**Tehnici de comunicare centrate pe reflecție, observare și acțiune. Tehnici de manipulare.**

Comunicarea eficientă Ion-Ovidiu Pânișoară 2006 sau 2008 pg 349-380 *(Tehnici de comunicare centrate pe reflecție, observare și acțiune.)*

***Tehnici de manipulare.***

1. ***Manipularea şi persuasiunea.***

*Persuasiune* – ( din latină persuasio- convingere) proces de formare, întărire sau schimbare a opiniilor, atitudinilor şi comportamentelor unei persoane conştiente că se urmăreşte acest lucru, rezultat în urma expunerii la mesaje transmise cu scopul de a forma, întări sau schimba opiniile, atitudinile sau comportamentele ei, implicînd o reorganizare cognitivă şi emoţională la nivelul receptorului ca effect al procesării mesajelor. (1)

 Conceptual de persuasiune este foarte apropiat de cel de manipulare. În sens larg manipularea cuprinde şi persuasiunea, fiind vorba de o *manipulare pozitivă*, cînd strategiile de formare şi schimbare (de atitudini, opinii sau comportamente) sunt în interesul celui manipulat.

 *Manipularea* este influenţarea indivizilor în vederea obţinerii unor comportamente sau atitudini dorite, fără ca aceştia să influenţeze intenţiile manipulatorului. În alt sens, manipularea are o conotaţie negativă şi presupune nota de “înşelare” a persoanei sau publicului vizat, urmărirea unor scopuri avantajoase pentru “manipulator”.

Psihologul american Robert Cialdini a formulat 6 legi care pot fi regăsite la baza tuturor actelor de influenţare a percepţiei umane.

1. Regula reciprocitatii: oamenii au tendinta de a rasplati, de a da inapoi ceva pentru ceea ce au primit.
2. Angajament si Consecventa: oamenii trebuie sa fie consecventi si sa respecte angajamentele facute voluntar, mai ales cand si-au luat acele angajamente in public.
3. Dovada Sociala: oamenii urmeaza adesea indrumarile altora, ba chiar imita comportamentele si atitudinile celorlalti.
4. Simpatia: oamenii ii plac pe acei indivizi care li se aseamana.
5. Autoritatea: oamenii tin cont de parerea expertilor, si respecta persoanele cu autoritate.
6. Raritatea (sau lipsa sau penuria): obiectele si oportunitatile devin mai dezirabile atunci cand sunt mai putin accesibile.
7. ***Tehnici de manipulare.***

Exista tehnici de manipulare majora (100%), precum hipnoza sau programarea neurolingvistică şi o multime de tehnici simple de manipulare minora folosite în negocieri, ca şi în relaţiile interumane de zi cu zi.

**Tehnica lui „Da… Dar…”**

“Da…, dar…” este genul de tactica verbala care ne face mai agreabili pentru partenerul de negociere. Nu costa nimic.

Diplomatii nu spun aproape niciodata NU. Ca si negociatorii buni din mai toata lumea, ei au învatat acest lucru de la asiatici. Întors din lungul sau drum asiatic, Marco Polo scria ca a întâlnit adevarate scoli în care erau formati solii si purtatorii de cuvânt ai capeteniilor mongole si tibetane. Acestia primeau, seara, atâtea vergi la talpi câti de NU le scapau peste zi de pe buze. Oamenii urasc faptul de a fi negati, contestati, contrazisi. “NU” este o negatie directa si categorica care taie, rupe si loveste. Prezinta riscul de a ofensa partenerul si a bloca discutia. “NU” irita si înversuneaza. Este lipsit de delicatete. Oamenii cu tact îl evita cu multa grija.

Exprimata simplu, clar si fara echivoc, negatia “NU” ramâne fara variante de optiune ulterioara. Nu lasa loc de întors. Rupe comunicarea. În schimb o formulare de genul “Da…, dar…” poate fi folosita cu sensul de negatie, pastrând si alte doua variante de optiune. Ea are trei nuante posibile: una care înseamna “Da”, una care înseamna “poate” si înca una care înseamna chiar “Nu”. Oricând se poate continua pe varianta dorita. De ce sa spunem “nu”, când exista “da…, dar…”?

Secretul lui “Da…, dar…” este acela ca permite formularea opiniei proprii ca pe o continuare aceea ce a spus partenerul si nu ca pe o contrazicere directa a opiniei acestuia.

