

NICK KOLENDA



NGHỆ THUẬT

Nguyễn Nguyễn Khôi dịch

Cách để “thao túng”
quyết định của người khác

HUYẾT PHỤC



Nhà xuất bản
Thanh Niên

NICK KOLENDA



NGHỆ THUẬT

Nguyễn Nguyên Khôi dịch

Cách để “thao túng”
quyết định của người khác

THUYẾT PHỤC

  Nhà xuất bản
Thanh Niên

NGHỆ THUẬT THUYẾT PHỤC

Cách để thao túng quyết định của người khác

Nick Kolenda

Nguyễn Nguyễn Khôi *dịch*

-----*-----

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

64 Bà Triệu, Quận Hoàn Kiếm, Tp. Hà Nội

Tel : (024) 6263 1706; Fax: (024) 3943 6024

Website: nxbthanhvien.vn

Email: info@nxbthanhvien.vn

Chi nhánh: 145 Pasteur, Phường 6, Quận 3, Tp. Hồ Chí Minh

Tel : (028) 3910 6962 - (028) 3910 6963

Chịu trách nhiệm xuất bản

Giám đốc - Tổng Biên tập

Lê Thanh Hà

Biên tập : Nguyễn Thị Hảo

Sửa bản in: Lê Hạnh Nguyễn

Trình bày: Lê Tuấn Anh

Vẽ bìa: Reiko Miori

Liên kết xuất bản **Công ty CP Sách Bách Việt**

Trụ sở chính:

Địa chỉ: Số 9, ngõ 55/9 Huỳnh Thúc Kháng, P. Láng Hạ,
Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội

Tel : (024) 3776 5580 - Fax: (024) 3776 5579

Chi nhánh tại Thành phố Hồ Chí Minh:

Địa chỉ: 233 Nguyễn Thượng Hiền, P.6, Q. Bình Thạnh,
Tp. HCM

Tel/Fax: (028) 3517 1788

Website: <http://www.bachvietbooks.com.vn>

<http://www.facebook.com/bachvietbooks.com.vn>

In 3.000 cuốn, khổ 14,5x20,5 cm tại Công ty TNHH In
Thanh Bình.

Địa chỉ: Số 432 đường K2, P. Cầu Diễn, Q. Nam Từ Liêm,
Hà Nội.

Số xác nhận đăng ký xuất bản: 5370-2019/CXBIPH/1-
143/TN

Quyết định xuất bản số: 1487/QĐ-NXBTN cấp ngày
26/12/2019

Mã ISBN: 978-604-978-517-7

In xong và nộp lưu chiểu năm 2020.

Mục lục

Lời cảm ơn

Lời tựa

Giới thiệu

Chương 1: Định hướng tư duy của mục tiêu

Chương 2: “Thả neo” nhận thức của đối tượng

Chương 3: Xác định mức kì vọng cao

Chương 4: Kiểm soát ngôn ngữ cơ thể

Chương 5: Tạo sự nhất quán trong hành vi của mục tiêu

Chương 6: Nhấn mạnh vào các quy chuẩn xã hội

Chương 7: Bộc lộ điểm tương đồng

Chương 8: Sử dụng chiến thuật mưa dầm thấm lâu

Chương 9: Xoá nhoà ảnh hưởng của các thông điệp tiêu cực

Chương 10: Thay đổi phương thức đánh giá mục tiêu

Chương 11: Thay đổi cách trình bày thông điệp của bạn

Chương 12: Khích lệ mục tiêu một cách thích hợp

Chương 13: Tạo động lực bằng các giới hạn

Chương 14: Tạo những mối liên kết có lợi

Tổng kết

LỜI CẢM ƠN

Những nhà nghiên cứu đôi khi khá thiếu may mắn. Rất nhiều người trong số họ đã phải làm việc đến trầy da tróc vảy để mở rộng kho tàng kiến thức của chúng ta về hành vi con người, vậy nhưng phần lớn họ vẫn vô danh và không được người đời biết đến.

Mặc dù họ phải chịu áp lực rất lớn của việc “xuất bản hay là chết”, tuy nhiên mọi thứ không chỉ dừng lại ở đó. Đè nặng trên vai các nhà nghiên cứu còn là một thứ áp lực khác, đó là phải làm sao để những công trình nghiên cứu của họ được đăng tải trên những tạp chí hàng đầu về học thuật (Kiểu tạp chí mà bạn sẽ khó tìm thấy được trong nhà của bất cứ gia đình bình thường nào). Trên thực tế, những nhà nghiên cứu xuất bản các công trình của mình dưới dạng sách dành cho độc giả phổ thông đôi khi còn bị coi là những “kẻ phản bội”; vì vậy, dường như số phận của rất nhiều nhà nghiên cứu đã được ấn định là phải sống ngoài tầm mắt của công chúng bởi những sự éo le này.

