

# UVOD

## Malo da okusite

Na početku nekoliko reči o temi ove knjige. Bez obzira na to kako ste do nje došli: da li je to bilo zbog reklame ili na preporuku, siguran sam da vas je privukla neka određena fraza ili misao. I upravo zbog toga želim da razjasnim nešto. Naime, ova knjiga vas **neće** naučiti jednu od sledećih stvari:

- kako da zavedete osobu koja vam se dopada,
- kako da ubedite nekog da vam veruje,
- kako da ubedite nekog da kupi vaš proizvod,
- kako da promenite neke svoje loše navike,
- kako da podignete svoje samopouzdanje,
- kako da otkrijete kada vas neko obmanjuje,
- kako da se dopadnete potpunom strancu,
- kako da lako steknete prijatelje,
- kako da učinite da vam život bude lakši i bogatiji i slično.

Šokirani ste? Imali ste drugačiju informaciju, nešto drugo ste očekivali? Hajde za trenutak da vas zaustavim. Nemojte čitati dalje, već se samo upitajte, iskreno upitajte, koje i kakve su emocije prošle kroz vas dok ste čitali prethodnu listu? Da li ste to učinili? Siguran sam da je većina vas osetila neku vrstu razočaranja, možda pomalo ljutnje, neko je verovatno pomislio: „Znao sam!”, neko je bio sumnjičav...

A sad, pogledajmo ponovo i zatim analizirajmo problematičnu rečenicu:

*„Naime, ova knjiga vas **neće** naučiti jednu od sledećih stvari:”*

Reč „neće” podebljana je i samim tim skreće pažnju, stavlja akcenat na sebe i ostavlja najsnažniji utisak (u odnosu na ostale reči u rečenici) – toliko snažan da naš um površno prihvata reči koje dalje slede. Mi ih svesno nećemo analizirati i samim tim praktično ih nećemo ni registrovati. A rečenica lepo kaže da vas knjiga neće naučiti **JEDNU OD** nabrojanih stvari: zato što će vas naučiti kako da postignete sve ono što je nabrojano, pa i mnogo više.

Upravo je ovo bio prvi primer podsvesnog uticanja, samo što sam ja to učinio u pisanoj, umesto u verbalnoj formi. „Hipnotičko pisanje” je isto što i „konverzaciona hipnoza” (ovo je nešto sa čime ćete se kasnije upoznati), međutim, tu postoji jedan veoma bitan problem. Naime, oko 55% komunikacije se vrši na neverbalnom polju, odnosno najmanje je bitno **šta** izgovarate, već je mnogo bitniji način **na koji** to izgovarate: koje reči ste akcentovali, gde stavljate pauze, kako se vaše telo pri tome ponaša i tako dalje. Dobar poznavalac ovih veština može da utiče na svog sagovornika bez obzira na to šta izgovara.

U pisanoj komunikaciji to je mnogo teže postići, ali naravno nije nemoguće. Najveći problem pisane komunikacije ogleda se u tome što je teško naglasiti nešto neverbalnim metodama (mnogo teže nego verbalnim, odnosno pisanim u ovom slučaju), a takođe i u potencijalnoj opasnosti da naše reči budu pogrešno protumačene. Evo na šta pri tome mislim.

Pročitajte sledeću rečenicu i pokušajte da je sami sebi „prepričate”, pokušajte da shvatite šta sam ja tom rečenicom hteo da kažem:

*„Ja nisam rekao da sam ja pojeo njegov burek.”*

Napravite za trenutak pauzu i pokušajte da pronađete smisao ove rečenice. Kao pomoć u tome, zamislite se u takvoj situaciju i zapitajte se šta je vam je ta druga osoba rekla, da ste joj izgovorili gornju rečenicu. Nemojte čitati dalje dok to ne uradite.

