



Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей

Дейл Карнеги

How to Win Friends and Influence People
Dale Carnegie

Smart Reading. Ценные идеи из лучших книг

Smart Reading

**Ключевые идеи книги: Как
приобретать друзей и оказывать
влияние на людей. Дейл Карнеги**

«Смарт Ридинг»

2020

Smart Reading

Ключевые идеи книги: Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей. Дейл Карнеги / Smart Reading — «Смарт Ридинг», 2020 — (Smart Reading. Ценные идеи из лучших книг)

Этот текст – сокращенная версия книги Дейла Карнеги «Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей». Только самые ценные мысли, идеи, кейсы, примеры. О книге Советы Дейла Карнеги, как завоевывать друзей, стали достоянием человечества почти сто лет назад. Вначале их приняли за аксиому и провозгласили библией отношений. Со временем выяснилось, что они не универсальны и лучше работают в сочетании с законом больших чисел. Уроки Дейла Карнеги – это фундамент успеха в обществе, но выстраивать здание под ключ каждый должен сам. С их помощью человек добьется успеха, если будет упорно двигаться вперед, невзирая на сопротивление среды. Книга объясняет, как оказывать влияние на людей, если вы им не нравитесь. Как управлять окружающими, склоняя их к своему образу мыслей. Как переубедить собеседника и при этом не обидеть. Они одинаково эффективны для публичных выступлений, деловых переговоров и личных отношений.

Зачем читать

- Улучшить свое положение в обществе.
- Подняться по лестнице успеха в бизнесе и личной жизни.
- Завоевать друзей и влиять на людей.

Об авторе Дейл Карнеги вначале был простым деревенским парнем из Миссури. Это уже потом он превратился в оратора и педагога. Он создал новый популярный жанр литературы по самосовершенствованию, породил тысячи подражателей и последователей. В 1936 году вышла его книга «Как завоевывать друзей и влиять на людей». С тех пор имя Карнеги стало нарицательным. Миллионы читателей пользуются его советами, творчески переосмысливая их и подбирая под себя. В формате PDF А4 сохранён издательский макет.

© Smart Reading, 2020

© Смарт Ридинг, 2020

Содержание

Основные приемы при сближении с людьми	8
Шесть способов располагать к себе людей	11
Конец ознакомительного фрагмента.	13

Краткое содержание книги: Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей. Дейл Карнеги

Оригинальное название:

How to Win Friends & Influence People

Автор:

Дейл Карнеги

Тема:

Личная эффективность

Правовую поддержку обеспечивает юридическая фирма AllMediaLaw
www.allmedialaw.ru

* * *

Карнеги написал эту книгу как учебное пособие для использования на его собственных курсах. Книга уже давно стала классикой популярной психологии, поскольку каждому хочется иметь большое количество друзей, больше влияния и больше удачи. Книга как раз поможет Вам в осуществлении этих желаний.

Однажды Американской ассоциацией образования для взрослых было проведено исследование, имевшее целью выяснить, что именно желают изучать взрослые люди. В результате было установлено, что после проблемы сохранения здоровья, взрослые люди более всего интересуются сведениями о том, как разбираться в людях, как преуспевать в обществе, как располагать к себе людей и как склонять их к своему взгляду на вещи.

Книга «Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей» излагает способ, взаимоотношений с людьми, эффективность которого проверена более чем двадцатилетним стажем и опытом обучения бизнесменов и специалистов.

Эта книга даст вам наиболее ценные навыки:

- 1) Выведет вас из умственного тупика, даст вам новые мысли, новые мечты, новые цели.
- 2) Даст вам возможность легко и быстро приобретать друзей.
- 3) Поднимать вашу популярность.
- 4) Поможет вам склонять людей к своей точке зрения.
- 5) Увеличит ваше влияние, ваш престиж, ваше умение добиваться своего.
- 6) Наделит вас способностью привлекать новых клиентов, новых заказчиков.
- 7) Повысит ваше умение зарабатывать.
- 8) Улучшит ваши деловые качества.
- 9) Поможет вам сдерживать недовольство, избегать споров, поддерживать ровные и любезные отношения с людьми.
- 10) Сделает вас более искусным оратором, более интересным собеседником.
- 11) Научит вас легко и свободно применять принципы психологии в ежедневном общении с людьми.
- 12) Поможет вам поднимать деловой энтузиазм среди ваших сотрудников.

