

resonate

沟通
用故事产生共鸣

 Nancy Duarte 著

冯海洋 刘芳 译

resonate

沟通 用故事产生共鸣

Nancy Duarte 著

《演说》一书的作者

冯海洋 刘芳 译

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Resonate: Present Visual Stories that Transform Audiences

ISBN: 9780470632017

Original English Edition Copyright©2010 by John Wiley & Sons, Inc.

All rights reserved. This translation published under license.

Authorized Translation of the Edition published by John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey.

No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of John Wiley & Sons, Inc. Copies of this book sold without a Wiley sticker on the back cover are unauthorized and illegal.

本书简体中文版专有出版权由 John Wiley & Sons, Inc. 授予电子工业出版社。专有出版权受法律保护。

本书封底贴有 John Wiley & Sons, Inc. 防伪标签，无标签者不得销售。

版权贸易合同登记号 图字：01-2011-4718

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

沟通：用故事产生共鸣 / (美) 杜瓦特 (Duarte, N.) 著；冯海洋，刘芳译. —北京：电子工业出版社，2013.4

书名原文：Resonate: Present Visual Stories that Transform Audiences

ISBN 978-7-121-19591-4

I . ①沟… II . ①杜… ②冯… ③刘… III . ①图形软件—基本知识 IV . ① TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 028693 号

