

真正能说服人的艺术
是让人无法拒绝的

从什么角度
用什么方法
以什么技巧
去说服别人
使你成为
具有强大影响力的人

全面、明确、简单实用

影响人 是一种艺术

PERSONAL INFLUENCE

James Borg

影响力话题全球畅销书

说服

你很会说话，但接不到订单
你情商很高，别人却不买账
你水平一流，却找不到好工作
这些常见的难题在本书中都有答案

[英] 詹姆斯·博格 著 冯伟 译

 中国市场出版社
China Market Press

真正能说服人的艺术
是让人无法拒绝的

从什么角度
用什么方法
以什么技巧
去说服别人
使你成为
具有强大影响力的人

全面、明确、简单实用

影响人 是一种艺术

PERSUADE

James Borg

影响力话题全球畅销书

说服

你很会说话，但接不到订单
你情商很高，别人却不买账
你水平一流，却找不到好工作
这些常见的难题在本书中都有答案

[英]詹姆斯·博格 著 冯玮 译

 中国市场出版社
China Market Press

图书在版编目 (CIP) 数据

说服：影响他人是一种艺术 / (英) 博格著；冯玮译. —北京：中国市场出版社，2009.1

ISBN 978-7-5092-0497-9

I. 说... II. ①博... ②冯... III. 说服—通俗读物 IV. H019-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 009156 号

Copyright © James Borg 2004, 2007

Copyright of the Chinese translation © 2008 by Portico Inc.

This translation of *Persuasion: The art of influencing people* is published by arrangement with Pearson Education Limited.

Published by China Market Press.

ALL RIGHTS RESERVED

著作权合同登记号：图字 01-2009-0777

书 名：说服——影响他人是一种艺术

著 者：[英]詹姆斯·博格

译 者：冯 玮

责任编辑：郭 佳

出版发行：中国市场出版社

地 址：北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼 (100837)

电 话：编辑部 (010) 68033692 读者服务部 (010) 68022950

发行部 (010) 68021338 68020340 68053489

68024335 68033577 68033539

经 销：新华书店

印 刷：三河市华晨印务有限公司

开 本：787×1092 毫米 1/16 16 印张 197 千字

版 次：2009 年 3 月第 1 版

印 次：2009 年 3 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5092-0497-9

定 价：48.00 元

在如今这样信息主导的世界，具备为相互理解架
设桥梁的能力显得越来越重要，也越来越复杂。

真正的沟通包含信任、诚实和共情。

这本书会告诉你如何发展和应用这些技巧。

这是一本每个人书架上都应摆放的书。

——约翰·哈维-琼斯爵士

约翰·哈维-琼斯爵士是英国最著名及最受尊敬的商业人士之一。

作为帝国化学工业公司的领导人，约翰·哈维-琼斯爵士带领这样一个
庞然大物，在短短 30 个月内使其扭亏为盈：从高达两亿的亏损额，一举
取得赢利十亿英镑的骄人战绩。

在 ICI 公司三年的管理生涯中，约翰·哈维-琼斯爵士获得“英国工业
领航人”（captains of British industry）大奖，并且由于出演获得 BAFTA
奖项的 BBC 系列节目“排疑解难”（Troubleshooter）（1990—2000 年期
间播出）而一举成名。这是第一个商业真人秀节目并且为以后多部类似节
目的推出铺平了道路。此外，约翰·哈维-琼斯爵士写了多部书，其中包括
畅销书《做到这一点》（Making it Happen）。如今他是最前沿的商业演讲
者之一。

PERSUASION

说服他人才能成功

说服能力也许是生活和工作中确立优势的主要来源，是决定成败的关键因素。我们都碰到过具备不可思议的说服能力的人：无论在什么场合，他们总能设法说服别人同意或者接受自己的观点，并按照他们的思路行事。而且对于其中某些人来说，可能他们太精于此，做到这一点简直不费吹灰之力。

虽然我们大多数人很难达到这样的境界，但幸运的是说服能力完全可以通过学习加以掌握。

几乎每一天，在生活中的方方面面我们都会碰到需要说服别人接受自己观点的场景。早在婴儿时期就会开始，随着你的年纪见长，唯一改变的就是你所要面对的说服责任的大小。我对于说服能力的兴趣很早就已开始。那时我被心理学的魔力深深吸引并被“魔力圈”吸收为最年轻的会员之一。

