

1. ПОЯВА «СВОГО ХЛОПЦЯ»

Як екстраверсія стала культурним ідеалом?

Погляд незнайомців уважний та сповнений критики.
Чи зможете ви зустріти його гордо та впевнено, без
страху?

Друкована реклама мила Woodbury, 1922 рік

Дата: 1902 рік⁴³. Місце: церква Гармоні в крихітному містечку, розташованому на річковій заплаві за сто шістдесят кілометрів від Канзас-Сіті штату Міссурі. Наш молодий герой: доброчесний, але не впевнений у собі учень старшої школи Дейл.

Худорлявий, кволий та примхливий син високоморального, але незаможного фермера поважає батьків, але із жахом думає про можливість піти їхнім слідом. Дейл переймається й іншим: його цікавлять грім та блискавка, питання про те, чи є життя після смерті, чи потрапить він у пекло та чому в складні моменти свого життя він просто мовчить. Він боїться навіть дня свого весілля: а якщо перенервуве настільки, що найважливішої митті не зможе нічого сказати нареченій?

Одного дня до міста приїхав представник руху «Шатоку». Рух «Шатоку», що виник 1873 року та розвивався у північній частині штату Нью-Йорк, скерував обдарованих ораторів до міст усієї країни, щоб вони читали лекції з літератури, науки та релігії. Американці в провінції цінували гостей за яскравий відблиск широкого світу, який падав на них, і за здатність причаровувати аудиторію. Представник «Шатоку», який завітав до міста однієї днини, зачарував Дейла історією власного успіху: колись він був смиренним

сином фермера зі, здавалося б, безрадісним майбутнім, але зміг виробити харизматичний стиль поведінки та стати одним із ораторів «Шатокуа». Тому Дейл уважно прислухався до кожного його слова.

Минуло кілька років — і Дейла знову вразили публічні виступи. Його сім'я переїхала на ферму за п'ять кілометрів від Ворренсбурга штату Міссурі, тому він міг відвідувати коледж, не витрачаючи коштів на проживання й харчі. Дейл помітив, що студентів, які перемагали в університетських змаганнях з ораторського мистецтва, завжди сприймали як лідерів, тож вирішив стати одним із них. Юнак залишився на кожне змагання та щосили практикувався вдома. Але знову й знову зазнавав поразки. Дейл, безперечно, був наполегливим, але здібностей до ораторського мистецтва не мав. Утім, його старанність почала приносити результати. Дейл став абсолютним переможцем усіх змагань та героем університету. Інші студенти почали запитувати його порад, він їх тренував, і вони перемагали.

На 1908 рік, коли Дейл закінчив навчання, його родина була такою само незаможною, а тим часом корпоративна Америка дедалі більше розвивалася. Генрі Форд продавав автомобілі моделі Т, і вони розходились як гарячі пиріжки, бо фірма активно використовувала гасло: «Для бізнесу та задоволення». Імена Пенні, ВулвORTA, Сірса та Робака були в усіх на вустах. Електрика поступово з'являлася в будинках представників середнього класу, а завдяки новому водогону вже не потрібно було вночі виходити з дому, щоб потрапити до вбиральні.

Нова економічна ситуація вимагала появи нового типу особистості — продавця, соціального оператора, людини з усмішкою на обличці та міцним потиском руки, людини, здатної знайти спільну мову з колегами й перевершити їх у роботі. Дейл приєднався до численних лав продавців, вирушаючи в подорож із самим лишень вправним язиком.

Прізвище Дейла — Карнегі (насправді воно писалося Carnagey, а не Carnegie, але він поміняв написання, очевидно, щоб асоціюватися з Ендрю Карнегі, американським промисловцем-мільйонером). За кілька років виснажливої роботи продавцем яловичини в Artmour and Company він запускає курси ораторського мистецтва. Першу лекцію Карнегі провів у вечірній школі Християнської

асоціації молодих людей на 125-й вулиці в Нью-Йорку. За свої уроки він просив звичайну зарплату учителів вечірніх шкіл — два долари за годину. Директор асоціації відмовився стільки платити, бо сумнівався, що ораторське мистецтво взагалі когось зацікавить.