策划编辑：刘 皎

责任编辑：李云静

印 刷：北京市大天乐投资管理有限公司

装 订：

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编：100036

开 本：787×1092 1/12 印张：23 字数：331千字

印 次：2013年4月第1次印刷

定 价：92.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

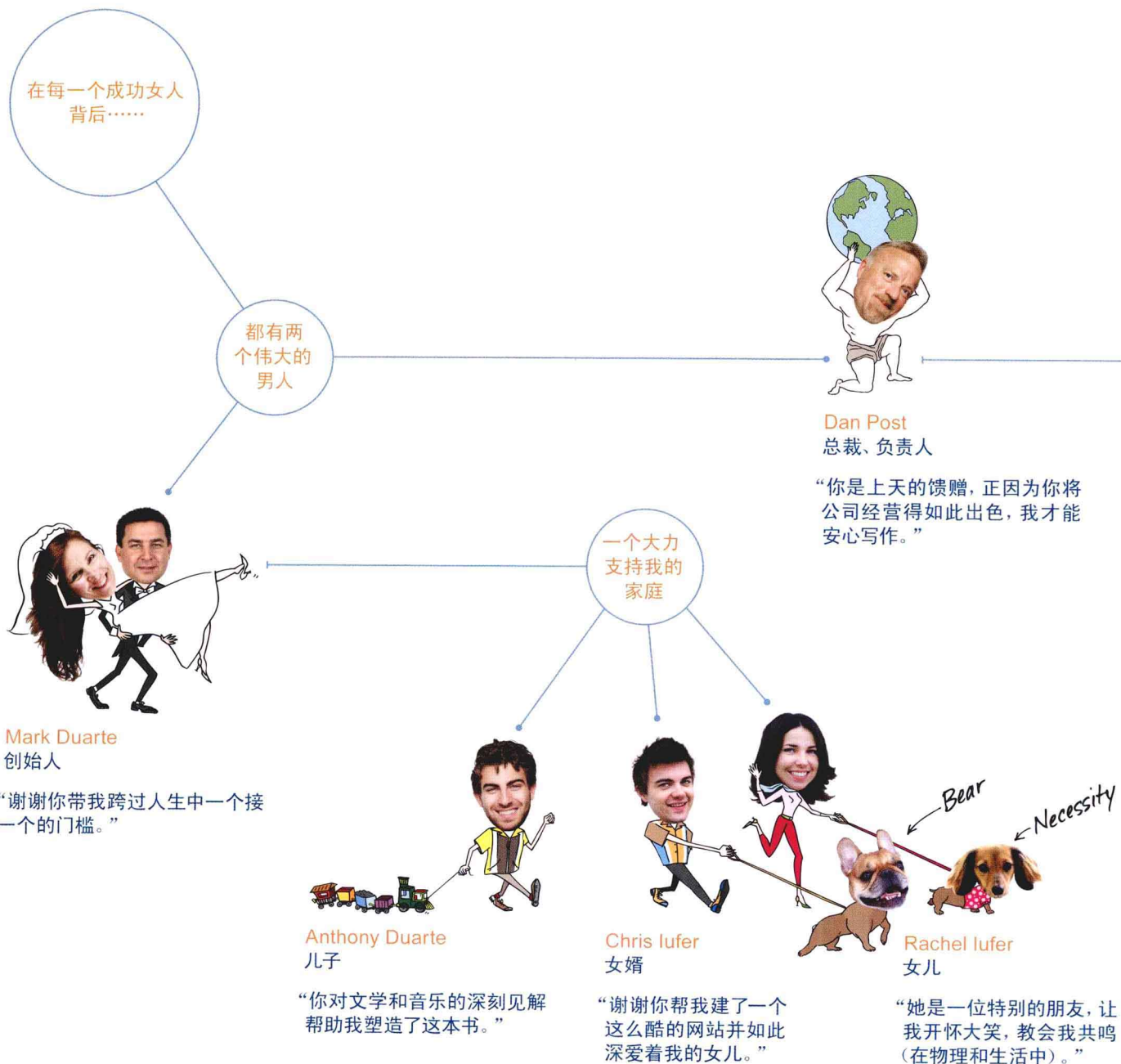
服务热线：(010) 88258888。

爸爸，我想念你。

“奥秘在于如何使用语言表达人生。”

Eudora Welty

致谢



这是一群多么聪明而又充满灵感的伙伴啊。能与你们一起工作是我的荣幸。

Adam	James B.	Melissa
Alex	James N.	Michael
Anne	Jasper	Michal
April	Jessica	Michele
Brent	Jill	Nicole
Brooke	Jo	Oscar
Bruce	Jon	Paul
Carol	Jonathan	Paula
Chris F.	Josiah	Rob
Dan G.	Katie	Robin
Daniel	Kerry	Ryan F.
Darlene	Kevin	Ryan O.
Dave	Kyle	Stephanie
Doug	Laura	Steve
Drew	Liz	Terri
Ed	Lyndsey	Tricia
Elizabeth	M	Trish
Erik	Marisa	Vonn
Fabian	Mark H.	Yvette
Harris	Megan	
Helen	Melinda	

一个非常有才华的团队



Krystin Brazie
前任沟通经理

“我从来没有想到有人能帮我分担这么多! 谢谢你。”



Diandra Macias
创意总监

“这本书如此激动人心, Diandra, 感谢你辛勤的工作以及我们数年来的友谊。”



Michaela Kastlova
设计师

“Michaela, 谢谢你一丝不苟的设计。”



Eric Albertson
教学设计总监

“你总是否定我的最爱, 并一次次给予我重新开始的勇气……”

前言

如果说精彩的演说好比魔术，令观众叹为观止，那么伟大的演说家则好比魔术师。二者除了台下苦练的艰辛可以对外界分享外，对于表演的秘诀都守口如瓶，不轻易外传。在魔术界，传授对象只限于那些一心学艺、立志成为严谨魔术师的人。同样，Nancy也要将这精彩的一课献给那些严肃认真对待演说的人。

《沟通：用故事产生共鸣》教会我们如何精心安排隐形特质，塑造全新的观众体验。

而这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越了语言与文化范畴。我们正快步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。讲故事的艺术是人类经验的重要组成部分，比其他任何沟通形式都更胜一筹。掌握这门艺术的人常常拥有深远、持续的影响力。

Nancy懂得如何调整思路以营造世界范围的共鸣。至今从未有人如此专注地将演说技能视为一门学科看待，也很少有人能够在这般广阔的客户群体内超越沟通极限的挑战。她对建立可复制升级的创造性体系充满着无限热情。

Nancy对过程有着强烈的好奇心——为外界尚未定义的实践编纂规范，对此她有着不懈的动力。

历经二十多年数十个经济周期的考验，独具慧眼的Nancy为她的组织吸引了大批卓越人才，致力于将其打造成为行业领跑者。事实上，Duarte Design公司的合作伙伴占世界50强企业中的一半，其中许多是创新理念型企业。本书中的分析与见解极具借鉴性。

仅洞悉魔术的秘密并不会使你成为魔术师。你要做的不仅仅是阅读指南。无一例外，杰出的演说家都特别专注于如何提炼与表达思想。他们善于推敲词句、优化结构并严格坚持练习，不懈寻求反馈并相应调整。

可以轻而易举给出的演说绝对不会不同凡响。
《沟通：用故事产生共鸣》的受众群体是那些
有理想、有目标及高尚职业道德的人。

本书饱含激情与目标，将促进你职业生涯的晋升、推动你的事业发展。在Duarte Design公司，每一天我们都见证这一切的发生。在自我职业提升领域，有着如此强大潜力的追求实属罕见。你所真正需要的是思想。历史上绝大多数有影响力的演说（包括本书中所提及的）都始自真正好的创意。你可能会成为卓越思想的孕育者，或与之仅差一步之遥；但不管怎样，你都应将其公开，以便惠及大众。

