انواع واکنش هارا تقلید می کند. با این حال، واقعاً اهمیتی به آنچه برای دیگران اتفاق می افتد، نمی دهد. در چنین مواردی، فریبکاران تقریباً همیشه اشتباه می کنند. در طول این اشتباهات است که آنها نشان می دهند واقعاً چه کسی هستند و واقعاً چه احساسی دارند. تمام نشانه های بارز این رفتار در افرادی نهفته است که به دنبال انجام کارهای خوب هستند تا به خاطر آنها مورد تقدیر قرار گیرند.

چگونه از همدلی برای جذب و تأثیرگذاری بر مخاطب خود استفاده کنیم

اول از همه، مهم است که تفاوت بین تلاش برای تأثیرگذاری بر کسی و تلاش برای پیشبرد برنامه خود را تعریف کنیم. افراد همدل واقعی معمولاً بر اساس حسن نیت خود عمل می کنند. آنها به دنبال جلب توجه نیستند. تنها چیزی که می خواهند کمک کردن است و بس. پایان داستان.

با این حال، کسانی هستند که می خواهند خود را انسان های بزرگی جلوه دهند. این نوع افراد هستند که می خواهند نشان دهند چقدر دلسوز هستند. آنها از خیریه ها و سازمان های حمایت می کنند تنها با این هدف که به خاطر تلاش هایشان شناخته شوند. این افراد از تلاش های بشردوستانه خود برای تأثیرگذاری بر دیگران استفاده می کنند و آنها را به این فکر می اندازند که واقعاً انسان های مهربانی هستند.

درواقع، دیدن اینکه انسان دوستان بزرگ از سازمان های خیریه به عنوان پوششی برای اهداف خود استفاده می کنند، امری رایج است. این ممکن است شامل اعمال کنترل،

کسب ثروت یا جلب توجه به خودشان (این مورد در افراد خودشیفته بسیار رایج است).

اگر می خواهید خود را به عنوان یک انسان دوست بزرگ نشان دهید، باید آماده باشید تا زمانی را که برای امور خیریه و سایر انواع تلاش های نوع دوستانه لازم است، اختصاص دهید. این همچنین می تواند به معنای اهدای پول به خیریه در مقطعی باشد. در نهایت، انسان دوست بزرگ بودن بیشتر به تلاش های به موقع و در جای خود بستگی دارد تا سابقه طولانی در کمک های مالی.

افراد فریبکار از انواع و اقسام جلوه ها برای نشان دادن مهربانی و دلسوزی خود استفاده می کنند. دستور کار آنها ممکن است به سادگی جلب توجه به یک دستور کار پیچیده تر، مانند ساختن برند شخصی شان، باشد. در نهایت، می توانید تفاوت را تشخیص دهید زیرا این افراد همیشه در حال پیشبرد چیزی هستند. یک فرد همدل و نوع دوست واقعی به دنبال ستایش نیست. آنها فقط از روی میل خالص برای کمک به دیگران و ایجاد تغییر در جهان عمل می کنند.

فصل ۳۰

متقاعدسازی در کسب و کار



متقاعدسازی در فروش

درک تکنیک های مختلف و مؤثر ترغیب، نه تنها به فروشندگان اجازه می دهد تا بفروشند و به اهداف خود برسند، بلکه آنها را در پیشی گرفتن از رقبای بازار نیز تقویت می کند. برخی از مؤثرترین تکنیک های ترغیب که می توانید استفاده کنید، در اینجا مورد بحث قرار گرفته اند. [81].

- **زمینه مشترک پیدا کنید.** بسیاری از افراد از افرادی که دوستشان دارند، محصولات خریداری می کنند، بنابراین یک فروشنده باید با مشتریان بالقوه ارتباط برقرار کند. شما باید زمینه های مشترک خود را شناسایی کنید و در مورد معیارهای آنها سؤال پرسید و اگر از مشترکات خود بی اطلاع هستید، واقعاً از مشتری بالقوه خود آگاه باشید. با خوش بینی، اشتیاق، سرعت عمل و مودب بودن، همیشه باید لبخند بزنید و تلاش کنید دوست داشتنی باشید. یک فروشنده هرگز نباید با مشتریان خود بحث کند.

- **مزایا را نمایش دهید.** شما می توانید مزایای اصلی استفاده از محصول یا خدمات را نشان دهید. باید سعی کنید نشان دهید که چگونه

برای مثال، خوب است که محصول را مطابق با اولویت ها و انتظارات خاص آنها خریداری کنید. می توانید برجسته کنید که چگونه برای آنها بهتر است از شما خرید کنند نه از رقبا. نباید سعی کنید تخفیف ارائه دهید زیرا این کار شما را ناامید نشان می دهد.

- **تبدیل ایرادات به نقاط قوت.** اغلب اوقات، مشتری اعتراض می کند. بنابراین، درک خوب از کالاها می تواند در برابر هرگونه شکایت یا انتقادی مفید باشد. این در فروش رایج است. شما باید انتقاد مشتری را در نظر بگیرید و توضیح دهید که محصول یا خدمات شما به راحتی بر این انتقادات غلبه خواهد کرد. همچنین توضیح دهید که چگونه مزایای برند، نقاط درد را از بین می برد و منجر به برآورده شدن نیازهای آنها می شود.

- **اصل تعهد و ثبات.** سعی کنید مشتری را به چیزی کوچک باور دهید یا به او اجازه دهید ابتدا یک اقدام کوچک انجام دهد. پس از اینکه مشتری متعهد شد، احتمالاً گام بزرگتری می تواند در تاریخ بعدی تأیید شود. این تاکتیک از این ایده استفاده می کند که وقتی افراد در اعمال خود ثابت قدم هستند، می توانند به آنها برای پیگیری آن اعتماد کنید.

- **از اصل عمل متقابل استفاده کنید.** این قانون می گوید وقتی کسی برای ما کار خوبی انجام می دهد، ما احساس وظیفه می کنیم که لطف او را جبران کنیم. وقتی یک فروشنده برای مشتریان خود تلاش بیشتری می کند، ممکن است در آینده سفارش هایی از او دریافت کند. دلیل این امر این است که وقتی هم فروشندگان و هم مشتریان برای کمک به یکدیگر تلاش می کنند، احساس حمایت متقابل وجود دارد. **ارائه**

- **اطلاعات و پشتیبانی کافی.** مردم وقتی اطلاعات کافی در مورد چیزی ندارند که بتوانند خودشان تصمیم بگیرند، بیشتر تمایل دارند از دیگران پیروی کنند. این استراتژی با گفتن به مشتریان آن که افراد دیگری از کالاها یا شما استفاده می کنند، کار می کند. به عنوان مثال، می توانید لوگوی مشتریان فعلی و نظرات آنها را به آنها نشان دهید. تاییدیه های افراد مشهور نمونه خوبی از این نوع تاکتیک است.

- **اصل کمیابی.** این یعنی به مردم گفته می شود که ممکن است یک محصول خاص را از دست بدهند یا باید مدت بیشتری برای دسترسی به محصول منتظر بمانند. می توانید از این تکنیک برای دستیابی به فروش سریع استفاده کنید، اما باید در مورد محدودیت های زمانی و تعداد صادق باشید.

این تکنیک های ترغیب باید در کنار یادگیری رفتار انسان و نحوه تصمیم گیری افراد برای خرید، مورد استفاده قرار گیرند. این آگاهی به شما امکان می دهد تا به راحتی و با آسودگی خاطر بیشتری به موفقیت در فروش دست یابید.

متقاعدسازی در بازاریابی

- **عمل متقابل:** بگذارید مشتریان از چیزی خوشحال شوند. اغلب، بازاریابی تلاش می کند تا به جای اشاره به مسائلی منفی، احساسات خوبی را در بین مشتریان ایجاد کند. تمام تلاش خود را بکنید تا محصول و برند خود را با احساسات مثبت مرتبط کنید. **اقتدار:** وقتی چیزی می خرید، یعنی به یک برند اعتماد دارید. اکثر مردم تمایل دارند از رهبران معتبر پیروی کنند. اگر شخصی به نام پیت سرسی کند آپارتمانی به شما بفروشد، در مقایسه با یک متخصص املاک که بیش از 20 سال تجربه دارد و یک برند معتبر از او حمایت می کند، تمایل کمتری به خرید آن از او دارید.
- **اصل اثبات اجتماعی:** مردم تمایل دارند کاری را انجام دهند که دیگران انجام می دهند. آسان تر است که با نشان دادن کارهایی که دیگران در شرایط مشابه انجام داده اند، کسی را وادار به تغییر رفتارشان کنیم، تا اینکه به او بگوییم در یک موقعیت خاص چه کاری انجام دهد.
- **تعهد:** وقتی مشتریان بتوانند در مورد آنچه برند، محصول یا خدمات ارائه می دهند نظر خود را بیان کنند، می توانند بیشتر از شما خرید کنند. از کوچک شروع کنید و متوجه خواهید شد که وقتی مشتریان متعهد هستند، می توانند فعالیت های تبلیغاتی خود را به صورت گلوله برفی گسترش دهید. پایه و اساس یک رابطه خوب، تعهد است.
- **لایک کردن:** مردم بیشتر از کسانی که دوستشان دارند خرید می کنند. ما موجودات خودشیفته ای هستیم که به راحتی از افرادی خرید می کنیم که مکمل ما هستند و برای ما ارزش قائلند. طبیعتاً، مسئله اصلی صداقت است؛ چگونه می توانید واقعاً و به طور طبیعی و باورپذیر از مصرف کننده خود تشکر و قدردانی کنید؟ به عنوان مثال، سعی کنید آنها را به یک انجمن آنلاین بسته دعوت کنید و از نظرات و پیشنهادات آنها در مورد کاری که انجام می دهید بپرسید.
- **کمیابی:** مردم عاشق خرید محصولات هستند که دیگران نمی توانند بخرند. ما تمایل داریم برای اقلام کمیاب هجوم ببریم. مشکل این است: چگونه می توانم برندم را به شدت کمیاب و نایاب جلوه دهم؟

متقاعدسازی در خدمات مشتری

مشتریانی که تجربیات، نیازها و/یا ناامیدی های مشترکی دارند یا تلاش می کنند مسائلی را از دیدگاه خود ببینند، احتمال بیشتری دارد که با نمایندگان خدمات مشتری موافقت کنند و پذیرای آنها باشند. همچنین متقاعد کردن مشتری ای که با او ارتباط برقرار کرده اید و با او رابطه ای برقرار کرده اید، بسیار آسان تر از کسی است که اصلاً با او ارتباطی برقرار نکرده اید. به همین دلیل است که ارتباط با مشتریان از طریق خدمات عالی، تکنیکی فوق العاده مؤثر و نسبتاً ساده برای اجرا است. نکته اصلی که باید در نظر داشته باشید، صادق بودن در مورد نیازهای مشتری است.

شما با استفاده از کلمات عملی و صحبت کردن به زمان حال، راحت تر می توانید یک فرد را متقاعد به انجام کاری کنید تا با استفاده از زمان گذشته. برخی از مثال ها عبارتند از: «خرید این کالا در درازمدت برای شما صرفه جویی در هزینه دارد» یا «ثبت سفارش شما در حال حاضر تضمین می کند که به سرعت نصب شود». چطور است بگوییم: «ایجاد جا برای محصول در خانه کار سختی نیست». صحبت کردن در زمان حال و به طور فعال به شما این امکان را می دهد که به مصرف کننده کمک کنید تا مشکلات و ناامیدی های گذشته را حل کند و همین جا و همین حالا به سمت راه حل ها حرکت کند.

مصرف کنندگان بیشتر با برنامه ها، ایده ها و رویکردهایی که قابل فهم باشند، متقاعد می شوند و توانایی شما در ایجاد سریع درک، توانایی شما را در متقاعد کردن مشتریان نسبت به شایستگی پیشنهاداتتان افزایش می دهد.

گاهی اوقات یک نماینده خدمات مشتری می تواند از تکرار به عنوان یکی از موثرترین ابزارها برای متقاعد کردن مشتری استفاده کند. مهارت های این رویکرد زمانی موفقیت آمیز هستند که یاد بگیرید بدون اینکه آزاردهنده باشید، تکرار کنید. به عبارت دیگر، وقتی ایده ها یا پیشنهادات یکسانی را به طور مداوم تکرار می کنید بدون اینکه مشتری از اصرار شما آزرده خاطر شود. می توانید این کار را با اصلاح عبارات استفاده شده انجام دهید. به عنوان مثال، اگر سعی دارید مشتری را متقاعد کنید که با خرید دستگاه قهوه ساز شما در وقت گرانیهای صبح صرفه جویی می کند، می توانید جملات زیر را در گفتگوی خود بگنجانید: «شما زمان بیشتری برای آماده شدن برای کار در صبح خواهید داشت زیرا دستگاه قهوه ساز به طور خودکار قهوه شما را دم می کند.» این همان ایده را تکرار می کند، اما بدون اینکه واقعاً از همان کلمات استفاده کند.

فصل ۳۱

متقاعدسازی در مذاکره



رابطه بین متقاعدسازی و مذاکره

مردم فکر می کنند مذاکره و ترغیب یک چیز هستند. در حالی که ترغیب می تواند یک تکنیک مؤثر در مذاکره باشد، ترغیب و مذاکره وظایف جداگانه ای هستند. مذاکره را می توان به عنوان ارتباط دو یا چند نفر با یکدیگر برای رسیدن به توافق در مورد یک یا چند موضوع توصیف کرد. این شامل دستیابی به سازش با طرف دیگر در صورت امکان است. بنابراین، نتیجه نهایی مذاکره، یافتن نتیجه ای است که تا حد امکان ذینفعان درگیر را راضی کند.

در کل، مذاکره یعنی استفاده از ترغیب برای رسیدن به اهداف. مذاکره کنندگان بی رحم اهمیتی به آنچه دیگران به دست می آورند نمی دهند. تنها چیزی که برایشان مهم است نتایج خودشان است. با این حال، مذاکره کنندگان ماهر حداقل به طرف مقابل این اطمینان را می دهند که از مذاکره چیزی به دست آورده اند. اینکه آیا این موضوع واقعاً درست است یا خیر، جای بحث دارد. در نتیجه، هنر مذاکره، پر کردن شکافی است که شمارا به سمت رسیدن به خواسته ها و آرزوهایتان سوق می دهد. [82].

