

ARKADIUSZ BEDNARSKI

SŁOWA MOCY

SEKRETY KOMUNIKACJI JĘZYKOWEJ W HANDLU I NEGOCJACJACH

Fragment

Warszawa 2024

SPIS TREŚCI

KSIĄŻKA NIE DLA WSZYSTKICH

ROZDZIAŁ 1: PEWNE RZECZY WARTO WIEDZIEĆ

ROZDZIAŁ 2: CZASAMI TRUDNO SIĘ DOGADAĆ

ROZDZIAŁ 3: COŚ TU TRĄCI MYSZKĄ...

ROZDZIAŁ 4: ROZUMIEM I... NIE ROZUMIEM...

ROZDZIAŁ 5: CO NAJMNIJ WIĘCEJ NIŻ BYĆ POWINNO

ROZDZIAŁ 6: WYMOWNY POPAS

ROZDZIAŁ 7: NIEOBIEKTYWNE FAKTY I LICZBY?

ROZDZIAŁ 8: OKRAKIEM NA ZDANIACH

ROZDZIAŁ 9: PRZEREKLAMOWANA MANIPULACJA

ROZDZIAŁ 10: NAMAWIAĆ, ZACHĘCAĆ CZY ZMUSZAĆ?

ROZDZIAŁ 11: ZA GÓRAMI, ZA LASAMI...

ROZDZIAŁ 12: UPRZEJMOŚCI NIGDY DOŚĆ?

ROZDZIAŁ 13: NIEUNIKNIONY UPŁYW CZASU

PODRÓŻ WCIĄŻ TRWA

DLA DOCIEKLIWYCH

BIBLIOGRAFIA

ROZDZIAŁ 2

CZASAMI TRUDNO SIĘ DOGADAĆ

„Powymyślali te durackie stopy, ferhaity, funty,
kremacje, nie ma dziwu, że się dogadać nie można”.

A. Mularczyk, *Kochaj albo rzuć*

W każdym bardziej złożonym języku istnieją dwa rodzaje słów (wyrażeń, wyrazów¹): znaczeniowe (treściowe) oraz funkcyjne. Trudno byłoby się nam porozumiewać, a wręcz niemożliwym byłoby rozmawianie o bardziej złożonych zagadnieniach, gdybyśmy mieli do dyspozycji same wyrażenia znaczeniowe lub same wyrażenia funkcyjne.

Wyrazy funkcyjne to te, które składają się na szkielet zdania, mimo że nie są przy tym nośnikami jego treści. Przykładami takich słów mogą być: jak, i, z, do, bo, od, ale, więc, że, przez itd. Te wyrazy można zaliczyć do tzw. klasy zamkniętej, ponieważ w zasadzie w języku ich nie przybywa. Czy jesteś w stanie sobie przypomnieć, kiedy ostatnio nauczyłeś (nauczyłaś) się nowego przyimka, takiego który wcześniej nie byłby Ci znany?

„Wyraz funkcyjny – termin odnoszony zwykle do wyrazów niesamodzielných znaczeniowo, które pełnią w zdaniu różne funkcje, przede wszystkim łączą inne składniki, modyfikują ich znaczenie albo odnoszą się do treści wyrażonej innym składnikiem zdania lub do całego zdania”².

Wyrazy funkcyjne między innymi łączą inne składniki zdania i modyfikują ich znaczenie.

Wyrazy znaczeniowe to te, które niosą ze sobą jakąś treść, takie jak rzeczowniki, czasowniki, przymiotniki i przysłówki. Słowa te służą do opisywania przedmiotów, zjawisk lub pojęć. Są zbiorem otwartym, język może zawierać ich nieskończoną liczbę, gdyż cały czas tworzone są

¹ Będą stosowane w książce zamiennie jako synonimy.

² *Wielki Słownik Języka Polskiego*, [online:] <https://wsjp.pl/haslo/podglad/87596/wyraz-funkcyjny>. Dostęp: 06.03.2024.

nowe. Przykładami takich słów mogą być: zielony, wysoki, drogi, stół, koszt, cena, budować, kupować, negocjować itd.

