

闭上你的嘴

英国金牌畅销书，20位欧美商界、政界、学界专家联袂推荐



[英]卡里·库珀 西奥·西奥博尔德 著 刘月 译

shut up & listen

交流中，赢在倾听

经济日报出版社

闭上你的嘴

SHUT UP & LISTEN: HOW TO GET YOUR VOICE HEARD



HOW TO GET YOUR VOICE HEARD IN 2012

Shut up & Listen

交流中，赢在倾听

陈鹤平 著

闭上你的嘴 交流中，赢在倾听

【英】卡里·库珀 西奥·西奥博尔德 著 刘月 译

经济日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

闭上你的嘴/(英)库珀,(英)博尔德著;刘月译.—北京:经济日报出版社,2005.1

ISBN 7-80180-363-9

I. 闭… II. ①库…②博…③刘… III. 人际交往—语言艺术
IV. C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 124753 号

著作权合同登记图字:01-2004-4238 号

Simplified Chinese translation Copyright © by The Economic Daily Press

© Theo Theobald and Cary Cooper, 2004

First published in Great Britain and the United States in 2004 © by Kogan
Page Limited

闭上你的嘴

著 者	库珀、西奥·西奥博尔德
责任编辑	汤雪梅
译 者	刘 月
责任校对	孟 旭
出版发行	经济日报出版社
地 址	北京市宣武区白纸坊东街 2 号 (邮编:100054)
电 话	发行部 63568621 63588445 63588447 63567683 83538863 编辑部 63543168 63567690 63567691
网 址	www.edp.com.cn
E-mail	jjrb58@sina.com.cn
经 销	全国新华书店
印 刷	北京市朝阳区小红门印刷厂
开 本	889×1194 毫米 1/32
印 张	7.5
字 数	130 千字
版 次	2005 年 1 月第一版
印 次	2005 年 1 月第一次印刷
书 号	ISBN 7-80180-363-9/F·138
定 价	18.00 元

版权所有 盗版必究 印装有误 负责调换

序 言

如果现在人们对你有了更高的期待，需要你具有整理资料、讲清观点、实现共同目标的能力，那么，了解更多的交流技巧就是非常重要的了。

本书汇集了商界、政界、学术界等二十多位专家的才智和经验。为了确保我们提出的理论切实可行，我们征询了他们的意见。

作为本书的作者，我们各自的经历完全不同，卡里·库珀是组织心理学教授，在他的学术生涯中，他研究的课题是：什么使我们这么做（如动机），什么阻止我们这么做（如压力）。西奥·西奥博尔德做过广告撰稿人和BBC的管理人员，他主要从事解决自己企业和其他企业里的交流问题。

在研究和写这本书的过程中，我们对交流的一些主



要方面有许多惊喜的发现。我们发现了一个看似矛盾的事实，它改变了我们对于现有交流方法的认识，这就是在交流中我们往往只注重说的艺术，而忽视了倾听的艺术。其实，巧言者未必是沟通高手，很多时候，交流中，赢的一方往往是懂得倾听的人。这是一个为我们所忽视的、千百年不变的质朴原则。

在我们涉及的所有实际问题中，我们还努力冷静地探索交流的本质。比如，什么是电子邮件的重要性，什么是短信的风险，以及人们对拼写、语法和使用平实语言的期待。

最后，我们认为做到良好的交流并不难，尽管如此，许多人仍然心存畏惧。为了让你消除顾虑，我们在书中列举了一些令人鼓舞的事例。

我们衷心希望你们能愉快地读完此书，并享受更有效的交流带给你的好处。

前 言

关于……本书的结构

“如果你有一个七人以上的企业，似乎彼此的交流就会变得复杂，信息就会变得混乱。”

迈克尔·布罗德本特

——江丰银行 Holdings Plc 合作事务部经理

如果我们更加了解自己，更多地思考我们如何进行交流，并且根据环境的变化而行动，我们就会在交流中做得更好。这就是本书所基于的原则。

本书分为三个主要部分，以一个“认识自我”的短章作

为开始，以便让你了解自己属于哪一类人，这一点很重要，有助于你更正确地判断你的各类“听众”怎样看待你。

本书的主要部分（第二部分）是关于“如何……”。

有大量的工具书就策略（计划）进行过大量的讨论，但是我们仍觉得需要某种短程的战术（用于处理每天的事务）。我们认为你比我们更了解你企业的计划，所以，我们所要做的只是为你提供最佳实施方案的建议。

在“如何……”的部分中，我们下设了五个小部分，分别涉及了阅读、写作、倾听、说话和情感，在这些章节里你可以看到各种技巧，从如何说服老板拨给你一辆公车，到如何在正式演讲中更有效地使用幻灯片，无所不有。

同时，我们为本书做出贡献的专家们表示谢意。他们无偿奉献出他们的时间和经验，提供了许多实际的素材，我们把这些素材添加到我们的案例研究和我们在从商及从事教育事业中收集到的故事里去。