 **“Piciorul în uşă”** clasic sau “Manipularea Franklin” sau cu cerere explicită. Tehnica “piciorul în uşă” are două variante: clasică (sau cu cerere explicită) şi piciorul în uşă cu cerere implicită. În varianta “piciorul în uşă clasic” etapele sunt următoarele: printr-o primă cerere explicită se obţine de la subiect un comportament nonproblematic şi puţin costisitor, într-un cadru de liberă alegere şi care facilitează angajamentul. Urmează a doua cerere explicită adresată subiectului, invitându-l să emită o nouă conduită, mai costisitoare şi pe care n-ar fi realizat-o spontan. Ca efect al perseverării în decizia iniţială, subiectul acceptă mai uşor o cerere ulterioară, mai costisitoare. Cu alte cuvinte, pentru a determina pe cineva să-ţi facă o concesie majoră, începi cu una minoră. Mai degrabă este dispus să-ţi facă o favoare, un serviciu, un privilegiu cel care ţi-a mai făcut una, decât cel care îţi este dator, pentru că tu i-ai făcut anterior un bine lui.

**Trântitul uşii în nas /în faţă** constă în formularea unei cereri foarte mari, apoi formularea unei cereri mai mici, satisfacerea căreia de fapt o urmăreşte sursa. Altfel spus, pentru a spori şansele de a obţine o favoare de la cineva, începem prin a cere foarte mult, ştiind că vom fi refuzaţi, ni se va “trânti uşa în nas”. După aceea venim cu solicitarea reală.

 **Tehnica “low-ball” (aruncarea minjii la joasă înălţime) –** constă în a-l determina pe celălalt să ia o decizie cu privire la o anume acţiune sau serviciu pe care îl va face solicitantului, fără a i se spune toate detaliile legate de acest serviciu şi care eventual l-ar face să refuse.

**Tehnica cererilor descrescătoare**. În cazul acestei tehnici există mai multe cereri de o însemnătate redusă, refuzate pe rind. Concesiile repetate amplifică presiunea asupra ţintei. Ex. Unei companii i se cere să facă o donaţie de 1000 dolari, apoi, 700, 500, 300, 100, 50 şi 25. dacă subiectul refuză şi ultima cerere atunci i se spune că orice contribuţie va fi binevenită.

 **Tehnica listei –** constă în în prezentarea unei liste cu persoane care au acceptat deja propunerea, ex. Lista persoanelor care s-au asigurat deja.

**Tehnica reciprocităţii** – complezenţa se obţine prin manipiularea obligaţiei de a întoarce un serviciu. (1) i se face un serviciu sau i se oferă un cadou în dar ţintei şi (2) i se înaintează cererea.

 **Tehnica inducerii sentimentului de vinovăţie**. În cadrul tehnicii se manipulează prin inducerea sentimentului de vinovăţie. Vinovăţia naşte nevoia de ispăşire, cel care a încălcat o normă se simte inconfortabil, are remuşcări. Această stare poate fi îndepărtată prin realizarea unei fapte bune sau administrîndu-şi singur pedeapsa.

 **Tehnica etichetării** – se referă la comunicarea către o persoană a unei judecăţi, opinii sau evaluări despre ea. Evaluările pe care le primim de la ceilalţi pot fi positive sau negative. Evident, o evaluare negativă reprezintă o ameninţare serioasă la adresa stimei de sine a ţintei. Evaluarea negativă va face persoana să încerce să recîştige o imagine de sine pozitivă, ceea ce o face vulnerabilă la demersurile de influenţă ale celorlalţi – un prilej pentru întărirea stimei de sine pozitivă.

 **Tehnica “asta nu-i tot**” – mai întîi sursa oferă un produs la un preţ ridicat, apoi aceasta ameliorează oferta, diminuînd preţul sau declarînd că preţul iniţial include încă un produs.

 **Tehnica “piciorul în gură**” – înainte de a-i cere cuiva un serviciu, îl înttrebăm cum se simte. După ce acesta spune că e bine şi mai adăugăm că suntem bucuroşi să aflăm asta, formulăm cererea.

 **Tehnica “înfricoşare apoi eliberare”** – se bazează pe sentimental de eliberare, trăit de persoanele care scapă de o emoţie intensă neplăcută. Indivizii care trăiesc un sentiment de frică, a cărui sursă este brusc eliminată, au tendinţa de a răspunde pozitiv cererilor ce le sunt adresate.