Do đó, tôi muốn được gửi lời cảm ơn tới tất cả những nhà nghiên cứu đang chung tay góp sức mở rộng vốn hiểu biết của chúng ta về hành vi con người. Đặc biệt, tôi muốn gửi lời cảm ơn tới những nhà nghiên cứu với những công trình giúp khơi dậy trong tôi hứng thú về chủ đề này: Robert Cialdini, Daniel Kahneman, Dan Ariely, John Bargh, Gavan Fitzsimons, Richard Petty, John Cacioppo, Leon Festinger, Ap Dijksterhuis, và rất nhiều người khác nữa. Những công trình nghiên cứu của các ngài thực sự mang tính cách mạng, và các ngài xứng đáng được nhận sự công nhận và tôn vinh.

LỜI TỰA

Hãy để tôi thử đoán nhé. Bạn đã bỏ qua phần *Lời cảm ơn* để lật ngay sang phần *Lời tựa* này, đúng không? Hầu hết mọi người đều làm như vậy. Nếu bạn *thuộc về* số đông đó, thì hãy giở lại trang sách và đọc phần *Lời cảm ơn*, rồi hãy quay trở lại đây.

Bạn đã trở lại rồi đây à? Tuyệt. Tên tôi là Nick Kolenda, và tôi đã làm công việc của một nhà ngoại cảm chuyên nghiệp được 10 năm rồi. Tôi có năng lực siêu nhiên không? Tất nhiên là không rồi. Tôi chỉ khá giỏi trong việc đọc vị người khác và tạo ảnh hưởng đến suy nghĩ của họ mà thôi.

Dưới tư cách là một nhà ngoại cảm, tôi đã xây dựng màn biểu diễn của mình hoàn toàn dựa trên khái niệm về ảnh hưởng tâm lý, và trong suốt 10 năm làm công việc này, tôi đã phát triển được một hệ thống độc đáo để ảnh hưởng một cách phi nhận thức đến tâm trí của con người. Vậy chuyện này thì có liên quan gì đến việc “đọc suy nghĩ”? Bởi vì những người đó không nhận thức được rằng tôi đã tạo ảnh hưởng lên tâm trí họ, vì vậy, tôi có thể để lộ ra những ý niệm mà tôi đã cài cắm vào trong đầu họ và, khi cần thiết, “đọc được suy nghĩ của họ”. Tôi đã giữ bí mật phương pháp này của mình suốt bấy lâu nay, nhưng giờ đây cuốn sách này sẽ giải thích tất cả (và cả những lý thuyết tâm lý học đứng đằng sau khả năng đó nữa).

Tuy nhiên, nội dung của cuốn sách này vượt xa kiểu một ứng dụng đọc suy nghĩ người khác rất nhiều. ***Nghệ thuật thuyết phục*** sẽ không chỉ dạy cho bạn cách thức để ảnh hưởng tâm trí của

người khác, mà còn dạy bạn cách sử dụng các biện pháp tâm lý để thao túng hành vi của họ. Ngoài nghiệp vụ độc nhất vô nhị là một nhà ngoại cảm, tôi còn có nền tảng học vấn trong lĩnh vực thuyết phục, đó là bằng tốt nghiệp đại học ngành quảng cáo – tiếp thị và tâm lý học. Khi còn trong trường đại học, tôi bị ám ảnh với những yếu tố tâm lý định hướng hành vi của con người. Trong khi đại đa số những người khác đều không thể kiên nhẫn đọc hết được một bài luận học thuật, tôi đã tìm đọc đến hàng trăm – nếu không muốn nói là hàng ngàn – các bài luận học thuật trên các tạp chí, cố gắng để xác định được các nguyên lý đã được chứng minh là sẽ định hướng các hành vi của loài người chúng ta.

