

# **Архітектура нетворкінгу. Як будувати людей навколо себе**

Книга написана в стилі прямого розмовного аналізу з глибоким практичним підґрунтям. Містить перевірені моделі побудови соціального капіталу, інструменти картографії зв'язків і стратегії впливу: від щоденних мікрорішень до довгострокової архітектури оточення.

У сучасному світі нетворкінг – це не про кількість контактів у телефоні.

Це про те, хто думає про вас, коли вас немає в кімнаті. Ця книга пояснює:

- як відрізнити живий зв'язок від неживого контакту і не витратити час на другий;
- як правильно будувати ядро оточення, яке тягне вгору, а не тримає на місці;
- як давати цінність людям, які вищі за вас, – так, щоб вони самі шукали продовження;
- як стати вузлом системи, до якого люди приходять самі.

Книга для всіх, хто працює з людьми, впливом і репутацією: підприємців, керівників, коучів, консультантів, фахівців, які хочуть рости не лише вертикально, а в усіх напрямках одночасно.

Далі – почати будувати систему або продовжувати сподіватись на випадок.

Вибір за вами.

**Василь МАСЮК**

# **АРХІТЕКТУРА НЕТВОРКІНГУ:** як будувати людей навколо себе



*«Нетворкінг — це не про знайомства.  
Це про контроль доступу до реальності»*

Харків  
«Право»  
2026

Жодна частина цієї книги не може бути відтворена  
без письмової згоди автора.

### **Масюк В.**

**М30** Архітектура нетворкінгу: як будувати людей навколо себе / Василь Масюк. – Харків : Право, 2026. – 158 с.

ISBN 978-617-8848-83-5

Книга написана в стилі прямого розмовного аналізу з глибоким практичним підґрунтям. Містить перевірені моделі побудови соціального капіталу, інструменти картографії зв'язків і стратегії впливу: від щоденних мікрорішень до довгострокової архітектури оточення.

У сучасному світі нетворкінг – це не про кількість контактів у телефоні. Це про те, хто думає про вас, коли вас немає в кімнаті. Ця книга пояснює:

- як відрізнити живий зв'язок від неживого контакту і не витратити час на другий;
- як правильно будувати ядро оточення, яке тягне вгору, а не тримає на місці;
- як давати цінність людям, які вищі за вас, – так, щоб вони самі шукали продовження;
- як стати вузлом системи, до якого люди приходять самі.

Книга для всіх, хто працює з людьми, впливом і репутацією: підприємців, керівників, коучів, консультантів, фахівців, які хочуть рости не лише вертикально, а в усіх напрямках одночасно.

Далі – почати будувати систему або продовжувати сподіватись на випадок.

Вибір за вами.

**УДК 316.62+316.77**

ISBN 978-617-8848-83-5

© Масюк В., 2026

---

*«Нетворкінг — це не про знайомства. Це про контроль доступу до реальності».*

---



### **ЗМІСТ коротко**

- 1.** Чому більшість людей програє соціально
- 2.** Що таке нетворкінг насправді
- 3.** Головний ресурс — не люди, а час
- 4.** Хто має бути у вашому ядрі
- 5.** Закон впливу
- 6.** Ти — не друг. Ти — функція
- 7.** Карта системи
- 8.** Тінь системи
- 9.** Стратегія руху вгору
- 10.** Як підтримувати мережу живою
- 11.** Соціальний капітал як актив
- 12.** Інвентаризація зв'язків
- 13.** Помилка безкоштовності
- 14.** Як давати цінність тим, хто вищий за тебе
- 15.** Нетворкінг як система впливу
- 16.** Модель соціального ліфта
- 17.** Ти як система
- 18.** Алгоритм побудови системи

