

Анекдоты, отфильтрованные Александром Герасимовым (выпуск 4)

Статья опубликована в журнале Вестник НЛП №4.

Авторы: Александр Викторович Герасимов

Темы, затрагиваемые в статье: Творчество

Здравствуйтесь, дорогие читательницы и недешевые читатели ("недешевые" - это, вроде бы, синоним "дорогие", а какая разница :-))! В очередной раз, благодаря виртуальному пространству нашего журнала и физическому пространству вашего винчестера, мы с вами имеем новую возможность встретиться в пространстве собственной субъективной реальности. В моей реальности я вынужден представлять слушателей, которым рассказываю анекдоты, а вам, наверное, приходится представлять рассказчика, то есть меня. Вот такое у нас получается интересное общение. И несмотря на временной разрыв между отправкой сообщения (написанием этой статьи) и его получением (чтением), я надеюсь, до вас дойдут эти слова (в прямом смысле слова):-) и заложенные в них позитивные эмоции. Я, конечно, не Кашпировский и не Чумак, но верю, что с помощью своих изысканий в анналах и россыпях анекдотов, могу на расстоянии заряжать людей различными ресурсами. (Только НЕ надо распечатывать эту страницу и прикладывать к различным местам. Хотя если вы ее распечатали не на жесткой бумаге...):-):-) Ну что же, перейдем к теме нашей встречи. Первый мужской праздник мы уже справили - теперь можно переходить ко второму:-)! И если большинство таких мартовских примет прихода весны, как капель, ручьи, подснежники и грачи, почтили в прошлом, то пьяные мужики, опережая график, начали "тянуться к солнцу" уже с 5 марта. Как хорошо, что существуют в этом мире хоть какие-то стабильные закономерности, по которым еще можно калибровать наступление

весны!:-)

А еще приближение любого праздника всегда можно определить по рекламе. Если раньше была справедлива поговорка: "Хорошо яичко к Пасхе!", то сегодня умные маркетологи и рекламисты убедят вас купить это самое яйцо в любой день. Но и это еще мелочи. Наивысшая крутизна современных рекламных технологий заключается в том, что теперь Пасха - это всего лишь информационный повод для привлечения дополнительных покупателей и, соответственно, прибыли!:-) И пусть у нас не Пасха, а 8-ое марта, зато рекламодатели, как мне показалось, просто из кожи вон лезли, пытаясь белыми нитками пришить свой неликвидный товар к теме праздника.

Особо меня повеселила реклама на радио одной страховой компании, в которой один мужик настойчиво предлагал другому подарить жене на 8-ое марта уверенность на дороге. Когда я услышал эту рекламу в первый раз, то понял, что теперь можно не только Родину продать и счастье купить, а еще можно и уверенность подарить. При этом в голове у меня пронеслась куча вариантов того, как мужчина дарит женщине уверенность, да еще и на дороге. К счастью, поток образов был прерван продолжением рекламы, где номинализация уверенность превращалась в неконкретное существительное - страховой полис. И может быть, все прошло бы незаметно, если бы эту рекламу не крутили слишком часто. Продолжив цепочку образов, рисуемых рекламой, я представил себе развязку данной ситуации. Надеюсь, ваше воображение поможет вам представить эту картину так же четко, как ее увидел я. Вообразите себе: этот наивный мужик, развесив уши и купившись на номинализацию высокого уровня, приобретает-таки страховку и с чувством исполненного долга летит к жене на крыльях любви. И вот дверь квартиры, звонок, на пороге появляется красавица жена в вечернем платье (несмотря на то, что пол дня провозилась на кухне) и нежно смотрит на своего возлюбленного. Он пылко целует ее, затем дарит букет (если вспомнил его купить, так как в рекламе же об этом ничего не говорилось) и... (приготовьтесь, сейчас будет кульминация!) говорит: "Дорогая, я приготовил для тебя прекрасный подарок. Мне хочется подарить тебе этот роскошный полис ОСАГО!!! А к нему еще прилагается эта красивая наклейка на лобовое стекло!!!" Я, конечно, не женщина, но, входя во вторую

позицию, могу себе представить, как хочется запихнуть эту бумажку вместе с наклейкой такому мужу куда-нибудь поглубже. И еще у меня возникает вопрос: "А что, до 8-го марта жена должна была ездить на машине без страховки и постоянно платить штрафы сотрудникам ДПС?" Хочется верить, что не я один заметил в рекламе такой сильный разрыв между уровнями Ценностей и Окружения. (На всякий случай я приношу свои извинения тем, на кого эта реклама все-таки подействовала. Я не хотел никого обижать. Говоря позитивно, это лишь мое искаженное восприятие рекламной реальности!):-) После небольшой рекламной паузы можно, собственно, перейти и к анекдотам. Следуя за маркетологами, сегодня я предлагаю вам не просто анекдоты (непонятно каким боком относящиеся к НЛП), а анекдоты, насколько это возможно, притянутые за уши к 8-му марта! (Согласитесь, анекдот с ушами - это редкость, зато анекдот с бородой - дело обычное, поэтому, в крайнем случае, я буду тащить их к вам за лицевую растительность:-)).

