

Manipulacje z gracją

Rozmowa z prof. Dariuszem Dolińskim, psychologiem społecznym, o technikach manipulacji, po jakie sięgają oszuści, zgubnych skutkach wysokiej samooceny i pułapkach, jakie zastawiamy na siebie samych.

ILUSTRACJE PATRYK SROCYŃSKI



MARCIN PIĄTEK: – **Rynek kryptowalut widział już wiele oszustw, najnowsze to upadek giełdy Zondacrypto. Jej klienci wyrzucają sobie, że nie zauważali znaków ostrzegawczych. Ale jednocześnie byli obiektami marketingowej ofensywy tej giełdy, w jej uwiarygodnianiu brali udział politycy prawicy, sportowcy i aktorzy. Czy można było uniknąć oszustwa?**

DARIUSZ DOLIŃSKI: – W piramidach finansowych, a zdaje się, że to ten przypadek, dochodzi jeszcze jeden zwodniczy element, mianowicie na początku funkcjonowania mechanizmu nagłaśnia się przypadki inwestorów, którzy osiągnęli zysk. Szerzy się marketing szeptany. A produktów finansowych nie można przymierzyć jak choćby spodni. One są jak szampon, trzeba je kupić, żeby się przekonać o jakości. W przypadku kryptowalut mamy też aurę nowoczesności.

Późną jesienią, gdy giełda została sponsorem Polskiego Komitetu Olimpijskiego, odgrzana została historia czarnej przeszłości tej firmy. Mimo to ludzie nadal kupowali tam kryptowaluty. Dlaczego?

Najprawdopodobniej już wcześniej podjęli decyzję, że zainwestują tam pieniądze, a gdy się ktoś rozpędzi, często żadne argumenty do niego nie docierają. Nie zwraca uwagi na ostrzeżenia, ignoruje je, uważa za niewiarygodne, a nawet za element nieuczciwej kampanii ze strony konkurencji. Na swój sposób racjonalizuje podjętą decyzję, jednocześnie działa nieracjonalnie i nie chce się już zagłębiać w rozważania, czy to na pewno uczciwa firma. Na to nakłada się inny problem: częściej żałujemy tego, czego nie zrobiliśmy, niż tego, co zrobiliśmy. Jest to szczególnie widoczne w przypadkach dotyczących inwestowania pieniędzy. Człowiek nie chce mieć poczucia, że inni zaryzykowali, świetnie zarobili, a jego to ominęło dlatego, że nie podjął ryzyka.

Czy każdego da się zmanipulować?

Nasza czujność jest osłabiona, bo jesteśmy zalewani marketingiem. Oblicza się, że do mieszkańca dużego miasta dociera codziennie 1,1 tys. reklam. W mediach czy filmach szerzy się *product placement*, znany u nas pod nazwą, która niezbyt mi się podoba, czyli lokowanie produktu. Jakiś czas temu wprowadzono przepisy nakazujące uprzedzanie o takiej formie marketingu. Okazało się, że dzięki temu widzowie zaczęli zwracać uwagę na to, czego ta informacja dotyczy, przyglądać się produktowi, a nawet stali się bardziej skłonni, by go wypróbować. Czyli skutek był odwrotny do zamierzonego.

Reklama to manipulacja?

Prowadziliśmy kiedyś badania dotyczące wpływu reklam na odbiorców. Pytaliśmy ankietowanych: „W jakim stopniu reklama działa na ciebie?”, ale również: „W jakim stopniu działa na przeciętnego Polaka?”. Proszę sobie wyobrazić, że tylko 6 proc. pytanym przyznało, że reklama ma na nich większy wpływ niż na statystycznego rodaka. Podstawowy wniosek z tego badania był następujący: o sobie myślimy lepiej niż o innych. Zdecydowana większość Polaków mówi: aniołem nie jestem, ale na pewno jestem lepszy, bardziej uczciwy od przeciętnego.

Na kryptowalutach też znam się lepiej niż Kowalski z Nowakiem.