Ako ste gotovi, onda da nastavimo. Pročitajte sada istu tu rečenicu, ali tako što ćete posebno naglasiti onu reč koja je istaknuta velikim slovima. Pri tome, obratite pažnju na to kako se menja smisao izgovorenog:

„**JA** nisam rekao da sam ja pojeo njegov burek.”  
 „Ja **NISAM** rekao da sam ja pojeo njegov burek.”  
 „Ja nisam **REKAO** da sam ja pojeo njegov burek.”  
 „Ja nisam rekao da sam **JA** pojeo njegov burek.”  
 „Ja nisam rekao da sam ja **POJEIO** njegov burek.”  
 „Ja nisam rekao da sam ja pojeo **NJEGOV** burek.”  
 „Ja nisam rekao da sam ja pojeo njegov **BUREK**.”

Vidite li razliku? Sam akcenat na neku određenu reč menja čitav smisao izjave. Upravo zato je pisana forma daleko složenija, u smislu da trebamo dobro paziti da se naše poruke ne protumače pogrešno. Ali sa druge strane, upravo tu leži i šansa onih koji su obučeni za prikriveno uticanje. Postoje razne tehnike koje se mogu primeniti u pisanoj formi, neke su čak toliko jednostavne i očigledne da je prosto neverovatno kako ljudi ne primete kada se na njih vrši prikriveni uticaj.

Tipičan primer za to je čuveni izraz koji ćete naći u gotovo svakoj reklami na američkom ili britanskom tržištu:

„Free Gift!”

Da li primetite nešto čudno u ovom izrazu? „Free gift”? Besplatan poklon? Pa ako je poklon, logično da je besplatan, zar ne? Međutim, reč **BESPLATNO** je toliko snažna da kada neko pročita takvu ponudu,

obično ne razmišlja o logici, već samo o tome kako će dobiti neki poklon – ali ne bilo kakav, već BESPLATAN!

Pogledajte sledeći primer:

„Savladavanjem ovih znanja ne ćete unaprediti poslovanje?”

Gramatička greška ili greška u kucanju, zar ne? Ali pređite brzo očima preko gornje rečenice i zamislite da je ona deo dužeg teksta. Preletite je par puta pogledom i obratite pažnju kako se ono „ne” veoma lako izgubi, preskoči i zanemari. To je još jedan primer podsvesnog uticanja.

Zbog čega sve ovo deluje, ima veze sa načinom na koji naš um prima i obrađuje informacije, ali sve će to biti jasnije malo kasnije. Za sada sam želeo samo da vam dam nekoliko zanimljivih primera. Naravno, ovo ne znači da sada treba namerno da počnete da grešite u tekstu koji pišete, bez ikakvog plana ili pravila, kako ne biste isпали nepismeni, umesto uverljivi.

## **Malo o etici**

Da li se ovo znanje može zloupotrebiti? Sve se može zloupotrebiti, zato što to zavisi od osobe koja ga koristi, a ne od znanja samog po sebi. Puška neće ubiti, nego će ubiti onaj koji drži pušku, zar ne? Postoji čuveni snimak iz Italije od pre par godina, kada je sigurnosna kamera snimila muškarca koji u marketu prilazi kasirki, nešto joj govori i ona mu potom predaje sav novac iz kase. Ispostavilo se da je u pitanju bila pljačka, a ono poslednje čega se kasirka mogla setiti bilo je da joj je neko rekao „pogledaj me u oči”. Ali to ne znači da je hipnoza „nešto strašno” i da je treba izbegavati, zato što njeni benefiti daleko premašuju eventualne zloupotrebe. U svakom slučaju, kako ćete koristiti ova znanja ide samo vama na dušu. Osnovno pravilo koje vam preporučujem glasi: bilo kakva trgovina između dve osobe treba da bude od koristi obema stranama.

Prikriveno uticanje (ili prikrivena hipnoza) je nešto sa čime se svakodnevno susrećemo. Svako bi da nas ubedi u nešto: roditelji da su oni u pravu, nastavnici da znaju više od nas, sveštenici da moramo da slušamo reči proroka, političari da verujemo u njihov program, bankari da su nam njihove usluge neophodne, prodavci da je njihova roba najbolja, prijatelji da treba da izađemo baš na to određeno mesto i tako dalje. I mnogi od onih koji svesno pokušavaju da nas u nešto uvere ili ubede, često koriste neke od ovih tehnika, a da toga nisu ni svesni. Zato nam neko deluje veoma ubedljivo, a neko drugi kao običan „folirant“.

