Odvádění pozornosti a přetěžování

Autor: Qark
Datum: 28. 01. 2007 16:46
URL: http://www.qark.net/clanek/odvadeni-pozornosti-a-pretezovani

komunikační 4 úroveň

Lidé se v rozhovoru nedokážou plně soustředit na více jak jedno zásadní téma. Pokud jim nabídnete zároveň dvě zcela odlišné myšlenky, nebudou umět obě dvě zpracovat se stejným nasazením, a proto na jedné z nich logicky poleví. Když budete přidávat další a další důležité body, dojde v určité fázi k „přetížení“ a člověk, se kterým komunikujete, se stane bezbranným.

Metoda odvádění pozornosti a přetěžování tedy spočívá v maximálním odvedení pozornosti od vašeho cíle a současném vytížení mozku druhého člověka tak, aby si nevšiml vaší přípravy na šach mat.

Tento článek je určen pro komunikační úroveň 4 a vyšší. (Co jsou to úrovně?) V případě, že dosahujete nižší komunikační úrovně, bude vám často dělat problém najít téma k odvedení pozornosti a dokázat na něj přenést váhu.
Nižší úrovně bych chtěl tímto požádat, aby článek ani nekomentovaly, přestože (resp. protože) mohou být přesvědčeni, že věci popsané v článku nefungují, jsou zbytečné, případně, že je to celé blbost. Děkuji.

Zkusme si následující případ. Chcete si koupit v obchodě nějakou věc, ale v tom oddělení mají právě inventuru. Na vás tedy je, přesvědčit prodavače z toho oddělení, aby vám věc prodal. Prodavač logicky nemá žádnou chuť tohle udělat. Pro něj to znamená hodně práce a problému navíc. Prodavač je prostě jako voják, který má jasný rozkaz: „Neprodávat, když je inventura.“ Proto vás pochopitelně ihned s tímto vysvětlením odmítne. Nyní mu můžete jeho názor „opravit“ třeba úplatkem a nebo se jednoduše postarat o to, aby se vyautoval sám a zjistil (přiznal) tak, že je to reálné.

Vytvoříte proto nové téma rozhovoru, které se navíc bude točit okolo jeho vlastního argumentu, a zeptáte se ho: „Aha, a můžete mi říct, co vlastně znamená ta inventura? Já to už slyšel několikrát, ale doteď zcela neznám přesný význam.“ Tímto totálně odvedete jeho pozornost od původního negativního postoje. Prodavač taky rychle zjistí, že není schopen vám na takovou lehkou otázku ihned a jednoduše odpovědět, protože ho to překvapí. Bude se proto hodně snažit vám slovo inventura vysvětlit a vy si ho se zaujetím poslechnete. Nakonec podle toho zformulujete třetí, konečné téma.

Předpokládejme, že prodavač bude tvrdit, že se tak počítá nějaké zboží (kontrola za účelem zjištění současného stavu). Proto se ho zeptáte: „Takže to znamená, že když si někdo něco koupí, tak se potom musí logicky napsat o jedno zboží do papíru méně?“ Na něco tak prostého vám musí kývnout každý. Následně budete pokračovat třeba takhle: „Už rozumím, pokud si tedy něco koupím, napíšete prostě o jeden výrobek méně.“ - vteřinka ticha a smeč: „Tak proč to tak neuděláme?“

Prodavač je v této fázi „vysílený“, protože jste ho plně vytížili během krátké doby několika důležitými tématy zaráz, kterým musel věnovat svoji pozornost. Proto, aby popřel či podpořil, co sám řekl, musí si to v hlavně znovu celé projít. Jak daleko myslíte, že v krátké době dokáže jít v myšlenkách zpět? Původní fakta o inventuře jsou tudíž odsunuta do pozadí. Vy jste přitom k dosažení cíle použili pouze slova inventura a počítat, což jsou navíc jeho vlastní argumenty!

Možná tento příklad vypadá na první pohled poněkud obtížně, ale faktem je, že se takové vytěžující téma dá najít naprosto všude a vždy. Stačí se nejčastěji rozhlédnout kolem sebe, mít fantazii a hlavně zachovat klid při rozhovoru (proto je článek pro úroveň 4 a vyšší). Nejdůležitější je, umět přenést hlavní váhu na určité téma a tím toho druhého nenechat reagovat na „nepodstatnější“ část.

Pochopitelně není třeba zdůrazňovat, že jde také o správnou intonaci během komunikace! Monotónně to opravdu nepůjde.

Podívejme se na další praktický příklad. V něm budete třeba žádat cizí dívku o to, aby vám dovolila pohladit si její zadeček. (nespekulujte nad smyslem hlazení, jedná se tu o ukázku z dalšího testu v terénu, který snad už brzy vydám - jde tu hlavně o zacílení na jiné téma, než jaké je předmětem původního rozhovoru).

