

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| Предисловие | 9 |
| Как появилась эта книга — и зачем | 12 |
| Девять советов о том, как получить от этой книги больше пользы..... | 22 |
| Часть I | |
| ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЛЮДЬМИ | |
| Глава 1 | |
| «Если хочешь собрать мед, не опрокидывай улей»..... | 31 |
| Глава 2 | |
| Большой секрет взаимодействия с людьми | 51 |
| Глава 3 | |
| «Кто может это совершить, заручится поддержкой всего мира; кто не может — идет одинокой дорогой» | 69 |
| Часть II | |
| ШЕСТЬ СПОСОБОВ ПОНРАВИТЬСЯ ЛЮДЬМ | |
| Глава 1 | |
| Поступайте так — и вам везде будут рады | 95 |

| | |
|--|-----|
| Глава 2 | |
| Простой способ произвести хорошее первое впечатление | 112 |
| Глава 3 | |
| Если вы этого не сделаете, вас ждут неприятности..... | 123 |
| Глава 4 | |
| Простой способ стать хорошим собеседником | 136 |
| Глава 5 | |
| Как заинтересовать людей..... | 149 |
| Глава 6 | |
| Как быстро вызвать симпатию | 155 |
| | |
| Часть III | |
| КАК УБЕДИТЬ ДРУГИХ ПРИНЯТЬ ВАШУ ТОЧКУ ЗРЕНИЯ | |
| Глава 1 | |
| В споре не бывает победителей | 175 |
| Глава 2 | |
| Верный способ нажить врагов — и как этого избежать... | 185 |
| Глава 3 | |
| Если вы неправы, признайте это..... | 200 |
| Глава 4 | |
| Капля меда..... | 210 |
| Глава 5 | |
| Тайна Сократа | 222 |
| Глава 6 | |
| Как важно выговориться..... | 230 |

| | |
|---|-----|
| Глава 7 | |
| Как сделать так, чтобы с вами сотрудничали..... | 237 |
| Глава 8 | |
| Формула, которая творит чудеса..... | 245 |
| Глава 9 | |
| Чего хотят все..... | 252 |
| Глава 10 | |
| Объяснение, которое нравится всем..... | 263 |
| Глава 11 | |
| Так делают в кино. | |
| И на телевидении. А вы почему не делаете?..... | 271 |
| Глава 12 | |
| Когда все средства испробованы, попробуйте это..... | 277 |

Часть IV

УЧИТЕСЬ РУКОВОДИТЬ: КАК БЕЗ ОСКОРБЛЕНИЙ И ОБИД ИЗМЕНИТЬ ЧУЖОЕ МНЕНИЕ

| | |
|--|-----|
| Глава 1 | |
| С чего начать, если вы должны указать на ошибку..... | 287 |
| Глава 2 | |
| Как критиковать и не стать объектом ненависти..... | 295 |
| Глава 3 | |
| Сначала расскажите о собственных ошибках..... | 300 |
| Глава 4 | |
| Приказы никто не любит..... | 306 |
| Глава 5 | |
| Позвольте другим сохранить лицо..... | 309 |

| | |
|---|-----|
| Глава 6 | |
| Как воодушевить других на успех | 314 |
| Глава 7 | |
| Как вы яхту назовете, так она и поплывет..... | 321 |
| Глава 8 | |
| Убедите других, что их недостатки легко исправить | 327 |
| Глава 9 | |
| Сделайте так, чтобы другие с радостью делали то, что вам нужно | 333 |
| Лоуэлл Томас | |
| Кратчайший путь к известности | 341 |
| Примечания..... | 357 |

ПРЕДИСЛОВИЕ*

Книга «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей» была опубликована в 1937 г. тиражом всего 5000 экземпляров. Ни сам Дейл Карнеги, ни его издатели Саймон и Шустер не сомневались, что этого более чем скромного тиража вполне достаточно. Каково же было их изумление, когда книга мгновенно стала сенсацией: типографии печатали тираж за тиражом, а читатели требовали еще. «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей» заняла место в истории издательского дела как один из самых успешных мировых бестселлеров. Книга завоевала невероятный успех не только в эпоху своего создания — годы, последовавшие за Великой депрессией; этот труд задевает за живое и откликается на человеческие потребности, благодаря чему его многократно переиздавали вплоть до середины 1980-х.

Дейл Карнеги говорил, что проще заработать миллион долларов, чем придумать фразу, которая станет неотъемлемой частью языка. «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей» стала одной из таких фраз: ее цитируют, перефразируют, пародируют,

* Данное предисловие написано Дороти Карнеги к вышедшему в 1981 г. переработанному изданию, именно оно и переведено на русский. — *Прим. ред.*

воспроизводят в самых разных контекстах — от романов до политических карикатур. Книга переведена почти на все известные литературные языки, каждое поколение заново открывает для себя этот текст и обнаруживает его актуальность.

