第一图书网, tushu007.com

<<卡耐基经典>>

图书基本信息

书名：<<卡耐基经典>>

13位ISBN编号：9787539942414

10位ISBN编号：753994241X

出版时间：2011-3

出版时间：江苏文艺出版社

作者：戴尔·卡耐基

页数：229

字数：125000

译者：何书勉

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

永远以开放的心态面对不断的变化，欢迎它，甚至礼遇它，因为只有不断审视、不断反思自己的思想，你才能进步。

——戴尔·卡耐基　　随着二十一世纪的临近，世界正经历着经济剧变和发展动荡，充满着无限可能，在短短几年内，我们见证了后工业化社会的曙光，信息时代的到来，计算机的飞速发展，生物技术的产生，还有其中最重要的一样，人际关系的革命。

冷战结束之后，经济环境明显紧张起来，竞争越来越全球化、白热化。
商人们无法再忽视顾客的需求；经‘理们无法再仅凭发号施令就能让员工无条件服从；走后门无法再大行其道；公司无法再仅仅关注产品质量的提高；人的创造力也不会再停滞不前。

想在新时代生存，成功的企业、政府以及非赢利组织，必须有一个重大的观念转变，只有观念转变了，人们才能更敏捷地思考、更有效率地工作、更有创造力。
新观念在很多方面影响着人们，其中最重要的一条是，它会选择全新的领导人，一个跟现在大多数人的顶头上司都不同的领导人。
现在已经不是军事化管理横行的时代了。

新时代的领导人脚踏实地，明确知道自己将把公司带向何方，他们比以前的那些领导人更有感染力和号召力，他们的智慧足以应对那些不断变化的形势，最重要的是，他们善于挖掘每一个员工的才能和创造力。

剧变可以追溯到二战后的那段日子，战后的美国公司似乎不管做什么都能发达，欧亚地区的经济因为战争带来的损失而举步维艰，发展中国家缺乏经济发展的有利条件。
实力雄厚的美国公司，上有强有力的政府支持，下有庞大的劳工队伍为保障，毫无顾忌地用自定的标准去衡量别人。
这些美国公司也许并没有优秀的管理体制——它们根本不需要。
分明的上下级制度，严格的职务分类，目空一切的工作态度，使这些公司在二十世纪中期运作良好——员工富足，愉快，个个赚得盆满钵盈。

这些公司给员工们提供了怎样一幅漂亮的远景：一份终身制的体面工作——就像政府公务员一样，而且有着更丰厚的薪水和福利。

失业？
那些穿着职业套装去上班的人，谁听过“失业”这两个字？
也许只有厂里的工人对此才不那么有信心。
人们经常谈论的是“走向成功的阶梯”，以及怎样在事业上更进一步，怎样能处在一个恰到好处的位置。
直到最后我们才知道，那种财富来得太容易的日子，终究要结束。

当美国在享受着战后的成果时，日本却更有远见。
日本的经济尤其是基础产业在战争中几乎全毁，而这只是日本人需要克服的第一个困难。
当时他们还被制造伪劣产品、给顾客提供次等服务的名声所累。

但所有的压力他们都承受了，日本人做好了从错误中吸取教训的准备。
他们毅然斩断过去并且雇用了能找到的最好的顾问，比如爱德华·戴明，一位曾在战时美国陆军质量管理中心工作的统计学家。

戴明告诉日本人：不要照搬美国公司那种复杂的模式，而要建立一种适合日本的新风格——致力于员工的归属感、质量的提高以及顾客满意度的获得——并团结所有的员工向着这个目标努力。

虽然变化并非一朝一夕，但日本企业获得了重生，日本成为技术革新的龙头，产品的质量和服务显著提高，不仅能够与它们的国外竞争者并驾齐驱，甚至在很多重要的工业领域实现了超越。
他们不再局限于国家周边，而是开始全球跨期买卖，向德国，斯堪的纳维亚半岛，远东，以及太平洋沿岸。
至于美国，很不幸，是最后被日本赶上的国家之一，危机感的延迟使得后来付出的代价更大。