W przeciwieństwie do funkcyjnych wyrazy znaczeniowe mogą powstawać w miarę zapotrzebowania. Przyjrzyjmy się zdaniu: „Wyślij mi na komórkę informację o tych strunach na Allegro”. Każde ze słów występujących w tym zdaniu byłoby zrozumiałe zarówno dzisiaj, jak i dla człowieka żyjącego w XVIII wieku, prawda? Jednak zdanie to, chociaż dziś ma sens, nie miałoby sensu w XVIII wieku. Mamy zatem kolejną kwestię – słowa treściowe mogą zmieniać swoje znaczenie. Najczęściej proces ten zachodzi z czasem, a na szybkość tych zmian ma wpływ między innymi częstotliwość ich używania w określonych kontekstach (sytuacjach).

Wyrazy znaczeniowe mogą powstawać w miarę zapotrzebowania. Jedne z nich tracą na znaczeniu, a inne zyskują.

„Przywykaj do tego, byś z uwagą słuchał słów obcych i, o ile można, wnikaj w duszę mówiącego”³.

Bardzo ważnym aspektem wyrazów znaczeniowych są dostępność i organizacja. Im łatwiejszy i szybszy dostęp do danego słowa ma odbiorca komunikatu, tym bardziej efektywny jest proces komunikacji.

Na **dostępność i organizację** składają się trzy czynniki:

- częstość,
- wyobrażalność,
- skojarzenia semantyczne.

Jeżeli udało Ci się, czytając tę książkę, dobrać do tego momentu, to znaczy, że intuicyjnie wiesz, o co chodzi. Jeśli niezbyt dobrze orientujesz się w zagadnieniach psycholingwistyki, językoznawstwa, filozofii języka i dziedzinach pokrewnych, to lektura niektórych jej fragmentów mogła być dla Ciebie nieco męcząca. Być może zdarzyło Ci się przeczytać dane zdanie ponownie lub cofnąć się do poprzedniego akapitu. Nie wątpię, że tak mogło być, chociaż bardzo staram się pisać w miarę możliwości w sposób zwięzły i zrozumiały.

³ M. Aureliusz, *Rozmyślenia*, tłum. M. Reitner, One Press 2016.

Weźmy na przykład zdanie, które pojawiało się wcześniej: „Wyrazy funkcyjne to te, które składają się na szkielet zdania, mimo że nie są przy tym nośnikami jego treści”. Występują w nim takie określenia, jak „słowa funkcyjne”, „szkielet zdania” i „nośniki treści”. Chociaż nie ma w nich niczego skomplikowanego, to jednak wiele osób będzie musiało przez chwilę zastanowić się nad tym, co każde z nich znaczy i co autor chciał przekazać. Wiedza o tym, jak wygląda taki proces, jest niezbędna do tego, aby komunikować się efektywnie.

Otóż, jeśli osoba czytająca określone słowa posługuje się nimi często (z racji wykonywanej pracy, zainteresowań, środowiska, w którym przebywa na co dzień itp.), będzie łatwiej i szybciej na nie reagować. Jeśli jest odwrotnie, reakcja będzie wolniejsza.

Innymi słowy, **częstość** używania danego słowa sprawia, że szybciej lub wolniej na nie reagujemy. „Nośniki treści” są zrozumiałe dla osób, które zajmują się copywritingiem, marketingiem i PR-em, ale mogą być niezrozumiałe dla kasjera i kierowcy, z kolei u drukarza i urzędnika mogą budzić inne skojarzenia.

Jeżeli zatem drukarz i urzędnik przez określenie „nośniki treści” rozumieją coś innego niż copywriter, marketer i PR-owiec, to ich **skojarzenia semantyczne** są dość szybkie, ale inne. Z kolei dla kasjera, murarza i kierowcy takie skojarzenia są trudno dostępne. Możliwe, że część kierowców ze starszego pokolenia słowo „nośnik” skojarzy się na podstawie fonemu ze słowem „podnośnik”. To zaś dodatkowo może zaburzyć zrozumienie przez nich treści zdania.

