

**глава**

# 5

## **Магия памяти**

Как вспоминать, а также  
простые подсказки,  
улучшающие память



Жизнь – это воспоминание,  
Единственное исключение – настоящее,  
Которое проходит так быстро,  
Что мы с трудом за ним поспеваем.

*Теннесси Уильямс*

Наряду с очевидным стремлением овладеть искусством убеждения, большинство людей хотели бы еще иметь и хорошую память. В списке заветных желаний память всегда стоит на одном из первых мест. Жизнь – это всегда воспоминания. Хорошая память – эффективный инструмент, помогающий человеку выглядеть убедительно в отношениях с людьми. Очень легко представить, как хорошая память могла бы облегчить нашу повседневную жизнь на работе, в семье и в отношениях с друзьями. Интересно, как вы себя чувствуете, когда никак не можете что-то вспомнить?

Плохая память угрожает всему в нашей жизни: личным взаимоотношениям, бизнес-контактам, доходам, здоровью – список можно продолжать до бесконечности.

«Моя жена была просто как баллистическая ракета... Что же она сказала мне на прошлой неделе?...»

«Возможно, сейчас мы потеряем клиента – я должен был об этом помнить...»

«Меня действительно сбили с толку.., у меня совсем выскочило из головы, что в последний раз, когда мы там обедали, платила она...»

«Во время интервью я был очень напряжен, поэтому не смог вспомнить, что...»

«Я все время называл его Кеном – именно так мне его, кажется, представили. Я не мог вспомнить, что его зовут Метью, это точно...»

«Да, на ежегодной Рождественской вечеринке я узнал в лицо всех людей, с которыми мы ведем дела, но понятия не

имел, как их зовут. Мне кажется, я, как исполнительный директор, должен был бы уточнить... Вы не думаете, что они были оскорблены, я имею в виду... эх!»

Вам это ничего не напоминает? Вот именно!

## «Ах да! Я хорошо это помню...»

Итак, мы действительно думаем, что все хорошо помним, как поется в песне:

– Мы договорились в девять,  
– Нет, мы встречались в восемь,  
– Я была вовремя,  
– Нет, ты опоздала,  
– Ах да! Я хорошо это помню...

*Помнишь, как мы шли домой?  
Пешком по улицам,  
Ты потеряла перчатку,  
Я потеряла свой гребень,  
Ах да! Я хорошо это помню...*

*Звезды сияли на небе,  
Шел дождь,  
Те русские песни  
Из солнечной Испании,  
Ах да! Я хорошо это помню!*

Но горькая правда состоит в том, что большинство людей обращают мало внимания на развитие своего умения запоминать и очень многое просто не могут точно вспомнить.

Большая часть из того, что мы говорим, основывается на сделанном нами или кем-то еще. Поэтому, если вы вспоминаете о чем-то ценном из своего собственного опыта

или мудрые слова других, это вселяет надежду. По крайней мере, это несколько лучше, чем у среднестатистического человека. В этом случае вы просто обязаны преуспеть. Когда людей спрашивают о качествах, которыми им хотелось бы обладать, можно с абсолютной уверенностью сказать, что хорошая память будет названа ими одной из первых.

Дело в том, что достаточно много людей имеют *среднюю* способность запоминать и очень много других, которые делают это просто *плохо*. Если вы сможете вырваться из этого болота, то у вас будет очень сильная позиция по отношению к остальным. В бизнесе и личной жизни уверенность, которую нам придает возможность все вспомнить, просто бесценна. Самое главное, что все в наших руках, – у нас есть все, чтобы улучшить свою память и, соответственно, собственную жизнь.

Психологи, изучающие мышление, сравнивают человеческий мозг с компьютером, а память – с системой обработки информации. В сегодняшнем мире информационных технологий данная аналогия предоставляет весьма полезную возможность обнаружить, какая «неполадка» происходит в системе. Персональный компьютер принимает входящие сигналы с клавиатуры: он обращает символы в цифровой код; информация сохраняется на диске, а потом извлекается оттуда путем отображения на экране компьютера или в виде распечатки. Если в системе неполадка или не хватает памяти на диске, или вы удалили файл, то обнаруживается, что информация «забыта», так как вы не имеете к ней доступа.

Исследователи памяти предприняли попытку взглянуть с этой точки зрения на то, как любая полученная нами информация мысленно обрабатывается нашей системой обработки информации. В данном контексте возбуждающее воздействие, которое регистрируется в нашей сенсорной системе, запомнится, если оно: а) привлекает внимание, делая его осознанным, б) кодируется в мозге и сохраняется и в) извлекается для использования на некоей последующей стадии.

Более того, чтобы оптимизировать нашу способность запоминать, нам необходимо задействовать оба полушария мозга; логическую и креативную стороны. Как вы увидите позже, это подразумевает использование **ассоциаций** и **мнемоники**.

Можно выделить три типа памяти – сенсорную, кратковременную и долговременную.

### **Сенсорная память**

Относится к вещам, которые хранятся в течение короткого отрезка времени, колеблясь в диапазоне от долей секунд до, пожалуй, трех. Эту память чрезвычайно сложно отличить от ощущения. Например, образ быстро промелькнувшей перед глазами картины или мимолетный, только что услышанный звук. Ощущения, которые не привлекли внимания, просто исчезают, поскольку никакого анализа информации не проводится; те ощущения, которые оказались «отмечены», передаются в следующую память – кратковременную.

### **Кратковременная память**

Это очень интересная особенность познавательной способности памяти. Ключевым здесь является *внимание*. Кратковременная память имеет ограниченные по времени и по объему средства хранения; другими словами, она может хранить ограниченное количество информации непродолжительное время.

Исследования, проведенные с целью определить количество позиций, которые человек способен хранить в своей памяти, при этом правильно их вспоминая, показали цифру семь (плюс – минус два). Не имеет значения, что они собой представляют – номера, имена, тексты писем. Кратковременная память имеет свои ограничения, и это вполне обоснованно.

Вернемся к модели компьютера и системе обработки информации. В памяти происходит практически то же самое, что и в компьютере, – удаление старых и не востребо-

ванных файлов с вашего диска. Вы можете представить, что вам не удалось бы стереть невостребованные позиции из собственной кратковременной памяти? Ваш мозг хранит бы тогда такие бесполезные мелочи, как номера лотерейного билета трехнедельной давности, ненужные номера телефонов, каждое ощущение, которое вы когда-либо испытывали.