在当时的美国，资源正以缓慢而不易察觉的速度向外流失，六七十年代，战后经济的繁荣景象掩盖了不同的声音，使渐增的弊端难以暴露。
石油价格上涨，通货膨胀，利率增长，竞争的压力不再仅仅来自振兴的日本和德国，很多以往经济并不景气的海外国家，突然拥有了新的竞争实力，不久之后，它们开始分食被通用、真利时、IBM、柯达等商业巨头占据的市场份额。
八十年代中期，越来越多的弊端已经让人不能忽视，房地产崩溃，公司债务、财政赤字激增，股票市场波动异常，到九十年代初，衰退的程度让人日夜不安，世界已经完全不同。
对于那些身临其境的人，变化来得实在太快，假如公司不能接受资产重组或者获得新资金的投入，那么它们将濒临资金冻结和破产，解雇失业随之而来，并不止是蓝领，白领们也不得不面对黯淡的前景，而且他们不知道该怎么办。
可以预料，剧变将带来空前的不满和恐慌，并迫使人们思考他们自己和职业的未来。
一些人相信高科技，认为人们可以从琐事中解放出来，技术的贡献毋庸置疑。
“我走进我在纽约的办公室，在相同的时间跟一个大洋彼岸的日本人处理相同的数据。
”桑德斯·卡普公司的合伙人托马斯·桑德斯三世说道，“我们一天二十四小时使用同一种数据处理系统，世界各地的人们被比所有人想象中都要复杂的网络联系到一起，政府已经不能完全控制资本市场和货币市场，我已经不需要一张报纸来告诉我市场的情况。
”　　“怎么看工业革新带来的利润？
怎样在短时间内将潜力挖掘到最大？
”药品研究学者乔纳斯·索尔克说，“我们能在短期内组织更多的人合作，但拥有更多的资源，你就需要更多的手段。
”　　“还记得电脑刚出现那时候吗？
”马尔科姆·福布斯，这位以他的家族姓氏命名的经济杂志的主编说，“人们害怕它会成为政府控制民众的工具，也害怕电视成为政府宣传的手段，但是，感谢高科技吧，它们带来了相反的效果。
电脑变得更小更便于携带，性能飞速提高，人们不再受到局限。
”　　“芯片拓展了人脑的能力，就像十九世纪机器代替了人的体力，软件就好比钢筋混凝土，光纤和数字显示屏就像用来运输的铁路和高速公路，而信息就是原料。
”　　“如今，”福布斯继续说，“你可以把你仅两磅重的电脑放在大腿上发送信息，你可以在任何地方做这件事，只要找到一个插头或者无线网络。
”其结果就是，更多的人有更多的途径可以得到更多的信息，“人们可以看到世界上发生的任何事，”福布斯总结道，“电脑网络对大众的影响非常广泛。
”　　柏林墙的倒塌，苏联的解体，拉丁美洲和加勒比的民主运动，不断发展的工业化——所有这些变化标志着一个崭新的工业化的自由社会，以及一个崭新的认知，那就是世界成为一体。
变化中的每个人都在借助着更广泛的交流渠道继续前行。
老一套的工人运动影像用电波传往全世界，中国学生在照相机前挥动用英语写的标语，萨达姆·侯赛因——说到这个，美国军队参谋长——和萨达姆一样，都用电视网络关注着波斯湾战争。
但仅有技术是不够的，因为光有便于合作的工具并不意味着人们就能合作愉快，这种条件下的合作甚至经常失败。
这是现代化的一个讽刺：极好的合作工具，惨败的合作结果。
如果人们不懂得分享利用这些信息，那么这样大量的信息又有什么用？
不久以前哈佛商学院在学生、校友和员工里做了个调查，结果不出意料。
“我们所发现的，”哈佛商学院教授约翰·凯尔卡亚说，“对于毕业生来说是一个重要的衡量标准。
”　　这些聪明的年轻人能够处理数字，分析市场，设计商业计划，但在人际关系能力上却有所欠缺，凯尔卡亚的调查显示出哪些领域需要提高，“口头与书面沟通，团队精神，以及其他人际

