

**Dlaczego
Twój sąsiad
zarabia więcej
od Ciebie
i jak temu
zaradzić**



**Czyli o sztuce
autoprezentacji**

Maciej Pawlik

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz wydawca dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz wydawca nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Redaktor prowadzący: Barbara Gancarz-Wójcicka

Helion S.A.

ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice

tel. 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: <https://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<https://onepress.pl/user/opinie?dlatwo>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

ISBN: 978-83-289-0525-2

Copyright © Maciej Pawlik 2024

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

Spis treści

Przedmowa _____ 5

Wstęp _____ 7

ROZDZIAŁ 1.

Jak Cię widzą, tak Cię piszą, czyli wizualne aspekty postrzeganych kompetencji _____ 25

Czy rozmiar ma znaczenie? _____ 25

Czy ładni mają w życiu łatwiej? _____ 30

Co o Tobie mówi Twoje ciało? _____ 38

Kontakt wzrokowy _____ 40

Ręce do góry — wyglądasz jak szef _____ 42

Odległości i kąty _____ 43

Symbole statusu i stereotypy _____ 44

Nie szata zdoła człowieka? _____ 49

Aksesoria i dodatki _____ 61

Dyplomy i puchary _____ 65

ROZDZIAŁ 2.**Na językach, czyli co o Tobie mówi**

Twoja mowa	71
Power talking	72
Czy akcent i gwara mają znaczenie?	76

ROZDZIAŁ 3.**Komunikacja z innymi, czyli główne**

pole bitwy na kompetencje	83
Dobre wiadomości	84
Złe wiadomości	85
Mieszane wiadomości	89
Zarządzanie oczekiwaniami	91
Komplikowanie wypowiedzi	94
Przeznaczenie i naturalny talent	97

ROZDZIAŁ 4.**Różności** 105

Ogrzej się w blasku innych — pozwól kompetencjom innych wspierać Ciebie	105
Żarty żartami, ale biznes to poważna rzecz	108
Sympatyczni są wyżej oceniani	109
Pułapka uśmiechu	110
Przedstaw się jak człowiek sukcesu!	111

Zakończenie 115

ROZDZIAŁ 1.

Jak Cię widzą, tak Cię piszą, czyli wizualne aspekty postrzeganych kompetencji

W tym rozdziale skupię się na postrzeganiu kompetencji poprzez wzrok. Każdy z nas zna powiedzenie, że nie ocenia się książki po okładce, jednocześnie stwierdzenie to stanowi zaprzeczenie naszej ludzkiej natury. Świat jest tak skomplikowany, że ludzie w naturalny sposób szukają uproszczeń pozwalających im na szybką ocenę sytuacji. Nie musisz mieć z tego powodu wyrzutów sumienia i obwiniać się o bycie płytkim. Po prostu jako ludzie tak jesteśmy skonstruowani. Zamiast z tym walczyć, możesz obrócić to na swoją korzyść. Zatem czy nie byłoby warto dowiedzieć się teraz więcej na ten temat?

Czy rozmiar ma znaczenie?

Wybacz, ale nie mogłem oprzeć się pokusie sformułowania tego podrozdziału w trochę prowokacyjny sposób. Oczywiście chcąc być bardziej precyzyjnym, powinienem użyć słowa

„wzrost”, a nie „rozmiar”. Skracając ten rozdział do absolutnego minimum, mógłbym napisać, że prowadzone przez dziesięciolecia badania naukowe nad tym zagadnieniem można sprowadzić do odpowiedzi wyrażonej tylko jednym słowem: „Tak”. I na tym mógłbym zakończyć ten wątek, ale zapewne interesuje Cię więcej szczegółów.

