


# ДЕЙЛ КАРНЕГИ

КАК ЗАВОЕВЫВАТЬ  
ДРУЗЕЙ И ОКАЗЫВАТЬ  
ВЛИЯНИЕ НА ЛЮДЕЙ

КАК ВЫРАБАТЫВАТЬ  
УВЕРЕННОСТЬ  
В СЕБЕ И ВЛИЯТЬ  
НА ЛЮДЕЙ, ВЫСТУПАЯ  
ПУБЛИЧНО

КАК ПЕРЕСТАТЬ  
БЕСПОКОИТЬСЯ  
И НАЧАТЬ  
ЖИТЬ

 **БОМБОРА**  
ИЗДАТЕЛЬСТВО  
Москва

УДК 159.9  
ББК 88.52  
К24

Dale Carnegie

How to win friends and influence people

How to Develop Self Confidence and Improve Public Speaking

How to stop worrying and start living

**Карнеги, Дейл.**

К24 Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей; Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично; Как перестать беспокоиться и начать жить : [перевод с английского] / Дейл Карнеги. — Москва : Эксмо, 2026. — 736 с.

ISBN 978-5-04-232729-2

Дейл Карнеги — один из самых влиятельных мыслителей и мотивационных спикеров XX века, автор классических книг по личной эффективности, общению и психологии влияния. Его труды переведены на более чем 30 языков и разошлись по миру общим тиражом свыше 100 миллионов экземпляров, оставаясь актуальными уже несколько поколений.

Это издание объединяет три ключевые книги Карнеги, которые помогают выстраивать отношения, уверенно доносить свои идеи и сохранять внутреннее спокойствие в условиях постоянного давления и неопределенности. Вместе они дают ответы на главные жизненные вопросы: как находить общий язык с людьми, как говорить так, чтобы вас слышали, и как перестать жить в состоянии тревоги.

УДК 159.9  
ББК 88.52

- © Сайфуллина А., перевод на русский язык «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей», 2025
- © Бурдыкина М., перевод на русский язык «Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично», 2025
- © Забара А., перевод на русский «Как перестать беспокоиться и начать жить», 2025

ISBN 978-5-04-232729-2 © Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2026

## Содержание

<b>КАК ЗАВОЕВЫВАТЬ ДРУЗЕЙ И ОКАЗЫВАТЬ ВЛИЯНИЕ НА ЛЮДЕЙ .....</b>	<b>7</b>
<b>КАК ВЫРАБАТЫВАТЬ УВЕРЕННОСТЬ В СЕБЕ И ВЛИЯТЬ НА ЛЮДЕЙ, ВЫСТУПАЯ ПУБЛИЧНО .....</b>	<b>257</b>
<b>КАК ПЕРЕСТАТЬ БЕСПОКОИТЬСЯ И НАЧАТЬ ЖИТЬ .....</b>	<b>451</b>



**КАК ЗАВОЕВЫВАТЬ  
ДРУЗЕЙ  
И ОКАЗЫВАТЬ  
ВЛИЯНИЕ  
НА ЛЮДЕЙ**



Книга посвящается тому, кому не нужно ее читать, —  
моему сердечному другу  
Гомеру Крою.



## ДВЕНАДЦАТЬ ВЕЩЕЙ, КОТОРЫЕ ЭТА КНИГА ПОМОЖЕТ ВАМ ДОСТИЧЬ

1. Освободиться от привычных шаблонов мышления, научиться смотреть на мир по-новому и находить свежие идеи и цели.
2. Легко и естественно заводить друзей.
3. Повысить свою популярность.
4. Убеждать людей видеть вещи с вашей точки зрения — без давления и споров.
5. Укрепить свое влияние, авторитет и способность добиваться нужных результатов.
6. Привлекать новых клиентов и партнеров.
7. Увеличить доход и профессиональные возможности.
8. Стать более убедительным продавцом и эффективным руководителем.
9. Грамотно разбирать жалобы, избегать конфликтов и делать общение приятным и легким.
10. Улучшить ораторские навыки и стать интересным собеседником.
11. Научиться применять принципы психологии в повседневной жизни просто и с пользой.
12. Вдохновлять коллег, друзей и партнеров.



## КРАТЧАЙШИЙ ПУТЬ К ПРИЗНАНИЮ



Был холодный январский вечер 1935 года, но погода не остановила толпу. Две с половиной тысячи мужчин и женщин заполнили огромный бальный зал отеля «Пенсильвания» в Нью-Йорке. К половине восьмого не осталось ни одного свободного места. В восемь часов люди все еще шли потоком. Балкон вскоре оказался переполнен, а потом и стоячие места стали на вес золота. Сотни людей, уставших после рабочего дня, стояли час с лишним, чтобы увидеть что?

Показ мод? Шестидневные велогонки? Или, может быть, личное появление Кларка Гейбла?

