

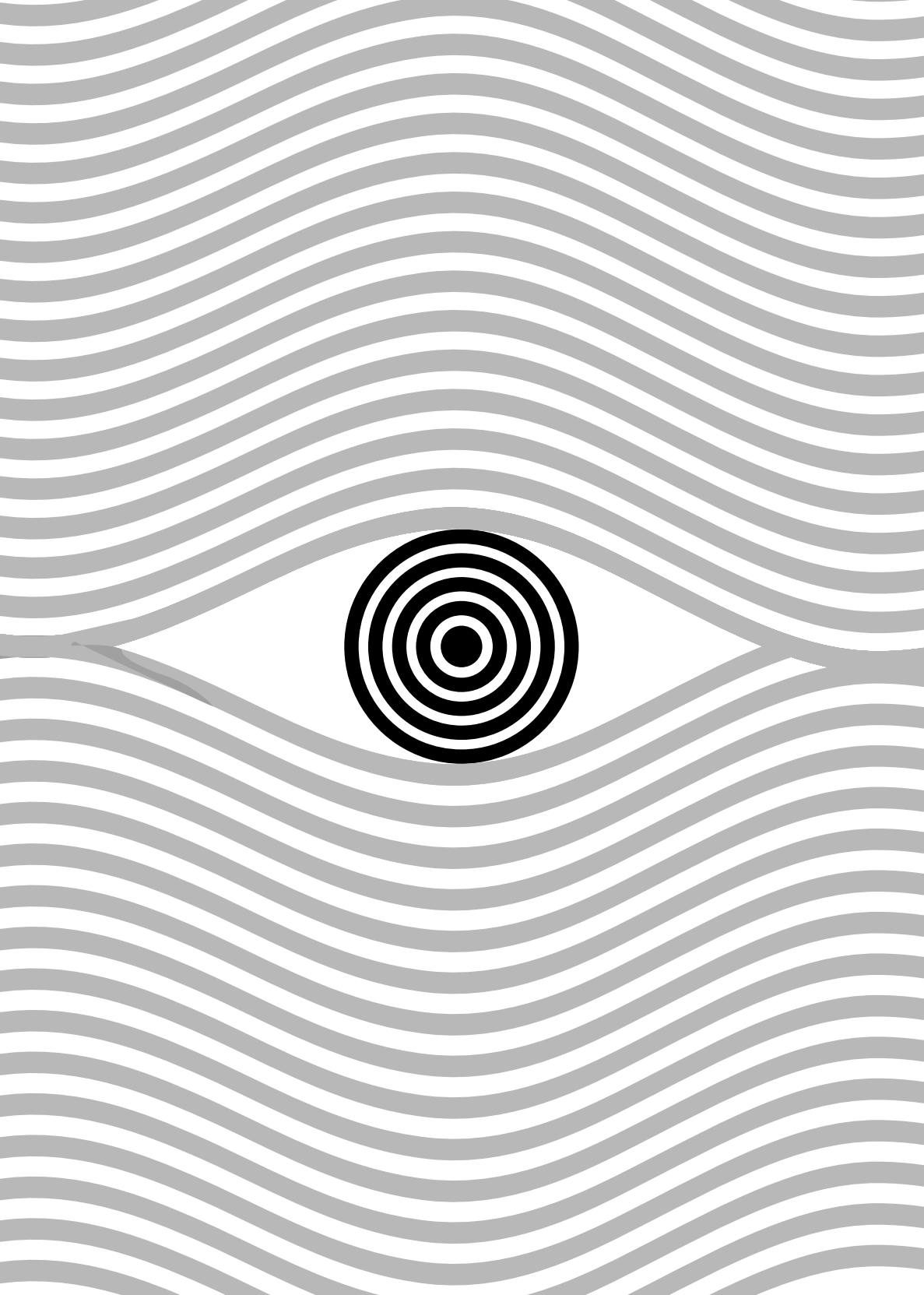
ПСИХОЛОГИЯ ВЛИЯНИЯ



РОБЕРТ
ЧАЛДИНИ

 **БОМБОРА**
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Москва 2022



ПСИХОЛОГИЯ ВЛИЯНИЯ



РОБЕРТ
ЧАЛДИНИ

УДК 159.9
ББК 88.53
Ч-16

Robert B. Cialdini
INFLUENCE. THE PSYCHOLOGY OF PERSUASION

Copyright © 1984, 1994, 2007, 2021 by Robert Cialdini.

All rights reserved.

Published by arrangement with HarperBusiness,
an imprint of HarperCollins Publishers.

В оформлении обложки использована иллюстрация:

Kartick dutta artist / Shutterstock.com

Используется по лицензии от Shutterstock.com

Чалдини, Роберт.

Ч-16 Психология влияния / Роберт Чалдини ; [перевод с английского О. С. Епимахова]. — 7-е расширенное издание. — Москва : Эксмо, 2025. — 528 с. — (Психология влияния).

