



[美] 戴尔·卡耐基 著
学林出版社

与成功同行

YU CHENGONG TONGXING

愿本书帮助你不断成功并成为成功的领导者



与成功同行

YU CHENGONG TONGXING

[美] 戴尔·卡耐基 著

学林出版社

图书在版编目(CIP)数据

与成功同行/(美)卡耐基著;汤力用译. —上海:学林出版社,2002.10

ISBN 7-80668-348-8

I. 与... II. ①卡...②汤... III. 成功心理学
IV. B848.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 059958 号

与成功同行



作 者——(美)戴尔·卡耐基
译 者——汤力用
责任编辑——乐惟清
封面设计——周剑峰
责任监制——田振军
出 版——学林出版社(上海钦州南路 81 号)
电话:64515005 传真:64515005
发 行——新华书店上海发行所
学林图书发行部(钦州南路 81 号 1 楼)
•电话:64515012 传真:64844088
印 刷——商务印书馆上海印刷股份有限公司印刷
开 本——850×1168 1/32
印 张——11.25
字 数——19.4 万
版 次——2002 年 10 月第 1 版
2002 年 10 月第 1 次印刷
印 数——15 000 册
书 号——ISBN 7-80668-348-8/G·134
定 价——20.00 元

译者前言

当初,日本人流行一句话:一个中国人可以干得过一个日本人,但三个中国人却干不过三个日本人。这话显然是说中国人虽然有个人竞争和成功的能力,但是不善于集体协作,不善于发挥整体的力量。这话有偏颇,也有道理,当它传入中国时,着实引起了一些思想震荡。现在,改革开放已经很多年,一直被看做“未来”的21世纪,也已走到了第二个年头,中国人已经见多识广,不再会被诸如“现代管理模式”、“沟通”、“团队”、“组织平面化”之类的名词吓倒,管理上的现代化已成为相当多的国内企事业单位孜孜以求的目标。管理的现代化,说穿了就是变被动式的权力关系为主动式的参与关系,这中间并没有太深奥的学问。不过——话又说回来,虽然不深奥,但是:其一,琐碎,变革不能通过革命来实现,而只能搞“微观政治学”,遵从共识,齐心协力,从一件件小事做起,所谓“事事留心、时时在意”是也;其二,微妙,建立良好的人际关系是现代化管理的重心,而人际关系是最微妙不过的了。人际关系好,不等于吃吃喝喝,不等于称兄道弟、拉帮结派;人际关系好,也没有一把绝对公允的尺子帮你衡量,虽然有“群众雪亮的眼睛”,很多时候还得靠你自己体会;人际关系好,还不能止乎私人私事,还要能推动工作,利于集体。——这就不容易了。我们有时候觉得搞好人际关系小菜一碟,那多半是受自己与二三好友的莫逆交情的鼓舞,遂觉“四海之内皆兄弟”,其实不然。现代意义上的人际关系,首先是立足工作,并且是瞄准那“无限的多数人”的。很多人所理解的交际,

指的就是友谊，交朋友，交知心朋友。朋友之外，则虚与委蛇，敷衍应付，甚至可以放手利用，尽情攻击。这恰恰是违背了现代人际关系的真精神。

如果要用简单化一点、但是也更明确、更形象一点的方式把现代人际关系与“前现代”人际关系区别开来，不妨这样说：“前现代”人际关系是制造“陌生的熟人”，而现代人际关系则要制造“熟悉的生人”。这话也许有些故弄玄虚，它的意思是说：“前现代”人际关系虽然结成了自己的小圈子，但它把更多的人推入了暗角，它的基本性质是保守、狭隘，党同伐异，即便同在一个单位的熟人，也要辨别派系，泾渭分明；而现代人际关系则力图打破那种狭隘的小圈子，走向更开放、更机动、更广阔的交际空间。有两种关系模式可视为现代人际关系的典型，一种是业务员式人际关系，一种是工作小组式人际关系。业务员面向所有人，所有人都是他潜在的客户，也是他潜在的朋友，他们本来都是“生人”，但只要业务员秉持现代人际关系法则，大家就能很容易地达成沟通、认同、信赖、互惠的关系。现代意义上的工作小组，是那种为完成某一特殊任务临时组建的团队。组队之前，往往彼此并不熟悉，而且各有各的背景、专业、职位，但组队之后，就应当心无芥蒂，精诚合作。这两种关系模式的健康发展与经验总结，正受到越来越多的国内企事业单位的重视，它们都不是一夜之间就能建立起来并顺利运转的，这中间还有一个相当长的探索期。因此，更多更好地利用国际上各种先进的管理经验和人际关系经验，就成为一种必然。

