

ÚSPECH SI TY

ALEBO NIEKOĽKO NEZIŠTNÝCH RÁD
PODĽA
DALA CARNEGIIHO



AKO SA STAŤ
OBLÚBENÝM
A BOHATÝM

Všetky práva sú vyhradené. Nižaká časť tejto publikácie sa nesmie reprodukovať mechanicky, elektronicky, fotokopírovaním alebo iným spôsobom rozširovania bez predchádzajúceho súhlasu majiteľov autorských práv.

Slovak edition © Vydavateľstvo Príroda, s. r. o., Bratislava 2009

Preložil a zostavil Juraj Kiška

Prvé vydanie

Vydalo Vydavateľstvo Príroda, s. r. o., Bratislava roku 2009

Zodpovedná redaktorka Magdaléna Belanová

Technická redaktorka Darina Mrláková

Vytlačil Kasico, a. s., Bratislava

Číslo publikácie 8825

eISBN 978-80-07-02042-9

Túto knihu kúpite vo všetkých dobrých kníhkupectvách v celej Slovenskej republike alebo si môžete objednať na adrese:

Vydavateľstvo Príroda, s. r. o., Kocelova 17, 821 08 Bratislava 2

Tel./fax: 02/55 42 51 60

e-mail: priroda@priroda.sk

www.priroda.sk

OBSAH

I. AKO SI ZÍSKAVAŤ PRIATELOV A PÔSOBIŤ NA ĽUDÍ

PRVÁ ČASŤ

Základné pravidlá, ako vychádzať s ľuďmi	8
1. Ak chceš zbierať med, nekop do úľa	8
2. Veľké tajomstvo ako vychádzať s ľuďmi	8
3. Ten, kto to vie, je s celým svetom kamarát. Ten, kto to nevie, kráča svetom sám.	10
Ako maximálne využiť túto knihu	11

DRUHÁ ČASŤ

Šesť spôsobov, ako sa zapáčiť ľuďom, prípadne ako dosiahnuť, aby vás ľudia mali radi	12
1. Robte to takto a všade budete vítaní	12
2. Jednoduchý spôsob, ako urobiť dobrý dojem	12
3. Ak to neurobíte, sami ste si na vine	13
4. Ako sa bez problémov zdokonaľiť v konverzácii	14
5. Ako zaujať ľudí	15
6. Čo robiť, aby si vás ľudia okamžite obľúbili	16

TRETIA ČASŤ

Dvanásť spôsobov, ako presvedčiť ľudí	18
1. Nikoho neprehádate	18
2. Bezpečný spôsob, ako si narobiť nepriateľov – a ako sa tomu vyhnúť	19
3. Ak sa mýlite, prizajte to	21
4. Ako pristupovať k druhým ľuďom	22
5. Sokratovo tajomstvo	22
6. Nechajte ľudí rozprávať	23
7. Ako si získať spolupracovníkov	24

8. Formulka, ktorá robí zázraky	25
9. Čo chce každý	25
10. Výzva, ktorú každý prijme	26
11. Vo filme to tak robia. V rozhlase to tak robia. Prečo to tak nerobíte vy?	27
12. Keď už nič nezaberá, skúste toto	27

ŠTVRTÁ ČASŤ

Deväť spôsobov, ako bez pohoršenia a nevôle meniť ľudí 29

1. Keď už musíte hľadať chyby, začnite takto	29
2. Ako kritizovať bez zlých následkov	29
3. Najprv hovorte o vlastných chybách	30
4. Nikto neprijíma rád príkazy	30
5. Nesiahajte ľuďom na dôstojnosť	31
6. Ako ľudí popohnať k úspechu	31
7. Dôvera k ľuďom	32
8. Chyby možno ľahko napraviť	33
9. Aby ľudia radi urobili to, čo chcete	33

PIATA ČASŤ

Listy so zázračným účinkom 34

ŠIESTA ČASŤ

Sedem zásad šťastného rodinného života 35

1. Ako najrýchlejšie pochovať manželstvo	35
2. Milujte a nechajte žiť	36
3. Aby sa vaše krásne sny nerozplynuli	36
4. Ako rýchlo urobiť každého šťastným	37
5. Pre ženu znamenajú tak veľa	37
6. Ak chcete byť šťastní, nezabúdajte ani na toto	38
7. Nebudte manželským analfabetom	39