Nancy希望每一位读者都能成为思想上的领袖。她希望读者们能给出观众所需的行动蓝图，帮助他们分析目标、迎接未来的机遇与挑战。她坚信读者们都是真诚、有趣、积极向上且具有说服力的，期待他们可以治乱维新。总之，她相信读者的演说能够影响身边人的行动，让生活变得更美好。

Dan Post

Duarte Design公司总裁及负责人

享受旅程吧！

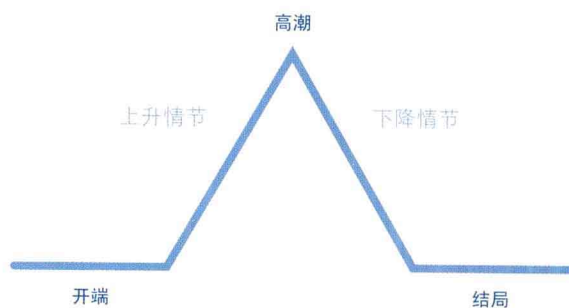
作者序

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。

两年前，我开始研究故事在演说中的应用。这种妙用引发演说变革并得到广泛传播。由于我曾为知名公司和社会事业做过数千次演说，因此得以接触编剧、文学、神话和哲学等许多新的领域，徜徉在一段迷人的旅程中。

我在研究早期，无意中发现德国戏剧家Gustav Freytag在1863年描述希腊和莎士比亚戏剧中流行的五幕结构时所做的图表。这一图表体现了戏剧化故事情节的“形态”——逐步走向高潮，然后接近尾声。



看到Freytag的金字塔结构的那一刻，我意识到强有力的演说也应该有个轮廓，只是还不十分了解这一轮廓具体是怎样的。我也知道演说和戏剧故事不同，演说中很少出现故事情节走向单一高潮时刻的孤单主角，其通常具有许多层面且要传达多种不同信息。戏剧故事有着作为至高无上事件的单一高潮，而精彩的演说则有着许多层层推进的高潮。

我永远不会忘记最终勾勒出该轮廓的那个周六早晨。我知道如果这是正确的，我应该能够将它覆盖到两个迥异且改变以往游戏规则的说演中。所以我花大力气分析了史蒂夫·乔布斯2007年iPhone发布会上的演说以及马丁·路德·金《我有一个梦想》的演说。结果二者都符合我勾勒的轮廓。我哭了，真的，感觉仿佛破解了一道谜题。

故事中往往包含一些神圣的东西。它们拥有近乎超自然的能力，应该得到合理利用。为确定其中的秘密，宗教学者、心理学家和神学家已对此进行了数十年的研究。

目前尚处于信息时代黎明的我们已迷失在来势汹涌的信息潮中，这些信息对我们狂轰滥炸并试图引诱我们进行获取及消费（然后周而复始）。我们处在一个更加自私自利、愤世嫉俗的时代，这加大了人与人之间的隔阂。科技已带给我们多种沟通方式，但只有一种是真正人性化的，即消除距离感的演说。真诚的联系将引发变革。

你会发现，变化是贯穿全书的主题。绝大多数演说都试图说服人们做出改变。所有演说对观众而言都有劝说成分，这可能会引起一些人的不快。但对于作为知识传播途径的演说来说，这难道不是大家想要的结果吗？是的。你要使观众从不知情状态过渡到知情状态，从对你的主题不感兴趣到感兴趣，从纠结在某个过程到从中摆脱出来。很多时候，观众需要使用你传达的信息来处理一些事情，这使得你的演说具有说服力。

所以，不管你是工程师、教师、科学家、行政人员、经理、政治家还是学生，演说将在塑造你未来的过程中扮演某种角色。未来不仅是你即将抵达的彼岸，还是你需要用心打造的一片新天地。塑造未来的能力取决于你传达想要去哪儿以及什么时候去的能力。

如何使用本书

本书是我第一本书《演说：用幻灯片说服全世界》（已由电子工业出版社翻译出版——译者注）的前传。在写《演说：用幻灯片说服全世界》时，我认为交流中人们最迫切需要的是学会如何将美妙的思想以可视化方式展现出来，从而令其更清楚，而且对观众而言也可以减少很多棘手处境。后来，我发现还存在着一个更为深刻的问题——粉饰内容空洞的幻灯片就像给猪涂口红般尴尬无聊。