Ten efekt – lepszy od przeciętnego – służy podtrzymywaniu wysokiej samooceny. Ona sama w sobie jest zdrowa i bywa zasadna, ale może

prowadzić do pułapek. Taki optymizm jest pożądany, ale gdy się bezrefleksyjnie patrzy na inwestycje kryptowalutowe – a ten rynek jest przecież stosunkowo młody, nieznan, nie podlega regulacjom i trudno mówić o tym, że przeciętny Polak porusza się na nim z wyczuciem – to można słono zapłacić.

Gdybym miał ochotę na manipulację, też bym pomasaował ego adresata.

Słusznie. Oszuści mówią często: „Rozmawiam z wieloma ludźmi, nie wszyscy łapią, o co chodzi, ale pan wygląda na inteligentną osobę i już widzę, że wyczuwa pan, jak zbić dobry interes”. Jeżeli w ten sposób namawia się na inwestycje, odmowa jest równoznaczna z przyznaniem się do niezrozumienia tematu, do deficytu poznawczego. Odwoływanie się do mechanizmów egotycznych jest wyjątkowo skuteczne.

Jedna z moich magistrantek pracowała dla pewnego salonu samochodowego. Jej zadaniem było namawianie klientów do kontynuacji serwisowania zakupionego samochodu w autoryzowanych stacjach tej marki, co jest przecież droższe niż rutynowe przeglądy i naprawy w zwykłych serwisach. Jej skuteczność była niezbyt imponująca, ale gdy odwołała się podczas rozmów do badań, z których wynikało, że na korzystanie z ASO decydują się ludzie przezorni i racjonalni, poprawiła wyniki ponaddwukrotnie.

Manipulatorzy wiedzą, że przekonywać trzeba z wyczuciem, gdyż osoba nadmiernie naciskana może zareagować oporem i zniweczyć plan. Jeszcze sprytniejsze jest sięganie po formułki: „I tak pan zrobi, co uważa za stosowne” albo „Decyzja należy do pana”. To niby oczywista kwestia, wiadomo, że decyzja należy do mnie, ale takie upodmiotowienie sprawia, że łatwiej spełnia się oczekiwania manipulatora.

Rok temu opisywałem historie ludzi oszukanych w piramidzie finansowej stworzonej przez Piotra Tymochowicza, byłego doradcę od politycznego wizerunku. Też oferował kryptowalutowe tokeny. Słyszeli od niego: to wasza decyzja, niech wolność wyboru doprowadzi was do wolności finansowej. W ich relacjach powracało zauroczenie tzw. autorytetem. Że człowiek znany nie może dopuścić się oszustwa.

Znamienne, że nie mieli do czynienia z autorytetem z dziedziny finansów lub inwestycji kapitałowych, a wystarczało im, że to tzw. znana twarz. Pojęcie autorytetu się bardzo zdewaluowało, już samo kojarzenie twarzy sprawia, że nabieramy do danej osoby zaufania. Dla młodego pokolenia autorytetami stają się influencerzy, znani tylko z tego, że są influencerami.

Gdy pieniądze nie wracały do inwestorów, Tymochowicz namawiał do osobistego kontaktu. Teraz to samo robił Przemysław Kral, stojący za Zondacrypto.



Prof. Dariusz Doliński

(ur. 1959 r.) – psycholog społeczny, ekspert w dziedzinach psychologii emocji, motywacji i technik wpływu, autor książek. Wykłada na Uniwersytecie SWPS.

To również chwyt z klasyki manipulacji, obliczony na grę na czas. Inwestorzy są przekonani, że gdyby ten „autorytet” coś przeszkrobał, nie odbierałby telefonów, zerwał kontakty. A ponieważ deklaruje pełną otwartość, to na pewno wszystko się wyjaśni. Zresztą już samo uwikłanie w dialog leży u podstaw manipulacji. Rozmowa zbliża, sprawia, że automatycznie awansujemy obcych ludzi do kategorii znajomych, bardziej im ufamy.

