

处理人际关系 的艺术

〔美〕戴尔·卡内基 著

使人喜欢你的六条方法

6

使人与你想法一致的十二条方法

12

改变人而不招恨致怨的九条方法

9



京 出 版 社

处理人际关系的艺术

【美】 戴尔·卡内基 著
丹 宁 译

北 京 出 版

Dale Carnegie
**How to Win Friends and
Influence People**
Simon & Schuster, Inc.
New York, U. S. A., 1981

处理人际关系的艺术
Chuli Renji Guanxi De Yishu

[美] 戴尔·卡内基 著
丹 宁 译

•
北 京 出 版 社 出 版
(北京北三环中路6号)
新华书店北京发行所发行
北 京 印 刷 三 厂 印 刷
•

787×960毫米 32开本 9.5印张 162,000字
1988年12月第1版 1988年12月第1次印刷
印数 1—40,000

ISBN 7-200-00359-X/G·81

定 价: 2.90 元

内 容 提 要

在现代社会中，一个人如果不具备处理人际关系的能力，就很难在各方面取得成功。本书正是一本指导人们处理人际关系的著作。它系统地介绍了如何待人，与人相处，与别人取得一致，改变他人想法等方面的技巧，使读者能够掌握处理人际关系的基本规律，帮助读者在复杂的社会环境中建立起良好的人际关系，最大限度地发挥自己的潜力，从而攀登上事业的高峰。

这是世界上第一本有关人 际 关 系 的书，迄今为止仍是最畅销的一本。它曾经帮助许多人获得了成功。本书通俗实用，适合各种文化水平的读者。

修订版序言

《处理人际关系的艺术》于1937年初版印刷时，仅印了5000册。不论是作者戴尔·卡内基，还是出版商西蒙和舒斯特都没有期望本书的发行量超过这一有限的数量。然而，出乎他们的意料，这本书在一夜之间就引起轰动。接着，增印了一次又一次，以便满足不断上升的购买需要。《处理人际关系的艺术》是世界出版史上空前的最畅销书之一。它触及了一个极重要的问题，满足了人类在某一方面的需要。这个需要不仅仅是战后大萧条时期的暂时现象。本书的销售能不间断地延续到八十年代，几乎达半个世纪之久，就证明了这一点。

戴尔·卡内基曾说过，往英语里增加一个成语比赚一百万美元还难。而《怎样交朋友和影响他人》^①则成为这样一个成语。它被无数篇政治漫画、小说等作品引证、释义、模仿和引用。这本书本身也被翻译成几乎所有的已知语言。每一代人都能重新发现它并觉得它实用可信。

①本书原名为《怎样交朋友和影响他人》(How to Win Friends and Influence People)。——译者

这给我们带来一个逻辑问题：那为什么还要修改一本已被证实并继续被证实具备有效的、普遍感染力的书？为什么还要去摆弄一部已获成功的作品呢？

在回答问题前，我们必须了解到戴尔·卡内基本人在他有生之年里，就是一个对自己的工作不知疲倦的修改者。《处理人际关系的艺术》是他为了讲课而写的教科书，课程的名称是《有效的演说和人际关系》。这本书至今仍被用于这一课程。到1955年去世为止，他一直坚持修改、提高课程本身以适应不断增多的听众和他们的发展要求。对当今生活中不断变化的潮流，没有人比戴尔·卡内基更加敏感的了。他不断改进、完善他的教学方式，几次更新他所著的《有效的演说》一书的内容。如果他能活得长久一点，那他将亲自修改《处理人际关系的艺术》，以便能更充分地反映自三十年代以来世界所发生的变化。

本书初版时提到的许多当时的著名人物已不为许多今日的读者所熟知。某些例子和词句，用现在的社会思想风气来衡量，就象维多利亚时期小说里的事情那样离奇、遥远。为此，该书的重要启示及整个效果受到了削弱。

因而，此次修改的目的就是为现代读者阐明本书内容，增强其效果而不致使读者去揣摩内容。我们作了一些删节，增加了一些更加现代的例子，但是却没有“篡改”《处理人际关系的艺术》。

活泼、轻快的卡内基风格完整无损，甚至三十年代
的俚语都保留在书中。就象他说话一样，戴
尔·卡内基用一种非常热情的、通俗的、会话的
风格进行写作。

因此，一如既往，在本书中和他的工作中，
他的声音仍然强大有力。来自世界各地的成千上
万的人受到卡内基课程的训练，而且人数每年都
在增长。成千上万的其他人则阅读、研究《处理
人际关系的艺术》，并领悟和应用书中的原则以争
取更美好的生活。为了所有这些人，我们就象磨
利、擦亮一件精心制作的工具一样，奉献出这个
修订版。