 **Tehnica “dar sunteţi liber să …”** – se face o cerere după care se spune “dar sunteţi liber să acceptaţi sau să refuzaţi”. Evocarea libertăţii îl face pe individ mai receptive la cerere.

1. ***Mijloace de protecţie împotriva manipulaţiilor.***

Puteţi identifica comportamentul manipulativ al interlocutorului după următoarele acţiuni:

* 1. se apropie prea tare, încălcînd hotarele spaţiului intim.
	2. ia poze închise sau se mişcă exagerat de mult.
	3. se uită prea insistent şi tentant în ochi sau dimpotrivă priveşte în părţi.
	4. în clipe importnte îşi atinge nasul, urechea, gura sau dimpotrivă e prea calm.
	5. vorbeşte des despre experienţa Dvs. din trecut - deci va studiat bine.
	6. acordă multă atenţie veţii voastre personale.
	7. vorbeşte pe teme filosofice, încearcă să vă cunoască valorile, idealurile de viaţă.
	8. se măguleşte, dînd importanţă vorbelor voaste.
	9. dramatizează situaţia, vă crează o stare de nelinişte apoi profită de aceasta.
	10. deseori face trimitere la persoane terţe.
	11. verifică pe ascuns cunoştinţele şi posibilităţile voastre.
	12. glumeşte mult.
	13. vă impune serviciile sale.
	14. deseori răspunde cu înrebare la întrebare.
	15. vă oglideşte poziţia corpului şi mişcările.
	16. vă grăbeşte în luarea deciziilor.
	17. pentru negocieri a folosit un timp şi loc inconvenabil pentru Dvs.

Mai mult ca atît manipularea poate fi simţită (sesizată).

*Disbalansul* - aveţi emoţii controverse: bucurie şi nelinişte, mîndrie şi supărare, entuziasm şi disconfort.

*Nepotrivire* – aveţi un sentiment de nelinişte atunci cînd totul merge bine, vă înfuriaţi la cea mai mică observaţie a interlocutorului.

Psihologul Thomas Wilhelm propune cîteva tehnici de protecţie împotriva manipulărilor:

1. întrebaţi şi ascultaţi. Această tehnică permite să aflaţi mai multă informaţie despre problema discutată, pune interlocutorul în situaţie să se descurce şi în procesul ascultării puteţi verifica dacă persoana nu „se pierde” în găsirea răspunsurilor, este coerentă şi sigură pe ceea ce spune.
2. ignorare şi continuare. Ignoraţi informaţia care vă pare dubioasă şi continuaţi discuţia. Tehnica poate fi aplicată atunci cînd manipulatorul: face glume de prost gust, sau este cinic; se comportă netacticos; se străduie să va ia prin surprindere şi creşte tempoul discuţiei.
3. Tehnica „a o face pe prostul”. Poate fi folosită cînd manipulatorul: încearcă să vă ia prin surprindere; vă sustrage atenţia de la obiectul discuţiei; vrea să continue discuţia necătînd la înţelegerea obţinută; vrea să vă invoce sentimentul vinovăţiei.
4. Tehnica „placa stricată”. Conform acestei tehnici atunci cînd simţiţi că sunteţi manipulat menţineţivă poziţia repetînd iar şi iar ceea ce doriţi să obţineţi. Tehnica poate fi aplicată atunci cînd manipulatorul: vrea să vă impună să faceţi ceva sau să acceptaţi ceva ce nu văm place; vă distrage atenţia de la obiectul de bază a discuţiei; nu vă permite să vă expuneţi şi vă întrerupe permanent.
5. Tehnica schimbării perspectivei. Propuneţi manipulatorului să privească problema dintr-o altă perspectivă. Poate fi aplicată atunci cînd manipulatorul: refuză să vă înţeleagă; o face pe prostu, insistă asupra poziţiei sale şi nu vrea să asculte altceva.
6. Tehnica ieşirii din problema creată. Primul pas este încetarea discuţiei, pasul doi puteţi deschis să spuneţi că vă simţiţi manipulat. Tehnica poate fi folosită atunci cînd manupulatorul: a încercat de cîteva ori să vă manipuleze; a încercat o manipulare dură (ex. ofensarea).
7. Tehnica întreruperii negocierilor. Cît de trist nu ar fi uneori această metodă e cea mai bună, în cazul cînd nu mai aveţi alte soluţii şi manipulatorul este foarte insistent, cel mai bine să întrerupeţi negocierile, pentru a lua o pauză a analiza situaţia şi a decide neinfluenţat de nimeni.

