

NOAH GOLDSTEIN
STEVE MARTIN
ROBERT CIALDINI

!gen!

Noah Goldstein
Steve Martin
Robert Cialdini

Igen!

*Hogyan legyél
magabiztosabb, győzz meg másokat
és szerezz barátokat?*

A fordítás alapja: Noah J. Goldstein – Steve J. Martin
– Robert B. Cialdini: *The Little Book of Yes: How to Win Friends,
Boost Your Confidence and Persuade Others*

Copyright © Noah J. Goldstein, Steve J. Martin,
Robert B. Cialdini, 2018

Fordította © Pasztorniczky-Taskovics Katalin, 2019
Szerkesztette: Balla Györgyi

Borító: Tabák Miklós

HVG Könyvek, Budapest, 2019
Kiadóvezető: Budaházy Árpád
Felelős szerkesztő: Tanács Eszter
www.hvgkonyvek.hu

ISBN 978-963-304-805-4

Minden jog fenntartva. Jelen könyvet vagy annak részleteit
tilos reprodukálni, adatrendszerben tárolni, bármely formában
vagy eszközzel – elektronikus, fényképezési úton vagy
más módon – a kiadó engedélye nélkül közölni.

Kiadja a HVG Kiadó Zrt., az 1795-ben alapított
Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülésének tagja.
Felelős kiadó: Szauer Péter

Nyomdai előkészítés: Sörfőző Zsuzsa
Nyomás: Alföldi Nyomda Zrt.
Felelős vezető: György Géza vezérigazgató

Tartalom

- Előszó * 7
1. Kezdeményezés * 11
 2. Csere * 15
 3. Ajándékozás * 21
 4. Együttműködés * 26
 5. Szünet * 32
 6. Kompromisszum * 37
 7. Tekintély * 41
 8. Beismerés * 46
 9. Kérés * 51
 10. Csevegés * 56
 11. Emberközelség * 60
 12. Szimpátia * 64
 13. Elismerés * 69
 14. Címkék * 74

15. Indoklás * 79
16. Kötelezettségvállalás * 84
17. Megvalósítás * 89
18. Összehasonlítás * 94
19. Csordaszellem * 99
20. Veszteség * 104
21. Befejezés * 108
- Ajánlott irodalom * 113

Előszó

John Lennon pontosan fel tudta idézni azt a pillanatot, amikor beleszeretett Yoko Onóba. 1966 novemberében az Indica Art Galleryben nyílt kiállítás Yoko munkáiból, és volt ott egy különös installáció: egy gyéren megvilágított, ingatag létra tetejére állva a látogatók messzelátón keresztül a plafon egy kis pontján egyetlen, alig kivehető szót olvashattak.

Az egyszerű, hétköznapi szó kontrasztban a veszéyes és bizonytalan világgal, elképesztő hatással volt az énekesre. Annyira szíven ütötte, hogy azonnal beleszeretett a nőbe.

Most sokan bizonyára azt hiszik, hogy ez a szó a „szeretet” volt, de tévednek. Van ugyan köze hozzá, de vitathatatlanul többször hangzik el nap mint nap, a legkülönbözőbb élethelyzetekben.

Ez a szó az „igen” volt.

Mindannyian tudjuk, milyen hatalmas jelentősége lehet ennek a szónak, lehetőségek egész tárházát nyithatja meg számunkra: buzdíthat tanulásra,

felfedezésre, zöld utat adhat egy projektnek, hatására beteljesedhet egy kapcsolat. Az „igen” engedélyt ad, beleegyezést jelent, ugyanakkor beteljesíti a legalapvetőbb emberi vágyat: a kapcsolódást másokhoz.

Ugyanakkor mindannyiunknak ismerős a frusztráció és a csalódottság is, amit a „nem” hallatán érzünk.

Attól, hogy az „igen” egyszerű, rövidke szó, ne higgyük, hogy könnyen is adják. Legalábbis, ha nem ismerjük a meggyőzés bizonyos eszközeit.

