

доктор філософії **Ноа Дж. Гольдштейн**

Стів Дж. Мартін

доктор філософії **Роберт Б. Чалдині**

МАЛЕНЬКА КНИГА «ТАК!»

*Як знайти друзів, підвищити
впевненість у собі і розвинути
вміння переконувати інших*

Під керівництвом Гелен Манкін і Лорен Гордон

З англійської переклала Дар'я Лученкова

Київ
BOOKSHEP
2019

ЗМІСТ

ВСТУП	9
Розділ 1. ДАВАННЯ	15
Розділ 2. ОБМІН	22
Розділ 3. ДАРУВАННЯ	30
Розділ 4. СПІВПРАЦЯ	37
Розділ 5. ВИТРИМАТИ ПАУЗУ	44
Розділ 6. ПОСТУПКИ	51
Розділ 7. ОБІЗНАНІСТЬ	58
Розділ 8. ПРИЙНЯТТЯ	65
Розділ 9. ПРОХАННЯ	72
Розділ 10. СПІЛКУВАННЯ	80
Розділ 11. ГУМАНІЗАЦІЯ	88
Розділ 12. СИМПАТІЯ	95

Розділ 13. ПОХВАЛА	103
Розділ 14. НАЧІПЛЮВАННЯ ЯРЛИКІВ	111
Розділ 15. ПРИЧИНИ	119
Розділ 16. ЗОБОВ'ЯЗАННЯ	126
Розділ 17. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ В ЖИТТЯ	135
Розділ 18. ПОРІВНЯННЯ	143
Розділ 19. НАСЛІДУВАННЯ	150
Розділ 20. ВТРАТИ	158
Розділ 21. ЗАВЕРШЕННЯ	164
 НАУКА ПЕРЕКОНУВАТИ	 170
ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА ТА ДЖЕРЕЛА	172

ВСТУП

За словами Джона Леннона, він закохався в Йоко Оно в листопаді 1966 року — тієї самої миті, коли побачив інсталяцію її роботи в Художній галереї Лондона «Indica». Серед представлених творів мистецтва одна експозиція привертала до себе особливу увагу. Щоб побачити її, відвідувачі галереї мали здертися вгору погано освітленою, хиткою драбиною. Діставшись верхньої сходинки, необхідно було подивитися крізь лупу на невеликий шмат стелі, на якій виднілося одне єдине слово, написане ледь помітними літерами.

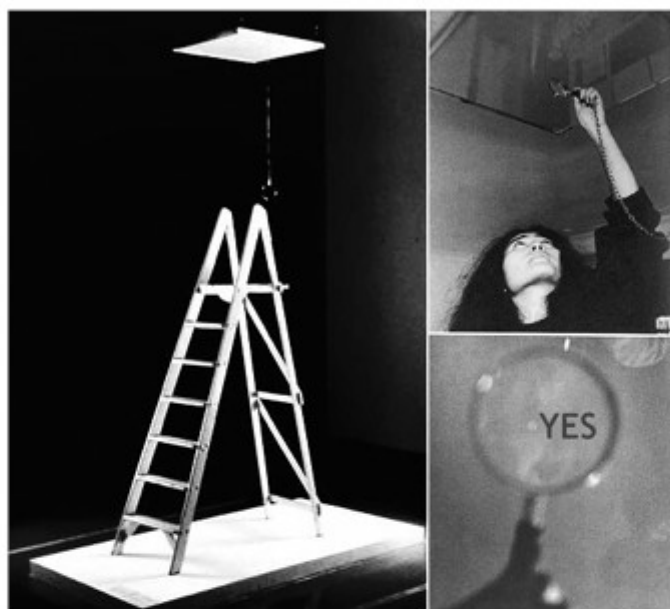
Слово було коротким і простим, але так глибоко вразило Леннона, що він одразу прикипів душею до жінки, яка створила цю інсталяцію. У контексті небезпечного, нестабільного світу, цілюща сила цього слова знайшла відгук у серці співака.

Це було не слово «любов», як подумала більшість. Насправді то була предтеча й похідна любові — слівце, що, ймовірно, є досяжнішим у широкому спектрі соціальної взаємодії, до якої ми всі дотичні.

Це було слово «Так».