Trong suốt hành trình tìm kiếm của mình, tôi đã khám phá ra được một vài yếu tố tâm lý có thể tạo ra những ảnh hưởng cực kỳ mạnh mẽ lên hành vi của chúng ta. Những yếu tố này có mặt ở khắp mọi nơi, và đã ăn quá sâu vào trong chúng ta đến nỗi chúng định hướng hành vi của chúng ta gần như mỗi ngày, theo cái cách mà chúng ta thậm chí còn không nhận thức được. Quan trọng hơn nữa, nếu bạn biết được cách để thay đổi những yếu tố này, bạn sẽ có thể lợi dụng chúng để định hướng hành vi của người khác.

Chính cuốn sách này sẽ dạy cho bạn về các nguyên lý đó, và còn hơn thế nữa.

Xin gửi đến các bạn những lời chúc tốt đẹp nhất,

Nick Kolenda

Tháng 10, năm 2013

GIỚI THIỆU

Nhân loại giống như những con rối. Chúng ta đều bị gắn vào mình vô vàn những sợi dây vô hình mà chỉ cần kéo chúng theo một hướng nhất định, chúng sẽ định hướng hành vi của chúng ta mà bản thân chúng ta thậm chí còn không nhận thức được. Nếu bạn biết cách điều khiển những sợi dây này, bạn sẽ biết cách kiểm soát hành vi. Cuốn sách này sẽ dạy cho bạn cách thức để làm điều đó. *Cuốn sách sẽ dạy bạn cách để trở thành một nghệ nhân điều khiển rối thành công (và có đạo đức) trong thế giới tràn ngập những con rối người này.*

Bởi vì tiểu sử khác thường của tôi vừa là một nhà ngoại cảm vừa là một nhà nghiên cứu tâm lý học, nên nội dung của cuốn sách mà bạn đang cầm trên tay cũng khá độc đáo. Tuy nhiên, cuốn sách này có một điểm khác biệt rõ nhất để phân biệt nó với tất cả những cuốn sách khác cùng nói về đề tài này.

Hầu hết các cuốn sách nói về nghệ thuật thuyết phục người khác đều chỉ đơn giản là liệt kê ra hàng tá những chiến thuật mà bạn có thể sử dụng mỗi khi bị từ chối. Còn những phương pháp thuyết phục trong cuốn sách này đã được sắp xếp một cách chiến lược hóa thành một quy trình gồm 7 bước có thứ tự nghiêm ngặt. Nếu bạn cần thuyết phục một người để hoàn thành một nhiệm vụ cụ thể nào đó, bạn có thể làm theo đúng các bước được mô tả trong cuốn sách này để đạt được mục đích của mình. Mặc dù bạn vẫn luôn có thể chọn cho mình một chiến thuật thuyết phục để áp dụng, nhưng hướng dẫn từng bước hành động này vẫn sẽ luôn hữu dụng trong việc chỉ dẫn bạn đi đúng hướng.

Tiện lợi hơn nữa, nó được sắp xếp đúng theo thứ tự những chữ cái trong từ METHODS (các phương pháp). Các bước tổng quát trong METHODS bao gồm:

Bước 1: Tái định hình nhận thức của mục tiêu (Mold their perception)

Bước 2: Kích hoạt thái độ/quan điểm tương thích (Elicit congruent attitudes)

Bước 3: Kích thích áp lực xã hội (Trigger Social Pressure)

Bước 4: Khiến mục tiêu làm quen với thông điệp của bạn (Habituate your message)

Bước 5: Tối ưu hóa thông điệp của bạn (Optimize your message)

Bước 6: Tạo động lực cho mục tiêu (Drive their momentum)

Bước 7: Duy trì sự đồng thuận của mục tiêu (Sustain their compliance)

Những bước trên trông có vẻ chỉ là một danh sách những việc rất đơn giản, nhưng bạn sẽ phải kinh ngạc khi biết được lượng tài liệu về tâm lý học mà tôi đã phải sử dụng để tạo ra được nó đây.

Một trong những mục tiêu của tôi khi viết cuốn sách này là để nó có thể trở thành một trong những cuốn sách được đánh dấu ghi chú nhiều nhất trên giá sách của bạn. Bạn sẽ không tìm thấy những lời giải thích dài dòng, những câu chuyện ngoài lề chẳng liên quan, hay bất kỳ câu đùa nhạt nhẽo và không mang bất cứ ý nghĩa nào, bởi vì tôi đã cố gắng để khiến mọi sự diễn giải đều trực tiếp và thẳng thắn nhất có thể (trong khi đó, tôi cũng sẽ cố gắng để khiến cuốn sách vẫn hấp dẫn và lôi cuốn người đọc).