

ДЕЙЛ КАРНЕГИ

КАК
ЗАВОЕВЫВАТЬ
ДРУЗЕЙ
И ОКАЗЫВАТЬ
ВЛИЯНИЕ
НА
ЛЮДЕЙ



Издательство
АСТ
Москва

УДК 159.9
ББК 88.50
К24

Права на перевод получены соглашением с BN Publishing. Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Dale Carnegie
How to Win Friends & Influence People

Карнеги, Дейл.

К24 Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей / Дейл Карнеги. — Москва : Издательство АСТ, 2025. — 384 с.

ISBN 978-5-17-161249-8 (Легенда нон-фикшн.
Полное издание)

ISBN 978-5-17-161250-4 (Мировая классика.
Полный перевод)

Обновленный впервые за более чем сорок лет вневременной бестселлер Дейла Карнеги — классика, которая улучшила и изменила личную и профессиональную жизнь миллионов людей.

Это новое издание самой влиятельной книги по самосовершенствованию, с бесценным материалом, восстановленным из оригинального текста 1936 года. Одно из самых известных мотивационных руководств в истории, проданное десятками миллионов экземпляров, переведенное почти на все известные письменные языки, помогло бесчисленному множеству людей добиться успеха.

Надежные, проверенные временем и опытом советы Карнеги остаются актуальными для современного читателя, поскольку автор обращается к вечным вопросам об искусстве ладить с людьми.

Этот бестселлер в новом, современном, полном переводе передает важнейшие жизненные уроки посредством увлекательного повествования, показывая читателям, как стать теми, кем они хотят быть.

УДК 159.9
ББК 88.50

Макет подготовлен редакцией «Прайм»

ISBN 978-5-17-161249-8
(Легенда нон-фикшн.
Полное издание)
ISBN 978-5-17-161250-4
(Мировая классика.
Полный перевод)
ISBN 978-1607962977 (англ.)

© 1936 by Dale Carnegie
© 1964 by Dorothy Carnegie
© 2010 by BN Publishing
© Кучина Саша, перевод
на русский язык, 2023
© ООО «Издательство АСТ», 2025

Оглавление

Чем вам поможет эта книга? 8

Самый короткий путь к известности.
Предисловие Томаса Лоуэлла 10

Как и почему была написана эта книга.
Предисловие от автора 26

Часть первая.
Основные методы обращения с людьми 37

Глава первая.
Когда собираешь мед, не нужно пинать улей 38

Глава вторая.
Великий секрет общения с людьми 53

Глава третья.
Того, кто на это способен, поддерживает весь мир.
Тот, кто не способен, остается в одиночестве 68

Кратко:
Десять способов извлечь максимальную
пользу из этой книги 88

| | |
|--|-----------|
| Часть вторая. | |
| Шесть способов понравиться людям | 95 |
| <i>Глава первая.</i> | |
| Поступайте так — и вам везде будут рады | 96 |
| <i>Глава вторая.</i> | |
| Легкий способ произвести приятное первое впечатление | 111 |
| <i>Глава третья.</i> | |
| Если вы этого не сделаете, быть беде | 121 |
| <i>Глава четвертая.</i> | |
| Легкий способ стать приятным собеседником | 131 |
| <i>Глава пятая.</i> | |
| Как заинтересовать людей | 143 |
| <i>Глава шестая.</i> | |
| Как сразу же понравиться другим | 148 |
| <i>Кратко:</i> | |
| Шесть способов понравиться людям | 164 |

| | |
|---|------------|
| Часть третья. | |
| Двенадцать способов склонить людей на свою сторону | 165 |
| <i>Глава первая.</i> | |
| В споре победить невозможно | 166 |
| <i>Глава вторая.</i> | |
| Верный способ нажить врагов — и как этого избежать | 174 |
| <i>Глава третья.</i> | |
| Если вы не правы, признайте это | 188 |
| <i>Глава четвертая.</i> | |
| Прямой путь к человеческому разуму | 197 |