Але курс став справжньою сенсацією. Тому Карнегі вирішив відкрити власний інститут, щоб допомоги підприємцям подолати страхи й переживання, знайомі йому самому. Він опублікував свою першу книжку — «Публічний виступ та вплив на людей бізнесу» 1913 року. «У часи, коли піаніно та ванна були розкішшю, — пише Карнегі, — красномовність вважали хистом, конче потрібним хіба що адвокатам, священикам та чиновникам. Сьогодні ми розуміємо, що це незамінна зброя для тих, хто прагне досягти успіху в конкурентному діловому середовищі»⁴⁴.

Перетворення Карнегі з фермерського сина на продавця, а згодом — на майстра ораторського мистецтва ілюструє історію становлення ідеалу екстраверта. Шлях Карнегі відображає культурну еволюцію, яка на межі ХХ століття спричинила справжній перелом і назавжди змінила нас, наші захоплення, нашу поведінку під час співбесід, очікування стосовно співробітників, ставлення до близьких та до виховання дітей. Америка, за словами впливового історика культури Воррена Сасмена, перейшла від культури характеру до культури особистості⁴⁵ й у такий спосіб відкрила скриньку Пандори, сповнену особистих тривог та страхів, і невідомо, чи ми будь-коли зможемо їх позбутися.

У культурі характеру ідеальне «Я» було серйозним, дисциплінованим та статечним. Мало значення не лише те, як людина тримається на публіці, а й те, як вона поводиться на відстані від суспільства. В англійській мові слово «особистість»⁴⁶ з'явилось лише у XVIII, а ідея «гармонійної особистості» набула поширення у ХХ столітті.

З появою культури особистості американці почали зважати на те, як їх сприймають інші люди. Значної популярності набували сміливі та цікаві індивідуальності. «У новій культурі особистості соціальна роль вимагала актора, — писав Сасмен. — Відтепер кожен американець мусить грati самого себе».

У такій культурній еволюції важливу роль відіграво становлення індустріальної Америки. Нація швидко рухалася від сільськогосподарського товариства з маленькими будиночками серед прерій до урбанізованої, орієнтованої на бізнес держави. Раніше більшість американців жили так, як сім'я Дейла Карнегі, тобто на фермах або в невеликих містах, взаємодіючи з тими, кого знали з дитинства. Але з початком ХХ століття масштабна хвиля велико-го бізнесу, урбанізації та масової імміграції збільшила чисельність міського населення. На 1790 рік лише 3 % американців проживали в містах⁴⁷. До 1840 року їх число збільшилося до 8 %, а до 1920-го по-над третина населення стала міськими жителями⁴⁸. «Усі не можуть жити в містах, — написав 1868 року репортер Горацій Грілі, — але, здається, всі ми цього прагнемо»⁴⁹.

Тепер американці були змушені підтримувати робочі контакти не з сусідами, а з незнайомцями. «Громадяни» стали «співробітниками» й мали справляти позитивне враження на людей, з якими в них не було громадських чи родинних зв'язків. Історик Роланд Маршан писав: «Причини, з яких дехто отримував підвищення, тимчасом як інший страждав від суспільної зверхності, стали менш очевидними, витіснили тривалий фаворитизм та сімейні чвари. У сучасному діловому середовищі, де люди не знають одне одно-го, зміни може спровокувати що завгодно, зокрема й перше вра-ження»⁵⁰. Як наслідок, американці прагнули стати продавцями, які могли продати не лише останню розробку компанії, а й самих себе.

Одним із найяскравіших прикладів переходу від культури ха-рактеру до культури особистості можна вважати розвиток традиції самопожертви, в якій важливу роль відіграв Дейл Карнегі. Видан-ня на тему самодопомоги завжди були частиною американської історії. Перші посібники з психології нагадували релігійні при-тчі, як-от «Подорож пілігрима до небесної країни»⁵¹, опублікова-на 1678 року. Ця книжка закликала читачів до стриманості, якщо вони хотіли потрапити на небеса. Збірки порад ХІХ століття були не настільки релігійними, але проповідували цінність шляхетної вдачі. Вони розкривали ключові моменти життя історичних діячів, приміром Авраама Лінкольна, який, за розповідями з тих книжок, був талановитим оратором і водночас дуже скромною людиною⁵².