Noam Chomsky (lingvist american, publicist politic, filosof) a întocmit lista celor **“10 metode de manipulare” cu ajutorul mijloacelor de informare în masă.**

1. Distragerea atenției

Metoda principala de manipulare a societății este distragerea atenției oamenilor de la problemele importante și soluțiile acestora, luate de cercurile economice și politice aflate la conducere, prin umplerea permanentă a spațiului de informare cu mesaje lipsite de importanță sau cu foarte puțină importanță. Această tactică se dovedește a fi foarte utilă atunci când nu vrei ca cetățenii sa afle informații importante din domeniul științei, economiei, psihologiei, neurobiologiei și ciberneticii.

“Distragerea permanenta a atenției populației de la adevăratele probleme sociale, mutând-o la teme fără o reală importanță pentru a se asigura că oamenii sunt preocupați mereu cu ceva și nu o să aibă timp pentru a gândi de pe camp în cușcă, ca și celelalte animale.” (citat din cartea “Silent weapons for quiet wars”).

2. Sa creezi probleme, iar mai apoi sa propui soluții

Aceasta metoda se mai numeste “problema- reactia- solutia”. Se creaza problema, o anumita situatie, miza careia este sa produca o anumita reactie in randul populatiei in asa fel incat sa ceara luarea unor masuri necesare cercurilor aflate la conducere. De exemplu, sa permiti violente intr-un oras sau organizarea unor atentate sangeroase pentru ca populatia sa ceara adoptarea unor legi pentru luarea  masurilor de protectie mai aspre si politici care restrictioneaza libertatea cetatenilor.

Ori: sa provoci o criza economica ca sa ii faci pe toti sa accepte incalcarea drepturilor sociale si reducerea serviciilor orasenesti ca un rau necesar.

3. Metoda aplicarii treptate

Pentru a obtine adoptarea unei legi nepopulare este destul sa o infiltrezi treptat, zi de zi, an de an. In acest mod au fost adoptate noi conditii social-economice (neoliberalism) in anii ’80 si ’90 ai secolului trecut.

Reducerea la minimum a functiilor statului, privatizarea, neincrederea, instabilitatea, somajul in masa, salariile care nu mai pot asigura o viata decent. Daca toate astea s-ar intampla in acelasi timp, cel mai probabil, ar duce la revolutie.

4. Amanarea executarii

O alta metoda de a adopta o solutie nepopulara este sa prezinti o problema marunta ca pe ceva “dureros si necesar” si sa obtii la acel moment acceptul cetatenilor pentru a o rezolva in viitor. Este mult mai simplu sa accepti niste sacrificii pentru viitor, decat pentru prezent.

In primul rand, pentru ca asta nu se va intampla imediat. In al doilea, din cauza ca  poporul e predispus sa aiba sperante naive ca “maine totul se va schimba in bine” si ca acele sacrificii care ii sunt cerute in prezent vor putea fi evitate. Asta le da cetatenilor mai multa vreme pentru a se obisnui cu schimbarile si sa le accepte cu calm, cand va veni timpul.

5. Sa te comporti cu poporul la fel cum te-ai comporta cu niste copii mici

In majoritatea discursurilor propagandistice care erau destinate unui public larg se folosesc niste argument, personaje, cuvinte si o intonatie de parca ar fi vorba de copii de varsta scolara cu retinere in dezvoltare, ori persoane cu handicap mental.

Când cineva încearcă sa inducă în eroare o persoana, acesta folosește formulări infantile în discurs. Cu cât mai intens încearcă, cu atât mai multe expresii folosește. De ce? Dacă cineva se adresează altcuiva ca si acum acela are 12 ani sau mai putin, prin prisma influențării, in răspunsul și reacțiile acelei persoane, cu un grad înalt de probabilitate, va lipsi critica, ceea ce este caracteristic pentru copii pana la vârsta de 12 ani.

6. Sa pui accent pe emoții într-o măsura mai mare decât pe gândire

Acționarea asupra emoțiilor reprezintă o metodă clasică, orientate spre a bloca capacitatea oamenilor de a analiza rațional, și ca rezultat capacitatea de a înțelege critic ceea ce se întâmplă. Pe de alta parte, folosirea factorului emoțional permite deschiderea ușii spre subconștient pentru a infiltra gânduri, dorințe fobii, temeri, constrângeri ori modele stabile de comportament.