متقاعدسازی در مذاکرات تجاری

مذاکره جایی است که دو طرف در مورد یک موضوع به توافق می‌رسند. مهارت حیاتی، توانایی متقاعد کردن طرف مقابل برای موافقت با شماست. دانش مهارت‌های متقاعدسازی، عامل کلیدی در یک مذاکره موفق است. شما باید بتوانید طرف مقابل خود را متقاعد کنید که موضع شما را درک کند و این موضع را بپذیرد. البته، طرف مقابل هم دستور کار خود را دارد. اما وقتی شما یک مذاکره کننده توانمند هستید، می‌توانید موضع آنها را بگیرید و از آن به نفع خود استفاده کنید.

چرا متقاعدسازی در مذاکرات حیاتی است؟
متقاعدسازی چیزی است که در نهایت باعث می‌شود طرف مقابل از ایده‌ها و پیشنهادات شما پیروی کند. اگر شما قانع کننده نباشید، طرف مقابل تمایلی به موافقت با شما نخواهد داشت. حتی اگر استدلال قانع کننده‌ای ارائه دهید، مهم است که از تکنیک‌های متقاعدسازی استفاده کنید تا بتوانند به بخش مؤثری از مجموعه‌ی شما تبدیل شوند. به این ترتیب، می‌توانید اطمینان حاصل کنید که دیگران حتی اگر لزوماً موافق نباشند، از شما پیروی خواهند کرد.

متقاعدسازی در مذاکره شخصی

اگر می‌خواهید دیگران را متقاعد کنید که از باورهای شما حمایت کنند، ابتدا باید به خودتان ایمان داشته باشید. با تمرین این مهارت، می‌توانید اعتماد به نفس خود را افزایش دهید. چنین مهارت‌هایی را می‌توان از طریق آزمون و خطا یا از طریق دوره‌های آموزشی مذاکره ایجاد کرد. وقتی اعتماد به نفس و انگیزه داشته باشید، بهتر می‌توانید طرف مقابل را متقاعد کنید. باید به درستی در مورد مسائل فکر کنید و با دقت تصمیم بگیرید که چه تصمیمی به نفع شماست. باید موقعیت خود را درک کنید و بتوانید از طریق گردآوری و تجزیه و تحلیل حقایق، طرف مقابل را متقاعد کنید که از دیدگاه‌های شما حمایت کند.

بزرگترین اشتباه در مذاکرات این است که باور داشته باشید همه چیز به راحتی و بدون هیچ‌گونه چالشی از طرف مقابل پیش خواهد رفت. با این حال، به ندرت این اتفاق می‌افتد. شما باید انتظار داشته باشید که طرف مقابلتان انتقاداتی را مطرح کند. در یک مذاکره، این طبیعی است. با پیش بینی نکردن انتقاد از طرف مقابل، نمی‌توانید غافلگیر شوید. آمادگی به شما کمک می‌کند تا به راحتی هر سوالی از طرف مقابل را درک کرده و به آنها پاسخ دهید. به این ترتیب، اعتراضات به نقاط قوتی تبدیل می‌شوند که راه را برای مذاکرات مؤثر هموار می‌کنند.

شما همچنین باید مزایای این پیشنهاد را برجسته کنید تا دیگران را متقاعد کنید. شما باید به این سوال ساده پاسخ دهید: «این پیشنهاد چه سودی برای من دارد؟»

ذهن طرف مقابل. پاسخ به این سوال به همسو کردن پیشنهاد با منافع طرف مقابل کمک خواهد کرد. در نهایت، شما باید بر توانایی ساده اما فوق العاده مهم و مؤثر متقاعد کردن تسلط داشته باشید و در عین حال گام های مهمی را برای بهبود ظرفیت های مذاکره خود بدانید. داشتن چنین مهارت ها و تجربیاتی به شما کمک می کند تا طرف مقابل را متقاعد کنید تا به اعتبار دیدگاه های شما رضایت دهد.

فصل ۳۲

متقاعدسازی در روابط و رابطه جنسی



ترغیب در قرار ملاقات

در قرار ملاقات، می توان از ترغیب و تشویق برای ایجاد جذابیت یا ایجاد رابطه با یک فرد استفاده کرد. این یک تمایز مهم است زیرا توانایی استفاده مؤثر از ترغیب در قرار ملاقات می تواند تلاش های فرد را برای جلب توجه طرف مقابل به موفقیت برساند یا آن را ناکام بگذارد. به همین دلیل، باید در نظر داشت که این نوعی حقه و جادو نیست که قرار است مورد استفاده قرار گیرد. ایده این است که از ترغیب به طور مؤثر برای ایجاد جذابیت و هدایت رابطه در مسیر طبیعی خود استفاده شود.^[83] لازم به ذکر است که قرار ملاقات تقریباً همیشه به احساسات متکی است. بنابراین، اگر بتوانید به استفاده از احساسات، طرف مقابل را متقاعد کنید، باید بتوانید بیشتر از همیشه موفق شوید. در واقع، استفاده از تاکتیک های به موقع می تواند به شما کمک کند تا به دستاوردهایی بسیار فراتر از آنچه تصور می کردید، دست یابید. به عنوان مثال، اگر به کسی نزدیک می شوید که جدایی سختی را پشت سر گذاشته است، ممکن است مفید باشد که با همدلی به او نزدیک شوید. به همین ترتیب، اگر متوجه شدید که کسی حالت تدافعی دارد، ممکن است بخواهید با نگرشی آرام به او نزدیک شوید.

به طور کلی، منطق و استدلال همیشه با قرار ملاقات جور در نمی آیند. در واقع، اگر بخواهید با ارائه دلایلی مبنی بر اینکه چرا با هم خوب خواهید بود، به علایق عاشقانه بالقوه نزدیک شوید، ممکن است لزوماً نتوانید جذابیتی را که به دنبالش هستید، ایجاد کنید.

با این حال، ممکن است بتوانید در سطح شخصی تری ارتباط برقرار کنید، یعنی با نشان دادن رهبری. این می تواند به شکل امنیت و اعتماد به نفس باشد. اگر شخصی که به او نزدیک می شوید ببیند که چقدر اعتماد به نفس دارید، ممکن است از شما پیروی کند.

ترغیب برای تعهد

وقتی به دنبال ایجاد یک تعهد بلندمدت با کسی هستید، تقریباً همیشه مهم است که به کاری که انجام می دهید اعتماد به نفس نشان دهید. دلیل این امر این است که تعهد چیزی نیست که بتوان آن را ساده گرفت. بنابراین، اگر به دنبال یک تعهد جدی با کسی هستید، مثلاً در حوزه ازدواج، مهم است که در کاری که انجام می دهید، امنیت نشان دهید. هرگونه نشانه ای از سستی تقریباً همیشه به ضرر شما تمام می شود. وقتی به دنبال این هستید که دیگران را به هدف خود متعهد کنید، باید آنها را از طریق اخلاق خود متقاعد کنید. وقتی بتوانید اخلاق خود را به طور کامل و واضح نشان دهید، دیگران از آن الگوبرداری تغذیه می کنند. به همین دلیل است که بهترین رهبرانی که می توانید پیدا کنید، همیشه نوعی ساختار ارزشی دارند که به دیگران منتقل می کنند. اغلب، ممکن است آن را به صورت کلامی بیان نکنند، اما این کار را از طریق اعمال و نگرش های خود انجام می دهند.

یکی از مهمترین جنبه های تعهد، به اشتراک گذاشتن شور و اشتیاق است. اغلب، رهبران بزرگ شور و اشتیاق و دیدگاه خود را به اشتراک می گذارند. بنابراین، آنها قادرند احساسات خود را به طور مؤثر به گونه ای بیان کنند که دیگران را به پیروی از رهبری خود ترغیب کنند. وقتی این اتفاق می افتد، چنین رهبرانی می توانند مخاطبان و پیروان گسترده ای را به خود جذب کنند.

متقاعدسازی در زندگی خانوادگی

در زندگی خانوادگی، ترغیب می تواند نقش بسیار مهمی ایفا کند. وقتی با همسر، فرزندان، والدین یا خواهر و برادر خود سر و کار دارید، ترغیب می تواند ابزاری مؤثر برای کمک به کل حلقه خانواده باشد تا به بهترین شکل ممکن با هم کنار بیایند. اغلب، این به معنای برانگیختن شور و اشتیاق و الگو بودن است. اگر این کار را نکنید، ممکن است در نهایت احترام خود را از خانواده از دست بدهید.

درحالی که ممکن است هنوز شما را دوست داشته باشند، به شما احترام نخواهند گذاشت. نیازی به گفتن نیست که اینجای خوبی برای بودن نیست. وقتی به خانواده تان فکر می کنید، همیشه خوب است که از نظر ارزش ها و اهداف با هم تفاهم داشته باشید. وقتی نمی توانید با اعضای خانواده تان در این زمینه ها ارتباط برقرار کنید، داشتن یک برنامه مشترک می تواند دشوار باشد. در نتیجه، اهداف خانواده همیشه محقق نمی شوند.

ترغیب در روابط جنسی

لازم به ذکر است که ترغیب به معنای استفاده از آن برای انجام روابط جنسی بدون رضایت نیست. حقیقت این است که می توان از ترغیب برای برانگیختن احساسات و عواطف به گونه ای استفاده کرد که شریک بالقوه شما به شما احساس نزدیکی کند. به این ترتیب، می توانید از مواجهه های دلیزیر اطمینان حاصل کنید.

توجه به این نکته مهم است که ترغیب، در صورت استفاده مؤثر، می تواند منجر به برخوردهای جنسی توافقی شود. به عنوان مثال، اگر اشتیاق و احساسات خود را نسبت به شخص دیگر نشان دهید، آنها می توانند از هدایت شما تغذیه کرده و از شما پیروی کنند. اگرچه این روش بی نقص نیست، به این معنی که هر کسی که به دنبالش هستید از شما پیروی خواهد کرد، حداقل می توانید مطمئن باشید که وقتی کسی را وادار به پیروی از هدایت خود می کنید، هر دو تجربه خوشایندی خواهید داشت.^[84]

فصل ۳۳

مطالعات موردی در روانشناسی تاریک



در سراسر این کتاب، به تعدادی از مفاهیم و ایده‌ها پرداخته ایم که ما را قادر ساخته اند تا دیدگاه روشنی در مورد چیرستی روانشناسی تاریک و چگونگی استفاده از آن به نفع یک فرد فریبکار به دست آوریم. همچنین نمونه‌های عملی از هر موقعیت ارائه کرده ایم. با این وجود، مهم است که آرائه مطالعات موردی مرتبط را که می‌توانند بینش‌های بسیار خوبی در مورد نحوه عملکرد روانشناسی تاریک در کاربردهای دنیای واقعی ارائه دهند، در نظر بگیریم.

به همین ترتیب، این فصل به آرائه سه مطالعه موردی بسیار مرتبط اختصاص داده شده است که مطمئناً به شما کمک می‌کند تا درک دقیقی از چگونگی استفاده از روانشناسی تاریک توسط فریبکاران برای بهره‌برداری حداکثری از موقعیت خود داشته باشید. علاوه بر این، اصول و تکنیک‌های اجرا شده و نحوه خنثی‌سازی هر یک از این تاکتیک‌ها را در صورت آگاهی زودتر قربانیان از فریبکاری که در معرض آن قرار دارند، تجزیه و تحلیل خواهیم کرد.

درنهایت، این به شما بستگی دارد که مرتبط ترین جنبه ها را با وضعیت شخصی خود استخراج کنید. در کل، مطمئن هستیم که اطلاعات زیادی پیدا خواهید کرد که می توانید شما در درک کامل این موضوع کمک کند. از همه بهتر، درک عمیق تری از نحوه استفاده از روانشناسی تاریک برای دستیابی به اهداف خود خواهید داشت و در عین حال می توانید از انواع دیگر دستکاری هایی که در دنیای امروز وجود دارد، جلوگیری کنید. اگرچه هدف این نیست که بدبین باشید، اما داشتن درک خوب مهم است تا بتوانید از تلاش های ناخواسته جلوگیری کنید.

مطالعه موردی شماره ۱: برنی مدوف

برنی مدوف به خاطر اجرای یکی از بزرگترین طرح های هرمی تاریخ که میلیون ها دلار از سرمایه گذاران کلاهبرداری کرده، بدنام است. در سال ۲۰۰۹، مدوف در نتیجه تحقیقات انجام شده توسط کمیسیون بورس و اوراق بهادار (SEC) در مجموع به ۱۱ اتهام اعتراف کرد. در مجموع، مدوف به ۱۵۰ سال زندان محکوم شد.

اما چگونه به اینجا رسید؟ چگونه مدوف توانست ۶۵ میلیارد دلار از پول سرمایه گذاران را به راحتی از دست بدهد؟

برنی مدوف به عنوان مردی جذاب شناخته می شد که می توانست با خوشرویی هر کسی را متقاعد به سرمایه گذاری در صندوق خود کند. او یک امپراتوری به ظاهر موفق ایجاد کرده بود که میلیون ها دلار در شرکت های نوپا و بازار سهام سرمایه گذاری کرده بود. سرمایه گذاران احساس می کردند که با مدوف در امان هستند، زیرا او همیشه به هر سوالی که سرمایه گذاران داشتند پاسخ می داد.

سرمایه گذار همسایه

مدوف فردی خوش برخورد و بسیار دلسوز برای نگرانی های سرمایه گذاران بود. او رفتاری آرام از خود نشان می داد که واقعاً به سرمایه گذاران آرامش می داد. به نظر می رسید که او کنترل کامل امپراتوری خود را در دست داشت. هیچ کاری نبود که او برای فرونشاندن نگرانی های سرمایه گذاران انجام ندهد. افرادی که اطلاعات داخلی در این مورد دارند، مدوف را مردی بی خطر توصیف می کنند که به نظر نمی رسید هیچ نیت بدی داشته باشد. او هرگز هیچ نشانه ای از اینکه نقشه ای در سر دارد، نشان نداد.

تنها دلیلی که مدوف تا به حال گیر افتاد این بود که او دچار مشکلات مالی شد. از آنجایی که او یک طرح هرمی را اجرا می کرد، از

پول از سرمایه گذاران جدید برای پرداخت به سرمایه گذاران قدیمی. برای اینکه چنین طرحی به درستی کار کند، باید هجوم مداوم سرمایه گذاران جدید وجود داشته باشد. وقتی سرمایه گذاران جدید وارد طرح نشوند، پول تمام می شود و کل این حيله از هم می پاشد.

نکته ی جالب تر این است که مدوف هرگز شخصیت خود را زیر پا نگذاشت، حتی زمانی که دعاوی سرمایه گذاران روی هم انباشته شد. مدوف بیشتر شبیه کسی بود که شانس با او یار نبوده تا اینکه پرکارترین کلاهبردار تاریخ باشد. در نهایت، مدوف به اتهاماتی که با آنها مواجه بود اعتراف کرد، نه به این دلیل که وجدانش از این بابت آزرده خاطر بود، بلکه به توصیه ی وکلایش عمل کرد.