Z kolei **wyobrażalność** odnosi się do tego, czy i jak szybko odbiorca wyobraża sobie dane słowo. O wiele łatwiej jest wyobrazić sobie słowa konkretne: stół, długopis, kawa niż redefinicja, doniosłość, niejednoznaczność. Z podobną sytuacją mamy do czynienia w przypadku długości słów, ściślej mówiąc, liczby sylab, z których się składają.

Przeczytaj na głos cztery wyrazy, które znaczą to samo w języku hiszpańskim, polskim, niemieckim i angielskim, a zrozumiesz, co mam na myśli. Oto te słowa:

- retroalimentación,
- informacja zwrotna,
- Rückmeldung,
- feedback.

Jak widać (a raczej słysząc), z im mniejszej liczby sylab składa się wyraz, tym łatwiej i przyjemniej brzmi.

- retroalimentación – 7 sylab,

- informacja zwrotna – 6 sylab,
- Rückmeldung – 3 sylaby,
- feedback – 2 sylaby.

Im mniej sylab będzie miał język, którym będziesz się posługiwać, tym łatwiej i przyjemniej będzie się Ciebie słuchać i czytać. Niełatwo to osiągnąć, gdy pisze się książkę lub prowadzi wykład. Jednak w przypadku krótkiej wiadomości mailowej lub prezentacji handlowej jak najbardziej. Moja prababcia pochodziła z rodziny arystokratycznej, która w wyniku wojny utraciła duży majątek na Kresach. Majątek przepadł, ale zasady, obyczaje i rytuały pozostały. Stąd, pomimo tego, że nie należę do ludzi młodych, wciąż do mojej matki muszę zwracać się w trzeciej osobie liczby pojedynczej – „niech mama”. Ktoś, kto porozumiewa się z rodzicami, używając formy „ty”, nie wie, jak taka pozornie niewielka różnica utrudnia życie. Oto kilka przykładów:

1.

- a) Niech mama powie, co mama o tym myśli? (12 sylab)
- b) Powiedz, co o tym myślisz? (7 sylab)

2.

- a) Niech mama na to spojrz i mama powie, co mama o tym myśli? (19 sylab)
- b) Spójrz na to i powiedz, co o tym myślisz? (11 sylab)

3.

- a) Czy widziała się mama z sąsiadką? I co mama jej powiedziała? Z tego, co pamiętam, miała mama z nią to załatwić. (34 sylaby)
- b) Czy widziałas się z sąsiadką? I co jej powiedziałaś? Z tego, co pamiętam, miałas z nią to załatwić. (28 sylab)

Rozmowa prowadzona z kimś, do kogo trzeba zwracać się w trzeciej osobie liczby pojedynczej, w trakcie której trzeba wiele razy powtarzać to samo, potrafi być bardzo męcząca. O ile krótkie zdania często różnią się zaledwie dwoma sylabami, o tyle dłuższa rozmowa sprawia, że liczba wypowiedzianych sylab jest znacznie większa, niż wymaga tego efektywna konwersacja.

Im mniej sylab ma imię i nazwisko osoby, tym łatwiej zapada w pamięć. W tym miejscu podzielę się swoimi własnymi obserwacjami i wnioskami, które pomimo upływu lat wciąż są niezmiennie aktualne. Otóż większość osób, które są rozpoznawalne publicznie i odnoszą

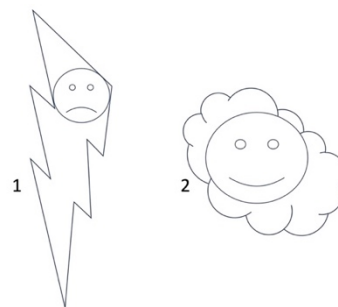
sukcesy, to osoby, których łączna liczba sylab imienia i nazwiska wynosi maksymalnie 5. Im mniej, tym lepiej. Być może wynika to właśnie z faktu, że mniejsza liczba sylab imienia i nazwiska sprawia, iż łatwiej zapadają one w pamięć. Część osób, szczególnie w świecie artystycznym, zmienia nazwiska lub przyjmuje pseudonimy. Nie znam nikogo, kto zmieniałby je na takie, które składałyby się z większej liczby sylab. Przypadek?