Первая история призвана продемонстрировать глубину различий между реальностями, в которых порой пребывают некоторые мужчины и женщины:

Накануне 8-го марта (числа 5, 6 или 7).

*После активного празднования с коллегами
приближения женского дня, когда масса тостов
о семейных ценностях была разделена на объем
заготовленного спиртного, молодой папаша
(в соответствующем состоянии снижения плотности
сознательного внимания) сумел не только придти домой
(во многом благодаря пространственно-двигательной памяти),
но и привел из садика ребенка.*

Мать, увидев малыша, в изумлении закричала:

- О господи! Кого ты привел!? Это же не наш сын!

*На что муж, выйдя на секунду из состояния реальности,
резонно замечает:*

- Какая, собственно, разница! Завтра все равно обратно отводить.

Вот так иногда женщины превосходят мужчин в навыке калибровки. Зато нельзя не порадоваться железной логике мужа и его умению выделять системные закономерности в текучке повседневной жизни. Кстати, а все заметили масштабную неоднозначность в последнем предложении перед анекдотом? (Кто не знает, масштабная неоднозначность - это одна из форм речевых пресуппозиций Милтона Эриксона. Эти формы изучаются на соответствующем семинаре). Надеюсь, вы также откалибровали выделенные в анекдоте слова. А может быть, и догадались, зачем я их выделил? Нет? Ну и ладно. Я согласен, что метафора получилась очень глубинной и мало понятной. А ведь сначала я даже не хотел их выделять, думал, все и так заметят игру слов. На самом деле, все очень просто: в тексте использована формула расчета плотности вещества ($\rho = m/v$). Ну, в общем, не забивайте себе голову в праздники - давайте двигаться дальше. Дабы восстановить информационный баланс, скажу, что науке известны случаи, когда и женщины нуждались в тренинге по развитию калибровки, например, в такой ситуации:

Разговор в хозяйственном магазине:

- У вас синька есть?
- Есть.
- А какого цвета?

Возможно, в таких понятиях, как синька и зеленка, женщины иногда и путаются, зато их навыку различения десятков оттенков всевозможных красок для волос позавидует любой мужчина. Кстати, синька не является в прямом смысле слова предикатом (это не глагол, не наречие и не прилагательное). Но так как это существительное образовано по названию цвета (субмодальности), оно вполне конкретно указывает на визуальную сенсорную репрезентативную систему.

Прошу прощения за небольшой уход от темы разговора, давайте вернемся к нашим... историям.:-) Следующий анекдот продемонстрирует нам находчивость женщин в поиске ресурсов, а

также их умение пользоваться визуальными якорями и рефреймингом смысла:

Муж, развивающий навыки калибровки:

- Дорогая, я заметил, что в последнее время ты все время берешь с собой на работу мое фото. Почему?

Жена:

- Потому что это замечательный инструмент для поиска решения в безвыходной ситуации. Когда у меня возникает проблема, независимо, какой сложности, я смотрю на твое фото, и проблема исчезает.

Муж:

- Гм, даже не думал, что я имею на тебя такое волшебное позитивное влияние.

Жена:

- Да, когда я смотрю на твое фото, то говорю себе:

"Боже! Какие еще могут быть большие проблемы, чем эта?!"

Как видите, все в жизни относительно и познается в сравнении. В этом анекдоте отчетливо демонстрируется один из законов систем, согласно которому то, что является проблемой на одном уровне (в личной жизни), может быть ресурсом на другом (в профессии). Как мы можем заметить, несчастные люди страдают от своих проблем, счастливые используют проблемы в качестве ресурсов, богатые продают решения для чужих проблем, а маркетологи умеют создавать потребности и проблемы на пустом месте.:-) Но это уже другая история.

Следующий анекдот позволит нам насладиться эстетикой и профессиональностью женской вербальной коммуникации. Я думаю, вы поймете, что женщину нужно слушать очень внимательно и понимать ее дословно:

Невеста в порыве нежности говорит жениху:

- Когда ты станешь моим мужем, любимый,

я буду делить с тобой все твои заботы и огорчения.

*На что обалдевший от такого проявления заботы,
но сохранивший еще какие-то остатки трезвого разума
жених наивно замечает:*

- Спасибо, дорогая! Но у меня в жизни нет никаких забот и огорчений.