تابه امروز، این پول بازیابی نشده است. بنابراین، سرمایه گذاران اساساً پول خود را از دست داده اند.

تحلیل

مدوف یک خودشیفته با گرایش های روان پریشانه است. او کاملاً از کاری که انجام می داد آگاه بود و هرگز واقعاً لحظه ای به این فکر نمی کرد که این کار چه تاثیری بر دیگران خواهد گذاشت. گرایش های خودشیفته او کاملاً واضح است، زیرا او از ایده میلیارد شدن به عنوان مدیر صندوق های پوشش ریسک لذت می برد.

این یک تمایز مهم است زیرا یک مجرم معمولی به سادگی پول را می گیرد و فرار می کند. مدوف هوش بالایی داشت و از آن به خوبی استفاده کرد. او توانست امپراتوری ای بسازد که دهه ها دوام آورد. او یک واقعیت جایگزین چنان متقاعدکننده ساخته بود که هیچ کس نمی توانست تفاوت آن را تشخیص دهد.

افراد ماهر در فریب دادن افراد کاملاً قادرند مرز بین واقعیت و خیال را محو کنند. مدوف این کار را به طرز چشمگیری انجام داد. تا به امروز، افرادی هستند که باور نمی کنند فریب چنین مرد خوبی را خورده اند. با این حال، ظاهر او، شخصیت جایگزین او، آنقدر خوب ساخته شده بود که یک سرمایه گذار معمولی حتی نمی توانست بفهمد که او واقعاً چه نقشه ای در سر دارد.

علاوه بر این، می توان حدس زد که اگر مدوف با محدودیت های مالی مواجه نمی شد، می توانست طرح خود را حتی برای مدت طولانی تری ادامه دهد. گذشته از همه اینها، پوشش او دست نخورده بود زیرا اکثر سرمایه گذاران از افشای معاملات واقعی مدوف مبهور شده بودند. در نهایت، او توانست دروغ بگوید و

اطرافیان‌ش، از جمله نزدیکترین همکارانش، را فریب دهد تا باور کنند که او به شیوه‌ای شفاف و بی‌پرده عمل می‌کند.

درحالی که بسیاری از ناظران خاطرنشان می‌کنند که طمع ریشه تمام این توطئه بوده است (قطعاً نقش کلیدی داشته است)، واقعیت این است که مدوف یک خودشیفته باگرایش‌های روان‌پریشی است. مطمئناً، او از افراد بسیار ثروتمند کلاهبرداری کرد، امادر نهایت، او از خانواده‌های متوسط نیز پول گرفت و آنها را در ورشکستگی مالی قرار داد.

مدوف تا به امروز، پشیمانی کمی از خود نشان داده و هیچ کاری که نشان دهنده‌ی پشیمانی‌باشد، انجام نداده است.

او کاملاً از اعمال خود آگاه بود و این کار را برای دهه‌ها انجام می‌داد. شاید بتوان گفت که او دچار توهم شده بود، به خصوص در اواخر نقشه‌اش. اما اگر مدوف ارتباطش را با واقعیت از دست داده بود، نمی‌توانست چنین نقشه‌ای را عملی کند. او کاملاً از اعمال خود آگاه بود. به همین دلیل، عنصر آشکاری از قصد قبلی در رفتار او وجود دارد.

نکته‌ی اخلاقی نهفته در این داستان این است که اگر سرمایه‌گذاران بررسی‌های لازم را انجام داده‌بودند، شاید هرگز در دام نمی‌افتادند. اما این موضوع جای بحث دارد، به خصوص وقتی درنظر بگیرید که مدوف سال‌ها وقت صرف جمع‌آوری سرمایه‌ی اعتماد خود کرده بود.

این همان شخصیتی است که جنایتکاران دوست دارند از خود بسازند.

مطالعه‌موردی شماره ۲: چارلز منسون

چارلز منسون در اواخر دهه ۱۹۶۰ پس از آنکه پیروان فرقه‌اش مرتکب یک سری قتل‌های فجیع در سانفرانسیسکو شدند، بدنامی زیادی به دست آورد. به ویژه، قتل شارون تیت، همسر رومن پولانسکی، کارگردان فیلم، توجه جهانی را به منسون و فرقه‌اش جلب کرد.

منسون خود را به عنوان یک مسیحایی معرفی می‌کرد که در آن خود را «ناجی» گروه پیروانش می‌دانست. فرقه او با پیوستن تعداد زیادی از یتیمان، گروه‌های موسیقی و افرادی خانمان، از نظر اندازه و تنوع رشد کرد. منسون روایت خود از انجیل را اعلام کرد که در آن یک جنگ نژادی پیش از آرماگدون نهایی رخ خواهد داد.

اگرچه منسون در طول محاکمه‌اش از نظر بالینی دیوانه تشخیص داده شد، اما اعمال او نشان از تعمق و برنامه‌ریزی قبلی زیادی داشت. پیروان او

مجنون جذابیت و گیرایی او شده بود و اساساً بدون چون و چرا از دستوراتش پیروی می کرد.

افسانه شهری

تحقیقات در مورد فرقه منسون، افسانه های شهری مبنی بر اینکه او نوعی تسخیر شیطانی داشته که به او قدرت تسلط بر ذهن مردم را می داد، رد کرده است. واقعیت این است که منسون خود را با افرادی، به ویژه زنان جوان، احاطه کرده بود که چیز زیادی به نام خود نداشتند و انتخاب بسیار کمتری داشتند.

فرقه منسون به طرز بدنامی داروهای توهم زا مانند LSD را آزمایش می کرد. اعتقاد بر این است که پیروان فرقه منسون تحت تأثیر این داروها مرتکب اعمال خشونت آمیز وحشتناکی شدند که انجام دادند.

اعتقاد بر این بود که خود میسون هیچ یک از قتل ها را مرتکب نشده است. با این حال، دادستانی توانست تشخیص دهد که ایدئولوژی منسون و دستکاری پیروانش، که مرتکب قتل ها شدند، دلیل کافی برای محکومیت او به جرم قتل درجه یک و توطئه برای ارتکاب قتل بوده است. او در سال ۱۹۷۱ به حبس ابد محکوم شد.

مرگ او در سال ۲۰۱۷، زوایای جدیدی از این پرونده را روشن کرد. منسون پیش از شروع به ساختن فرقه اش، فردی سرگردان بود که به جرایم کوچک محکوم شده بود. او اغلب به پیروانش می گفت که او یک «خدا» است و در عین حال آنها را متقاعد می کرد که برگزیده هستند. برخی روایت ها جزئیاتی از این موضوع ارائه می دهند که چگونه فرقه منسون بخشی از ۱۴۴۰۰ نفری بود که از «پایان جهان» جان سالم به در خواهند برد.

منسون به عنوان یک معتاد به مواد مخدر و الکلی خشن شناخته می شد که از یک خانواده ی از هم پاشیده آمده بود. تحقیقات در مورد زندگی او، تربیت خشونت آمیز و دوران نوجوانی پر آشوبی را نشان داد. منسون در سنین پایین خانه اش را ترک کرد و در دنیای زیرزمینی مواد مخدر و فحشا در شهرهای بزرگ کالیفرنیا، به ویژه در سانفرانسیسکو، ساکن شد.

تحلیل

اگرچه شواهد بالینی دیوانگی منسون را به روشنی نشان می دهد، اما این واقعیت همچنان پابرجاست که او توانایی خارق العاده ای در دستکاری پیروانش داشت تا جایی که آنها کورکورانه از دستوراتش پیروی می کردند. منسون از یک ... سوءاستفاده کرد

نیاز اساسی انسان؛ نیاز به محبت و تعلق خاطر. به همین دلیل جای تعجب نیست که بخش عمده ای از پیروان منسون را فراری ها، یتیمان و نوجوانانی تشکیل می دادند که از پرورشگاه فرار کرده بودند.

منسون به ویژه توسط زنان جوان احاطه شده بود، زیرا او قادر بود به آنها حس تعلق به اجتماع و حمایتی را بدهد که هیچ کس دیگری قبلاً قادر به ارائه آن نبود. برخی از دختران در فرقه او مجبور به فحشا شده و متعاقباً توسط منسون "نجات" یافته بودند. بنابراین، او نقش مرد مسلطی را ایفا می کرد که بسیاری از این دختران در طول دوران تربیت خود فاقد آن بودند.

علاوه بر این، منسون اغلب از دروغ و حقایق نصفه و نیمه برای گیج کردن پیروانش استفاده می کرد. از آنجایی که او در نقل قول از کتاب مقدس بسیار ماهر بود، پیروانش معتقد بودند که او دانش و درک جادویی از جهان دارد. واقعیت این است که اعتماد به نفس او (که به احتمال زیاد ناشی از توهماتش بود) برای متقاعد کردن فراریان وحشت زده کافی بود که او یک فرد واقعی است.

در نهایت، فرقه منسون به یک مطالعه موردی جذاب در مورد روش هایی تبدیل شد که یک دیوانه قادر است از نیازها و ترس های اولیه مردم سوءاستفاده کند تا جایی که آنها قادر به ارتکاب قتل از طرف او باشند. اگرچه ادعا شده است که منسون از تاکتیک های شستشوی مغزی پیروان خود استفاده می کرده است، اما هیچ مدرک روشنی مبنی بر این موضوع وجود ندارد. اگر بخواهیم دقیق تر بگوییم، منسون در تشخیص این موضوع بسیار ماهر بود که می تواند با معتاد کردن پیروانش به مواد مخدر، وابستگی زیادی در آنها ایجاد کند. به همین دلیل، پیروان او خیلی از مسیر منحرف نمی شدند، زیرا دائماً به مواد مخدر برای تقویت اعتیاد خود نیاز داشتند.

چارلز منسون به عنوان یک فریبکار تمام عیار در تاریخ ثبت شده است. این پرونده ثابت می کند که یک فریبکار با تسلط بر تکنیک های ابتدایی، می تواند هرج و مرج زیادی در دنیای اطراف خود ایجاد کند.

مطالعه موردی شماره ۳: آدولف هیتلر

آدولف هیتلر یک مطالعه موردی کلاسیک برای روانشناسان، دانشجویان علوم رفتاری، و البته علوم سیاسی و نظامی است. هیتلر رهبر عالی آلمان نازی در دهه های ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰ بود. او چهره اشغال اروپا توسط نازی ها و یکی از مبارزان اصلی در طول ...

جنگ جهانی دوم. هیتلر اغلب به عنوان یک دیوانه توصیف می شود، اگرچه می توان فرض کرد که او کاملاً از اعمال خود آگاه بوده است.

درمیان فجیع ترین اقدامات او، هولوکاست به عنوان وحشتناک ترین و وحشیانه ترین حمله ای که علیه یک گروه قومی واحد انجام شده، برجسته است. اگرچه تخمین ها در مورد تعداد یهودیانی که در طول هولوکاست کشته شدند متفاوت است، اما رقم احتمالی حدود ۶ میلیون مرگ منطقی به نظر می رسد.

اما هیتلر چگونه به قدرت رسید؟ مهمتر از همه، چگونه در قدرت ماند؟ گذشته از همه اینها، او توانست میلیون ها آلمانی را اغوا کند تا آنها طرح های عجیب و غریب سلطه بر جهان او را بپذیرند. علاوه بر این، او توانست میلیون ها مرد را متقاعد کند تا به صفوف ارتش نازی بپیوندند و در جنگ بجنگند.

هیتلر به عنوان یک اغواگر

لازم به ذکر است که به قدرت رسیدن هیتلر همزمان با فروپاشی جمهوری وایمار در آلمان بود. جمهوری وایمار یک نظام حکومتی بود که پس از جنگ جهانی اول ظهور کرد. آلمان یکی از اصلی ترین طرف های درگیر در جنگ جهانی اول بود و توسط نیروهای متفقین فرانسه، انگلستان و ایالات متحده شکست خورد.

جمهوری وایمار با فروپاشی اقتصادی مشخص می شد که میلیون ها آلمانی را به فقر و فلاکت کشاند. بنابراین، ظهور هیتلر با این فروپاشی همراه بود. هیتلر دو کار انجام داد که در آن زمان با مردم آلمان طنین انداز شد. اول، او توانست به وضوح مشکلی را که مردم با آن دست و پنجه نرم می کردند، بیان کند. او توانست با گرفتاری های مردم همدردی کند. به نظر می رسید که او واقعاً به آنچه که آنها تجربه می کردند اهمیت می دهد. دوم، او به مردم گفت که چه کسی مقصر بدبختی های آنهاست. به این ترتیب، هیتلر توانست یک شخصیت ایجاد کند، یعنی شخصیتی که مسئول رنج مردم آلمان بود.

در نهایت، هیتلر در حالی که فتح جهان را آغاز کرده بود، علت همه بیماری ها را به یک گروه قومی (یهودیان) نسبت داد. او هم علیه متفقین و هم علیه اتحاد جماهیر شوروی جنگید تا اینکه در نهایت شکست خورد. با این حال، میراث هیتلر هم بر شرارت و هم بر توانایی او در اغوای کل یک کشور برای همراهی با دیوانگی اش استوار است. نتیجه نهایی، مرگ میلیون ها نفر و نابودی اروپا بود.

تحلیل

نظریه های متعددی وجود دارد که هیتلر را از یک اسکیزوفرنی پارانویید گرفته تا یک خودشیفته کلاسیک، همه چیز می نامند. در حالی که او قطعاً نشانه هایی از خودشیفتگی سنتی را نشان می دهد، واقعیت این است که او توانست یکی از ترس های اولیه مردم را به بازی بگیرد: ترس. هیتلر تشخیص داد که مردم آلمان دوران بسیار سختی را پشت سر می گذارند و کسی را برای سرزنش آن پیدا کرد. البته، یهودیان هیچ ارتباطی با چیزهایی که آلمان از سر می گذراند، نداشتند. با این حال، هیتلر با مخلوط کردن دروغ با حقیقت، دروغ قانع کننده ای را به فروش رساند. از آنجایی که هیتلر سخنان درخشانی بود، مردم ایده های او را باور می کردند.

آدولف هیتلر مرد زیرکی بود زیرا تمایل مردم آلمان برای به دست گرفتن سرنوشت خود را تشخیص داد. او می دانست که اگر کسی را به خاطر مشکلاتشان سرزنش کند و اگر بتواند راهی برای حل آن ارائه دهد، مردم از او پیروی خواهند کرد و همین کار را هم کردند.

