

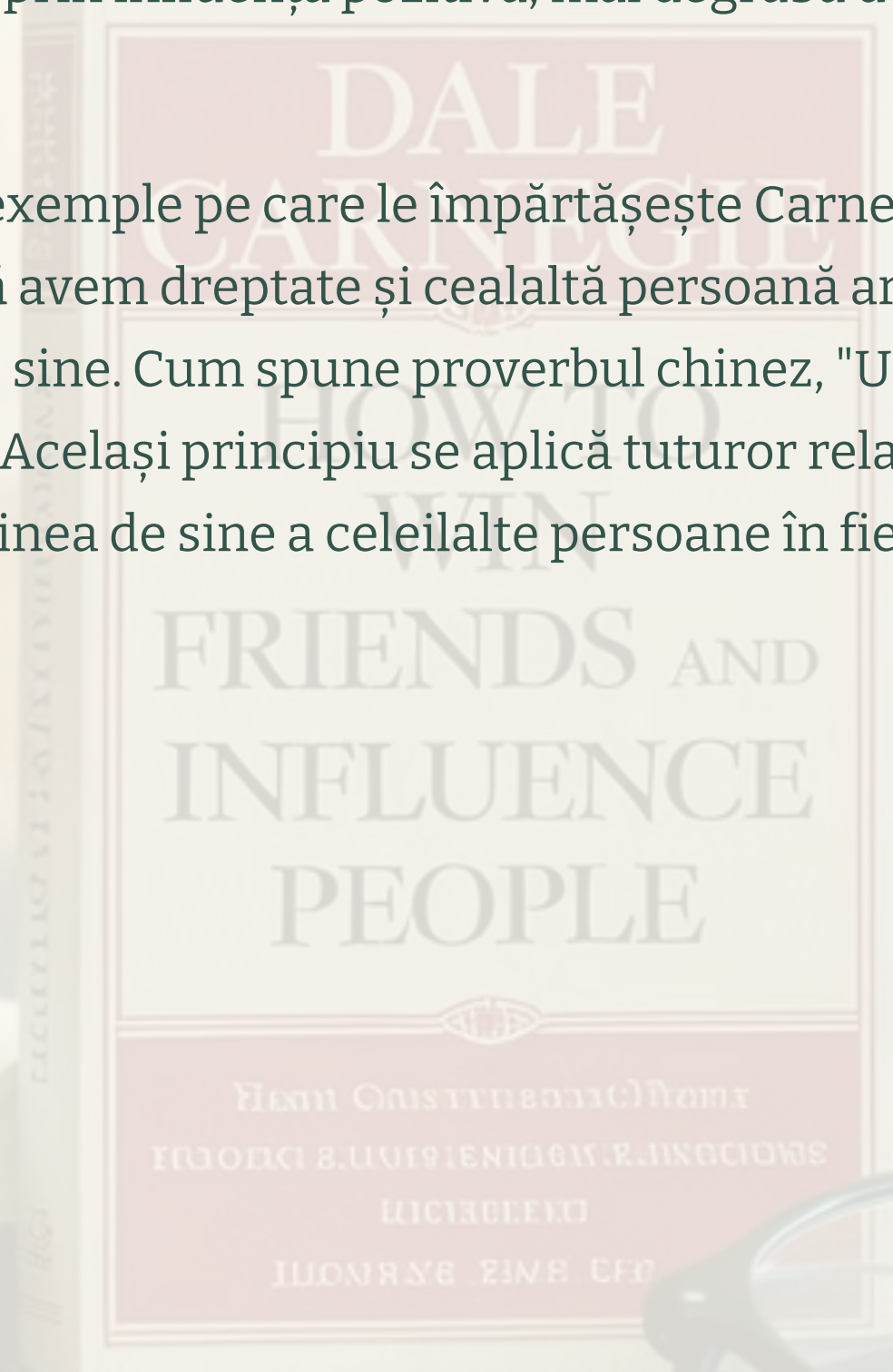


Cum să câștigi prieteni și să influențezi oamenii

Ghidul intemporel al lui Dale Carnegie despre relațiile umane a rămas una dintre cele mai influente cărți despre dezvoltare personală de la publicarea sa în 1936. Această lucrare clasică a ajutat milioane de cititori din întreaga lume să dezvolte abilități esențiale pentru construirea de relații semnificative, influențarea pozitivă a altora și atingerea succesului atât în sfera personală, cât și în cea profesională.

