

Nicolas Guéguen

A MANIPULA ȘI A SEDUCE

Mic tratat de psihologie comportamentală

Traducere din limba franceză
de Monica Grădinaru

POLIROM
2020

Cuprins

Cuvânt-înainte. Suntem cu toții influențabili 7

Seducția de zi cu zi

Capitolul 1. Zâmbiți! Totul va fi mai bine! 11

Capitolul 2. A primi și a da înapoi:
o regulă de aur 22

Capitolul 3. Politețea, cheia legăturilor sociale 35

De la seducție la manipulare

Capitolul 4. A măguli, pentru a obține totul
(sau aproape totul) 49

Capitolul 5. Umorul și puterea de seducție 61

Capitolul 6. Cum îl facem pe celălalt să aibă
o părere mai bună despre noi 67

Capitolul 7. Cum ne manipulează muzica 79

Capitolul 8. Este convingătoare frica? 90

Capitolul 9. Suntem manipulați chiar și atunci
când mâncăm 100

Capitolul 10. Aceste mirosuri care ne duc de nas111

Trucuri și șiretlicuri

Capitolul 11. Poartă întotdeauna ochelari125

Capitolul 12. Cea mai bună manieră
de a sta așezați.....136

Capitolul 13. Ce spune despre noi felul
cum strângem mâna?.....147

Capitolul 14. Cum să ne folosim corect vocea.....157

Capitolul 15. Când hainele anunță culoarea.....167

Capitolul 16. Efectul cravatei177

Capitolul 17. Forța machiajului190

Bibliografie205

Pe ăsta l-am mirosit eu bine

Mirosurile corpului au însă cea mai mare influență în jocul seducției – chiar dacă nu declanșează comportamente la fel de stereotipe ca feromonii la animale. Androstadienonul, de exemplu, este un derivat al testosteronului abundent în transpirația bărbaților și care pare să îmbunătățească dispoziția femeilor în prezența unui bărbat. Acestea ar fi chiar în stare să miroasă – la propriu – capacitatea de dominare. Asta indică rezultatele obținute de Jan Havlíček și de colaboratorii lui de la Universitatea Karlova, din Praga. Cercetătorii le-au cerut unor bărbați între 19 și 27 de ani să completeze un chestionar ce evalua capacitatea lor de dominare (capacitatea de a se impune într-un grup), apoi să poarte un plasture de bumbac sub braț timp de 48 de ore. După aceea, niște studente de 20-21 de ani au notat cât de sexy este mirosul acestora, precizând în ce perioadă a ciclului se aflau. Rezultatul: în fază fertilă, ele au preferat mirosul bărbaților al căror scor de dominare era ridicat.

O preferință ce dispare în afara acestei faze, semn că este rodul selecției naturale, în opinia psihologilor evoluționiști. Femeile l-ar fi moștenit de la strămoașele lor îndepărtate, care erau atrase de masculii dominanți pentru că aveau „cele mai bune gene” și

erau mai capabili să asigure protecția copiilor. Femelele din numeroase alte specii sunt de altfel în stare să-i identifice după miros pe masculii dominanți, pe care îi preferă.

Femeile au deci fler, în materie de dragoste. Dar, dincolo de mirosurile emanate de congenerii noștri, suntem influențați de toate aromele ce plutesc în jurul nostru. Dacă trebuie să cerem cuiva un serviciu sau o informație, să alegem așadar un loc impregnat de un miros plăcut. Rezultatele obținute de Robert Baron, de la Institutul Politehnic Rensselaer, New York, sugerează că vom avea în acest fel mai mult succes.

Bun ca mirosul de pâine caldă

În studiul acestuia, un complice le cerea trecătorilor să-i schimbe o bancnotă de un dolar, plasându-se ba aproape de un magazin care răspândea efluvii delicioase (cum ar fi o brutărie sau o rotiserie), ba într-o zonă neutră (lângă un magazin de haine, de exemplu). Aproximativ 57% dintre persoane au acceptat să i-o schimbe în primul caz, față de numai 19% în al doilea. Pentru Robert Baron, starea de bine pe care ți-o dă inhalarea unui miros plăcut are un efect pozitiv asupra dispoziției, fapt care, la rândul său, conduce la un comportament mai empatic.

Mai multe lucrări au confirmat acest efect, care sporește inclusiv ajutorul spontan. Astfel, vom fi preveniți mai des că am scăpat ceva pe jos atunci când suntem în apropierea unui magazin din care se răspândește un miros plăcut.

Dacă nu se află prin apropiere nici o brutărie, să nu intrăm în panică: este posibil să purtăm cu noi mirosurile de întrajutorare. Larisa Adenskaya și Curt Dommeyer, de la Universitatea de Stat California, Northridge, au arătat că, atunci când o examinatoare se dă cu un parfum floral, 47% dintre trecătorii abordați acceptă să-i răspundă, față de 34% când nu se parfumează. De asemenea, unei femei parfumate i se atrage atenția mai des că a scăpat pe jos o mânășă sau un pachet de șervețele.

