



«В этой книге представлены проверенные и практические методы и приемы, которые помогут вам овладеть умением убеждать».

Брайан Трейси, всемирно известный оратор и автор бестселлеров «Психология продаж», «Достижение максимума» и «Сила обаяния»

ПАТРИК КИНГ

УБЕЖДЕНИЕ

СКРЫТЫЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ВЛИЯНИЯ БЕЗ МАНИПУЛЯЦИЙ




BYBLOS

Патрик Кинг

Убеждение

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=42144932

*УБЕЖДЕНИЕ. Скрытые психологические стратегии влияния без манипуляций: Библос; Москва; 2020
ISBN 978-5-905641-36-7*

Аннотация

Как добиться от людей того, что вам нужно, – изящно и незаметно? Какие фразы и слова убеждают, направляют и защищают?

Если хотите получить поддержку, успешно вести переговоры, отстаивать свое мнение и стать авторитетным лидером, эта книга поможет вам одержать победу и занять то положение, которого вы достойны.

Вы овладеете явными и скрытыми методами убеждения. Большинство книг по убеждению предлагают хитрости, которые якобы позволяют контролировать сознание, однако это миф. Здесь собраны только научно проверенные методы, сформулированные лучшими исследователями, маркетологами, лидерами и переговорщиками в мире. Вы узнаете, как изменить мышление людей – причем незаметно.

В формате a4.pdf сохранен издательский макет.

Содержание

Об авторе	5
Book-Kit	7
Введение	9
Глава 1. Эффект бабочки	13
Глава 2. Понимать свою аудиторию	17
Сосредоточьтесь на тех, кого можно убедить	19
Не все любят вас	21
Как узнать, что человек поддается убеждению	22
Конец ознакомительного фрагмента.	24

Патрик Кинг
Убеждение
Скрытые психологические
стратегии влияния
без манипуляций

Данный перевод книги «УБЕЖДЕНИЕ. Скрытые психологические стратегии влияния без манипуляций» печатается по соглашению с TLL Literary Agency.

© Patrick King, 2019

© ООО «Библос», 2020

* * *

Об авторе

Патрик Кинг – автор бестселлеров, которые продаются по всему миру, а также востребованный коуч и тренер по навыкам общения. Он по собственному опыту знает ценность навыков общения, потому что именно они помогли ему подняться над заурядными достижениями и начать успешную карьеру. Умение вписаться в любую ситуацию и в любые обстоятельства, считает он, невозможно переоценить. С этим умением любой разговор пройдет как по маслу.

Патрика хорошо знают как специалиста по социальному взаимодействию и коуча по устному общению из Сан-Франциско. Его можно найти в GQ Magazine, TedX, Forbes, NBC News, Huffington Post, Business Insider, Men's Fitness, Inc., ATTN, Real Simple Magazine и Creative Live. Благодаря высокому эмоциональному интеллекту и пониманию особенностей человеческого взаимодействия он стремится помочь преодолеть эмоциональные барьеры, внушить уверенность людям и вооружить их инструментами, необходимыми для успеха. Никаких трюков и уловок, только тщательный анализ человеческой психики, одобренный практикой реального общения, отшлифованного и доведенного до совершенства за три года обучения на юридическом факультете. Когда он не занят тем, что помогает клиентам «завоевать мир», то выступает солистом в кавер-группе, исполняя хиты 1980-

X годов, или же готовится к очередному забегу на 10 километров.



Book-Kit

Добейтесь нужного вам результата без конфронтации и навязчивости.

Убеждение не ограничивается удачей в переговорах или сделках, от него зависит ваш успех и влияние во всех аспектах жизни. Как эксперт по социальным навыкам и харизме, автор международных бестселлеров Патрик Кинг точно знает, как добиться желаемого, произвести впечатление, продемонстрировать уверенность и внушать симпатию. Только с помощью навыков убеждения можно воплотить свои мечты в жизнь.

Научитесь отстаивать свою точку зрения – в любой ситуации.

- Незримое влияние эмоционального долга.
- Как незаметно посеять идеи в чужой голове.
- Конкретные фразы, слова и стиль общения для убеждения и влияния.
- Классические психологические мотиваторы.

Станьте мастером выстраивания межличностных отношений.

- Психологические модели поведения.
- Ментальные и лингвистические инструменты, меняю-

щие восприятие.

- Стили общения, умение говорить на одном языке с людьми.
- Принципы убеждения Адольфа Гитлера и его путь к власти.

Приобретите социальное влияние и силу убеждения – без манипуляции.

Умение убеждать дает возможность преобразовать свою жизнь и отношения. Никто не сделает всю работу за вас, придется приложить усилие и самим добиться того, о чем вы мечтаете. Убеждение открывает многие двери.