II. AKO ZÍSKAŤ SEBAVEDOMIE A AKO PÔSOBIVO REČNIŤ

Ako získať odvahu a sebavedomie	41
Sebavedomie sa začína prípravou	43
Ako si prejavy pripravovali slávni rečníci	45
Ako si zlepšiť pamäť	48
Základné predpoklady úspešného prejavu	50
Tajomstvo dobrého prednesu	52
Niekoľko rád, ako zvýšiť prirodzenosť prejavu	54
Pódium a osobnosť	55
Ako začať prejav	57
Ako ukončiť prejav	59
Čo robiť, aby vám poslucháči rozumeli	61
Ako zaujať svojich poslucháčov	64
Obohatenie slovnej zásoby	67

III. AKO SA ZBAVIŤ STAROSTÍ A ZAČAŤ ŽIŤ

Carnegie zdôvodňuje, ako a prečo bola napísaná táto kniha	69
Základné informácie o tom, čo sú to starosti a obavy	71
Základné metódy analýzy starostí	77
Ako zvíťaziť nad starosťami skôr, než starosti zvíťazia nad nami	79
Ako kultivovať mentálny postoj, ktorý nám prinesie pokoj a šťastie	84
Ako sa prestať báť kritiky	90
Ako sa zbaviť únavy	92
Ako si nájsť prácu, v ktorej budeme šťastní	97
Ako zmenšiť finančné starosti	98
Ako som premohol svoje starosti a trápenie	100

I. AKO SI ZÍSKAVAŤ PRIATEĽOV A PÔSOBIŤ NA ĽUDÍ

Jedného januárového večera sa dvetisícpäťsto mužov a žien tlačilo do veľkej tanečnej sály hotela Pennsylvania v New Yorku, uvádza v úvode knihy T. Lowel. Čo ich tam priviedlo? Oznam na celej strane newyorských novín *Sun*:

**ZVÝŠTE SVOJ PRÍJEM,
NAUČTE SA EFEKTÍVNE HOVORIŤ,
PRIPRAVTE SA NA VEDENIE ĽUDÍ.**

Medzi tými, čo reagovali na oznam, boli príslušníci ekonomicky vyššie postavených vrstiev – vyšší radiaci pracovníci, majitelia firiem a rôzni odborníci.

Tieto kurzy prebiehali už dvadsaťštyri sezón (vždy pred preplneným hľadiskom) a Dale Carnegie v nich vyškoliť v tom čase (na začiatku svojej kariéry) vyše pätnásťtisíc poslucháčov.

Prieskumom sa zistilo, že najzákladnejším záujmom dospelého človeka je zdravie. Jeho druhý najzávažnejší záujem sa týka rozvíjania schopností v oblasti medziludských vzťahov. Ľudia sa chcú naučiť vychádzať s druhými ľuďmi a pôsobiť na nich. Nejde im o to, aby sa stali rečníkmi a ani nechcú počúvať odborné prednášky z psychológie – ide im skôr o zásady, ktoré môžu okamžite použiť v podnikaní, pri spoločenských kontaktoch i doma.

Oznam v novinách sľuboval, že pôjde o zábavné posedenie. A bola to pravda. Pred hlučným rečníkom stálo osemnásť ľudí a pätnásť z nich dostali po sedemdesiatpäť sekúnd na to, aby vyrozprávali svoj „príbeh“. Po sedemdesiatich piatich sekundách sa ozvalo buchnutie kladivka a zvolanie: „*Koniec! Ďalší!*“ Celé to prebiehalo v obrovskom tempe, diváci to pozorne sledovali viac ako hodinu a pol. Predstavujúci sa amatérski rečníci tvorili prierez amerického podnikateľského sveta.

Schopnosť dobre hovoriť je jedným z predpokladov úspechu nielen v riadení. Význam hovoreného prejavu si uvedomil práve Carnegie, ktorý v tom čase vyhodnotil už viac ako stopäťdesiat tisíc rečníckych prejavov.

Carnegie tvrdil, že každý môže dobre hovoriť. Aj na verejnosti môže ktokoľvek vynikajúco rečniť, ak má dostatok sebavedomia a má čo povedať.

Sebavedomie možno získať prekonaním toho, z čoho má človek strach a postupným zhromažďovaním drobných úspechov. Carnegie preto každého poslucháča svojho kurzu nútil hovoriť pri každej možnej príležitosti. Tvrdil, že vlastne neučí ľudí hovoriť, ale pomáha im prekonať strach.