Q: „Ahoj, můžu si pohladit tvůj zadeček?“
Ona: „V žádném případě! Co si o sobě myslíš?“
Q: „Ani levou rukou?“
Ona: „Ne!“
Q: „Ty máš něco proti levákům?“
Ona: řekne cokoliv
Q: „Protože já jsem pravák a proto...“

Následná argumentace se točí okolo zdánlivě naprosto nesmyslného tématu „levá a pravá ruka“, které nelze jakkoliv zvrátit ani popřít. Téma vyvolávající v dívce agresi ignorujete. Dívka vyplýtvá energii na nepodstatné věci a nezbude jí dostatek síly na obranu.

Pochopitelně to neznamená, že když teď vyjdete do ulice a budete postupovat přesně podle těchto vět, že budete automaticky úspěšní. Záleží totiž na vašem přístupu ke konkrétní osobě a na tom, jak dokážete dané odvádějící téma zesílit, rozvést a zatížit: „Tobě vadí leváci? Protože já znám plno leváků a ti to nemají lehký. Dneska jsou snad všechny věci jen pro praváky. Třeba takový otvírák na konzervy. Už jsi zkoušela ho použít levačkou. (apelace na fantazii – vhodné je to i ukázat) To totiž jen tak nejde, už chápeš? Nemám rád lidi, co okamžitě leváky odsuzují...“ (nyní následuje obrana, zadečková ofenzíva je odsunuta do pozadí)

Na čtvrté úrovni máte už určitý nadhled nad situací a můžete okamžitě a lehce reagovat na chování toho druhého, aniž byste zároveň museli věnovat zvýšenou pozornost samotné snaze o udržení a vedení rozhovoru. Důležité je neupínat se příliš na jeden jediný (původní) způsob dosažení výsledku a nebát se nacházet během komunikace cesty nové. Pozorujte okolí, vnímejte svoje chování očima toho druhého a snažte se maximálně předcházet jeho negativním reakcím (například včasnou

změnou tématu, ignorováním jeho pokusů vás negativně ovlivnit, atd.)

Všímejte si také, jakým způsobem se dá odvést pozornost lidí, případně jak je lze naprosto přetížit, a vždy se také zamyslete nad tím, proč tomu tak je. Na závěr tu ještě přidám pár bodů z běžného života, na které lidi specificky reagují právě díky přetěžování.

** Posloucháte při chůzi hudbu ve sluchátkách a někdo cizí na vás promluví. Vykolejí vás to na několik sekund, které potřebujete k přepnutí ze svého světa do reality. Tato reakční doba se zvyšuje, čím více si hudbu vychutnáváte a jste na ni zaměřeni. Stejně tak to funguje při zacílení na různá témata během rozhovoru.

** Láska. Zamilovaný člověk neslyší a nevidí. Neuvědomuje si realitu.

** Zlost, nenávist, závist a další negativní emoce se dají skvěle využít, pokud s nimi budete správně pracovat. Jednu možností jste už viděli v článku o agresi. (Agresor nezvládá myslet na víc věcí, kromě své zlosti, a proto se neumí bránit, jakmile o ni přijde.) Tyhle emoce se dají v praxi u lidí vyvolávat a ihned směrovat.

** Přetěžování dotekem. Takto třeba pracují kapsáři v přeplněném dopravním prostředku (tlačenice). Lidé okolo se na vás lepí, je tam vedro a vy nestíháte kontrolovat všechny kontakty s vaším tělem od ostatních lidí a brzy otupíte. A pak vystoupíte bez peněženky. Kdyby na vás sáhl kdokoliv za plné připravenosti, tak by se to nestalo.

** Další kapsářská taktika: Někdo někde křičí, vy se na to místo zaměříte celým svým vědomím a potom nemáte šanci ucítit, jak vám někdo další bere rychle cokoliv z kapes. Váš mozek je nasměrován jinam.

Zkuste si sami najít několik dalších situací ve svém životě, kdy jste nereagovali podle svých představ a popřemýšlejte, čím to bylo přesně způsobeno (podnět – reakce na něj). Uvidíte, že není příliš obtížné zaměřit pozornost nějakého člověka určitým směrem. Tyto podněty následně můžete využít přímo během rozhovoru. Uvidíte také, jak je lze zesilovat a přenášet na ně větší váhu (propojení s fantazií daného člověka, práce s jeho citovou stránkou, intonace, atd.) Pokud se naučíte postupovat tímto způsobem a dokážete zaměřit plnou pozornost toho druhého na svoje náhradní téma, můžete dosáhnout svého původního zamaskovaného záměru velmi rychle.

Cvičení (k zamyšlení):

Zkuste donutit lidi na autobusové zastávce k okamžitému zvýšenému slinění, aniž byste na ně promluvili, nebo se jich dotýkali.