Вы научитесь получать желаемое, при этом обходиться без конфликтов и не внушать антипатию. Навыки убеждения значительно облегчат вашу жизнь, так как вы научитесь понимать людей и использовать универсальные ментальные триггеры.

Введение

Когда я учился в третьем классе, мода на фитнес охватила всю страну. Думаю, назначение Арнольда Шварценеггера советником президента по фитнесу сыграло не последнюю роль, все безумно радовались тому, что Терминатор наконец-то получил такой почетный пост. Естественно, это было до того, как Терминатор стал губернатором Калифорнии, – простите, отвлекся.

Мне очень хорошо запомнился этот период, потому что моя учительница всем сердцем приняла массовую фитнес-истерию и заставляла весь класс бегать целую милю (1,6 км) каждый день в течение трех месяцев. Управляться с тридцатью неугомонными, невоспитанными восьмилетками с неофициальным диагнозом СДВГ (синдром дефицита внимания и гиперактивности) было непросто, особенно если мы не понимали, зачем всё это нужно. Для нас, детей, фитнес был таким же абстрактным понятием, как ипотека, и интересовал нас ничуть не больше.

Чтобы вывести целый класс на раскаленный трек, когда температура поднималась до 32 °С, без упрашивания не обойтись, и я действительно помню, как в первые дни она только и делала, что упрашивала нас.

Дети, как и взрослые, редко радуются прямому и навязчивому убеждению. Мы ворчим и тянем волюнку, если нам

приказывать, но если подсластить пилюлю, добавить стимулы и поощрения, то общество вполне сносно функционирует. Другими словами, нужно было срочно найти мотивацию для моего класса, чтобы не повторился сценарий «Повелителя мух».

Причем наша учительница сразу поняла, что нужно мотивировать детей тем, что никак не связано с фитнесом, поэтому решила устроить нам соревнование с *четвертым классом*, который якобы заявил, что бегают быстрее, чем мы.

И награда соответствовала вложенным усилиям: в честь того класса, который покажет лучшее среднее время, учительница обещала устроить пицца-вечеринку – с апельсиновым соком, конечно.

Вот это самая подходящая мотивация для восьмилеток!

Хотя пицца-вечеринка стояла для нас на втором месте – после желания обогнать «старших». Неожиданно бег превратился в хобби, даже для большого Бобби, который почти всё время ходил, а не бежал.

Мы полюбили ежедневные пробежки; *вот так* маневр моей учительницы стал первым примером блестящей тактики убеждения.

Она смогла вдохновить нас на действия, которые объективно можно было бы назвать ежедневным мучением. Не акцентируя внимание на необходимости пробежать милю на жаре, она изменила наше отношение к задаче и превратила бег в грандиозное соревнование (ведь победить четырехкла-

шек – важное достижение), повод сплотиться и трудиться ради общей награды, а главное, отстоять честь класса.

Это самый эффективный метод убеждения – стимулировать людей, используя для этого их мотивацию, или страхи, или, наоборот, их заветные желания.

Чаще всего ваши желания противоречат желаниям окружающих. Наверняка вам неоднократно приходится убеждать людей принять спорное и непопулярное решение. Соппротивление неизбежно, и это не ваша вина – люди руководствуются собственным восприятием, представлением и «багажом». Однако основная цель остается неизменной.

Что делать, если парадный вход забаррикадирован? Пройти через окно или заднюю дверь, или через дымоход.

Другими словами, нужно проникнуть в психологию человека, понять, что его стимулирует, и использовать это, чтобы вдохновить на действия и добиться своей цели. Нужно найти методы убеждения, которые привлекут людей, заставят их мыслить по-другому и, наконец, поддержать ваш путь.

Это корень убеждения – понять, что в большинстве ситуаций нужен более грамотный, аналитический подход, а не усердное пустословие и бравада. Все люди разные, и нужно мотивировать их, а также использовать конкретные фразы и эмоции.

Это не сборник методов, которые волшебным образом заставят людей плясать под вашу дудку, это книга о *человеческом инжиниринге* и о том, как использовать мышление и

склонности людей. Когда вы знаете, как человек мыслит и что стимулирует его, то привлечь его внимание нетрудно.

Позже я узнал, что наша учительница выдумала это соревнование, но всё равно меня восхитила ее гениальная задумка – как сделать группу детей послушной, сговорчивой и управляемой.

Пиццу мы, конечно же, съели, а я получил ценный урок: дети и взрослые руководствуются одними и теми же базовыми стремлениями, которые лежат в основе методов убеждения.

Глава 1. Эффект бабочки

Не все из нас гении убеждения, хотя, поверьте, это еще не трагедия. Многие из нас не стремятся стать вторым Уинстоном Черчиллем, да и не нужно. Однако это не значит, что мы не можем развивать в себе навыки, которые помогут нам достичь цели и убедить людей делать то, чего мы хотим.