Вспоминание обычно опирается на повторение, или репетицию, в противном случае информация может исчезнуть настолько же быстро, насколько быстро была внесена в ваше сознание. Например, вы можете услышать номер телефона по радио, броситься к аппарату (разумеется, поблизости не оказывается ручки), но, набрав только пятую цифру, вам приходится вешать трубку – окончание номера вылетело у вас из головы. Или вы на вечеринке болтаете с новой знакомой, которую узнали всего 20 минут назад. К вам присоединяется ваш партнер, вы представляете его новой знакомой, но уже не можете вспомнить ее имя.

Метод повторения (или «репетиционная поддержка», как называли его исследователи памяти), то есть повторение информации шепотом (или вслух, если позволяют обстоятельства), помог бы в обоих случаях. Повторение используется для хранения информации в кратковременной памяти бесконечно.

## **Долговременная память**

Вы можете повторять информацию из своей кратковременной памяти до тех пор, пока в итоге она не перейдет в разряд долговременной памяти. Эта память содержит информацию, о которой думают более значащим и более глубоким способом и которая ассоциируется с другими знаниями, уже там хранящимися («тщательная репетиция»). В отличие от кратковременной памяти, долговременная память не имеет известных ограничений. Информация, хранящаяся здесь, не теряется, даже если она не извлекается или не повторяется. Она может быть извлечена по мере необходимости.

Важным аспектом тщательного повторения в долговременной памяти является присоединение новой информации к себе, другими словами, использование себя как помощника памяти. *Вы устанавливаете связь информации с тем, что вам уже известно, – тем самым формируя ассоциации.* Вы конкретизируете новую информацию путем вспоминания той информации, которую уже храните в своей долговременной памяти.

Если мы обрабатываем любую новую информацию как релевантную для нашего собственного опыта, то рассматриваем ее более углубленно, и наша способность вспоминать значительно улучшается. Если вы повстречали кого-то на вечеринке, чья дата рождения совпадает с вашей – месяц, число или год, – вы, конечно же, с большей вероятностью запомните и его самого, и его имя, чем кого-то другого, кого вы, возможно, нашли не менее интересным. Если потенциальный клиент учился в том же университете, что и вы, это хороший шанс – вы можете вспомнить это, даже если вы ни разу не виделись на протяжении нескольких лет, а позже просто случайно с ним столкнулись. Правда, вы, возможно, запомнили его лицо – в долговременной памяти определенные типы данных, такие, как лица людей, кодируются без каких-либо сознательных усилий, но вы также можете знать его имя, где вы встречались и какое учебное заведение он окончил (если у других людей память средняя или плохая, они будут изумлены, что вы запомнили, в каком университете они учились, но как вы сделали это – ваш секрет!).

## Кодирование

Информация хранится в двух видах, или «кодах». Они имеют большое значение для улучшения нашей памяти. Прежде всего, это *семантическое кодирование*. Любое вербальное общение обрабатывается в единицах значения общения в целом, а не в конкретных словах, из которых состоит данное сообщение. Например.



**Джон** (*своей коллеге Дженни*). Итак, мне пришлось сказать миссис Хьюз, что если мы не заставим почтовую службу ускорить доставку корреспонденции к личным ящикам, ей придется нанять кого-то, кто будет приходить в 7 утра и делать предварительную сортировку, чтобы ускорить работу тех, кто появляется в 8 вечера.

**Дженни** (*пересказывая позднее разговор с Джоном*). Джон собирается вызывать кого-то в семь, если ситуация не изменится к лучшему. Он согласовал это с начальником.

**Салли**. Послушай, пап. Если у меня не будет мобильного телефона, тогда, если поезд опоздает или сломается, мне будет сложно сообщить тебе, когда меня нужно встречать на станции. Эти телефонные будки вечно не работают... Мама Сюзан подарила свой мобильный им с Алисой еще в прошлом месяце.

**Папа** (*разговаривая с женой в тот же вечер*). Да, она сказала, это нужно, если поезд задержится или что-то еще, чтобы поставить нас в известность. Ее подружка Сюзан и ее сестра получили телефон в качестве подарка на Рождество или не знаю на что там. Не думаю, что нам удастся отвертеться.

Итак, это *семантическая* конструкция, которая хранится с четкой дозировкой чтения между строчками так, чтобы мы вспомнили не только то, что думали, что слышали, но также и то, что подразумевалось в части сообщения. Во втором примере отец говорит, что подружка его дочери получила мобильный телефон на Рождество; на самом деле она только упомянула слово «подарок».

Большинство вербальной информации сохраняется в долговременной памяти семантическим методом. Входящие визуальные сигналы и многие другие единицы информации с большей вероятностью сохраняются как визуальные образы. Использование образов для запоминания, как постоянно подтверждают исследования, наиболее эффективно. Формирование образов и связывание их интер-

активным способом с чем-нибудь еще, что необходимо запомнить, – общепринятый прием.

Ключевой момент – сделать это *запоминаемым*. Допустим, вам надо было не забыть: а) отправить письмо по почте, б) забрать вещи из химчистки по дороге в автосервис, в) узнать, отремонтирована ли машина и г) спросить у механика про зонтик, который вы там забыли, умчавшись из автосервиса несколькими днями ранее. Вы можете сформировать мысленный образ, охватывающий сразу все четыре намерения, то есть сформировать один интерактивный, имеющий отношение ко всем четырем действиям. И, конечно, все это в вашем воображении может быть сколь угодно причудливым.

Вашим первым образом может быть почтовый ящик (а); затем образ деловой встречи, куда вы пришли в только что вычищенном костюме, все еще упакованном в пластиковый пакет (б); после этого – ваша машина в автосервисе (в) и ваш зонтик, висящий на руле в качестве противоугонного устройства (г). Все эти образы могли бы соединиться в вашем представлении в картинку: вы сидите на водительском месте в своей машине, одеты в костюм в пластиковой упаковке из химчистки, перед вами руль, заблокированный вашим зонтиком, а на крыше гордо восседает почтовый ящик. Теперь это всего один образ. Прорепетируйте это мысленно несколько раз (только никому не говорите об этом!); после того как этот образ поможет вам все сделать и ничего не забыть, выбросьте его за борт своей памяти. Миссия закончена.

Как теперь становится понятно, в повседневной жизни большинство проблем с памятью связаны с тем, что происходит на стадии кодирования информации. Кодирование означает реальное помещение информации в память. Психологи все время доказывают, что благодаря именно частым повторениям (репетициям), улучшается процесс извлечения информации.

Некоторая информация кодируется и хранится в памяти без особых усилий и пристального внимания с нашей стороны. Как известно, это бессознательная обработка ин-

формации. Но, как мы уже отметили, значительное количество материала не может кодироваться успешно, если на это не обратить **внимания**.