Și mai bine: această dorință bruscă de a ajuta pe care o trezesc mirosurile plăcute ar spori și generozitatea. Asta a arătat Mary Beth Grimes, de la Universitatea din Georgia de Sud. Ea i-a întrebat pe participanții la un experiment cât timp ar fi dispuși să consacre unor activități de voluntariat, după ce îi expusese sau nu anumitor parfumuri. În lipsa mirosului, ei se declarau dispuși să sacrifice 110 minute din timpul lor pe săptămână. Dar, după ce respiraseră un miros de vanilie, această cifră urca la 349 de minute. Altfel spus, mirosul de vanilie a triplat timpul pe care erau dispuși oamenii să-l sacrifice.

Să fie aceasta tot o consecință a efectelor benefice ale parfumurilor asupra dispoziției? Cercetătoarea nu se pronunță, căci ea pune jovialitatea neobișnuită constatată în rândul participanților mai degrabă pe seama protocolului experimental: ea impregna hârtia unui chestionar și le cerea să-și lipească nasul de aceasta timp de 30 de secunde, pentru a-i expune la parfumuri. Urma o anumită hilaritate... Rămâne valabil faptul că reacția era aceeași în condiția de control, unde participanții miroseau o hârtie fără un parfum particular, și că un astfel de artefact experimental nu pune sub semnul întrebării faptul că generozitatea provocată de mirosuri crește. În orice caz, pentru viitoarele studii, Mary Beth Grimes recomandă folosirea unor mici spray-uri.

Dacă un miros plăcut nu ne transformă direct în Maica Tereza, ar trebui deci să ne determine măcar să fim puțin mai săritori față de aproapele nostru. Și să ne împingă să ne apropiem de el, indică un experiment efectuat de Dina Zemke și de Stowe Shoemaker, pe atunci la Universitatea Cornell, New York. Când cercetătorii au folosit un ulei esențial de mușcată într-o încăpere alăturată unei săli de conferință, relațiile sociale s-au multiplicat. Astfel, în raport cu un context olfactiv mai neutru, psihologii, care supravegheau încăperea cu ajutorul unei camere de luat vederi, au observat mai multă

proximitate fizică, mai multe conversații și strângeri de mână.

O incitare la flirt?

O stare pozitivă și sociabilă așadar. Glumeată chiar? Cu ocazia unui studiu efectuat împreună cu niște cercetători de la laboratorul meu, niște bărbați curtenitori abordau tinere într-o galerie comercială, în apropierea unor magazine din care emana un miros când plăcut, când neutru. Aceste doamne au acceptat mai adesea să le dea numărul lor de telefon în primul caz.

Companiile nu au scăpat din vedere această putere a mirosurilor, iar marketingul prin folosirea unor arome este în plină expansiune. Cinematografele, de exemplu, difuzează adesea arome de pop-corn. O strategie probabil de succes, căci cumpărăturile noastre depind de ceea ce mirosim, așa cum arată alt studiu pe care l-am realizat. În acest experiment, difuzarea unui miros de ciocolată caldă la intrarea unui minimarket i-a determinat pe clienți să cumpere mai multe produse care conțin zahăr, fără să renunțe la produsele sărate.

Dar influența mirosurilor poate fi de asemenea folosită pentru binele tuturor. Parfumurile plăcute au într-adevăr un efect liniștitor, cu aplicație în lumea medicală. Mai multe studii au arătat astfel că folosirea

unui ulei esențial de lavandă temperează neliniștea resimțită în mai multe situații: înaintea unei operații chirurgicale, în timpul unei hemodialize (o deviere a circulației sangvine pentru epurarea sângelui), în timpul unor ședințe de radioterapie (la pacienții de cancer) etc. Un efect relaxant, ale cărui manifestări fiziologice au fost măsurate de Estelle Campenni și de colegii ei, de la Universitatea Marywood, Pennsylvania. Concluzia: acest miros declanșează o scădere a ritmului cardiac și a conductivității electrice cutanate – un indicator al stresului.

Așadar, trebuie oare să mobilizăm batalioane de odorizante ca să combatem această celebră frică de dentist care îi obsedează pe mulți copii și adulți? Ar fi cu atât mai judicios cu cât mirosurile plăcute au și un efect antidurere. Johann Lehrner și colegii săi de la Universitatea din Viena, Austria, l-au demonstrat difuzând parfumuri de lavandă sau de portocală în sălile de așteptare a diferitor cabinete dentare. În total, mai multe sute de pacienți au respirat aceste arome. Acestea au redus atât anxietatea, cât și durerea resimțite înainte de a ajunge la freză.

Un efect analgezic confirmat de lucrările lui Bryan Raudenbush și ale colegilor săi de la Universitatea Wheeling, Virginia de Vest. De vreme ce n-ar fi deloc etic ca niște subiecți să fie torturați în laborator pentru a li se testa rezistența, cercetătorii au conceput un