

# Automanipulator

---

## Tomasz Piotr Sidewicz

Ekspert BERNDSON w dziedzinie Sztuki Perswazji

<http://tsidewicz.berndson.pl/>

**Tabu** to głęboki i fundamentalny zakaz kulturowy, którego złamanie powoduje gwałtowną reakcję ze strony ogółu przedstawicieli tej kultury, gdyż jest przez nich odbierane jako zagrożenie dla dalszego ich istnienia. Powstanie tabu opiera się o tzw. regułę niedostępności wg R. Cialdiniego, która gwarantuje, że tabu pozostaje tym czym ma być czyli tabu.

Czy tabu istnieje w biznesie? Odpowiedź nasuwa się sama. Wystarczy zadać pytanie czy w biznesie celowo korzysta się wywierania wpływu po to aby zwiększyć strefę władzy oraz zyski? Czy Bernard Madoff jako jeden z najbardziej szanowanych finansistów Wall Street, który okazał się zwykłym naciągaczem a jego ofiarą okazała się amerykańska elita nie jest przykładem TABU. Upadek jego TABU jest ściśle związany z jego synami, którzy po wysłuchaniu jego historii zdecydowali się zawiadomić odpowiednie organy. Zanim to się stało Bernard Madoff korzystał przez wiele lat z uniwersalnego wzoru na manipulację a dzięki tabu mogło to trwać aż tak długo.

Po co zatem tworzymy TABU? Po to aby móc wywierać wpływ na innych. Przecież zawsze jest ktoś kto ma prawa do owego tabu i może je nawet w jakiś sposób naruszać. To prawo do naruszenia tabu jest ściśle powiązane z władzą. A kto z nas jej nie pragnie?

Bernard Madoff zapisuje się niechlubnie w historii Wall Street jako oszust, który zdefraudował 50 miliardów dolarów. Całe misterium jego przekrętu opierało się o dość banalny a do tego trudny do wykrycia schemat zastosowany wcześniej przez Charles'a

Ponzi'ego, jednego z największych oszustów w historii amerykańskich finansów. Co ciekawe Ponzi sam tego nie wymyślił. Karol Dickens w swojej powieści „Mała Dorrit” opublikowanej około 50 lat wcześniej opisał podobny schemat działania wykorzystany przez Ponziego. Plan opiera się o oszukańczą operację inwestycyjną, która zapewnia stabilne a do tego często wysokie zyski. Zyski wcześniejszych inwestorów spłaca się pieniędzmi uzyskanymi od tych, którzy wpłacili je później. Brak dopływu nowej gotówki, czyli pozyskanie nowych inwestorów powoduje załamanie się piramidy.

Nie zamierzam zagłębiać się w finansowe detale piramidy Madoff'a. Tę pozostawiam finansistom. Interesuje mnie jednak aspekt socjotechniczny a właściwie manipulacyjny całego przedsięwzięcia. Czy Madoff planował, że zostanie oszustem? Wątpię i już spieszę wyjaśnić dlaczego. Z psychologicznego punktu widzenia Madoff wpadł w dość powszechną pułapkę automanipulacyjną tzw. zaangażowania i konsekwencji. Jego działanie przypomina naciśnięcie guzika windy i czekanie na nią. Z każdą zainwestowaną sekundą a nie daj Boże minutą nasz emocjonalny mózg mówi nam, że skoro czekaliśmy na windę już tyle czasu to możemy poczekać jeszcze trochę. W pułapkę te wpadamy dość często zupełnie nie zdając sobie z niej sprawy. Im więcej wysiłku Madoff wkładał w swoje przedsięwzięcie tym bardziej chciał aby ten wysiłek się opłacił. Kiedy Madoff nacisnął guzik swojej piramidy? Nie wiadomo. Źródła podają wczesne lata 90te. A kiedy zdał sobie sprawę, że winda nie przyjedzie? 10 grudnia 2008 w rozmowie z synami Markiem i Andrew, którym się zwierzył, że jego firma to jeden wielki przekręt. Co ciekawe pułapka automanipulacyjna w jaką wpadł okazała się skutecznym narzędziem wywierania wpływu na innych. A wśród innych znajdziemy takie nazwiska jak John Malkovich, Larry King, Kevin Bacon, Steven Spielberg a dokładnie jego fundacja i wielu innych, znanych obywateli. Co ciekawe na liście ofiar znajdziemy nie tylko organizacje czy instytucje finansowe, które najprawdopodobniej uległy tzw. efektowi pasterza ale również ekonomistów i specjalistów z danej dziedziny.