То, как мы кодируем информацию, непосредственно влияет на наши шансы ее *запомнить*. Предоставление информации кому-то еще, кто в ней заинтересован, снижает вероятность того, что мы ее забудем.

## Всегда помните имена

Вы говорили это себе тысячи раз: я помню лица, но не могу запомнить имена. Запоминание имен представляется наибольшей проблемой для большинства людей, особенно в деловой жизни. И это при том, что имя – наиважнейшая часть информации, которую нам необходимо знать о человеке. Если вы забываете чье-то имя, то тем самым стреляете наповал в эго собеседника, то есть прямо в яблочко. Хотя это может быть и не столь очевидно, но вы сразу же теряете несколько очков. Ваша бестактность может быть только подсознательно отмечена другим человеком, но это также весьма существенно.

В большинстве случаев вы не просто забыли имя. Вы, скорее всего, вообще не уловили его, ибо мало того, что вы его не расслышали, так еще и не сделали ничего, чтобы исправить ситуацию. Это может быть следствием:

- довольно интересной проблемы – у вас не было достаточной заинтересованности в том, чтобы уловить имя человека полностью и «сохранить» его;
- вы были рассеянны во время знакомства, поскольку ваши мысли блуждали где-то в другом месте.

Какой бы ни была причина, это очень плохо. Запоминание имен – столь мощный социальный навык, или инструмент убеждения, что вам не остается ничего иного, как предпринять максимум усилий для исправления ситуации. Не-

трудно заметить: как только вы называете кого-то по имени, получаете гораздо больше внимания; это человеческая природа. Какие бы случайно возникшие мысли не блуждали у нас в голове, при упоминании нашего имени наше ухо всегда его расслышит.

Обратите внимание, что в магазинах, банках, ресторанах к клиентам стали обращаться по имени. Произошло это благодаря широкому распространению кредитных карт, чеков и доверенностей. Таким образом они хотят подчеркнуть особое личное отношение к тем, кого обслуживают.

В гостиницах и при регистрации в аэропортах эта практика уже давно стала обыденным явлением:

«Надеюсь, вам понравилась еда, мисс...».

«Желаю приятного полета, мистер...».

«Если возникнут проблемы с тостером, мисс..., пожалуйста, верните его нам обратно».

«Надеюсь, этот номер подойдет вам, мисс... Просто позвоните нам, если захотите его поменять» .

«Как бы вы хотели получить свои деньги, мистер...?».

В основе успеха здесь – элементарное обращение к тщеславию. Это – ласкание эго, которое творит чудеса. Это очень простой жест, но он может дать потрясающий эффект – люди любят, когда в них признают личности. Они всегда вернуться туда, где персонал знает об этом.

Благоразумные люди в любом деле обращают особое внимание на сохранение имен в памяти. Нет лучшего способа положить начало знакомству с человеком, чем постараться запомнить его имя. Вы когда-нибудь замечали, какие чудеса творит такой подход в любовных отношениях? Или когда вы возвращаете какой-то товар с дефектом в магазин и помните имя человека, который вас обслуживал? (Ну, хорошо, вы прочли его на чеке). Или когда вы находитесь на деловой встрече с несколькими партнерами и можете вспомнить имена самых «второстепенных» участников? (Ну, ладно, они тоже могут оказаться влия-

тельными – вы об этом знаете). Только от того, удалось ли вовремя вспомнить чье-то имя, может зависеть бизнес, исход дискуссии, успех переговоров.

Вы можете совершенствовать свою память точно так же, как улучшаете свою физическую форму, посещая спортзал. Это всем доступно. Станьте своим собственным персональным тренером. Забота о «физическом» состоянии разума с помощью ментального «бега трусцой» может помочь в развитии более эффективной памяти на имена.

## Интерес льстит

Если вы вспоминаете какую-то подробность из жизни собеседника, то он чувствует себя польщенным, потому что вы обращаетесь к его эго.

«Вы собирались на „Отверженных” в прошлый раз, когда я вас видел. И как, вам понравилось?»

«Когда мы разговаривали в марте, вы только что подписали контракт на новый дом. Вы уже переехали?»

«У вас были проблемы с подрядчиками в прошлый раз, когда мы встречались. Все уладилось?»

Для того чтобы отвести место для ценной информации и сохранить ее в своей памяти, как мы уже говорили ранее в этой главе, необходимо реорганизовать ее. Вы должны перевести бесполезную информацию в собственную «мусорную корзину». Есть люди, которые могут назвать всех победителей Уимблдона, начиная с 1972 года, но при этом не помнят номера собственной машины. Они могут цитировать последние десять минут «Унесенных ветром», но не в состоянии воспроизвести в памяти собственный банковский ПИН-код. Необходима корректировка.

Помните, что главное здесь – сознательное намерение заинтересоваться. Одному человеку может не хватить зна-

ний о другом вследствие того, что не было предпринято никакого усилия пробудить в себе интерес. Даже большая дружба, соперничество или понимание могут, к сожалению, быть односторонними.

Некоторые люди оказываются настолько поверхностными в своих отношениях с другими, что беседа часто сводится к чему-то подобному.

– Как дела-то, Марк?

– Ну, бизнес идет неважно. И меня обокрали на прошлой неделе...

– Хорошо, хорошо... я хотел попросить тебя, если ты можешь...

Способны ли вы помнить какие-то вещи, если не программируете свой мозг на регистрацию того, о чем говорит другой человек? Если вы чего-то хотите от другого: дружбы, работы, помощи, денег, симпатии, то потрудитесь проявить достаточную заинтересованность и запомнить что-то конкретное, связанное именно с ним. Это позволит вам установить продуктивные двусторонние отношения.

Простейший путь улучшить память – сделать это при помощи ассоциаций. Вы можете столкнуться с людьми, с которыми у вас есть что-то общее; это должно помочь вам вспомнить какие-то подробности. Это может быть что угодно: возраст, место рождения, любовь к спорту, автомобиль, отпуск, имя и целый ряд других вещей.

Это общее, что у вас есть, может помочь вам эффективнее инициировать ассоциации памяти. А так как память другого человека не слишком хорошая, он вполне может забыть, что говорил вам когда-то о своей новой машине, отпуске, недавней аварии и так далее. В результате, когда вы спрашиваете: «Как ездит ваша новая „Феррари“?» или: «Играли в теннис в последнее время?», или: «Ну, как вам Сардиния?», или: «Вашему мужу лучше?», он, скорее всего, удивится и поразится: «А как вы узнали о том, что...?».