魔术师们堪称“人类技能”的大师。当心理学家们致力于说服技能的研究并注意到

其实每个人每天都可能运用到这些技能时，他们中的一些人得出了有趣的结论：人类所有和说服有关的事物中，魔术师的工作是最困难的。为什么？因为不管是玩扑克牌，还是亲眼目睹某些事物的消失或者解读思想，他们都必须说服观众消除内心的怀疑并相信奇迹就在自己眼前发生了。

魔术师们又是如何完成这个过程的呢？研究者观察到，首先魔术师会得到并控制住观众的注意力。他们会使用适当的词语，给予任何上台的自愿者足够的尊重，倾听他们的讲话；然后有目的地让对方记住他们提出的某些事物。同时，他们又会确定对方的性格类型，引入幽默诙谐的气氛，通过对方的身体语言了解他们的思想，最终得到观众们的信任，产生好感。所有这一切都是为了一个目的：说服观众消除怀疑。卓越的人际交往技巧！就像我们在日常生活中，最成功的人往往都知道有效应用上面提到的各种技巧，并且具备很强的说服能力。

人生就像玩纸牌游戏。伏尔泰（Voltaire）说过**每个纸牌玩家都必须接受人生发给你的纸牌。一旦纸牌拿在手，如何取得胜利则取决于你自己。**换句话说，发牌的手固然很关键，但最终的战术选择还在于你自己。所以，对希望达到的结果有清晰的概念是取得目标的第一步。

以我多年来在商业环境中的经验，我深深体会到说服技巧带来的巨大优势。无论在工作还是生活中，出于你帮助对方，或者对方帮助你的目的，你必须要和别人交往。而交往过程中，必然存在让对方理解你的观点、想法的时候。同样，你也需要理解对方的想法和观点。所以，这是一个双向过程：你需要理解对方的思想，并能说服对方接受你的观点。

简而言之，为了让生活更顺利、更愉快，说服技能是我们都期望的“魔力配方”。我们可以这样界定它：任何试图影响别人的观点、态度或行为的信息。

如果真的存在这样的魔力配方，我想配方的关键应该是融合各种技能

和技巧并加以应用。这将帮助你说服别人，将他们从 A 点转到 B 点。

这本书是我多年来在广告业、销售、市场营销和新闻业的经验积累，都有实证支撑。因为都是试用过或检验过的技术，我的目的就是展示在现实生活中如何应用来简化说服过程。这本书将展示如何令人信服地让别人接受你的观点和如何有效“读懂”别人的思想。通过这些技能、技巧的应用，让你的说服能力更强，让人们更容易接受你的想法。

它会有助于你的感觉意识，帮助你唤醒潜意识中的“第六感”。列奥纳多·达·芬奇敏锐地观察到普通人“并不会用心去看，用心去听，用感觉去触摸，用欣赏的心理去吃美味，有意识去移动……也不会说话的时候积极思考”。是不是听起来像是对大多数人（包括你）的真实评价？可以肯定的是，如果我们必须指出说服大师和其他人的区别，那就是他们具有“读懂”别人思想的能力。

需要强调的是，本书中提到的说服概念完全是积极意义的。它不仅有益于你自己，也有利于和你交往的人。你不会每次都成功，但通过磨练这些技能和你的自我意识，你会发现成功概率大大增加，并形成了良好的人际关系。越来越多的研究表明无论是工作还是生活中，说服技巧已经成为成功与否的关键。

正像我的经济学教授引用加尔布雷思（J.K.Galbraith）的话：

“这个世界只分为两类人：无知的人，和尚不知道自己无知的人。”

这本书献给他们！

詹姆斯·博格

说服

影响他人 ● 一种艺术

PERSUASION

说服他人才能成功 II

1 说服的力量 1

共情和真诚如何为你创造奇迹

2 做一个善于倾听者 11

为什么倾听如此重要

3 请注意 27

保持注意力

4 注意你的身体语言 47

如何读懂别人的非语言信号并发出正确的回应

5 记忆力奇迹 73

拥有强大记忆力的影响及如何提高你的记忆力

说服

PERSUASION

影响他人 一种艺术

6 心理语言学的力量：

让词语为你的成功助一臂之力 101

成功取决于在合适的时机表达合适的内容

7 电话传心术（心灵感应术） 123

学会把电话作为工具为你创造有利条件并
更好地了解具体场景

8 为双方的利益进行谈判 155

为了取得最好的结果，理解相关的心理状态

9 难于相处的人们 195

他们是谁？

10 性格谱 211

如何识别不同性格特征的人及相处之道

附录：咖啡休息区问题答案 244

编后记 246

说服

影响他人是一种艺术

PERSUASION

“直觉比教条的价值
大得多。”

