

Charm
Eloquence
Jobs's

乔布斯的 魅力口才

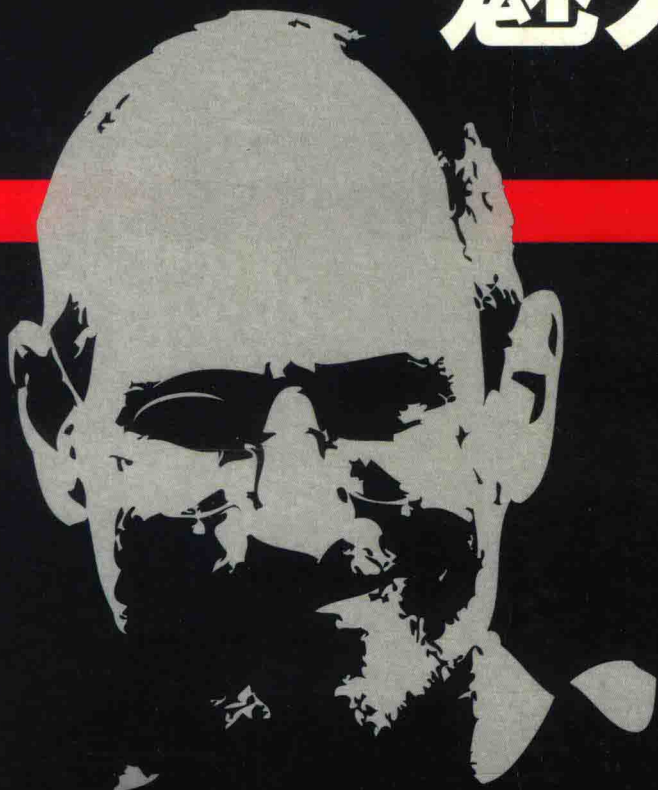
张笑恒◎编著

>>> **揭秘**

乔布斯的**演讲技巧**

>>> **塑造**

自己的**外向型人格**



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

Jobs's

C h a r m E l o q u e n c e

乔布斯的魅力口才

张笑恒◎编著

图书在版编目(CIP)数据

乔布斯的魅力口才/张笑恒编著. —北京:中国铁道出版社,2017.7

ISBN 978-7-113-22974-0

I. ①乔… II. ①张… III. ①乔布斯(Jobs, Steve Paul 1955—2011)—口才学 IV. ①H019

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第071511号

书 名:乔布斯的魅力口才
作 者:张笑恒 编著

责任编辑:付巧丽 编辑部电话:010-51873038

封面设计:MXK DESIGN STUDIO

责任印制:赵星辰

出版发行:中国铁道出版社(100054,北京市西城区右安门西街8号)

网 址:<http://www.tdpress.com>

印 刷:北京鑫正大印刷有限公司

版 次:2017年7月第1版 2017年7月第1次印刷

开 本:700mm×1000mm 1/16 印张:13 字数:187千

书 号:ISBN 978-7-113-22974-0

定 价:36.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社读者服务部联系调换。

电话:(010) 51873174 打击盗版举报电话:(010) 51873659

前 言

史蒂夫·乔布斯,这是一个充满传奇色彩的名字。在他出生的时候,电话带有拨盘,电视里装着电子管,老式唱片机每分钟78转,电子计算机跟房子一样大,而乔布斯改变了这一切。不仅如此,他还留下了多次睿智而又魅力四射的演讲,留下了许多脍炙人口的名言。

乔布斯的举手投足之间都散发着一个顶级领导者的魅力。苹果公司前首席科学家拉里·特斯勒说:“以前我不太明白‘魅力’这个词的准确含义,遇到乔布斯后,我恍然大悟。”

乔布斯堪称沟通大师,他也是最擅长俘获人心的演讲者。可以说,乔布斯的领导者魅力有很大一部分来自于他的口才。

乔布斯非常善于在枯燥的演讲中制造一个幽默的悬念,在吊人胃口之余让人开怀一笑。在需要进行“长篇大论”的时候,乔布斯总有技巧将话说得跌宕起伏,说得精彩纷呈,让听众们兴趣盎然,从不会因觉得乏味而离场。

乔布斯的语言魅力来源于自信。乔布斯曾经说:“活着就是为了改变世界……”这份内心的笃定,让乔布斯勇于表达,敢于坚持,敢于质疑,也让他冷静、坚定、有主见。自信的表达,使得他无论走到哪里都能打造出强大的魅力气场。