Основная мысль книги:

Поступай с другими людьми так, как хочешь, чтобы они поступали с тобой.

Основные приемы при сближении с людьми

Если вы хотите достать мед, не опрокидывайте улей!

Воздерживайтесь от критики в адрес других людей. Критика бесполезна, ибо она ставит человека в позицию обороняющегося и побуждает его искать для себя оправдание. **Критика опасна, ибо она ранит драгоценное для человека чувство собственного достоинства, наносит удар по его представлению о собственной значимости и возбуждает в нем чувство обиды и негодования.**

В старой германской армии солдату не разрешалось подавать жалобу сразу после происшествия, давшего для нее повод. Он должен был сдержать первое чувство обиды, «заспать» его или «остыть». Если же он подавал жалобу немедленно в день происшествия, его наказывали. В повседневной жизни тоже следовало бы ввести подобный закон для ворчливых родителей, сварливых жен, бранящихся работодателей и целой армии несносных любителей выискивать чужие ошибки.

Глупец может критиковать, осуждать и высказывать недовольство. И большинство глупцов так и делают. Но, чтобы понимать и прощать, необходимо овладеть характером и выработать самоконтроль.

Вместо того, чтобы осуждать людей, постарайтесь понять их. Постарайтесь постичь, почему они поступают именно так, а не иначе. Это бесконечно более выгодно и интересно. Это порождает взаимное понимание, терпимость и великодушие.

Величайший секрет общения с людьми

Существует только один путь убедить кого-либо что-либо сделать – это заставить другого захотеть сделать это. Другого пути нет.

Конечно, вы можете заставить человека «захотеть» отдать вам часы, ткнув под ребро револьвер. Вы можете принудить служащего к разовому акту повинения, пригрозив ему увольнением. Вы можете ремнем или угрозой заставить ребенка сделать то, чего вы хотите. Но эти грубые методы имеют крайне нежелательные последствия.

Единственный способ, которым могут убедить вас что-либо сделать – это предложить вам то, чего вы хотите.

Одной из самых сильных потребностей человека является осознание собственной значительности.

Именно желание почувствовать свою значительность вдохновило Диккенса на создание бессмертных романов. Оно вдохновило сэра Кристофера Рена создать свою симфонию в камне. Это желание заставило Рокфеллера копить миллионы, которых ему никогда не истратить и богатейшего человека в вашем городе построить дом, намного превосходящий своими размерами его потребности.

Это желание заставляет вас одеваться по последней моде, водить машину самой последней марки и распространяться о том, какие изумительные у вас дети.

Иногда люди изображают из себя беспомощных больных, чтобы привлечь к себе внимание, и обрести тем самым чувство своей значительности.

Если некоторые люди так алчут чувства значительности, что действительно сходят с ума, чтобы получить его, представьте, каких чудесных результатов мы можем достичь в отношениях с людьми, искренне признавая их значительность.

Речь не идет о лести и угодничестве – это редко оказывает воздействие на проницательных людей.

Это мелко, фальшиво и неискренне. Этого не следует делать, и это обычно делается. Верно, что некоторые так алчут и жаждут признания, что они довольствуются и малым, подобно тому, как умирающий с голода готов есть траву и червей.

В чем различие между высокой оценкой и лестью? Первая искренна, вторая – нет. Первая идет от сердца, вторая – сквозь зубы. Первая правдива, вторая – фальшива. Первая вызывает всеобщее восхищение, вторая – всеобщее презрение.

Давайте честно, искренне признавать хорошие черты в других. Будьте сердечны в своем одобрении и щедры на похвалы, и люди будут дорожить вашими словами, помнить их и повторять в течение всей жизни – повторять спустя годы и после того, как вы забудете их.

Кто способен так поступать, с тем весь мир, кто не способен – идет в одиночестве

Каждое лето я хожу удить рыбу. Лично я очень люблю землянику со сливками, однако, обнаружил, что по каким-то странным причинам рыба предпочитает червей. Поэтому, когда ужусь рыбу, думаю не о том, что люблю я, а о том, что любит рыба, и насаживаю на крючок не землянику со сливками, а червяка или кузнечика.

Существует один способ в подлунном мире оказать влияние на другого человека: это говорить с ним о том, что является предметом его желаний, и показать ему, как можно этого достичь.