Međutim, u sredinama gde se dobro poznaje snaga ovih tehnika, one se i te kako ciljano i planirano primenjuju. Pogledajmo reklame za automobile i videćemo da postoje neki podrazumevani arhetipovi. Na primer, ako se u reklami pojavljuju mala deca, ona su tu ni zbog čega drugog nego da nam podsvesno prenesu poruku o apsolutnoj zaštiti i sigurnosti. S druge strane, ukoliko je na reklami zgodna, atraktivna devojka, to nam automatski (podsvesno) implicira seks. I zato se ta devojka neće naći na reklami za neki karavan, a deca uz sportski automobil, jer to bi bio baš veliki reklamni promašaj, zar ne?

Masovna propaganda, TV reklame, čak i voditelji nekih emisija u razvijenim zemljama i te kako vešto koriste ove tehnike, kako bi svoje slušaoce i gledaoce uverili u nešto ili preneli skrivenu poruku. Tipičan primer su ankete na američkim ulicama, koje treba da provere „šta narod misli“ o donošenju neke nove rezolucije ili zakona. To izgleda ovako:

Nekom prolazniku prilazi devojka (ili mladić) i postavlja otprilike sledeća pitanja:

*Pitanje:* „Da li ste zabrinuti što mladi sve teže nalaze posao?“

*Odgovor:* „Naravno, da.“

*Pitanje:* „Da li ste zabrinuti zbog porasta nasilja u školama?“

*Odgovor:* „Pa da, jesam.“

*Pitanje:* „Da li vas zabrinjava što je prosek godina osuđenih kriminalaca sve niži?”

*Odgovor:* „Naravno da me zabrinjava.”

*Pitanje:* „Da li biste glasali za *bill* 12345, kojim će se sve to rešiti na brz i jednostavan način?”

*Odgovor:* „Glasao bih, zašto da ne bih.”

I to je to! Jedan glas za, nula protiv! Šta mislite, da li se ta osoba setila da pita anketara o tome šta taj „bill”, odnosno ta rezolucija ili zakon u stvari donosi? Naravno da nije! Anketa je napravljena kao tipičan „niz slaganja”, ili „yes set”. To je jedna od osnovnih, ujedno i najsnažnijih metoda prikrivenog uticanja, koju ćemo posebno obraditi u ovoj knjizi.

Na kraju, razumite da ova materija nije naučna fantastika, nije nešto što je van granica razuma, već nešto što svakodnevno iskušavate i primenjujete, samo što toga niste bili svesni, ili tačnije: niste znali da to ima bilo kakav uticaj na drugu osobu.

Toliko u uvodnoj reči.

# 1

## GREŠKE PRI USPOSTAVLJANJU PODSVESNE VEZE

Cilj ovog poglavlja je da vam skrenem pažnju na neke od najčešćih grešaka koje mnogi od nas čine prilikom komunikacije sa drugim osobama. Ujedno želim i da vam od početka pružim dovoljno „materijala za vežbu“, zato što je nekada sasvim dovoljno da samo prevaziđemo pogreške u komunikaciji, pa da nas to dovede do cilja, koji želimo da dostignemo ili postignemo.

I zato sedite, opustite se i uživajte u tehnikama podsvesne komunikacije.

### **Šta je podsvesna veza (raport)**

Osnovni elemenat bez kojeg NEMA rezultata pri bilo kakvom hipnotičkom uticanju (bilo da je otvorena ili prikrivena hipnoza u pitanju) jeste raport (eng. rapport) ili podsvesna veza.