A powinniśmy być czujni, jeśli rozmowa schodzi na kwestię finansów osobistych. Zwłaszcza jeżeli oferta wiąże się z odwołaniem do reguły niedostępności, w rodzaju: promocja lada ►

► moment się kończy, kolejna propozycja już nie będzie tak atrakcyjna.

Szczyt perfidii to sianie strachu: oszuści przejęli konto, proszę podać dane albo kliknąć w link, żeby zablokować dostęp do oszczędności.

Efekt ulgi następującej po zażegnaniu niebezpieczeństwa skłania do zadziwiających zachowań. Jak w grze w dobrego i złego policjanta: przesłuchiwany trzyma się twardo, mając pistolet przystawiony do głowy, a pęka poczęstowany przez dobrego glinę kawą albo papierosem. Kiedyś w Niemczech, jeszcze w czasach, gdy powszechne były telefony stacjonarne, prowadziliśmy takie badanie: dzwonił do klientów pewnego operatora z informacją, że na koncie powstała ogromna niedopłata. Po chwili tłumaczyliśmy, że jednak zaszła pomyłka, wszystko się zgadza, ale przy okazji testujemy pewien system, a test ów polega na tym, że należy przełożyć słuchawkę do drugiego ucha. Proszę sobie wyobrazić, że ponad połowa badanych robiła to bezrefleksyjnie, informując, że czynność – kompletnie przecież bezsensowna z jakiegokolwiek praktycznego punktu widzenia – została wykonana i czekają na dalsze instrukcje.

Z badań wynika, że stan ulgi związany z poczuciem zażegnania zagrożenia – kiedy to człowiek dosłownie głupieje i jest w stanie spełnić najdziwniejsze prośby – trwa kilkanaście sekund. To tzw. zaleganie afektu, czyli zaburzenie polegające na zbyt długim utrzymywaniu się wywołanego stanu emocjonalnego – zwłaszcza stresu – u osób starszych trwa jeszcze dłużej, co sprawia, że stają się bardziej podatne na oszustwa i wyłudzenia.

Manipulacja to wpływ na emocje. A wywoływanie lęku jest wyjątkowo skuteczne.

Człowiek myśli: jeśli moje pieniądze mają przepaść, nie mogę być bezczynny. Woli zrobić cokolwiek, aby nie mieć do siebie pretensji za brak reakcji. Co więcej, z badań wynika, że im bliżej terminu osiągnięcia wyznaczonego celu finansowego, tym mocniej się angażujemy. Dokonujemy dodatkowych wpłat, myśląc, że za umowny miesiąc, gdy nadejdzie wyznaczona data, zarobimy jeszcze więcej. W ciemno zakładamy więc zysk, co przecież nie ma podstaw. Jest ciekawe badanie dotyczące programów lojalnościowych w kawiarniach, gdzie po dziewięciu kawach dziesiąta jest gratis. Autor badania sprawdzał, jak szybko klienci zbierają pieczątki poświadczające zakup. Okazało się, że im więcej ich mają, tym częściej chodzą na kawę, czyli motywacja wzrasta proporcjonalnie do zbliżania się do celu.

Na pokusę zysku mało kto jest odporny. Wizja pieniędzy jako nagrody uruchamia w mózgu rejony euforyczne odpowiedzialne za stan po zażyciu narkotyków.

A zdrowy rozsądek jest uśpiony. Gdybyśmy kierowali się rachunkiem prawdopodobieństwa, obliczając szanse na wygraną przy jednoczesnym ryzyku poniesienia straty, nikt by nie grał w totolotka. Każdy wypełnia kupon, myśląc o wielkości wygranej.

Kolega od lat inwestujący na giełdzie zwierzył mi się kiedyś, że obserwując na żywo rajd jednej ze spółek, której akcje kupił, i widząc puchnące na jego koncie maklerskim grube tysiące złotych, doznał podniecenia. W sensie ścisłym.

