

《沟通》

图书基本信息

书名：《沟通》

13位ISBN编号：9787121195914

10位ISBN编号：7121195917

出版时间：2013-4

出版社：电子工业出版社

作者：杜瓦特

页数：248

译者：冯海洋,刘芳

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《沟通》

内容概要

《沟通:用故事产生共鸣》是全世界最具影响力的演说大师的扛鼎之作。《沟通:用故事产生共鸣》从设计的理念和角度阐述演说艺术、技巧，偏重理念和实践的结合，洞悉设计背后的理念，并以此为基础深入浅出地分析了视觉化设计的技巧。

《沟通》

作者简介

作者：（美国）杜瓦特（Nancy Duarte）译者：冯海洋 刘芳

书籍目录

前言 dan post	xvi
作者序	xviii
第一章 为什么需要共鸣	1
强大的说服力	2
共鸣催生变化	4
变化是有益的	6
乏味的演说	8
含糊导致平庸	10
有趣的人们	12
仅有事实是不够的	14
故事传承理念	16
你不是英雄	18
观众才是英雄	20
规则1	23
第二章 借鉴神话和电影	25
结合故事	26
戏剧性就是一切	28
故事模板创造结构	30
“英雄征程”结构	32
.跨越门槛	34
沟通的轮廓	36
开端以及冒险的召唤	38
中部：对比	40
行动的召唤	42
结尾	44
什么是火花谱线	46
案例研究：本杰明詹德	48
詹德的火花谱线	50
规则2	53
第三章 了解英雄	55
如何与人产生共鸣	56
细分观众	58
案例研究：罗纳德里根	60
结识英雄	64
结识导师	66
创建共同点	68
从重叠处沟通	70
规则3	73
第四章 定义征程	75
为观众的征程做准备	76
主题思想	78
规划观众征程	80
标记征程的工具	82
预知风险	84
消除抵制情绪	86
给出合理的奖励	88
案例研究：通用电气公司	90

规则4	95
第五章 创建有意义的内容	97
收集归纳所有信息	98
不仅是事实	100
不要过于理智	103
通过对比构建轮廓	104
将想法转化为含义	107
回顾亲身经历	108
把信息变成故事	110
案例研究：思科公司	112
从数据到含义	117
忍痛割爱	118
从想法到信息	120
规则5	123
第六章 结构带给我们的启示	125
构建结构	126
合乎情理	128
案例研究：理查德费曼	130
费曼的火花谱线	132
整合信息，以结构取胜	134
创建情绪对比	136
对比的讲话方式	138
将故事搬上银幕	140
过程小结	142
规则6	145
第七章 传达观众会铭记在心的内容	147
创造明星时刻	148
案例研究：michael pollan	151
可重复的片段	152
耐人回味的画面	154
案例研究：牧师john ortberg	156
ortberg的火花谱线	158
案例研究：劳奇（rauch）基金会	160
案例研究：史蒂夫乔布斯	163
乔布斯的火花谱线	164
规则7	167
第八章 总有可提升的空间	169
放大信号，减低噪声	170
形成良好的第一印象	172
走下“巴别塔”	174
重视简洁	176
摆脱幻灯片	178
平衡情感	180
举办由诚实批评家参与的审查	182
案例研究：markus covert	184
案例研究：伦纳德伯恩斯坦	187
规则8	191
第九章 改变你的世界	193
改变世界很难	194

用演说改变世界 196
杜绝出于不良目的的演说 199
安然事变中的演说 200
获得有竞争力的优势 202
案例研究：马丁路德金 204
案例研究：玛莎葛兰姆 210
敞开心扉，人们才能了解你的思想 214
你能够改变自己的世界 216
灵感无处不在 221
案例研究：沃尔夫冈阿玛多伊斯莫扎特 222
奏鸣曲火花谱线图 224
案例研究：阿尔弗雷德希区柯克 226
案例研究：卡明斯 228
规则9 233
参考文献 234
图片来源 237
索引 239
特别鸣谢 248