فرا تراز آن، هیتلر یک واقعیت جایگزین ایجاد کرد که در آن آلمان به عنوان یک ملت قدرتمند ظهور می کرد که اساساً کل جهان را کنترل می کرد. و در حالی که آنها نزدیک به فرار از مجازات بودند، واقعیت این است که جاه طلبی های هیتلر به این دلیل که او این واقعیت را در نظر نگرفته بود که حقیقت آشکار خواهد شد، به نتیجه نرسید. وقتی این اتفاق افتاد، ارتش آلمان روحیه خود را از دست داد در حالی که مردم آلمان به سادگی عقب نشینی کردند. هیتلر هم به عنوان یک دیوانه و هم یک فریکار ماهر به یاد آورده می شود. او توانست از مهارت های استثنایی گفتاری خود برای متقاعد کردن مردم استفاده کند که در نیت خود صادق است. اگر مردم می توانستند نیرنگ او را ببینند، ممکن بود بتوانند قبل از وقوع هولوکاست و جنگ جهانی دوم جلوی او را بگیرند. در حالی که این چیزی بیش از حدس و گمان صرف نیست، حقیقت این است که تمام جهان فریب خورد.

یک رویداد خاص این موضوع را روشن تر می کند. آلمان میزبان بازی های المپیک ۱۹۳۶ بود. دولت نازی یکی از باورنکردنی ترین رویدادها را در زمان خود برگزار کرد. تمام دنیا متقاعد شده بود که آلمان نازی هیچ آسیبی به جهان نمی رساند. گذشته از همه اینها، اگر آنها نیت پلیدی در سر داشتند، چرا باید زحمت برگزاری چنین رویداد فوق العاده ای را به خود می دادند؟

البته، المپیک ۱۹۳۶ قرار بود یک حواس پرتی باشد ... هیتلر و همدستان او می خواستند جهان را به یک حس کاذب امنیت سوق دهند. و آیا واقعاً چنین کردند؟ بسیاری از رهبران جهان از برنامه های آشکار آلمان برای ... گیج شده بودند.

اروپا را فتح کنند، به خصوص با توجه به اینکه در سال های گذشته بسیار جذاب بودند.

بانگاهی به این ماجرا، مشخص می شود که هیتلر و نازی ها تلاش کرده بودند تا برنامه خود را به اندازه کافی پنهان کنند تا قربانیان خود را غافلگیر کنند. این یک تکنیک معمول برای فریب دادن قربانیان است تا گارد خود را پایین بیاورند و سپس در زمان مناسب به آنها حمله کنند.

این روش برای هیتلر جواب داد تا اینکه بالاخره کسی جلوی او را گرفت.

فصل ۳۴

ده استراتژی دستکاری جمعی توسط رسانه ها



نوام چامسکی، منتقد و زبان شناس مشهور، یکی از چهره های کلاسیک مخالفت فکری در دهه گذشته، فهرستی از ده استراتژی رایج و مؤثر برای کنترل ذهن که توسط دولت ها برای ایجاد دستکاری در افکار عمومی از طریق رسانه ها استفاده می شود را گردآوری کرده است. [85].

۱. استراتژی حواس پرتی

یکی از قدرتمندترین سلاح‌هایی که حاکمان برای دستکاری افکار عمومی به کار می‌برند، «حواس پرتی» است. معطوف کردن مداوم توجه به اخبار کم اهمیت تر، باعث می‌شود توجه از مسائلی بسیار حیاتی تری که توسط لابی‌های سیاسی و اقتصادی تعیین می‌شوند، منحرف شده و به حاشیه رانده شود.

۲. استراتژی تدریجی

برای اینکه یک اقدام غیرقابل قبول پذیرفته شود، کافی است آن را به تدریج، کم کم و برای سال‌های متوالی، به گونه‌ای معرفی کنید که عملاً نامحسوس شود.

این اتفاقی است که افتاده است، برای مثال، در مورد کاهش حقوق کارگران. در چندین شرکت، اقدامات یا روش‌های کاری اجرا شده‌اند که در نهایت باعث شده‌اند این امر به عنوان امری عادی پذیرفته شود که یک کارگر هیچ تضمینی برای حمایت اجتماعی ندارد. اگر این تغییرات در یک زمان اجرا می‌شدند، منجر به یک انقلاب می‌شدند.

این استراتژی تدریجی مبتنی بر «اصل قورباغه آب پز» است که یک اصل استعاره‌ای است که توسط فیلسوف آمریکایی، نوام چامسکی، برای توصیف توانایی بد انسان‌ها در سازگاری با موقعیت‌های ناخوشایند و مضر بدون واکنش نشان دادن، بیان شده است.

درحقیقت، پدیده قورباغه آب پز به تحقیقات انجام شده توسط «دانشگاه جان هاپکینز» در سال ۱۸۸۲ برمی‌گردد. طی یک آزمایش، برخی از محققان آمریکایی متوجه شدند که با انداختن یک قورباغه در ظرف آب جوش، قورباغه ناگزیر برای نجات خود به بیرون می‌پرد. برعکس، با قرار دادن قورباغه در ظرف آب سرد و گرم کردن آرام اما پیوسته ظرف، قورباغه ناگزیر آب پز می‌شود.

این اصل روزانه در جامعه مدرن از طریق تکنیک‌های فریبنده دستکاری و کنترل افکار عمومی اعمال می‌شود. این تکنیک‌های پنهان به عنوان «رفاه»، ظاهراً به نفع بشریت هستند و مزایایی مانند زندگی بهتر، سلامتی، طولانی‌تر شدن عمر، محصولات بیشتر، خدمات بیشتر، پیشرفت و فناوری را به همراه دارند، اما همه اینها ما را به کجا می‌برد؟

درواقع، اصل قورباغه آب پز به ما نشان می‌دهد که وقتی تغییری به اندازه کافی آهسته انجام شود که نامرئی شود، به آگاهی نمی‌رسد و برای بیشتر بشریت، هیچ واکنشی، هیچ مخالفتی، هیچ شورش را برنمی‌انگیزد.

۳. مشکلات را مطرح کنید و راه حل ارائه دهید

این روش همچنین «مشکل - واکنش - راه حل» نامیده می شود. این روش شامل تخریب یک موقعیت عمومی معین یا ایجاد مصنوعی یک «مشکل» برای ایجاد «واکنش» خاصی از سوی مردم است، با هدف تحریک اقداماتی که مایل به پذیرش آنها به عنوان «راه حل» برای مشکل هستند. به عنوان مثال: اجازه دادن به تشدید خشونت شهری یا سازماندهی حملات تروریستی، با این هدف که خود شهروندان از دولت بخواهند قوانین امنیتی جدیدی را به قیمت از دست دادن آزادی وضع کنند.

۴. استراتژی به تعویق انداختن

راه دیگر برای پذیرش یک تصمیم نامطلوب، ارائه آن به شهروندان به عنوان «دردناک اما ضروری» و کسب پذیرش فوری عمومی برای اعمال آن در آینده است. پذیرش یک فداکاری در آینده آسان تر از یک فداکاری فوری است. این به مردم زمان بیشتری می دهد تا به ایده تغییر عادت کنند و وقتی زمانش فرا رسید، آن را به عنوان یک تصمیم کنار گذاشته شده بپذیرند.

۵. با مردم مثل بچه ها رفتار کنید

بسیاری از پیام های تلویزیونی، به ویژه تبلیغ کنندگان، تمایل دارند با مردم طوری صحبت کنند که انگار کودک هستند. آن ها از کلمات، استدلال ها، حرکات و لحن صدا طوری استفاده می کنند که گویی بیننده کودک است. هدف، غلبه بر مقاومت مردم است. این یکی از استراتژی های دستکاری توده مردم است که سعی می کند با استفاده از تلقین پذیری آنها، حس انتقادی مردم را خنثی کند. سیاستمداران نیز از این تاکتیک ها استفاده می کنند و گاهی اوقات خود را به عنوان پدرخوانده نشان می دهند.

۶. بهره گیری از جنبه عاطفی

اغلب، پیام های ارائه شده توسط قدرت، با هدف ایجاد احساسات و رسیدن به ناخودآگاه افراد است. استفاده از احساسات، یک تکنیک کلاسیک برای ایجاد نوعی «اتصال کوتاه» در بخش عقلانی فرد است. به این ترتیب، ظرفیت انتقادی خنثی می شود. همچنین، استفاده از ثبت عاطفی به شما این امکان را می دهد که دری را به روی پیوند ناخودآگاه ایده ها، آرزوها، ترس ها یا القای رفتار در افراد باز کنید.

۷. عموم مردم را بی خبر نگه دارید

نادان‌نگه داشتن مردم یکی از روش‌هایی است که قدرت برای اعمال کنترل بر شهروندان به کار می‌گیرد. نادانی به معنای جلوگیری از داشتن ابزارهای تحلیل توسط مردم است. بنابراین، به معنای غرق کردن کنجکاوی برای دانش، عدم افزایش کیفیت آموزش و ایجاد اختلاف شدید بین کیفیت آموزش خصوصی و دولتی است.

۸. راضی کردن عموم مردم

بیشتربرنده‌های مد و ترند به طور خودجوش ایجاد نمی‌شوند. تقریباً همیشه، آنها از یک مرکز قدرت القا و تبلیغ می‌شوند که نفوذ خود را برای ایجاد موج‌هایی از سلیقه‌ها، علایق و نظرات توده مردم اعمال می‌کند. رسانه‌ها معمولاً مدها و برنده‌های پرترفدار را تبلیغ می‌کنند که بیشتر آنها حول سبک‌های زندگی زودگذر، غیرضروری و حتی مسخره می‌چرخند. آنها مردم را به «مدگرایی» ترغیب می‌کنند.

۹. تقویت سرزنش خود

یکی دیگر از استراتژی‌های دستکاری جمعی، القای این باور به فرد است که تنها خودش به دلیل هوش ناکافی یا تلاش‌های بی‌فایده‌اش، مقصر بدبختی‌اش است. بنابراین، فرد به جای شورش علیه سیستم، خود را ارزیابی می‌کند و خود را مسئول می‌داند، که به نوبه خود، حالتی افسرده‌کننده ایجاد می‌کند که یکی از اثرات آن، مهار عمل‌اوست. و بدون عمل، انقلابی وجود ندارد!

۱۰. شناخت افراد بهتر از خودشان

در طول ۶۰ سال گذشته، پیشرفت‌های سریع در علم، شکاف فزاینده‌ای بین دانش افراد و دانشی که در اختیار لابی‌های مسلط است و مورد استفاده قرار می‌گیرد، ایجاد کرده است. به لطف علوم اعصاب و روانشناسی کاربردی، «سیستم» موفق شده است فرد را بهتر از خودش بشناسد. این بدان معناست که سیستم، افراد را بیشتر از خود فردکنترل می‌کند.

پاداش فصل

۱۰. ترفند روانشناسی برای تأثیرگذاری بر هر کسی



در اینجا 10 ترفند روانشناختی قدرتمند وجود دارد که می توانید همین الان به کار ببرید. توصیه می کنم به تدریج تمرین کنید و هر روز یک ترفند روانشناختی را تمرین کنید و خواهید دید که پس از 10 روز، استاد دستکاری ذهنی خواهید شد.

ترفند شماره ۱: از کلمه «چون...» برای رسیدن به خواسته تان استفاده کنید

اگر مجبورید از کسی درخواست لطفی کنید، همیشه سعی کنید دلیل «چون...» درخواستتان را توضیح دهید، زیرا ارائه دلیل، احتمال دریافت پاسخ مثبت را بیشتر می کند. در سال ۱۹۷۸، آلن لانگر، استاد روانشناسی دانشگاه هاروارد، آزمایشی انجام داد تا قدرت واقعی این کلمه را اثبات کند. در تحقیق جذاب او، شرکت کنندگان باید سعی می کردند از صفی که جلوی دستگاه کپی ایجاد شده بود، عبور کنند.^[86] گروه اول مجبور بودند از یک جمله ی پیش پا افتاده مانند «بخشید، من فقط پنج صفحه دارم، آیا می توانم فوراً از آنها کپی بگیرم؟» استفاده کنند.

به گروه دوم گفته شد که بگویند: «می خواهم همین الان از دستگاه کپی استفاده کنم.» زیرا من عجله دارم، میشه؟

سومین و آخرین گروه از داوطلبان باید می گفتند: «من می خواهم همین الان از دستگاه کپی استفاده کنم.» زیرا من باید کپی بگیرم. جالب اینجاست که حتی بهانه ای به این نامتقاعدکننده ای گروه سوم هم موفقیت آمیز بود، چرا که ۹۳٪ از افراد حاضر در صف، اولویت را به افراد حاضر در آزمایش دادند. بنابراین، کلمه «زیرا» بود که باعث ایجاد واکنش خودکار در مغز افراد می شد. به طور خلاصه، مهم نیست که یک بحث چقدر دیوانه وار باشد، زیرا اگر از کلمه «زیرا» برای ارائه دلیل استفاده کنید، شانس موفقیت خود را در یک بحث به میزان قابل توجهی افزایش خواهید داد.

اگر مثلاً از عبارتی مانند این استفاده کنید: «*امشب با من به سینما می آیی چون دارند فیلمی را نشان می دهند که اکرانش خوب است؟* بسیار مؤثرتر از آن خواهد بود: «*امشب با من میای سینما؟* مهم نیست چه انگیزه ای می دهید، هر نوع انگیزه ای همچنان مؤثرتر از جمله ای بدون «چون» خواهد بود.

بنابراین، همیشه درخواست خود را با انگیزه بیان کنید، زیرا این دقیقاً همان چیزی است که هست!

ترفند شماره ۲: دقیقاً از همان کلمات طرف مقابل خود استفاده کنید (کلمات داغ)

به کلماتی که طرف مقابلتان در ارتباطاتش استفاده می کند، به ویژه کلماتی که بیشتر از همه به کار می برد، توجه کنید.

اگر شما نیز دقیقاً از همین کلمات استفاده کنید، در مخاطب خود احساس نزدیکی و صمیمیت کامل ایجاد خواهید کرد که باعث می شود شما را به عنوان یک فرد خوب درک کند.

