

ДЕЙЛ
КАРНЕГИ



Как приобретать друзей
и оказывать влияние
на людей



МОСКВА

УДК 159.9
ББК 88.5
К24

Dale Carnegie
HOW TO WIN FRIENDS AND INFLUENCE PEOPLE



Школа перевода
В. Баканова

Перевод с английского *Виталия Тулаева*

Литературный редактор *Г. Горбовский*

Оформление серии *Натальи Ярусовой*

Карнеги, Дейл.

К24 Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей / Дейл Карнеги ; [перевод с английского В. Тулаева]. — Москва : Эксмо, 2026. — 320 с. — (Всемирная литература (с картинкой)).

ISBN 978-5-04-225839-8

Практическое руководство по тому, как превращать людей в союзников и сделать свою жизнь счастливее. Мировой бестселлер от самого знаменитого оратора.

Советы Дейла Карнеги, выдержавшие испытание временем, помогли множеству людей добиться успеха как в бизнесе, так и в личной жизни. Книга научит вас располагать к себе людей, приобретать новых друзей и сохранять старых, влиять на чужое мнение, вызывать у окружающих доверие и устанавливать эффективные отношения даже с самыми конфликтными людьми.

УДК 159.9
ББК 88.5

ISBN 978-5-04-225839-8

© Тулаев В., перевод на русский язык, 2026
© Издание на русском языке, оформление.
ООО «Издательство «Эксмо», 2026

Восемь важных достижений, которые покорятся вам с помощью книги:

1. Вы избавитесь от интеллектуальных догм, обретете способность к новому образу мышления и видения мира, откроете в себе новые амбиции.
2. Научитесь легко и быстро заводить друзей.
3. Повысите свою востребованность.
4. Узнаете, как склонять людей к своей точке зрения.
5. Увеличите степень влияния на людей, укрепите свой авторитет и способность добиваться цели.
6. Поймете, как разбираться с претензиями, избегать споров и поддерживать ровные и приятные отношения с людьми.
7. Станете еще более искусным оратором и интересным собеседником.
8. Научитесь вызывать энтузиазм у коллег.

Данная книга, переведенная на тридцать шесть языков, помогла развить подобные качества более чем десяти миллионам читателей.

*Книга посвящается человеку,
у которого нет необходимости ее читать:
моему любимому другу Гомеру Крою*

Предисловие к новой редакции

Книга «Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей» была впервые опубликована в 1937 году тиражом всего лишь пять тысяч экземпляров. Ни Дейл Карнеги, ни издательство «Саймон и Шустер» не надеялись на большие продажи, однако, к их изумлению, книга в одночасье стала сенсацией. Из типографии выходили все новые тиражи — настолько бешено рос интерес со стороны общества. «Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей» заняла свое место в истории книгоиздания как международный бестселлер всех времен. Она задевала читателя за живое, удовлетворяла его потребность, и ее успех не стал лишь короткой вспышкой в течение периода, следовавшего за Великой депрессией, что подтверждается бесперебойными продажами и в восьмидесятых, почти полвека спустя.

Дейл Карнеги обычно говорил, что гораздо проще заработать миллион долларов, чем придумать меткую фразу. «Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей» попала точно в цель: ее цитировали, перефразировали, над ней шутили и использовали в самых разных контекстах — от политических шаржей до романов. Книга переведена почти на все имеющие письменность языки, и каждое поколение читателей открывает ее для себя заново и убеждается в актуальности.

Возникает логичный вопрос: зачем перерабатывать книгу, доказавшую и продолжающую доказывать свою эффективность и универсальность? Зачем вмешиваться в процесс?

Для ответа следует знать, что сам Дейл Карнеги в течение всей жизни неустанно вносил изменения в собственный труд. Книга была написана для использования в качестве учебного пособия для курса «Успешное ораторское искусство и человеческие взаимоотношения» и до сих пор для него применяется. До самой смерти, последовавшей в 1955 году, Дейл постоянно улучшал и пересматривал содержание курса, чтобы сделать его применимым для все новых и новых нужд своей эволюционирующей аудитории. Невозможно найти человека более чувствительного к переменам тенденций современной жизни, чем Дейл Карнеги. Он все время оттачивал и совершенствовал методы преподавания и несколько раз серьезно обновлял учебник по ораторским навыкам. Проживи Дейл дольше, он наверняка сам переработал бы настоящую книгу, дабы отразить в ней изменения мира, произошедшие с тридцатых годов.

Имена многих упоминаемых в книге выдающихся людей, хорошо известных на момент первой публикации, ничего не скажут современному читателю. Некоторые примеры и выражения покажутся странными и устаревшими в текущем социальном контексте, подобно пассажам из викторианских романов, и в этой связи ослабляется посыл и общее воздействие труда Карнеги.