Od začiatku otvorenia jeho kurzov sa poslucháči dožadovali rýchlych výsledkov, ktoré chceli už nasledujúci deň využiť vo svojich podnikoch. To Carnegieho naučilo byť rýchlym a praktickým. Postupne vyvinul originálny systém prípravy – osobitnú kombináciu rečníctva, umenia propagácie, medziludských vzťahov a aplikovanej psychológie.

Priemerný človek rozvíja iba desať percent svojich latentných duševných schopností. Dale Carnegie rozvíjaním týchto schopností účastníkov svojich kurzov (manažérov) vytvoril jeden z najpozoruhodnejších typov vzdelávania dospelých.

„Schopnosť vychádzať s ľuďmi je rovnako predajná komodita ako cukor či káva. A za túto schopnosť zaplatím viac než za ktorúkoľvek inú pod slnkom.“

(J. D. ROCKEFELLER)

„Využívame len malú časť svojich telesných a duševných schopností. Keď to zovšeobecníme, ľudský jedinec žije hlboko pod hranicou svojich možností. Má v sebe rôzne sily, ktoré nevyužíva.“

(W. JAMES)

„Veľkým cieľom vzdelávania nie sú vedomosti, ale činy.“

(H. SPENCER)

Základné pravidlá, ako vychádzať s ľuďmi

1. Ak chceš zbierať med, nekop do úľa

Keď kritizujeme druhých, kritika býva často neúspešná, pretože kritizovaný sa bráni a snaží sa ospravedlniť svoje správanie. Kritika obvykle zraní ľudskú pýchu, útočí na sebavedomie, a tak vyvoláva hnev kritizovanej osoby.

Ak chcete niekoho kritizovať, uveďte si, že kritika je ako poštový holub – vždy sa vráti domov. Myslite na to, že ľudia, ktorých chcete kritizovať, sa pravdepodobne budú brániť a budú vám to zazlievať.

Poznáte niekoho, koho by ste chceli zmeniť, koho by ste chceli zlepšiť? Výborne. Som za. Ale prečo nezačnete sami od seba? Už len z egoistického hľadiska z toho bude väčší úžitok než zo snahy zdokonaľiť druhých – nuž a najmä to nie je také nebezpečné.

„Nesťažujte sa na sneh na susedovej streche, keď ste ho neodpratili pred vlastným prahom.“

(KONFUCIUS)

Pri styku s ľuďmi myslite na to, že to nie sú logické bytosti. Že sú to stvorenia plné emócií, predsudkov, že ich motivuje pýcha a márnomyseľnosť.

Kritizovať, odsudzovať a sťažovať sa dokáže každý, ale iba skutočná osobnosť sa dokáže ovládať, vie pochopiť druhých a vie odpúšťať. Carlyle napísal, že veľký človek ukáže svoju veľkosť na tom, ako sa správa k malým ľuďom.

2. Veľké tajomstvo, ako vychádzať s ľuďmi

Existuje iba jeden spôsob, ako doviesť ľudí k tomu, aby niečo urobili: presvedčiť ich, že to sami chcú urobiť.

Iste, možno od nich chcieť všeličo pod nátlakom, hrozbami a podobne. Tieto hrubé metódy však majú neželateľné dôsledky.

„Najzákladnejšou vlastnosťou ľudskej povahy je silná túžba byť vysoko hodnotený.“

(W. JAMES)

Bola to práve túžba stať sa významným človekom, ktorá nútila nevzdelaného a chudobného predavača, aby sa pustil do štúdia právnických kníh. Tým predavačom bol Abraham Lincoln. Tá istá túžba viedla Charlesa Dickensa písať romány, Christophera Wrena budovať svoje stavby a Rockefellera zhromažďovať milióny. Táto túžba nás núti atraktívne sa obliekať, riadiť autá a rozprávať o tom, aké máme nadané deti.

Keď toľkí ľudia tak veľmi túžia byť významnými osobnosťami, aké zázraky možno s nimi vykonať ich kladným (ale pravdivým) hodnotením?

Uvediem slová, ktoré mi povedal Charles Schwab, slová, ktoré by mali byť odliate do bronzu, slová, ktoré by mali visieť v každom dome a škole, v každej kancelárii, slová, ktoré zmenia váš život, ak sa nimi začnete riadiť:

„Pokladám svoju schopnosť prebúdzat' v ľuďoch entuziazmus za najväčšie bohatstvo, aké mám. Kladné ocenenie a povzbudenie je podľa mňa spôsob, ako v človeku rozvíjať to, čo je v ňom najlepšie. Nič tak neubíja ľudské ambície ako kritika nadriadených. Nikdy nikoho nekritizujem. Som presvedčený, že človeku treba poskytovať pozitívne stimuly... Ak sa mi niečo páči, nešetím chválou.“

A čo robí priemerný človek? Presný opak. Ak sa mu niečo nepáči, strašne sa rozčúli, a ak sa mu páči, nepovie nič.

