

大眾心理學全集

計劃五年出齊三〇〇冊・每冊都解決一個或幾個你面臨的問題

系列新書之50

讀者文摘、時報周刊特別推荐

逆境中的創意思考

羅伯·舒勒博士／原著 陳明芬／譯

〈內容特色〉

■全世界最熱門的演講家

舒勒博士是全世界最熱門的演講家，他每年旅行各地做一百場以上的公開演講；此外，他每週在電視上演講一次，同時在一百六十九家電視台播出，收視人口可能是電視史上最驚人的數字。

舒勒博士本身是個傳奇人物，他廿八歲帶著五百美元到加州籌建教堂，結果他建造了一座斥資兩千萬美元的「水晶大教堂」。企業界對他的能力極為驚奇，對他口述的「創意思考」方法也潛心研究。但舒勒博士卻把這些要訣，都寫在這本書中……。

〈名家推荐〉

■時報周刊「趨勢索隱」專欄說：

美國人寄望於舒勒博士的……是行動上的指導，人們希望這位行動英雄身上學到消除無力感的方法。……事實上，全世界都在尋

事的拿破崙，這才是新時代渴望認同的偶像。

——時報周刊第三七五期

〈金句精選〉

■強者懂得正視問題

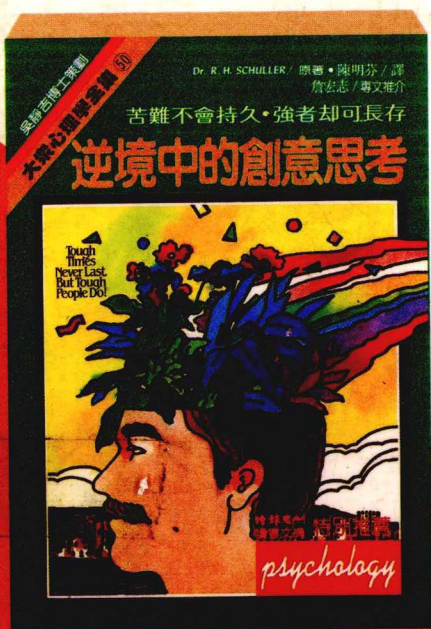
強者成功的秘訣是什麼？

為什麼他人被困難征服的時候，他們能夠繼續生存？大多數人失敗的時候，他們能夠成功？別人意氣消沉的時候，他們卻神采飛揚？

答案很簡單。強者成功的關鍵在於他們處理問題時所採取的態度。勝利者永不消極退縮，他們能夠正視問題，掌握要點，積極謀求解決之道。

——頁四五

心理知識可以紓解壓力、增進潛能、潤滑人際關係、改善組織體質、是所有企業主管的必備利器！



- 本書實售110元
- 全省各大書店有售
- 郵撥0189456-1遠流出版公司

戴爾・卡耐基 著／詹麗茹 譯

卡耐基人際關係手冊

 遠流出版公司

卡耐基人際關係手冊

原 書／How To Enjoy Your Life and Your Job

作 者／Dr. D. Carnegie

譯 者／詹麗茹

策 劃／吳靜吉博士

主 編／大眾心理學全集編輯室

發行人／王榮文

出版・發行／遠流出版事業股份有限公司

臺北市10714汀州路782號七樓之5

郵撥／0189456-1 電話／392-3707

法律顧問／王秀哲律師

嘉義市忠義街178號 ☎ (05) 227-3193

董安丹律師

臺北市忠孝東路四段142號503室 ☎ 721-9391

呂榮海律師

臺北市金山南路二段2號8樓2室 ☎ 394-3393

印 刷／優文印刷廠

臺北市汕頭街54巷42弄55號 ☎ 306-3473

□1985年9月25日 初版 □1986年10月20日 五版

行政院新聞局局版臺業字第1295號

售價 110 元(缺頁或破損的書，請寄回更換)