章节摘录

版权页： 插图：

《沟通》

编辑推荐

《沟通:用故事产生共鸣》以大量的案例分享生动地做了说明。作者Nancy Duarte是Duarte设计公司领导者。

《沟通》

名人推荐

“终于！有人把故事的力量融合到演说中来了！”——Damon Lindelof，《迷失》联合主创“写一本关于如何有效沟通及鼓舞人心的书是一个很大的挑战，因为必须要证明书中所主张的。Nancy Duarte毫无疑问做到了这一点。扣人心弦、令人信服、绝对实用，这真是一部佳作！”——Patrick Lencioni，Table集团总裁，著有《团队发展的五大障碍》The Five Dysfunctions of a Team“几乎没有什么能比一位沟通大师更让我兴奋，从七年级当班长以后我一直期望成为一位沟通大师。尽管在这条路上我已经走了很久，但直到读7Nancy Duarte的这本书之后我才真正明白怎样才能成为一个世界级的沟通者。认真阅读本书并融会贯通，在宣讲中实践，你将一步步向成为伟大的沟通者迈进。Nancy，谢谢你。”——Ken Blanchard，《一分钟经理人》The One Minute Manager合著者，“国际主持人金槌奖”获得者

精彩短评

- 1、几年前看到南希的《演示》，去年发行得以购入，今天看到南希的《沟通》，一如既往的好，虽价格稍贵，但对于书的质量与内容，值得拥有！
- 2、非常好的一本书，没有什么太多的理论或方法论的阐述，只有一条条中肯的建议和行为准则，是每一个管理者应该去读一读的。记录笔记十余页
- 3、这是一本我见过的能够将PPT讲得如此透彻的书籍！让我看到了PPT的实质！
- 4、为做视频找灵感
- 5、7.5分，侧重演讲的内容方面。
- 6、废话比较多，很多画上粗体的文字都不是真正的重点，纸张高级、排版好看，无他
- 7、对演讲从中阶到高阶的提升来说是一本好书
- 8、很有用
- 9、质量还好，内容有点偏
- 10、如果说像剧本学习，利用感性的-理性的，理想的-现实的冲突，我觉得就差不多可以理解了。
- 11、有限的沟通是让听众认同你传递的观点，从而改变原有的态度和行为！
- 12、图形表达内容很多，很不错，不过书里的内容看似很好理解，却不容易做到，
- 13、特别适合演讲的书
- 14、是好书，但关注的领域有点低，可能是之前主要是想提高一对一的沟通，所以读起来总感觉没找到自己想要的。先留着，以后翻查！
- 15、反复阅读了几遍，我觉得我完全有必要重新设计我之前的售前资料
- 16、诚意之作，有干货
- 17、干货不多
- 18、内容不错，书是旧的，封皮磨损厉害
- 19、能读到的人应该还不是特别多，至少这不是一部大众书。买的时候都难找。书翻译的一般，很多时候还觉得比较乏味。里面的方法论还是有用的。简单说，讲了一个套路，再看看每单元的规则x，就可以用到一些了。
- 20、书的内容不错的。速度也蛮快额！
- 21、做文案的、做PPT的都应该读一读，9个规则很有用~
- 22、一直觉得人类社会中最牛的技能就是沟通。首先对受众进行准确的定义和恰当的细分，其实《沟通·用故事产生共鸣》，情感的交替带动节奏，就像超级演说家一样，强大的感染力去引起受众的共鸣。动之以情，晓之以理，在诉之以利。
- 23、面對英雄觀眾，籌備你的明星時刻
- 24、从几个简要的节点，全面而简介的阐述了作者的观点，而且改变了我对沟通的观点。
- 25、看看
- 26、操作性不强
- 27、这是一本好书，可是翻译太糟糕。我想我会退掉买本英文版的。
- 28、买的第一天就忍不住吐槽。翻译的还能再烂一点吧！本来90分的一本书直接被拉低到不及格！不知道您翻译的目的是什么！

1. 沟通之前，要对关键受众进行准确的定义和恰当的细分。1986年，挑战者号航天飞机失事后，美国总统里根面向全国民众发表了演说。演说把受众划分为五类：集体哀悼者、遇难者家属、学生、竞争对手前苏联、美国国家航空航天局。短短四分钟，安抚了民众的哀痛情绪，鼓舞了美国航天事业的士气。

2. 事先调研能够帮助你了解你的受众所面临的挑战。尽管在实际沟通时，你可能只会用到其中部分信息，但是会让你的受众意识到，你了解他们，并且和他们有共通之处。日本著名管理学家大前研一赴海外演讲时，经常提前以买房为名，让当地房地产经纪人带着他去看房，了解当地人民的生活。

3. 不断挖掘你对于受众设身处地的理解，追索每个细节。例如：他们在孩提时代玩什么样的游戏？什么样的电视节目塑造了他们的心灵？他们的职业生涯如何？处于这个职位上的人们具有怎样的典型性格？他们平时如何花掉自己的工资？这一切能够在你和受众之间建立起联系。

