



Domagoj
Lipošinić

...i tako je nastao SENDVIČ



Oko polovice 18. stoljeća engleski aristokrat i političar John Montagu, grof od Sandwicha, većinu svog slobodnog vremena provodio je kartajući. Kao veliki hedonist volio je stalno jesti, čak i tijekom kartanja, i to mu je predstavljalo problem jer je jednom rukom morao držati karte te mu je samo druga ruka mogla biti slobodna za jelo. Međutim, njegovo omiljeno jelo, sočni goveđi odrezak, bio mu je uvijek serviran na tanjuru te je zahtijevao uporabu vilice i noža, odnosno obje ruke. Srećom, kada postoji želja, postoji i način, te se naš grof od Sandwicha dosjetio kako može spojiti svoje dvije velike životne strasti: kartanje i uživanje u hrani. Jednog je dana, iznerviran jer je gubio na kartama, goveđi odrezak stavio između dvije kriške kruha i zagrizao, bez ispuštanja karata iz ruku. Ovaj novi način jedenja nije se svidio samo njemu, već i njegovim suigračima koji su također počeli jesti na taj način, te se ta novotarija brzo proširila engleskom i svjetskom kuhinjom noseći ime po grofoviji našeg grofa hedonista.

s koljena na koljeno prenosile legende, sjećanja i cjelokupnu kulturu zajednica. Jednako kao što su naši daleki preci sjedili oko logorske vatre i slušali legendu o plemenskom junaku koji je ubio zvijer, tako i mi danas sjedimo ispred TV-a i kino platna ili ispred računala kako bismo uživali u tuđim pričama i dijelili svoje. Priče i metafore nas vode na nova mjesta, u njima se zajedno s glavnim junacima probijamo kroz svijet i savladavamo izazove, smijemo se, patimo i na kraju pobjeđujemo. Za razliku od suhoparne analitičke obrade podataka, pri čitanju priča i metafora naš mozak stvara slike, zvukove i osjete te aktivira brojna druga područja koja nam to iskustvo čine bogatijim.

Probajte pročitati sljedeću rečenicu: „Zahvaljujući orijentiranosti cjelokupnog ustroja naše tvrtke prema inovativnosti i superiornosti u odnosu na ostatak industrije te analizirajući sve komparativne prednosti i moguće višestruke koristi naših proizvoda u usporedbi s konkurencijom, velika nam je čast predstaviti naš novi proizvod.“

Dosadno, zar ne? Ne vjerujem da vam se čitanje te rečenice sviđelo, čak sumnjam da ste išta više zainteresirani za ono što biste čuli nakon ovakvog uvoda. Vaš mozak je, analizirajući činjenice i pokuša-

vajući ih razumjeti, aktivirao područja zaslužna za logiku, podatke, činjenice i razum kako bi stvorio smisao od tih generičkih riječi.

Usporedite to s početkom govora **Stevea Jobsa** pri predstavljanju prvog Iphone-a kada je svoju dugoočekivanu prezentaciju započeo riječima: „S vremena na vrijeme u životu se pojavi neki revolucionaran proizvod koji promijeni sve i Apple je u prošlosti imao sreću da promijeni kompletnu industriju glazbe i računala. Danas će Apple ponovno izumiti telefon.“

Kako ovo djeluje na nas? Naš mozak odmah krene razmišljati o tome koji su to revolucionarni proizvodi koji mijenjaju način života i kako bi mogao izgledati taj novi revolucionarni telefon, zar ne? Osim područja za pretvaranje riječi u smisao, naš mozak aktivira i područja za stvaranje slika i osjećaja, pretraživanje sjećanja i sve ono što se događa u priči koju slušamo. Isto tako, dok ste čitali kako grof od Sandwicha stavlja svoj odrezak između dvije šnite kruha, u vašem mozgu su se aktivirali centri za opip i okus!

Kada ćete sljedeći put željeti prenijeti neku snažnu poruku, dobro je imati na umu na koji način naš mozak procesuirá informacije i na koji način možete angažirati drugu stranu u procesu slušanja.

Jednom kada čujete ovu priču, velika je vjerojatnost da ćete zauvijek zapamtiti kako je nastao sendvič. Dok ovo čitate, vjerojatno se možete prisjetiti nekih priča i anegdota koje ćete pamtiiti čitav život. Dobro nam je poznato da su priče nešto što pamtimo, no zašto je tome tako i kako nam to sve može koristiti?

Pričam ti priču...

Pričanje priča imaju veliku važnost u ljudskoj povijesti i priče su duboko ukorijenjene u nastanku svake kulture u svakom kutku svijeta. Još u vremenu dok pisma nisu niti postojala, priče su



LIFE

leadership institute for excellence

Next Level NLP
Coaching
Sales Consulting