<大眾心理學全集計劃5年出齊300冊・每冊售價統一>

版權所有・翻印必究

香港出版者／香港遠流出版公司

香港灣仔聖佛蘭士街秀華坊23號地下

香港經銷商／藝文圖書公司

九龍又一村達之路30號地下後座 ☎ 3-805705

《大眾心理學全集》

王榮文

出版緣起

在一個充滿社會壓力與人際關係的世界裏，已經不容許「心理學文盲」的存在！你對心理學的認識與體會，將決定你能否在文明社會中活得下去，活得快樂，活得有尊嚴！

臺灣在近幾年，心理學的地位突飛猛進。不但社會大眾對心理學知識的需求日益殷切，心理學與經濟學，更並列為臺灣當代兩大「顯學」，上自達官資本家，下至販夫小職員，都欲一窺究竟，引為隨身利器。

心理學的勃興，在臺灣社會可能有其特別的時代理由：

第一，臺灣社會日趨進步，羣體生活則日漸複雜。社會壓力與人際摩擦在在使現代人難以透氣，人人都渴望尋找自我教育、完成個人目標的途徑。

第二，臺灣的企業活動日益繁盛，商業社會的特質呼之欲出，然而，一切企業管理不離「人性因素」，在商業社會中想要脫出競爭，管理他人，就得掌握了解人的學問不可。

不論是基於前者尋得個人安身立命的「消極動機」，或是後者尋求個人在社會上進步發展的「積極動機」，心理學都是一門有幫助、有用處的知識。

可惜的是，在臺灣，心理學的一端藏於學院門牆之內，凡夫俗子緣慳一面；心理學的另一端

卻在大眾傳播媒體中，把普通常識略事包裝後出現，並未給予大眾真正的幫助。

在這樣的環境前提下，遠流出版公司提出一個「大眾心理學全集」的計劃，希望不失心理學嚴謹性的原則，編輯一套平易近人，可以流傳大眾的心理學叢書。

這套叢書計劃又分雙線進行，一條路線是搜尋坊間曾經譯著出版的大眾心理學著作，重新整理歸納，使其中的佳作得以滙為巨流，成為取之不盡的知識泉源。另一條路線則邀請心理學名家，譯著大眾心理學作品，自成系統。

遠流出版公司的「大眾心理學全集」編輯計劃，預備在五年之內，出版三百種深入淺出、人人可讀的通俗心理學著作。每種著作除由專家學者編寫校閱外，並由本社的編輯室撰寫報告一篇，做為讀者之「導讀」。

「大眾心理學全集」的編輯工作，由心理學家吳靜吉博士領導並策劃，在遠流出版公司成立「大眾心理學編輯室」，編輯室的編輯小組除了執行編纂工作，並共同或輪流撰寫「編輯室報告」。此外，遠流出版公司更邀請國內外知名心理學家多位，組成「諮詢委員會」，為全套叢書擔任選書、顧問、觀察心理學研究動態等工作。

這樣的編輯構想，加上這一組傑出工作人員的努力，深望能提昇臺灣社會大眾對心理學的整體認識。我們除了自我砥礪之外，更盼望在編輯計劃進行過程中，能夠不斷得到各界方家以及讀者大眾的反響與指正。

編輯室報告

戴爾·卡耐基 (Dale Carnegie, 1888-1955) 是一位傳奇性的教育人物，他已經逝世卅年了，然而他對全世界的影響還不斷地在擴大之中。

卡耐基，可能是歷史上演講次數最多的人（光是他擔任講評的演講會，次數即高達十五萬次），他的書也是歷史上最暢銷的一般讀物（他的《如何贏得朋友、影響他人》一書，英文版就賣出一千五百萬本）；除此之外，他更是美國「成人教育」(adult education) 運動的關鍵人物。

什麼是成人教育？成人教育本來泛指一切提供給社會人士、無學位目標的課程。後來發展出兩個大的主流，一個是由大學、學院提供的非學位課程，另一個主流則是針對某一種特殊需要，由社會上的機構來提供課程。

戴爾·卡耐基於一九一二年創立了第一個「口才訓練」的課程，立刻受到廣泛的歡迎；他所提供的知識，經常是人們在社會上極為有用，卻又乏人教授的材料。他的成人教育課程，後來發展成爲一個屬於他個人的學院，全力教育一般民衆有關口才、推銷、和人際關係的訓練。