Na wstępie należy zaznaczyć, że korelacja rozmiaru z pozytywnymi cechami, takimi jak zdolności przywódcze, jest zdecydowanie silniejsza w przypadku oceny mężczyzn niż kobiet¹. Ma to związek z prehistoryczną walką o przetrwanie i efektem halo, który promieniuje na inne obszary. Na czym on dokładnie polega? Otóż efekt halo, czy też w dosłownym tłumaczeniu efekt aureoli, to zjawisko w psychologii, które sprawia, że ocena jednego aspektu promieniuje na inne dziedziny. Intuicyjnie tworzymy w swojej głowie spójny obraz, że skoro ktoś jest np. świetnym sportowcem, to również dobrym człowiekiem, dżentelmenem, uczciwym w każdej dziedzinie życia. Dlatego ze zdziwieniem przyjmujemy doniesienia, że piłkarz, który jest idolem małych dzieci, jeździ po pijanemu samochodem, a zdolny aktor, który grał takiego sympatycznego adwokata, bije żonę i jest uzależniony od heroiny. Tyle o efekcie aureoli, a teraz wróćmy do naszych rozważań na temat wzrostu.

¹ R. Henss, *Attraktivität und Körpergröße. Eine Pilot-Studie*, Saarbrücken 1989.

Gdzie przebiega magiczna granica pomiędzy byciem wysokim a niskim? To 183 centymetry². Mierzący tyle mężczyźni postrzegani są jako wysocy i cieszą się pozytywnymi asocjacjami również w innych dziedzinach życia. Być może odetchnąłeś teraz z ulgą, ale biorąc pod uwagę, że średni wzrost statystycznego Polaka to 177 centymetrów, istnieje duże prawdopodobieństwo, że poczujesz rozczarowanie. Co w takim razie z ludźmi, którym natura poskąpiła centymetrów? Czy są skazani na gorsze życie? Bądźmy szczerzy: na pewno mają trudniej, ale sprawa nie jest kompletnie przegrana, zwłaszcza w przypadku osób, którym brakuje zaledwie kilku centymetrów. Otóż w dużym stopniu liczy się nasz odbiór jako ludzi wysokich czy niskich³, a to optyczne wrażenie da się w pewnym stopniu wypracować.

Przede wszystkim dobra forma i szczupła sylwetka pozytywnie wpływają na nasz odbiór, bo zachowane są właściwe proporcje ciała. Kolejnym sposobem jest świadomy dobór stroju. Na przykład ciemna marynarka i jasne spodnie skracają sylwetkę, natomiast odwrotna kombinacja, czyli ciemny dół i jasna góra, prowadzi do przeciwnego efektu. Jeżeli zależy ci na optycznym wydłużeniu własnej osoby, powinieneś również unikać ubrań w poziome paski. Gdy należysz do grupy osób występujących publicznie, dobrze jest podejść taktycznie do wydarzeń, w czasie których znajdziesz się w centrum uwagi, i zadbać np. o podwyższoną

² L.P. Deck, *Buying brains by the inch*, „Journal of the College and University Personnel Association” 19, 1968, s. 33 – 37.

³ T.A. Judge, D.M. Cable, *Effect of physical height on workplace success and income*, „Journal of Applied Psychology” 89, 2004, s. 428 – 514.

scenę, z której będziesz przemawiać. Alternatywnie postaraj się być jedyną osobą, która stoi, czyli najpierw pozwól innym usiąść, a dopiero potem zacznij swoje przemówienie⁴. Jeśli podczas Twojego wystąpienia będzie towarzyszył ci ktoś znacznie od Ciebie wyższy (idealnym duetem byli Jarosław Kaczyński (168 centymetrów) i Roman Giertych (197 centymetrów), którzy w latach 2005 – 2007 tworzyli konserwatywny rząd i zajmowali odpowiednio stanowiska premiera i wicepremiera), lepiej zdecydować się na pozycję siedzącą. A może wykonujesz profesję, dzięki której klienci odwiedzają Cię bezpośrednio w Twoim biurze? Wtedy zaproponuj swoim gościom wygodną, lecz dosyć nisko posadowioną kanapę, a sam zajmij miejsce na krześle, które może nie jest tak wygodne, jednak zapewni ci wyższy poziom.