Najbliža definicija za raport bi glasila: „Blizak i harmoničan odnos između dve ili više osoba, koje razumu međusobne ideje i osećanja i dobro komuniciraju.“ Često ćete u literaturi sličnoj ovoj knjizi naići na izraz kako je „sve moguće kada postoji snažna podsvesna veza“. To ne znači da osoba sa kojom komunicirate treba najpre da prema vama gaji duboka osećanja, da biste joj, na primer, prodali televizor. Ali ukoliko želite da uverite nekog u nešto, onda mora postojati barem mali osećaj bliskosti, povezanosti, odnosno sličnosti. Morate se toj osobi zbog nečega dopasti, ona mora osećati bilo kakvu pozitivnu emociju prema vama ili u vašem prisustvu. Međutim, iako je svima nama uglavnom jednostavno i sasvim prirodno da brzo uspostavimo

kontakt ili pronađemo zajedničku temu sa drugom osobom, isto tako nam je i veoma lako da pravimo greške, pogotovo kada nismo upućeni u značaj podsvesnih veza i načina na koji se one razvijaju ili remete.

O podsvesnim vezama biće dosta reči u ovoj knjizi, a sada vam dajem nekoliko primera najčešćih, grubih pogrešaka koje ljudi čine, a koje negativno utiču na razvijanje (pozitivnog) raporta.

## **Biti „fin”**

Sada ćete se iznenaditi, u to sam sasvim siguran. Prva najčešća greška koju gotovo svi čine, jeste „pokušavati da se bude previše fin” prema drugim ljudima.

Zašto ovo može biti problem? Zbog toga što kada se trudimo da budemo „mnogo fini”, to vrlo često ide na štetu prave, zrele i korisne komunikacije. Jednostavno smo previše ljubazni, fini, klimamo glavom, dajemo komplimente, a pri tome zapravo i ne komuniciramo, odnosno komunikacija je prilično jednosmerna: ide samo od našeg sagovornika ka nama. Na kraju će jedini utisak koji ćemo ostaviti na sagovornika, u najboljem biti to da smo „fina osoba”, ali on/ona neće imati ni trunku ideje o tome da li smo uopšte slični.

Naravno da treba da ostavimo pozitivan utisak fine, kulturne i ljubazne osobe, ali mnogo je važnije da se sa drugom stranom složimo u nečemu, da pronađemo zajednički interes i tome slično, odnosno: da komuniciramo. U protivnom, neće doći do uspostavljanja veze ili će ona biti značajno narušena. Tipičan primer za ovo je rad sa decom. Učitelj ili vaspitač koji je previše fin i praktično deci dozvoljava da rade sve što hoće, malo-pomalo gubi poštovanje i autoritet, sve do momenta kada deca prestanu da obraćaju pažnju na njega. I na kraju, rezultat je katastrofalan. Dobro, ne baš „katastrofalan”, ali razumeli ste šta hoću da kažem.



Šta onda činiti?

Budite „fni” samo do one granice koja ne narušava proces komunikacije, odnosno razmene ideja i osećanja sa drugom osobom.

## Preterani trud

Druga najčešća greška se pravi kada se „preterano trudimo”.

Kada se previše trudimo da impresioniramo, da se dopadnemo, odnosno „zbližimo” sa drugom osobom, to veoma često stvara negativan povratan efekat. Drugim rečima, što se više TRUDITE da nešto uradite, veća je verovatnoća da nećete uspeti. Dva su razloga za to.

Prvi je na strani vašeg sagovornika. Naime, kada se previše trudite, to lako može da postane očigledno, što onda vašem sagovorniku šalje podsvesnu poruku da ste „očajni”, da očajnički ili po svaku cenu želite nešto da postignete. A to će, složit ćete se, razviti bilo koje drugo osećanje pre nego osećanje bliskosti. Bliskosti u smislu da ste slični, da ste isti. Naravno, moguće je da je vaš sagovornik upravo takva osoba, neko ko je uvek u bezuspešnom „očajanju” da nešto dostigne i kao takav žudi da nađe sebi slične, ali ne govorimo o ovoj, ipak pomalo ekstremnoj situaciji.