多萝西·卡内基
(戴尔·卡内基夫人)

初版序言

通往成功的捷径

洛厄尔·托马斯

这是1935年的一个寒冷的夜晚。然而，寒冷的天气并没能阻挡住人们。2500名男人和女人拥进纽约市宾夕法尼亚饭店的大舞厅。7点半，已是座无虚席了。到了8时，热切的人们仍然源源不断。宽敞的楼厅很快被挤满。接着，站席也变得拥挤了。那一晚，有几百人在劳累一天后，又站了1小时30分钟。他们来看什么？

时装表演？

六天的自行车赛，或者克拉克·盖博^①亮相？

都不是。这些人是被一则报纸广告吸引来的。两天前，他们在《纽约太阳报》上看见一幅整版的醒目广告：

学习如何有效地说话

培养领导才能

老一套？是，不过信不信由你，在世界上这个最世故的城市里，在20%的人接受救济的大萧条

^①克拉克·盖博(1901—1960)：美国电影演员。他参加拍摄的名片有《飘》、《不合时宜的人》等。

——译者

时期，2500人应广告之召，离家挤进这座饭店。

这些有反响的人都是经济界高层人物——总经理、雇主、专业人员等。

这些男人和女人前来是为了倾听最新、最实用的课程《有效地讲话并在工作中影响他人》的第一讲。这是由“戴尔·卡内基言语技巧和人际关系研究会”举办的课程。

这2500名男人和女人为什么到这里来？

是因为萧条突然引起他们再学习的欲望吗？

显然不是。因为在过去的24年里，在纽约市每个季度都要开设这门课程，并一直满座。在这一段时间里，超过15万的商人、职业人员受到戴尔·卡内基的训练。甚至象威斯汀豪斯电气公司、麦格劳山出版公司、布鲁克林联合煤气公司、布鲁克林商会、美国电气工程师协会以及纽约电话公司这样庞大的、遇事多疑的保守单位也在自己的办公地点为职员和经理组织这个训练。

人们在离开小学、中学、大学十年或二十年后前来接受这样的训练，这一事实突出地表明了我们的教育体系有惊人的缺陷。

成年人真正想学的是什么？这是个重要问题。为了回答它，芝加哥大学、美国成人教育协会和基督教青年会联合学院进行了一次为期超过两年的调查。

调查表明，成人的基本兴趣在于保持健康，而他们的第二个兴趣就是提高人际关系的技巧——

他们想学习与人相处并影响别人的技巧。他们并不想成为演说家，他们也不想听许多心理学上的夸张演讲，他们希望获得能立即应用于工作、社交和家庭的建议。

这就是成年人所想学习的，是不是？

“这样的话，”搞调查的人说，“那好办，如果这就是他们所需要的，那我们就满足他们。”

他们四处寻找教科书，但是却发现从来没有写过一本帮助人们解决他们日常人际关系问题的书。

真是糟糕透顶！千百年来，人们写出了许多有关希腊文、拉丁文以及高等数学的卷帙浩繁的大作——一般成年人丝毫不关心的题目。但是，他们渴望从中获得知识，渴望从中获得指导和帮助的著作，却根本没有！

这也就说明了为什么2500名热切的成年人因为一纸广告而挤进宾夕法尼亚饭店的大舞厅里。显然，在这里，他们终于找到了他们长期以来所期望的东西。

回想在中学和大学里，他们钻研书本，相信单凭知识就能掌握在经济界和专业上成功的秘诀。

但是，乱糟糟的几年事务和职业生活使他们迅速幻灭。他们发现，那些不仅掌握了专业知识，而且善于说话，能转变别人想法使其与己一致，并能宣传自己和自己观点的人在工作中取得了最重大的成功。

他们很快发现，驾驶事业之船的雄心、个性和说话能力远比拉丁文动词知识或哈佛大学一纸毕业论文重要得多。

《纽约太阳报》刊登的广告许诺，讲座将非常有趣。事实确实如此。

学习过这一课程的18个人排列在话筒前，其中15个人每人被限在75秒钟内说出自己的故事。仅仅75秒钟的发言，然后，“砰”的一声，木槌落下，主席叫道：“时间到，下一个发言！”

就象一群野牛隆隆跑过平原一样，讲座在迅速地进行着。听众站了1个半小时观看这个表演。

发言者包括各方面的人士：几位销售代理、一位连锁商店经理、一位面包师、一位社团总裁、两位银行家、一位保险代理、一位会计师、一位牙科医生、一位建筑师、一位药剂师——他是从印第安纳州波利斯赶到纽约来的，还有一位律师，他来自哈瓦那，为的是为自己准备一个3分钟的重要讲话。