## Создание ассоциаций

Если вам покажут 150 фотографий знаменитостей из шоу-бизнеса или политической жизни, вероятнее всего, вы сможете назвать более 130 имен. И это притом, что вы, возможно, никогда не встречались ни с одним из этих людей.

Однако вы узнаете их лица и помните их имена. Причина этого заключается в том, что вы заинтересованы в сохранении этих имен и используемых (подсознательно) ассоциаций, необходимых вам, чтобы запомнить имя. Если вам покажут фотографию Элизабет Тейлор в роли Клеопатры, то, вполне возможно, что именно этот образ помог вам запомнить имя актрисы (а возможно, и наоборот). Все мы гораздо более искусны в узнавании, нежели в воспоминании, что и объясняет, почему достаточно часто мы запоминаем лицо, но не имя. Секрет запоминания имен зависит от индивидуальности. Опять возвращаемся к нашему воображению. Некоторые имена мы запоминаем без всяких трудностей.

- Имена людей, которые важны в нашей повседневной жизни. Вы, естественно, помните имена собственных родственников, друзей, коллег по работе, бизнес-клиентов, своего врача, банковского менеджера и т. д.
- Имена людей, которые оказали большое влияние на вашу жизнь. Например, ваш старый директор школы, человек, который интервьюировал вас на вашем первом месте работы, тот, кто дал вам лотерейный билет, выигравший 1,4 миллиона фунтов стерлингов, инструктор по вождению, который позволил вам торжественно отправить на помойку знак «У» с автомобиля, когда вы сдали на права.

Но как быть с людьми, с которыми мы встречаемся (неофициально или, возможно, во время деловых встреч), и чьи имена нам хотелось бы обязательно запомнить? Точ-

но такая же проблема, даже еще более насущная, возникает в серьезной деловой обстановке.

Множество имен, по крайней мере фамилий, могут что-то означать для нас. Мы можем представить их в виде какого-то образа или же превратить в словесные изображения. Такие фамилии, как Столяров, Долгополов и Рукавишников, – довольно легкие. С фамилиями Кривошеев, Королев или Медников ассоциации также формируются без видимых проблем.

А сейчас мы обязаны прояснить одну вещь: ваше воображение принадлежит вам. Некоторые люди испытывают едва ли не чувство вины по поводу выдумывания якобы совершенно глупых ассоциаций. Я могу понять их беспокойство. То, что делается в вашей голове, – ваше личное дело. Однако если вы разрабатываете «идиотские» методы запоминания имен, и это помогает вам в жизни, тогда – вперед!

Давайте рассмотрим вышеприведенные примеры: Столяров – вы можете представить себе образ человека с рубанком в руках за верстаком. Долгополов – возможно, человек, носящий очень длинную одежду. Скороходов – можно представить мальчика-с-пальчика в сапогах-скороходах. Рукавишников – человек в каких-нибудь специальных рукавицах для работы. Кривошеев – здесь ассоциации вполне понятны. Королев – можно представить человека с короной на голове. Медников – человек с рыжими волосами. Возможности на этой ниве бескрайни и ограничены только вашей фантазией.

Если визуальные картинки не смогут возбудить вашу память, то ничто уже не поможет. Изобразите обладателей фамилий в таком виде и зарегистрируйте в своем сознании. Затем, когда вы посмотрите на этих людей, это будет аккомпанементом вашему тонко настроенному воображению.

Когда мы хотим что-нибудь запомнить, очень помогает, если этот предмет порождает характерные образы. (Нейропсихологи доказали, что память и воображение задействуют оба полушария головного мозга.)



Пока другие будут неистово пытаться вспомнить чье-то имя, вы это сделаете легко и просто. Оно действительно слетит с вашего языка. Но никто не узнает, как вы это делаете (и это хорошо!).

Теперь вы владеете потрясающим «ноу-хау». Это магия. Магия памяти.

## Знакомство

Как мы уже обсуждали раньше, зачастую речь не идет о том, что забывается имя. Скорее всего, оно изначально просто **не зарегистрировалось**. Это не более чем лень или отсутствие интереса. Или нервы. Нервы? Почему нервы?

Кажется, что когда мы встречаем людей в первый раз, то мгновенное потрясение в системе отключает нас от нашего обычного процесса слушания. Мы настолько сосредоточены на том, что надо сказать, как выглядеть, какое произвести впечатление, что просто не слышим имя, когда оно произносится. Речь не идет о том, что мы забыли имя через несколько секунд, **скорее всего, мы его просто не слышали**. Но другой человек не всегда знает об этом. И достаточно часто он не предоставит вам повода усомниться на свой счет. Особенно, если он услышал и хорошо запомнил ваше имя.

Если вы не уловили чье-то имя сразу (или его просто не назвали), тогда тех нескольких секунд, пока идет пожимание рук (если все происходит в деловой обстановке), вполне достаточно, чтобы попросить другого человека **повторить** свое имя. Все почему-то с большим нежеланием идут на это – из-за страха показаться невоспитанными или глупыми. Однако напротив, это как раз демонстрирует вашу учтивость. Наши имена – это наше особенное сокровище, они уникальны для нас. Имя играет большую роль в психологии личности. Следовательно, люди часто более отзывчивы к тем, кто зовет их по имени.

Двух человек представляет друг другу третий. Они обмениваются рукопожатием.

- Здравствуйте. Я Сью Мэдсен.
- Рад познакомиться. Джон Уоткинс.

Звучит все понятно, но один или оба из них вполне способны пропустить имя другого, поскольку в этот момент беспокоятся или заботятся о том, *что сказать потом*. Пока их представляли, их мозг одновременно с этим работал над следующим предложением. В данном случае проблема заключается не в памяти, это – проблема *слушания*.

Вспомните вечеринку, на которой вам недавно пришлось побывать. С самого начала – бутылка «Каберне-Совиньон» в руках, и вы стоите посреди комнаты, где полно народа. Вас представляют гостям. Одно за другим безостановочно произносятся имена: «Ричард, это Эйлин, Саймон, Шейла, Пол, Лайза, Эндрю, Рэйчел...».

ЗДРАВСТВУЙТЕ, Я...



Одновременно вы пытаетесь познакомиться со всеми другими аспектами места действия – обстановкой, людьми на заднем плане, музыкой, достаточно ли много вина стоит слева от вас и что-то еще, что привлекает ваш взгляд.