今天，我们之所以郑重地向大家推荐一本讲述卡耐基人际关系准则的书，原因也就在这里。卡耐基的书 20 世纪 80 年代开始进入中国，当时印数就很大，在各阶层都产生了不小的影响。确实，卡耐基是值得好好学习的。他从顺境到困境，再从困

境到顺境，从一无所有到百万富豪，达到事业的顶峰。其所走过的历程，是异常艰辛的。人生就是一个不断奋斗的舞台，事业的顶峰和成功的快乐的确令人神往，但在奋斗的过程中所洒的汗水又是无法计数的。卡耐基的奋斗有了很好的收获，他赢得了大多数人无法企及的成功。我们虽然不可能都取得与卡耐基相当的成就，但这并不妨碍我们向成功奋进的步伐。虽然不需要把卡耐基当作我们的偶像，但我们确实可以从他的成功历程中学到许许多多的东西。

更重要的，当然还是卡耐基的思想，特别是他有关现代人际关系的理念。这些理念，通过他的书，他的培训机构，不仅普及到美国各地，而且跨越国界，漂洋过海，传播到了全世界。我们且不说卡耐基的书至今已印行了几千万册，单讲全球五大洲五十多个国家的卡耐基成人教育机构，就多达一千七百余个，其影响之大可想而知。在美国国内，在加拿大，在欧洲，在日本，人们普遍认为卡耐基的成人教育对发展他们的事业非常重要，许多大公司都派遣各阶层的员工去接受训练。在某些国家，生活贫困的人没有能力缴纳学费，卡耐基教育机构便想尽办法，促使各公司在可能的情况下为他们的学员负担全部或部分学费。英国的里兹市政府为了鼓励官员接受卡耐基训练，特别成立资助委员会，学员能完成卡耐基训练的，政府就补贴百分之五十的学费。这样的结果是，从英国的会议大厅，到原始部落的茅屋；从酷热的热带地域，到寒冷的斯堪的纳维亚，接受卡耐基训练的人已愈几千万。他们之中，有工厂的工人、家庭的主妇、企业的经理、学校的教员，也有名星巨贾、各界领袖，以及许多国家的高级政府官员。在毕业学员中，有很多是内阁成员、国会议员和高级外交官。如洪都拉斯的两任总统和总统夫人、冰岛总统和许多内阁成员，都是卡耐基课程的毕业学员。据《纽约时报》报道，甚

至连前苏联的一些领导人也接受过改进人际关系的训练,并且他们的成人教育也采用了许多卡耐基的教材。于是,这遍布世界的国际成人教育,形成了现代成人教育的一种潮流,一种卡耐基运动。

全世界千千万万的人,在卡耐基课程丰富的、重要方式的影响下,提高了生活素质。他们从日益增长的自信和热忱中,得到生活的力量,增进了沟通意见的能力,学会了做人处世的技巧。在业务上、在社交上、在私人生活中,都享受了更好的人际关系,获得更大的成功和幸福。

这么说也许会使得你觉得有些夸张,但事实就是这样:卡耐基的著作(及论述卡耐基思想的著作)已经成为现代人际关系的经典表述。也许有人会认为,卡耐基在 20 世纪的 50 年代就已去世,他如何能预料当今社会的巨大变革,他的人际关系原则又怎么会不过时呢?诚然,卡耐基不能先知先觉如今这个光怪陆离的时代,但是光怪陆离之下,仍然有一些相当稳定的东西。人与入到底该怎么交往,在这件事情上的变化并不像电脑杀毒软件那样一年一个版本,有一些是以不变应万变,或者说是万变不离其宗的。卡耐基当初力图揭示的,就是这种变中不变的东西。不错,我们今天学习卡耐基,首先要强调他的理论的时效性,我们说,卡耐基的人际关系学是人际关系由前现代模式向现代模式转化的一个很重要的参考,但是我们不要产生误会,把卡耐基这一套都当成机会主义的货色,已不合今天“后现代社会”的时宜,可以作古董处理掉算了。且不说国内相当多企事业单位还不很现代,就是发达国家的大牌企业,也仍然在实践着卡耐基式的人际关系原则。不妨举例为证。网上有一则报道,讲到了壳牌集团引进人才的标准。我们知道,壳牌集团是世界领先的国际石油企业,位居全球 500 家最大公司排名前列的,是许多年轻