Drugi uzrok za neuspeh je na vašoj strani. Naime, kada uporno nešto POKUŠAVATE, kada se TRUDITE, vi sami sebi šaljete poruku o neuspehu! Reći (ili misli) kao što su „pokušati” ili „truditi se” impliciraju neuspeh!

„Ja pokušavam” znači da **„ja još uvek nisam uspeo”**.

„Ja ću pokušati” znači da pretpostavljam da **„neću uspeti”**.

„Ja sam pokušao” znači da **„nisam uspeo”**.

Ovo je inače izuzetno hipnotička reč, upravo zbog te hipnotičke poruke koju šalje. Ako ste imali priliku da gledate ili slušate bilo kog hipnotizera, verovatno ste primetili da na početku terapije (ili tačke, ako je u pitanju scenska hipnoza) sugeriše drugoj osobi jednu od sledećih stvari: da će mu se oči čvrsto zatvoriti, da neće moći da spusti ili podigne ruku i tome slično. Obratite pažnju na reči koje pri tome izgovara:

„Pokušaj da otvoriš oči i videćeš da ti to ne polazi za rukom.”  
 „Pokušaj da pomeriš ruku i videćeš da ne možeš.”

Vidite da se upotrebljava reč „pokušati”, jer se njome podsvesno sugeriše da je neuspeh nešto što je **potpuno očekivano i normalno**. Gornji primeri pored podsvesne poruke koja se šalje upotrebom ove reči, dodatno su sugestivni i zbog upotrebe veznika „i”, ali o tome će biti reči kasnije. Još ćemo se baviti rečima koje imaju sličan uticaj kao i reč „pokušati”, ali u ovom momentu govorimo o podsvesnim vezama, pa zato izbegavajte da se „previše trudite”. Opustite se i uživajte u razgovoru, jer raport se lako može ostvariti uz samo par kratkih i brzih metoda koje ćete naučiti u ovoj knjizi.

## Prevelika želja

Sledeća greška se praktično nadovezuje na prethodnu, a ogleda se u tome da nešto „previše želimo” od neke osobe.

Setite se situacije kada uđete u prodavnicu i na vas „naleti” prodavac koji se „baš trudi”, toliko je uporan da počinje da dosađuje. Ili recimo prijatelja koji vas celo veče gnjavi da odete negde i uradite nešto, iako ste mu već nekoliko puta jasno dali do znanja da ne želite.

Kada god ste u situaciji da neko „previše želi” nešto od vas, kada „baš želi” da od njega kupite, kada „baš hoće” da vam se dopadne, u vama se lagano počinje razvijati potreba da se povučete, da odete, da se sklonite. Upravo zato što od vas nešto žele i previše bi brzo da dođu do cilja,

pa preteruju, navaljuju i dosađuju. To onda u vama (na podsvesnom nivou) stvara utisak kako ta osoba misli samo na sebe, kako joj je bitno samo da dostigne neki svoj željeni cilj i kako ste vi u celoj toj kombinaciji nebitan činilac. I zato ako nešto previše želite, veoma lako može da se dogodi da i vi negativno delujete na druge. Zato budite oprezni, jer ponekad vam se može dogoditi da potpuno nesvesno preterate i onda ostanete začuđeni zbog neuspeha.

Ali šta ukoliko niste sigurni, ukoliko ne znate ili ne možete da osetite da li ste preterali? Kako znati da li previše „gurate”? Kako znati gde je granica? Rešenje se nalazi u nečemu što se zove frakcionisanje raporta. To je proces pri kojem vi izgradite malo raporta, pa se onda malo povučete. Zatim izgradite još malo, pa se opet povučete. Podsećam vas da izgradnja raporta nije nekakav proces „zidanja” ili definisani redosled izvršavanja nekakvih procedura, već prosto uspostavljanje osećanja duboke povezanosti između vas i druge osobe.

Frakcionisanjem ili deljenjem (procesa uspostavljanja) raporta izbeći ćete opasnost da vas dožive kao nekog ko očajnički želi nešto da postigne, a svejedno ćete i dalje biti u situaciji da podjednako brzo izgradite pravu, duboku, podsvesnu vezu. Nešto kasnije objasnićemo kako se izgrađuje raport, za sada ćemo ostati na upozorenju na ovu grešku.