Zwróć uwagę na to, że język angielski, który stał się językiem ogóln światowym, należy do grupy tych języków, których wyrazy składają się z niewielkiej liczby sylab, podobnie jak melodyjność języka włoskiego bierze się stąd, że niemal wszystkie słowa w nim występujące są zakończone samogłoską.

Im mniej sylab będzie miał język, którym będziesz się posługiwać, tym łatwiej i przyjemniej będzie się Ciebie słuchać i czytać.

Rozumienie i skojarzenia

Mamy jakąś wyjątkową umiejętność rozumienia niektórych słów, mimo że nigdy przedtem się z nimi nie spotkaliśmy. Wyobraź sobie, że na rynku pojawiła się nowa seria książek dla dzieci. Występują w nich różni bohaterowie. Pośród nich jest jeden pozytywny i jeden negatywny. Na rysunku poniżej widzisz ich wizerunki. Jeden nazywa się Zivza, a drugi Bunda. Który z nich, Twoim zdaniem, to Zivza, a który to Bunda?



Jeśli Twoja odpowiedź brzmiała:

1 – Zivza, 2 – Bunda, to wiedz, że takiej samej odpowiedzi udzieli 99% osób, które o to pytam. Ciekawe, prawda? Potrafimy ich nazywać, mimo że nigdy o nich nie słyszeliśmy, nigdy ich nie widzieliśmy i nic o nich nie wiemy.

Grzegorzyczkowa (2004) zauważa, że fundamentalnym pytaniem koncepcji kognitywistycznych jest tak naprawdę nie to, co wyraz znaczy, ale jak ludzie rozumieją dane wyrazy. Obiekty świata pozajęzykowego są identyfikowane i przydzielane do kategorii

pojęciowych ze względu na swoje podobieństwo do prototypu, czyli najbardziej typowego okazu kategorii o zespole najszybciej rozpoznawalnych cech.

Tworząc przekaz, warto wiedzieć, kto jest jego odbiorcą i uwzględnić w nim częstość, skojarzenia semantyczne i wyobrażalność.

Aby móc zastosować w praktyce poradę zawartą powyżej, przejdźmy do praktyki. Przyjrzyjmy się kilku poniższym przykładom:

1.

- Czym on się zajmuje?
- Sprzedażą bezpośrednią.
- Co to znaczy?
- Umawia spotkania i robi w domach prezentacje produktów...
- A, czyli jest domokrążcą!

2.

- Czym oni się zajmują?
- Budują sieć sprzedaży w formule MLM – network marketingu.
- Co to znaczy?
- Prowadzą biznes i proponują ludziom, aby dołączyli i budowali wraz z nimi...
- A, czyli to piramida!

2.

- Czym ona się zajmuje?
- Negocjuje wysokości grantów w ramach umów bilateralnych.
- Co to znaczy?
- Stara się pozyskać maksymalne dofinansowania dla przedsiębiorców...
- A, czyli kombinuje, żeby wyrwać jak najwięcej kasy z Unii!

Dla części osób „sprzedaż bezpośrednia”, „network marketing” czy „negocjowanie wysokości grantów” to tylko słowa, których dostępność jest mała, ponieważ:

- częstość ich pojawiania się jest niska,
- skojarzenia semantyczne są niewielkie,
- wyobrażalność jest znikoma.

