

# ЕВГЕНИЯ АРНАУТОВА

КРАТКОЕ  
СОДЕРЖАНИЕ  
«ПСИХОЛОГИЯ  
УБЕЖДЕНИЯ. 50  
ДОКАЗАННЫХ  
СПОСОБОВ БЫТЬ  
УБЕДИТЕЛЬНЫМ»

**Евгения Арнаутова**  
**Краткое содержание**  
**«Психология убеждения.**  
**50 доказанных способов**  
**быть убедительным»**  
**Серия «КнигиКратко»**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=27358390](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27358390)*

*Библиотека "Главная мысль"; 2016*

**Аннотация**

**Этот текст – сокращенная версия книги «Психология убеждения. 50 доказанных способов быть убедительным».** Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Убедительность – не везение, не природная характеристика вроде цвета глаз, а навык, в основе которого понимание принципов социального влияния и умение применять их с учетом обстоятельств. Авторы книги выделяют шесть главных принципов, используя которые можно оказывать влияние на мнение и поведение других людей. Если озвучить эти принципы каждому из нас, мало кто согласится с их истинностью – никто не хочет верить, что так легко поддается манипуляциям и

стадному чувству. Мы вообще часто неверно оцениваем факторы, убеждающие нас принимать решения. Тем не менее, на базе этих шести и смежных с ними принципов действительно строится множество методов убеждения. В обзоре по книге «Психология убеждения» мы расскажем о самых ярких и эффективных, которые очень полезно взять на вооружение.

**Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги**

**Авторский обзор по  
материалам книги  
«Психология убеждения.  
50 доказанных способов  
быть убедительным».  
Ноа Гольдштейн, Стив  
Мартин, Роберт Чалдини**

Автор обзора: *Евгения Арнаутова*

**Универсальные принципы социального влияния**

Убедительность – не везение, не природная характеристика вроде цвета глаз, а навык, в основе которого понимание принципов социального влияния и умение применять их с учетом обстоятельств.

Авторы книги выделяют шесть главных принципов, используя которые можно оказывать влияние на мнение и поведение других людей.

1. Взаимный обмен – получив от нас что-то, люди чувствуют себя обязанными оказать нам взаимную услугу.

2. Авторитет – гораздо охотнее люди прислушиваются к словам более достойного, по их мнению, значимого человека.

3. Обязательства – чаще всего люди действуют в соответствии со своей системой ценностей, со взятыми на себя обязательствами.

4. Дефицит – чем менее доступен ресурс, тем более он желанен.

5. Расположение – гораздо охотнее люди соглашаются с человеком, который им приятен.

6. Социальное доказательство – если до нас многие это уже делали, нам проще сделать то же, так как процедура уже проверена.

Если озвучить эти принципы каждому из нас, мало кто согласится с их истинностью – никто не хочет верить, что так легко поддается манипуляциям и стадному чувству. Мы вообще часто неверно оцениваем факторы, убеждающие нас принимать решения. Тем не менее, на базе этих шести и смежных с ними принципов действительно строится множество методов убеждения. Запомнить 50 – задача практически невыполнимая. Но самые яркие и эффективные полезно взять на вооружение.

**Покажите, что другие уже делают то, о чем вы просите**

Так работает принцип социального доказательства. Чтобы убедиться в его эффективности, рекламщики и социологи

провели ряд экспериментов. Так, часто по телевизору можно увидеть программы типа «магазин на диване». Обычно призыв к покупке звучит так: «Звоните прямо сейчас, мы ждем вашего звонка и дадим вам скидку». Оказалось, что создать ощущение востребованности рекламируемого товара можно, изменив фразу на: «Закажите прямо сейчас. Если все операторы заняты, перезвоните». Аналогичный метод использовали маркетологи одной из гостиниц: вместо табличек с призывом использовать полотенца вторично ради пользы окружающей среде, они повесили таблички, сообщающие о том, что такой-то процент постояльцев уже используют полотенца вторично, чем помогают сохранить чистоту окружающей среды. Процент жильцов, последовавших совету, вырос на треть.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.