人心目中的“顶尖级”外企典范。那么,什么样的人才能进壳牌?壳牌在人力资源发展方面如何运作?为此有媒介专访了壳牌东北亚集团人力资源部经理史劳勃(Erik Slotboom)和壳牌中国人力资源发展经理袁效琴。以下就是他们的两段论述:

人际关系不单纯指与人如何相处,更在于能不能与人产生一加一大于二的效果。一个人人缘好绝不是壳牌所说的人际关系。千万不要把人际关系等同于拉关系,以为能天天坐下来和人吃饭就是人际关系能力强。壳牌的人际关系是指你是不是尊重他人;你是不是理解他人;你在与人沟通时是不是能有效地倾听对方,并把自己的意见说出来;意见不一致时是不是能把不同意见综合起来,然后得到一个大家都比较满意的结果;是不是能说服他人,同时说服自己;在一个小团队里面是不是能够自然成为领导者,能不能跨越自己影响他人(不是越权,而是善意的、建设性的合作与帮助)……这里的人际关系同时也包括了团队之间的关系。

成就欲是一个人事业追求的前提,首先你要有愿望成就一番事业,然后还要取决于你的成就能力。你是不是能清楚地设立自己的目标,然后一步一步有的放矢地去完成;在实现过程中的心理素质,比如坚持与意志力、决断力,面对压力时是否能够坚持得住,能在大家争论不休的时候站出来说这个意见是最好的,请跟我走,并能够说服大家。当然除了脑子灵活、思维敏锐之外,还要精力特别充沛,因为只有这样才能最终完成自己的事业。有人觉得只要自己兢兢业业工作就是能力好,就会取得成就,不是这样的。努力工作 \neq 成就,努力工作 \neq 能力。因为付出的努力,不一定

有效。你要有勇气、有能力并且聪明地完成你的目标。

这实际上还是卡耐基的思想。看了这段议论,再对照一下本书的目录,也许你会增加更多的兴趣。卡耐基的成功学原理和人际关系原则,至今仍对帮助人们成就事业和促进企业管理模式的转变有着极其重要的参考价值,这一点毋庸置疑。本书的独到之处,正在于它把握住了“企业管理模式转变”这个大背景,以“什么是真正的领导才能”为核心,组织起丰富的实证材料,将卡耐基的成功学原理和人际关系原则同现代管理理念有机地结合起来,给读者以新的启发。