Popularitatea durabilă a *Cum să câștigi prieteni și să influențezi oamenii* atestă aplicabilitatea universală a principiilor sale. Fie în afaceri, în viața de familie sau în medii sociale, perspectivele lui Carnegie asupra naturii umane continuă să ajute cititorii să construiască conexiuni mai semnificative și să obțină un succes mai mare prin influență pozitivă, mai degrabă decât prin manipulare sau constrângere.

Unul dintre cele mai puternice exemple pe care le împărtășește Carnegie este despre a lăsa oamenii să-și salveze obrazul. Chiar dacă avem dreptate și cealaltă persoană are cu siguranță greșit, nu ar trebui să le dăm jos respectul de sine. Cum spune proverbul chinez, "Un om fără o față zâmbitoare nu trebuie să deschidă o magazin". Același principiu se aplică tuturor relațiilor umane - trebuie să luăm în considerare demnitatea și imaginea de sine a celeilalte persoane în fiecare interacțiune.



 by OL booksummary



Originile și impactul unei clasice

Inițial publicată cu o tiraj modest de doar 5.000 de exemplare, *Cum să câștigi prieteni și să influențezi oamenii* a devenit rapid o senzație de peste noapte. Nici Dale Carnegie, nici editorii, Simon și Schuster, nu au anticipat răspunsul imens pe care l-ar primi cartea. Lucrarea a atins o nevoie umană universală care a depășit era post-Depresiune, după cum o dovedește popularitatea sa continuă de aproape un secol.

Carnegie însuși a fost un revizor neobosit al propriei sale lucrări în timpul vieții sale. Cartea a fost scrisă ca manual pentru cursurile sale de Vorbire Eficientă și Relații Umane și continuă să fie utilizată în aceste cursuri și astăzi. Până la moartea sa în 1955, Carnegie a îmbunătățit și revizuit constant metodele sale pentru a le face aplicabile nevoilor în continuă evoluție ale unui public tot mai mare.

Influența cărții a fost profundă, titlul său devenind o frază citată, parafrazată și parodiată în nenumărate contexte, de la caricaturi politice la romane. Tradusă în aproape toate limbile scrise cunoscute, fiecare generație a descoperit-o din nou și a găsit-o relevantă pentru viețile lor.

Dorothy Carnegie, soția lui Dale, a remarcat în prefața unei ediții revizuite: "Cum să câștigi prieteni și să influențezi oamenii și-a luat locul în istoria editorială ca una dintre cele mai bine vândute cărți internaționale de toate timpurile. A atins o nevoie umană care a fost mai mult decât un fenomen la modă din zilele post-Depresiune, după cum o dovedește vânzarea sa continuă și neîntreruptă până în anii optzeci, aproape jumătate de secol mai târziu."

De ce a scris Carnegie această carte

Motivația lui Dale Carnegie pentru a scrie această lucrare influentă a provenit din experiența sa vastă în predarea adulților. Din 1912, a desfășurat cursuri educaționale pentru oameni de afaceri și profesioniști din New York. Inițial axate pe discursul public, Carnegie a realizat treptat că, pe lângă faptul că acești adulți aveau nevoie de pregătire în vorbirea eficientă, aveau nevoie și mai mult de pregătire în arta fină a înțelegerii oamenilor în contactele de afaceri și sociale de zi cu zi.

Nevoie personală

"De asemenea, am realizat treptat că aveam o nevoie acută de o astfel de pregătire", a recunoscut Carnegie. "Privind în urmă de-a lungul anilor, sunt înfricoșat de lipsa mea frecventă de finețe și înțelegere. Cât de prețioasă ar fi fost o astfel de carte plasată în mâinile mele acum douăzeci de ani! Ce binecuvântare de preț ar fi fost."

Procesul de cercetare

Pregătirea lui Carnegie a fost temeinică: "Am citit tot ce am putut găsi pe subiect - de la coloane de ziare, articole de revistă, înregistrări ale tribunalelor familiale, scrierile vechilor filozofi și ale noilor psihologi". A angajat un cercetător calificat să petreacă un an și jumătate în biblioteci citind tot ce a ratat și a intervievat zeci de oameni de succes pentru a le descoperi tehnicile în relațiile umane.

Testarea în laborator

Cartea nu a fost scrisă în sensul obișnuit, ci a crescut din cursurile lui Carnegie. "Această carte nu a fost scrisă în sensul obișnuit al cuvântului. A crescut așa cum crește un copil. A crescut și s-a dezvoltat din acel laborator, din experiențele a mii de adulți." Studenții săi testau principiile în situații din lumea reală și raportau înapoi eficacitatea acestora.