Dale Carnegie vedel pochváliť svojich spolupracovníkov ešte aj textom na náhrobnom kameni: „*Tu leží ten, kto dokázal okolo seba zhromažďiť ľudí múdrejších od seba.*“

Samozrejme, prázdne lichôtky u zásadových ľudí neprejdú. Sú egoistické a neúprimné. Takéto lichotenie narobí viac škody než úžitku. Je jednoducho falošné a môže človeku spôsobiť nepríjemnosti, podobne ako keby platil falošnými peniazmi.

Aký je rozdiel medzi kladným hodnotením a lichotením? Jednoduchý – prvé je úprimné a druhé neúprimné. Prvé vychádza zo srdca a druhé spoza zubov. Prvé je nesebecké a druhé sebecké. Prvé sa všeobecne uznáva a druhé sa všeobecne odsudzuje.

„Neboj sa nepriateľov, ktorí na teba útočia. Boj sa priateľov, ktorí ti lichotia.“

(GENERÁL OBREGON)

Lichotenie je lacná chvála. Jedna správna definícia znie: *„Lichotenie je, keď vravíte človeku presne to, čo si on sám o sebe myslí.“*

„Každý človek, ktorého som v živote poznal a spoznám, ma v niečom predstihuje. A v tom sa môžem od neho učiť.“

(EMERSON)

Preto nemyslite na seba. Myslite na dobré vlastnosti druhých.

3. Ten, kto to vie, je s celým svetom kamarát. Ten, kto to nevie, kráča svetom sám.

Načo hovoriť o tom, čo chceme my? Je to detinské a smiešne. Samozrejme, nás to zaujíma. Ale už nikoho iného. A preto jediný spôsob, ako zapôsobiť na iného, je hovoriť o tom, čo ho zaujíma.

Myslite na to, keď od niekoho chcete, aby dačo urobil. Ak si napríklad neželáte, aby váš syn fajčil, nehovorte o tom, že si to neželáte vy, ale upozorníte ho na to, že to môže ohroziť jeho vlastné záujmy.

Kto chce niekoho o niečom presvedčiť, musí v ňom najprv prebudiť záujem o vec. Treba si položiť otázku: Čo musím urobiť, aby to chcel, aby mal o to záujem?

„Ak jestvuje nejaké tajomstvo úspechu, tak je to schopnosť prijať cudzie hľadisko a vidieť veci z perspektívy druhej osoby.“

(H. FORD)

Mnohí obchodní agenti nemajú veľké úspechy pri predávaní, pretože myslia len na to, čo chcú oni. Neuvedomujú si, že ani vy, ani ja

nehceme nič kúpiť. Keby sme chceli niečo kúpiť, išli by sme do obchodu a kúpili si to. Ale každý človek má plno problémov. A ak nás takýto obchodník dokáže presvedčiť, že jeho tovar či služby nám pomôžu vyriešiť naše problémy, bude mať u nás úspech.

Ako maximálne využiť túto knihu

Základným predpokladom efektívneho využitia tejto knihy je hlboká túžba a odhodlanie zdokonaľiť svoje schopnosti v styku s ľuďmi.

Prezident istej významnej banky sa zdokonaľoval tak, že každú sobotu večer si otvoril svoj zápisník a nad ním si znova premyslel všetky rozhovory a diskusie z celého týždňa. Pýtal sa sám seba, aké chyby urobil, čo robil správne a v čom by sa mohol zdokonaľiť. S pribúdajúcim vekom ubúdalo chýb. Tento systém sebaanalýzy, sebavýchovy sa ukázal ako veľmi užitočný. Naučil sa tak nielen dobre vychádzať s ľuďmi, ale zdokonaľil aj svoju schopnosť rozhodovania.

DRUHÁ ČASŤ

Šesť spôsobov, ako sa zapáčiť ľuďom, prípadne ako dosiahnuť, aby vás ľudia mali radi

1. Robte to takto a všade budete vítaní

Za dva mesiace získate viac priateľov tým, že sa budete zaujímať o život iných ľudí, ako keď sa dva roky budete snažiť vzbudiť ich záujem o svoju osobu. Uvedomte si, že ľudia sa o vás nezaujmajú, zaujmajú sa sami o seba.