乔布斯说话很有个性,这就像他从来不喜欢循规蹈矩的做事风格,他的脑子会不断涌现新点子,让人眼前一亮。他使用的

超酷词汇,非同寻常的反驳式沟通方式,他提出的另类问题,他迥异的观点,甚至他咄咄逼人的语气,都成为他的特色,让人着迷不已。

乔布斯说话非常简洁,杜绝废话,这也是沟通的基本要求。所谓沟通就是信息的交换,本来三句话的事情非要说成十句话,不仅大大增加了沟通的时长,还很容易惹人厌烦。为什么很多人不喜欢开会?其实他们讨厌的不是开会,而是会上常有人说个不停,甚至把一个观点来回地说。最会说话的人永远是言简意赅的人,简洁才有力量。

乔布斯属于强硬派,说话也直来直去,很少绕弯。虽然有时会让人难以接受,但大家仍然喜爱他。因为适当的强硬会制造出一种积极的紧迫感,这一点对公司来说非常重要,能够显著提升凝聚力和工作效率。尤其作为男人来讲,绵软的说话方式并不讨人喜欢,要知道,强硬有时候能更好地展现一个人雷厉风行的一面。

乔布斯的语言生动形象,他善于运用各种修辞手法。比如他常常在交谈和演讲中运用隐喻。在某次有名的采访中,乔布斯说:“电脑是我们所能想到的最出色的工具,苹果电脑就相当于21世纪人类的自行车。”乔布斯还喜欢运用类比,并乐此不疲。在接受《华尔街日报》的专栏作家沃尔特·莫斯伯格的采访时,乔布斯指出,很多人说 iTunes 是他们最喜爱的 Windows 应用程序之一,“这简直就像给一个在炼狱中饱受煎熬的人递上一杯冰水”。乔布斯很会讲有趣的故事,很少使用晦涩难懂的词汇,所以有人说他的语言富有艺术美感。

此外,本书还展现了乔布斯其他的说话技巧,如激情、真诚、肢体语言的运用等。要知道,说话人的举手投足之间完全可以为这个人“加分”或者“减分”,如果不想在说话中手脚僵硬或者手舞足蹈,那就应该一窥其中的奥妙所在。

一个好口才的人说出来的话总能拨动听众的心弦,如同具有一种魔力,操纵着人们的情绪,无论是一举一动还是只言片语都能够产生非同凡响的效果。放到小处来说,那些受赏识、被重

用的公司同事,常常也都是口才出众的人。踏实做事很重要,但是跟别人进行一个有效、有趣的沟通更重要。

本书穿插了大量乔布斯的故事,包括他在产品发布会上的陈述和演讲、他在苹果公司内部的私人讲话等,一一展现了不同场景下乔布斯说话的魅力。同时辅以其他名人如林肯、丘吉尔等著名人物的口才故事,再加以深刻解析,将口才的魅力提炼成技巧,帮助读者灵活运用,从而也能够弥补自己口才的不足,提升自己的口才魅力。

目 录

第一章 幽默——让每一个主题都充满趣味

1. 制造悬念 ____ 2
2. 即兴幽默 ____ 4
3. 一语双关 ____ 7
4. 自愚娱人 ____ 9
5. 巧戏谑 ____ 11
6. 避免枯燥,制造惊喜 ____ 13

第二章 自信——生来就是为改变世界的

1. 相信自己,然后别人才会相信你 ____ 18
2. 坚信没有做不到的事 ____ 20
3. 凡事有主见 ____ 22
4. 倾听内在的心声,不为他人左右 ____ 25
5. 勇于直面自己的缺点 ____ 27
6. 敢于发出质疑的声音 ____ 29
7. 坚持自己的原则,不刻意讨好别人 ____ 32

第三章 个性——语言新颖才具有吸引人的魔力

1. 咄咄逼人的口吻也是个性 ____ 36
2. 使用生动、富于个性的语言 ____ 38
3. 说话不落俗套 ____ 41

4. 反驳,激发讨论 ___ 43
5. 感性的语言更能打动人 ___ 45
6. 迥异的观点让人耳目一新 ___ 48

第四章 简洁——沟通必须直截了当

1. 不说废话,有效沟通 ___ 52
2. 直言不讳指出对方的缺点 ___ 55
3. 诚实表达,哪怕残忍 ___ 58
4. 抓住重点,用 30 秒表达清楚 ___ 61
5. 口头禅不必总挂在嘴边 ___ 63
6. 拟定一个鲜明的主题 ___ 65

第五章 强硬——“魔鬼”作风产生的威慑力

1. 乔布斯这样骂员工,但他们感谢他 ___ 70
2. 本着真诚,指出对手的不足 ___ 73
3. 制造强烈的危机感 ___ 75
4. 故意刁难面试者 ___ 78
5. 不容置疑的语气 ___ 81
6. 严厉地说出期望 ___ 83
7. 脾气坏的人更容易成为好领导 ___ 86