這個學院在美國、加拿大、歐洲、和南美洲都沒有分校，參加該學院所開課程的人數以千萬計，很多都是公司機關的幹部，這種影響力使他成爲廿世紀最重要的人物之一。卡耐基本人雖然已經逝世三十年，但他的學院卻越來越大，越來越有影響力；離臺灣最近的分校是香港和澳洲，每年也訓練出數以萬計的企業幹部。

一九八五年，卡耐基的遺孀桃樂賽·卡耐基 (Dorothy Carnegie, 她現在是卡耐基聯合公司的董事長) 爲了使卡耐基的成人教育更爲普及，特別設計了「戴爾·卡耐基訓練叢書」(Dale Carnegie Training) 的構想，試圖以書籍傳播的方式，把卡耐基的課程普及到學院到不了的地方。這本《卡耐基人際關係手冊》就是這套叢書的第一本。

卡耐基訓練課程對臺灣多數的企業幹部可能是耳熟能詳，但總是緣慳一面。卡耐基學院至今在臺仍無分校，想參加該課程的臺灣大眾，可能必須遠渡重洋才有機會。

現在，卡耐基夫人主持的「訓練叢書」計劃，彌補了這個遺憾。在臺灣工作的社會青年，也可以透過自學的方式，從這本書中得到卡耐基的思想和教導。

《卡耐基人際關係手冊》實際上是卡耐基生前兩本最暢銷的書修訂而成，這兩本書一本叫做《如何交友和影響他人》，一本叫做《如何拋卻煩憂，開始新生活》，主旨是要你重新面對你的工作和生活，找到積極樂觀的方法，讓自己在工作中與生活中得到享受。

戴爾·卡耐基生平以演講聞名，他寫書也和他的演講一樣，簡潔有力，不用艱深字眼，以輕鬆幽默的方式表達，讓你在不知不覺中就吸收了知識。

臺灣是嚴重缺乏成人教育的社會，大部分人出了社會就面臨自我摸索的階段，很難得到有系統的幫助。「戴爾·卡耐基訓練叢書」在此時此刻出版，可能帶給我們社會求助的羣衆很大的貢獻；我們當然更希望，以卡耐基的書做基礎，發展出我們自己的成人教育叢書來。(詹宏志執筆)