Zistil som na vlastnej koži, že človek môže získať pozornosť, čas a spoluprácu aj tých najvyhľadávanejších osobností, ak sa o nich úprimne zaujíma.

Ak chcete, aby vás ľudia mali radi, konajte podľa zásady č. 1:

Úprimne sa zauímajte o život druhých ľudí.

2. Jednoduchý spôsob, ako urobiť dobrý dojem

Charles Schwab mi povedal, že jeho úsmev má cenu milión dolárov. Jedným z prejavov jeho osobnosti bol očarujúci úsmev, ktorý okrem iného spôsoboval, že na ľudí robil príjemný dojem. Úsmev vraví: „*Páčiš sa mi. Rád ťa vidím.*“ A neúprimný úsmev? To je vlastne grimasa, ktorá nikoho neoklame. Ľudia cítia, že je to formálny, mechanický úsmev a je im odporný. Ja však mám na mysli ozajstný úsmev, srdečný a úprimný.

Istý vedúci pracovník obchodného domu mi povedal, že radšej prijme nevzdelanú predavačku s pekným úsmevom než doktora filozofie s vážnym výrazom v tvári. Pri styku s ľuďmi musíte mať dobrú náladu, ak chcete, aby pri stretnutí s vami mali dobrú náladu aj oni.

„Zistil som, že úsmevy mi prinášajú doláre, denne veľa dolárov... Eliminoval som kritiku. Namiesto zatracovania teraz rozdávam pochvaly. Prestal som hovoriť o tom, čo chcem ja. Snažím sa na veci pozerat' z hľadiska druhých. A to všetko doslova revolučne zmenilo môj život. Som úplne iný človek, šťastnejší, bohatší na priateľov a pocity šťastia – a to je to jediné, na čom nakoniec záleží.“

(W. B. STEINBARDT)

Šťastie nezávisí od vonkajších podmienok, ale od vnútorných pocitov. Šťastným alebo nešťastným vás nerobí to, čo máte, alebo to, kým ste, či to, kde ste, prípadne to, čo robíte. Záleží na tom, čo si o tom myslíte.

„Nič nie je dobré alebo zlé, len myslenie to takým robí.“

(W. SHAKESPEARE)

„Ľudia sú zväčša takí šťastní, ako sa sami rozhodnú.“

(A. LINCOLN)

Staré čínske príslovie znie: „Človek bez úsmevu by nikdy nemal obchodovať.“

Ak chcete, aby vás ľudia mali radi, konajte podľa zásady č. 2:

Usmievajte sa!

3. Ak to neurobíte, sami ste si na vine

Priemernému človeku záleží na vlastnom mene viac než na všetkých ostatných menách na svete. Ak si jeho meno zapamätáte, spravíte mu tým drobný, ale vysokoefektívny kompliment. Ak ho, naopak, zabudnete alebo zle vyslovíte, vaše postavenie sa tým prudko zhoršuje.

Čo bolo príčinou úspechu Andrewa Carnegiego? Bol známy ako „oceľový kráľ“, hoci sám toho o výrobe ocele veľa nevedel. Zamestnával

však stovky ľudí, ktorí toho o oceli vedeli dosť. Dôležité bolo to, že s ľuďmi vedel zaobchádzať – a preto bol bohatý. Uvedomil si, aký význam ľudia prikladajú svojmu menu. A vedel to využiť vo svoj prospech.

Ak chcel napríklad predáť oceľové koľajnice firme Pennsylvania Railroad, ktorej prezidentom bol J. Edgar Thomson, vybudoval v Pittsburghu oceliareň a nazval ju *Oceliareň Edgara Thomsona*.

Väčšina ľudí zabúda mená z jednoduchého dôvodu – nemajú potrebný čas a energiu na to, aby si meno zopakovali a zapamätali. Vedia si to zdôvodniť tým, že majú veľa práce.

Určite však nemajú toľko práce ako Franklin D. Roosevelt, ktorý si dokázal zapamätať aj mená mechanikov, s ktorými sa dostal do kontaktu.

Nuž a v podnikaní a spoločenskom živote je pamätať si mená takmer rovnako dôležité ako v politike.

Všetko stojí čas, ale ako povedal Emerson, dobré spôsoby vznikajú z drobných obetí.

Ak chcete, aby vás ľudia mali radi, konajte podľa zásady č. 3:

Pamätajte si, že vlastné meno je človeku tým najsladším a najdôležitejším zvukom v každom jazyku.