Каждый харизматичный, влиятельный человек, которому вы доверяете, был «создан» – в том смысле, что его учили, как вести за собой людей и как убеждать.

Реальный мир не имеет ничего общего с тем, к чему готовит нас школа. Можно выучить геометрию и столицы стран, но как эти знания помогут вам во взрослой жизни достичь того положения, к которому вы стремитесь? Умение эффективно общаться с людьми – вот что позволит вам добиться доверия и уважения, которые окажут позитивное воздействие на вашу повседневную жизнь. А если когда-нибудь вы обретете власть, умение эффективно общаться с людьми, которые занимают более низкое положение, будет жизненно необходимо для того, чтобы удержать эту власть!

Представьте, что вы лидер, не умеющий убеждать. К чему это приведет?

Скорее всего, к анархии. А также презрению, ожесточению, вопиющей безответственности, непродуктивности и общей неудовлетворенности людей, которыми вы должны

руководить. Департаменты и сотрудники могут вполне сносно функционировать по отдельности, но без грамотной координации и общей цели они будут действовать друг против друга. Подобная ситуация может уничтожить любую компанию и дружеские отношения.

Даже вне контекста работы и служебной иерархии умение убеждать, руководить и влиять крайне важно.

Что вы за друг, если ваши друзья не доверяют вам, а вы не способны убедить их? Вы превратитесь в пустое место, в бесхребетного простачка, которого никто не слушает. Люди будут сомневаться, что вы действительно отвечаете за свои слова, а чувствовать это очень неприятно.

Убеждение и влияние касаются не только продвижения по корпоративной лестнице. Умение убеждать формирует впечатление, которое вы производите на представителей противоположного пола, влияет на цену, которую вам приходится платить, отражается на сплоченности вашей семьи и, конечно же, открывает доступ к хорошей работе и возможностям. Это и есть «эффект бабочки», когда взмах ее крыльев на одном краю земли может привести к порой непредсказуемым последствиям на другом краю. Такая вот метафора.

Умение убеждать также влияет на отношение к вам окружающих. Многие люди проживают день за днем в режиме круиз-контроля (автоматически, «на заданной скорости»), редко задумываясь о том, что пора вырваться из рутины и стремиться к большему. Инстинктивно большинство из нас

ищут людей, за которыми можно идти, которые подскажут, что делать. Если ваши слова убедительны, люди с радостью доверятся вам.

Кем были бы Мартин Лютер и Мартин Лютер Кинг младший без способности убеждать и вдохновлять людей своими стремлениями?

Первый так и остался бы недовольным пастором, который в 1517 году прикрепил список из 95 тезисов к воротам церкви. У него накопилось несколько претензий к Римской католической церкви, которые он решил публично озвучить; если бы он не был убедительным, страстным лидером, этот список тезисов наверняка выкинули бы вон – вместе с его головой. Однако благодаря своим лидерским качествам и умению убеждать, он вдохновил исторический раскол Католической церкви.

Второй был бы простым баптистским проповедником, который признавал проблему расового неравенства в Соединенных Штатах и выступал против него. Наверняка, тысячи других людей наблюдали ту же несправедливость и питали те же чувства, но ни один из них не смог возглавить сотни тысяч людей в маршах протеста и вдохновить целое движение.

Другими словами, без умения убеждать эти известные личности удостоились бы лишь сноски или примечания в учебнике по истории. Без способности вдохновлять и вести за собой их мечты никогда бы не обрели жизнь.

Когда смотришь на жизнь людей и обращаешь внима-

ние на качества, которые позволяют им добиваться высоко-го уровня эффективности, то видишь, что умение убеждать играет первостепенную роль.

Итак, способность убеждать и вызывать доверие воздействует на качество вашей жизни. Чем больше вам доверяют, тем чаще люди готовы идти за вами в огонь и в воду. Умение строить доверие и убеждать (благодаря этому доверию) – одно из лучших пробивных качеств, на одном уровне с уверенностью в себе (или внушительным банковским счетом).

Когда вы вдохновляете людей, вы можете повысить их результативность. Неважно, стремитесь ли вы создать медиаимперию или просто хотите выбрать, в каком ресторане поужинать.

Умение сплотить людей, чтобы достичь общей цели (или *вашей* цели), и позволило нам пройти путь от племен охотников и собирателей до великого мультикультурного общества, которое мы представляем собой на сегодняшний день. В этом и заключается разница между революционными реальными действиями и бесплодными размышлениями и мечтаниями на кухне.

Убеждение – начало всех действий, больших и малых.

Людьми управляют не благодаря бейджику или должности, а благодаря умению убеждать и вдохновлять на конкретные действия.