第六章 积极——传递正能量

1. 多使用肯定的表达 ___ 90
2. 乐观充满感染力 ___ 92
3. 不一味迎合客户 ___ 95
4. 魅力来自悦耳的赞美之词 ___ 97
5. 用残酷的真相激励人 ___ 100

6. “兜售”理想,激励下属 ___ 103
7. 用积极的态度面对恶评 ___ 106

第七章 节奏——变化才能出彩

1. 掌控节奏,提升语言魅力 ___ 110
2. 运用音调的变化传达情感 ___ 113
3. 停顿是语言的“休止符” ___ 115
4. 表达要有新意 ___ 118
5. 机智巧妙化解尴尬 ___ 120

第八章 生动——让语言富有艺术美感

1. 讲一个动人的故事 ___ 124
2. 将数据赋予实际意义 ___ 126
3. 制造一个让人难忘的时刻 ___ 130
4. 给观众看一场“秀” ___ 132
5. 不讲晦涩难懂的词汇 ___ 135
6. 善用比喻,让语言更形象 ___ 137

第九章 激情——令人眩晕的兴奋感

1. 激情,最富感染力 ___ 142
2. 夸张,让人印象深刻 ___ 145
3. 拥有“救世主般的热忱” ___ 147
4. 善用口号的号召力 ___ 149
5. 使用具有煽动性的语言 ___ 153

第十章 肢体——用身心去感召

1. 非语言因素是交流中最具决定性的因素 ___ 158
2. 丰富的面部表情很给力 ___ 160
3. 善于运用眼神交流 ___ 162
4. 保持开放式姿势 ___ 165
5. 用手势传递信息 ___ 167
6. 绝不低头念稿 ___ 170

第十一章 真诚——说出内心的感受

1. 倾听对方的心声 ___ 176
2. 朴素的语言往往更能打动人 ___ 177
3. 有错,就承认 ___ 180
4. 说话实事求是,不虚夸 ___ 182
5. 真诚的眼泪胜过千言万语 ___ 185
6. 说出内心的恐惧 ___ 188
7. 现身说法,与人分享亲身经历 ___ 190
8. 直截了当说出你的要求 ___ 194
9. 排练,再排练! ___ 196

第一章

幽默——让每一个主题都 充满趣味

1. 制造悬念

制造悬念就是我们常说的卖关子，一般是在紧要处故意不肯揭晓答案，让听的人心里紧张而期待。乔布斯的演讲通常有90~120分钟，但是听众们从来不嫌漫长，因为他总是善于卖关子，让听众欲罢不能。

2007年在Mac World大会上，乔布斯出来演讲，先是回顾了苹果历年的革命性产品，接着神秘兮兮地说：“今天我们要一次性发布三款革命性的产品。”听众们开始欢呼雀跃。

紧接着，大屏幕上出现三个图标：iPod、手机和互联网。此时，乔布斯接着卖关子，让这三个图标重复旋转着相继在屏幕上出现，口中也不断重复那几个关键词：“iPod、手机、互联网。”现场的观众都被逗乐了。这时乔布斯终于揭开了谜底：“大家都懂了？这不是三部分离的设备，它们是一部设备！我们将其命名为iPhone！”

制造悬念是一个能引人注目的说话方式。在与他人谈话或演讲的过程中，如果我们能够在平实的语言中制造一些悬念，自然能够让对方侧耳倾听，我们的观点也就表达出来了。最常见的卖关子就是：“你猜我早上看见了什么？”当然这种卖关子并不能常常奏效，因为很可能对方并不关心我们看见了什么。不妨换一个对方关心的事，如跟同事聊天，说：“你猜我早上看见老板在干什么？”

一个好的开头能够决定听众们的感兴趣程度，我们要一层一层地解开开头设置的悬念，并在后面的表达中沿着开头继续布下悬念，让对方的好奇心始终不能满足，便会始终专注于我们的演讲内容。

苹果公司的保密工作密不透风，每一年苹果公司产品发布

前夕,都会有大量的媒体捕风捉影地猜测苹果公司的新产品,而这也无意中加强了消费者对于产品的好奇心。

在发布会上,乔布斯常常开始便告诉大家:即将发布一件颠覆性的产品。然后他并不急于发布新产品,而是先讲一讲设计理念与初衷,再讲一讲其颠覆性的意义,观众们越听对产品的好奇心就越重,最后产品出来的那一刻效果常常十分惊人。