4. Ako sa bez problémov zdokonaľiť v konverzácii

Raz som sa rozprával s istým botanikom, ktorý o mne vyhlásil, že si so mnou zaujímavo podebatoval a že som dobrý spoločník. Pritom som takmer nič nepovedal, pretože sa v jeho odbore vôbec nevyznám. Ale: pozorne som počúval. A pozorne som počúval preto, lebo ma to úprimne zaujímalo. On to cítil, a to ho tešilo. Pozorné počúvanie je jednou z najvyšších foriem poklony, akú môžeme zložiť druhej osobe. A ja som mu ju prejavil slovne. Povedal som mu, že ma to veľmi zaujíma. A bola to pravda. Povedal som mu, že sa s ním ešte musím stretnúť. A ja skutočne chcem. Preto o mne vyhlásil, že som dobrý spoločník, hoci som bol iba dobrý poslucháč, ktorý ho podnecoval do rozprávania.

Aj v obchodnom rozhovore nič nie je také lichotivé ako pozornosť venovaná hovoriacej osobe.

Ak chcete, aby sa vám ľudia vyhýbali a za chrbtom sa vám vysmievali, správajte sa takto: nikdy nikoho dlho nepočúvajte. Stále hovorte o sebe. Ak vám niečo zide na um, nečakajte a skočte druhému do reči. Nemôže byť predsa taký bystrý ako vy.

Otravný, nudný človek – to je človek opojený egom, svojou vlastnou dôležitosťou.

Ak teda chcete byť dobrým spoločníkom, buďte dobrým poslucháčom. Ako hovorí pani Ch. N. Leeová: „*Ak chcete byť zaujímaví, zauímajte sa.*“ Pýtajte sa na to, na čo ten druhý rád odpovie. Povzbudte ho, aby vám porozprával o sebe a o svojich úspechoch.

Pamätajte na to, že ten, s kým sa rozprávate, sa stokrát viac zaujíma o seba samého, o svoje potreby a problémy než o vás a o vaše problémy. Bolesť jeho zuba je preňho dôležitejšia než hladomor v Sudáne.

Ak chcete, aby vás ľudia mali radi, konajte podľa zásady č. 4:

Buďte dobrým poslucháčom. Nabádajte druhých, aby hovorili o sebe.

5. Ako zaujať ľudí

Každý, kto navštívil Theodora Roosevelta, bol prekvapený rozsahom a rozmanitosťou jeho vedomostí. Ako to Roosevelt dokázal? Vždy, keď čakal návštevu, deň predtým si do noci čítal všetko o tom, o čom vedel, že zaujíma jeho hosta.

Roosevelt totiž vedel, že kráľovská cesta do srdca človeka vedie rozprávaním o veciach, ktoré si ten človek najväčšmi cení.

Predstaviteľ istej newyorskej pekárenskej firmy H. G. Duvernoy sa dlho snažil predať svoj chlieb jednému hotelu. Štyri roky navštevoval riaditeľa tohto hotela, chodil na rovnaké spoločenské podujatia ako on, zámerne býval v tých istých hoteloch, a to preto, aby ho získal ako zákazníka. Bez úspechu.

Keď si preštudoval teóriu medziľudských vzťahov, rozhodol sa, že zmení taktiku. Začal zisťovať, čo riaditeľa hotela mimoriadne zaujíma.

Zistil, že tento riaditeľ je súčasne prezidentom istej americkej hotelovej spoločnosti a hneď na druhý deň túto spoločnosť spomenul. A všetko sa zmenilo. Získal zákazníka. Stalo sa tak iba preto, lebo Duvernoy si dal tú námahu a zistil, o čom riaditeľ rád rozpráva.

Ak chcete, aby vás ľudia mali radi,
konajte podľa zásady č. 5:

Pri rozhovore s ľuďmi sa orientujte na to, čo ich zaujíma.

6. Čo robiť, aby si vás ľudia okamžite obľúbili

Existuje jedna významná zásada ľudského správania, ktorú keď budete dodržiavať, získate si veľa priateľov a s ľuďmi budete spolunažívať bez problémov. Túto zásadu možno formulovať takto:

Vždy sa usilujte, aby druhí mali pocit vlastnej dôležitosti.

John Dewey poznamenal, že túžba byť dôležitý je najzákladnejšia túžba ľudskej povahy. A podobne hovorí William James, že takýmto základným princípom je túžba byť pozitívne hodnotený.