Зададимся тогда логичным вопросом: зачем перерабатывать и исправлять книгу, которая уже доказала свою состоятельность и способность находить читательский отклик? Разве можно добиться еще большего успеха?

Отвечая на этот вопрос, нам следует помнить, что сам Дейл Карнеги при жизни неустанно переписывал собственную книгу. «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей» создана в качестве учебного пособия для его курсов по ораторскому мастерству и человеческим взаимоотношениям; она используется на таких курсах и поныне. До самой смерти в 1955 г. Дейл Карнеги постоянно совершенствовал и дорабатывал эти курсы: его аудитория неуклонно увеличивалась, а ее потребности росли. В чуткости, с которой он улавливал переменчивые настроения современности, Дейлу Карнеги не было равных. Он без усталости пересматривал и оттачивал методику обучения, а свою книгу об ораторском мастерстве дорабатывал несколько раз. Проживи он дольше — сам отредактировал бы «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей» с учетом изменений, которые успели произойти в обществе с 1930-х гг.

Имена многих знаменитостей, упомянутых в книге и хорошо известных на момент ее первой публикации, современному читателю ни о чем не скажут. Некоторые

примеры и фразы своей замысловатостью напоминают викторианский роман, отчего книга слабеет в своем воздействии, а ее ключевой смысл теряется.

Таким образом, цель этого переиздания — прояснить смысл книги для современного читателя, не искажая при этом ее сути. Текст мы не меняли, разве что убрали отдельные элементы и снабдили книгу более актуальными примерами. Свойственный автору стиль, легкий и живой, никуда не делся; Дейл Карнеги писал так же, как говорил, — красочно, непринужденно и естественно.

В этой книге и во всем, что делал Карнеги, его голос звучит с прежней мощью. Ежегодно тысячи людей по всему миру обучаются на курсах Карнеги, и число слушателей постоянно растет. А тысячам других книга «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей» помогает обрести вдохновение и улучшить жизнь. Всем им мы предлагаем это переиздание, выверенное и усовершенствованное.

Дороти Карнеги (вдова Дейла Карнеги)

1981 г.

КАК ПОЯВИЛАСЬ ЭТА КНИГА — И ЗАЧЕМ

За первые 35 лет XX столетия в издательствах Америки вышло свыше 200 000 различных книг. Большинство их — невыносимо скучные, а многие оказались убыточными. Я что, сказал «многие»? Глава одного из крупнейших в мире издательств признался, что из восьми выпускаемых книг семь по-прежнему убыточны, — а это издательство печатает книги уже 75 лет.

Тогда с чего я вдруг набрался смелости и написал еще одну? И, пусть даже она написана, зачем вам ее читать?

Вопросы резонные, причем оба, и я постараюсь на них ответить.

С 1912 г. я организую образовательные курсы для нью-йоркских предпринимателей и профессионалов в других областях. Сперва мои курсы были посвящены только ораторскому искусству. Основываясь на реальном опыте повседневных человеческих взаимодействий, я обучал взрослых слушателей быстро принимать решения, четко выражать собственные мысли и увереннее держаться на деловых переговорах и во время публичных выступлений.

Однако мало-помалу я осознал, что мои подопечные остро нуждаются не только в ораторском мастерстве;

им также крайне необходимы навыки взаимодействия с окружающими как в деловых ситуациях, так и в повседневной жизни.

Со временем я понял еще кое-что: мне и самому не помешает этому поучиться. Сейчас, оглядываясь назад, я прихожу в ужас от того, как часто мне недоставало такта и чуткости. Как жаль, что 20 лет назад мне не попалась книга, подобная этой! Ведь это был бы воистину бесценный дар.

Взаимодействие с людьми, вероятно, величайшая проблема, с которой вы сталкиваетесь, особенно если занимаетесь бизнесом. Впрочем, для домохозяек, архитекторов и инженеров это не менее важно. Исследования по улучшению качества преподавания, проведенные несколько лет назад под эгидой Фонда Карнеги, выявили крайне важный и существенный факт, который позже подтвердился научными изысканиями, выполненными Технологическим институтом Карнеги*. Согласно этим исследованиям, даже у представителей такой сугубо технической сферы, как машиностроение, лишь 15% успеха обеспечиваются профессиональными знаниями и навыками. Остальные 85% тоже зависят от умения строить — но не машины, а отношения между людьми, то есть от личных качеств и умения руководить другими.