关系能力。
”　这些能力是判定这些年轻的商业领导者是否成功的最终标准。
　当然，精密的技术对于世界的发展仍然很重要，但这仅仅是新的商业竞技场的入场券，最终，成功者与失败者的区别不在几张芯片上。
成功者应当是有着聪明的、创造力出众的领导者的团体，这些领导者知道怎样有效地合作和相互激励，不管是对内还是对外。
　“出色的人际关系能力可以使人由被领导者变为领导者，”纺织业龙头米利肯公司的发展部主管约翰·瑞姆佩认为，人们在尝试改变，“从指挥到引导，从竞争到合作，从保守秘密到分享信息，从被动接受到主动冒险，从把员工视为成本到把员工视为资产，”他们学习怎样“将人生态度由充满埋怨变成知足常乐，由冷漠待人变成懂得关怀，从而使人生由失败走向成功。
”　这些能力并非与生俱来的，“发展人际关系不是件容易的事，”世界知名的智威汤逊广告公司的总裁伯特·曼宁说，“很少有人天生人际交往能力出色，大部分人在这一方面都需要培养。
他们需要接受培训，就好像汽车公司的工程师想要设计出更好的活塞也必须接受培训一样。
”　曼宁还说：“这些公司必须培养出一批知道怎样提高公司竞争力的领导者，必须了解人际关系能力才是区别成败的关键。
”　戴尔·卡耐基没有活到看见近几年爆炸性的改变，因而他也未能见证新人际关系革命的到来。
但是，在很久以前，在人们还没有听过“公司愿景”、“员工授权”、“质量管理”这些词的时候，卡耐基提出的那些开创性的基本人际关系理念，已经是这些新名词的核心了。
　一九一二年，卡耐基来到纽约，这个来自西北密苏里州的年轻人尝试寻找适合自己的生活道路，最后他在第125大街的基督教青年会找到一份工作：给夜校的成人班讲授公众演说。
　很多年后，卡耐基写道：“最初我仅仅是教他们公众演说，培养他们的临时反应能力，使他们的语言表达更清晰、更有力，在面试以及面对听众时更镇定。
但是渐渐地，随着时间流逝，我发现他们不仅需要训练演讲才能，他们更需要学习在商业以及社会活动中与人交际的能力。
”　于是，卡耐基在课程中加入关于人际关系的内容，他没有教科书，没有教学大纲，没有学员手册，但他渐渐总结出一些实践性的技能，并每天身体力行着这些技能，以测试这些技能的效果。
　“尝试从别人的角度看问题，”他告诉他的学生们，“表达出诚意与善意，真诚地关怀他人。
”他向学生演示怎样将这些人际关系能力的基本理念运用到实践中去。
　开始，卡耐基只是潦草地将自己的想法记录到几寸大的卡片上，很快这些卡片换成了信纸，信纸又换成一本本小册子，每本都比上一本更厚。
在十五年辛苦的实践后，卡耐基终于把关于人际关系的观点理念汇集成书。
《怎样赢得朋友与影响他人》，这本书出版于一九三六年，是戴尔·卡耐基指导人们如何成功与别人相处的著作。
　这本书出版以后，印刷了三千万份，《怎样赢得朋友》成为史上最畅销的著作之一，翻译成几十种文字，脍炙人口至今。
　卡耐基成立了一个公司，“戴尔·卡耐基公司”，将他的人际关系理念传播给全世界，他定期在广播和电视里演讲，教别人怎样讲授他的课程，并又写了两本人际关系方面的著作，《成功有效的团体沟通》和《如何克服忧虑，开创人生》，同样畅销。
虽然卡耐基在一九五五年就已去世，但他的种种理念却一直流传下来。
　今天卡耐基训练课程已经遍及美国的上千个城镇，并且拓展到世界上的七十多个国家，全世界每周有三千多人报名，《财富》杂志公布的世界500强企业中有四百多家都由卡耐基机构训练员工。
　在每个新阶段，卡耐基理念都会重新界定自己以适应新时代的需求，这真是一种神奇的能力。