## Zainteresovanost

Sledeća greška koju mnogi često čine jeste nedostatak iskrene zainteresovanosti. Najveći deo komunikacije između ljudi vrši se na neverbalnom, odnosno podsvesnom, ili još tačnije: nesvesnom nivou. I upravo zbog toga je veoma teško „lažirati” zainteresovanost.

Pazite, sigurno neko može i da vas obmane, ali to je najčešće samo na kratko, samo na trenutak. Pri ovome mislim na obične, svakodnevne osobe iz našeg okruženja, a ne na profesionalne i utrenirane „lažove” i

„folirante”. Međutim, kada se nađemo u situaciji da komuniciramo sa takvom osobom, vrlo brzo ćemo primetiti da nam „nešto ne štima”, da nam „nešto smrdi”, ili jednostavno rečeno: da se dotična osoba „folira”. Jer mi smo kroz život navikli i sebe smo utrenirali da čitamo i dešifrujemo neverbalne signale i to radimo potpuno „automatski”, bez potrebe da o njima konkretno razmišljamo. I onda, kada nam se učini da naš sagovornik u stvari nije zainteresovan za nas ili naše potrebe, odnosno da je lažno zainteresovan, tog momenta ćemo gotovo sigurno početi da razvijamo osećaj odbojnosti.

Veoma je teško lažirati zainteresovanost, jer čak i kada se trudite da „gledate u oči”, kada klimate glavom, ili držite poluotvorena usta u nekakvom navodnom oduševljavanju, a da za to vreme razmišljate: „dosadno mi je, ne zanima me, neću više to da slušam”, vaše telo će početi da odaje signale koji će prezentovati upravo ono o čemu razmišljate i druga osoba će to vrlo brzo prepoznati (na podsvesnom nivou). Ukoliko ste u tom momentu bili u situaciji međusobnog upoznavanja ili uspostavljanja „raporta” i ako druga osoba pročita takve vaše signale, najverovatnije će na njih odgovoriti tako što će prestati da govori, odnosno izgubiće interes za dalju konverzaciju. Posle toga samo sledi ono čuveno i poslednje: „Ništa, hajde onda, čućemo se...”

Šta je rešenje? Pa ne može biti jasnije. Prosto pokušajte da razvijete i održite visoko i bezuslovno poštovanje prema drugoj osobi. U svakom slučaju, pokazujući iskreni interes za potrebe ili reči druge osobe, vi ćete poslati pozitivan signal koji vodi ka brzom uspostavljanju raporta.

## Uloge

E sad... Ovo možda zvuči malo uvrnuto, ali i te kako je prirodno. Greška se ogleda u „preuzimanju pogrešne uloge” u vezi koju izgrađujemo.

Prilikom komunikacije između dve osobe, u odnos koji se izgrađuje svaki put je uključen i STATUS. Naime, dve osobe (koje komuniciraju) su najčešće istog, to jest jednakog statusa. Ali ne retko će i jedna osoba biti višeg, a druga nižeg statusa. Pri ovome ne mislimo na nekakvu procenu vrednosti tih osoba, već o ULOGAMA koje one preuzimaju. Na primer, u školi je nastavnik višeg, a učenici su nižeg statusa. On mora da ima viši status, kako bi predstavljao autoritet koji će svoj posao, a to je prenošenje znanja, izvršiti efikasno i kvalitetno. U zavisnosti od situacije, status jedne osobe može da varira: u prisustvu određene grupe ljudi preuzeće niži status, a u prisustvu drugih osoba viši status.