| | |
|---|-----|
| <i>Глава пятая.</i> | |
| Секрет Сократа | 211 |
| <i>Глава шестая.</i> | |
| Спасательный круг для тех, кому нужно выслушать жалобы | 218 |
| <i>Глава седьмая.</i> | |
| Как добиться сотрудничества | 226 |
| <i>Глава восьмая.</i> | |
| Чудесная формула, которая вас удивит | 236 |
| <i>Глава девятая.</i> | |
| Этого хотят все | 242 |
| <i>Глава десятая.</i> | |
| Призыв, который нравится всем | 251 |
| <i>Глава одиннадцатая.</i> | |
| Способ, который работает в кино и на радио и который можете попробовать применить и вы . . | 259 |
| <i>Глава двенадцатая.</i> | |
| Что делать, когда другие способы не работают | 264 |
| <i>Кратко:</i> | |
| Двенадцать способов склонить людей на свою сторону | 269 |

Часть четвертая.

**Девять способов заставить людей измениться,
не вызывая у них обиды и возмущения. 271**

Глава первая.

С чего начать, если нужно указать на ошибку 272

Глава вторая.

Как критиковать окружающих, не вызывая
ненависти 279

| | |
|---|-----|
| <i>Глава третья.</i> | |
| Признавайтесь в своих ошибках первым | 282 |
| <i>Глава четвертая.</i> | |
| Никто не любит приказы | 287 |
| <i>Глава пятая.</i> | |
| Позвольте собеседнику сохранить лицо | 289 |
| <i>Глава шестая.</i> | |
| Как подтолкнуть людей к успеху. | 293 |
| <i>Глава седьмая.</i> | |
| Доброе слово подобно смоле | 299 |
| <i>Глава восьмая.</i> | |
| Снижайте значимость ошибок | 303 |
| <i>Глава девятая.</i> | |
| Пусть люди радуются, когда делают то, что вам нужно | 307 |
| <i>Кратко:</i> | |
| Девять способов заставить людей измениться, не вызвав обиды и возмущения | 312 |

Часть пятая.

| | |
|---|------------|
| Письма, которые привели к волшебным результатам. | 315 |
|---|------------|

Часть шестая.

| | |
|---|------------|
| Семь правил счастливой семейной жизни. | 329 |
|---|------------|

Глава первая.

| | |
|---|-----|
| Как быстрее всего уничтожить свой брак. | 330 |
|---|-----|

Глава вторая.

| | |
|---|-----|
| Любите и не мешайте жить так, как хочется | 339 |
|---|-----|

| | |
|--|------------|
| <i>Глава третья.</i> | |
| Простой способ разрушить брак | 343 |
| <i>Глава четвертая.</i> | |
| Быстрый способ сделать всех счастливыми | 348 |
| <i>Глава пятая.</i> | |
| Что важно для женщин | 352 |
| <i>Глава шестая.</i> | |
| Не забывайте об этом, если желаете счастья | 356 |
| <i>Глава седьмая.</i> | |
| Освойте «брачную грамоту» | 361 |
| <i>Кратко:</i> | |
| Семь правил счастливой семейной жизни | 367 |
| Вопросы мужьям | 368 |
| Вопросы женам | 369 |
| | |
| Как я применяю принципы из этой книги | |
| в жизни | 371 |

ЧЕМ ВАМ ПОМОЖЕТ ЭТА КНИГА?

1. Вытащит из круговорота дел, подарит новые мысли, новое видение, новые стремления.
2. Поможет заводить друзей легко и быстро.
3. Сделает вас известнее.
4. Научит переубеждать людей.
5. Повысит ваше влияние, престиж и способность достигать целей.
6. Даст возможность завоевывать новых клиентов и заказчиков.
7. Научит вас зарабатывать больше.
8. Превратит вас в лучшего специалиста по продажам и руководителя.
9. Поможет избегать ссор, научит разбираться с жалобами и сделает легким ваше общение с людьми.
10. Объяснит, как выступать публично, и превратит в приятного собеседника.
11. Позволит с легкостью применять принципы психологии в ежедневном общении.
12. Научит заражать энтузиазмом сотрудников.