7. Tinerea oamenilor în necunoștință de cauza prin cultivarea mediocrității

Sa ajungi la rezultatul in care oamenii devin inapti de a intelege metodele si tacticile pe care le aplici ca sa ii influentezi si sa ii subordonezi voinței tale. Calitatea invatamantului oferit claselor inferioare ale societatii trebuie sa fie cat mai mediocru si mai sarac, pentru ca limita dintre paturile inferioare si cele superioare sa ramana la nivelul la care nu va putea fi trecut de primele.

8. Să-i faci pe ceilalți sa se bucure de mediocritate

Sa infiltrezi in randul populatiei gandul ca a fi prost, vulgar si needucat este la “moda”…

9. Să îi faci pe ceilalți sa se simtă vinovați

Sa ii faci pe oameni sa creada ca numai ei sunt vinovati pentru situatia in care se afla din cauza ca nu sunt destul de destepti, nu au destule capacitati ori nu au depus destul efort. Ca rezultat, in loc sa lupte cu sistemul economic omul incepe sa se injoseasca, invinovatindu-se pentru toate ceea ce ii creaza o stare apasatoare ce duce in final la inactiune. Iar fara actiune, nu poate fi nici revolutie.

10. Sa știi mai multe despre oameni decât știu ei despre sine

In ultimii 50 de ani succesele din domeniul științei au dus la crearea unei rupturi mari intre ceea ce stiu oamenii de rand si ceea ce nu stiu, de acest lucru folosindu-se acum clasele aflate la conducere.

Datorita biologiei, neurobiologiei si psihologiei, sistemul are la dispoziție cunoștințe avansate despre ființa umană, atât in domeniul fiziologiei, cât si in cel al psihicului. Sistemul a reușit să afle despre om mai mult decât el însuși știe. Asta înseamnă ca, in majoritatea cazurilor, sistemul are mai multa putere și influențează oamenii într-o mai mare măsura decât ei singuri.

Noam Chomsky este un lingvist american, filosof, figura publica, autor de cărți și analist politic. Profesor emerit in domeniul lingvisticii la Institutul tehnologic din Massachusetts si unul dintre cei mai remarcabili oameni de știință din secolul al XX-lea. Munca lui fundamentala în domeniul teoriei lingvistice și științei cunoașterii au primit aprecierea meritata în comunitățile științifică și cea didactică.

**Tehnici de persuasiune.**

 Sunt lucruri pe care le spui ca sa-i convingi pe altii de ideile tale... unele le poti folosi in viata de zi cu zi, altele la locul de munca, si cu totul altele cand incerci sa convingi un profesor ca meriti o nota mai mare la examen... dar exista unele care sunt alcatuite din idei si fraze bine formulate, care actioneaza de cele mai multe ori intr-un mod irational asupra subiectului-tinta si cu care ai sanse mult mai mari de reusita. Acestea sunt tehnicile de persuasiune, pe care e bine sa le cunosti, indiferent de ce parte a baricadei te gasesti - fie ca tu vrei sa convingi pe cineva, fie ca cineva incearca sa te convinga pe tine. Succesul aplicarii unei strategii depinde de situatie, unele functionand mai bine decat altele pe un anumit scenariu; dar totul depinde im cea mai mare masura de modul cat mai discret in care le folosesti.

      Una dintre cele mai simple tehnici este cea a distorsiunii temporale. Cateodata cel mai bun mod de a influenta persoana-tinta este ca sa te comporti ca si cum ceea ce vrei tu sa obtii de la aceasta, s-a si intamplat. Este foarte util ca sa te referi la o decizie pe care respectivul incearca sa o ia, ca si cum ar fi deja facuta; vorbeste-i ca si cum ti-ar fi acceptat deja propunerea, si ca i-ar fi facut chiar si placere. De asemeni, asocierea de imagini placute cu folosirea timpului trecut face ca propunerea sa fie irezistibila.

      Este stiut ca oamenii simt nevoia de a rasplati favorurile care le-au fost oferite. Un favor poate declansa sentimente de indatorire, si ca rezultat, apare la subiect o mare nevoie de a se elibera de povara psihologica a datoriei. Pentru a realiza aceasta eliberare, oamenii devin mai doritori sa intoarca favorul, chiar unul mai mare decat cel pe care l-a primit.