ISBN 978-5-04-157992-0

Расширенная версия мегабестселлера от самого знаменитого в мире психолога Роберта Чалдини. Опираясь на 35-летний опыт, многочисленные исследования и наблюдения, он вывел 7 принципов влияния, с помощью которых вы станете настоящим мастером уговоров. Также в книге вы найдете множество приемов, тактик и уловок, которые сейчас активно используются в социальных сетях, маркетинге, PR, политике и менеджменте. С помощью их вы сможете избежать воздействия манипуляторов и продвинетесь в изучении психологии влияния.

УДК 159.9
ББК 88.53

ISBN 978-5-04-157992-0

© Епимахов О.С., перевод на русский язык, 2012
© Селиванова И., перевод на русский язык, 2022
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2025

Эта книга посвящается Крису

***Эта книга поможет найти ответы
на следующие вопросы:***

- Самые распространенные уловки продавцов — см. главу 2
- Успешные переговоры по методике «отказ — отступление» — см. главу 2
- Как не стать жертвой правила «равноценного обмена» — см. главу 2
- «Китайская тактика» — самый простой способ управлять людьми — см. главу 3
- Как внушить ребенку желание поступать правильно — см. главу 3
- Как манипулировать совестью. Искусство навязывать обязательства — см. главу 3
- Смех за кадром: чем опасно копировать поведение других людей — см. главу 4
- Как правильно просить о помощи — см. главу 4
- Кто такие Покупатели с Марса — см. главу 4
- «Вы мне нравитесь!» Как завоевать расположение людей — см. главу 5
- Вас очаровали: умейте сказать «нет» — см. главу 5
- Когда подчиняться и когда бунтовать: осознанное отношение к авторитетам — см. главу 6
- Мгновенное влияние — см. главу 7

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	13
Введение	16
Глава 1 СРЕДСТВА ВЛИЯНИЯ — <i>(мощные) инструменты торговли</i>	21
Глава 2 ПРАВИЛО ВЗАИМНОГО ОБМЕНА: <i>старые добрые взаимные уступки... и уступки</i>	43
Глава 3 БЛАГОРАСПОЛОЖЕНИЕ: <i>дружелюбный вор</i>	96
Глава 4 СОЦИАЛЬНОЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО: <i>истина — это Мы</i> ..	151
Глава 5 АВТОРИТЕТ: <i>управляемое уважение</i>	223
Глава 6 ДЕФИЦИТ: <i>правило малого</i>	259
Глава 7 ОБЯЗАТЕЛЬСТВО И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ: <i>суеверия сознания</i>	311
Глава 8 ЕДИНСТВО: <i>«мы» — как возможность поделиться своим «я»</i>	386
Глава 9 МГНОВЕННОЕ ВЛИЯНИЕ: <i>примитивное согласие в век автоматизации</i>	461
Благодарности	472
Примечания	474
Об авторе	527

Отзывы

«Если бы меня спросили, какую книгу прочитать, чтобы стать более эффективным в ведении бизнеса и жизни в целом, я бы выбрала “Как научиться убеждать и добиваться успеха”. Это тур де форс¹, который Чалдини невероятным образом сделал еще более удивительным».

— *Кэти Милкман, профессор Уортонской школы, ведущая подкаста «Выбор» и автор книги «Как измениться»*

«Феноменальная книга! Независимо от того, стремитесь ли вы увеличить продажи, заключить более выгодную сделку или улучшить свои отношения, “Как научиться убеждать и добиваться успеха” предлагает научно проверенные принципы, которые помогут изменить вашу жизнь».

— *Дэниел Л. Шапиро, доктор философии, основатель и директор Гарвардской программы международных переговоров и автор книги «Переговоры, не подлежащие обсуждению»*

«“Как научиться убеждать и добиваться успеха” полностью заслуживает статуса идеальной книги на данную тему. Благодаря этому переработанному изданию я многому научился. И вы тоже научитесь».

— *Тим Харфорд, автор книги «Детектив данных»*

«Приготовьтесь быть ослепленными. Боб Чалдини — крестный отец влияния, а оригинальная версия этой книги уже стала классикой. Независимо от того, пытаетесь ли вы повлиять сами или понять, как другие влияют на вас, данная книга покажет вам, как это сделать».

— *Джона Бергер, профессор Уортонской школы и автор книги «Заразный» и «Катализатор»*

«Замечательно переработанная и дополненная версия. “Как научиться убеждать и добиваться успеха” осталась блестяще написанным трактатом об основополагающих принципах человеческого поведения, в который добавили актуальные новые инструменты».

— *Джеффри Пфеффер, Томас Д. Ди II, профессор организационного поведения в Высшей школе бизнеса Стэнфорда и автор книги «Власть: почему у одних людей она есть, а у других нет»*

¹ Тур де форс — от фр. «tour de force», проявление большой силы, ловкий трюк.

«“Как научиться убеждать и добиваться успеха” — современная бизнес-классика, оказавшая глубокое влияние на области маркетинга и психологии. Новая версия Роберта Чалдини сделала блестящую книгу еще лучше, дополнив ее глубокими идеями и примерами».