*Эта книга посвящается тому,
кому не нужно ее читать.*
Моему дорогому другу Гомеру Крою

САМЫЙ КОРОТКИЙ ПУТЬ К ИЗВЕСТНОСТИ.

Предисловие Томаса Лоуэлла¹

Одним холодным январским вечером две с половиной тысячи мужчин и женщин вошли в бальный зал отеля «Пенсильвания» в Нью-Йорке. К половине восьмого свободных мест не осталось. В восемь часов на вход в отель по-прежнему стояла очередь. Просторный балкон вскоре был забит людьми. Даже стоячие места были моментально заняты. Сотни человек, уставших после рабочего дня, полтора часа простояли, чтобы стать свидетелями чего?

Модного показа?

Финала шестидневной велосипедной гонки?

Явления Кларка Гейбла собственной персоной?

Нет. Этих людей привлекла реклама в газете. За два дня до этого вечера каждый из них купил выпуск «Нью-Йорк Сан» и увидел объявление, которое занимало целую полосу:

¹ Томас Лоуэлл (1892–1981) — американский писатель, телеведущий, сценарист и путешественник. — *Здесь и далее прим. ред.*

*«Повысьте свой доход.
Научитесь говорить убедительно.
Станьте лидером»*

Кажется, вы где-то это уже слышали? Да. Но, хотите верить, хотите нет, в самом искушенном городе на Земле, где из-за Великой депрессии двадцать процентов жителей оказались без работы, две с половиной тысячи человек вышли из дома и поехали в отель «Пенсильвания» только из-за этой рекламы.

Рекламы, которая появилась не в таблоиде и не в желтой прессе, а в самой консервативной местной газете. Люди, которые откликнулись на нее, принадлежали к среднему классу — руководители, предприниматели и специалисты с доходом от двух до пяти тысяч долларов в год.

Эти мужчины и женщины пришли на открытие суперсовременного практического курса по публичным выступлениям и влиянию на людей в бизнесе, который проводил Институт эффективного ораторского искусства и человеческих отношений Дейла Карнеги.

Но зачем же они пришли сюда, эти две с половиной тысячи бизнесменов?

Из-за того, что во время Великой депрессии им страстно захотелось научиться чему-то новому?

Вовсе нет, этот же курс проходил в Нью-Йорке при полных залах последние двадцать четыре года. За это время более пятнадцати тысяч бизнесменов и специалистов прошли обучение у Дейла Карнеги. Даже крупные консервативные организации,

которые были настроены скептически, например корпорация «Вестингхаус электрик», холдинг «Мак-Гроу Хилл», газовая компания «Бруклин Юнион» и телефонная сеть Нью-Йорка проводили подобное обучение персонала и руководителей на базе своих штаб-квартир.

Сам факт того, что все эти люди спустя десять или двадцать лет после выпуска из школы или колледжа пришли на обучение, весьма красноречиво подчеркивает шокирующие недостатки нашей образовательной системы.

Чему на самом деле хотят учиться взрослые? Это очень важный вопрос. И чтобы ответить на него, университет Чикаго, Американская ассоциация образования взрослых и школы союза христианской молодежи провели исследование, которое обошлось в двадцать пять тысяч долларов и заняло два года.

В результате оказалось, что более всего взрослых людей интересует здоровье. На втором месте оказалось развитие навыков человеческого общения. Люди хотят научиться ладить с себе подобными и влиять на них. Им не хочется становиться публичными ораторами, они не хотят слушать мудреные разговоры о психологии. Им нужны методы, которые они смогут сразу же применить в бизнесе, дома и при общении с людьми в повседневной жизни.

Так, значит, эти две с половиной тысячи человек хотели научиться именно этому?

«Ладно, — сказали исследователи. — Если им этого так хочется, то мы это устроим». Но, пустившись в поиски подходящего учебника по ежедневному

общению, обнаружили, что его пока так никто и не создал.

Вот ведь незадача! За сотни лет люди написали множество томов о высшей математике, латыни или древнегреческом языке — о том, о чем средне-статистический взрослый человек не имеет ни малейшего понятия. Но о том, чему этот самый взрослый жаждет научиться, чего ему не хватает и в чем он хочет совершенствоваться, не написал никто!