Najčešća zabluda mnogih kurseva i knjiga o tehnikama zavođenja, ubeđivanja i hipnotičkog uticanja leži u tome što insistiraju da vi, kao hipnotizer, ili majstor za uticanje, obavezno preuzimate viši, odnosno „alfa” status. Koliko god da se ja slagao sa time za većinu situacija, ipak postoje momenti kada morate da promenite, odnosno prilagodite status. Ukoliko razgovarate sa osobom koja isključivo želi da se nametne kao alfa, koja možda ima strah ili kompleks od podređene uloge, ili odbojnost prema osobama koje se njoj nameću kao autoriteti, vi onda morate preuzeti ulogu nižeg statusa. U protivnom, rizikujete da ta osoba prekine komunikaciju sa vama, jer ona prosto izbegava da bude u prisustvu nekog pored koga će se osećati „ugroženo”.

S druge strane, postoje osobe koje isključivo zavise od tuđeg vođstva ili jednostavno nisu sposobne da samostalno donose odluke i pokreću akcije, to jest isključivo su „izvršioци naredbi”. Vi zbog toga u njihovom prisustvu morate preuzeti viši status, odnosno ulogu vođe, jer ih u suprotnom nećete impresionirati, neće se na vas oslanjati. Poenta je da morate biti fleksibilni u vašoj komunikaciji. Ponekad se pretvarajte da ste „gubitnik”, ponekad budite jednaki, a ponekad harizmatična i autoritativna osoba, spremna da „povede” do samog kraja.

## Dimenzija raporta

Šesta i poslednja greška koju pominjemo u ovom poglavlju jeste nešto što veoma malo ljudi uopšte prepoznaje, uključujući i mnoge „dobre poznavaoce” ovih veština, a to je razlika između „dubokog” i „širokog” raporta, odnosno podsvesne veze.

Da pojasnimo ove termine. Duboka veza nastaje između osoba koje su podelile neko zajedničko iskustvo. Ova vrsta veze je izuzetno moćna, ali problem sa njom jeste u tome što ona veoma često „nestaje” onog momenta kada izađete iz te specifične situacije ili konteksta.

Uzmimo na primer vaše radno mesto. Imate kolegu sa kojim radite na zajedničkim projektima, slažete se i podržavate jedan drugog u idejama ili problemima, ali se nikada ne viđate van radnog vremena. Recimo da se jednom slučajno sretnete u gradu. Desiće vam se da nemate o čemu da razgovarate, osim eventualno o poslu. Čak će vam vrlo verovatno ta situacija delovati i pomalo „uvrnuto” ili pogrešno, zato što ste tu osobu do tada doživljavali u potpuno drugačijem kontekstu. I onda jednog dana, neko od vas dvoje promeni posao, firmu ili čak delatnost. Od tog momenta prekinućete bilo kakvu vrstu kontakta i komunikacije, zato što više ne delite ista iskustva – odnosno vaša „duboka” veza je izašla iz konteksta.

Često se dešava da neka osoba, koja je stručnjak i koja je cenjena u jednoj oblasti, neće biti prihvaćena ili poštovana u drugoj oblasti, upravo zato što je njen autoritet vezan za određeno okruženje, odnosno određeni kontekst.

Rešenje za ovo je izgradnja takozvane „široke podsvesne veze”. Šta to znači? To znači povezati se sa drugom osobom deleći različita iskustva u različitim okruženjima. E sad, to će veoma često zahtevati i malo planiranja. Najlakša metoda da se to postigne jeste „upotreba priča” kojima se pokrивaju različite teme. Na ovaj način vi kod te osobe stvarate

širi osećaj ili sliku o vašoj ličnosti i karakteru i zbog toga će joj biti lakše da se uz vas oseća komforno u različitim situacijama ili okruženjima. Na kraju, prisetite se o čemu razgovarate sa vašim bliskim prijateljima – o bilo čemu, naravno, tema ima na hiljade.

Ovo bi bilo ono što je najbitnije kada govorimo o najčešćim greškama koje ljudi prave pri spontanom uspostavljanju podsvesne veze. Naravno, pričaćemo još dosta o raportu, ali kao što je već rečeno, čak i ako ne znate šta je to raport, samo otklanjanje ovakvih grešaka znaćće polovinu obavljenog posla. Pa često i više od toga.