——佚名

1

说服的力量

共情和真诚如何为你创造奇迹

- 亚里士多德（公元前 384—公元前 322 年）
的说服艺术
- 共情
- 真诚

这本书意义何在？

很多年前，当有人请剧作家汤姆·斯托帕德谈一谈他的第一部作品时，他回答：“它使我变得非常富有。”

这本书同样可以为你创造财富。除此之外，它还帮助你建立或改善交流意识从而培养、提高你的说服技巧，让你的职业生涯或个人生活也受益匪浅。

探长克鲁索对旅馆接待员说：“你的狗会咬人吗？”

旅馆接待员：“不会。”

探长克鲁索（对着狗）说：“真乖。”

那只狗却咬了他。

探长克鲁索：“喔……我想你说过它不咬人的。”

旅馆接待员：“那不是我的狗。”

由彼得·赛勒斯扮演的探长克鲁索，《粉红豹》

无论是在工作场所或是在家里，我们每个人每天都会多次遇到这样的场景：需要别人理解自己的观点或说服别人同意采取某些行为。出于不同的缘故我们需要说服别人。一般情况下，你在沟通方面越有效，你成功说服别人的机会就越大。

亚里士多德（公元前 384—公元前 322 年）的说服技巧

其实人们的基本价值观自古以来就没有多少改变，这从 2300 多年前希腊哲学家亚里士多德所推崇的成功沟通准则就可以看出。他提出了最有影响力的关于说服别人的理论，认为说服是一种技巧。

根据他的理论，说服就是促使人们去做那些如果你不提出要求他们通常不会做的事情。

亚里士多德注意到，作为具有社会性的动物，人类每天都会遇到说服别人的情景。而在这样的情景中，人们的目的往往只有一个：基于人们的态度始发点（他称之为 A 点），经过说服感染，转变为你所期望的态度 B 点（你的目标）。这样的态度转变，亚里士多德就把其定义为说服。在 A 点，人们普遍对你的想法持抵触情绪或是不感兴趣。因此他们需要对你的观点加深了解，更重要的是让他们相信你所传达的信息。亚里士多德认为任何具有说服力的演说，不管听众多少，都是令人愉悦的、具有启发性的和慷慨激昂的。但这些都不是重点，你所传达的信息的最终目的是要说服



听众转变态度（达到目的地 B 点）。

亚里士多德还提到了说服力较强的人表述的信息所具备的三个特征：

- 气质、精神特质（伦理道德，性格特征和名声）
- 情感（情感感染力）
- 标识语（逻辑）

为了让人们接受新观点（达到 B 点），最具说服力的信息应当包含以上三个方面的内容。

精神特质与说话者及其交流过程中表现出的性格有关。对于交流的信息，存在信息源可信度的问题，即听众是否相信信息发出者本人。实际上就是二者之间建立的信任关系。这涉及交流过程中人的因素及个人身上体现出的真诚与否的问题。

情感指交流过程中听众所感受到的感情感染力。正像亚里士多德所说，一旦你所说的内容能够激起听众的感情共鸣，说服就可以成功。换句话说，感情的共鸣对于说服听众不可或缺。你必须激起共情。

标识语是指说话者使用的语言、词汇。对事例、引语和数据的选择对于是否说服对方也是至关重要的。

请仔细思量你是如何表述并说服对方接收自己观点的。是否也包含了以上三个因素？你还可以观察其他人的说话风格，看看他们是如何使用这三个要素的。当你和别人进行交流的时候，还应该留意影响对方最深刻的因素是什么。然后再调整相对应的讲话方式。

对亚里士多德来说，他把标志语放在首位，精神特质和情感因素次之。如今，有充分的理由相信精神特质应当是最重要的，而情感和标志语次之。现实生活中不乏实例。想想信任关系对于政治家们是何等重要：如果他们对老百姓撒了谎或是上台后没有履行当初的承诺，谁还会相信他们今后的言行。没有信任的关系，情感和标识语因素毫无意义。当然，这并不局限于政治界，它同样适用于我们日常生活中人与人之间的关系进程。