Človek chce byť hodnotený ľuďmi, s ktorými sa stýka. Túži po uznaní svojej skutočnej hodnoty. Chce mať vo svojom malom svete určitý význam. Na druhej strane nechce počúvať lacné, neúprimné lichôtky – túži po úprimnom hodnotení. Všetci to chceme.

Preto dodržiavajme staré pravidlo:

Správajte sa k ľuďom tak, ako chcete, aby sa oni správali k vám.

Hall Caine miloval poéziu básnika D. G. Rosettiho. Napísal článok, v ktorom vychválil Rosettiho umenie a poslal mu ho. Rosetti bol nadšený. Pozval Caina k sebe do Londýna s ponukou, či sa nechce stať jeho tajomníkom. A to sa stalo rozhodujúcim faktorom v živote Halla Caina. Ako tajomník básnika Rosettiho sa stal známou postavou literárneho sveta.

Kde začať s obdivovaním? Prečo nie doma? Nikde inde to nie je také potrebné a také zanedbávané. Vaša manželka má určite niečo hodné obdivu – aspoň ste si to kedysi mysleli, keď ste si ju brali. Povedzte, kedy naposledy ste jej dali najavo svoj obdiv, svoju úctu?

Chcete poznať tajomstvo, ktoré vám umožní, aby vás ženy milovali? Keď sa raz vo väzení pýtali istého sobášneho podvodníka, ako vlastne tie ženy získal, povedal, že jeho recept je jednoduchý. Stačí iba rozprávať sa so ženou o nej samej.

Tá istá zásada platí aj o mužoch. Disraeli povedal: „*Rozprávajte mužovi o ňom samom a on bude počúvať celé hodiny.*“

Ak chcete, aby vás ľudia mali radi, konajte podľa zásady č. 6:

Usilujte sa v ľuďoch vzbudiť pocit vlastnej dôležitosti – a robte to úprimne.

Dvanásť spôsobov, ako presvedčiť ľudí

1. Nikoho neprehádate

Prečo niekomu dokazovať, že nemá pravdu? Myslíte si, že si vás tak obľúbi? Nepýtal sa vás na váš názor. Ani ho nezaujíma. Prečo sa máte potom s ním hádať?

Na základe skúseností z tisícov debát, diskusií a hádok som napokon prišiel k záveru, že existuje len jeden správny prístup k hádke, a to – vyhnúť sa jej.

Hádkam sa treba vyhýbať, tak ako sa vyhýbame jedovatým hadom.

Deväťkrát z desiatich prípadov sa hádky a ostré diskusie končia tým, že súperiace strany sa rozídu ešte pevnejšie presvedčené o svojej pravde, než boli predtým.

V hádke nikdy nevyhráte. Môžete v nej iba prehrať. Prečo? Ak ste aj zdanlivo vyhrali a cítite sa skvele, zostáva tu ten, čo prehral. Vy ste ho vlastne ponížili, ranili ste jeho pýchu. Váš triumf sa ho nemilo dotkol. A človek, ktorému ste proti jeho vôli vnútili svoje presvedčenie, aj tak svoj názor nezmení.

O`Haire, známy obchodný agent firmy White Motor Company, na námietky zákazníka, že automobily tejto firmy nestoja za nič a že si radšej kúpi automobil, povedzme, od firmy Whoseit, odpovedá takto: „Bratku, počúvaj, autá firmy Whoseit sú dobré autá. Ak si nejaké kúpiš, nespraviš chybu. Je to solídna firma a má solídnych predavačov.“

Tým vyrazí zákazníkovi dych. Neposkytol mu nijaký priestor na hádku, pretože vlastne tvrdí to isté, čo on. Odsúva sa nabok téma automobilov firmy Whoseit a pomaly sa začne hovoriť o prednostoch automobilov firmy White Motor Co.

Ak sa hádate, ak ste s niekým v spore, občas môžete aj zvíťaziť. Bude to však márne víťazstvo, pretože spolu s ním nezískate dobrú vôľu protivníka ani jeho sympatie.

Ak chcete presvedčiť ľudí, konajte podľa zásady č. 1:

Jediný spôsob ako vyhrať v hádke, je vyhnúť sa jej.