4. 在和你的受众之间建立互信的过程中，即使再辉煌的资历也应当通过谦逊无私、平易近人的方式展现出来。日本歌伎大师勘弥想以松垮的鞋带表现一个长途旅行者的疲惫。一个门生提醒他：“师傅，您的鞋带松了。”他回了声“谢谢你”，立刻蹲下系紧了鞋带。教导之前，先以感谢之心去接受别人的亲切。

5. 在沟通之前，我们需要先确定主题思想。主题思想必须是完整的句子，比如“应用该软件能够提高团队产出，实现两年内盈利百万美元的业绩”，而不是“关于一种新软件”这种不完整的表达。顺便一提，如果在其中加上“你”，效果会更好，因为这样可以突显出你的英雄。

6. 沟通中，最好直面和预先准备好对于挑战的回应。预防接种，通过将疫苗接种在健康的人体内，来提高人体免疫力。你也可以在沟通中，开放地主动谈及受众可能的抵制原因，然后感同身受地逐一处理。这能帮助他们看到，你已经通盘考虑了所有的问题，从而降低担心。

7. 恰当地运用结构，可以更准确地表达我们的想法。清朝的曾国藩曾因连续的败仗，上疏表示自责之意，其中有一句是：“臣屡战屡败，请求处罚。”有个幕僚建议他把“屡战屡败”改为“屡败屡战”。咸丰皇帝看了奏折后，对曾国藩虽败犹战的精神非常满意，令其重整旗鼓，继续战斗。

8. 好好筹备你的明星时刻。这些时刻往往是可视化的，能够补充单一的视觉信息。乔布斯在发布MacBook Air时，说道：“它是如此之薄，甚至可以装入办公室四处可见的信封内。”紧接着，他走到舞台的一侧，拿起一个这样的信封，从中取出了一台MacBook Air。观众席上的相机立刻就疯狂地闪烁起来。

9. 可重复的片段，对于一次成功的沟通来说，是画龙点睛之笔。你可以模仿名言，比如：模仿“己所不欲勿施于人”，你可以说：“不要说连你自己都不喜欢听的话。”使用排比，比如：狄更斯的《双城记》：“这是最好的时代，也是最坏的时代；这是智慧的时代，也是愚蠢的时代。”有时候，重复就是力量。

10. 第一印象至关重要。最初的几秒内，人们会在心目中对你做出分类，判断是否能够跟你交流。《演说之禅》的作者Garr Reynolds，往往在演讲开始之前，就快乐而投入地走进房间，与大家握手，询问问题。这让听众们觉得，他会把时间都花在他们身上。立刻，他就给人留下了自在又热情的印象。

11. 如果你在面向大众的沟通中必须使用专业术语，必须将其翻译成门外汉也能明白的文字。伟大的诺贝尔生理学或医学奖获得者Barbara McClintock于20世纪40年代发现基因控制着身体特性的开关。但是，因为她过于凝练而专业、充斥着数据信息的表述风格，直到70年代这一理论才被完全接纳。

12. 如无必要，勿增实体。沟通需要遵循同样的原理。一次失败的沟通，往往是因为包含了太多而不是太少信息。亚伯拉罕·林肯的葛底斯堡演说只有278个单词，演说全程只花了两分钟时间。这是历史上最短的演说之一，同样被认为是最伟大的演说之一。

13. 自行限制沟通时间，是保证有效和简洁的一个好办法。曾任美国总统的伍德罗·威尔逊说：“我若是要说上10分钟，需花一个星期准备；若是15分钟，需三天；若是半个小时，需两天；若是一个小时，现在就已经准备好了。”

14. 演讲必须摆脱幻灯片。如果你有40页幻灯片，假设每张幻灯片，观众需要花费25秒来阅读，他们光看幻灯片的时间总和，就要超过16分钟。这样一来，观众根本没有时间来听你的演讲。提前根据你的演讲节奏来规划幻灯片，并确保幻灯片上只呈现关键信息。

15. 在事先审查你的演讲时，找一些远离你所在扭曲环境的人来提供诚实的反馈。把演说幻灯片以及注解打印出来，提前给评委们。先把整个演说预演一遍，然后仔细重现每一个部分。每次审查时间应该是演说全程的三倍。如果你的演说是一个小时，每次的审查应当是三个小时。