## Зміст

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ЗМІСТ коротко.....</b>                                    | <b>4</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ЧОМУ БІЛЬШІСТЬ ЛЮДЕЙ ПРОГРАЄ СОЦІАЛЬНО.....</b> | <b>12</b> |
| Сцена перша: вечірка, де всі «познайомились» .....           | 13        |
| Проблема не в тому, що ви інтроверт .....                    | 13        |
| Людський гармидер: коли в голові каша з контактів .....      | 14        |
| «Ти не бідний. Ти просто погано зібраний як система».....    | 14        |
| Чим нетворкінг НЕ є .....                                    | 15        |
| Що таке нетворкінг насправді .....                           | 16        |
| Головний дефіцит: не люди, а час.....                        | 16        |
| Підсумок розділу.....                                        | 17        |
| <b>РОЗДІЛ 2. ЩО ТАКЕ НЕТВОРКІНГ НАСПРАВДІ ..</b>             | <b>18</b> |
| Починаємо з чесності .....                                   | 19        |
| Три речі, якими нетворкінг точно не є .....                  | 19        |
| Так що ж це таке? .....                                      | 20        |
| Метафора, яка пояснює все: город на шести сотках ..          | 21        |
| Три типи нетворкінгу: обери свій город.....                  | 22        |
| Який тип вам потрібен? .....                                 | 24        |
| Підсумок розділу.....                                        | 24        |
| <b>РОЗДІЛ 3. РЕСУРС — НЕ ЛЮДИ, А ЧАС.....</b>                | <b>26</b> |
| Почнемо з математики.....                                    | 27        |
| Число Данбара: наука підтверджує .....                       | 27        |
| Магічне число: 10–12.....                                    | 28        |
| Чому більше — це менше .....                                 | 29        |
| Поверхневий контакт vs. живий зв'язок .....                  | 29        |

---

|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| Час як валюта нетворкінгу .....                                     | 30        |
| «Але я не можу просто відрізати людей!» .....                       | 31        |
| Інвентаризація: з чого починається порядок.....                     | 31        |
| Підсумок розділу .....                                              | 32        |
| <b>РОЗДІЛ 4. ХТО МАЄ БУТИ У ВАШОМУ ЯДРІ .....</b>                   | <b>34</b> |
| Пастка «цікавих людей» .....                                        | 35        |
| Принцип вектора: оточення має тягнути вгору .....                   | 35        |
| Хто конкретно має бути у вашому ядрі.....                           | 36        |
| Критерій відбору: три питання .....                                 | 39        |
| Помилка: збирати «корисних» без взаємності .....                    | 40        |
| Ваша карта ролей: практика .....                                    | 40        |
| Підсумок розділу .....                                              | 41        |
| <b>РОЗДІЛ 5. ЗАКОН ВПЛИВУ .....</b>                                 | <b>42</b> |
| Сцена, яку ви вже бачили .....                                      | 43        |
| Два вектори — два різних світи.....                                 | 43        |
| Чому впливові люди такі «недоступні» .....                          | 44        |
| Три рівні цінності: що ви можете запропонувати.....                 | 45        |
| Помилка: приходити з порожніми руками і великими очікуваннями ..... | 46        |
| Соціальний борг: як він працює .....                                | 47        |
| Як стати людиною, до якої хочуть потрапити .....                    | 47        |
| Підсумок розділу .....                                              | 48        |
| <b>РОЗДІЛ 6. ТИ НЕ ДРУГ, А ФУНКЦІЯ .....</b>                        | <b>50</b> |
| Провокація, яка звільняє.....                                       | 51        |
| Чому ясність важливіша за ілюзію.....                               | 51        |
| Функція ≠ використання.....                                         | 52        |
| Вправа: аудит вашого оточення.....                                  | 53        |

---

---

|                                                      |           |
|------------------------------------------------------|-----------|
| Типи функцій у вашій мережі .....                    | 53        |
| А що, якщо функція змінилась? .....                  | 54        |
| Про справжніх друзів — окремо .....                  | 55        |
| Підсумок розділу .....                               | 56        |
| <b>РОЗДІЛ 7. КАРТА СИСТЕМИ .....</b>                 | <b>57</b> |
| Чому карта — це не розкіш, а необхідність .....      | 58        |
| З чого складається карта .....                       | 58        |
| Крок 1. Формулюємо ціль .....                        | 59        |
| Крок 2. Визначаємо ролі .....                        | 60        |
| Крок 3. Заповнюємо імена .....                       | 60        |
| Крок 4. Обмін: що я даю і що отримую .....           | 60        |
| Реактивація: як повернути «сплячі» контакти .....    | 61        |
| Стратегія входу: як наближатись до нових людей ..... | 62        |
| Карта — живий документ .....                         | 63        |
| Підсумок розділу .....                               | 63        |
| <b>РОЗДІЛ 8. ТІНЬ СИСТЕМИ .....</b>                  | <b>65</b> |
| Тема, яку всі уникають .....                         | 66        |
| Три типи людей, які руйнують систему .....           | 66        |
| Як розпізнати: п'ять сигналів .....                  | 67        |
| Найскладніше: коли це близька людина .....           | 68        |
| Як відпускати: без драми і пояснень .....            | 69        |
| Тінь системи — це також ви самі .....                | 70        |
| Підсумок розділу .....                               | 71        |
| <b>РОЗДІЛ 9. СТРАТЕГІЯ РУХУ ВГОРУ .....</b>          | <b>73</b> |
| Історія про людину, яка потрапляла всюди .....       | 74        |
| Чому «рух вгору» лякає .....                         | 74        |
| Принцип «стати своїм»: як він працює .....           | 75        |