      Principiul reciprocitatii consta in nevoia de a rasplati un favor, fie el cerut sau nu, imediat dupa acceptarea acestuia. Aceasta caracteristica umana transcede orice diferente culturale sau rasiale, indiferent si de natura respectivului favor (care poate fi orice, de la un simplu zambet pana la munca fizica sau mici atentii). Acest principiu este usor de folosit: ofera ceva, si asteapta-te (sau da o idee despre cum) sa fii rasplatit. O alta modalitate eficienta de folosire a acestui principiu este metoda "usii-n nas". Aceasta este mai puternica decat simpla oferire a unui dar si asteptarea unui alt dar in schimb; este in acelasi timp si mult mai subtila! Aceasta este o metoda in doi timpi. Un mod de a creste sansele pentru a se obtine o favoare, este sa ceri mai intai o alta favoare, de aceeasi natura ca si cea la care dorim sa ajungem, dar mult mai mare decat aceasta. In mod sigur, aceasta prima cerinta va fi refuzata, din cauza ca este mult prea mare. Dupa acest refuz, cererea va fi micsorata la cea de-a doua, cea reala. Statistic, aceasta din urma are 95% sanse de a fi acordata. Acest lucru se intampla deoarece normele culturale dicteaza ca in schimbul unei concesii, trebuie sa faci o alta concesie. Deoarece reduci prima cerinta la una mai mica, faci o concesie, iar subiectul-tinta va fi indemnat sa faca si el o concesie, si atunci va aproba cea de-a doua cerere. Aceasta metoda functioneaza foarte bine pentru ca normele culturale tind sa depaseasca chiar si logica.

      Un alt principiu util este cel al angajamentului si concordantei. Oamenii vor face aproape orice incercand sa pastreze ideile care sunt in concordanta cu cele pe care le-au avut anterior. Cand vor lua public o atitudine, toate actiunile ulterioare vor fi in concordanta cu atitudinea manifestata anterior. Comportamentele neconcordante produc tensiuni psihice, pe care individul incearca sa le evite cu orice cost; deci va face orice ca sa se arate solidar cu actiunile sale anterioare. Acest principiu este folosit de metoda "piciorului in prag". Pentru a obtine realizarea unei cereri, este nevoie doar sa lansezi mai inainte o serie de doua-trei alte cereri mai mici, de aceeasi natura cu cea reala. Aceste cereri mai mici sunt atat de putin importante, incat este imposibil sa fie refuzate. Din cauza ca a acceptat aceste cereri mai mici, persoana respectiva este conditionata mental sa accepte si ultima si cea mai mare dintre cerinte. Se realizeaza astfel conditionarea persoanei in a fi in concordanta cu comportamentele sale anterioare.

      Principiul atribuirii. Oamenii fac frecvent unele lucruri pentru ca ei cred intr-un anumit adevar despre ei insisi. Un atribut intern al felului lor de a fi cauzeaza anumite tipuri de comportament. Daca cineva isi atribuie intern o caracteristica, va face tot ceea ce este specific unui om care are acea caracteristica. Daca seful ii va spune angajatului ca il considera o persoana competenta si care lucreaza mult, angajatul isi va atribui inconstient caracteristica de om care lucreaza mult, si se va comporta ca atare. Iata cum pana si o simpla declaratie poate conduce la surprize!

      Metoda sarmantului. Spre deosebire de celelalte metode, nu are mai multe etape si nu se bazeaza pe acrobatii verbale. Ea functioneaza pentru ca in mod deschis oferi concesii, manifesti dorinta de a asculta si validezi ideile subiectului-tinta. Acesta are libertatea de a decide; iar tu nu ii ingreunezi gandirea cu un nor de ceturi verbale. Este cea mai etica dintre toate tehnicile de persuasiune discutate anterior, dar in acelasi timp si cea care necesita cel mai mult timp pentru a fi realizata.

      Oricum, aceste strategii nu sunt infailibile; dar daca se au in vedere si multitudinea de factori care influenteaza o relatie de persuasiune (vezi D. Cristea, "Tratat de psihologie sociala"), atunci aceste tehnici vor acea o forta mult mai mare, si o garantie sporita de succes.

      Un subiect de meditatie pentru incheiere - moralitatea folosirii acestor tehnici de persuasiune (nu cumva acestea atenteaza la liberul arbitru al persoanei sau noi doar o "ajutam" sa ia o decizie, care, din "intamplare" coincide cu nevoile noastre?)