Эти деструкции в совокупности с вашим собственным самосознанием при встрече со всеми этими новыми людьми могут означать, что вы, скорее всего, сможете уловить только одно или два имени, когда как. Но даже тогда вы далеко не всегда назовете правильным именем именно того человека. Для людей, представленных вам, все не так плохо. Им нужно в это же время запомнить только одно имя – ваше. Они уже определили свою территорию, поэтому более спокойны и расслаблены. Все запоминается обычно гораздо легче, если вы спокойны и расслаблены.

Дело закончится тем, что вы, вероятно, будете тянуться к тем двоим, чьи имена вы, уж так случилось, уловили. На вашу удачу – как раз два самых скучных типа в мире – «прикольщики», которые либо сами себе вырезают аппендицит, либо составляют договоры по продаже недвижимости без помощи юриста.

## **Правило 1: удостоверьтесь, что вы слышали имя**

Вообразите, что вы приходите в офис клиента, мистера Гуда, на встречу с ним и еще тремя сотрудниками из его управления, включая их начальника, управляющего директора мистера Кинга.

Как только вы переступаете порог зала заседаний, ваш деловой партнер, мистер Гуд, знакомит вас со своими тремя коллегами: «Рад снова видеть вас. Я бы хотел представить вас мистру Кингу, нашему управляющему директору. Это Джейсон Моллет, из отдела рекламы, а это Аннета Бэрнс из отдела информационных технологий».

Вы абсолютно не слышали имя мистера Кинга. По мере того как вы нервно переключаете портфель из пра-

вой руки в левую, в готовности пожать ему руку, вы бормочете: «Ээ... рад познакомиться». Вам удалось уловить имена Темплэр и Бэрнс: «Рад познакомиться, мистер Моллет, мисс Бэрнс».

Вам указывают ваше место за столом, и дискуссия начинается. Мистер Гуд упоминал в предыдущий раз, что его начальник, мистер Кинг – единственный человек, обладающий властью дать «добро», то есть является лицом, принимающим решение. Ничего не может быть утверждено, сказал он, пока исполнительный директор не согласится с этим. При этом его начальник был, очевидно, разумным человеком, то есть вполне обычным, который хотел знать, что имеет дело с человеком честным и умеющим войти в положение другого, именно с тем, кому он мог бы доверять. Поэтому он захотел принять участие в этой встрече. Однако вы не можете вспомнить имя мистера Кинга и обращаетесь к мистеру Моллету и вашему изначальному партнеру – мистеру Гуду (ваша кратковременная память зарегистрировала имя мистера Моллета, так как вы живете на улице с таким же названием. Это, а также «повторение» и хорошие мысленные образы помогли не забыть его имя на протяжении всей встречи). Мистер Гуд, так уж случилось, – наименее влиятельный член группы, поскольку заинтересован в этом проекте. И тем не менее вы адресуете большинство вопросов именно ему. Почему? Да потому что вам известно его имя, и вы автоматически все время к нему поворачиваетесь.

Мистер Кинг и мисс Бэрнс не удостоены такого внимания. И это при том, что именно они обладают полномочиями принять предложение. Именно с ними вам надо было бы стараться изо всех сил установить предельный уровень взаимопонимания и сопереживания.

Подобное развитие событий можно встретить буквально каждый день на деловых и неофициальных встречах, и это, как вы понимаете, отнюдь не способствует эффективному общению. Но ведь так легко можно избежать подобных ситуаций и добиться хорошего результата!

Все очень просто. Очевидная фраза: «Простите, я не расслышал вашего имени», произнесенная в самом начале, была бы решением всех проблем. Но большинство людей не делают этого. Почему? Они, наверное, предполагают, что реакция другого человека будет следующей: «Или вы заучиваете мое имя с первого раза, или забываете его навсегда!». Как будто это непростительная бестактность. Как будто человек, осмелившийся попросить повторить еще раз имя, тут же попадает в категорию тупых, глупых или непрофессиональных, а то и во все сразу.

Никогда не стесняйтесь переспрашивать имя, если его не расслышали. У вас будет двойное преимущество:

- вы будете точно знать имя;
- человек, с которым вы встречаетесь, *почувствует себя более значимым*. Вы демонстрируете ему, что для вас знать и помнить его имя – дело чести.

## **Правило 2: если слышите имя, удостоверьтесь, что оно принадлежит именно этому человеку**

Если вы когда-нибудь путали имена людей во время деловой встречи или в гостях, то вряд ли захотите это повторить. Конфуз может быть так велик, что при малейших сомнениях лучше вообще не называть имен. Однако это существенно понизит вашу эффективность, если вы намереваетесь установить отношения с какой-то группой людей. Определенно, обратиться к человеку, назвав его другим именем, значительно хуже, чем вообще никак его не называть.

### **Мнемоника**

Предлагаем вам хороший совет, который поможет вам на встречах не путать имена людей. Для этого необходимо мысленно выстроить в линию первые буквы имен (соглас-



но занятым местам), чтобы получились (если повезет) слово или аббревиатура.

Эта форма *мнемоики* является полезным методом улучшения памяти. Вы наверняка знакомы с мнемоникой – в детстве учили, как запоминать цвета радуги: Красный, Оранжевый, Желтый, Зеленый, Голубой, Синий, Фиолетовый – КОЖЗГДФ – «Каждый Охотник Желает Знать Где Сидит Фазан».

Возьмите, например, инициалы людей на встрече, которую мы рассматривали выше: мистер К, мистер М и мисс Б. Допуская, что они сидят в таком же порядке, вы можете повторить про себя «КТБ, КТБ» несколько раз, чтобы удостовериться, что вы точно знаете, кто есть кто. Испробуйте в следующий раз, когда окажетесь в аналогичной ситуации, это нехитрое, но достаточно действенное средство.

Если вам повезет, вы сможете объединить инициалы сидящих за столом людей в запоминающуюся строчку или фразу. Проиллюстрируем ситуацию: сидят за столом – Кэтрин (К), Заг (З), потом Чарли (Ч), потом Виктор (В), потом

Мэйделин (М), кто там следующие – Зара (З), Стив (С), Сэм (С). Все вместе – КЗЧВМЗСС. Что-нибудь такое: «Как здорово, что все мы здесь сегодня собрались!».

Так что подхватывайте припев и смотрите, насколько эти уловки могут быть эффективными.