---

---

|                                                       |           |
|-------------------------------------------------------|-----------|
| П'ять кроків входження в нове середовище .....        | 76        |
| Як підніматись на рівень вище: тактика «сходів» ..... | 78        |
| Мова середовища: чому це важливіше, ніж думаєте..     | 78        |
| Про гідність у русі вгору .....                       | 79        |
| Підсумок розділу .....                                | 80        |
| <b>РОЗДІЛ 10. ПІДТРИМУВАТИ МЕРЕЖУ ЖИВОЮ .</b>         | <b>81</b> |
| Найпоширеніша помилка після знайомства.....           | 82        |
| Чому стосунки вироджуються.....                       | 82        |
| Три рівні контакту: різна частота для різних людей .  | 83        |
| Мистецтво приводу: як з'являтись без незручності...   | 83        |
| Система «дотиків»: як не забути про людей .....       | 85        |
| Якість vs. кількість контакту .....                   | 86        |
| Живі зустрічі: чому їх не можна замінити.....         | 86        |
| Маленькі жести, які будують велику лояльність .....   | 87        |
| Підтримка мережі в складні часи.....                  | 87        |
| Підсумок розділу .....                                | 88        |
| <b>РОЗДІЛ 11. СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК АКТИВ..</b>       | <b>90</b> |
| Починаємо з провокації .....                          | 91        |
| Що таке соціальний капітал насправді.....             | 91        |
| Чому можливість важливіша за ресурси .....            | 92        |
| Три форми соціального капіталу .....                  | 92        |
| Соціальний капітал як інвестиційний портфель .....    | 93        |
| Як накопичувати соціальний капітал .....              | 94        |
| Як соціальний капітал конвертується в гроші .....     | 95        |
| Захист соціального капіталу: що його руйнує.....      | 95        |
| Соцкапітал і гроші: правильна послідовність .....     | 96        |
| Підсумок розділу .....                                | 96        |

---

## **РОЗДІЛ 12. ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ЗВ'ЯЗКІВ ..... 98**

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| Бізнес робить це. Чому ви — ні? .....                                | 99  |
| Три питання, які відкривають очі .....                               | 99  |
| Чотири категорії людей під час інвентаризації .....                  | 100 |
| Як інвентаризувати: покроковий алгоритм .....                        | 101 |
| Про болючу частину: відпускати людей минулого ..                     | 102 |
| Інвентаризація нових можливостей: де шукати<br>потрібних людей ..... | 103 |
| Ритм інвентаризації: коли і як часто .....                           | 104 |
| Підсумок розділу .....                                               | 105 |

## **РОЗДІЛ 13. ПОМИЛКА БЕЗКОШТОВНОСТІ ..... 107**

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| Парадокс, який руйнує стосунки .....               | 108 |
| Чому безкоштовне не цінується: три причини .....   | 108 |
| Справжня ціна безкоштовності .....                 | 109 |
| «Навіть якщо не платять — мають розуміти ціну» ... | 110 |
| П'ять способів зробити цінність усвідомленою ..... | 110 |
| Межа між щедрістю і самознищенням .....            | 112 |
| Безкоштовність і нетворкінг: де межа .....         | 112 |
| Коли безкоштовно — це стратегія .....              | 113 |
| Підсумок розділу .....                             | 114 |