Усі усвідомлюють величезний вплив слова «Так». Воно сприяє розквіту відносин. Заохочує до вивчення нового й дослідження незвіданих горизонтів. Може стати «зеленим світлом» для наших проектів або знаменувати офіційно можливості, які визнано офіційно. «Так» дає нам дозвіл. І задовольняє базові людські прагнення й устремління — потребу в спілкуванні з іншими.

Заразом усім добре знайоме відчуття розчарування, що виникає, коли нам кажуть «Ні». Не слід обманюватися і вважати, що слівце



«Розпис стелі», Йоко Оно. 1966 рік, Лондон

«Так» із легкістю можна почути від інших тільки тому, що воно дуже просте. Без розуміння аспектів процесу переконання це не так уже й просто.

«Маленька книга “Так!”» містить у собі двадцять один короткий розділ, — для прочитання кожного вам знадобиться лише п’ять-десять хвилин — що загалом окреслюють ряд ефективних стратегій переконання. Кожен

із принципів, які тут описано, гарантовано підвищує шанси на отримання позитивної відповіді «Так» від людини, до якої адресовано прохання. Адресатом може бути колега, партнер, менеджер, друг чи навіть незнайомець. Уроки, які наведено в цій книзі, можна застосовувати до вирішення багатьох повсякденних проблем, із якими ви стикаєтеся у спробах переконати інших. Скажімо, налагодити зіпсовані стосунки або попросити підвищення гонорару чи зарплатні. Донести свої міркування до когось у Twitter, або звернутися за допомогою до сусіда чи родича. Впевнити нерішучого друга чи створити власну соціальну мережу.

Уміння переконувати — це не магія. Часом здається, що деякі люди народилися з природною здатністю вмовляти інших і доносити до ближніх свою думку, однак це не значить, що решта має змиритися з тим фактом, що їхні ідеї чи прохання ніколи не почують і не визнають. Учені десятиліттями досліджували універсальні принципи науки переконувати і стратегії впливу. Як відомі на-

уковцями у сфері переконання автори книги ознайомлять читачів виключно з емпірично доведеними положеннями та принципами, що гарантовано підвищать шанси донести свою думку в маси. У цій книзі викладено ряд принципів і прикладів ефективного використання стратегій переконувати в рамках етичних норм. В одному з розділів (Розділ 13 «Похвала») наведено найліпші тактики спілкування з упертим колегою на роботі. В іншому розділі (Розділ 18 «Порівняння») автори детально описують оптимальні шляхи ведення ефективних перемовин. Кожен із двадцяти стислих і коротких розділів розкаже вам, у який спосіб застосовувати принципи переконання, щоб завоювати більше друзів, запевнити тих, хто вагається, підвищити впевненість у своїх силах і змінити ставлення інших до себе. Хоч що ви вирішите — переглянути кілька розділів книги чи прочитати її від А до Я, — автори певні, що ви відкриєте для себе багато ідей, які надалі допоможуть вам трохи частіше чути слово «Так» в особистому і професійному житті.

Слово застороги. Одне «Так» не є гарантом того, що в майбутньому ви знову почувете це слівце від тієї самої людини. Будь-хто, у кого виникне враження, ніби його обдурили, примусили або маніпулювали ним задля отримання «Так», в усіх подальших взаємодіях, найімовірніше, даватиме протилежну відповідь. Тож щоби закріпити успіх в умінні переконувати інших, слід використовувати доречні способи і методики. Знання того, як отримати бажане «Так» — це потужний інструмент, і ця книга — лише початок на шляху досягнення мети.

Автори книги не стверджують, що славнозвісну пісню Леннона «Усе, що вам потрібно, — це любов» насправді слід було назвати «Усе, що вам потрібно, — це слово “Так”»! Проте з упевненістю заявляють: якщо ви засвоїте, а потім із розумом і належною відповідальністю імплементуєте в життя аналітичні викладки цієї книги, то чутимете слово «Так» набагато частіше. Як у професійному, так і в особистому житті.

ДАВАННЯ

Перший крок до отримання бажаного — дати іншим щось натомість

Науково-дослідні роботи вже давно обґрунтували важливість такої якості особистості, як щедрість. Людина, яка робить іншим подарунки, послуги, ділиться інформацією та допомагає зазвичай отримує до себе більшу симпатію, ліпше ставлення і, за даними еволюційних досліджень, навіть може відчуті поліпшення фізичного здоров'я і загальне поліпшення самопочуття.

