

Sceptyk i czarownik. 11 sekretów wróżbitów i... polityków

Autor tekstu: Massimo Polidoro

Tłumaczenie: Marek Bończak

Najczęściej zadawane mi pytanie przez czytelników moich książek lub uczestników moich konferencji jest następujące: „Kiedyś spotkałem wróżkę, która spojrzała mi na dłoń i powiedziała rzeczy, których nikt nie mógł znać i wszystkie były prawdziwe: jak pan to wytłumaczy?”.

Odpowiadam wówczas, że istnieją dwie hipotezy: albo wróżka rzeczywiście posiada zdolności nadprzyrodzone i w takim razie mogłaby od razu wygrać milion dolarów, będących nagrodą wyznaczoną przez Jamesa Randiego lub posługuje się ona techniką psychologiczną zwaną „cold reading”. Nazywa się ona tak, ponieważ „czytelnik” (którym może być wróżbita, sprzedawca odkurzaczy, podrywacz albo polityk...) dzięki tej technice potrafi „czytać” w osobach, których wcześniej nie znał, domyśleć się, co chcą usłyszeć i przekształcić je w wiernych klientów, zakochanych czy wyborców.

Nauczyć się tego można jedynie poprzez praktykę, ale po kilku tygodniach treningu (na przykład wróżąc z kart na ławce w Brera, lub ściskając ręce i całując wyborców na prowincji) cwany „czytelnik” może stworzyć złudzenie, iż potrafi czynić cuda...

Poniżej znajduje się 11 podstawowych punktów, na których bazuje wspomniana technika; w opisie odnoszę się przede wszystkim do wróżbitów i mediów, pamiętajcie jednak podczas lektury, że równie dobrze funkcjonują, gdy ktoś chce uwieść bliźniego:

1. *Najważniejszym elementem dla osiągnięcia sukcesu jest okazywanie pewności siebie.* Jeśli będziecie się zachowywać i mówić, jak byście naprawdę wierzyli w to, co robicie, będziecie w stanie „sprzedać” nawet najgorszą „lekturę” większości ludzi. W jednej z transmisji telewizyjnych, amerykańskie medium Rosemary Altea powiedziała pewnej kobiecie, że jej zmarły mąż cierpiał przed śmiercią na silne bóle głowy. Gdy kobieta zaprzeczyła temu, medium stwierdziła, że owszem, mężczyzna cierpiał na bóle głowy, ale nie powiedział tego żonie, aby jej nie martwić!

2. *Posługujcie się kreatywnie sondażami statystycznymi.* Narzędzia te mogą dostarczyć licznych informacji dotyczących tego, w co osoby należące do różnych kontekstów społecznych wierzą, co robią, czego pragną i oczekują. Na przykład, jeśli jesteście w stanie określić miejsce pochodzenia danej osoby, jej wykształcenie i przekonania religijne jej rodziców, będziecie posiadać wystarczającą ilość informacji, by przepowiedzieć z dużym prawdopodobieństwem jej gusta i stosunek do różnorodnych argumentów.

3. *Bądźcie skromni.* Nie czyńcie przesadnych stwierdzeń; w ten sposób podejście rozmówcę. Przecież nie wyzywacie go na intelektualny pojedynek, lecz potraficie rozmawiać z jego drogimi zmarłymi, czy wam wierzy czy też nie.

4. *Zapewnijcie sobie od początku współpracę rozmówcy.* Podkreście fakt, że sukces kontaktu mediumicznego zależy tak od waszego wysiłku, jak od współpracy danej osoby. Uświadomcie ją, że, ze względu na trudności związane z językiem i komunikacją, moglibyście nie być w stanie przekazać tego, co duchy chcą powiedzieć. W takim przypadku osoba musi starać się dostosować przesłanie do własnej sytuacji. Mówiąc w ten sposób osiągniecie dwie rzeczy: po pierwsze będziecie mieli alibi w przypadku, gdyby przesłania nie zrobiły na adresacie wrażenia: to będzie jego wina, nie wasza! Po drugie, wasz rozmówca zrobi wszystko, aby dostosować banały, jakie mu powiecie do wydarzeń z własnego życia. Później, kiedy rozmówca będzie wspominał spotkanie, przypisze wam dużo więcej szczegółów, niż mu ich dostarczyliście. To bardzo ważny punkt. Wasz seans zakończy się tak dużym sukcesem, jak dużą rolę odegra jego uczestnik. Dobre medium to taka osoba, która, świadomie czy nie, zmusza rozmówcę do zastanawiania się nad jego wypowiedziami, celem nadania im sensu.

5. *Przygotujcie sobie listę gotowych odpowiedzi.* Posługiwanie się gotowymi ogólnikami, które można dostosować do kogokolwiek, czynią „lekturę” bardziej treściwą i dają czas na sformułowanie wypowiedzi bardziej precyzyjnych. Użyjcie ich dla rozpoczęcia waszej „lektury”. Wiele ogólników można znaleźć w horoskopach publikowanych w czasopiśmie; wydaje się, że wspomniane wcześniej medium Altea posługuje się nimi przesadnie: wystarczy zwrócić uwagę

na to, ile razy widzi ludzi zmarłych w podeszłym wieku w związku z problemami z sercem, lub ile razy widzi zmarłe dzieci, które głaszczą włosy matki.

