www.mgmtpress.cz

Ivan Bureš a Vlasta A. Lopuchovská

10 zlatých pravidel překonávání nejčastějších komunikačních bariér

Management Press, Praha 2007

www.mgmtpress.cz

Další knihy Ivana Bureše
v nakladatelství Management Press

Marketingově řízená firma (1992)
Jak úspěšně řídit prodejní tým (1993, 1997, 2004)
10 zlatých pravidel prodeje (1994, 1995, 1996, 1998, 2001, 2004, 2007)
Finanční řízení marketingových projektů (1994)
Marketing pro firmu v krizi (1995)
Poziční strategie v marketingu (1998)
Jedeme na veletrh! (1999)
10 zlatých pravidel péče o zákazníka aneb CRM v digitálním věku (2001, 2006; spolu s P. Řehulkou)
Ofenzivní marketing aneb Jak zaútočit na konkurenci (2002)
Zlatá pravidla vyjednávání nejen v obchodě a podnikání (2004, 2007; spolu s V. A. Lopuchovskou)

www.mgmtpress.cz

© Ivan Bureš, Vlasta A. Lopuchovská, 2007
Cover design © Petr Foltera, 2007
Všechna práva vyhrazena

ISBN 978-80-7261-166-9

www.mgmtpress.cz

Obsah

Předmluva 7

1. pravidlo: Komunikačních bariér je šest a hledejte je u sebe i u ostatních 9

1. Myšlenky nejsou vždy totožné s tím, co je vysloveno a slyšeno 10
2. Rozumění, chápání a ztotožnění se nemusí být vždy totéž 13
3. To, co je pochopeno, nemusí být vždy realizováno a nemusí se vzít 19

2. pravidlo: Začněte mluvit jednoznačně 25

1. Proč se často liší to, co máme na mysli, a to, jak to vyjádříme 26
2. Nejednoznačnost je vlastností prakticky všech slov 30
3. Rozumíme si? 34

3. pravidlo: Zkuste dobré slovo 43

1. Psychosociální stres může vážně „poškodit“ sluch 44
2. Chcete, aby vás lidé slyšeli? Promluvte jim z duše 49
3. Něco o vnitřních a vnějších stimulech 52

4. pravidlo: Začněte změnou verbálního chování 57

1. Matou nás naše smysly? 58
2. Žijeme v jazyce 61
3. Škatulky v hlavě 64

5. pravidlo: Použijte verbální tlak, ale s citem 69

1. Porozumění a ztotožnění se nemusí být totéž 70
2. Míra chápání je často úměrná úrovni vzdělání 73
3. Kultura myšlení 77

www.mgmtpress.cz

6. pravidlo: Nebojte se rozbíjet rámce myšlení **83**
1. Proč se neustále všechno mění? 84
2. Se změnou stereotypu je to jako se změnou vyznání 86
3. Když je mysl všech připravena, nastává okamžik rozhodnutí 89

7. pravidlo: Cvičte se v situační senzibilitě **97**
1. Nechci se vnucovat 98
2. O čem si s nimi mám povídat? 103
3. Přestali jsme komunikovat 108

8. pravidlo: Věnujte pozornost nejen obsahu, ale také stylu **115**
1. I složité věci se dají říci jednoduše 116
2. Probuďte v lidech obrazotvornost a oni vám začnou naslouchat 120
3. Le styl c'est l'homme 125

9. pravidlo: Používejte paměťovou mapu **131**
1. Co je to paměť? 132
2. Co je to informace? 137
3. Jak se uklízí ve vlastní hlavě? 140

10. pravidlo: Naučte se analyzovat to, co bylo řečeno **149**
1. Ztráty při přenosu sdělení 150
2. Situační senzibilita se dá analyzovat. Dokonce vědecky a exaktně 154
3. Na samé hranici slov či spíše za ní 162

Krátký dovětek *167*
Checklist *168*
Použitá a doporučená literatura *169*

www.mgmtpress.cz

Předmluva

Komunikace slouží v moderní společnosti nejrůznějším účelům. Jedním z nejnáročnějších případů uplatnění komunikace jsou situace, kdy chceme změnit chod věcí kolem sebe nebo, chcete-li, myšlení a chování lidí. Zde nevystačíme pouze s komunikací písemnou. Víme všichni z vlastní praxe, že ke změně nějakých činností nebo procesů nestačí pouze vydat písemnou směrnici nebo pokyn. Tady musí vstoupit do hry komunikace verbální. Ovšem jakmile se o změnu chodu věcí začneme slovem pokoušet, zákonitě narazíme na komunikační bariéry. Ty se mohou vztyčit nejen v naší hlavě, ale i v hlavách těch, jejichž myšlení a chování chceme změnit. A právě o tom, jak je překonávat, je tato kniha. Až překvapivě početná účast na seminářích, které jsme na toto téma začali pořádat, svědčí o tom, že je to téma nadmíru aktuální, a to nejen v životě profesním, ale i soukromém.

Jak již je v naší sérii „Zlatých pravidel" zvykem, také způsoby překonávání těch nejčastějších komunikačních bariér jsou v této knize demonstrovány na řadě praktických příkladů z konzultační praxe mužské polovičky autorské dvojice. Vzhledem k tomu, že oborem spoluautora je poradenství v oblasti obchodu, tak je řada příkladů vybrána z obchodní praxe, ovšem uváděny jsou i četné příklady ze zavádění nejrůznějších systémově organizačních změn, protože obzvláště v těchto případech se komunikační bariéry tyčí hodně vysoko, a samozřejmě nechybějí ani historky z každodenního života. Ať již je některý příklad hodně úzce zaměřen, snahou autorů bylo, aby principy v něm obsažené měly vždy co nejobecnější platnost.

Spoluautorka přispěla lvím podílem k teoretické části této knížky, kterou jsme se ovšem snažili udržet na nezbytně nutném minimu. V závěrečné kapitole si spoluautorka vzala slovo úplně, aby demonstrovala na

www.mgmtpress.cz

dvou velmi jednoduchých příkladech ze života to, že verbální komunikaci lze velmi exaktně analyzovat a že tento druh analýzy se dnes vyvinul ve vskutku vědeckou disciplínu.

Nechť se tato knížka stane čtenářům užitečným pomocníkem při pokusech o měnění „světa kolem nás“, stejně jako způsoby a principy v ní popsané pomohly jejím autorům při řešení nejrůznějších situací jak v jejich profesní praxi, tak i v soukromém životě.

Ivan Bureš
Vlasta A. Lopuchovská

www.mgmtpress.cz

1.

PRAVIDLO

Komunikačních bariér je šest a hledejte je u sebe i u ostatních