## Важность имен

Если вы хотите проверить, сколько же всего существенного подсознательно связываете с именами на работе, попробуйте подловить себя во время конференции, выставки, семинара или где-то еще. Посетители и делегаты, вероятно, носят пластмассовые бейджи с именами. Вы замечаете знакомое лицо, но не в состоянии вспомнить имя. Фактически вы оказываетесь в тупике, потому что не можете завязать разговор. И все же вы начинаете диалог, но, скорее всего, вместо того чтобы сконцентрироваться на беседе, вы постоянно (и незаметно – или вам кажется, что незаметно) опускаете глаза, пытаетесь разглядеть имя собеседника на бейдже.

Ей сообщили ваше имя и название вашей компании. Это ввергло вас в напряженное состояние. Вы чувствуете себя ужасающе неловко. Вы были настолько полны решимости, пытаетесь прочитать ее имя (но пластиковая визитка бликовала, и вы так и не смогли разобрать буквы), что пропустили большую часть того, что она сказала. Она задала вам вопрос о дискуссии. Вы в растерянности, потому что не слушали. Это выглядит как отсутствие интереса. Она решает, что вы думаете о том, что понапрасну теряете с ней время, и вежливо удаляется при первом удобном случае.

Вы все еще не можете вспомнить ее имя. А теперь, в довершение ко всему, у нее еще и создалось о вас превратное представление.

Иногда можно спросить имя интересующего вас человека у кого-нибудь другого, стараясь при этом не привлекать внимания других: «У меня что-то с памятью. Кто это

вон там?». Но если вы не знаете человека достаточно хорошо, то вполне возможно, что его имя выскочило у вас из головы (то есть это не причинит обиды), в таком случае: «Извините, но не могли бы вы напомнить ваше имя» – или что-нибудь подобное – является допустимым. Иногда, если фортуна благоволит, лицо, о котором идет речь, или несколько лиц автоматически обмениваются рукопожатием с вновь прибывшим и называют себя. Это решает вашу проблему.

## **Визитные карточки начинают и выигрывают!**

Как мы уже видели, во время официальных деловых встреч правильное использование имен может оказаться решающим. К счастью, нам помогает «единая валюта делового мира» – визитные карточки. Они приняты практически повсеместно («Не дадите ли мне вашу визитку» – «Вот моя визитная карточка»), но все же есть некоторые люди, которые просто наслаждаются тем, что не имеют их, и именно потому, что все ими так широко пользуются. Польза визитных карточек несомненна, что подтверждает следующее.

Визитные карточки:

- создают и ваш образ, и образ вашей компании;
- несут важную информацию о вас и вашем статусе;
- могут дать верный импульс деловой встрече и переломить в самом начале разговора предвзятость и холодность собеседников;
- с точки зрения памяти, делают ненужным немедленное задействование краткосрочной памяти, поскольку лежат на столе перед вами на случай, если вы вдруг забудете имя человека в ходе беседы с ним.

Существуют разные мнения относительно того, когда лучше передавать визитные карточки. Предложение вашей



собственной визитки в начале встречи, как правило, помогает другому человеку запомнить ваше имя и установить ваш статус. Обычно в ответ вы получаете визитку противоположной стороны, что позволяет также и вам подтвердить или установить положение другого человека. Некоторые предпочитают передавать свои визитные карточки только в конце встречи.

Если вы полагаете, что у вас будут трудности при запоминании имени человека, или вы вообще не уверены в этом, тогда действуйте решительно и обменивайтесь визитками сразу же, как только придете. Затем держите их в поле зрения, чтобы у вас была возможность заглянуть туда в случае чего. То же самое сделают и с вашими визитками – положат их на столе перед глазами или рядом с собой, на диване, если встреча проходит в менее официальной обстановке. Вашим собеседникам тоже не захочется неправильно назвать ваше имя.

## **Пустые обещания? Только не это!**

Есть одна чрезвычайно распространенная привычка, из-за которой в повседневной жизни происходит больше всего расстройств и недоразумений: семейные ссоры, разводы, потерянные друзья и разрушенные деловые связи – вот ее типичные последствия. В чем причина? Пустые обещания и заявления.

Случается, что человек, которому что-то пообещали, но не сделали, со временем забывает об этом, отношения продолжаются, дела идут, и особых проблем не возникает. Гораздо чаще то, что впоследствии оказалось пустым обещанием, забывается тем, кто его дал, но не тем, кто его получил. В этом случае уже вряд ли можно рассчитывать на дальнейшее развитие гармоничных взаимоотношений.

Рассмотрим пример из деловой жизни. Речь идет о попытке привлечь потенциального клиента.

- Итак, увидимся в следующем месяце, когда я вернусь из поездки.
- А куда вы направляетесь?
- Уимблдон. Мы все туда едем на корпоративное мероприятие на две недели. К нам приглашен даже Джон Макенрой.
- О! Этого не может быть! Ха! Мне никогда не удавалось достать билеты. Вы счастливчик. Моя жена обожает теннис, дочка тоже.
- Я могу взять программку для вашей жены и попросить Макенроя подписать ее. Сколько лет вашей дочке?
- Саманте? Ей одиннадцать.
- Я привезу ей фирменную футболку. Итак, программку с автографом для вашей жены и футболку для дочки.
- Да, но мне очень неудобно так беспокоить вас...
- Нет, нет. Для меня это будет удовольствием – и развлечением.
- Ну, тогда они просто будут в восторге. Это очень любезно с вашей стороны.
- Все нормально. Когда мы увидимся где-то в июле, у меня уже будут все данные, а также все расчеты по затратам, и мы сможем двигаться дальше.
- Замечательно. Надеюсь, вы хорошо проведете там время. И не забудьте взять зонтик на прием.
- Конечно! И на соревнования я его тоже не забуду. Всего хорошего.

Наш герой забудет этот разговор, как только дойдет до автостоянки и получит пару сообщений по мобильному телефону о проблемах, возникших у него в офисе. Потенциальный клиент, с которым он только что виделся, напротив, обладает очень хорошей памятью. В тот же вечер он рассказал своей жене, что один «мировой мужик», с которым он встречался по делам, достанет ей программку Уимблдонского турнира с автографом, а потом сказал своей дочери, что та получит футболку. И жена, и дочь действительно были довольны.

Три недели спустя этот «мировой мужик» возвращается из своей поездки. Происходит следующий разговор.

– Ну, как Уимблдон? Особенно вторая неделя впечатлила, правда?

Наш герой польщен, ощущает себя важной персоной. «Какой мировой мужик (припоминаете?), – думает. – Он помнит, что я уезжал на Уимблдон. Но что я говорил ему про теннис?»

– Вы когда-нибудь были там?

– Э... нет. Помните, я говорил вам в прошлый раз, что мы так и не смогли достать билеты на турнир?