第一个发言人叫帕特里克·简·奥海尔。他出生在爱尔兰，只上过四年学，飘洋过海来到美国，先干机修工，后来当司机。

然而，他到了40岁，有一个不断扩大的家庭，需要更多的钱。因此他试着销售货车。他有自卑感，用他自己的话说，这使他暗自伤心。他在客户的办公室前要来回走六七趟才能鼓起足够的勇气去推门。他当一名推销员真是糟透了。

他几乎想回到工厂，仍用双手干活。就在这时，他收到一封信，邀请他参加戴尔·卡内基有效说话课程的创始班。

他不想参加，他害怕与许多大学生打交道。他不习惯那样做。几乎绝望的妻子坚持要他去，说：“也许对你有什么好处，帕。你确实应当去。”他来到聚会的地方，站在走道上犹豫了5分钟后才产生足够的自信走进屋子。

开始，他几次试图在别人面前说话，却因为害怕而感到头晕。然而在几个星期后，他不再畏惧听众了，丝毫也不。他甚至发现自己喜欢说话，人越多越好，他再也不怕人，不怕比他优越的人了，他向他们说明自己的观点。他很快被提升到推销部，成为公司里受人重视、招人喜欢的成员。那天晚上，在宾夕法尼亚饭店，帕特里克·奥海尔站在2500人面前，欢快而生动地述说了他取得进步的过程。听众爆发出一阵又一阵的笑声，职业演说家的演说几乎也不能与他的演说相比。

下一个发言者名叫戈弗雷·迈耶，是一个白发苍苍的银行家，一位有11个孩子的父亲。当他第一次准备在课堂上发言时，吓得直发愣，大脑停止了运转。他的故事生动地说明了为什么领导才能都跑到善于说话的人身上。

他在华尔街上班，25年来一直住在新泽西的克利夫顿。在这一段时间里，他对公共事务不热

心，大概只认识500人。

在他参加卡内基课程后不久，他收到一份税单，他认为这笔税征得不合理，因此感到愤怒。如果是以往，他就会呆在家里发怒或者向邻居发牢骚。然而这一次，他采取了不同的做法。那天晚上，他戴上帽子，来到小镇居民的集会上，当众发了一通脾气。

结果，这一愤慨的发言使新泽西州克利夫顿镇的居民强烈要求他竞选镇议会的公职。于是他连续几个星期从一个集会赶到另一个集会，斥责浪费和市政铺张。

参加竞选的有96名候选人。当清点选票时，嗨，戈弗雷·迈耶名列榜首。一夜之间，他变成了这一地区4万居民中的知名人士。由于他的讲话，他在6个星期里交的朋友比他在过去25年里交的朋友还多80倍。

他当镇议会成员所得的年工资意味着他在卡内基课程上的投资获得了1000倍的收益。

第三个发言者是一个规模很大的全国食品加工协会的首脑，他提到他起初在董事会会议上不能站起来发表自己的看法。

作为学习卡内基课程的成果，发生了两件惊人的事情。他很快成为他所在协会的董事长。在这个职位上，他必须在美国各地召开的会议上发言。他讲话的摘录被编进美联社电讯稿，被全国各地的报纸、贸易杂志登载。

在学习有效地讲话的两年里，他争取到很多免费宣传他的公司和产品的机会，而在过去花25万美元直接登广告也做不了那么多的宣传。这位发言人承认，在过去他给曼哈顿一些更大的公司的董事打电话请他们共进午餐时，他说话吞吞吐吐。但是由于有了因善于讲话而获得的声誉，同样是那些人，现在却倒过来给他打电话，邀请他共进午餐，并向他抱歉说占用了他的时间。