16. 越是事关重大的沟通，越是值得事先好好准备。每年，全美有成千上万的顶级科学家，申请由美国国家卫生研究院设立的前沿奖。2009年的获奖者Markus Covert博士，面向不同学科的科学家排练了20次申请演讲。充分的排练帮助他赢得了250万美元的科研资金。

17. 沟通的目的，应该是建设，而不是利用技巧掩盖真相。安然公司在丑闻爆发之前的2001年8月中旬员工大会上，通过数据和图表，向

大家保证2001年整体情况不错，2002年会更好。然而，安然公司当时已经一文不值。2002年11月，安然公司承认，过去五年内他们一直在夸大利润。18．如果你传达的信息清晰，并且值得反复观看，那么就会有人反复观看。如果你传递的信息，被人反复观看，那么你就赢得了受众。截至本书出版时，美国卡内基梅隆大学计算机系教授Randy Pausch的“最后一次演说”在YouTube上已经被观看了1200万次。19．无论题材如何，拥有迸发的激情与大量的联系才能臻于完美。纽约爱乐乐团团长、天才作曲家和指挥家伦纳德·伯恩斯坦，为了给学习古典音乐的孩子们讲解音乐理论，通常要花好几天的时间准备讲稿，成堆的草稿纸在办公室、家里和更衣室里丢得到处都是。20．我们所有的努力，包括沟通在内，都是为了改变世界。20世纪60年代，美国总统肯尼迪在美国国家航空航天局（NASA）总部参观时，停下来和一个清洁工聊天：“你的工作是什么？”这个清洁工说：“我为将第一个人送上月球而努力，先生。”

2、南希是个认真写书的人，这是让人尊敬的地方，和《演说》相比，这本书是更不被注意的经典。书反复读了三遍，每一遍都有新的收获。它告诉我们在沟通中故事的重要价值，更为关键的是，南希从更宏观的视角出发，告诉我们如何才能说好一个故事，对说故事的诸多细节做了专业解剖，不局限于单纯的技巧，而是在构造一种艺术。而且，南希著作的语言永远条理分明，简洁高效。

章节试读

1、《沟通》的笔记-第1页

含糊导致平庸

激发情感

用故事传递信息，让演说时刻围绕着观众

观众才是英雄：帮助人们形成一种主人翁意识。不管故事情节是打败坏人还是实现伟大的商业目标，人人都想成为明星，至少要让他们感觉这个故事说的是他本人。观众是扛起重任帮助你抵达目标的人，而你的任务是解除他们旅程中的困扰。

规则1：共鸣催生变化

报告用来传递信息，故事旨在产生体验。如何创造戏剧性的体验？首先让观众产生渴求，然后展示你的想法是如何满足这种渴求的，促使他们接纳你的观点。这就是故事的核心所在。

交流沟通也应当遵循类似戏剧的模式。首先有一个明确的目标，但过程中却充满了考验以及阻力。然而当愿望实现时，将产生意想不到的效果。

“英雄征程”结构：主人公克服原有抗拒心理，改变自己，跨过平凡世界的门槛，进入到非凡世界。

好故事的特质：必需让观众认识到你的演说解决了某种冲突或失衡。

作为一个沟通者，你的工作就是通过对比来创造并消除紧张情绪。观众希望知道你的观点看法同他们一致还是有差异。相反的内容有激励作用，熟悉的内容令人舒适惬意。这两种内容结合在一起能产生前进的动力。

演说中，可以运用三种不同类型的对比：

- 内容：即反复比较现实状态和理想状态，以及你与观众的观点
- 情感：即理智分析与情感内容上的来回跳转
- 传递：即传统与非传统宣讲方式上的跳转

行动召唤：

- 实干者(发起行动)
- 支持者(获取资源)
- 影响者(改变观念)
- 改革者(产生思想)