اگر شخصی هنگام توصیف چیزی زیبا، اغلب از کلمه "فوق العاده" استفاده می کند، مثلاً می گوید: «این تعطیلات فوق العاده بود»، "این فیلم فوق العاده است"، اگر می خواهید او را متقاعد کنید که با شما به تعطیلات برود، لازم نیست بگویید «دوست داری به یک جای «فوق العاده» بیایی؟»، چون برای طرف «فوق العاده» این «کلام گرم» اونیست، بلکه برای تأثیرگذاری بر او باید بگویید «دوست داری با من به یک جای «فوق العاده» بری؟»

اگر دقیقاً از این کلمات استفاده کنید، ناخودآگاه شخصی که با او صحبت می کنید احساس می کند که به شما اعتماد دارد و احتمال بیشتری دارد که پیشنهاد شما را بپذیرد. فقط سعی کن باورش کنی!

ترفندهای شماره ۳: کمی سر تکان دهید و آنها با شما موافقت خواهند کرد

گاهی اوقات تنها چیزی که در یک بحث می خواهید به آن برسید این است که از طرف مقابلتان بشنوید که بله می گوید و با شما موافقت می کند. مشکلی نیست! برای دریافت پاسخ مثبت، از این پیام پنهان ساده استفاده کنید: هنگام پرسیدن سوال، کمی سر تکان دادن. در مغز طرف مقابلتان، تکان دادن سر شما نوروں های آینه ای او را فعال می کند و به طور ناخودآگاه به عنوان سیگنالی از موافقت تلقی می شود و این باعث ایجاد یک پاسخ غریزی در اومی شود، یعنی او نیز به نوبه خود سر تکان می دهد و در نهایت پاسخی را که می خواستید به شما می دهد. با این حال، به یاد داشته باشید که همیشه تماس چشمی را حفظ کنید.

در یک مذاکره، اگر می خواهید قرارداد را منعقد کنید و ضمن گفتن «شما باید قرارداد را امضا کنید»، امضا را بگیرید. سرتان را به نشانه ی تأیید تکان دهید (آرام تکان دهید) برای انتقال ناخودآگاه پیام «علامت تأیید». فقط به شما توصیه می کنم اغراق نکنید، زیرا سر تکان دادن خیلی آشکار کمکی نخواهد کرد.

ترفندهای شماره ۴: از شباهت برای غافلگیر کردن حریف خود استفاده کنید

تشبیه، یک آرایه ی بلاغی است که از مقایسه ی دو هویت تشکیل می شود، که در یکی از آنها، به لطف استفاده از قیدهایی مانند «چگونه»، «مانند» و غیره، ویژگی های (یا نقص هایی) مشابه و قابل مقایسه با ویژگی های دیگری می یابیم.

مثال: یک گروه پسر بچه مثل یک گله گرگ است. به لطف شباهت ها، می توانیم مقایسه هایی ایجاد کنیم که فراتر از واقعیت حقایق می روند و تأثیر خاصی در ذهن مخاطب ما خواهند داشت.

درفروش، به لطف آن، می توان انتخابی را که در ابتدا به نظر مهم نمی آمد، مهم دانست.

برای مثال، یکی از دوستان فروشنده ی من از یک مشتری پرسید: «چه تغییری بین نسخه خانگی و نسخه حرفه ای ویندوز وجود دارد؟ او پاسخ داد: «داشتن نسخه خانگی ویندوز کمی کوچک است!» این شباهت حتماً خیلی جالب بود، چون دوستم توانست نسخه حرفه ای را بفروشد.

ترفندهای شماره ۵: اضافه بار حسی

ذهن خودآگاه انسان از نظر توانایی هایش بسیار محدود است، زیرا می تواند حدود ۷ قطعه اطلاعات را به طور همزمان مدیریت کند.

برای مثال، با ارائه اطلاعات زیاد، صحبت سریع و همزمان با ارائه محرک های مختلف (لامسه، بینایی و شنوایی) ذهن مخاطب خود را بیش از حد درگیر می کنیم و باعث ایجاد یک سردرگمی ذهنی لحظه ای در او می شویم و در ذهن او حالتی پذیرا ایجاد می کنیم.

هرگونه تلقینی که دقیقاً در این «حالت تغییر یافته هوشیاری» ارائه شود، عمیق تر خواهد شد و احتمال پذیرش آن توسط گیرنده را افزایش می دهد.

این از دست دادن ظرفیت حیاتی بسیار کوتاه، حدود یک ثانیه، طول می کشد. اضافه بار حسی و سردرگمی ذهنی، استراتژی های زیربنایی تکنیک های القای هیپنوتیزم آنی هستند.

ترفندهای شماره ۶: مدل اغراق

مدل اغراق با تبدیل هر جمله ی طرف مقابل به یک اتهام عاطفی، منجر به تشدید معنای کلمات او می شود که او را تحت کنترل شما قرار می دهد و او را مات و مبهوت می کند.

بیابید این مثال ها را تحلیل کنیم:

«خانم، آیا تا به حال پتانسیل این کرم را تجربه کرده اید؟» «نه، برایم مهم نیست.»

«داری می گی برات مهم نیست پوستت چه شکلیه؟» یا در غیر این صورت:

-«پیشنهاد ما اشتراک یک ساله را فقط با ۶۷ دلار برای شما فراهم می کند.»

-«متأسفم، اما علاقه ای ندارم.»

-«پس، داری می گی که نمی خوای پول پس انداز کنی؟»

همانطور که می بینید، این عملیات ساده است: شما پاسخ مراجع را می گیرید و از ابهام آن برای اغراق در معنایش استفاده می کنید تا جایی که به چیزی اشاره می کنید که مراجع به آن فکر نکرده است.

ترفندهای شماره ۷: مدل سیاه/سفید

این مدل شامل آرائه دو گزینه است که آنها را به عنوان تنها راه های خروج و در مقابل یکدیگر (یکی خوب و دیگری بد) ترسیم می کند.
 «یا قرص های لاغری ما را می خری، یا این شکم را برای همیشه نگه می داری.»

«در زندگی دونده های بازنده و دونده های برنده وجود دارند... که دومی کفش های X می پوشد.»

«نمی خواهی تو را مجبور به خرید این کرم لاغری کنم، انتخاب با خودت است، اما اگر بدون آن از اینجا رفتی، یک سال دیگر با شکایت پیش من برگرد...»

در این صحنه، ترفند این است که انتخاب دیگر را آنقدر دردناک یا چندان آور پیشنهاد دهید که آنها مجبور شوند از توصیه شما پیروی کنند: هر چه کمتر صریح باشید، کمتر می توانید این ترفند را «درک» کنید.

این مدل اغلب در صفحات فروش محصولات دیجیتال استفاده می شود و توهمی از حق انتخاب ایجاد می کند: «حالا انتخاب با شماست: قرص قرمز یا قرص آبی؟ می توانید همین حالا این محصول را سفارش دهید، کسب و کار خود را راه اندازی کنید و اولین درآمد خود را در چند روز آینده دریافت کنید، یا می توانید تصمیم بگیرید که این صفحه را ترک کنید و به لطف شغل کارمندی ضعیف خود، برای همیشه به یک زندگی فلاکت بار ادامه دهید.

ترفندهای شماره ۸: یاد بگیرید که از بدیهیات تقویت شده استفاده کنید

حقیقت گرایی شامل بیان مجموعه ای از ۵ یا بیشتر جمله است که کاملاً درست هستند و بلافاصله پس از آن، یک تلقین را وارد کنید. باید بدانید که اگر بتوانید ذهن یک فرد را طوری تربیت کنید که بارها «بله» بگوید، ذهن آماده بود که به تحریکات بعدی «بله» بگوید.

مامی توانیم از این عبارات در گفتار خود با تکرار آنها و پیوند دادن آنها به عبارت دیگری که رفتاری را که می خواهیم القا کنیم «پنهان» می کند، استفاده کنیم. برای مثال، فرض کنید می خواهید فردی را برای مواجهه با تغییر انگیزه دهید و او را به یادگیری چیزهای جدید تشویق کنید، می توانم به شما بگویم: «به یاد داشته باشید وقتی که در کودکی اولین قدم هایتان را برداشتید، راه رفتن را یاد گرفتید، سپس بدون دانستن دستور زبان، صحبت کردن را یاد گرفتید و سپس خواندن و نوشتن اولین کلمات را یاد گرفتید، امروز می توانید همه این کارها و بسیاری کارهای دیگر را به خوبی انجام دهید، و حالا می توانی چیزهای جدید زیادی یاد بگیری!» می بینید که رفتاری را که می خواهیم القا کنیم، هایلایت کرده ام.

می توانیم معنای بدیهیات را در این فرمول خلاصه کنیم: اگر این درست است، و این یکی درست است، پس این یکی هم درست است.

یک نمونه ی بارز از بدیهیات را می توان در سخنرانی اوباما نیز یافت، زمانی که خطاب به ملت می گوید: «امروز من در مقابل شما ایستاده ام تا بگویم آنچه ما داریم

آنچه که قبلاً به دست آورده ایم، به ما امید می دهد که فردا چه می توانیم و باید به دست آوریم.

این جمله، پس از یک سری بدیهیات، این اطمینان را در شهروندان «ایجاد» می کند که می توانند در آینده نزدیک و در زمینه های دیگر، همان موفقیتی را که در انتخابات به دست آوردند، به دست آورند... جالب است، اینطور نیست؟ اگر بخواهیم یک حقیقت بدیهی را تقویت کنیم، می توانیم یک «تقویت کننده» اضافه کنیم. برای مثال، فرض کنید می خواهیم فردی را برای عضویت در باشگاه ورزشی ترغیب کنیم، می توانم بگویم:

«همه ما می خواهیم اندامی متناسب داشته باشیم، اینطور نیست؟ و همچنین می دانیم که ورزش برای حفظ وزن مهم است، موافقید؟ پس رفتن به باشگاه ورزشی یک راه حل مناسب است، درست است؟»

خب، من بعد از هر ترفندی که انجام داده ام از این استفاده می کنم: «مگه نه؟» «درسته؟» «موافقی؟» اگر در انتهای جمله از تقویت کننده استفاده کنید، شانس گرفتن جواب مثبت را ۱۷٪ افزایش می دهید! نه تنها این، بلکه اگر همزمان با استفاده از تقویت کننده، سرتان را کمی تکان دهید، شانس گرفتن جواب مثبت را ۲۳٪ دیگر نیز افزایش می دهید.

۱۷ + ۲۳ = ۴۰٪ احتمال بیشتری برای گرفتن جواب بله وجود دارد!

این یکی از ساده ترین تکنیک های ارتباطی در دنیاست، درسته؟ و شرط می بندم فکر نمی کردید این تکنیک بتواند اینقدر قدرتمند باشد، نه؟ خب، فکر می کنم از امشب، از به کار بردن آن لذت خواهید برد، اینطور نیست؟

ترفندهای شماره ۹: اتصال ساده

میلتون اچ. اریکسون، یک هیپنوتیزور درمانی مشهور، می گفت: «من دوست دارم تا حد امکان به بیمارانم حق انتخاب بدهم تا کاری را که می خواهم انجام دهند.» «بند» (یا پیش فرض زبانی) یکی از قدرتمندترین و آسان ترین ابزارها برای دادن «ظاهراً» حق انتخاب به کسی و در عین حال «به دام انداختن» او در ایده شما، تقریباً بدون هیچ راه خروجی است. بستن یک تکنیک هیپنوتیزمی است که برای مجبور کردن فرد به انتخاب با کلمات استفاده می شود. به آن «توهم جایگزین» نیز می گویند. بیایید چند مثال ببینیم:

- «می خواهی الان بهم بگی چی اذیتت می کنه یا ترجیح می دی یه کم صبر کنی؟»

- «بعد از اینکه رفتی نان بخری، میشه بیای کیوسک روزنامه فروشی و برای من هم روزنامه بخری؟»

- «کی می خوامی منو ببری سینما؟»
 - «تصمیم گرفتی برای سالگرد ازدواجمون منو به کدوم کشور خارجی ببری؟»

هریک از این سؤالات از قبل یک انتخاب اراییه می دهند، و ترفند این است که واقعیتی را که کمی پنهان است، بدیهی فرض کنیم.
 این تکنیک اغلب در فروش آنلاین استفاده می شود تا فرض شود که خریدار بالقوه کاری را که مامی خواهیم انجام خواهد داد، برای مثال:
 - «هنگام ورود به فرم سفارش، قبل از خرید، حتماً کد تخفیف را وارد کنید تا تخفیف فعال شود»؛
 - «پس از خرید، به قسمت اعضا منتقل می شوید و فوراً به ویدیوهای دوره دسترسی خواهید داشت.»

شما می توانید از این دو عامل برای ایجاد Bind ساده خود استفاده کنید:

۱. **انتخاب:** محصول بعدی که می خری چی خواهد بود؟
۲. **زمان:** فکر می کنید چقدر سریع به اینجا خواهید رسید؟ به یاد داشته باشید: حق انتخاب ندهید؛ تبدیل ها را افزایش دهید!

ترفندهای شماره ۱۰: قدرتِ دوگانگی

اگر Bind ساده را بلد باشید، درک double Bind برای شما بسیار آسان خواهد بود. این دو جایگزین خاص را پیشنهاد می دهد.
 این پیوند حتی قوی تر هم می شود، زیرا تنها کاری که مشتری باید انجام دهد این است که بدون فکر کردن زیاد، یکی را انتخاب کند.
 - «می خوامی با پاستا شراب سفید سفارش بدی یا قرمز؟»
 - «می خواهی فردا یا ماه آینده به خانه جدیدت اسباب کشی کنی؟»
 - «ترجیح می دهید در ردیف جلو بنشینید یا در ردیف وسط برای صندلی VIP؟»
 فرمول ایجاد آن همان Bind ساده است، فقط تا جایی که به کیفیت مربوط می شود، به جای پرسیدن یک سوال باز، دو گزینه خاص را در نظر بگیرید و آنها را پیشنهاد دهید.

«حالا شما دو گزینه برای ادامه دارید. با خرید محصول با پرداخت یکجا، ۹۹۷ دلار پرداخت خواهید کرد و ۲۰٪ صرفه جویی خواهید کرد. اگر پرداخت معوق را ترجیح می دهید، ۳ قسط ۳۳۳ دلاری در دسترس است. شما کمی بیشتر پرداخت خواهید کرد، اما نه همه را یکجا.»

نتیجه گیری

به پایان این بحث جذاب در دنیای روانشناسی تاریک و اجزای مختلفی که طیف وسیعی از جنبه های این مطالعه را تشکیل می دهند، رسیدیم. به همین دلیل، از شما بابت همراهی تا این مرحله سپاسگزاریم. مطمئناً امیدواریم اطلاعاتی پیدا کرده باشید که نه تنها مفید، بلکه خواندن آن نیز جالب باشد.