Jeżeli Twój wzrost w dalszym ciągu nie daje ci spokoju, ostatnim rozwiązaniem, które może zostać uznane za dość ekstremalne, jednak chcę o nim wspomnieć, są wszelkiego rodzaju wspomagacze ukryte w obuwiu. Swego czasu Nicolas Sarkozy, prezydent Francji w latach 2007 – 2012, mierzący 166 centymetrów, używał specjalnego obuwia, tzw. *elevator shoes*, które dodawało mu około 5 dodatkowych centymetrów. Nicolas Sarkozy stosował różnorodne taktyki, aby pozytywnie wpłynąć na publiczne postrzeganie swojej osoby. Jednym z najbardziej znaczących przykładów, który zyskał szeroką popularność w sieci, było wykorzystanie niewielkiego podestu podczas uroczystości upamiętniających 65. rocznicę lądowania aliantów w Normandii.

⁴ D. Booher, *Creating personal presence. Look, talk, think and act like a leader*, Berett-Koehler, Oakland 2011.

Wydarzenie to miało miejsce w 2009 roku, a wśród zaproszonych gości znalazł się były prezydent Stanów Zjednoczonych, Barack Obama, który mierzy 187 cm wzrostu. Bezpośrednie spotkanie obu liderów mogło więc zdecydowanie podkreślić różnicę wzrostu i negatywnie wpłynąć na wizerunek Sarkozy'ego. Ta różnica była jednak widoczna tylko dla osób obecnych na miejscu wydarzenia. Widzowie telewizyjni zobaczyli materiał filmowy, na którym obaj przywódcy wydawali się być na równym poziomie. Telewizja, jako medium o globalnym zasięgu, była czynnikiem, którego znaczenie i wpływ Sarkozy doskonale rozumiał.

Jednym z interesujących przykładów postaci ze świata kultury pop, która zaślęnęła z zamiłowania do obuwia na wysokim obcasie, jest Sylvester Stallone. W kontekście filmowym, można zauważyć to zamiłowanie w ikonicznym filmie Rocky, w którym Stallone wciela się w rolę Rocky'ego Balboa. W jednej ze scen, postać ta porusza się po ulicach, ściągając długi dla lokalnego gangstera o imieniu Tony Gazzo. Warto zauważyć, że kapelusz, który nosi Rocky, dodatkowo komplikuje oszacowanie jego rzeczywistego wzrostu. Obuwie na obcasie, które dodaje mężczyznom około 5 cm wzrostu, jest symbolem lat 70-tych i elementem stylizacyjnym, z którym aktor nie rozstał się do dnia dzisiejszego.

Czy warto jednak aż tak się gimnastykować dla kilku dodatkowych centymetrów? Zapytaj o to Toma Cruise'a, który skrzętnie ukrywa swój niski wzrost w różnego rodzaju produkcjach filmowych, dzięki którym stał się gwiazdą kina akcji zarabiającą dziesiątki milionów dolarów za każdy występ. Według szacunków

nauki wzrost odgrywa dużą rolę również w przypadku zwykłych ludzi, okazuje się bowiem, że ci należący do grona wysokich mogą się poszczycić wyższymi zarobkami — przeciętnie o 12%⁵.

Czy ładni mają w życiu łatwiej?

Na pytanie będące tytułem tego podrozdziału podobnie jak poprzednio mógłbym odpowiedzieć jednym słowem: „Tak”⁶. Przecież już w okresie prehistorycznym ludzie stosowali prymitywne malowidła, aby poprawić swoją urodę⁷. Nie dziwi zatem fakt, że badania naukowe tylko potwierdzają to, co człowiek i tak już przypuszczał. Jednocześnie w pogoni za urodą w dalszym ciągu postępujemy trochę po omacku, z jednej strony intuicyjnie wiemy, kto jest atrakcyjny, z drugiej nie potrafimy konkretnie nazwać czynników, które wyróżniają taką osobę spośród tych o przeciętnej urodzie. Doskonałym przykładem na potwierdzenie tej tezy jest Jennifer Grey, która u boku Patricka Swayze’ego zagrała w roztańczonym hicie z 1987 r. *Dirty Dancing*.

Warto wspomnieć, że z pochodzenia była Żydówką i przez lata próbowała zaakceptować swoją charakterystyczną urodę. Jednak matka nie ułatwiała jej tego i namawiała córkę na wykonanie operacji plastycznej, aby jej aktorska przygoda nabrała tempa.

