

Rozhovor



Foto: Marie Stránská, MAFRA

ANNA MAZALOVÁ

pětí, vyvolat v nich strach a zablokovat tak racionální uvažování. Druhá oblast prodejního nátlaku cílí na hodnoty seniorů, což je zdraví a rodina. Seniori mívají už řadu zdravotních komplikací, a když jim někdo namluví, že jim výrobek pomůže, neodolají. Eticky nepřekvapující je zejména útok na jejich druhou vysokou hodnotu - na jejich nejbližší. Důchodci jsou zvyklí šetřit, v mládí si leckdy museli odříkat. Ovšem ve chvíli, kdy prodejce vyrukuje s nabídkou obdarovat jejich nejbližší, jsou ochotni vydat neuvěřitelné sumy.

Máte rychlou radu, jak odolat, i pro ty, kdo neviděli vaše představení?

Pozvánku na předváděcí akci bez čtení rovnou vyhodit, aby se člověk vůbec nevystavil pokušení. A těm, kdo je oslovi na ulici, ihned říct jasné NE. Nevymlouvat se, nesnažit se prodejce přechytračit. On je na tyto situace školený a slovní přestřelku výmluv s ním nikdy nevyhrajeme. I odmítnutí nabídky delší rozvinutou větou je pro ně znak zájmu a impulzem k dalšímu přesvědčování.

Pořád slyšíme, že jsou staří lidé zranitelnější. Proč člověk ke stáru ztrácí soudnost?

Zranitelný je každý, ale záleží na formě nátlaku. Pokud by šel na předváděcí akci mladý člověk, nabídka ho neosloví. Samozřejmě, protože je plný síly, zdraví bere jako samozřejmost, necítí se v tomto ohledu nijak ohrožen. Zkuste ale na téhož mladého člověka apelovat pomocí youtuberů, kteří mu budou denně servírovat a chválit nějaký produkt. Otázka by proto měla znít spíše takto: Proč jsou seniori tak oblíbenou cílovou skupinou podvodníků?

A proč tedy?