Jedną z 7 reguł wywierania wpływu społecznego według R. Ciadiniego to reguła autorytetu. Mówi ona, że ludzie mając do czynienia z uznanym przez nich autorytetem ulegają mu zupełnie bezrefleksyjnie – czyli bezmyślnie. „**Efekt pasterza**” jest z tą regułą ściśle powiązany a to wywołuje bezdyskusyjne wykonywanie rozkazów płynących od szefów organizacji aby inwestować w spółkę Madoff'a. Co więcej sam Madoff był autorytetem na Wall Street stąd też tak wiele ludzi musiało mu ulec. Nasz mózg nie lubi

wysiłku związanego ze zgłębianiem sytuacji w jakiej się znajdujemy. Po części wynika to z faktu, że codziennie do naszego mózgu dociera olbrzymia ilość informacji. Kiedy mamy do czynienia z autorytetem w danej dziedzinie, bezdyskusyjnie przyjmujemy to co on nam przekazuje. Tak jest dla nas wygodniej i szybciej. A co w momencie kiedy odkrywamy, że autorytet się myli? Sam Madoff świadomie bądź nie mógł sięgnąć po kolejną regułę wywierania wpływu jaką jest reguła sympatii. Reguła ta oparta o błędną atrybucję cech u osoby, którą darzymy sympatią pozwala manipulatorowi uzyskiwać pomoc a nawet wybaczenie za jego przewinienie. Oczywiście do pewnych granic, które w przypadku Madoff'a sięgnęły poziom 50 miliardów dolarów. Pomimo pojawiających się zastrzeżeń co do sposobu i legalności jego działalności Komisja Papierów Wartościowych i Giełd (SEC - *Securities and Exchange Commission*) ignorowała te sygnały. Co więcej Madoff był z nią dość silnie powiązany poprzez związek małżeński jego bratanicy z jednym z prawników SEC. To pozwalało Madoff'owi określać jego stosunki z SEC jako przyjacielskie. A skoro przyjaciele się lubią to są skłonni wybaczać sobie drobne przewinienia i wzajemnie sobie pomagać.

Co więcej jest potrzebne aby Tabu nie wymknęło się spod kontroli samego zainteresowanego i pozwalało mu korzystać z praw. W przypadku Madoff'a potrzebna była kolejna reguła wywierania wpływu wg R. Cialdiniego. Jest nią reguła niedostępności. A kiedy coś jest dla nas niedostępne wydaje się nam bardziej atrakcyjne. Bernard Madoff unikał rozgłosu. Co więcej zabraniał swoim klientom mówić, że są jego klientami. W ten sposób szybko stworzył klimat ekskluzywności a ta bez wątpienia zdobywała dla niego rzesze następnych klientów. Przecież nic tak dobrze nie smakuje jak zakazany owoc. A im więcej osób mówi o tym zakazanym owocu tym lepiej. I tu niejako samoczynnie pojawia nam się następna reguła wywierania wpływu jaką świadomie bądź nie zastosował Bernard Madoff. Jest nią reguła społecznego dowodu słuszności. Skoro po Wall Street rozchodziły się wieści o skuteczności Bernarda Madoff'a a jego lista klientów rosła to trudno oczekiwać aby inni, którzy przyglądali się z zazdrością jego sukcesom nie chcieli wziąć w takim przedsięwzięciu udziału. Działanie tej reguły jest silne na tyle, że bardzo trudno się jej oprzeć. Jeżeli widzimy tłum ludzi idący na północ kiedy my zmierzamy na południe to jedynie nasze bardzo silne poczucie nonkonformizmu może spowodować, że nie zawrócimy. Codziennych przykładów społecznego dowodu słuszności można wymieniać bez liku. Jako bliscy krewni małp, czyli innych zwierząt mamy skłonność do zachowań stadnych a te powodują, że gromadzimy się zawsze tam gdzie zauważamy

innych. W końcu nie ma chyba niczego mniej zniechęcającego do zjedzenia posiłku jak widok pustej restauracji.

Czy można było temu wszystkiemu zapobiec? Uważam, że nie. Niestety nasza podatność na manipulację jest dość powszechna. Wynika ona z naszego lenistwa poznawczego, które to z kolei jest wynikiem zbyt dużej ilości napływającej do nas informacji. Nasz mózg działa wybiórczo i tworzy proste schematy na zasadzie – drogi = dobry, niedostępny = ekskluzywny, skuteczny = nieomylny, atrakcyjny = sprawny seksualnie. Do tego za każdym razem kiedy wchodzimy w relacje międzyludzkie uruchamiamy tzw regułę wzajemności. Madoff pozwolił wielu ludziom zarobić pieniądze. Reguła wzajemności zmusza nas do odwzajemnienia się za otrzymane dobro a to mogło mieć postać dalszych poleceń Bernarda Madoff'a jako rzetelnego (reguła autorytetu) inwestora. Dokładając siódmą regułę Regułę Roberta Cialdiniego, która mówi, że każdy z nas dąży do maksymalizacji swoich korzyści. (maksymalizacja własnych korzyści dość często przekłada się na chciwość) mamy czytelny obraz powstałych zależności międzyludzkich opartych o sekwencyjne wzajemne i jednostronne wywieranie wpływu. A z wywieraniem wpływu w życiu czy biznesie jest tak jak z kłamstwem. W pewnym momencie sama ofiara wpływu zaczyna być żywo zainteresowana aby wpływ się udał tak jak ofiara kłamstwa jest żywo zainteresowana w tym aby usłyszeć to co jest dla niej wygodne a nie zawsze prawdziwe. I teraz drogi czytelniku zastanawiasz się pewnie gdzie ukryłem wzór na manipulację uniwersalną jaką posłużył się Bernard Madoff w swojej piramidzie finansowej? Pozwól jednak, że wzór ten pozostanie moim tabu.