گام بعدی این است که تکنیک هایی را که آموخته اید در دنیای واقعی به کار ببرید. هدفی را که می خواهید دستکاری کنید پیدا کنید و برخی از تکنیک های مورد علاقه تان را امتحان کنید، چه به معنای تلاش برای کنترل روایت، تلاش برای مدیریت انتظارات هدف تان یا تلاش برای دستکاری باورهای هدف تان باشد. انتظار نداشته باشید که همه چیز را بار اول درست انجام دهید و از شکست نترسید؛ اگر چیزی اشتباه پیش رفت، به سادگی هر چه می توانید از تجربه یاد بگیرید و به سراغ هدف بعدی بروید. یادگیری یک مهارت جدید همیشه یک فرآیند است و شامل یادگیری نحوه دستکاری افراد در دنیای اطراف تان نیز می شود. اگر احساس می کنید که مجبورید، از دستکاری کردن دست بکشید و بعداً به آن برگردید. ناامیدی هرگز برای فرآیند یادگیری خوب نیست و فقط باعث می شود که بخواهید کاملاً تسلیم شوید. تا زمانی که به تلاش ادامه دهید، در نهایت به آنجا خواهید رسید. می دانم که بارها و بارها خودم را تکرار کرده ام، اما به یاد داشته باشید که تمرین، کامل کننده است. وقتی به اندازه کافی تمرین کنید، متوجه خواهید شد که بر تکنیک های دستکاری و تأثیرگذاری تسلط پیدا کرده اید و در مطیع کردن اهداف خود با مشکل بسیار کمی مواجه خواهید شد.

همچنین باید هر از گاهی به این کتاب برگردید و مباحث مطرح شده در آن را از ابتدایی ترین مفاهیم گرفته تا مطالب پیشرفته تر مرور کنید. حتی اگر به طور منظم آموخته های خود را تمرین می کنید، همیشه مرور مطالب برای اطمینان از استفاده صحیح از تکنیک ها ایده خوبی است. تمرین چیز خوبی است، اما فقط زمانی که به جای ایجاد عادت های خوب، عادت های بد را تقویت نمی کنید. بهترین راه برای تشخیص خوب از بد این است که به عقب برگردید و در مورد هر مفهومی که ممکن است با آن دست و پنجه نرم کنید، مطالعه کنید، به جای اینکه اجازه دهید عادت های بد برای آینده ای قابل پیش بینی در شما ریشه بدوانند. اگر در مورد روانشناسی تاریک، هنر دستکاری یا هر یک از مفاهیم یا ... سؤال دیگری دارید،

برای تکنیک هایی که در این کتاب مورد بحث قرار گرفته اند، از تحقیق در مورد موضوعات توسط خودتان نترسید.

درسراسر این کتاب، انگیزه های مختلفی را که افراد سلطه گر برای انجام فعالیت هایشان دارند، بررسی کردیم. علاوه بر این، دلایلی را که چرا افراد سلطه گر به این شیوه رفتار می کنند، بررسی کردیم. علاوه بر این، در مورد چگونگی محافظت از خود در برابر هرگونه تلاش ناخواسته نیز بحث کردیم.

بنابراین، در اینجا به نکات اصلی این بحث اشاره می کنیم.

۱. به طور کلی، افراد فریبکار هیچ خصومت شخصی با شما ندارند. این

یعنی یک فرد فریبکار، وقتی به دنبال سوءاستفاده از شما یا هر قربانی دیگری است، این کار را به خاطر نفرت یا داشتن مشکلی با شما انجام نمی دهد. آنها این کار را به این دلیل انجام می دهند که دستور کاری دارند و اساساً به دنبال هر کسی هستند که بتوانند از او سوءاستفاده کنند. اگر آن شخص شما باشید، باید قبل از اینکه آسیب جدی به شما وارد شود، به آن موضوع رسیدگی کنید.

۲. افراد فریبکار معمولاً افرادی ترسیده و اغلب ناامن هستند که به دنبال طعمه قرار دادن کسی هستند که از خودشان ضعیف تر است.

این چیزی است که باید به خصوص هنگام برخورد با افراد سمی در نظر داشته باشید. به عنوان مثال، قلدرها معمولاً افرادی هستند که احساس ناکافی بودن می کنند و هر کاری از دستشان بریاید انجام می دهند تا دیگران احساس بدتری نسبت به خودشان داشته باشند.

۳. بیشتر افراد سلطه گر به دنبال تایید و محبت هستند. در مورد خاص

افراد خودشیفته، چیزی که واقعاً به دنبال آن هستند دوست داشته شدن است. آنها به دنبال توجه و تأیید اطرافیان خود هستند. با این حال، نگرش سمی آنها، آنها را از رسیدن به خواسته هایشان باز می دارد. در نهایت، آنها هرگونه شباهتی به یک رابطه معنادار را که می تواند آنها را به آنچه بیش از همه می خواهند برساند، از بین می برند.

۴. محافظت در برابر افراد سودجو بسیار آسان تر از آن چیزی است که

فکرمی کنید. با این حال، مستلزم آن است که مرتباً چشم و گوش خود را بازنگه دارید. همچنین، مراقب علایم هشدار دهنده ای که در سراسر این کتاب به آنها اشاره کرده ایم، باشید. با انجام این کار، شما ...

درنهایت، با این کار به فریبکاران می فهمانید که طعمه ی آسانی نیستید و در نهایت، اوضاع بهتری خواهید داشت.

اگر متوجه شدید که هر یک از رفتارهایی را که در این کتاب شرح داده ایم و با رفتارهای افراد سلطه گر سازگار است، از خود نشان می دهید، ایده خوبی است که ارزیابی کنید چه چیزی واقعاً شما را به این رفتار سوق می دهد. شاید چیزی در بیرون وجود دارد که باعث می شود شما کاملاً در مورد خود یا محیط اطرافتان احساس راحتی نکنید. اگر چنین است، شاید درخواست کمک حرفه ای به شما این امکان را بدهد که عمیق تر به ریشه های این نگرش بپردازید. در نهایت، ممکن است این شانس را داشته باشید که دیدگاه بسیار متعادل تری نسبت به زندگی ایجاد کنید.

با کسب تجربه و دانش بیشتر در زمینه روانشناسی تاریکی، قادر خواهید بود تا آنها را بیشتر گسترش دهید و در نتیجه به دانش و درک عمیق تری از این موضوع جذاب دست یابید.

بنابراین، از شما بابت خواندن این کتاب بسیار سپاسگزاریم. اگر آن را مفید و آموزنده یافتید، لطفاً به دوستان، خانواده و همکاران خود در مورد آن بگویید. آنها نیز مطمئناً مانند شما آن را مفید و آموزنده خواهند یافت.

در نهایت، اگر این کتاب را به هر نحوی مفید یافتید، ارسال نظر در آمازون همیشه مورد استقبال قرار می گیرد!

کتابشناسی

- جونابراگر (۲۰۱۶) - نفوذ نامرئی: نیروهای پنهانی که رفتار را شکل می دهند. سیمون و شوستر.
- مورین، سی. (۲۰۱۹) - رمز متقاعدسازی: چگونه نوروماکتینگ می تواند به شما در متقاعد کردن هر کسی کمک کند، هر کجا، هر زمان. وایلی
- تالی شاروت (۲۰۱۸) - ذهن تأثیرگذار: آنچه مغز درباره قدرت ما در تغییر دیگران آشکار می کند. پیکادور آمریکا.
- ونس پاکارد (۲۰۰۷) - متقاعدکنندگان پنهان. انتشارات آی جی.
- بورگ، ب. (۲۰۱۱) - هنر ترغیب: پیروزی بدون ارعاب. کتاب های زندگی شگفت انگیز.
- ریچارد دام. پرلوف (۱۹۹۳) - پویایی های اقناع: ارتباطات و نگرش ها در قرن بیست و یکم، هیلزديل، نیوجرسی: لارنس اربام
- دیل کارنگی (۲۰۱۰) - چگونه دوستان جدیدی پیدا کنیم و بر مردم تأثیر بگذاریم، سیمون و شوستر
- کاسیوپو، جان تی.، پتی، ریچارد ای. (۱۹۸۴) - مدل احتمال بسط اقناع، در پیشرفت ها در تحقیقات مصرف کننده، انجمن تحقیقات مصرف کننده
- رابرت بی. سیالدینی، (۱۹۹۳) - نفوذ: روانشناسی ترغیب (چاپ سوم). انتشارات هارپرکالینز.
- سیالدینی، آر. بی (۲۰۰۱) - تأثیر: علم و عمل (چاپ چهارم). بوستون: انتشارات آلین و بیکن.
- سیالدینی، آر. بی، (۲۰۱۷) - پیش اقناع: روشی انقلابی برای تأثیرگذاری و ترغیب. هارپرکالینز.
- سیالدینی، آر. بی (۲۰۰۱) - علم اقناع. علمی آمریکایی، 290، 32-55.
- اش، جنوب شرقی (۱۹۵۶) - مطالعات استقلال و همنوایی: اقلیتی از یک نفر در برابر اکثریتی متفق القول. تک نگاری های روان شناختی، ۷۰ (کامل)

اش، جنوب شرقی (۱۹۵۱) - اثرات فشار گروهی بر اصلاح و تحریف قضاوت در
H. Guetzkow (ویرایش)

استارچ، دی.، (۱۹۹۶) - سنجش میزان خوانش تبلیغات و نتایج آن. تأثیرات پیام
تبلیغاتی، مک گرا-هیل

- (2002) Kenrick, DT, Neuberg, SL, & Cialdini, RB روانشناسی اجتماعی:
رمزگشایی از یک راز (ویرایش دوم). بوستون: آلین و بیکن.

- (2002) Cialdini, RB و Guadagno, RE ترغیب آنلاین: بررسی تفاوت ها در نفوذ
بین فردی با واسطه کامپیوتر پویایی گروه: نظریه، تحقیق و عمل، 6، 38-51.

- (2002) Sagarin, BJ, Cialdini, RB, Rice, WE, & Serna, SB رفع توهم
آسیب ناپذیری: انگیزه ها و مکانیسم های مقاومت در برابر اقناع مجله شخصیت و
روانشناسی اجتماعی، 83، 326-354.

- (1999) Gornik-Durose, M. Cialdini, RB, Wosinska, W., Barrett, DW, Butner, J. &
دردو فرهنگ: تأثیر افتراقی اثبات اجتماعی و تعهد/ثبات بر جمع گرایان و فردگرایان.
بولتن روانشناسی شخصیت و اجتماعی، 25، 1242-1253.

- (2001) Cialdini, RB, Sagarin, BJ, & Rice, WE آموزش در زمینه نفوذ اخلاقی. در
جی. دارلی، دی. مسیک، و تی. تایلر (ویراستاران). تأثیرات اجتماعی بر رفتار اخلاقی در
سازمان ها (صفحات ۱۳۷-۱۵۳). ماهوا، نیوجرسی: ارلبام.

ای. تورسکی، دی. کانمن (۱۹۷۴) - قضاوت در شرایط عدم قطعیت: اکتشافات و
سوگیری ها. انتشارات دانشگاه کمبریج.

کاهنمن، دی. (۲۰۱۱) - فکر کردن، سریع و آهسته. نیویورک: فرار، استراوس و ژيرو.

۲۴ سوگیری شناختی که درک شما از واقعیت را تحریف می کنند [-warping-reality/
https://www.visualcapitalist.com/24-cognitive-biases](https://www.visualcapitalist.com/24-cognitive-biases-warping-reality/)

- (2013) Galperin, A., & Haselton, MG مدیریت خطا و تکامل سوگیری شناختی
در JP Forgas, K. Fiedler, & C. Sedikides

(ویراستاران)، سمپوزیوم روانشناسی اجتماعی سیدنی، تفکر اجتماعی و رفتار بین فردی (صفحات ۴۵ تا ۶۳). انتشارات روانشناسی.

مارتی جی. هاسلتون، اندرو گالپرین (۲۰۱۱) - مدیریت خطا و تکامل سوگیری شناختی

آیامی خواهید درباره سوگیری های شناختی بیشتر بدانید؟ در این لینک، ۱۸۸ مورد از آنها در یک اینفوگرافیک نشان داده شده است. [/every-single-cognitivebias/](https://www.visualcapitalist.com/every-single-cognitivebias/)
<https://www.visualcapitalist.com>

تورسکی، دی. کانمن (۱۹۸۳) - استدلال بسطی در مقابل استدلال شهودی: مغالطه عطف در قضاوت احتمال

کاهنمن دی.، جک نج جی.، ریچارد تالر آر. (۲۰۰۸) - اثر موهبت: شواهدی از ضررهایی که بیشتر از سودها ارزش دارند، در کتابچه راهنمای نتایج اقتصاد تجربی، جلد ۱، صفحات ۹۳۹-۹۴۸

جک بی. سول، کترین ال. میلکمن، جان دبلیو. پین (۲۰۱۵) - راهنمای کاربر برای رفع سوگیری

ساموئل مک نرنی (۲۰۱۵) - زندگی در دنیای پسا-کانمن

باس دی ام، گومز ام، هیگینز دی اس، لاتربک کی. «تاکتیک های دستکاری»، مجله روانشناسی شخصیت و اجتماعی، جلد ۵۲ شماره ۶، ۱۲۱۹-۱۲۷۹ (۱۹۸۷)

آدلین بیرچ، (۲۰۱۴) - ۳۰ تاکتیک پنهان دستکاری عاطفی: چگونه افراد دستکاری کننده کنترل را به دست می گیرند در روابط شخصی

هوفر، پاول. «نقش دستکاری در شخصیت ضد اجتماعی مجله بین المللی درمان مجرم و جرم شناسی تطبیقی، جلد ۳۳ شماره ۲، ۹۱-۱۰۱ (۱۹۸۹)

کرافورد، کریگ (۲۰۰۷). سیاست زندگی: ۲۵ قانون برای بقا در جهانی بی رحم و سلطه گر

کارسون، توماس ال. (۲۰۱۲). دروغگویی و فریب: نظریه و عمل انتشارات دانشگاه آکسفورد.

دانتالیون، جی. (۲۰۰۸) - الگوهای زبانی کنترل ذهن. انتشارات کنترل ذهن.

جان مارکس (۱۹۷۹) - جستجو برای کاندیدای منچوری: سیا و کنترل ذهن، تایمز بوکز، صفحه ۷۷

برم، اس. اس، و برم، جی. دبلیو (۲۰۱۳) - واکنش روانشناختی: نظریه ای در باب آزادی و کنترل. انتشارات آکادمیک. کریستی، آر.، و گیس، فلوریدا (۲۰۱۳).