Az *Igen!* huszonegy rövid, akár öt-tíz perc alatt is elolvasható fejezetet tartalmaz, valamennyi egy-egy bizonyítottan hatékony meggyőzési stratégiát vázol fel. Mindegy, hogy egy munkatársra, egy barátira, a partnerünkre, a főnökünkre vagy akár egy idegenre szeretnénk hatással lenni, a könyvben bemutatott módszerek a mindennapi élet számos területén alkalmazhatók, legyen szó egy megromlott kapcsolat rendbehozásáról vagy fizetésemelésről. Ezeket a stratégiákat akkor is kamatoztathatjuk, ha egy családtagtól vagy egy szomszédtól szeretnénk szívességet kérni, egy barátot terelnénk jó irányba, bővítenénk a kapcsolati hálónkat, esetleg a Twitteren szándékozunk valakit meggyőzni véleményünk helyességéről.

A meggyőzés nem varázslat. Igaz, hogy bizonyos embereknek veleszületett képességük van mások befolyásolására, ez azonban nem jelenti azt, hogy nekünk, többieknek bele kellene törődnünk abba, hogy ötleteink és kéréseink semmivé lesznek. Kutatók évtizedek óta vizsgálják az általánosan alkalmazható stratégiákat, amelyekkel sikeresen befolyásolhatunk másokat. A hatásgyakorlás világszerte elismert szakértőiként csak olyan módszereket mutatunk be, amelyekről tudományosan is bizonyították, hogy növelik a meggyőző erőt. Különböző alapelvekről és ezek hatékony, etikus alkalmazásáról lesz szó ebben a könyvben. Az egyik fejezetben (13., *Elismerés*) bemutatjuk, hogyan boldogulhatunk egy nehezen kezelhető kollégával. Egy másikban (18., *Összehasonlítás*) a hatékony tárgyalástechnikával ismerkedhetünk meg. A huszonegy rövid fejezet a meggyőzés alapelveinek alkalmazási lehetőségeit mutatja be, segítségükkel több baráttra tehetünk szert, magunk mellé állíthatjuk a bizonytalanokat, magabiztosabbak lehetünk, és megváltoztathatjuk a rólunk kialakult képet. Mindegy, hogy valaki csak mazsolázzgat a könyvből, vagy szisztematikusan fejezetről fejezetre halad, egészen biztos, hogy az olvasottak hatására az élet számos területén a korábinál gyakrabban hallja majd az „igen” szót.

Felhívánk azonban a figyelmet egy fontos dologra: egyáltalán nem biztos, hogy ugyanaz a személy többször is igent fog mondani. Ha valaki úgy érzi, hogy manipuláltak, átverték, vagy kikényszerítették belőle a beleegyezést, legközelebb, egy hasonló szituációban nagy valószínűséggel védekező módba kapcsol. Tehát ha újra és újra meggyőzők szeretnénk lenni, megfontoltan kell alkalmaznunk a felvázolt technikákat. Ez a könyv betekintést nyújt a hatásgyakorlás izgalmas világába, és ez még csak a kezdet.

Nem azt akarjuk mindezzel mondani, hogy Lennon híres dalában a „szeretet” szót „igenre” kellett volna cserélni, de azt kétségtől állíthatjuk: ha megértjük és megfogadjuk a könyvben leírtakat, az élet minden területén egyre gyakrabban mondanak majd nekünk igent.

Kezdeményezés

Adjunk, hogy kapjunk!

Régóta tudjuk, hogy nagylelkűnek lenni kifizetődő. Ha ajándékozunk, segítünk vagy szívességet teszünk másoknak, rendszerint népszerűbbek és elismertebbek leszünk, mi több, evolúciós kutatások alapján egészségesebbek és boldogabbak is.

Adni az egyik legemberibb dolog, és a hasznunkra lehet, ha valakit magunk mellé szeretnénk állítani. Akik segítséget vagy támogatást kapnak, általában viszonzózzák, ha az alkalom úgy kívánja. Ez a viselkedés a kölcsönösségen alapszik: az emberek hajlamosak úgy viszonyulni másokhoz, ahogyan korábban hozzájuk is viszonyultak.

Ezt az erős társadalmi normát minden emberi közösség már gyermekkortól sulykolja tagjaiba. Mi is azt tanultuk szüleinktől: „úgy bánj másokkal, ahogy szeretnéd, hogy veled bánjanak”, őket pedig kétségtelenül ugyanígy nevelték annak idején. Ennek egyszerűen az az oka, hogy a kölcsönösség

minden érintett számára előnyös, hatékony együttműködést és tartós kapcsolatokat eredményez.