Вот почему две с половиной тысячи человек пришли в бальный зал отеля «Пенсильвания», увидев рекламу в газете. Именно здесь их ждало то, чего они так долго жаждали.

В школе и колледже люди корпели над книгами и верили, что только знания откроют им волшебные врата к финансовому и профессиональному благополучию.

Но стоило им пару лет проработать в реальных условиях, как иллюзии развеялись. Каждый из них стал свидетелем того, как невероятного успеха в бизнесе добивались люди, которые, помимо знаний, обладали уверенностью в себе, способностью переубеждать людей и «продавать» себя и свои идеи. Оказалось, что если хочется стать капитаном корабля и отправиться в плавание по суровым водам бизнеса, то личностные качества и способность общаться гораздо важнее, чем знание латинских глаголов или диплом Гарварда.

Реклама в газете обещала, что вечер в отеле «Пенсильвания» будет интересным. Так и оказалось.

Восемнадцать человек, которые уже прошли обучение, вышли на сцену. Пятнадцать из них

получили возможность в течение семидесяти пяти секунд рассказать о себе. Когда время подходило к концу, ведущий кричал: «Стоп! Следующий!»

Скорость этого действия была, словно у стада буйволов, несущегося по равнине. Зрители полтора часа наблюдали за выступлением.

О себе рассказывали представители самых разных сфер бизнеса — управляющий сети магазинов, пекарь, президент торгового союза, два банкира, продавцы машин, химикатов и виски, страховщик, секретарь союза производителей кирпичей, бухгалтер, дантист, архитектор, теолог, аптекарь, который приехал в Нью-Йорк из Индианаполиса только ради этого курса, адвокат, который прибыл из Гаваны, чтобы подготовиться к важному трехминутному выступлению.

Первого выступающего звали Патрик О'Хара. Он родился в Ирландии, всего четыре года отучился в школе, переехал в Америку и работал сначала механиком, а потом шофером.

В сорок лет, когда его семья стала стремительно расти, Патрик понял, что ему нужно больше денег. Тогда он попытался продавать грузовики. Страдая от сильнейшего комплекса неполноценности, Патрик шесть раз подходил к дверям офиса, прежде чем решился открыть их. Ему было настолько некомфортно заниматься продажами, что в какой-то момент захотелось вернуться в мастерскую и снова стать обычным механиком. А потом ему пришло приглашение на организационное собрание курса Дейла Карнеги по эффективному ораторскому искусству.

Патрик не хотел приходить. Он испугался, что на встрече соберутся выпускники колледжей, среди которых ему будет неуютно.

Настояла его отчаявшаяся супруга: «Пэт, может быть, курс пойдет тебе на пользу. Видит Бог, тебе это нужно». Патрик отправился по указанному адресу и пять минут простоял в подворотне, прежде чем собраться с силами и зайти в зал.

В первые несколько раз при любой попытке с кем-то заговорить Патрик чувствовал, как его сковывает страх. Но шли недели, и страх перед аудиторией исчез. Более того, Патрик понял, что ему нравится говорить, и чем больше слушателей, тем лучше. Он перестал бояться людей и собственных клиентов. Его уровень дохода увеличился многократно. Сегодня он один из самых звездных менеджеров по продажам в Нью-Йорке. В тот вечер в отеле «Пенсильвания» Патрик О'Хара стоял перед двумя с половиной тысячами людей и рассказывал веселую и удивительную историю своего пути. Аудитория то и дело взрывалась от хохота. Мало кто из профессиональных ораторов смог бы повторить его успех.

Следующий выступающий, Годфри Мейер, был пожилым банкиром и отцом одиннадцати детей. Когда он впервые попытался выступить публично, то буквально онемел. Его мозг отказался функционировать. История Годфри — яркая иллюстрация того, что положение лидера само приходит к человеку, который умеет говорить.

Он работал на Уолл-стрит и двадцать пять лет жил в Клифтоне, Нью-Джерси. За это время он