Поэтому цель переработки издания сводится к тому, чтобы сделать его более понятным сегодняшней аудитории, не затрагивая смысл. Мы позволили себе лишь небольшие коррективы — кое-что пришлось сократить и добавить больше современных примеров. Свободный

и непринужденный стиль Карнеги полностью сохранен, вплоть до специфического сленга, применявшегося в тридцатых. Дейл писал точно так же, как и говорил, — в энергичной и разговорной манере.

Таким образом, голос его звучит по-прежнему убедительно. Тысячи людей на планете проходят обучение на курсах Карнеги, и количество их растет с каждым годом. Тысячи и тысячи изучают книгу «Как приобрести друзей и оказывать влияние на людей» и, вдохновляясь изложенными в ней правилами, используют их для улучшения качества собственной жизни. Каждому из них мы предлагаем настоящее переработанное издание в качестве вновь отточенного и тщательно смазанного прекрасного инструмента.

Дороти Карнеги
(миссис Дейл Карнеги)

Как и почему была написана книга

За первые тридцать пять лет двадцатого века издательские дома США напечатали более пяти миллионов различных книг. Многие из них страшно скучны, публикация других закончилась полным финансовым крахом. Я говорю «многие», а президент одного из крупнейших издательств мира признался, что его компания, существующая на рынке семьдесят пять лет, все еще терпит убытки на семи из каждых восьми изданных книг.

Почему же я тогда осмелился написать еще одну? И почему вы должны утруждать себя ее чтением?

Оба вопроса имеют место, и я постараюсь на них ответить.

Начиная с 1912 года я проводил образовательные курсы в Нью-Йорке, предназначенные для предпринимателей и профессиональных специалистов. Сперва я сосредоточился на преподавании искусства выступать на публике. На этих курсах я решил, используя реальные примеры, учить взрослых слушателей самостоятельно мыслить и выражать свои идеи ясно, эффективно и спокойно, как на переговорах, так и перед большими аудиториями.

Время шло, и постепенно я пришел к выводу: да, мои взрослые ученики, безусловно, нуждаются в совершенствовании навыков ораторского мастерства, но еще более им требуется тонкая настройка: умение ладить

с людьми в повседневном деловом общении и в общественной жизни.

Кроме того, я осознал, что подобная подготовка необходима и мне. Вспоминая те годы, я прихожу в ужас от собственной бестактности и неспособности понимать других. Как же мне нужна была тогда книга, которую вы теперь держите в руках! Она стала бы для меня бесценным даром.

Вероятно, для каждого из нас огромной проблемой является взаимодействие с людьми, особенно если вы — бизнесмен. Между прочим, то же самое весьма актуально и для домохозяйки, архитектора или инженера. Несколько лет назад под эгидой Фонда Карнеги прошло исследование по улучшению качества преподавания. Выяснился очень важный и очень существенный факт, который впоследствии дополнительно подтвердили исследования, проведенные Технологическим институтом Карнеги. Как выяснилось, даже в таких исключительно технических областях знания, как конструирование систем и приборов, около пятнадцати процентов финансовой успешности зависит от специфических знаний, а еще восемьдесят пять — от навыков взаимодействия с персоналом, личных качеств руководителя и его способности повести за собой людей.

Много лет я проводил курсы в Клубе инженеров Филадельфии и в Нью-Йоркском филиале Американского института инженеров-электриков. Всего за это время у меня прошло подготовку более полутора тысяч человек. Все они приходили ко мне, осознав после долгих наблюдений, что лучше всего в области инженерного дела, как правило, оплачиваются вовсе не те специалисты, которые в совершенстве обладают специальными знаниями. Например, можно нанять за довольно символическую плату профессионала, досконально владеющего

го техническими, бухгалтерскими или архитектурными навыками, однако человек, обладающий еще и умением выражать свои мысли, брать на себя бремя лидерства и пробуждать в коллегах энтузиазм, в перспективе неизбежно заработает больше.

В период расцвета своего бизнеса Джон Рокфеллер сказал: «Способность взаимодействовать с людьми — самый востребованный товар, такой же, как сахар или кофе. За подобный талант я заплачу больше, чем за любой другой».

Разве не разумно предположить, что в каждом колледже страны учредят курс для развития столь высокооплачиваемых талантов? Если таковой практический, основанный на здравом смысле проект где-то и появился, то я об этом ничего не слышал.

Чикагский университет совместно со школами Ассоциации христианской молодежи запустил исследование для определения потребностей взрослого населения в конкретном образовании.

Проект, продолжавшийся два года, обошелся в двадцать пять тысяч долларов. Последнюю его часть провели в Меридене, в Коннектикуте, который выбрали как представителя наиболее типичных американских городов. Опросили каждого совершеннолетнего жителя, задав сто пятьдесят шесть вопросов:

Каким бизнесом вы руководите?

По какой специальности вы работаете?

Какое у вас образование?

Как вы проводите свободное время?

Каков ваш доход?

Какие у вас хобби?

К чему вы стремитесь?

С какими сталкиваетесь сложностями?