* С 1967 г., после слияния с Институтом промышленных исследований Меллона, стал называться Университетом Карнеги–Меллона. — *Прим. ред.*

Много лет я вел курсы в Инженерном клубе Филадельфии, а также в нью-йоркском филиале Американского института инженеров-электриков. Думаю, в общей сложности через них прошли более 1500 инженеров. Слушатели приходили ко мне, так как многолетние наблюдения и личный опыт убедили их, что самые высокооплачиваемые сотрудники инженерных отраслей чаще всего не те, кто лучше других разбирается в своей сфере. Можно, например, быть отличным инженером, бухгалтером, архитектором и получать ничтожную зарплату. Если же в дополнение к профессиональным навыкам сотрудник обладает способностью четко излагать свои мысли, умеет брать на себя функции лидера и вдохновляет окружающих, его работа оценивается значительно выше.

Находясь в самом зените славы, Джон Рокфеллер говорил: «Навыки человеческого общения — товар столь же востребованный, как сахар или кофе. И за эти навыки я готов заплатить больше, чем за любой другой товар на земле».

Логично предположить, что эти полезнейшие в мире навыки следовало бы прививать в каждом учебном заведении, верно? Но если у нас в стране где-то и преподают взрослым такую практичную и в высшей степени полезную дисциплину, то сейчас, на момент создания этой книги, мне о подобном учебном заведении неизвестно.

Чикагский университет и Объединенные школы Ассоциации молодых христиан провели исследование, целью которого было выяснить, что хотели бы изучать

взрослые. Исследование обошлось в \$25 000 и заняло два года. Для проведения заключительной части исследования выбрали городок Мериден в Коннектикуте — его сочли образчиком типичного американского города. Каждого взрослого в Меридене попросили ответить на 156 вопросов — например, таких: «Какая у вас профессия или род деятельности? Какое образование вы получили? Чем вы занимаетесь в свободное время? Какой у вас доход? Ваше хобби? К чему вы стремитесь? С какими сложностями сталкиваетесь? Что бы вам хотелось изучать больше всего?» Согласно исследованию, наибольшее внимание респонденты уделяли здоровью, а второе место занимал интерес к людям: как понимать окружающих и успешно взаимодействовать с ними, как нравиться другим и уметь убеждать их в собственной правоте.

По этой причине комитет, проводивший исследование, принял решение организовать в Меридене подобные курсы для взрослых. Практическое учебное пособие по этому предмету искали долго и усердно, но так и не нашли. В конце концов организаторы обратились с этим вопросом к одному из самых выдающихся мировых специалистов в области образования для взрослых. Знает ли он, какое пособие подошло бы для этой категории слушателей? «Нет, — ответил тот. — Потребности взрослых слушателей мне известны, вот только нужный им учебник никто до сих пор не написал».

По своему опыту я знал, что он прав: я и сам много лет пытался отыскать прикладное пособие по взаимоотношениям между людьми.

Так как подобной книги не существовало, я решил создать ее для своих курсов сам. И вот эта книга перед вами — надеюсь, вам она понравится.

Работая над книгой, я прочел все, что мне удалось найти: заметки в газетах, журнальные статьи, материалы судебных заседаний по семейным делам, труды древних философов и современных психологов. Помимо этого обратился к опытному архивисту-исследователю, который полтора года собирал по всевозможным библиотекам упущенные мною работы, штудировал тома по психологии, просматривал сотни статей и знакомился с бесчисленным множеством биографий, выясняя, каким образом великие деятели всех эпох строили свои взаимоотношения с окружающими. Мы ознакомились с жизнеописаниями этих великих людей, начиная с Юлия Цезаря и заканчивая Томасом Эдисоном. Помнится, одних лишь биографий Теодора Рузвельта через наши руки прошло более сотни. Чтобы понять, какими практическими соображениями руководствовались представители различных поколений, завоевывавая дружбу и осваивая навыки влияния на других людей, мы не жалели ни времени, ни средств.

Я лично беседовал со многими успешными людьми, среди которых и мировые знаменитости — изобретатели Маркони и Эдисон, политические лидеры Франклин Рузвельт и Джеймс Фарли, предприниматель Оуэн Янг, звезды экрана Кларк Гейбл и Мэри Пикфорд, исследователь Мартин Джонсон, — и старался определить, какими методами общения они пользуются.

По итогам этой работы подготовил короткую лекцию, которую назвал «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей». Я называю ее короткой, потому что такой она вначале и была; однако вскоре ее продолжительность выросла до полутора часов. На протяжении нескольких лет я выступал с этой лекцией перед взрослыми слушателями нью-йоркских курсов при Институте Карнеги.

Во время лекции призывал участников курсов выйти из аудитории и проверить собственные навыки в общении с коллегами и знакомыми, а потом вернуться и обсудить итоги. Получилось очень увлекательно! Мужчины и женщины, которые жаждали самосовершенствования, с энтузиазмом подхватили идею устроить такую совершенно новую лабораторию — первую и единственную в своем роде лабораторию для взрослых, где изучают человеческие взаимоотношения.