跟别人有效地沟通，激发出他们的潜力，发现每个人的领导才能——这些是戴尔·卡耐基理念的中心。
在如今这个混乱中求秩序的世界，卡耐基的时代再次来临。
本书其他章节，将讨论卡耐基的人际关系理念怎样使人们适应当今社会。
　　这些原则都很基础，易于理解，不需要专门的教育背景和专业能力，只需要实践和诚恳的学习态度。
　　你做好准备挑战你的某些成见了吗？
你想要更轻松有效地处理你的人际关系吗？
你想让自己珍贵的财产——在生活和工作中接触到的人们——增值吗？
你希望发掘自己的领导才能吗？
　　如果你做好了准备，那就开始阅读吧，你读到的也许会改变你的人生。

内容概要

每个人都可以成为领导人，只要你了解人性。
《领导艺术》就是一本教你怎样发现自己的领导才能的书，你不需要有特殊的才艺，也不需要刻意改变自己，只要在工作生活中多关注一些你以往注意不到的事，你就能改善自己的人际关系，使自己拥有领导魅力。
作者以卡内基的人际交往准则为核心，结合当代的社会情况加以论述阐发，浅显明快的语言，生动有趣的实例，使阅读没有一丝枯燥，就如领导艺术本身，并没有什么深奥的道理，然而准确、直击人心，你会发现，领导艺术就该是那样，来自于生活本身，来自于你自己，人人都能做到。

作者简介

戴尔·卡内基（Dale Carnegie，1888年11月24日－1955年11月1日），美国著名的人际关系学大师，西方现代人际关系教育的奠基人。
其在1936年出版的著作《人性的弱点》，70年来始终被西方世界视为社交技巧的圣经之一。
他并在1912年创立卡内基训练，以教导人们人际沟通及处理压力的技巧。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

前言
第一章　发现你的领导才能
第二章　开始沟通
第三章　激励他人
第四章　真心对他人表示兴趣
第五章　从他人的角度看问题
第六章　聆听是学习之道
第七章　组成团队迎向未来
第八章　尊重他人
第九章　肯定、赞赏与奖励
第十章　处理错误、抱怨和批评
第十一章　制定目标
第十二章　专注与自律
第十三章　过平衡的生活
第十四章　培养积极的人生态度
第十五章　学会克服忧虑
第十六章　热忱的力量
结语