共情

即使超过两千年，睿智的哲学家所推崇的信条依然如故。亚里士多德坚信情感感染力，即人们通过自己的洞察力和理解力能确定和你打交道的人的真实情感，也就是现在人们常说的共情，对于健康、良好的人际关系是非常重要的。

“共情是指人们发现和理解别人的情感、思想和所处环境的能力。”

共情不仅强调用心，而且用脑来倾听别人的谈话。基于共情，人们能

够理解别人的情感，能够感知别人的思维视角。它的力量仅次于后面将会论述的 ESP。

从情感的角度来分析，即使你没有经历过类似的心理状态，共情仍然可以让你感知、理解别人的感觉。所以我们可以努力达到一种平衡：交流双方的心理都处于愉悦的状态。显然，这对双方才是客观公正的。

生活中共情的作用涉及方方面面：日常工作，政治环境，家庭生活，异性交往，等等，如果没有共情后果不堪设想。

有些人这方面天赋很高，所以往往能够轻松自如地处理各种人际关系。他们能够准确预测人们对某些事物的反应，合理地换位思考，因此这些人知道应当说什么，怎么说。他们可以“读懂”对方的思想。

真诚

如前所述，亚里士多德所提到的精神特质，或称之为信息源可信度，实际上和个人是否真诚有关。如果我们期望交流双方产生共情，真诚不可或缺。但付出真诚还不够。最终共情的产生还得建立在信任关系基础之上。这一点通过人与人之间的关系就能看出。人与人之间出现问题往往就是从信任危机开始的。我们在相互交往时所做的事情要么有助于信任关系的建立，要么会减弱相互的信任。正因为不同的人会出现不同程度的信任关系，因此不能把它列为稳定的性格特征之一。

让我们再简明扼要地总结：信任关系产生于人和人之间，而不是人的内心之中。一些人比另外一些人更值得信赖，但重要的是让对方感受到信任的存在。而这往往容易被我们忽略。

一些人在沟通时很自然地就表现出发自内心的真诚，从而得到对方的

高度信任。不管对方是朋友、亲戚、同事、客户或是其他人，都能够真诚相待，认真帮助他们解决所遇到的问题，这样的态度无疑将使处于有利的位置。对话的基调也会截然不同。对方更愿意采取积极、接受的态度并且更愿意向你倾诉。这将使你在谈话中保持有利的位置。信任关系也由此建立（再次提醒各位：信任存在于人与人的关系当中，而不是存在于人的性格之中）。只有值得对方信赖才能不断推进你们之间的关系。

越是愿意给予别人帮助、支持，人们越愿意向你敞开心扉。这是一个良性循环，面对那些向你敞开心扉的人们，他们越信任你，越愿意和你共享他们内心深处的想法。这在私人生活和商业环境中是一样的。

共情 (Empathy) + 真诚 (Sincerity) → 说服 (Persuasion) (ESP)

最近这些年，很多在行为科学领域的研究者以大量事实证明共情和真诚确实有利于人们之间的沟通，有助于帮助人们说服别人。

现在越来越多的研究和公众注意力被转移到所谓的情商上面，很多人都认为这对成功是不可或缺的因素之一，而情商的重要内容就包括上面提到的两点：共情和真诚。值得一提的是亚里士多德 2300 多年前就已经注意到这一点了。

需要进一步指出的是即使你不断地学习和磨炼自己的沟通技巧，如果不具备共情和真诚这两个核心因素，长期下来你还是得接受失败的结局。为此要求我们充分发挥两种智力因素，心理学家们称之为：

- **人际交往情商**：即对别人感觉、喜恶、动机的理解。具备这种情商的人们能够预测别人的反应，因此也能够有效地与之相处并说服对

方。生活中，你会注意到成功的政治家、销售人员、心理治疗医生和其他具备很强的社交能力的人们都拥有这样的情商。

- **自我沟通情商**：自我沟通情商使人们能够对自己的思路、感觉和情感有较深刻的洞察力，对自己行为的因果关系有清晰的认识并因此作出正确的决策。

这些因素可以使人们了解别人的思想并在和他们的交往中更具效率。

当然，沟通涉及人的态度和其他各种方法和技巧，单单具备以上两种情商肯定是不够的。本书中提到的其他技巧固然也很重要，但要让它们真正发挥作用，形成良好的人际关系和成功地说服别人也离不开共情和真诚这两个核心要素的支持。如前所述，成功的说服最终还是归结为：

共情(E) + 真诚(S) → 说服(P)

共情和真诚是说服别人的两大基石。