Wcale się nie dziwię. W psychologii znany jest stan określany jako fałszywe rozpoznanie pobudzenia. W jednym



z eksperymentów proszono mężczyzn, by wjechali na 10. piętro, tam pokazywano im zdjęcia roznegliżowanych kobiet, których atrakcyjność mieli ocenić. Innych poproszono o wejście schodami, twierdząc, że winda jest zepsuta, na górze pozwolono dojść do stanu względnej równowagi i pokazano te same zdjęcia. Okazało się, że w tej drugiej sytuacji panie bardziej im się podobały, pobudzenie erotyczne pytanym było większe. Z tej prostej przyczyny, że w związku z wysiłkiem zostały uruchomione procesy fizjologiczne, czyli szybsze krążenie krwi, odpowiedzialne również za osiągnięcie podniecenia. W przypadku pana kolegi zakładam, że wizja słusznego zarobku wprowadziła go w stan euforii.

Co pana najbardziej zaskakuje w zachowaniu ofiar?

Brak refleksji. Na pierwszy plan wysuwa się poczucie krzywdy, które przesłania wnioski, że sam się do swojego nieszczęścia przyczyniłem. Przyznanie się przed samym sobą, że zachowałem się naiwnie, klóci się z wysoką samooceną. Ludzie chcą tego za wszelką cenę uniknąć, wypierają własną winę, twierdzą, że zostali potwornie oszukani, i domagają się zwrotu pieniędzy od państwa, które nie zadbało o zabezpieczenie ich interesów. Co zresztą, nawiasem mówiąc, nie dowodzi ich inteligencji.

A jak się bronić przed naciągaczami?

Jeśli chodzi o bezpośrednią styczność, warto pamiętać, że manipulanci i oszuści mają rozpisany cały schemat rozmowy. Swego czasu, za namową koleżanki, zgodziłem się na rozmowę ze sprzedawcą odkurzaczy. Facet przyszedł do mnie do domu, rozłożył swoje pudła i poprosił o przyniesienie mojego odkurzacza. Za jego namową odkurzyłem nim kozetkę, po czym on wyjął swój odkurzacz, włożył do rury białą szmatkę, ponownie wyczyścił te same miejsca i pokazał mi brudną szmatkę, mówiąc: pański odkurzacz jest do niczego. Już chciał przejść do pokazu atlasu z roztozczami, a ja go pytam, czy ma więcej takich szmatek.

Uprzejmie zauważam, że właśnie dał się pan wciągnąć w dialog, który jest wstępem do skutecznej manipulacji...

Dał mi tę szmatkę, włożyłem do jego odkurzacza, nacisnąłem mocno w trudno dostępnych miejscach, wyjąłem brudną szmatkę, mówiąc facetowi: pański odkurzacz jest beznadziejny. Usiadł, zaniemówił na ładnych parę minut, a potem wyszedł. Zmierzam do tego, że zrobienie czegoś kompletnie nieoczekiwanego może obnażyć dziury w scenariuszu manipulatora. Jeśli chodzi o namawianie na inwestycje, mogą być to kontry w rodzaju: „No, ale stracić chyba też można?”, „Skoro to taki świetny interes, rozumiem, że zapożyczył się pan po uszy, żeby zarobić?”.

Po drabinie manipulacji idzie się od technik uniwersalnych do bardziej wyrafinowanych, czy raczej metodą prób i błędów sprawdza, co działa?

Dobry manipulator może z łatwością zrobić wstępne rozeznanie, z kim ma do czynienia. Profiluje: wykształcenie, wiek, zainteresowania, stan rodzinny. Nieprzypadkowo oszustwa „na wnuczka” kierowane są do dziadków i babć.

A te informacje podajemy w swoich mediach społecznościowych.

Więc nie dziwny się, że padamy ofiarami oszustw, skoro sami się o nie prosimy.

ROZMAWIAŁ MARCIN PIĄTEK