章节摘录

弗雷德·威尔彭是纽约大都会棒球队的总裁，一天下午，威尔彭带着一队学童参观棒球场，他让他们站在本垒后面找感觉，带他们到球员休息区，领着他们从贵宾通道进俱乐部，最后，威尔彭将他们带到投手练习区。
但当他们想进门的时候，一位穿制服的保安拦住了他们。
“练习区不对公众开放，”保安对威尔彭说，显然不知道他是谁，“我很抱歉，但是你们不能进去。
”　　威尔彭大可当场发作，严厉斥责这个如此对待像他这样的大人物的可怜保安，也可以选择更富戏剧性的方式，亮出自己的身份，让这些学童们见识见识自己的威风。
但威尔彭没有这么做，他只是带着孩子们绕到球场的另一头，从另一道门进去了。
他为什么要选择更麻烦的方式呢？
因为他不想让保安难堪，那位保安只是忠于职守而已，就在当天下午，威尔彭甚至写了张便条，感谢那位保安的尽职。
如果威尔彭当时大吼大叫，那位保安将会怀恨在心，工作热情毫无疑问也会大打折扣，所以威尔彭选择的和善方式相比而言有效得多，保安对于赞扬一定会感到十分高兴，而且下次再碰面的时候，他一定会认得威尔彭先生。
威尔彭的威望并非来自他的地位，他是一位真正的领导者，因为他知道怎样有效地与人互动。
过去人们从未深思过领导的意义，老板就是老板，他主宰一切，通常没有什么好商量的。
人们只会说“运作良好的公司”，却不会说“领导良好的公司”，过去那些公司都是军事化管理，上级发出命令，然后一级级传达下去。
这样的公司如果用漫画手法表现，那就是这样一幅情景：上级一声令下，下级就像乞怜的小狗一样跑进他的办公室。
过去很多公司就是这样管理的，不用军事化管理的公司，甚至谈不上有管理。
这些公司凭借这样的管理，也安然地在市场上占据了一席之地，许多年来也）没遇上什么挑战，人们抱着这样的观点：“又没有坏，干嘛要修呢？
”　　那些坐在办公室里的经理们用他们所知道的方式去管理，人们对他们唯一的期望也只是“管”。
或许他们会把管理的方向盘往左往右调上几度，但通常他们只会处理看上去很明显的问题，然后这一天的任务就算是完成了。
环境没有现在这么复杂的时候，这种管理没什么问题，这样一成不变的日子也就这么过来了。
但现在，简单的“管”已经不够了，这种古板的方法无法应对如今这个动荡多变、难以预测的世界，当今世界需要更有效的管理方式，也即领导能力。
领导能力可以帮助人们完成他们力所能及的事，构建出未来的愿景，激励、指导人们，建立、保持成功的人际关系。
“过去商业环境稳定的时候，简单的管理还能奏效，”哈佛商学院的教授约翰·奎尔奇说，“但现在的商业环境如此多变，你需要远远超过你想象的更复杂的应变能力，领导能力将会成为成败的关键。
”　　“变化已经来临，但我不知道是不是所有的公司都做好了准备，”半导体制造商的龙头SGS汤普森微电子公司的负责人比尔·马卡希拉希拉说，“‘经理’这个职务估计将来会消失，‘领导能力’也需重新界定，现今公司们都在经历这种蜕变，他们认识到，在他们开始裁汰冗员提高产量的时候，这种协调能力是多么重要。
良好的沟通，出色的人际关系能力，指导示范，组建团队——要做到这些，就需要更多更好的领导人。
”　　“你不能再仅靠发号施令办事，你需要的是影响力，而影响力来自于人际关系能力。
”　　很多人对领导能力的认知仍然很狭隘，说到“领导者”他们想到的就是“

将军”、“总统”、“首相”、“董事长”等词，当然，身居高位的人需要发挥领导能力，他们的领导能力也各有不同。
但是，领导能力并不局限于高层，平常人的工作与生活中同样需要领导能力，甚至更加需要。
组建一个工作队伍，保证后勤，或者让家里气氛愉快——这些都需要领导能力，而领导从来都不是简单的事，不过还有一个事实能让人感到欣慰，那就是我们每个人都有成为领导者的潜力。
小组带头人、中层主管、财政经理、客服人员、收发处人员……每个需要与人交流的人都有足够的必要学习怎样领导。
人的成就感和喜悦度很大程度上来自于他们能否成功地运用领导能力，而且并不仅仅在工作中，家庭、慈善团体、球队、民间组织、俱乐部……任何你可以叫得出名字的组织，都迫切需要有活力的领导方式。
……

媒体关注与评论

成功其实如此简单，只要你遵循卡耐基先生这些简单适用的人际标准，你就能获得成功。
——马克·维克多·汉森　　卡耐基从上个世纪初就开始讲授他的成人训练课程，开创了美国的成人教育运动。
他的成功哲学与处世技巧对当今时代的年轻人来说，仍是一个永恒的人生课题。
——罗伯特·舒勒（美国十大励志专家之一，畅销书作家）　　这是一本非常优秀的图书，对于年轻人来说，是一盏永不熄灭的航灯。
只需抬头观看即可！
我非常喜欢，并且希望我的孩子能够认真研读。
铭记于心！
——网友评论

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com