卡耐基人際關係手冊

目錄

《大眾心理學全集》出版緣起

編輯室報告

專文討論／企業界的自我教育／一

前言／五

詹宏志

第一篇 平安快樂七要訣

第一章 發現自我，秉持本色／九

你內在的力量是獨一無二的，只有你知道自己能做什麼。但是除非你真的去做，否則連你也不知道自己真的能做。

第二章 幫助你不致過勞與憂煩／一七

人有兩種能力是千金難求的：一是思考能力，一是能按事情輕重處理的能力。

第三章 是什麼讓你感到疲勞／二五

記住，緊繃的肌肉本身就在工作。所以，放鬆自己吧！節省精力去做更重要的事。

第四章 如何消除倦怠感／三

假如你「假裝」對工作感興趣，這態度往往就使你的興趣變成真的。

第五章 給你一百萬，會不會出賣所有／四一

你會為億萬的財富出賣自己的眼睛、手足、聽覺、孩子或家人嗎？把擁有的資產加起來，你就會發現，把所有的金銀堆聚起來，也買不到你擁有的一切。

第六章 沒有人會踢一隻死狗／四九

當別人踢你，無情地批評你時，那是因為他們自以為如此會提高自己的重要性。

第七章 放膽去做／五五

只要你覺得對的事，就去做——反正你做了有人批評，不做也會有人批評。

第二篇 處理人際關係的基本技巧

第八章 如果你想採集蜂蜜，別踢翻了蜂巢／六三

只有不夠聰明的人才批評、指責和抱怨別人。但是，善解人意和寬恕他人，需要修養和自制的工夫。

第九章 與人相處的大訣竅／七九

「渴望被肯定」——少數懂得滿足人類這種欲望的人，便可以將別人掌握在手中。

第十章 永不寂寞的人／九二

天底下只有一個方法可以影響人，就是提到他們的需要，並且讓他們知道怎麼去獲得。

第十一章 照著做，你必廣受歡迎／一〇三

如果我們想結交朋友，就要先為別人做些事——那些需要花時間、精力、體貼、奉獻才能做到的事。

第十二章 如何使別人馬上喜歡你／一二五

你要別人怎麼待你，就得先怎樣待別人。

第三篇 如何讓別人的想法和你一樣

第十三章 製造敵人的方法／一二三

你在教人的時候，要好像若無其事一樣。事情要不知不覺地提出來，好像被人遺忘一樣。

第十四章 走向理性的大道／一二三

一滴蜂蜜要比一加侖的膽汁，招引更多蒼蠅。

第十五章 蘇格拉底的秘密／二三

當你告訴別人犯錯的時候，記住蘇格拉底的方法，問一些溫和的問題——一些能引發別人「是」反應的問題。

第十六章 如何促使意見一致／二四五

我們比較喜歡依照自己的意思購買東西，或照自己的意思行動，我們喜歡別人徵詢我們的願望、需求和意見。

第十七章 人人歡迎的訴求方式／二四九

我們每一個人的內心，都把自己理想化，都喜歡把行為的動機賦予好的解釋。因此，要想改變他人，理應訴諸高貴的動機。

第四篇 改變人的方法

第十八章 如何批評，才不致引起怨念／二五七

間接指出別人的錯失，要比直接說出口來得溫和，比較不引起別人強烈的反感。

第十九章 先講你自己的錯誤／二六一

聽別人數說我們的錯誤很難。但假如對方謙卑地自稱他們也並非完美，我們就比較容易接受了。

第二十章 沒有人喜歡受指使／二六

用建議的方法，容易讓一個人改正錯誤，可以保持個人的尊嚴和自覺具重要性。

第二十一章 保留他人的顏面／二七

伊蘇培里說過：「我沒有權力說出，或做出讓人小看自己的事。……傷及別人的尊嚴是有罪的。」

本書摘要

附錄／出人頭地的捷徑／二八

企業界的自我教育

詹宏志

如果要在近年來全世界的企業家中，選出一位風雲人物，克萊斯勒汽車公司的總裁艾科卡（Lee Iacocca）極可能是呼聲最高的人之一。根據「時代周刊」（TIME）的報導，他的自傳《反敗為勝》精裝本已經賣出了一百五十萬冊，可能是聖經、工具書以外非小說類書籍的歷史記錄。

根據「時代周刊」四月所做的封面故事，艾科卡其人，廿五歲以前平庸無奇，口才很差。廿五歲那一年，艾科卡參加了卡耐基博士（Dale Carnegie）創辦的「口才訓練班」，從此口才大進，信心十足，一躍而為底特律炙手可熱的汽車推銷員，踏出他在汽車工業輝煌前程的第一步。

如果艾科卡廿五歲那年，沒有參加口才訓練班，沒有改造自己，他仍只是個才具平庸，口才拙劣的大學畢業生，他的發展會有什麼不同嗎？

我們很有理由相信他的歷史軌跡必須改寫了，因為，他可能缺少成為成功汽車推銷員的條件，也就不容易在汽車行銷行業中嶄露頭角，更難得到實踐管理長才的機會。

企業家的自我教育，極有可能像艾科卡一樣，一個新的觀念、新的知識，就成為事業生涯的轉捩點。

根據卡耐基金會一項調查報告（註），美國企業界不斷在發展自我教育的部門與機會，各公司訓練員工的總數幾達八百萬人，與全美國大專院校的學生總數相當。這項報告指出，美國公司所開設的企業教室，已經成為一股足與美國教育系統對抗的力量。

最驚人的是，全美國各公司為員工所開設的課程，總計起來竟然有一千兩百萬種，其中的資訊、材料真是包羅萬象，分工細密，也就可以想見了。

正當美國的企業教室風起雲湧的時候，臺灣的「管理雜誌」發表了一項調查，統計臺灣企業主管的六十種壓力的排行，其中排行居首的是「資訊不足」。也就是說，臺灣的企業主管最感到苦惱的，是得不到和工作相關的知識與情報，決策的依據薄弱，經常必須在半猜半分析的狀態中訂決策。