Gondoljuk csak végig! A szomszéd valószínűleg azért hív át magához, mert barátkozni szeretne, és reméli, hogy hamarosan mi is meghívjuk őt. Így lassan közelebbi kapcsolat alakul ki közöttünk. Egy munkahelyen joggal várhatjuk, hogy ha segítünk egy kollégának, akkor ő is támogat majd bennünket. Cinikusnak tűnhet, ha úgy értelmezzük a fent leírtakat, hogy az emberek csak magukra gondolnak, amikor másokon segítenek. Ez igaz is lehet bizonyos emberekre, de nem ez a lényeg. Adjunk nyíltan és önként, a kölcsönösség törvénye pedig teszi a dolgát!

Vegyük észre, hogy az első nagylelkű mozzanat az, ami aktiválja a kölcsönösség törvényét! A kezdeményező hatására a többiek kötelességüknek érzik, hogy ők is így tegyenek. Következésképpen a társadalmi kötelezettség miatt az emberek hajlamosabbak igent mondani annak, akinek tartoznak. Többnyire nem is tudatos döntés eredménye ez, hanem a mélyen belénk ivódott norma hatása.

A jó kereskedők tudják: attól, hogy egy ingyenes termékmintát vagy egy új applikációt ki lehet próbálni, még nem vásárol tőlük mindenki. Annyi potenciális vevőt azonban elérnek így, amennyitől

már megtérül a befektetés. A jótékonysági szervezetek gyakran egy kis ajándékot, például üdvözlőlapcsomagot mellékelnek kampányfelhívásaikhoz, így ugyanis több embert tudnak adakozásra bírni. Az amerikai mozgássérült veteránokat támogató jótékonysági szervezethez csaknem duplaannyi adomány érkezett, amikor a hozzájárulásra buzdító levelek mellé személyre szóló postai címke-készletet tettek.

Ez nem jelenti azt, hogy ha adunk másoknak, akkor garantáltan megtérül a befektetés, különösen akkor nem, ha az ajánlat mögött egyértelműen hátsó szándék húzódik. Ha az utcán egy idegen pénzt kínálna, nem valószínű, hogy elfogadjánk. Valószínűbb, hogy átverésre gyanakodnánk, és feltehetően igazunk is lenne.

Akkor azonban, ha megfontoltan és személyre szabottan adunk, nem lehet kétségünk afelől, hogy megtapasztaljuk a kölcsönösség törvényének működését. Rohanó, egyre személytelenebbé váló világunkban csodákat tehet, ha valami személyre szól. Randy Garner pszichológus azt tapasztalta, hogy kétszer annyi ember töltötte ki a kérdőíveit, ha kézzel írott, névre szóló üzenettel látta el őket. Oka van annak is, hogy szinte kivétel nélkül felbontjuk a kézírással címzett leveleket: kitűnnek a

postaládánkban landolt levelek közül, mert valaki időt és energiát nem kímélve személyre szólóvá tette őket, arra ösztönözve, hogy mi is vegyük a fáradságot, és válaszoljunk.

Megfigyelhetjük, hogy rendszerint azok a legmeggyőzőbb emberek a munkahelyen, a baráti körben és a különböző társadalmi csoportokban, akik elsőként kínálnak segítséget és támogatást, nyilvánvalóan feltétel nélkül és személyre szabottan.

A hatásgyakorlás mesterei nem azok, akik azt kérdezik, „Ki segíthet nekem?“, hanem azok, akik úgy teszik fel a kérdést: „Kinek segíthetek én?“.

*

*Ha el szeretnénk érni valakinél valamit,
először gondoljuk át, miben tudnánk a hasznára lenni!*

*

*Gondolkodjunk el azon, hogyan tudnánk kéréseinket
személyre szabottabbá tenni!*

*Küldhetnénk-e esetleg kézzel írott leveleket,
vagy e-mailezés helyett felhívhatnánk-e valakit?*

*

*Ahelyett, hogy „Ki segíthetne nekem?“, kérdezzük
azt magunktól: „Kinek segíthetnék?“*