— *Дори Кларк, автор книги «Изобретая тебя»
и руководитель факультета образования
в Школе бизнеса Фукуа в Университете Дьюка*

«Новое издание “Как научиться убеждать и добиваться успеха” — настоящий шедевр. Оно одновременно является книгой вне времени и заслуживает немедленного прочтения».

— *Джо Полан, основатель Genius Network*

«Прочитать “Как научиться убеждать и добиваться успеха” я настоятельно советую всем, кто хочет понять процесс принятия решений. Это просто обязательное чтение в каноне психологии и поведенческих финансов».

— *Барри Ритхолц, председатель и главный
инвестиционный директор
Ritholtz Wealth Management*

«Чалдини сделал классику еще лучше. Обновленное издание “Как научиться убеждать и добиваться успеха” еще раз подтвердило свой статус одной из самых важных книг по бизнесу и поведению за последние пятьдесят лет. Новые дополнения просто потрясающие».

— *Дэниел Г. Пинк, автор книг «Драйв»
и «Продавать — это по-человечески»*

«“Как научиться убеждать и добиваться успеха” — единственная книга по организационному поведению, которую я порекомендовал своим студентам в Стэнфорде за последние двадцать пять лет. Студентам она действительно нравится, и спустя годы они восхищаются тем, насколько она помогала им на протяжении всей карьеры. Новая версия еще более полезна и детализирована. И еще более увлекательна».

— *Роберт И. Саттон, профессор Высшей школы бизнеса
Стэнфорда и автор семи книг, в том числе бестселлеров
по версии «Нью-Йорк Таймс»: «Правило без мудаков»,
«Хороший босс, плохой босс»*

ПРЕДИСЛОВИЕ

Изначально данная книга была рассчитана на самого широкого читателя, поэтому писалась в неакадемическом, разговорном стиле. Признаюсь, я испытываю некоторый трепет, когда думаю, что мои коллеги-ученые отнесутся к ней как к представителю «популярной» или даже «попсовой» психологии. И меня это беспокоит, потому что, как заметил ученый-юрист Джеймс Бойл, «Вы никогда не встречались с истинной снисходительностью, если не слышали, как ученые произносят слово “популяризатор”». По этой причине во время написания первой версии данной книги большинство моих коллег — социальных психологов — не чувствовали себя в безопасности в профессиональном плане, работая для неакадемической аудитории. Действительно, если бы социальная психология являлась бизнес-компанией, в ней бы непременно имелись отличные подразделения по исследованиям и разработкам, но отсутствовал бы отдел доставки. Мы отправляли только друг другу статьи для академических журналов, поэтому кто-то другой, скорее всего, с ними вряд ли сталкивался и тем более использовал.

К счастью, хотя я и придерживался популярного стиля, ни один из моих страхов не оправдался, и данная книга не получила порицающего звания «попсовой» психологии [1]. Поэтому в последующих версиях, включая настоящую, я сохранил ее разговорный стиль. И, что еще более важно, хотя мои выводы иллюстрируются и подтверждаются с помощью интервью, цитат и систематических личных наблюдений, они неизменно основаны на правильно проведенных психологических исследованиях.

Комментарии к третьему изданию книги

Придумать концепцию для представления данного переиздания оказалось не самой простой задачей. С одной стороны, в голове у меня вертелась аксиома «Не нужно чинить то, что не сломано». Поэтому никакого желания проводить масштабные преобразования в конструкции книги я не испытывал.

В конце концов, предыдущие версии разошлись тиражом большим, чем я мог себе даже представить, на сорока четырех языках и пережили несколько изданий. В связи с чем моя польская коллега, профессор Вильгельмина Восинская, предложила подтверждающий (но отрезвляющий) комментарий о предполагаемой ценности книги. Она сказала: «Знаешь, Роберт, твоя книга так известна в Польше, что мои студенты думают, будто ты мертв».

С другой стороны, в соответствии с фразой, которую любил мой сицилийский дедушка — «Если вы хотите, чтобы все осталось как есть, все должно измениться», — потребовалось добавить актуальные обновления [2]. С того момента, как книга была опубликована в последний раз, произошли изменения, которые заслуживают места в новом издании. Во-первых, теперь мы знаем больше, чем раньше, о процессе влияния. Исследования убеждения, соответствия и изменений продвинулись вперед, и новая версия отражает данный прогресс. В дополнение к общему обновлению материала я уделил больше внимания обновленным представлениям о роли влияния в повседневном человеческом взаимодействии. То есть описал, как процесс влияния работает в реальных условиях, а не в лабораторных.

Я также расширил темы на основе отзывов предыдущих читателей, включив в книгу рассказы людей, которые ее прочитали, поняли, как один из принципов работал в их конкретной ситуации, и написали мне. Эти доклады читателей, которые появляются в каждой главе, иллюстрируют, как легко и часто мы становимся жертвами влияния в повседневной жизни. Я хотел бы поблагодарить следующих лиц, которые — либо напрямую, либо через своих преподавателей — предоставили свои рассказы, использованные в прошлых изданиях: Пэт Боббс, Хартнут Бок, Энни Карто, Майкл Конрой, Уильям Купер, Алисия Фридман,