Zaś słowa „piramida”, „domokrążca” czy „kombinacje” są dla nich znacznie bardziej dostępne. Niestety w wielu przypadkach ta dostępność jest niezgodnym z prawdą uproszczeniem. Sprzedaż bezpośrednia to nie domokrążstwo, MLM to nie piramida, a negocjacje to nie kombinacje. Jednak dążąc do zrozumienia przekazywanej treści, odbiorcy starają się ją przetłumaczyć na znany sobie język, ten, który jest dla nich bardziej dostępny, bardziej zrozumiały. Między innymi dlatego próba przekonywania kogokolwiek trudnodostępnymi dla nich treściami może być skazana na porażkę.

Nie dotrzesz ze swoim komunikatem do ludzi, posługując się trudno dostępnymi dla nich treściami. Najpierw pozwól im zrozumieć.

Kluczem do zrozumienia jest posługiwanie się treściami, które są dla nich łatwo dostępne.

Dostępności nie należy mylić z publikowanym w Internecie tak zwanym badaniem indeksem FOG, który analizuje czytelność treści. Algorytmy czytelności zapewniają przybliżone wyniki, ponieważ mają tendencję do „nagradzania” krótkich zdań złożonych z krótkich słów. To z kolei nie zawsze oznacza, że treść jest dostępna dla wszystkich w tym samym zakresie. Mimo że wyniki są przybliżone, mogą jednak dać wskazówki na temat tego, czy dana treść została dopasowana do odpowiedniego poziomu odbiorców. Im wyższy indeks, tym mniej dostępna treść. Poniżej przykład wyników indeksu FOG.

Typowe wyniki indeksu czytelności FOG	
Indeks FOG	Materiały
6	Biblia, książki Marka Twaina
8	Wydania Reader's Digest
8 – 10	Najpopularniejsze powieści
10	„Time”, „Newsweek”
11	„Wall Street Journal”
14	„The Times”, „The Guardian”
15 – 20	Materiały akademickie
Ponad 20	Tylko stronom rządowym może to ująć na sucho, bo nie można ich zignorować
Ponad 30	Rząd coś ukrywa

Tabela 1. Indeks FOG

O ile z indeksami 6 – 14 można dyskutować, o tyle trudno nie odnieść wrażenia, że indeksy 15 – 30 doskonale oddają rzeczywistość, w której żyjemy. Nassim Nicholas Taleb (2003) w książce *Czarny łabędź* pisze: „Zauważcie, że dziennikarze próbują zdobyć fakty, ale wplatają je w narrację w taki sposób, żeby stworzyć wrażenie przyczynowości (i wiedzy). Weryfikacja dotyczy tylko faktów, a nie inteligencji autorów. Niestety. Dziennikarze nie są w tym jednak odosobnieni. Ten sam grzech popełniają naukowcy w dziedzinach narracyjnych, ale maskują go formalnym językiem (...). Mimo zamiłowania do narracyjności i przyczynowości dziennikarze i intelektualiści na pokaz nie sprawiają, że świat staje się prostszy. Wręcz przeciwnie – z ich perspektywy wydaje się on znacznie bardziej skomplikowany niż jest w rzeczywistości”⁴.

Wbrew pozorom najprościej jest ukryć się za niezrozumiałym dla większości ludzi językiem. Jednak sztuka efektywnego porozumiewania się polega na tym, aby było one... efektywne. Dlatego warto przestrzegać trzech prostych zasad:

1. **Słuchanie.** Słuchając, poznasz język, którym posługuje się partner⁵.
2. **Język.** Posługuj się językiem (słowa, zwroty) dostępnym dla partnera.
3. **Argumenty.** Nie używaj argumentów, które według Ciebie mają sens i które Ciebie przekonują. Mogą być niedostępne lub trudno dostępne dla partnera.

Język jest tworem żywym. Jak zauważa Enrique Bernárdez (2008), język należy ujmować przede wszystkim jako działanie społeczne. Dopiero z upływem tysięcy lat zaczęły powstawać języki pisane. I wtedy to można było mówić o języku istniejącym niezależnie od procesu komunikacji społecznej. W związku z tym naturę języka powinno się rozpatrywać właśnie jako żywą interakcję, nie zaś jako język pisany, jak ma to miejsce we współczesnym językoznawstwie.