乔布斯的发布会总是高潮迭起,而结尾更是会有更大的惊喜上演。媒体和观众也知道他的风格,所以不到最后一分钟,不会轻言离席,乔布斯常常用不经意的语气说:“对了,还有一件事(One more thing)……”

观众就会开始兴奋地鼓噪叫喊,因为这“一件事”,很可能是一个从未公开的新功能或梦幻产品,因为毕竟已经是发布会末尾了,有什么重要产品当然要发布出来了。

只要说一句“还有一件事……”乔布斯就可以把众人的目光牢牢收在自己的身上,观众们也兴趣盎然。

古代说书人常常在说到关键处停住,用目光扫视观众,并拿起醒木敲一下桌子,这时候观众非常着急,都在想:“主角到底怎么样了啊?”停那么几秒钟后说书人才会继续说下去。这种短暂的停顿也是卖关子的一种,利用了人的好奇心,勾起对方的求知欲,来让说话生动精彩。

设置悬念要找准对方的兴趣点,只有对方对你的话题感兴趣,你卖的关子对方才会买账。

比如发布产品,听众的兴趣点就在于新产品上;公司内部的讲话,兴趣点就在于公司发展规划上,甚至可以谈些事关利益的话题,比如工资、奖金的分配等。比如在公司开会,你上来就宣布:“公司将会上调员工们的工资。”这肯定能够勾起所有员工的兴趣,但是不要急着说出上调幅度,讲解一下为什么上调,以及上调之后公司有没有更多的要求,然后再说出上调了多少,这就是好的语言表达方式。

有的人说话沉闷,平铺直叙,听者往往会心生无聊。通过卖

关子可以改善这一点,让说话变得悬念丛生。卖关子也可以把结果先说出来让对方好奇。比如向家人表达自己升了职,我们可以这样说:“今天的我跟昨天的我不一样了啊。”这个“不一样”就是结果的另一种形式,家人肯定会猜测如何不一样,等他们猜测完毕,我们再告诉他们:“是由副总经理变成总经理了。”效果自然体现。

不要急于把自己的观点和故事的结局迫不及待地全盘托出,一股脑地倒给对方,那样会让对方失去听下去的欲望。有时候,故意制造一点悬念可以让我们变得幽默,让周围的人愿意听我们说话。

不过,制造悬念要讲究分寸,在对方的“感兴趣”变成“不耐烦”之前,我们就应该将重点告诉对方。否则一直吊人胃口,而迟迟不给对方解答,就会变成故弄玄虚而让对方生厌,这样就适得其反了。所以,卖关子的分寸很重要,增一分则太长,减一分则太短,还需要多加练习才能运用得炉火纯青。

2. 即兴幽默

与乔布斯关系密切或者共过事的人经常会被问及乔布斯的看法。一位与乔布斯共事十几年的同事说,外界描述乔布斯是一位狂躁的老板,这的确是事实,不能否认。然而,他认为乔布斯同样也是一个有趣的人。因为乔布斯并不是每天都严肃地板着一张脸,他也喜欢开玩笑。

2008年9月9日,乔布斯在旧金山“Let's Rock”举行的发布会上,推出了新款 iPod 媒体播放器。乔布斯一出场就开玩笑称:“有关我已死的报道过于夸张了。”

在此前的几个月,乔布斯一直被笼罩在癌症复发的猜测之中,虽然他曾亲自找到《纽约时报》的记者辟谣,但仍然无法阻止流言的扩散。著名的彭博社甚至把乔布斯的讣告都误发了出来。

所以，乔布斯在发布会上一露面就拿这件事开了个小玩笑。他的这一发言和马克·吐温的一件轶事有异曲同工之妙。马克·吐温在报上看到自己的讣闻后，又好气又好笑，发了封电报给报道此事的美联社，说“报道我已死的文章过分夸张”。

偶尔开个小玩笑，是放松自己、改善人际关系的良药。尤其在一些令人尴尬的场合，恰当的玩笑可以起到调节气氛的作用，有助于缩短彼此的心理距离，在无形中提升自己的亲和力。

一汪平静的湖水或许会给人死气沉沉的感觉，但如果你向湖中投下一枚小石子，随着一声“叮咚”，平静的湖面泛起一圈圈涟漪，顿时又会让人感到生机和活力了。

即兴幽默在人际交往中就充当着这枚小石子的角色。无论在什么交际场合，即兴幽默都有着不可忽视的作用，它的出现常常能给人带来意想不到的惊喜，让即使再无聊枯燥的交谈都能变得活泼有趣起来。