Какой предмет вы желали бы изучить?

Спрашивали и о многом другом.

Исследование позволило выяснить, что в основном жители города интересуются собственным здоровьем. Второй областью интересов оказались люди. Как научиться их понимать, как с ними ладить? Как заставить человека тебя полюбить? Как склонить собеседника к твоей точке зрения?

В итоге комитет, проводивший опросы, решил основать в Меридене курсы для взрослых слушателей. Начали искать учебник, соответствующий потребностям опрошенных, и не нашли ничего подходящего. В итоге представители комитета обратились к одному из серьезных авторитетов в области образования взрослых и спросили — не знает ли он книги, которая позволила бы удовлетворить интересы целевого сегмента. «Нет, — ответил он. — Я понимаю, чего хотят ваши клиенты, однако книга, которая им подошла бы, до сих пор не написана».

Из личного опыта знаю — это правда, и все же я долго искал практическое пособие по человеческим взаимоотношениям.

Подобной книги не существовало, и я решил ее написать — для использования на своих курсах. Она перед вами, и, надеюсь, вы ее оцените.

Готовя для нее материал, я прочел все, что хоть как-то касалось интересующего меня предмета. Газеты, колонки в журналах, записи судов по семейным делам, труды древних философов и современных психологов... Нанял исследователя, который провел полтора года в различных библиотеках, читая пропущенные мною источники, изучая книги мэтров психологии и сотни научных статей, просматривая бесчисленные биографии, — он пытался выяснить, как великие лидеры прошлых времен взаимодействовали с окружающими. Мы пролистали их мемуары и истории жизни выдающихся людей — от Юлия Цезаря

заря до Томаса Эдисона. Помню, только жизнеописаний Теодора Рузвельта мы проработали не меньше сотни. Мы не жалели ни времени, ни сил, стараясь выявить практические идеи, получившие применение в прошлом. Как приобретать друзей? Как влиять на окружающих?

Я лично опросил огромное количество успешных людей, в том числе изобретателей с мировым именем, таких как Маркони и Эдисон. Политических лидеров — Франклина Рузвельта и Джеймса Фарли. Знаменитых бизнесменов — например, Оуэна Юнга. Кинозвезд Кларка Гейбла и Мэри Пикфорд, исследователей, включая Мартина Джонсона. Пытался выяснить, какие методы они применяли в сфере человеческих взаимоотношений.

Перелопатив кучу материала, я подготовил краткий обзор, назвав его «Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей». То есть кратким он был в самом начале, однако вскоре приобрел объем, подходящий для полноценной лекции на целых полтора часа. Несколько лет подряд я читал ее взрослым слушателям на курсах Института Карнеги в Нью-Йорке.

Рассказывал о своих выводах, призывая учеников испытать их в своем бизнесе и взаимоотношениях в обществе, а затем вернуться в нашу аудиторию с рассказом о полученном опыте и достигнутых результатах. Интереснейший получился проект! Мужчины и женщины, жаждущие саморазвития, были очарованы идеей своеобразной лаборатории нового типа, первой и единственной мастерской в области взаимодействия между людьми.

Не могу сказать, что моя книга была написана в обычном смысле этого слова. Она выросла, как растет дитя. Развилась из маленькой лаборатории, из опыта тысяч моих взрослых учеников.

Много лет назад мы начали с лаконичного свода правил, напечатанных на карточке типа почтовой открытки. На следующий год карточка стала больше, потом превратилась в брошюру, потом в серию брошюр, каждая из которых постепенно увеличивалась в объеме. Прошло пятнадцать лет экспериментов и исследований, и наконец родилась книга.

Правила, которые я в ней привожу, — не просто теории и догадки. Они работают словно по волшебству. Звучит невероятно, и все же я видел, как их применение буквально переворачивает жизни многих людей.

Для примера: однажды на мой курс записался человек, в подчинении у которого находилось триста четырнадцать работников. Много лет он их подгонял, критиковал и порицал по поводу и без. Доброта, признание и одобрение были для него понятиями чуждыми. Изучив изложенные в книге принципы, он резко изменил свою жизненную философию. В его компании теперь воцарилась атмосфера лояльности, энтузиазма и командного духа. Триста четырнадцать врагов в одночасье превратились в три с лишним сотни друзей. Этот человек гордо сказал мне перед одним из занятий: «Раньше, когда я шел по территории, ни одна душа со мной не здоровалась. Все служащие, заметив мое приближение, отворачивались в сторону, а теперь у нас теплые отношения, и даже уборщик обращается ко мне по имени».

Итак, отучившись на курсах, этот бизнесмен увеличил свою прибыль, у него появилось больше времени на досуг и, что бесконечно важно, — он теперь счастлив и на работе, и дома.

Огромное количество торговых представителей также существенно нарастили свой результат, используя рекомендованные мною принципы. Многим удалось обрести новыми заказчиками, о чем они раньше могли только