Język jest żywym tworem i powstaje na ulicy, pośród ludzi, a nie w szkołach i w laboratoriach. Wciąż wielu nauczycieli języka polskiego jako błąd traktuje zdania rozpoczynające się od „I”, „Ale”, „A więc” – A więc, uciekło i bęc!” itp. Jednak prawda jest taka, że to nauczyciele się mylą i powtarzają dawno nieaktualne pseudoreguły.

⁴ N.N. Taleb, *Czarny łabędź. Jak nieprzewidywalne zdarzenia rządzą naszym życiem*, tłum. O. Siara, Zysk i S-ka 2023.

⁵ Przez określenie „partner” należy także rozumieć odbiorcę komunikatu, klienta oraz stronę w negocjacjach.

„Bardzo trudno wymyślić słowo, od którego nie dałoby się zacząć zdania. Proszę zauważyć, że np. w dialogu powieściowym wypowiedź może się urwać w dowolnym miejscu – co oznaczamy wielokropkiem – a potem można ją kontynuować w nowym zdaniu od miejsca, gdzie została przerwana. Nauki typu: «Nie zaczyna się zdania od *a więc*» przekazywane są z pokolenia na pokolenie, nie bez udziału nauczycieli, którzy – ufam, że w dobrej wierze – wprowadzają uczniów w błąd. W języku mówionym *a więc* jest popularnym sposobem rozpoczęcia wypowiedzi w sytuacji, gdy mówiący nie wie, jak zacząć. Nauczyciele prawdopodobnie woleliby, aby uczniowie swoje wypowiedzi na lekcji zaczynali od czegoś językowo dojrzałego, świadczącego dobrze o ich kompetencji. *Otóż* jest dobrym sygnałem fatycznym (nie mylić ze słowem *faktyczny*), sygnalizującym początek wypowiedzi. Wiele kwestii w dialogu nie wymaga jednak żadnego sygnału na początku”⁶.

Język jest żywy, a przez to zmienny. Od kilku dekad używamy określenia „facet”, przez co mężczyzna brzmi już dzisiaj nieco archaicznie – trącąc przysłowiową myszką. Ze słowem „kobieta” jest nieco inaczej: „W XVI wieku, gdy w materiałach źródłowych pojawiło się ono po raz pierwszy, znaczyło «zajmująca się korytem i chlewem» i było nacechowane pejoratywnie. Powodem były człony, które stworzyły to połączenie. Pierwszy, *kob*, pochodzi od słowa *chlew*, natomiast końcówka *-ieta* wskazuje na rzeczownik rodzaju żeńskiego. Słowo *kobieta* neutralny wydźwięk przybrało dopiero pod koniec XVIII wieku”⁷.

Czasami zdarza się też tak, że słowo właściwe zostaje zastąpione niewłaściwym i wchodzi do powszechnego użytku. Jednym z najbardziej wyrazistych przykładów jest słowo „ciężko”, które coraz częściej pojawia się już nie tylko jako synonim słowa „trudno”, ale wręcz je zastępuje. Oto kilka przykładów.

- To były ciężkie negocjacje.
- Ciężko powiedzieć, kto ma rację.
- Czasami ciężko się z nim porozumieć.
- Dwa ostatnie tygodnie były dla mnie wyjątkowo ciężkie.

⁶ M. Bańko, *Słownik Języka Polskiego PWN*, [online:] <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/Nie-zaczyna-sie-zdania-od;14589.html>. Dostęp: 06.03.2024.

⁷ K. Żyłowska, *Dlaczego słowo kobieta było obraźliwe dla płci żeńskiej?*, [online:] <https://polszczyzna.pl/pochodzenie-slowa-kobieta/>. Dostęp: 06.03.2024.