Carnegie a recunoscut că gestionarea relațiilor cu oamenii este probabil cea mai mare problemă cu care se confruntă majoritatea indivizilor, fie în viața de afaceri, fie în viața personală. Cercetările efectuate sub auspiciile Fundației Carnegie pentru Promovarea Învățământului au relevat că chiar și în domenii tehnice precum ingineria, aproximativ 15% din succesul financiar al unei persoane se datorează cunoștințelor tehnice, iar aproximativ 85% se datorează abilității de a lucra cu oamenii - personalității și capacității de a conduce oamenii.

Tehnici fundamentale în gestionarea oamenilor

1

Nu criticați, nu condamnați și nu vă plângeți

Carnegie ilustrează acest principiu cu numeroase exemple, inclusiv povestea lui Abraham Lincoln. Când s-a confruntat cu generali incompetenți în timpul Războiului Civil, Lincoln, "fără răutate față de nimeni, cu bunăvoință pentru toți", și-a păstrat liniștea în loc să-i critice. Critica este inutilă deoarece pune oamenii pe apărare și de obicei îi face să încerce să se justifice. Este periculoasă deoarece rănește mândria, rănește sentimentul de importanță și trezește resentimente.

2

Oferiți apreciere onestă și sinceră

Carnegie subliniază foamea umană de apreciere, citându-l pe William James: "Principiul cel mai profund din natura umană este dorința de a fi apreciat." Această dorință de a avea un sentiment de importanță este una dintre principalele diferențe distinctive între omenire și animale. Charles Schwab, care a câștigat unul dintre primele salarii de un milion de dolari din America, și-a atribuit succesul "capacității de a trezi entuziasm în oameni" prin apreciere și încurajare.

3

Treziți în cealaltă persoană o dorință entuziastă

Singura modalitate de a influența oamenii este să vorbim despre ceea ce vor și să le arătăm cum să o obțină. Carnegie folosește analogia pescuitului: "Nu am momeala cu căpșuni și frișcă. Mai degrabă, am atârnat un vierme sau o lăcustă în fața peștelui." Când putem vedea lucrurile din punctul de vedere al celeilalte persoane și trezim în ei o dorință entuziastă, avem întreaga lume de partea noastră.

Aceste trei principii formează baza abordării lui Carnegie în relațiile umane. Ele recunosc că ființele umane nu sunt ființe logice, ci ființe emoționale, pline de prejudecăți și motivate de mândrie și vanitate. Înțelegând și aplicând aceste principii, putem naviga mai eficient în complexa lume a interacțiunilor umane.

Șase modalități de a face oamenii să te placă

Deveniți sincer interesat de ceilalți oameni

Carnegie susține că puteți face mai mulți prieteni în două luni devenind sincer interesat de ceilalți oameni decât în doi ani încercând să îi interesați pe ceilalți de dvs. El ilustrează acest lucru cu povestea lui Howard Thurston, celebrul magician care, înainte de fiecare reprezentație, își repeta: "Îmi iubesc publicul. Îmi iubesc publicul." Acest interes sincer față de ceilalți a fost unul dintre secretele remarcabilei popularități a lui Theodore Roosevelt.

Rețineți că numele unei persoane este cel mai dulce sunet

Jim Farley, Postmaster General sub Franklin D. Roosevelt, putea să-i cheme pe 50.000 de oameni pe nume. Această abilitate l-a ajutat să îl pună pe Roosevelt la Casa Albă când a condus campania sa în 1932. Majoritatea oamenilor nu își amintesc numele pentru că nu își iau timpul și energia necesare pentru a se concentra și a fixa numele în mintea lor. Totuși, a-ți aminti și a folosi numele cuiva este una dintre cele mai simple, mai evidente și mai importante modalități de a câștiga bunăvoința.

Vorbește în termenii intereselor celeilalte persoane

Carnegie împărtășește cum a reușit să-i convingă pe autori distinși și ocupați, precum Kathleen Norris, Fannie Hurst și Ida Tarbell, să vină să vorbească la cursul său de scriere de ficțiune. În loc să se concentreze pe nevoile sale, a scris scrisori exprimându-și admirația pentru munca lor și interesul profund de a obține sfaturile lor. La fel, când Ducele de Windsor (pe atunci Prințul de Wales) urma să facă un tur în America de Sud, a petrecut luni studiind spaniola pentru a putea ține discursuri publice în limba țării - și sud-americanii l-au iubit pentru asta.