本书采用故事框架创造能够融入、改变及调动观众的演说，系统地打破了传统的演说模式。在为全球卓越品牌和思想领袖工作二十余载后，我们编纂了视觉故事方法论，你的世界将因此改变！

以下是需要注意的设计元素：

- 绿色的www标志表示该处可在www.duarte.com找到更多补充资料。
- 在全书中，演说模式作为分析工具在视觉上表现为“火花谱线”，此术语由Edward Tufte提出。
- **粗体文字**针对仅想浏览本书，整体上得到有价值信息的读者。
- 蓝色字体是关于我个人的故事或演说摘录。
- 正文中有一些引用，但一些需要特别强调的内容用橘黄色标注。

本书同时是一部说明、向导，一本以故事为基调传达信息的商务手册。它将引领你通往演说财富的旅程，很少有图书具有这般能力。使用故事和电影技巧，你将理解抓住观众内心的核心步骤，将观众视为英雄，以此创造出萌生共鸣的演说。

投入时间

这里需要给大家打好预防针：高质量、零距离的演说需要时间和计划，但我们往往缺少时间为之作准备。想要成为杰出的交流者需要经过训练——这是一门将为你个人和你所在的组织带来高回报的技巧。

最近由卓越沟通 (Distinction) 机构进行的一项调查公布了一些令人吃惊的发现。在受访的行政人员中，超过86%的人认为交流沟通显著影响着他们的职业和收入，但只有25%的人会投入两小时以上的时间来准备高风险的演说。这形成很大的反差。

对重要演说投入所产生的效果较其他任何媒介而言都是无法比拟的。一旦思想得以有效沟通，人们会乐于听从并做出改变。经过认真推敲的字眼无疑是最强大的交流方式。本书所介绍沟通者的毕生成就不失为最佳证明。

希望你能喜欢这本书，



卓越沟通执行者调查结果



©www.distinction-services.com

目录

前言 Dan Post	xvi	结尾	44
作者序	xviii	什么是火花谱线	46
第一章 为什么需要共鸣	1	案例研究: 本杰明·詹德	48
强大的说服力	2	詹德的火花谱线	50
共鸣催生变化	4	规则2	53
变化是有益的	6	第三章 了解英雄	55
乏味的演说	8	如何与人产生共鸣	56
含糊导致平庸	10	细分观众	58
有趣的人们	12	案例研究: 罗纳德·里根	60
仅有事实是不够的	14	结识英雄	64
故事传承理念	16	结识导师	66
你不是英雄	18	创建共同点	68
观众才是英雄	20	从重叠处沟通	70
规则1	23	规则3	73
第二章 借鉴神话和电影	25	第四章 定义征程	75
结合故事	26	为观众的征程做准备	76
戏剧性就是一切	28	主题思想	78
故事模板创造结构	30	规划观众征程	80
“英雄征程”结构	32	标记征程的工具	82
跨越门槛	34	预知风险	84
沟通的轮廓	36	消除抵制情绪	86
开端以及冒险的召唤	38	给出合理的奖励	88
中部: 对比	40	案例研究: 通用电气公司	90
行动的召唤	42	规则4	95

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

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

为什么需要共鸣

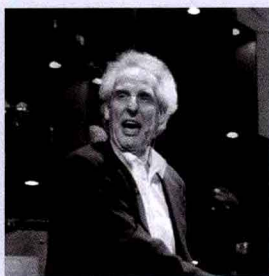
强大的说服力

某项运动的兴起、某件产品的销售、某种哲学观点的传播、某个论题的灵活运用——所有这些都需要演说的帮助。

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。

通过本书，你能从沟通大师们那里学到很多东西。他们风格迥异，个性鲜明，但都有一个共同之处，那就是——能够为自己的观点创造强有力的支撑。他们从不强迫观众接受自己的观点，但观众反倒都会非常乐意采纳。

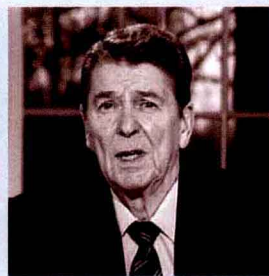
杰出的沟通大师



乐队指挥
本杰明·詹德 (Benjamin Zander), 指挥家, 波士顿爱乐乐团



营销人
贝丝·康斯托克 (Beth Comstock), 首席市场执行官, 通用电气公司



政治家
罗纳德·里根 (Ronald Reagan), 美国前总统



指挥家
伦纳德·伯恩斯坦 (Leonard Bernstein), 指挥家, 纽约爱乐乐团