说话的能力是通向成功的捷径。它使一个人成为引人注目的中心，使他比众人高出一头。而一个人如果善于讲话，那么他往往被认为具有大大超过他实际水平的能力。

一场成人教育运动正在全国展开，在这场运动中，最引人注目的推动力就是戴尔·卡内基。

根据里普利所画的《信不信由你》^①连环漫画，卡内基评论了15万次讲话。

戴尔·卡内基的经历充满了鲜明的对照。他的经历是一个引人注目的例子，说明当一个人着迷于一个创造性的观点并热情激昂地为此奋斗时能够达到什么样的成就。

他出生在密苏里的一个农场里，农场离铁路十英里。12岁前，他从未见过有轨电车，然而在他46岁时，他已扬名天下——从香港到挪威北部小城哈默菲斯特的地球上每一个角落。

^①《信不信由你》：是罗伯特·里普利于1918年首创的报纸漫画专栏，专门搜集世界上令人难以置信的事实。——译者

这个为每小时挣五美分而采过草莓，砍过欧龙牙草的密苏里小伙子后来成为训练大公司董事们如何自我表现的高薪教练。

这个昔日曾在南达科他州西部放牧牛群，给小牛打烙印，检修牧场栅栏的牛仔，后来前往伦敦，在王室的赞助下登台。

这个最初试图当众演讲，却连续遭到五六次彻底失败的小伙子，后来成为我的私人管理人。我的大部分成功应归功于戴尔·卡内基的训练。

年轻的卡内基不得不为得到受教育的机会而奋斗。因为厄运总是降临密苏里西北部的这个老农场。年复一年，“102”号河水泛滥，淹没庄稼、卷走干草；季复一季，肥猪因霍乱而病倒、死亡；牛和骡的价格降到最低点以下，银行威胁要取消抵押品的赎回权。

卡内基家感到灰心丧气，他们变卖一切，在密苏里州沃伦斯堡的州师范学院附近买了另一个农场。城里吃住一天需要一美元，但是年轻的卡内基交付不起。因此他住在农场里，每天骑马赶三英里路到学院上课。在家里，他挤奶、劈柴、喂猪，在煤油灯下学习拉丁文动词，直到眼睛模糊、精神困乏。

即使在中夜上床，他也要把闹钟的打铃时间拨到三点钟。当闹钟一响，戴尔·卡内基便从毯子里爬出来，把他父亲饲养的纯种小猪送到母猪那里，让小猪吃奶，等它们吃饱后再把它们送回到

厨房炉灶后面的温暖处。

师范学院有600名学生。戴尔·卡内基是少数五六个吃不起城里饭的学生之一。他必须骑马赶回农场，还需每天挤奶，他为这种贫困状况感到羞愧。他为自己的衣服感到羞愧，衣服太小了；他为自己的裤子感到羞愧，裤子太短了。他很快产生了自卑感，于是便寻找提高声望的捷径。他很快发现学院里有一群人——足球运动员、棒球运动员以及在辩论和演讲竞赛中获胜的家伙——有影响、有威信。

认识到自己没有体育资质，他决定在一次演讲竞赛中取胜。他花了几个月的时间准备他的演讲。在骑马匆匆赶往学校以及回家的路上，他进行练习；在给牛挤奶时，他进行练习；然后爬上牲口棚里的草垛上，用极大的热忱和夸张的姿势向着吓呆的鸽子高谈阔论地演讲。

但是，尽管他如此热切，如此努力，他还是一次又一次地被击败。那时他18岁，敏感而自尊。他变得极为沮丧、抑郁，甚至想自杀。然而，突然间，他开始获胜，不是在一次竞赛中，而是在学院举行的每一次演讲竞赛中获胜。

其他学生恳求他训练他们，结果他们也获胜。

从学院毕业后，他开始向内布拉斯加州西部和怀俄明州东部沙丘地带的大农场主兜售函授课程。尽管他有无限的精力和热情，但是他没有取

得成功。他沮丧异常，大白天跑回内布拉斯加州阿莱恩斯的旅馆，横倒在床上，绝望地哭泣。他渴望回到学院里，非常想从严峻的生活斗争中退却下来。但是他不能，因此决定去奥马哈寻找工作。他没有钱买火车票，只好乘坐货车。作为车费的补偿，他给两整车的野马喂料饮水。在南奥马哈下车后，他找到一份工作，为阿穆尔公司推销熏猪肉、肥皂和猪油。他的推销区在南达科他州西部的巴德兰兹以及牧区和印第安人居住区。他乘坐货车、公共马车或骑马在推销区里奔波，住在拓荒者的旅店里。那里，分隔房间的仅仅是平纹细布。他研究推销术的书，骑坐烈性马，与印第安人玩扑克牌，并学会了如何收款。比如，当一个内地的零售店店主不能为所订购的熏肉和火腿交付现金时，戴尔·卡内基就从他的货架上拿走一打鞋子，把它们卖给铁路职工，再把收到的钱交给阿穆尔公司。

他经常坐货车在一天内跑 100 英里地。当火车停下卸货时，他就猛跑到镇上，找三四个商人，获得订货。当汽笛鸣叫时，他就再次在街上迅速猛跑，跳上已开动的火车。

两年内，他使这个曾处于第25位，没有什么经济效益的推销区上升到南奥马哈29个推销区的第一位。阿穆尔公司提出提升他，对他说：“你取得了看来几乎是不可能的成就。”但是他拒绝了提升，并辞了职，来到纽约，进美国戏剧艺术学