Глава 2. Понимать свою аудиторию

Я всегда любил кошек. Да, да, этих капризных любителей царапаться я считал идеалом преданности и дружбы. А потом я стал встречаться с девушкой, у которой жил пушистый крошечный ши-тцу – собака, которую настоящие мужчины считают недостойной внимания (один мой знакомый называет таких собачек «недоразумением»).

И оказалось, что очень приятно, когда на пороге дома тебя встречает собачка, которая не только признает твое существование, но и нуждается в твоём внимании и присутствии. Так что теперь я люблю собак. И, побывав по обе стороны баррикад, точно знаю, что мои убеждения вряд ли изменятся.

Многие пытались убедить меня в достоинствах кошек, но тратили время и силы впустую. Я опираюсь на собственный опыт. И никаких сомнений у меня нет.

То есть некоторых людей невозможно переубедить, что бы вы ни говорили и какие бы доказательства ни приводили. Они упрямые, закостенелые, и вам не удастся изменить их мнение.

Даже если вы усовершенствуете навыки убеждения и влияния, это не значит, что вы сможете превратить любого человека в своего ревностного последователя. И в этом нет ничего плохого, потому что вы будете знать, на кого направить

свое внимание, тратить время и силы – на тех, кто поддается
убеждению!

Сосредоточьтесь на тех, кого можно убедить

Некоторые считают, что умение убеждать – это способность покорить любого человека и преодолеть любые возражения. Они путают лидерство с манипуляцией сознанием, гипнозом и, возможно, чрезмерно увлечены «Звездными войнами». Если не брать в расчет физические и финансовые угрозы, то выбор человека всегда определяют внутренние цели.

Жизнь устроена так, что ваши навыки убеждения работают только с людьми, которые либо (1) не определились со своим мнением, либо (2) открыты для убеждения. Но они никогда не работают с людьми, которые уже сделали свой выбор.

Конечно, следует всегда отталкиваться от того, что каждый человек находится в подвешенном состоянии и каждый открыт для новой информации.

Однако если, после того как вы потратили разумное количество сил, вы всё равно наталкиваетесь на сопротивление и человек не собирается менять свою точку зрения, то пора отказаться от невыполнимой задачи и двигаться дальше – чтобы не тратить время зря.

Одна из задач этой главы – подготовить вас к неизбежному отвержению. Точно так же, как я предпочел бы завести

собаку, а не кошку, некоторые люди отвергнут ваши попытки убеждения по собственным причинам. Эта цена, которую придется платить за желание добиться своей цели!

И в этом нет ничего ужасного.

Не все любят вас

Всегда будет определенный процент аудитории, который останется глух к вашим словам. Что бы вы ни говорили, вам не удастся достучаться до них, – вдруг им не понравилось, как вы моргаете, или как вы разговариваете, или где вы родились. То есть часть аудитории вы потеряете еще до того, как зайдете в комнату, и этого следует ожидать. Знать это важно не только для реализации эффективного лидерства, но и для построения дружеских отношений и карьеры.

Разве каждое собеседование заканчивается удачно? Конечно, нет. Так что нельзя ожидать, что вы убедите 100 % людей в любом контексте.

Если не брать в расчет поистине исключительные случаи, эти люди не изменят свою точку зрения. Вычеркните их из списка и направьте свои усилия на тех, кто открыт и поддается убеждению. Чем быстрее вы наткнетесь на отказ, тем лучше; это позволит не терять время зря, а обратить внимание на тех, с кем у вас больше шансов и кто действительно важен.

Итак, что же нам делать с этим фактом? Попробуем определить, чего же мы ищем – как понять, открыт человек для ваших слов или вы тратите время впустую, пытаетесь убедить его?

Как узнать, что человек поддается убеждению

Ответы на перечисленные вопросы подскажут, стоит ли вообще тратить время на убеждение или нет.

- У человека есть способности или возможности сделать то, что вы предлагаете?
- Ваше предложение поможет ему достичь его личной цели?
- Ваше предложение соответствует особенностям его личности?
- Он открытый и непредвзятый?
- Он раньше поддерживал похожие предложения?
- Его интересует только сегодняшний день или он способен обдумать долгосрочные цели?
- Насколько он объективен?
- Он руководствуется разумом или эмоциями?
- Какую *выгоду* он получит, если поддержит вас?
- Чем ему придется *пожертвовать*, если он поддержит вас?
- Согласившись с вами, он удовлетворит свои вторичные потребности?

К счастью, людей, поддающихся убеждению, намного больше, чем вы думаете. Многие считают, что убеждать сто-

ит только тех, кто уже выразил позитивные намерения относительно чего-либо. Однако в эту категорию входят также люди, у которых недостаточно информации. Они сомневающиеся. Важно точно определить группу людей, которую можно убедить в кратчайшие сроки. Следующий шаг – проанализировать контекст и подход, который позволит убедить тех, кто поддается убеждению.

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.