Вспомните об этом завтра, когда вы будете стараться заставить кого-нибудь что-нибудь сделать. Если, например, вы не хотите, чтобы ваш сын курил, не запрещайте ему этого, и не говорите ему, что вы этого не хотите. А наглядно ему объясните, каким образом сигареты могут закрыть ему путь в бейсбольную команду или лишить победы в забеге на сто ярдов.

Каждое совершенное нами действие, со дня нашего появления на свет, было совершено потому, что мы чего-то хотели.

Наилучший совет, который можно дать, если вы хотите побудить кого-либо к действию – будь то в работе, домашней жизни, школе или политике – прежде всего, пробудите в нем какое-нибудь сильное желание. Кто способен сделать это, с тем – весь мир. Кто не способен – идет в одиночестве.

Один из лучших советов в сфере тонкого искусства человеческих взаимоотношений дан Генри Фордом в его словах: «Если существует некий секрет успеха, он заключается в способности принять точку зрения другого человека и видеть вещи под его углом зрения так же хорошо, как под своим собственным». Это очень хорошо сказано. Это так просто, так очевидно,

что всякий должен увидеть справедливость этих слов с первого взгляда, однако 90 % людей на этой земле в 90 случаях из 100 игнорируют эту истину.

Шесть способов располагать к себе людей

1. Проявляйте искренний интерес к людям.

Один человек, проявляя неподдельный интерес к людям, может приобрести друзей за два месяца больше, чем другой за два года, изо всех сил старающийся заинтересовать их собой.

Однако и мне и вам известны люди, в течение всей жизни, совершающие грубую ошибку, всячески намекая другим, что тем подобало бы проявлять интерес к ним. Телефонная компания предприняла детальное изучение телефонных переговоров для того, чтобы определить наиболее часто употребляемое слово. Это личное местоимение «Я». Оно было использовано 3990 раз в 500 телефонных разговорах.

Индивидуум, который не проявляет интерес к своим собратьям – людям, переживает наибольшие трудности в жизни и причиняет наибольшие несправедливости другим. Из среды подобных личностей происходят неудачники и банкроты.

Если мы хотим завести друзей, давайте будем делать что-нибудь требующее от нас нашего времени, энергии, бескорыстных чувств и внимательности к другим.

Действительна ли подобная философия в мире бизнеса? Сотрудник одного из крупнейших банков Нью-Йорка, мистер Чарльз Р. Уолтерс, получил задание срочно подготовить конфиденциальный доклад об одной корпорации. Он знал лишь одного человека, который располагал столь необходимым ему материалом и отправился к нему с визитом. Это был президент крупной промышленной компании. Пропустив Уолтерса в кабинет президента, секретарша – молодая женщина, просунула голову в дверь и сказала президенту, что сегодня у нее нет для него марок. «Я собираю марки для своего двенадцатилетнего сына», – объяснил президент мистеру Уолтерсу.

Мистер Уолтерс объяснил причину своего визита и начал задавать вопросы. Президент отвечал неохотно, очень общими и туманными фразами. Он не хотел разговаривать и было видно, что Уолтерс не сможет склонить его к беседе. Интервью оказалось коротким и бесплодным.

«Откровенно говоря, я не знал, что мне делать, – признался мистер Уолтерс, рассказывая эту историю студентам наших курсов, – потом вспомнил, что сказала ему его секретарь: марки, двенадцатилетний сын». И припомнил также, что иностранный отдел нашего банка коллекционирует марки с писем, приходящих к нам со всех континентов.

На следующий день после полудня, я позвонил этому джентльмену и сказал лишь, что у меня есть несколько марок для его сына. Был ли я встречен с энтузиазмом в этот раз? О да, сэр. Он не смог бы трясти мою руку с большим воодушевлением, даже если бы рекламировал себя на выборах в конгресс. Он излучал радушие и доброжелательность.

С полчаса мы потратили на разговоры о марках и разглядывание фотографий его сына, а затем, даже без моей просьбы об этом, он посвятил более часа своего времени, чтобы дать мне всю необходимую информацию для меня. Он рассказал мне все, что знал сам, а потом вызвал и расспросил

своих подчиненных. Он позвонил некоторым из своих коллег и засыпал меня фактами, сообщениями и корреспонденциями. Говоря языком газетчиков, я произвел сенсацию».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.