Сказать, что моя книга именно *написана* в привычном понимании этого слова, было бы ошибкой. Она *выросла* — подобно тому как растет ребенок. Она выросла и сформировалась в той лаборатории и основывается на опыте тысяч людей.

Много лет назад мы начали со списка правил, напечатанных на карточке размером с открытку. В следующем году напечатали карточку побольше, затем буклет, потом — несколько брошюр, и с каждым разом наше творение росло, а объем информации увеличивался. Спустя 15 лет экспериментов и исследований появилась эта книга.

Приведенные здесь правила — не голословные умозаключения и догадки. Их сила подобна волшебству. Звучит невероятно, однако я сам наблюдал, как, будучи реализованы на практике, эти принципы по-настоящему меняют человеческие жизни.

Приведу несколько примеров. Среди моих слушателей был владелец предприятия, где работали 314 сотрудников. Много лет он, не зная меры, критиковал и бранил их, причем всех без разбора. Доброта, похвалы и слова поддержки были ему чужды. Ознакомившись с изложенными в этой книге принципами, предприниматель резко изменил свое мировоззрение. Теперь его предприятие питают неведомые прежде командный дух, воодушевление и преданность. 314 врагов превратились в 314 друзей. Сам он, обращаясь к сокурсникам, гордо сказал: «Прежде, когда я шел по своему предприятию, никто не здоровался со мной. Едва завидев меня, сотрудники отводили взгляд. Сейчас же все они мои друзья, и даже привратник называет меня по имени».

Доходы выросли, свободного времени у этого предпринимателя прибавилось, и — что, разумеется, куда важнее — работа и досуг стали теперь намного отраднее.

Не сосчитать всех коммерсантов, чьи продажи благодаря этим принципам резко пошли вверх. Многие открыли новые счета, хотя прежде банки им в этом отказывали. Сотрудников на руководящих должностях повысили с увеличением зарплаты. По словам одного из них, после того как он начал воплощать в жизнь эти принципы, ему существенно прибавили оклад. Другой,

управляющий компании Philadelphia Gas Works, уже готовился к переводу на более низкую должность: ему было 65 лет, он отличался вспыльчивостью и не умел толком руководить персоналом. Курсы не только спасли его от понижения — управляющего повысили и увеличили ему зарплату.

Супруги участников, приходившие на банкет, который мы устраивали по случаю окончания курсов, неоднократно рассказывали мне, что, после того как их жены и мужа начали посещать курсы, атмосфера в семье значительно улучшилась.

Новые достижения часто удивляют и самих слушателей. Все это напоминает волшебство. Порой они, не в силах дождаться занятия, до которого всего два дня, звонят мне домой даже в воскресенье, чтобы рассказать о своих успехах.

Один из участников курсов так воодушевился, что допоздна обсуждал эти принципы со своими сокурсниками. В три часа ночи его собеседники разошлись по домам. Сам же он, потрясенный осознанием собственных ошибок и окрыленный новым открывшимся перед ним миром, так и не смог заснуть. Не спал и на завтра, и следующей ночью тоже.

Кем же он был? Наивным неопытным чудаком, которого приводит в восторг каждая не известная ему прежде теория? Ничего подобного. Это был искушенный торговец произведениями искусства, светский лев, свободно владеющий тремя языками и получивший образование в двух европейских университетах.

Работая над этой главой, я получил письмо от одного немца, аристократа старого толка, чьи предки на протяжении многих поколений служили офицерами при Гогенцоллернах. В письме, написанном на борту трансатлантического лайнера, он отзывается об изложенных в книге принципах с почти религиозным благоговением.

Еще один, уроженец Нью-Йорка и выпускник Гарварда, состоятельный владелец крупной ковровой фабрики, заявил, что за 14 недель обучения на курсах узнал об искусстве взаимодействия с людьми больше, чем за четыре года в колледже. Нелепо? Смешно? Невероятно? Разумеется, вы вправе усомниться в его утверждении и наградить этого человека каким угодно эпитетом. Я всего лишь пересказываю — без всяких дополнительных комментариев — речь консервативного и более чем успешного выпускника Гарварда, которую тот произнес в четверг 23 февраля 1933 года в Йельском клубе Нью-Йорка, в присутствии 600 слушателей.

«Если сравнить с тем, какими нам следует быть, — сказал знаменитый гарвардский профессор Уильям Джеймс, — то сейчас мы проснулись лишь наполовину. Мы задействуем наши физические и умственные ресурсы лишь отчасти. В более широком смысле это означает, что человеку предстоит пройти немалый путь, прежде чем он достигнет предела собственных возможностей. Он обладает разнообразными силами, которыми по обыкновению пренебрегает».

Да-да — силы, которыми мы «по обыкновению пренебрегаем»! Единственная цель моей книги — помочь вам

Конец ознакомительного фрагмента.
Приобрести книгу можно
в интернет-магазине
«Электронный универс»
e-Univers.ru