جیمز، او. (۲۰۱۸). بمباران عشق: ترموستات عاطفی فرزندان را دوباره تنظیم کنید. روتلج

دیلتنس، ر.، (۲۰۱۷). تردستی: جادوی تغییر باور از طریق گفتگو. گروه استراتژی دیلتز

بندلر، ر. (۱۹۹۲). جادو در عمل. انتشارات متا.

براون، دی. (۲۰۰۷) - ترفندهای ذهن. کتاب های کانال ۴.

جوناسون، پی. کی.، لی، ان. پی.، وبستر، جی. دی.، و اشمیت، دی. پی. (۲۰۰۹). «سه گانه تاریک: تسهیل یک استراتژی جفت گیری کوتاه مدت در مردان مجله اروپایی شخصیت».

برستن، بن. «شخصیت فریکار»، بایگانی روانپزشکی عمومی، جلد 26 شماره 4، 318-321 (1972)

کریستی، آر.، و گیس، فلوریدا (۲۰۱۳) - مطالعات ماکیاولیسم. انتشارات آکادمیک.

بهاری، دبلیو. (۲۰۱۳) - خلع سلاح فرد خودشیفته: بقا و شکوفایی با فرد خودشیفته. انتشارات نیو هاربینجر.

آگلیتا، ام. ربروکس، ا. بایک، پ. «دستکاری روانی در محل کار»، در گاکونو، سی بی (ویراستار)، ارزیابی بالینی و پزشکی قانونی روان پریشی: راهنمای پزشک، ارلبام، ماهوا، نیوجرسی، صفحات ۲۸۷-۳۱۱. (۲۰۰۰)

تیلور، ک. (۲۰۰۶) - شستشوی مغزی: علم کنترل فکر. انتشارات دانشگاه آکسفورد.

شستشوی مغزی، انتشارات دانشگاه آکسفورد،

صفحات 358-457

(- 2000) Dennis M. Kowal

شاین، ادگار اچ. (۱۹۷۱) - ترغیب اجباری: یک رویکرد اجتماعی-روانشناختی تحلیل «شستشوی مغزی» زندانیان غیر نظامی آمریکایی توسط کمونیست های چینی. نیویورک، دبلیو دبلیو نورتن

ال جی وست (۱۹۸۹) - تکنیک های اقناع در فرقه های معاصر: رویکردی در حوزه سلامت عمومی، واشنگتن، فرقه ها و جنبش های جدید مذهبی انجمن روانپزشکی آمریکا

بروملی، دی.، و ملتون، جی. (۲۰۰۲) - فرقه ها، دین و خشونت. انتشارات دانشگاه کمبریج

آنتونی دیک (۱۹۹۹) «شبه علم و ادیان اقلیت: ارزیابی نظریه های شستشوی مغزی ژان ماری». تحقیقات عدالت اجتماعی. 12 (4)، صفحات ۲۵۰-۳۶۴

سیمون، جورج کی (۱۹۹۶) در لباس گوسفند: درک و برخورد با افراد حيله گر

الساندرا، تونی (۱۹۹۲) فروش غیر دستکاری شده

به جلو، سوزان. باج گیری عاطفی (۱۹۹۷)

کلاته، بیل و تامپسون، کیت. (2007) خیلی سخته که عاشقت باشن: وقتی عزیزت داره دستکاری می کنه، محتاجه، صادق نیست یا معتاده، عاقل بمونین

چادرتون، سی.، و کرافت، آر. (2006). «چه کسی دارد سر چه کسی کلاه می گذارد؟ مطالعه ای در باب همدستی، اغوا و فریب در بازار. مجله مسئولیت اجتماعی

باس، دی ام، و اشمیت، دی پی (۱۹۹۳). «نظریه استراتژی های جنسی: یک دیدگاه تکاملی در مورد جفت گیری انسان بررسی روانشناختی.

مک میلان، دینا ال. (۲۰۰۸) - اما او می گوید دوستم دارد: چگونه از گرفتار شدن در یک رابطه ی فریبکارانه اجتناب کنیم

مورفی، کریستوفر ام.؛ اولیری، کی. دانیل (۱۹۸۹). «پرخاشگری روانی، پرخاشگری فیزیکی را در اوایل ازدواج پیش بینی می کند»

مک کوی، دوروتی (۲۰۰۶) مرد حيله گر: رفتار او را شناسایی کنید، با سوءاستفاده مقابله کنید، کنترل را دوباره به دست بگیرید

ناتان بلازاک (۲۰۰۴). چگونه بدون گیر افتادن، کسی را هیپنوتیزم کنیم؟ ترفندهای زندگی

کوبین هوگان (۲۰۰۶). هیپنوتیزم پنهان: راهنمای اپراتور. انتشارات شبکه ۳۰۰۰.

کوپن‌هولگان و جیمز اسپیکمن (۲۰۰۶). *ترغیب پنهان: تاکتیک‌ها و ترفندهای روانشناختی برای پیروزی در بازی‌های*

گلن تویدل (۲۰۱۰). *فروش هیپنوتیزمی پیشرفته*. انتشارات گلن تویدل.

استیون پلیاری (۲۰۰۹). *هنر هیپنوتیزم پنهان*. ترفندهای زندگی

ریچارد بندلر، جان گریندر (۱۹۹۶) / *لگوهای تکنیک‌های هیپنوتیزم میلتن اچ. اریکسون، گریندر و همکاران*

آبرامسون، کیت (۲۰۱۴) - *روشن کردن چراغ‌ها با چراغ‌گازی*. دیدگاه‌های فلسفی. صفحه ۲۸

استرن، رابین (۲۰۰۸) *ثر چراغ‌گازی: چگونه دستکاری پنهانی که دیگران برای کنترل زندگی شما استفاده می‌کنند را تشخیص داده و از آن جان سالم به در ببرید*

پیز، آلن و باربارا (۲۰۰۴) *کتاب جامع زبان بدن*. کتاب‌های اوریون

آلبرت محرابیان پیام‌های خاموش: *انتقال ضمنی احساسات و نگرش‌ها*، وادزورث، بلمونت، کالیفرنیا، ۱۹۸۱

آلبرت محرابیان *ارتباط غیرکلامی*، آلدین-آرتون، شیکاگو ۱۹۷۲

بردبری، اندرو (۲۰۰۶) - «صحبت کردن با زبان بدن» در کتاب «مهارت‌های NLP خود را توسعه دهید» نوشته کوگان پیچ

فاست، جولیوس (۲۰۱۴). *زبان بدن*. رسانه جاده باز

کندلر، وندی؛ و لیل-مارتین، دایان. (2006) - *زبان اشاره و جهانی‌های زبانی*. انتشارات دانشگاه کمبریج.

وریج، آلدت؛ هارتویگ، ماریا؛ (2019) (Granhag, Pär Anders). «*دروغ خوانی: ارتباط غیرکلامی و فریب*». روانشناسی.

آلن جی. فریدلند (۱۹۹۴) - *حالت چهره انسان*. انتشارات آکادمیک.

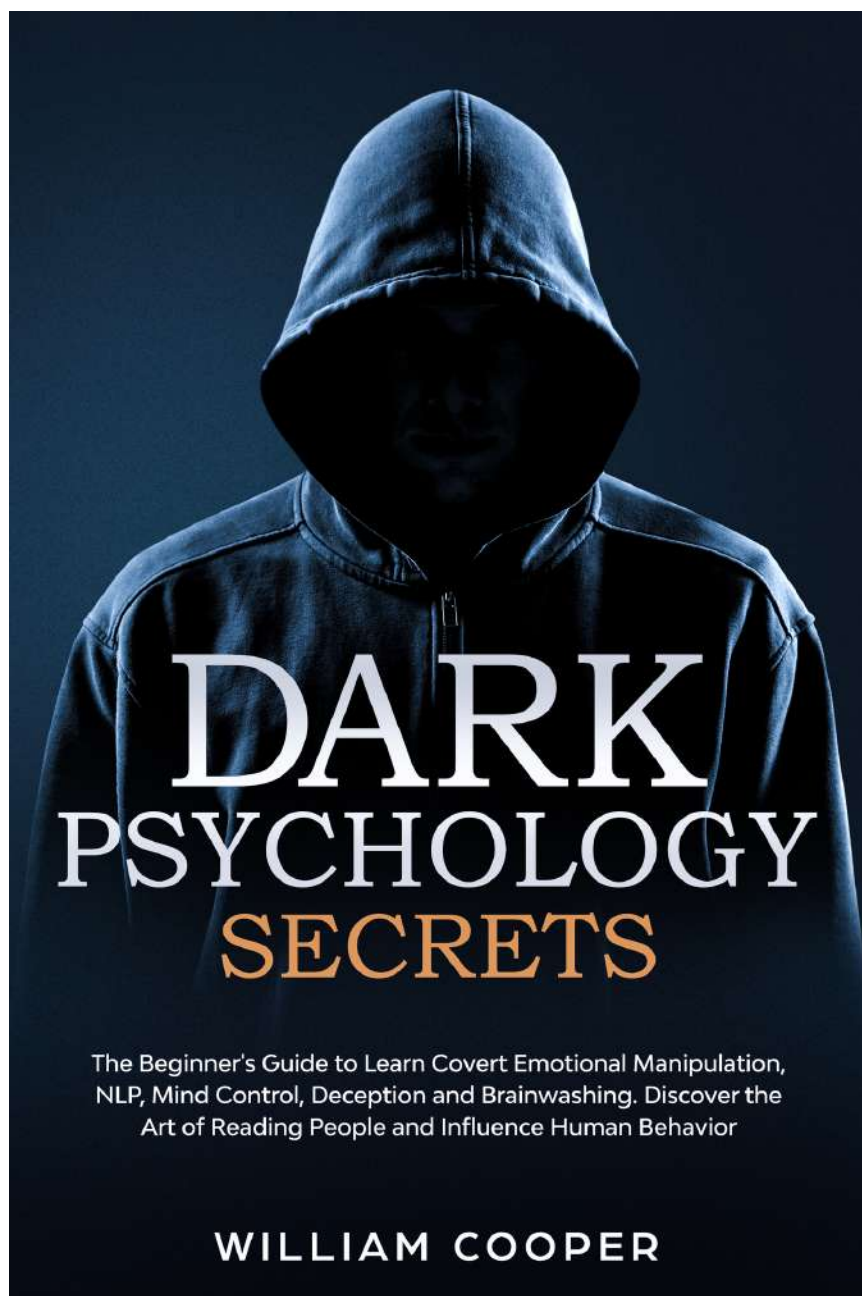
جی راسل؛ جی ام فرناندز دولز (1997). *روانشناسی حالات چهره*. انتشارات دانشگاه کمبریج.

اکمن، پاول (۲۰۰۹) آشکار شدن احساسات: شناخت چهره ها و احساسات برای بهبود ارتباطات و مهارت های عاطفی کتاب های زندگی مالور

اکمن، پاول (۱۹۹۳) «بیان چهره و احساسات». روانشناس آمریکایی

نوام، چامسکی (۲۰۱۱) - کنترل رسانه ها: دستاوردهای چشمگیر تبلیغات. انتشارات هفت داستان

کتاب از همین نویسنده



[https://www.amazon.com/dp/ B08LCNB1VX](https://www.amazon.com/dp/B08LCNB1VX)

- [1] ونس پاکارد (۲۰۰۷) - *متقاعدکنندگان پنهان*. انتشارات آی جی.
- [2] () کاهنمن، دی. (۲۰۱۱) - فکر کردن، سریع و آهسته. نیویورک: فرار، استراوس و ژيرو. ای. تورسکی، دی. کانمن (۱۹۷۴) - *قضاوت در شرایط عدم قطعیت: اکتشافات و سوگیری ها*. انتشارات دانشگاه کمبریج.
- [3] (-) Galperin, A., & Haselton, MG (2013) - *مدیریت خطا و تکامل سوگیری شناختی در جی. پی. فورگاس، کی. فیدلر، و سی. سدیکیدس (ویراستاران)، سمپوزیوم روانشناسی اجتماعی سیدنی. تفکر اجتماعی و رفتار بین فردی (صفحات ۴۵-۶۳). انتشارات روانشناسی. آیامی خواهید درباره سوگیری های شناختی بیشتر بدانید؟ در این لینک، ۱۸۸ مورد از آنها در یک اینفوگرافیک آمده است. bias-https://www.visualcapitalist.com/every-single-cognitive*
- [3] () ریچارد ام. پرلوف (۱۹۹۳) - *پویایی های اقناع: ارتباطات و نگرش ها در قرن بیست و یکم*. هیلزديل، نیوجرسی: لارنس اربلام.
- [4] () ریچارد ام. پرلوف - *پویایی های اقناع: ارتباطات و نگرش ها در قرن بیست و یکم*. هیلزديل، نیوجرسی: لارنس اربلام، ۱۹۹۳.
- [5] () رابرت بی. سیالدینی، (۱۹۸۴) - *نفوذ: روانشناسی ترغیب*. هارپرکالینز.
- [6] (-) Galperin, A., & Haselton, MG (2013) - *مدیریت خطا و تکامل سوگیری شناختی در جی. پی. فورگاس، کی. فیدلر، و سی. سدیکیدس (ویراستاران)، سمپوزیوم روانشناسی اجتماعی سیدنی. تفکر اجتماعی و رفتار بین فردی (صفحات ۴۵ تا ۶۳). انتشارات روانشناسی.*
- [7] () سیالدینی، آر. بی. (۲۰۰۱) - *علم اقناع*. علمی آمریکایی، 290، 31-54.
- [8] () جونا برگر، (۲۰۱۶) - *نفوذ نامرئی: نیروهای پنهانی که رفتار را شکل می دهند*. سیمون و شوستر.
- [9] (-) Cialdini, RB, Wosinska, W., Barrett, DW, Butner, J. & Gornik-Durose, M. (1999) - *یک درخواست در دو فرهنگ: تأثیر متفاوت اثبات اجتماعی و تعهد/سازگاری در مورد جمع گرایان و فردگرایان*. بولتن روانشناسی شخصیت و اجتماعی، 25، 1242-1253.
- [10] () سیالدینی، آر. بی. (۲۰۰۱) - *تأثیر: علم و عمل (ویرایش چهارم)*. آلین و بیکن.
- [11] () سیالدینی، آر. بی. (۲۰۱۷) - *پیش اقناع: روشی انقلابی برای تأثیرگذاری و ترغیب*. هارپرکالینز.
- [12] () اش، جنوب شرقی (۱۹۵۶) - *مطالعات استقلال و همنوایی: اقلیتی از یک نفر در برابر اکثریتی متفق القول*. تک نگاری های روان شناختی، ۷۰ (مجموعه شماره ۴۱۶).
- اش، جنوب شرقی (۱۹۵۱) - *اثرات فشار گروهی بر اصلاح و تحریف قضاوت در H. Guetzkow (ویرایش)*
- [13] () کارسون، توماس ال. (۲۰۱۲) - *دروغگویی و فریب: نظریه و عمل*. انتشارات دانشگاه آکسفورد.