Zâmbește

Un zâmbet spune: "Îmi plăci. Mă faci fericit. Sunt bucuros să te văd." Carnegie împărtășește povestea unui broker de bursă care și-a transformat viața de acasă doar zâmbind soției sale în fiecare dimineață. "Acțiunea pare să urmeze sentimentul", a scris William James, "dar, de fapt, acțiunea și sentimentul merg împreună; și prin reglarea acțiunii, care este sub un control mai direct al voinței, putem regla indirect sentimentul, care nu este."

Fii un bun ascultător

Încurajați-i pe ceilalți să vorbească despre ei înșiși. Carnegie relatează cum a participat o dată la o cină unde a ascultat cu atenție un botanist timp de ore. Mai târziu, botanistul i-a spus gazdei lor că Carnegie era "un conversator foarte interesant", când, de fapt, Carnegie fusese doar un bun ascultător. Fostul președinte al Universității Harvard, Charles W. Eliot, a remarcat: "Nu există niciun mister în ceea ce privește interacțiunea de afaceri de succes... Atenția exclusivă acordată persoanei care vorbește cu tine este foarte importantă. Nimic altceva nu este atât de flatant ca asta."

Faceți cealaltă persoană să se simtă importantă - și faceți-o sincer

Dorința de a se simți importantă este una dintre principalele caracteristici distinctive între oameni și animale. Carnegie citează regula de aur: "Fă altora ceea ce ai vrea să ți se facă ție." El sugerează să mergem un pas mai departe: "Dă altora ceea ce și-ar dori să primească." Mici fraze precum "Îmi pare rău că vă deranjez", "Ați fi atât de amabil să...?" "Vă rog?" și "Vă mulțumesc" sunt curtoazii care unesc angrenajele interacțiunilor umane și fac relațiile să funcționeze lin.

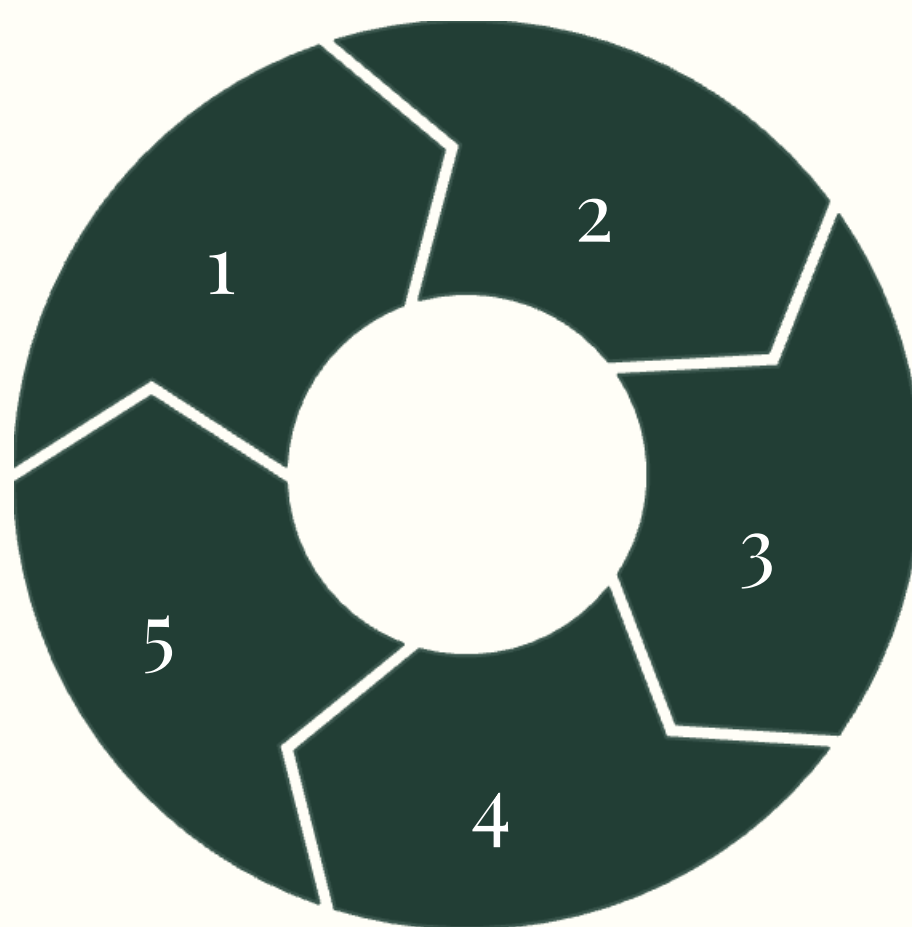
Alte modalități de a face oamenii să te placă