Акт давання має ключове значення для самопочуття людини і безпосередньо пов'я-

заний із актом переконання з однієї простої причини. Ті, хто отримав допомогу, схильніші віддячити і простягнути руку помічі натомість, якщо дарувальник раптом потребуватиме їхньої допомоги в майбутньому. Витоки цього концепту лежать у *принципі взаємності*: соціальна норма, що демонструє готовність людей заплатити іншим тією самою монетою, якою свого часу розраховалися з ними.

Це дієве правило соціальної поведінки з дитинства закладають у кожного члена суспільства. Батьки допевне навчали вас: «стався до інших так, як хочеш, щоб ставилися до тебе». Прабатьки без сумніву навчали ваших батьків тим самим життєвим істинам. Вони робили це з простої, але вагомої причини. Принцип взаємного обміну зазвичай приносить більшу користь усім зацікавленим сторонам, заохочуючи до обміну ресурсами. Результатом подібних дій є тісніша співпраця і взаємовигідні, довготривалі відносини.

Замисліться. Сусід, який запрошує вас на вечірку, розуміє, що після цього жесту його

шанси стати гостем однієї з ваших майбутніх вечірок зростають. Відповідно зростає ймовірність соціально корисних і довготривалих стосунків. Співробітник усвідомлює, що колега, якому він допоміг під час роботи над одним із проектів (порадою, ресурсами або поділившись основною інформацією), охочіше допоможе йому в майбутніх проектах. Можливо, заява, що простягаючи руку допомоги, люди думають лише про себе, прозвучить цинічно. У деяких випадках так і є, але не в цьому суть. Коли ви з власної волі і від щирого серця віддаєте щось іншим, автоматично спрацьовує принцип взаємності.

Зважайте на те, що саме *перший* акт надання допомоги, подарунків і ресурсів стає першопричиною взаємного обміну. Проактивний акт надання є поштовхом до пробудження соціальних зобов'язань в інших людях. Як наслідок, у контексті соціальних зобов'язань, люди схильні дати ствердну відповідь — «Так» — на прохання особи, якій вони чимось завдячують. Саме соціальні зобов'язання, що ми відчуваємо щодо інших, а не будь-яке

свідоме рішення, часто спонукає нас сказати «Так».

Досвідчені маркетологи усвідомлюють, що хоч безкоштовний зразок або пробна версія нового продукту не переконують придбати товар усіх, утім, багато людей відчуватимуть необхідність компенсувати початкову вартість «подарунка», який отримали. Благодійні організації знають, що гарно оформлене звернення — приміром, набір вітальних листівок — може переконати зробити пожертвування значно більшу кількість людей. Скажімо, розмір пожертвувань у фонд «Асоціації американських інвалідів війни» зріс майже вдвічі після того, як до листів із проханням про фінансову допомогу додали адреси осіб, які безпосередньо її потребують.

Коли ви даєте щось іншим, це не означає, що вклад, який ви зробили, повернеться вам сторицею, особливо коли перший жест — це явний продуманий обман. Якщо на вулиці до вас підійде незнайомец і запропонує гроші, ви навряд чи їх візьмете. Найімовірніше, ви

подумаєте, що це якась афера, чим це, ймовірно, і буде.

Та коли акт надання йде від чистого серця і з елементом персоналізації, тоді в ширості мотивів помічника і дарувальника не виникне жодних сумнівів. У контексті деперсоналізованого й інформаційно перевантаженого світу навіть відносно низькі рівні персоналізації можуть стати доцільними й конструктивними. Психолог Ренді Гарнер подвоїв кількість людей, які зголосилися взяти участь в його опитуванні, лише завдяки тому, що власноруч вписував ім'я й адресу одержувачів на конвертах. Ви неодмінно відкриєте лист, який отримали, якщо відправник не полінувався написати на конверті ваше ім'я та адресу від руки. Рукописний лист значно вирізняється на тлі більшості листів, що приходять на поштову скриньку і жадають вашої уваги (а у випадку рахунків, ще й ваших грошей), бо хтось не пожалкував ані свого часу, ані сил, щоб персоналізувати його. А це, своєю чергою, може заохотити людину приділити трохи