- [14] () کارسون، توماس ال. (۲۰۱۲) - دروغ‌گویی و فریب: نظریه و عمل انتشارات دانشگاه آکسفورد.
- [15] () بورگ، ب. (۲۰۱۱) - هنر ترغیب: پیروزی بدون ارعاب. کتاب های زندگی شگفت انگیز.
- [16] () مورین، سی. (۲۰۱۹) - رمز متقاعدسازی: چگونه نورومارکتینگ می تواند به شما در متقاعد کردن هر کسی کمک کند، هر کجا، هر زمان. وایلی
- [17] () ديلتز، ر.، (۲۰۱۷) - تردستی: جادوی تغییر باور از طریق گفتگو. گروه استراتژی ديلتز
- [18] () تالی شاروت. (۲۰۱۸) - ذهن تأثیرگذار: آنچه مغز درباره قدرت ما در تغییر دیگران آشکار می کند. پیکادور آمریکا.
- [19] () کوین هوگان و جیمز اسپیکمن (۲۰۰۶) - ترغیب پنهان: تاکتیک ها و ترفندهای روانشناختی برای پیروزی در بازی وایلی
- [20] () استارچ، دی.، (۱۹۹۶) - سنجش میزان خوانش تبلیغات و نتایج آن. تأثیرات پیام تبلیغاتی، مک گرا-هیل
- [21] () جونا برگر، (۲۰۱۶) - نفوذ نامرئی: نیروهای پنهانی که رفتار را شکل می دهند. سیمون و شوستر.
- [22] () کانمن دی.، [جک کنتش](#) جی.، [ریچارد تالر](#) آر. (۲۰۰۸) - اثر موقوفه: شواهدی از ضررهایی که بیش از سود ارزش دارند، در [کتابچه راهنمای نتایج اقتصاد تجربی](#)، جلد ۱، صفحات ۹۴۸-۹۳۹
- [23] () جیمز، ا. (۲۰۱۸) - بمباران عشق: ترموستات عاطفی فرزندان را دوباره تنظیم کنید. روتلج
- [24] () آبرامسون، کیت (۲۰۱۴) - «روشن کردن چراغ ها در چراغ گازی». دیدگاه های فلسفی. ص ۲۸
- [25] () استرن، رابین - اثر چراغ گاز: چگونه دستکاری پنهانی که دیگران برای کنترل زندگی شما استفاده می کنند را تشخیص داده واز آن جان سالم به در ببرید (۲۰۰۸)
- [26] () دانتالیون، جی. (2008) - [الگوهای زبانی کنترل ذهن](#). انتشارات کنترل ذهن.
- [27] () جان مارکس (۱۹۷۹) - جستجو برای کاندیدای منچوری: [سیا و کنترل ذهن](#)، تایمز بوکز، صفحه ۷۷
- [28] () کاسیوپو، جان تی.، پتی، ریچارد ای. (۱۹۸۴) - [مدل احتمال بسط اقناع](#)، در پیشرفت ها در تحقیقات مصرف کننده، [انجمن تحقیقات مصرف کننده](#)
- [29] () فوروارد، سوزان (۱۹۹۷) - [باج گیری عاطفی](#). زندگی فوق العاده کتاب ها.
- [آدین بیرج](#)، (۲۰۱۴) ۳، تاکتیک پنهان دستکاری عاطفی: چگونه افراد دستکاری کننده کنترل را به دست می گیرند در روابط شخصی

- [30] () بورگ، ب. (۲۰۱۱) - هنر ترغیب: پیروزی بدون ارباب. کتاب های زندگی شگفت انگیز.
- [31] () آدین بیرچ، (۲۰۱۴) - ۳ تاکتیک پنهان دستکاری عاطفی: چگونه افراد دستکاری کننده کنترل را به دست می گیرند در روابط شخصی
- [32] () چادرتون، سی.، و کرافت، آر. (2006) - «چه کسی دارد سر چه کسی کلاه می گذارد؟ مطالعه ای در باب همدستی، اغوا و فریب در بازار. فصلنامه مسئولیت اجتماعی.
- [33] () مک میلان، دینا ال. (2008) اما او می گوید مرا دوست دارد: چگونه از گرفتار شدن در دام او جلوگیری کنیم در یک رابطه ی فریبکارانه
- [34] () باس، دی ام، و اشمیت، دی پی (۱۹۹۳) - «نظریه استراتژی های جنسی: یک دیدگاه تکاملی در مورد جفت گیری انسان بررسی روانشناختی.
- [35] () جوناسون، پی. کی.، لی، ان. پی.، وبستر، جی. دی.، و اشمیت، دی. پی. (۲۰۰۹) - «سه گانه تاریک: تسهیل یک استراتژی جفت گیری کوتاه مدت در مردان مجله اروپایی شخصیت.
- [36] () بورستن، بن. (۱۹۷۲) - «شخصیت فریبکار»، بایگانی روانپزشکی عمومی، جلد 26 شماره 4، 318-321
- [37] () بهاری، دبلیو. (۲۰۱۳) - خلع سلاح فرد خودشیفته: بقا و شکوفایی با فرد خودشیفته. انتشارات نیو هاربینجر.
- [38] () نیکولو ماکیاولی (۲۰۱۵) - شاهزاده خانه زفیر.
- [39] () کریستی، آر.، و گیس، فلوریدا (۲۰۱۳) - مطالعات ماکیاولیسم. انتشارات آکادمیک.
- [40] () آگلیتا، ام. ربیوکس، ا. بایک، پ. «دستکاری روانی در محل کار»، در گاکونو، سی بی (ویراستار)، ارزیابی بالینی و پزشکی قانونی روان پریشی: راهنمای پزشک، ارباب، ماهوا.
- [41] () کرافورد، کریگ (۲۰۰۷) - سیاست زندگی: ۲۵ قانون برای بقا در جهانی بی رحم و سلطه گر
- [42] () بندلر، ر. (۱۹۹۲) - جادو در عمل. انتشارات متا.
- [43] () بندلر آر.، گریندر جی. (۱۹۷۵) - ساختار جادو، کتاب های علوم و رفتار
- [44] () بندلر آر.، گریندر جی. (۱۹۹۶) - الگوهای تکنیک های هیپنوتیزم میلتن اچ. اریکسون، گریندر و همکاران
- [45] () آلبرت محرابیان، پیام های خاموش: انتقال ضمنی احساسات و نگرش ها، وادزورث، بلمونت، کالیفرنیا، ۱۹۸۱، به قلم آلبرت محرابیان، ارتباط غیرکلامی، آدین-آرتون، شیکاگو ۱۹۷۲.
- [46] (Miles, LK, Nind, LK, & Macrae, CN) 2009 - (ریتم ارتباط: هماهنگی بین فردی و ادراک اجتماعی. مجله روانشناسی اجتماعی تجربی، 45(3)، 589-585.

- [47] (- 2017) Kinreich, S., Djalovski, A., Kraus, L., Louzoun, Y., & Feldman, R. (هماهنگی مغز با مغز در طول تعاملات اجتماعی طبیعی گزارش های علمی، ۷، ۱۷۰۶۰.
- [48] () بندلر، ر. (۱۹۹۲) -جادو در عمل. انتشارات متا.
- [49] () ناتان بلازاک (۲۰۰۴) - چگونه بدون گیر افتادن، کسی را هیپنوتیزم کنیم؟ شرکت ترفندهای زندگی. کوین هوگان (۲۰۰۶). هیپنوتیزم پنهان: راهنمای اپراتور. انتشارات شبکه ۳۰۰۰.
- [50] () بندلر آر، گریندر جی. (۱۹۹۶) -الگوهای تکنیک های هیپنوتیزم میلتون اچ. اریکسون، گریندر و همکاران
- [51] () پلیاری س. (۲۰۰۹) -هنر هیپنوتیزم پنهان. ترفندهای زندگی در دستی: جادوی تغییر باور از طریق گفتگو. گروه استراتژی دیلتز دیلتس، ر. (۲۰۱۷).
- [52] () بندلر آر، گریندر جی. (۱۹۹۶) -الگوهای تکنیک های هیپنوتیزم میلتون اچ. اریکسون، گریندر و همکاران
- [53] () گلن تویدل (۲۰۱۰) -فروش هیپنوتیزمی پیشرفته. انتشارات گلن تویدل.
- [54] () مک میلان، دینا ال. (2008) *اما او می گوید مرا دوست دارد: چگونه از گرفتار شدن در دام او جلوگیری کنیم* دریک رابطه ی فریبکارانه
- [55] () مورفی، کریستوفر ام.؛ اولیری، کی. دانیل (۱۹۸۹) -«پرخاشگری روانی، پرخاشگری فیزیکی را در اوایل ازدواج پیش بینی می کند.
- [56] () دانتالیون، جی. (2008) -الگوهای زبانی کنترل ذهن. انتشارات کنترل ذهن.
- [57] () کرافورد، کریگ (۲۰۰۷) -سیاست زندگی: ۲۵ قانون برای بقا در جهانی بی رحم و سلطه گر
- [58] () دنیس ام. کووال (۲۰۰۰) -شستشوی مغزی، انتشارات دانشگاه آکسفورد، صفحات ۳۱۷-۴۴۷
- [59] () تیلور، ک. (2006) -شستشوی مغزی: علم کنترل فکر. انتشارات دانشگاه آکسفورد.
- [60] () ال جی وست (۱۹۸۹) -تکنیک های اقناع در فرقه های معاصر: رویکردی در حوزه سلامت عمومی، واشنگتن، فرقه ها و جنبش های جدید مذهبی انجمن روانپزشکی آمریکا
- [61] () شاین، ادگار اچ. (۱۹۷۱) -اقناع اجباری: تحلیلی اجتماعی-روانشناختی از «شستشوی مغزی» زندانیان غیرنظامی آمریکایی توسط کمونیست های چینی، نیویورک، دبلیو دبلیو نورتون
- [62] () جیمز، او. (۲۰۱۸). *بمباران عشق: ترموستات عاطفی فرزندان را دوباره تنظیم کنید*. روتلج
- [63] () پیز، آلن و باربارا (۲۰۰۴). *کتاب جامع زبان بدن*. خانه اوریون، لندن: انتشارات اوریون
- [64] () بردبری، اندرو (2006) - «زبان بدن در گفتگو» در صفحه کوگان، مهارت های NLP خود را توسعه دهید

- [65] () فست، جولیوس (۲۰۱۴) - زبان بدن. رسانه جاده باز
- [66] () فست، جولیوس (۲۰۱۴) - زبان بدن. رسانه جاده باز
- [67] () اکمن، پاول (۱۹۹۳) - «بیان چهره و احساسات». روانشناس آمریکایی.
- [68] () اکمن، پاول (۲۰۰۹) - آشکار شدن احساسات: شناخت چهره ها و احساسات برای بهبود ارتباطات و مهارت های عاطفی کتاب های زندگی مالور
- [69] () اکمن، پاول (۲۰۰۹) - آشکار شدن احساسات: شناخت چهره ها و احساسات برای بهبود ارتباطات و مهارت های عاطفی کتاب های زندگی مالور
- [70] () اکمن، پاول (۲۰۰۹) - آشکار شدن احساسات: شناخت چهره ها و احساسات برای بهبود ارتباطات و مهارت های عاطفی کتاب های زندگی مالور
- [71] () کارسون، توماس ال. (۲۰۱۲) - دروغ‌گویی و فریب: نظریه و عمل انتشارات دانشگاه آکسفورد.
- [72] () کارسون، توماس ال. (۲۰۱۲) - دروغ‌گویی و فریب: نظریه و عمل انتشارات دانشگاه آکسفورد.
- [73] - (2019) Granhag, Pär Anders هارتویگ، ماریا؛ (Vrij, Aldert) «خواندن دروغ: ارتباط غیرکلامی و فریب‌بررسی سالانه روانشناسی.
- [74] () کارسون، توماس ال. (۲۰۱۲) - دروغ‌گویی و فریب: نظریه و عمل انتشارات دانشگاه آکسفورد.
- [75] - (2019) Granhag, Pär Anders هارتویگ، ماریا؛ (Vrij, Aldert) «خواندن دروغ: ارتباط غیرکلامی و فریب‌بررسی سالانه روانشناسی.
- [76] () جونا برگر، (۲۰۱۶) - نفوذ نامرئی: نیروهای پنهانی که رفتار را شکل می دهند. سیمون و شوستر.
- [77] () تالی شاروت (۲۰۱۸) - ذهن تأثیرگذار: آنچه مغز درباره قدرت ما در تغییر دیگران آشکار می کند. پیکادور آمریکا.
- [78] () جونا برگر، (۲۰۱۶) - نفوذ نامرئی: نیروهای پنهانی که رفتار را شکل می دهند. سیمون و شوستر.
- [79] () تالی شاروت (۲۰۱۸) - ذهن تأثیرگذار: آنچه مغز درباره قدرت ما در تغییر دیگران آشکار می کند. پیکادور آمریکا.
- [80] () جونا برگر، (۲۰۱۶) - نفوذ نامرئی: نیروهای پنهانی که رفتار را شکل می دهند. سیمون و شوستر.
- [81] () مورین، سی. (۲۰۱۹) - رمز متقاعدسازی: چگونه نورومارکتینگ می تواند به شما در متقاعد کردن هر کسی کمک کند. هرکجا، هر زمان. وایلی
- [82] () تالی شاروت (۲۰۱۸) - ذهن تأثیرگذار: آنچه مغز درباره قدرت ما در تغییر دیگران آشکار می کند. پیکادور آمریکا.

[83] () چادرتون، سی.، و کرافت، آر. (2006) -«چه کسی دارد سر چه کسی کلاه می گذارد؟ مطالعه ای در باب همدستی، اغوا و فریب در بازار. فصلنامه مسئولیت اجتماعی.

[84] () باس، دی ام، و اشمیت، دی پی (۱۹۹۳) -«نظریه استراتژی های جنسی: یک دیدگاه تکاملی در مورد جفت گیری انسان بررسی روانشناختی

[85] () نوام، چامسکی (۲۰۱۱) -کنترل رسانه ها: دستاوردهای چشمگیر تبلیغات. انتشارات هفت داستان