⁵ Deck, dz. cyt.

⁶ H.-D. Mummendey, *Psychologie der Selbstdarstellung*, Hogrefe, Göttingen 1995.

⁷ D. Schwanitz, *Bildung. Alles, was man wissen muss*, Eichborn, Frankfurt 1999.

Wynikało to poniekąd z jej własnego doświadczenia. Otóż rodzice Jennifer po przyjeździe do Stanów Zjednoczonych w latach 50. sami poddali się operacji nosów. Po sukcesie kultowego filmu młodej aktorce wydawało się, że niedługo zostanie zasypana propozycjami z Hollywood i wszystko dobrze się ułoży. Wbrew oczekiwaniom wcale się tak nie stało i nieco później Jennifer, aby zwiększyć swoje szanse na wielką karierę w Los Angeles, zdecydowała się na korektę nosa. Jak na ironię losu właśnie ta decyzja sprawiła, że już nigdy nie zagrała w poważniejszej produkcji, a Fabryka Snów postawiła na niej krzyżyk.

Ale czy wszyscy musimy wyglądać jak Brad Pitt lub Claudia Schiffer, bo w przeciwnym razie jesteśmy skazani na niebyt? Na szczęście nie, co potwierdza eksperyment *Gender and Leadership Style: A Meta-Analysis*⁸ opisany w 1990 r. przez Alice Eagly i Blair Johnson. Chodziło w nim o ocenę kompetencji stomatologów. Oczywiście dentystami byli podstawieni aktorzy, a pacjenci po zabiegu mieli ocenić fachowość osoby przeprowadzającej przed chwilą kontrolę ich jam ustnych. Zgodnie z przypuszczeniem przystojny aktor został oceniony wyżej niż jego mniej urodziwy kolega. Gdy jednak przekroczono magiczną granicę urody, trzeci aktor odgrywający tę rolę okazał się zbyt atrakcyjny, by być dentystą — ludzie ocenili go gorzej niż jego przystojnego kolegę.

⁸ A.H. Eagly, T.J. Blair, *Gender and leadership style. A meta-analysis*, „Psychological Bulletin” 108, 1990, s. 109 – 128.

PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA
Helion 

Masz wysokie kompetencje?

Powiedz o tym światu



Wbrew może nieco przewrotnemu tytułowi to nie jest podręcznik dla osób, które chciałyby doprowadzić lepiej sytuowanych znajomych do ruiny. Poradnik **Dlaczego Twój sąsiad zarabia więcej od Ciebie i jak temu zaradzić** został poświęcony sztuce autoprezentacji i budowaniu pożądanego własnego wizerunku. Opanowanie tych umiejętności pozwoli wyprzedzić peleton i dołączyć do najlepszych: stać się efektywniejszym w pracy, bogatszym i... po prostu szczęśliwszym. Tak, szczęśliwszym, gdyż bycie docenianym jest tym, na czym zależy większości z nas.

Żyjemy w świecie, w którym realne kompetencje, czyli posiadane przez nas wiedza, doświadczenie i umiejętności, są zaledwie wstępem, podglebiem sukcesu. Jeśli zostaną dostrzeżone i nagrodzone bez dodatkowego zaangażowania z naszej strony, to super. Niestety, to się nieczęsto zdarza. Dużo częstsza jest sytuacja, w której pozycja zawodowa, prestiż i wysokie zarobki trafiają się komuś mniej kompetentnemu, za to lepiej „pływającemu” — komuś, kto do perfekcji opanował sztukę autoprezentacji. Chcesz się stać taką osobą i z grona świetnych specjalistów w danej dziedzinie awansować do grupy poważanych ekspertów? W takim razie koniecznie sięgnij po ten poradnik i wprowadź w życie zawarte w nim wskazówki.

To książka dla Ciebie, jeśli zależy Ci na: lepszym wynagrodzeniu wyższym stanowisku poważniejszych kontraktach

onepress



Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>



HELION SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
onepress@onepress.pl

książkiklasybusiness

ebook dostępny na:

ebookpoint

ISBN 978-83-289-0525-2



9 788328 905252

Cena: 44,90 zł