– Ах да... да... Действительно. Конечно. У вас... эээ... есть брат, который любит теннис (абсолютно очевидно по выражению его лица и языку тела, что он ничегошеньки не помнит, в лучшем случае – нечто очень смутно).

У потенциального клиента больше не осталось иллюзий. Он уже сомневается в честности нашего героя, убеждаясь в его поверхностности и неискренности. В оставшееся время он не стал даже упоминать о «подарках», которые были столь щедро обещаны. Окончательный «приговор» визитеру выносится клиентом уже около лифта.

– Надеюсь, что мы можем двигаться дальше и начать подготовительную работу, основываясь на цифрах, которые я вам сегодня передал?

– Вы *шутите!* (Двери лифта закрываются.)

Клиент явно раздражен тем, что у человека нет ни капли совести, что он ему попросту солгал. Размышляет он так: если вы забыли об этом своем обещании, то это означает, что как только я соглашусь на совместный бизнес, вы «забудете» предоставить мне хорошее обслуживание сразу же после подписания контракта, а еще, вероятно, также «забудете» сообщить мне о недостатках своего сервиса!



Мораль: плохо придется вам с вашими забытыми и невыполненными обещаниями, если у других хорошая память. Вы попадете в беду.

В самом деле, поставьте себя на место другого. Забыть то, что «случайно» слетело у вас с языка во время беседы, для вас ничего не значит. Но может оказаться *очень существенным* для другого человека.

Как это характеризует вас, как вы выглядите в глазах других людей? Очень важно помнить: люди обладают совершенно разными уровнями восприимчивости и чувствительности.

Мимоходом брошенное и невыполненное обещание, которое вам кажется совершенно неважным, может сильно задеть другого человека. Предполагается, что вы придете с чем-то хорошим. Если вы обманываете ожидания, то начинает вызывать сомнения и ваша истинная ценность

как человека. Очень трудно потом изменить это впечатление.

В ситуации, приведенной выше, клиент на основании своей оценки подобного поведения нашего героя сделал соответствующие выводы о том, можно ли на него положиться как на делового партнера.

Плохая память может разрушить отношения. Проблема же здесь заключается в наличии или отсутствии интереса, поэтому ее можно решить. **Просто проявите больший интерес ко всему, что может быть важным для другого человека.** Необходимо прилагать все усилия, чтобы уловить реакцию других людей на то, что вы говорите или делаете вне зависимости от характера ваших отношений.

Чаще всего вам не будут выказывать своих истинных чувств по поводу вашей беспечной халатности (как это было в вышеприведенном примере). Ваша невнимательность или легкомыслие, скорее всего, могут привести к образованию трещины во взаимоотношениях. Вы можете потерять друга или бизнес и при этом так никогда и не узнать, почему.

Приведем несколько типичных примеров.

- Подруга одалживает вам 10 фунтов стерлингов, чтобы избавить вас от стояния в очереди в банке. Вы забыли вернуть ей деньги.
- Другая подруга покупает вам билет на «Призрак оперы», поскольку вы оставили в машине свои кредитные карточки. Вы забыли вернуть ей деньги.
- Ваша секретарша работает допоздна, чтобы успеть напечатать вам важный отчет. Вы обещаете купить ей бутылку шампанского за ее доброту. Вы забыли.
- Вы обещали клиенту позвонить в пятницу и сообщить имя хорошего физиотерапевта, лечащего боли в спине. Вы забыли.

Никого не напоминает? С вами происходит нечто подобное? Вполне возможно, что вы побывали в роли не только жертвы, но и преступника. Никто не захочет ставить себя

в неловкое положение, напоминая вам, что вы не платите по своим счетам или не выполняете своих обещаний. Вы должны заставить себя запоминать, в первую очередь, именно то, что сами пообещали. В противном случае вам придется столкнуться с тем, что у людей почему-то совсем нет на вас времени. Они ведут себя с вами очень холодно. И совершенно непонятно, почему.

Вы даже не сможете найти что-то на этот счет в своей собственной памяти, потому что там ничего нет. Вы ничего туда не поместили!

## **Запоминание цифр**

В нашей повседневной жизни нам очень помогает умение запоминать цифры, ну, а в бизнесе просто необходимо помнить даты, цены, технические характеристики. Запоминание цифр не должно быть проблемой даже для человека с так называемой плохой памятью. Всего лишь надо приложить определенные усилия, чтобы привязать цифры к другим цифрам, которые уже имеют для вас какое-то значение. Процесс показан на рис. 6.

## **Запоминание телефонных номеров**

Ассоциации также могут помочь запоминать телефонные номера. Для этого потребуется совсем немного умственных усилий. Существуют определенные телефонные номера, которые просто врезались в нашу память, – номера родственников, друзей, некоторых партнеров по бизнесу, врача, доставки пиццы на дом. Но как часто вам приходится ловить себя на том, что вы не можете вспомнить номер телефона? И поэтому не звоните. Вы сделаете это «позже». Результат – конец отношениям, потерянный бизнес, обиды и прочее. А все потому, что вы не сделали сознательного усилия, чтобы запомнить номер.



**Рис. 6.** Шаг за шагом к продуктивной памяти

Итак, как всегда, первым шагом должен быть интерес к запоминанию номера. Вторым шагом – надо найти способ запомнить его путем **соотнесения с тем, что вы уже знаете**. Когда вам надо будет его вспомнить, ваш мозг свяжет эти две вещи воедино.

Например, возьмем номер 021 394568. Ваше воображение обеспечит вам путь запоминания: 021 – возможно, именно столько лет было вам, когда вы окончили университет; цифры 3945 случайно совпали с годами начала и окончания Второй мировой войны; 68 – вполне может быть номером вашей бывшей квартиры, в которой вы жили еще в студенческие годы. Итак, вы ассоциируете теле-

фонный номер, который хотели бы вспомнить, когда вам это потребуется, с фактами, которые уже знаете и помните. Вы запрограммировали свой мозг. (Тест: проверьте, удастся ли вам вспомнить этот номер через 59 минут.)

Давайте возьмем другой пример: телефонный номер клиента, Тома Бичвуда (Beechwood, beech (англ.) – бук, wood (англ.) – дерево) – 65549. Фамилию этого человека вы можете представить в образе деревянного стола, сделанного из бука. Затем подумайте о возрасте ухода на пенсию – 65; 54 – может быть датой вашего рождения, а девятка – просто вашим счастливым числом. Соедините все это в уме и посмотрите, насколько это легко. Но помните, надо заинтересоваться настолько, чтобы захотеть запомнить это. (Тест: проверьте, удастся ли вам вспомнить этот номер через 60 минут.)