2. Bezpečný spôsob, ako si narobiť nepriateľov – a ako sa tomu vyhnúť

Druhému človeku môžete naznačiť, že sa mylí, pohľadom, intonáciou či gestom rovnako zreteľne ako slovami. Ak mu to povieť slovami, myslíte si, že s vami bude ochotne súhlasiť? Nikdy! Nikdy, pretože ste zasadili poriadny úder jeho inteligencii, jeho pýche, jeho sebedôverou. Jediné, čo ste dokázali, je, že vám bude chcieť úder vrátiť. A pritom ste v nijakom prípade nezmenili jeho názor. Pri svojom dokazovaní môžete pokojne použiť všetku Platónovu či Kantovu logiku, jeho názor nezmeníte, pretože ste ranili jeho city. Nikdy nezačínajte debatu takto: „*Teraz ti dokážem to a to.*“ To je to isté, akoby ste povedali: „*Som múdrejší ako ty.*“ Druhá strana to bude pociťovať ako útok, a ten vyvolá protiútok ešte skôr, než sa zápas začal.

Ak chcete niekomu niečo dokazovať, nedávajte to najavo. Urobte to tak nenápadne, že si to ten druhý ani nevšimne. Lord Chesterfield takto radil svojmu synovi: „*Buď múdrejší než druhí ľudia, ak to dokážeš, ale nehovor im o tom.*“

Sokrates svojim žiakom v Aténach neustále zdôrazňoval: „*Jednu jedinou vec viem – a to, že nič neviem.*“ Nuž, nemyslím si, že som múdrejší než Sokrates. A tak som prestal ľudí presvedčať, že sa mýlia. A zistil som, že sa to vypláca.

Keď niekto povie niečo, s čím nesúhlasíte, zareagujte napríklad takto: „*No pozri. Mám na vec iný názor, ale môžem sa mýliť. Často sa mýlim. Ale ak sa mýlim, chcem zistiť pravdu. Preskúmame teda fakty.*“

To je vlastne vedecký prístup. Takto to robia vedci. Jeden z nich mi raz povedal: „*Vedec nikdy nechce nič dokázať. Snaží sa iba zistiť fakty.*“

Keď váš spolubesedník uzná, že sa môžete myliť, musí súčasne uznať, že aj on je omylný.

Málo ľudí rozmýšľa logicky. Väčšina z nich má predsudky. Ľudia si vytvárajú apriórne názory ovplyvnené vlastnou pýchou, závisťou, žiarlivosťou, podozrením a strachom. A tieto názory nie sú ochotní zmeniť.

„Pri formovaní svojich názorov sme neuveriteľne povrchní, ale keď nás niekto chce o ne obráť, vášnivo sa ich držíme. Je zrejmé, že ohrozené tu nie sú samy názory, nám také drahé, ale ohrozená je naša vlastná sebaúcta... Naše tzv. zdôvodňovanie väčšinou spočíva v hľadaní argumentov pre to, aby sme naďalej mohli veriť tomu, čomu sme verili dosiaľ.“

(J. H. ROBINSON)

Ak chcete získať nejaké podnety, ako treba vychádzať s ľuďmi a ako sa môžete sami zdokonaľiť, prečítajte si autobiografiu Benjamina Franklina, jeden z najúžasnejších životných príbehov, aké boli kedy napísané, klasické dielo americkej literatúry.

Vo svojej autobiografii Franklin opisuje, ako sa zbavil zlého zvyku presadzovať vlastný názor a ako sa stal jedným z najschopnejších diplomatov v amerických dejinách.

Jeho priateľ mu raz povedal: „Ben, ty si nemožný. Každému, kto s tebou nesúhlasí, urážlivo vnucuješ vlastné názory.“ A Ben Franklin túto výčitku akceptoval. Okamžite začal meniť svoj urážlivý, bigotný prístup.

Napísal o tom: „Začal som dodržiavať zásadu, že nebudem priamo vystupovať proti názorom iných ľudí a že nebudem presadzovať svoje názory. Dokonca som si zakázal používať slová alebo výrazy, ktoré implikujú nemenné presvedčenie, ako napríklad určite, nepochybne a pod., a namiesto nich som začal používať slová ako myslím si, nazdávam sa, som toho názoru alebo aspoň v súčasnosti sa mi to javí takto. Keď dakto tvrdil niečo, čo som pokladal za omyl, odriekol som si potešenie okamžite mu dokazovať opak a poukazovať na nezmyselnosť jeho tvrdenia. Pri odpovediach som začínal s pripomienkou, že v určitých prípadoch alebo za určitých okolností jeho názor môže byť správny, ale že v danom prípade sa tu ukazuje určitý rozdiel a podobne. Onedlho som zistil, aké