Нет. Эти люди пришли по объявлению в газете. Два дня назад они заметили в *New York Sun* целую страницу с броским заголовком:

*«Научитесь говорить убедительно.  
Подготовьтесь к лидерству».*

Банальные истины? Возможно. Но, как ни странно, в самом современном городе мира, в разгар депрессии, когда двадцать процентов населения жили на пособие, две с половиной тысячи человек оставили свои дома и поспешили в отель по зову этого объявления.

Пришли они не случайно. Большинство принадлежали к обеспеченным слоям: руководители, предприниматели, профессионалы. Эти мужчины и женщины собрались на открытие новейшего и предельно практичного курса — *«Искусство говорить и влиять на людей в бизнесе»*, организованного Институтом по эффективному ораторству и человеческим отношениям Дейла Карнеги.

Почему они пришли? Из-за внезапного стремления к образованию, вызванного депрессией?

Очевидно, нет, ведь тот же курс неизменно собирал полные залы в Нью-Йорке на протяжении двадцати четырех лет. За это время Дейл Карнеги обучил более пятнадцати тысяч предпринимателей и специалистов. И даже крупнейшие, довольно консервативные, скептически настроенные организации, среди которых *Westinghouse Electric*, *McGraw-Hill Publishing*, *Brooklyn Union Gas*, *Brooklyn Chamber of Commerce*, *American Institute of Electrical Engineers* и *New York Telephone*, проводили этот курс прямо у себя, для пользы своих сотрудников и руководителей.

Тот факт, что эти люди (а многие из них закончили школу, колледж или университет десять, а то и двадцать лет назад) снова садятся за парты, красноречиво говорит о вопиющих пробелах в нашей системе образования.

Чему же на самом деле хотят учиться взрослые? Вопрос далеко не праздный. Чтобы ответить на него, Чикагский университет, Американская ассоциация образования взрослых и школы при объединении Y.M.C.A. провели совместное исследование, длившееся два года.

Результаты оказались показательными: на первом месте среди интересов взрослых стоит здоровье. А сразу за ним — умение ладить с людьми. Им хотелось овладеть искусством общения, научиться влиять на других и вызывать расположение к себе. При этом они не стремились становиться публичными ораторами и не жаждали слушать высокопарные рассуждения о психологии. Они хотели получать советы, которые можно применить сразу в деловых переговорах, в кругу знакомых и дома.

«Так вот чего ищут взрослые? — сказали исследователи. — Хорошо. Если им это нужно, мы им это дадим».

Но, когда они стали искать подходящее учебное пособие, выяснилось, что ничего подобного не существует. Не было ни одной практической книги, которая помогала бы людям решать повседневные проблемы человеческих отношений.

Ирония судьбы! Веками ученые писали тома о греческом и латинском языках, о высшей математике — о предметах, к которым у большинства взрослых нет ни малейшего интереса. А вот о том, в чем человек больше всего нуждается — как строить отношения, как понимать других, — не существовало ни одного путеводителя, ни одной живой книги.

Вот почему две с половиной тысячи человек тем январским вечером заполнили зал отеля «Пенсильвания». Они пришли туда в надежде наконец найти то, чего им не хватало долгие годы.

Когда-то, в школе и колледже, они часами корпели над книгами, свято веря, что знание само по себе — ключ к успеху, золотой пропуск к финансовому и профессиональному благополучию. Но несколько лет, проведенных в суровом мире бизнеса, быстро развеяли эти иллюзии. Они видели, как самой громкой похвалы удостаивались не те, кто знал больше, а те, кто умел говорить ясно, уверенно, захватывающе. Те, кто умел убеждать, представлять свою точку зрения, продавать не только товар, но и самого себя, свои идеи.

*Очень скоро стало очевидно:  
если хочешь быть капитаном корабля  
под названием «бизнес», нужны не латинские глаголы  
и не диплом Гарварда, а личность и способность говорить  
так, чтобы тебя слушали.*

Объявление в *New York Sun* обещало, что встреча будет не только полезной, но и занимательной. И действительно, так и вышло. Восемнадцать человек, уже прошедших курс, стояли у микрофона. Пятнадцати из них отвели ровно семьдесят пять секунд, чтобы рассказать свои истории. Не успевал человек договорить — *бах!* — ударял молоточек, и председатель громко объявлял: «Время! Следующий!» Все происходило стремительно, люди стояли полтора часа, завороченно наблюдая за выступлениями.

Ораторы были из абсолютно разных сфер: несколько торговых агентов, управляющий сети магазинов, пекарь, президент торговой ассоциации, два банкира, страховой агент, бухгалтер, стоматолог, архитектор, аптекарь, приехавший из Индианаполиса, и юрист с Гаваны, специально прибывший в Нью-Йорк, чтобы подготовиться к одной важной трехминутной речи.

---

Первым выступал Патрик Дж. О'Хэр. Родом из Ирландии, он учился всего четыре года, потом перебрался в Америку, где работал механиком, затем шофером.

Теперь ему было сорок, у него была растущая семья, а денег все не хватало. Он попробовал продавать грузовики, но уверенности в себе не было никакой. Как он сам потом говорил, комплекс неполноценности