- Я же сказала: "Когда ты станешь моим мужем".

Да, видимо, слаб оказался этот жених в прочтении скрытых пресуппозиций: не умеет читать между строк. А все-таки как красиво завернута фраза - не придерешься! Тут тебе и время используется правильное (будущее), и цель не обсуждается, и ответственность перераспределена однозначно, и даже частичная помощь предлагается в решении тебе же созданных проблем. Это вам ни какой-нибудь "Видал сосун" - два в одном. Это аж четыре в одном! Вот она - фраза на вес золота! Берем эту стратегию и переносим, например, в бизнес: "Как только вы возьмете меня кладовщиком, я сразу начну бороться с излишним воровством!" Или: "После заключения сделки с нами вас перестанут волновать ваши старые проблемы!" А вот безвозмездно дарю золотую фразу для политиков: "После моего избрания губернатором я буду с полной отдачей делить с вами заботы и тяготы, связанные с содержанием нашей администрации!" И так далее... Будет время, потренируйтесь на досуге. А сейчас продолжаем разговор. Помните, перед последним анекдотом я говорил, что женщин нужно понимать дословно? Забудьте! На самом деле, все нужно делать наоборот. Подтверждение этому тезису вы найдете здесь:

Праздник. Праздничный стол.

Жена в слезах говорит мужу:

- Я тебе целую неделю твердила,

чтобы ты ничего не покупал мне на 8-ое марта.

А ты так ничего и не купил!

И кто, спрашивается, виноват? Муж, конечно! Не знал он всех

тонкостей женской стратегии коммуникации. Я уверен, жена сопровождала свои просьбы весьма определенными метасообщениями, типа: "Не верь мне!", "Я шучу!", "Ты же не сделаешь то, что я прошу!" А муж и не знал, что вербальная коммуникация передает только 12% информации. По-видимому, в коммуникации с женщинами этот процент еще меньше!:-) Один мой знакомый все время твердил неприятную для женщин присказку: "Выслушай женщину и сделай все наоборот". Так вот, милые дамы, он, наверное, имел в виду подобную ситуацию! :-)

Очередной анекдот даст нам еще один повод восхититься уровнем развития навыков некоторых женщин в области нервно..., то есть нейро-лингвистики:

После 8-го марта мужик

на приеме у невропатолога:

*- Вы не представляете, доктор,
до чего мне бывает трудно с женой.*

*Она сначала задает мне вопрос,
затем сама же на него вместо меня отвечает,
а потом еще полчаса объясняет, почему я ответил неправильно.*

И на что этот мужик жалуется? Просто его жена - гениальный специалист по позиционным переходам. Вопрос она задает из первой позиции, отвечает из второй, а оценивает, по всей видимости, из третьей. У меня, правда, возникает один вопрос: "А муж-то ей при этом зачем"? Наверное, для еще одного подтверждения собственного профессионализма в знании его внутреннего мира. Нет, это неверно! Она всего лишь хочет донести до своей второй половины какую-то правильную мысль и сэкономить время на пустом диалоге, взяв на себя озвучивание всех ролей. Так, пора заканчивать: у меня такое ощущение, что я уже заразился этим паттерном. Или мне показалось...:-)

Что же, этот скромный опус не претендует на исчерпывающее описание всех граней такого прекрасного бриллианта, как женщина! Его цель - еще раз напомнить, сколь многого мы пока не знаем о

женщинах и сколько потрясающих открытий при должном усердии ждет нас впереди!

И пусть завершающий пример покажет нам, что есть на свете уникальные мужчины, познавшие некоторые секреты общения с прекрасной половиной человечества:

В то время пока большинство родителей отмечали восхитительный праздник 8-ое марта, большинство детей были предоставлены сами себе и играли в песочнице (правда, это было очень давно, когда в марте было тепло и можно было играть в песочнице, а не в сугробе). Юный мальчик и столь же юная девочка заняты созданием куличиков. Мальчик:

- А я знаю способ, чтобы женщины сделали все, что я попрошу.

Девочка:

- Скажи!

Мальчик:

- Не скажу!

Девочка:

- Скажи! Скажи!

Мальчик:

- Нет, это секрет!

Девочка:

- Ну, пожалуйста! Скажи!

Мальчик:

- Ладно, я открою лишь тебе эту тайну!

Только сначала пообещай, что ты сделаешь все, что я попрошу!

На этом я не скажу, что присоединяюсь ко всем пожеланиям любви и красоты! Также я не буду говорить, что праздничное настроение больше зависит не от даты в календаре, а от нашего настроения. И, конечно, не скажу, что желаю вам сохранить эти весенние эмоции свежими и сочными на протяжении всего года!

До новых встреч!