2016年的春晚，赵薇演唱了一首《六尺巷》的新歌，有记者采访她：“第三次登上央视春晚舞台，有什么新的突破和特色？”只听赵薇爽快地答道：“当然有突破，尤其在年龄上有突破！”惹人爆笑。

还有一个外国电视剧，讲述的是关于一名私人侦探的故事。有一次，侦探被他的对手狠狠地揍了一顿，浑身上下伤痕累累，衣服也破得不成样子，他的助理着急地问道：“我能为您做点什么？”他说：“找裁缝！”答案实在是令人忍俊不禁。

也许大家是在揣测赵薇的演唱或者着装风格上有什么新突破，但赵薇却出人意料的给出“年龄上有突破”的答案，让你想都没想到，这样顿跌的结果造成强烈的反差，故而产生幽默效果。

一个善于开玩笑的人，他最大的魅力并不止于谈吐风趣，他还能在紧急关头即兴幽默，将呆板变成有趣，把烦恼变为欢畅。助理问他怎么处理的，他说：“找裁缝。”本来受伤了找医生应该

放在第一位,衣服破了是次要的,但他却把衣服破了放在前头,让人听了才忍俊不禁。

富有幽默感的人往往将“笑”在不经意间潜于平常发生的事物当中,从而让幽默更加真实,更加有代入感,同时也让大家对事物有了一个更深刻的了解。

第27届电视剧“飞天奖”将颁奖场地设在了北京“水立方”国家游泳中心。颁奖典礼上,当优秀导演获得者康洪雷和郑小龙同时登台领奖时,站在舞台两侧的礼仪小姐,挥舞着绸带,整齐有序地跳入水中,以这种仪式感极强的方式,对获奖者表示祝贺。

董卿幽默地说道:“我们看到两位才华横溢的导演走上台的时候,我们的姑娘们都倾倒了,倒在了水池里,以朵朵浪花迎接着你们,看来我们二十一世纪的男性,同样也有沉鱼落雁的气势。”场下一片笑声和掌声。

董卿就地取材,妙语连珠,将“设计好的跳入水中的动作”解释成“为导演魅力倾倒”,真是妙不可言,既表达了对获奖者的赞美,又活跃了现场的气氛,更显示了一位优秀主持人所具有的机智和风趣。

生活当中,幽默无时不在,只要你留心,注意收集,就会发现处处都有幽默的素材。

当然,要达到信手拈来的程度并不是一蹴而就的,需要经过长期的沉淀于积累。有些人出口成章,其实这些东西都是背的,平时有空就找一些幽默感的书,或者说笑话大全,本身里面就提供了幽默的题材。你经常背,脑子里充满这些东西的时候,当你看到一个事物,就会立刻把一个笑话运用过来,让对方很深刻的记住。

幽默来源于人们源源不断的乐观思想,实际上我们每个人平常多注意观察周围的事情,多去思考一下所要陈述的问题,那么我们也可以让幽默“随用随到”。

3. 一语双关

乔布斯在演讲中经常将他一语双关的语言形式展现得淋漓尽致，一般情况下，他非常擅长用双关语让观众们发笑。他的双关语并不仅仅是为了增强演讲效果，他在生活里也常常“语出惊人”，双关语运用信手拈来。

乔布斯才智过人，他经常用自己的聪明才智表达对传统企业结构的不屑。李岱艾公司为麦塔金电脑设计广告，以乔布斯为背景设计了一则：

该公司的一名员工在偶遇史蒂夫时急切地毛遂自荐。

“你在公司里都做什么工作？”乔布斯问。

“业务员。”小伙子答道。

“哦，我明白了，你不堪重负啊！”（此处的原文为“so you're over head.”）原意是说这位小伙子“职务高高在上”，而乔布斯用这个词开了个玩笑，一语双关。

乔布斯会事先编写一些双关语台词，有一次，他在画面上显示出 iTunes 已经取代某公司，成为第五大音乐销售通路，画面上出现第四个通路是 Target 公司，乔布斯于是说道：“you can guess who our next ‘target’ might be?”（你们能猜出我们下一个目标是谁吗？）引发了大家的会心一笑，因为“target”既是美国著名零售公司，又有“对象”“目标”的含义。

双关语是指在一定的语言环境中，借助词语的同音或多义同时关涉两个不同事物。它往往言在此，而意在彼。它可以使语言含蓄、风趣，富有表现力，耐人寻味。双关语用得好，要比快言直语的意味深长得多。

双关语一般都以谐音字词或者同词双意来表达，梁实秋在文章《雅舍小品·婚礼》中写道：“从前一个乡村铁匠是当地尽