Aceste șase principii nu sunt simple trucuri sau tehnici manipulative. Ele reprezintă o filosofie autentică a relațiilor umane bazată pe respect pentru ceilalți și recunoașterea valorii lor intrinsece. Carnegie subliniază că aceste principii trebuie aplicate în mod sincer - ele funcționează doar atunci când provin dintr-o dorință autentică de a se conecta și a-i aprecia pe ceilalți.

Eficacitatea acestor principii este demonstrată prin numeroase exemple de-a lungul cărții, de la executivi de afaceri care și-au transformat companiile arătându-și aprecierea față de angajați, până la părinți care și-au îmbunătățit relațiile cu copiii lor devenind mai buni ascultători. În fiecare caz, cheia a fost schimbarea atenției de la sine la ceilalți.

Interes autentic
Îngrijorați-vă mai întâi de alții

Interese comune
Vorbiți despre ce le pasă lor



Exprimare pozitivă

Zâmbiți și fiți abordabili

Recunoaștere personală

Rețineți și folosiți numele

Ascultare atentă

Concentrați-vă complet pe ceilalți

Cum să câștigi oamenii la modul tău de gândire

Abordarea lui Carnegie de a câștiga oamenii la modul tău de gândire se bazează pe înțelegerea psihologiei umane. El recunoaște că oamenii sunt conduși de emoții și de dorința de a se simți importanți. Respectând aceste nevoi umane fundamentale, putem influența pe alții fără a stârni resentiment sau rezistență.

Nu poți câștiga o dispută

Carnegie sfătuiește împotriva argumentării, deoarece singura modalitate de a obține cel mai bun rezultat într-o dispută este să o eviți. Chiar dacă câștigi o dispută, o pierzi dacă rănești mândria celorlalte persoane. El citează pe Ben Franklin: "Dacă argumentezi și te contrazici, poți câștiga uneori; dar va fi o victorie goală, pentru că nu vei câștiga niciodată bunăvoința adversarului tău."

Dacă ai greșit, recunoaște-o

Când greșim, recunoașterea rapidă și fermă a erorii poate curăța aerul de vinovăție și defensivitate. Adesea ajută la rezolvarea problemei create de eroare. Este mai ușor să asculți autocritica decât critica altora. Carnegie împărtășește cum Elbert Hubbard ar spune: "Ah, da, am făcut o greșală", când se adresa plângerilor clienților, dezarmându-i imediat.

1

2

3

4

Arată respect pentru opiniile celeilalte persoane

Nu spune niciodată cuiva că are greșit. Această confruntare directă îi face doar să dorească să riposteze. În schimb, Carnegie sugerează să începi cu fraze de genul "Poate că am greșit. Frecvent mi se întâmplă. Să examinăm faptele." Când greșim, ar trebui să recunoaștem repede și cu fermitate. Când avem dreptate, ar trebui să evităm expresia "Vă voi dovedi că..." deoarece aceasta îl face pe celălalt să se simtă inferior.

Începe într-un mod prietenos

Carnegie ilustrează acest lucru cu povestea despre cum o scrisoare prietenoasă de la Lincoln către generalul Meade, exprimând apreciere înainte de a oferi critici, ar fi putut schimba cursul Războiului Civil. "O picătură de miere prinde mai multe muște decât un galon de fier", scrie el. Începând cu apreciere și laude sincere înainte de a trece la critica constructivă face ca oamenii să fie mult mai receptivi la ideile tale.

Conducere

Schimbarea oamenilor fără a da ofensă



Secțiunea finală a cărții lui Carnegie se concentrează pe principiile de conducere care vă permit să schimbați atitudinile sau comportamentul oamenilor fără a da ofensă sau a stârni resentimente. Aceste tehnici sunt deosebit de valoroase pentru părinți, manageri și oricine se află într-o poziție de influență.

Carnegie subliniază că o conducere eficientă nu se bazează pe a comanda sau a controla pe alții. În schimb, este vorba de a-i inspira să dorească să vă urmeze direcția. Acest lucru necesită înțelegerea a ceea ce motivează oamenii și apelarea la acele motivații, mai degrabă decât simpla emitere de ordine.