## **РОЗДІЛ 14. ЯК ДАВАТИ ЦІННІСТЬ ТИМ, ХТО ВИЩІЙ ЗА ТЕБЕ ..... 115**

|                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| Питання, яке зупиняє більшість людей .....                          | 116 |
| Чому «асиметрія статусу» — не перешкода .....                       | 116 |
| Шість речей, які завжди мають цінність для<br>впливових людей ..... | 117 |
| Як знайти точку цінності: три кроки .....                           | 119 |

---

|                                                   |            |
|---------------------------------------------------|------------|
| Про терпіння: цінність будується поступово.....   | 120        |
| Помилка: пропонувати те, що не потрібно.....      | 121        |
| Підсумок розділу .....                            | 121        |
| <b>РОЗДІЛ 15. НЕТВОРКІНГ ЯК СИСТЕМА.....</b>      | <b>123</b> |
| Парадокс влади .....                              | 124        |
| Пряма і непряма дія: у чому різниця .....         | 124        |
| Три рівні впливу через мережу.....                | 125        |
| Феномен «вузлової людини» .....                   | 126        |
| Як будувати системний вплив: п'ять принципів..... | 126        |
| Непрямий вплив у кризових ситуаціях.....          | 128        |
| Вплив без влади: найстійкіша форма .....          | 129        |
| Підсумок розділу .....                            | 129        |
| <b>РОЗДІЛ 16. МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ЛІФТА .....</b>  | <b>131</b> |
| Чому одні злітають, а інші застрягають.....       | 132        |
| Чотири сходинки: повна модель .....               | 132        |
| Сходинка перша: КОНТАКТИ.....                     | 132        |
| Сходинка друга: ДОСТУП.....                       | 133        |
| Сходинка третя: МОЖЛИВОСТІ .....                  | 134        |
| Сходинка четверта: РЕЗУЛЬТАТ .....                | 135        |
| Як прискорити ліфт: три важелі.....               | 136        |
| Соціальний ліфт vs соціальні сходи .....          | 137        |
| Підсумок розділу .....                            | 138        |
| <b>РОЗДІЛ 17. ТИ ЯК СИСТЕМА.....</b>              | <b>140</b> |
| Різниця, яка змінює все .....                     | 141        |
| Що означає бути вузлом .....                      | 141        |
| Три ознаки людини-системи .....                   | 142        |
| Як стати людиною-системою: п'ять трансформацій    | 142        |

---

|                                                    |            |
|----------------------------------------------------|------------|
| Ваша роль у мережі: знайдіть свій тип .....        | 144        |
| Ви — не людина. Ви — вузол мережі.....             | 145        |
| Підсумок розділу.....                              | 146        |
| <b>РОЗДІЛ 18. АЛГОРИТМ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ .</b>      | <b>147</b> |
| Фінал, який є початком .....                       | 148        |
| Перш ніж почати: три чесних питання .....          | 148        |
| Повний алгоритм: 7 кроків від нуля до результату.. | 149        |
| Перший тиждень: мінімальний стартовий план.....    | 152        |
| Чого не робити: п'ять помилок на старті.....       | 153        |
| Фінальна думка: нетворкінг як спосіб жити .....    | 154        |
| Замість епілогу: одне фінальне питання.....        | 155        |



Науково-популярне видання

**Масюк** Василь Васильович

# АРХІТЕКТУРА НЕТВОРКІНГУ: як будувати людей навколо себе

*Видається в авторській редакції*

Підписано до друку 18.06.2026. Формат 84×108/32.  
Ум. друк. арк. 4. Обл.-вид. арк. 3,6. Тираж 100 пр. Зам. № 704

ТОВ «Видавничий дім «Право»,  
вул. Харківських Дивізій, 11/2, м. Харків, Україна  
Для кореспонденції: а/с 822, м. Харків, 61023, Україна  
Тел.: (050) 409-08-69, (067) 574-81-20  
Вебсайт: <https://pravo-izdat.com.ua>  
E-mail для замовників послуг: [verstka@pravo-izdat.com.ua](mailto:verstka@pravo-izdat.com.ua)  
E-mail для покупців: [sales@pravo-izdat.com.ua](mailto:sales@pravo-izdat.com.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 8024 від 05.12.2023

Виготовлено ТОВ «Промарт Плюс»,  
вул. Весніна, 12, м. Харків, 61023, Україна  
Тел. (097) 445-07-79  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 8388 від 16.07.2025



**Перейти на сайт →**