相對於美國企業界對自我教育的不吝投資（美國各公司在訓練幹部、員工，每年的花費超過四百億美元），益發顯得臺灣企業界的消極退縮，束手無策。

事實上，資訊與知識的來源都要代價，都必須企業界人士用金錢和時間去換取。企業界人士要打開「資訊不足」的困境，必須平日就有「從不特定來源取得特定功能資訊」的習慣；這些不特定來源，包括了演講、座談、委託研究、自己閱讀書報等。

大量閱讀書籍報刊，包括專業領域與一般領域，愈來愈成為新時代企業主管的基本動作。在大量資訊（不一定有特定目的）的刺激下，經常混合出新的創意，而創意，在未來的企業經營中將是最重要的競爭能力的來源。

忙碌的企業主管如果不能閱讀較多的書報，有沒有其他途徑可循呢？

閱讀「剪報」與「摘要」可能是一個方法，但有很大的缺點；通常，剪報的選材已經訂定了標準，摘要也限於特定書籍，缺少「寬容」、「無目的」的累積，而創意的來源卻往往是一些不相干的材料。

心理學家吳靜吉博士曾經推廣一個「企業家書僮」的觀念，認為「讀書的方法很多，看是一種，聽也是一種。」企業家可以尋找讀書勤快、廣博的人來替他讀書，再以聊天的方式吸收這些知識；這種新時代的書僮觀念，可以增廣資訊來源，卻又節省時間。

青年創業協會曾經與工商時報合辦研討會，每個月討論一本書，邀請該書的著譯者來演講，再相互討論。方式很好，可惜次數太少。在尖端科技產業裏，三個月可能就是一個 generation，企業家怎麼可以一個月只讀一本書呢？這樣的研討會應該發展成常態性，一年三百六十五天，每天請人講一本書；企業家如果減少應酬，設法參加一百次，就得到一百本書的概念。其中如果有一個概念影響了你，就像艾科卡一樣，可能就改變你的一生。

註：卡耐基金會曾經委託管理學家尼爾·伏瑞克用兩年的時間整理了一份二百二十頁的報告，名為「企業教室」，文中指出，全美國各大公司目前進行訓練的員工高達八百萬人，幾乎等於美國四年制學院、大學所有註冊學生的總數。這一部分的投資，一年平均是四百億美元（而各大學、學院的總教育投資一年是六百億）。

卡耐基金會的報告認為，由於科技的急速發展，使得一般大學教育的訓練比「工作現場」落後了五年，企業界不得不自行訓練人才。這一類的企業自我教育，比大學具備彈性，上下課時間、課程尺度，全依需要而定；開辦的課程則高達一千兩百萬種，從英文說寫到核子工程，不一而足。企業界甚至計劃開設有學位的課程，已經成為事實的著名機構包括：「王安研究所」（位於麻州，提供電腦軟體工程的碩士學位）、「美國國際管理研究所」（位於亞利桑那州，訓練世界性企業經理人才，碩士學位）、「貝爾實驗室附屬迪夫里研究所」（校區分佈全美十一個地方，提供電子工程學士學位）等。

前言

你有沒有好好想過，我們大多數人把一生中大部分的時間花在工作上——無論工作的性質是什麼？

這意味著，我們對工作的態度可以決定生活是否趣味盎然、富成就感；或是充滿了挫折、厭倦和疲勞。

△戴爾·卡耐基訓練叢書▽的構想，就是要幫助你如何由工作中獲得最大滿足。當你讀這些書的時候，可以先估量自己如何去接觸人羣和生活，然後建立起自己的實力。你會發現，你其實具有無比的潛能，這可能是以前你想不到的。而且，運用這些能力的時候，你將獲得極大的樂趣。

這本書，是由戴爾·卡耐基的兩本暢銷書當中的若干章節輯結而成。這兩本書分別是：△如何交友和影響他人▽（How to Win Friends and Influence People）、△如何拋卻煩憂，開