规则2：在演说中结合故事能对结局产生显著影响

《沟通》

学会喜欢你的观众是展现真诚的第一步。你的目标是搞清楚观众关心的东西，并将你的思想与之联系。

导师给予：指导、信心、工具

个体价值最终会驱动行为，在理想的情况下，应当识别并迎合他们的价值观。

目标是找出最切实可行的方法，将主题和观众最关心的事情相联系。

规则3：如果演说者了解观众的共鸣频率，并为之相协调，那么观众就会付诸行动

主题思想：能清楚表达你独特的观点；必须蕴含危机；必须是完整的句子

规划观众征程：从什么样的生存状态和处事方式变化到什么样

规则4：每个观众都将保持安逸无为的状态，除非迫不得已做出改变

不仅是事实：道德诉求，逻辑诉求，情感诉求

通过对比创建轮廓，将想法转化成含义，回顾亲身经历

规则5：用主题思想滤除所有非共鸣频率

组织性结构：按时间顺序，连续型，空间型，高潮原则；解决问题型，比较-对比，起因-影响，优势-劣势

结构顺序应符合征程的大方向（如从对抗到接纳）

创建情绪对比

在电影里，交替的情感被称为节奏。

规则6：整体结构功效大于各部分总和

创造明星时刻：

- 难忘的戏剧化表现
- 重复的片段

- 动人的画面
- 感性故事
- 惊人的统计数字

规则7：难忘的时刻可以被不断重复和转发，以被更广泛的人群所知

放大信号，减低噪声

规则8：观众感兴趣的程度和演说者的准备成正比

2、《沟通》的笔记-作者序

语言和力量间有着微妙的联系。话语将思想从人类大脑中释放出来，观众可以选择接受或拒绝其正确性。一个想法从开始形成到最终被接受实属不易，但精彩的演说可以轻松赢取这场战役。演说是强大的说服工具，以故事模式包装后的思想会变得所向无敌。数百代人都曾用故事模式来说服大众，由此点亮了人类文明之光。

其实先秦和春秋战国、魏晋时期，那些名士很多都是靠故事来说服君主以及他人的。那些丰富的比喻甚为贴切。用故事来沟通，不是舶来品，而是自家产品，不过就是遗失了而已。

3、《沟通》的笔记-第81页

4、《沟通》的笔记-第129页

5、《沟通》的笔记-第8页

演说可以在沟通的环节中，成为至关重要的催化剂，而这也是其他媒体无法企及的。通常，只有面对面的交流才能打动观众，进入更深层次的沟通。

6、《沟通》的笔记-第83页

7、《沟通》的笔记-第35页

8、《沟通》的笔记-第一章

《沟通》

交流沟通显著影响职业和收入。

没有变化，进步也无从谈起。

演说可以在沟通的环节中成为至关重要的催化剂，而这也是其他媒体无法企及的。

含糊不清是说服力的敌人。

脱颖而出最好的方法是不要伪装，做自己。

演说者认为自己躲在术语堆砌的城堡后，而人们真正希望从演说中获得的是一种人与人之间的联系。

情感联系是真正的目标。

讲述引人入胜的故事是把思想同情感结合的最好方法。

在演说中，与外界建立联系的大忌是一切以自我为中心。

保持谦逊的态度，服从观众的需要，将共同点作为切入点。

你不是拯救观众的英雄，相反，观众是你的英雄。

将姿态从英雄转换成导师，让你更谦逊。

9、《沟通》的笔记-第87页

10、《沟通》的笔记-第8页

准备一次生动有效的演说需要缜密的思考、投入大量的时间与精力理解观众、精心设计能够引发他们共鸣的信息。

11、《沟通》的笔记-第181页

12、《沟通》的笔记-第102页

13、《沟通》的笔记-第79页

14、《沟通》的笔记-第118页

15、《沟通》的笔记-第110页

16、《沟通》的笔记-第47页

17、《沟通》的笔记-前言

一切都将从讲好故事开始。善于影响鼓动人们接受新思想的能力永不过时。讲故事的价值早已超

《沟通》

越了语言与文化范畴。我们正迈向一个人与人之间的联系更加紧密、相互依托、富有创造性的数字化未来，但故事仍不失为我们发挥想象力以及无限潜能的耀眼平台。

18、《沟通》的笔记-第2页

杰出的演说家能够改变观众的态度。表面看来，这些大师们似乎可以轻而易举地搞定观众，令他们言听计从。但若要做到深深打动观众并引发共鸣，使信息有效传达，绝非一蹴而就，必须经过长时间的缜密思考。

19、《沟通》的笔记-第143页

20、《沟通》的笔记-第82页

21、《沟通》的笔记-第43页

22、《沟通》的笔记-第4页

当物体受到外部与其自身振动频率相同的振动刺激时，两个物体将以相同的频率振动---共鸣便由此而生。如果你能够根据观众调整“频率”，深深地打动他们，与你产生共鸣，那么，他们同样地也会表现出自发有组织的行为。

23、《沟通》的笔记-第100页

24、《沟通》的笔记-第33页

25、《沟通》的笔记-第71页

26、《沟通》的笔记-第139页

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：www.tushu111.com