(Заметьте: как только вы порадуете себя тем, что умудрились запомнить телефонные номера из примеров, немедленно выбросьте их за борт своей памяти и **замените** теми двумя, которые вы никогда не могли – или не потрудились – запомнить.)

## **Важность памяти при контроле внимания**

Ваша работа, возможно, требует от вас частого запоминания цен, скидок и других цифр, относящихся к различным видам товаров и услуг. Конечно, есть прайс-листы, к помощи которых можно всегда обратиться и не тратить силы и время на то, чтобы все эти цифры запоминать. Именно так и поступают большинство бизнесменов.

**Но как быть, если вам необходимо подумать на ходу?** Способность держать в памяти цены/тарифы и не обращаться за помощью к документам очень часто может оказаться решающей для заключения сделки.

Как? Ну, это все связано с кривой внимания, которую вы должны помнить из главы 3 (только теперь это



тест для вашей памяти!). Вспомните важность фактора времени в процессе переговоров и то, как прерывание разговора может расстроить тот мимолетный миг эмоционального подъема, когда «пан или пропал». Все, что вы говорили или делали до того, должно было подвести к этой психологической «точке кипения». Успешные соглашения достигаются именно в этот момент. Вам задали вопрос по поводу цены, скидок или спецификаций, а вы теряете зрительный контакт со своим собеседником, так как вынуждены отвести взгляд и уткнуться в документы. «Чары» исчезли точно так же, как при просмотре по телевизору того фильма, в котором машина уже вот-вот должна была сорваться в пропасть, а на экране вдруг появился рекламный ролик.

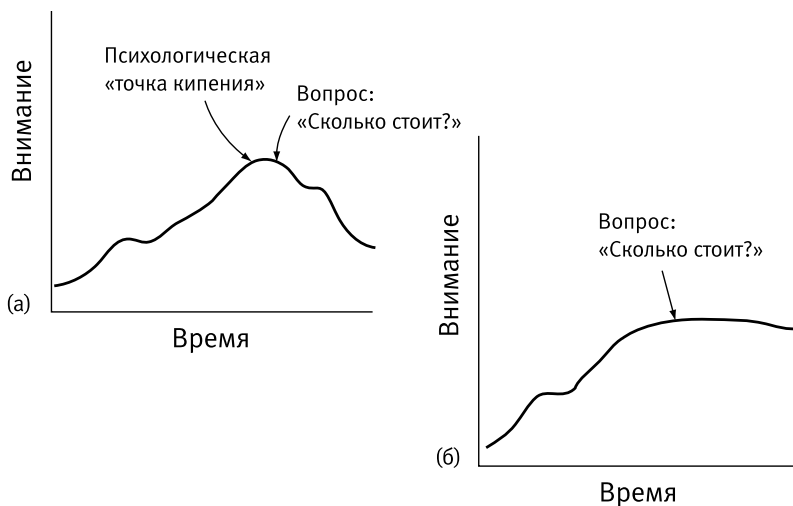
Если бы вы, к примеру, помнили цены, то вам не пришлось бы отвлекаться и опускать глаза на бумаги. Когда ваш собеседник спрашивает: «Какова будет стоимость эфирного времени для трех последовательных выходов рекламного ролика в будние дни и двух – в субботу вечером, в прайм-тайм?», то вместо того чтобы **прерывать диалог** и рыться в бумагах с расценками, вы быстро отвечаете. Вы не даете другой стороне ни малейшей возможности потерять внимание и, что гораздо важнее, изменить свое эмоциональное состояние.

Большинство людей даже не осознают, какие огромные дивиденды может принести использование памяти на этой решающей стадии.

Не ломайте диалог. Сообщите спокойно свои цифры и факты и сохраните зрительный контакт. Не снижайте уровень обращенного к вам внимания. Это очень ценный продукт.

Возможные кривые внимания для ситуаций с прерыванием и без даны на рис. 7. Они наглядно демонстрируют, как умелое использование памяти может изменить переговорный процесс.

На память могут влиять такие факторы, как возраст, лень, отсутствие интереса, рассеянность, стресс, уста-



**Рис. 7.** Кривая внимания:

а – память не задействуется, б – в случае использования памяти

лость, алкоголь и недостаток доверия. В романе «Убеждение» писательницы Джейн Остин (1775–1817) есть следующее интересное наблюдение:

«Самое непостижимое в нашем интеллекте – это память – ее могущество, провалы, ее прихотливая изменчивость. Память бывает порой столь цепкой, столь полезной, столь послушной. А временами приводит в замешательство и вероломно слаба. И вдруг вновь превращается в тирана, не поддающегося никакому контролю».

В этой главе мы имели возможность познакомиться с тем, как можно в определенных случаях улучшить свою память, и какие это приносит огромные дивиденды в межличностных контактах. Память помогает нам избежать размолвок и непонимания во всех наших отношениях с людьми как на работе, так и в частной жизни. Что еще более важно, память помогает создать **доверие** – жизненно необходимую составляющую искусства убеждения. **Оттачивайте свою память, и вы постигнете ее магию.**

## Кофе-брейк



В бизнесе и частной жизни у\_\_\_\_\_, которую может дать хорошая память, просто бесценна.



В отличие от кратковременной памяти, долговременная не имеет известных ограничений. Вы можете «р\_\_\_\_\_» информацию в своей кратковременной памяти до тех пор, пока она в итоге не перейдет на хранение в долговременную.



Привязывайте новую информацию к «себе» и формируйте «а\_\_\_\_\_», чтобы «научиться» быстро вспоминать.



Большинство «забываний» случается из-за отсутствия и\_\_\_\_\_ к информации – она просто никогда не принималась (вы не можете забыть то, чего никогда не знали!).



Запоминание имен – мощный инструмент для выстраивания о\_\_\_\_\_ и при этом чрезвычайно убедительный.



Используйте м\_\_\_\_\_ для запоминания информации (КЗЧВМЗСС – первые буквы имен людей, сидящих за столом, «Как здорово, что все мы здесь сегодня собрались»).



Остерегайтесь давать п\_\_\_\_\_ о\_\_\_\_\_, о которых вы впоследствии можете забыть, а другая сторона будет помнить – скандал!



Умелое использование памяти поможет вам удержать в\_\_\_\_\_ тех, с кем вы общаетесь (когда вам приходится искать информацию, вы теряете зрительный контакт, прерываете диалог).



Помните: «З\_\_\_\_\_ – есть воспоминание» (Платон).