所有的建议都很好，但是如何着手实施呢？本书为你提供了帮助，在第三部分我们将指导你如何制定计划，你会吃惊地发现，这真的是一件轻松的事情。

本书的特色

以上是本书的基本结构，另外我们还加入了一些本书特有的特色，下面逐一进行解释。

“引述……”

为了对有效交流的观点有更广泛的了解，我们总共对 21 位人士做了深入的采访，在本书中，你会发现我们选用了这些采访中的引言，以此来印证我们的观点。

除了商界高层、领导层和学术界，我们还探索了其他如医学界和政界的交流，以便弄清那里是否更具挑战性，以及我们是否能从中得到借鉴。

专家语

除了“引述……”标题下简短的引言外，书中还有一些独立成章的更完整的故事。你会看到它们与其他内容交织在一起，分列在“专家语”的标题下边。

试试看

尝试新鲜事物是让我们以新的视角看问题的极好方法。我们提出了许多能使你更好地与人交流的实用建议。你采纳多少取决于你，但是不要害怕尝试新的感受。

一个好故事

我们经常能听到描述有关工作方面的好故事。有时是真实发生的事情，有时是根据我们面对的问题杜撰出来的。本书中这两种故事都有，我们不指望你全部信以为真，但是希

望它们在让你开怀的同时也让你记住所表达的重要的道理。

概述

好的咨询公司在为他们的客户工作时，经常使用这个技巧，他们通过想象自己在电梯里撞上总裁、必须迅速概述工作的假设，使自己时刻准备简明扼要地报告工作。我们在每章的结尾处运用了这种做法来概述该章的内容。

我们希望你现在已经准备好开始读下去，但是在此之前，我们还想让你分享我们写这本书时的收获。我们了解了有关诚实的真理，谁会说谎，什么时候和为什么说谎；了解了“号召力”怎样被滥用；了解了交际高手具备的真正特点；我们长大后忘记的有关交流的重要东西，包括讲故事的奇妙作用；还了解了交流中一些不好的方面。这些都给予我们以启示。

目 录

序 言	(1)
前 言	(1)

第一部分

洞察力——带你真正了解自己

第一章 启示	(3)
--------------	-----

关于诚实，号召力，讲故事及其他

“不要凭天性做事，因为天性不会改变，而你的交际能力却可以提高。”

第二章 你属于哪类交际者	(29)
--------------------	------

关于你个人的风格

“通过测试知道你所属的交际类型，然后根据环境采用不同交流方式。”

第二部分

如何实践——进行更好的交流

第三章 关于阅读 (53)

怎样阅读，什么时候阅读，获得阅读的最大效益

“在纷繁杂乱的信息中，迅速获得你所需要的。”

第四章 关于写作 (63)

语言环境，语法，语调，使用平实的语言

“好的行文在商务交流中具有极强说服力，学习写作技巧是非常值得的事实。”

第五章 劝说 (83)

广告的启示——读案例研究，亲自尝试

“在你与人的交流中有多少涉及到劝说？如何才会达到最好的劝说效果。”

第六章 几种写作形式的规则 (103)

如何写电子邮件、短信和网页

“教会你如何用现代化方式与人交流。”

第七章 倾听 (125)

怎样倾听，什么时候倾听

“每说一分钟，要听两分钟。”

第八章 说话 (135)

怎样说话，什么时候说话

“由于声音的表达更丰富，所以说往往比写更易说服人。”

第九章 听与说交流的核心 (143)

听与说交流方式的规则

“教会你语音留言的技巧，如何使会议更有效等等交流方式的规则。”

第十章 非语言交流 (175)

第一印象，体势语，文化

“有时候，非语言信号能帮我们更好地理解我们之间传递的信号。”



第三部分

为成功而制定计划

——把思想付诸行动的几个策略

第十一章 制定计划 (203)


审核，赢得时间，目标和实施

“时间是宝贵的，有效制定计划能帮你合理分配时间。”

第十二章 六个简单的策略 (225)

实施计划的方法

“概述本书中讲述的六个最重要、最经典的观点。”



第一部分 洞察力

我们写此书时的发现与你将会从自身的发现



第一章 启示

关于……真实

真实对我们真的很重要。因为从小父母就教育我们要相信真实是正确的，还因为我们坚信，每个人都开始厌倦盛行于各公司团体中的官场讲话。

好企业的运营靠的是信任，没有真实又谈何信任？现在就让我们一起来看看真实的实质是什么，这并不是一件容易的事情。

在所有我们访谈的人中，没有一个人赞同把说谎作为工作或个人生活中的一种方式。

有趣的是，对于什么是“真实”的看法千差万别。给出确切的定义有时似乎比你想象得更复杂。

下面是几个受访者的观点，你可以以此作为对照。