Określenie „krakowski targ” większości negocjatorom w pierwszej kolejności przywodzi na myśl technikę negocjacyjną, która polega na wzajemnym ustępstwie – „Spotkajmy się w połowie naszych dążeń, ja ustąpię o sto, ty ustąpisz o sto i dojdziemy do porozumienia”. Jednak starszym osobom, które nie prowadzą negocjacji i które pamiętają czasy bazarów i targów, będzie się kojarzyło z targiem (targowiskiem, bazarem) w Krakowie.

Komunikaty wieloznaczne⁸

Komunikaty wieloznaczne to specyficzny rodzaj języka, którego celem jest przekazywanie informacji co najmniej dwuznacznych, chociaż czasami także i wieloznacznych. Zamiast „komunikaty wieloznaczne” można natknąć się na mniej precyzyjne określenie „metajęzyk”. Komunikaty wieloznaczne niosą ze sobą kilka znaczeń, przez co wypowiedź może być rozumiana na różne sposoby.

Komunikaty wieloznaczne są najczęściej stosowane w celu uzyskania określonych korzyści w taki sposób, który sprawia, że ów komunikat może być odebrany jako perswazyjny lub jako nieperswazyjny.

Przykładem takich komunikatów mogą być poniższe zdania:

- Dobrze się rozmawia z inteligentnymi ludźmi.
- Zawsze chciałem pracować w takim biurze.
- Tego typu narzędzia dają pewne możliwości.
- Są różne możliwości i rozwiązania.

Tego typu stwierdzenia mogą być rozumiane w różny sposób, co daje mówiącemu i słuchającemu pewną dowolność w interpretowaniu.

Co może oznaczać „takie biuro”? Takie dobre czy takie średnie? A może takie małe albo duże? A być może tak zaprojektowane, nietrafione, brzydkie, ładne itp. Osoba, która słyszy takie zdanie, konfrontuje je we własnym umyśle z własnymi przekonaniem, opiniami i odczuciami. I to często ona sama interpretuje, co według niej ta wypowiedź znaczy.

Warto wspomnieć także o tym, że interpretacja tego typu wypowiedzi będzie w dużym stopniu zależała od kontekstu, tonu głosu, mimiki i zachowania nadawcy. Jeżeli w jego tonie będzie

⁸ Nie należy mylić z wieloznacznościami.

słysząc ironię, to odbiorca najprawdopodobniej zrozumie, że nie chodzi bynajmniej o aspekty pozytywne. Jeżeli będzie mówił tonem poważnym, podszytym nutą podziwu lub zachwytu, przytakując przy tym głową, to interpretacja najprawdopodobniej będzie odwrotna. Dlatego należy być bardzo ostrożnym, używając tego typu stwierdzeń. Bądź świadomy (świadoma) tego, jaka jest Twoja postawa, jaka mimika i jakim tonem wypowiadasz dane stwierdzenie. Jeśli będąc odbiorcą komunikatu wieloznacznego wypowiedzianego przez drugą osobę, nie masz pewności, co ma ona na myśli, zawsze lepiej zapytać, niż interpretować na swój sposób. Może to być szczególnie ważne w procesie negocjacji.

W komunikacji (nie tylko w sprzedaży i negocjacjach) wciąż używa się połączeń słów lub związków frazeologicznych, stosowanych tak często i od tak dawna, że zatraciły i powoli tracą swój pierwotny sens, przez co przestały oddziaływać na odbiorcę tak, jak spodziewa się tego nadawca. Takimi określeniami są np. wysoka jakość, dynamiczny zespół, konkurencyjne wynagrodzenie, innowacyjne rozwiązania itp.

Przyjrzyjmy się zatem roli i znaczeniu wybranych wyrazów, zarówno tym, które działają na naszą korzyść, jak i tym, które działają przeciwko nam w sprzedaży, negocjacjach, podczas wystąpień publicznych i wielu innych aktywności.

W komunikacji wciąż używa się połączeń słów lub związków frazeologicznych, które powoli tracą swój pierwotny sens, przez co przestają oddziaływać na odbiorcę tak, jak spodziewa się tego nadawca.