目 录

译者前言 1

上编 导语篇

第一章 人际关系的变革 3

组织文化的变革需要一种全新的领导族群,这类新领导人将不同于我们过去所认识的传统意义上的老板,领导者高高在上发号施令的时代已成为过去的风景。

第二章 什么是领导才能 14

凭借着高超的领导力,我们能有效地鼓励、教导他人,帮助他人完成力所能及的工作,为他们描绘出未来的远景目标,在团体内部建立起良好的人际关系。

中编 自我篇

第三章 坚持自己的本色 29

要保持自己的本色,就要认清自己的特质,就要

明确自己想追求的目标,就要不为无意义的流言蜚语、诽谤污蔑所左右,就要勇于接受不可改变的事实。

第四章 制定行动的目标 40

订立目标,订立有难度、有挑战性但又切实可行的目标,你才能真正掌握未来,也才能真正达到卓越的成就。

第五章 坚毅、自律与专注 58

拥有了坚毅、自律和专注的品质,你就具备了成为一个卓越领导人的最重要条件。

第六章 追求人生的平衡 75

千万不要再把花在家人、运动或休闲上的时间看成是浪费。积极调整状态,追求人生平衡,这种精神是休闲的真正意义。

第七章 建立积极的心态 90

说到底,外在环境并不能决定我们幸不幸福。决定我们是否幸福的,是我们对外在环境的反应,是我们对待生活的态度,是我们的品格。

第八章 学着去克服忧郁 103

不要为过去发生的事忧虑,或为未来可能发生或可能不发生的事忧虑。好好把注意力集中在今天真实的生活里。

第九章 热忱的巨大力量 124

成功的人和失败的人在技术、能力和智慧上的差

别并不会很大,但拥有热忱的人将会拥有更多如愿以偿的机会。

下编 团队篇

第十章 沟通的重要性及原则 143

现在,越来越多的人开始重视起良好沟通的重要性。有能力进行有效沟通的人才能真正激励别人,也才能将好点子转化为行动,这是所有成就的基石。

第十一章 要学会怎样尊重他人 158

有关如何尊重他人的金科玉律是:第一,你希望别人怎么对你,你就先怎么对人;第二,把部属当作同事,切勿轻视、命令或谴责;第三,邀请别人参与。

第十二章 学会用热情消除隔阂 177

想要别人喜欢你,想发展真正美好的人际关系,想要助人且自助,只要谨记这条原则:对别人表示兴趣,真诚地关心别人。

第十三章 从他人的角度看问题 197

精明的领导人永远要领先想到顾客下一步会需要什么——也许是几个月后,也许是几周或者几天后。这些都必须站在他人的立场考察问题,而不是斤斤计较自己眼下能得到什么现实的好处。

第十四章 学习之道首先是聆听 215

奇妙的是,要想说服别人赞同你的想法,最好的办法是听听他的意见。聆听,就是以你的双耳去说服别人。

第十五章 如何激励和鼓舞别人 231

人们总是希望接受可以发挥其能力的工作,甚至是能够激发潜能的工作。因此,激励最重要的部分,是把工作任务与个人能力恰当地结合起来,人们需要的是真正的挑战以及较高的期许。

第十六章 不要吝惜肯定与赞赏 252

奖励、肯定与赞赏。重要的不是采取哪种方式,而是你真的把它付诸行动,一遍、一遍又一遍。这才是奖励员工的真谛。

第十七章 以激励为宗旨的批评 265

领导人必须记住:只有立足于激励,并确实能实现激励的批评才是聪明的和必要的。在批评时要注意营造轻松平易的气氛;不要揪住不可改变的事实不放;要顾及他人的面子。

第十八章 虚心接受别人的意见 275

我们要留下自己干过的傻事记录,批评我们自己,因为我们不可能希望做到完美的程度。因此,让我们请别人给我们坦白的、有用的、建设性的批评。

第十九章 让步和宽容最有力量 289

在与他人相处时,在与他人交换意见时,如果你是对的,就要试着温和地、有技巧地让对方同意你;而如果你错了,就要痛痛快快地承认。这样做,要比为自己争辩有效和有趣得多。

第二十章 营造和谐美满的家庭 308

问丈夫们的问题:你是否还在“追求”你的太太?你是否注意永远不在他人面前批评她?

问太太们的问题:你是否能勇敢地、愉快地面对经济拮据的状况,不把你的丈夫跟成功的人作不利于他的比较?

第二十一章 组成面向未来的团队 326

越来越多的现代企业发现了一个新的组织理念,就是团队。在团队中,人们为做好各项工作,可以超越权限、背景以及组织关系的限制,只以工作结果为导向。

结语 何不立即行动! 344

YU CHENGGONG TONGXING

与成功同行

上编 导语篇



卡耐基圆了“中国梦”

● 我发现他们不只需要沟通的训练，他们更需要训练的是如何在工作与应酬中与人相处得更融洽。

——戴尔·卡耐基

● 这个时代需要的是领导能力，而不仅仅是管理能力。

——约翰·奎许(哈佛大学商学院教授)

● 我之所以能赚取一份天文数字的收入，完全是凭借着处理人际关系的能力。

——查尔士·史瓦伯(钢铁公司总裁)

第一章

人际关系的变革

组织文化的变革需要一种全新的领导族群,这类新领导人将不同于我们过去所认识的传统意义上的老板,领导者高高在上发号施令的时代已成为过去的风景。

战后初期,美国的公司几乎无论做什么都能成功。欧洲与亚洲的经济已差不多被战争摧毁,新兴国家尚不成气候。财大气粗的美国公司,背后有庞大的劳工与强有力的政府撑腰,自以为是,眼高过顶,俨然一副经济领袖的模样。当时那些公司不见得营运管理得当,可这并不要紧,他们以垂直的阶层管理、严格的职务分类以及管理者“谁比我更懂”的态度,在 20 世纪中期的那几年运行得很顺利——他们个个脑满肠肥、心情愉快,大把大把的真金白银塞满荷包。