6. *Mieście oczy otwarte.* Posługujcie się wszystkimi zmysłami. Obserwujcie ubranie, biżuterię, gesty, język waszego rozmówcy... Nawet powierzchowna klasyfikacja bazująca na obserwacji może dostarczyć podstaw do dobrego seansu. Obserwujcie również dokładnie reakcje rozmówcy na wasze wypowiedzi. Szybko nauczycie się rozumieć, kiedy trafiliście.

7. *Posłuchcie się „fishingiem”.* Chodzi o prostą technikę, za pomocą której skłonicie rozmówcę do powiedzenia czegoś o sobie. Następnie przeredagujcie zebrane informacje i mu je powtórzcie. Sposobem posługiwania się „fishingiem” (dosłownie „wędkarstwem”) jest wyrażanie własnych wypowiedzi w formie pytań i czekanie na odpowiedź. Jeśli odpowiedź lub reakcja jest pozytywna, wówczas przekształćcie pytanie w stwierdzenie („Właśnie tak mówiłem”). Często rozmówca odpowie, dostarczając również informacji, których nie chcieliście otrzymać, po czym może zapomnieć, że on sam był źródłem tych informacji. Wyrażając wasze stwierdzenia w formie pytań, zmusicie rozmówcę do szukania w pamięci szczegółowych przykładów, które mogą być dostosowane do waszych stwierdzeń ogólnych.

8. *Bądźcie dobrymi słuchaczami.* W trakcie seansu wasz rozmówca będzie umierał z pragnienia opowiedzenia wam różnych wydarzeń. Dobre medium pozwala mówić uczestnikowi seansu do woli. Uczestnicząc w transmisji telewizyjnej, w której występuje wróżbita lub medium, łatwo zaobserwować, że podczas przerw na reklamę słuchają niektórych osób z publiczności. Gdy transmisja jest wznawiana, ludzie ci zwracają się do osób, których niedawno słuchali, udając, że nigdy wcześniej ich nie widzieli.

9. *Udramatyzujcie lekturę.* Przekazujcie po trochu informacje, które zebraliście dzięki takim technikom jak *fishing*. Sprawcie wrażenie, że mówicie więcej niż w rzeczywistości. Twórzcie obrazy słowne, odmalowywujcie sceny bogate w szczegóły, choćby były nieistotne, wokół każdego waszego stwierdzenia.

10. *Sprawiajcie zawsze wrażenie, że wiecie więcej niż mówicie.* Renomowane medium, jak lekarz rodzinny, zachowuje się zawsze, jakby wiedział dużo więcej niż mówi. Gdy przekonacie rozmówcę, że wiedzieliście coś, czego „absolutnie nie mogliście wiedzieć” (a co wydobyliście od niego dzięki opisanym wyżej technikom), będzie mu się wydawało, że wiecie wszystko. Wówczas osoba ta otworzy się i wam zaufa.

11. Wreszcie *Złota zasada: mówcie zawsze rozmówcy to, co chce usłyszeć.* Zauważcie, co ostatecznie mówią wróżbici i medium telewizyjni: drodzy zmarli czują się dobrze, kochają nas i proszą, byśmy byli o nich spokojni. To wszystko. Od zmarłych powracających z zaświatów na ziemię oczekivalibyśmy informacji bardziej rewelacyjnych. Jednak osoby zniszczone przez cierpienie nie oczekują rewelacji, tylko chcą być upewnione.

Aby wiedzieć więcej

W języku włoskim nie istnieją wyczerpujące publikacje na temat *cold reading*, lecz osoby znające język angielski mogą zapoznać się z „Biblią” w tej dziedzinie, czyli publikacją [The full facts book of cold reading](#), Iana Rowlanda.

Źródło: www.massimopolidoro.com

Massimo Polidoro

Badacz zjawisk paranormalnych, pisarz, wykładowca i współzałożyciel CICAP, grupy włoskich sceptyków.

[Strona www autora](#)

[Pokaż inne teksty autora](#)



(Publikacja: 10-11-2006 Ostatnia zmiana: 13-11-2006)

[Oryginał.](http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,5109) (http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,5109)

Programming Copyright © 2001-2008 Michał Przech

Autorem tej witryny jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.
Właścicielem witryny są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tej witryny i jakiegokolwiek ich części.

Wszystkie strony tego serwisu, wliczając w to strukturę podkatalogów, skrypty JavaScript oraz inne programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tej witryny oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tej witryny i nie korzystać z jej zasobów.

Informacje zawarte na tej witrynie przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów serwisu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na witrynie. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki zawiera.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych serwisu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl