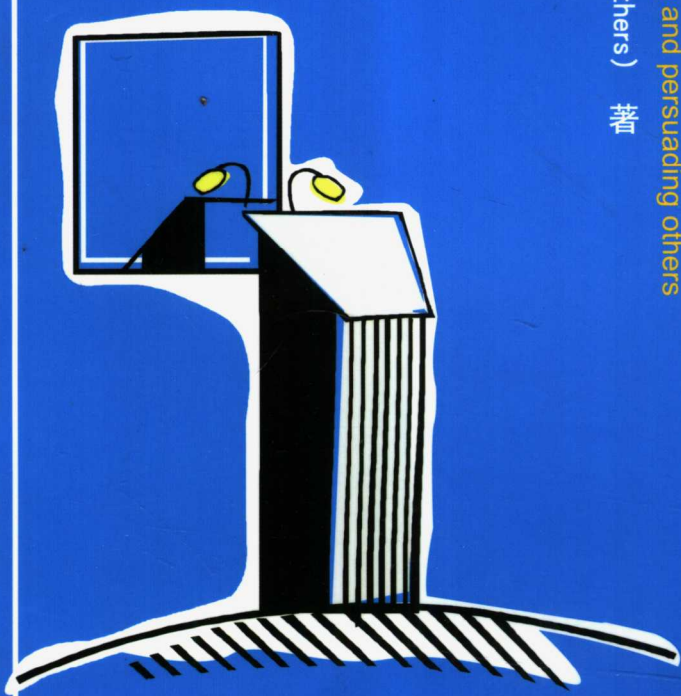


# 说服力

How to Move Minds and Influence People  
A remarkable way of engaging and persuading others

伊恩·卡拉瑟斯 (Iain Carruthers) 著

曹建华 译

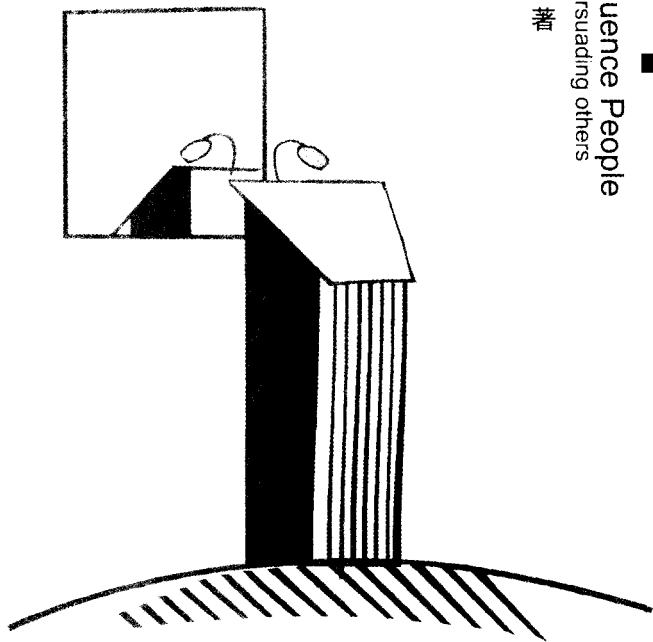


 中国人民大学出版社

# 说服力

How to Move Minds and Influence People  
A remarkable way of engaging and persuading others

伊恩·卡拉瑟斯 (Iain Carruthers) 著  
曹建华 译



 中国人民大学出版社

---

## 图书在版编目 (CIP) 数据

说服力/卡拉瑟斯著;曹建华译.  
北京:中国人民大学出版社,2007  
ISBN 978-7-300-08407-7

- I. 说…  
II. ①卡…②曹…  
III. 说服—通俗读物  
IV. H019-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 127118 号

## 说服力

伊恩·卡拉瑟斯 著  
曹建华 译

---

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)	
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)	
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)	
网 址	<a href="http://www.crup.com.cn">http://www.crup.com.cn</a> <a href="http://www.ttrnet.com">http://www.ttrnet.com</a> (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京新丰印刷厂		
规 格	148mm×210mm 32 开本	版 次	2007 年 9 月第 1 版
印 张	3.5 插页 1	印 次	2007 年 9 月第 1 次印刷
字 数	97 000	定 价	12.00 元

---

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

## 致 谢

和许多人一样，我一直梦想写一本书。现在梦想已经成为事实，这主要归功于三个人的帮助。我的妻子莉兹在夏日的每个周六都把孩子们从我身边带走，为我提供了无尽的支持。许多作者对培生教育出版公司的雷切尔·斯托克女士充满了敬意，被她的热情所感动，渴望她的眷顾，因此，我不会再令她感到为难。在阿什里奇商学院（Ashridge）众多的教职员工中，我要特别感谢罗宾·拉德金，感谢他温文尔雅但坚持不懈的鼓励，是他鼓励我将我的一些有价值的思想表达出来。

许多书得以问世是因为有一些了不起的出版专家的努力。正是由于有了莱斯利·费尔斯、汉纳·科特里尔、雷切尔·凯这些专家们的帮助以及休·兰布尔的设计才能，我的这本书才得以顺利出版。安德泽·克鲁泽的线条画插图为本书增添了许多富有魅力与美丽的插页，我非常有幸得到他们的帮助。

本书起源于与艾伦·马里奥特的一次对话。盖伊·布朗宁毫无保留地将他的朋友们介绍给我，给了我很大的帮助。还有许多人也给了我帮助，他们或有意或无意地向我提供事例、想法或说服我不要做出有误导作用的假设。无论是谁，只要是写故事，那他都只不过是站在约瑟夫·坎贝尔和罗伯特·麦基的肩膀之上。他们是马尔科姆·伊万斯、马克·梅罗西、约翰·西蒙斯、梅甘·惠廷厄姆、休·皮金、朱迪·扬、约翰·汤普森、邓肯·塞奇威克、迈克·索洛韦、汤姆·坎宁安、卡特里奥娜·克龙比、

戴维·卡罗尔、克莱尔·希布鲁克、戈登·布朗和克里斯·赫尔斯。最后，我要感谢我的父母，感谢他们的教诲，是他们最先教会我写作，感谢他们给我的一切。

# 序

## 戈登·布朗和白鱼管理局

我曾经在一家叫做米尔伍德·布朗的市场调查公司工作过。在员工会议和其他各种会议上，公司的创立者之一戈登·布朗都会给我们讲一个很有意思的故事。

戈登·布朗从 20 世纪 60 年代开始为一家知名的市场调查公司工作，该公司当时的运营情况糟糕透顶，他们与一家政府机构——白鱼管理局共用伦敦一座豪华写字楼的一层，该政府机构大约有 40 名雇员。

戈登所在的公司常常会裁减员工，因而会不时腾出一些办公空间来。每次当房间的隔断往戈登所在的公司这边移动时，白鱼管理局的人就会占据这些空出来的空间。从来也没有人搞清楚白鱼管理局是做什么的，但是有一点是清楚的，就是他们对于空间的需求越来越大。也许是白鱼管理局的人变得越来越难以对付了，不管怎么样，隔断一直在向戈登所在的公司这边移动。

这个故事对于米尔伍德·布朗公司的作用胜过 100 张表现公司成长过程中取得的辉煌业绩的幻灯片。当戈登认为有必要向他的听众讲时，他就会强调有两种类型的公司——一种是成长型的，而另一种不是，而且没有人想受一个什么白鱼管理局的侵犯。

与其他任何优秀的企业家一样，戈登使用过很多故事。但他还有他自己的故事，他希望创造奇迹——用一种大智来进行业务决

策。这就是他的驱动力（此刻他站在游艇旁，正准备扬帆远航）。

我们每个人都能够创造出奇迹。本书就是要帮你通过说服他人来创造一个与众不同的人生，我们并不需要具备精良的技艺或效仿一定的模式，我们通过讲故事来达到目的。

本书由两部分构成：第 1 部分（第 1 章～第 5 章）提供一套思想和工具来帮助你在职场中说服别人，阐述怎样利用讲故事这种技艺来讲述你在职场中的故事，说服别人随你而行。

第 2 部分（第 6 章～第 9 章）审视你自己的故事，我们要把你过去的经历、现在的事业和未来的目标结合在一起讨论。

附录 1 提供了一些有用的故事，你只要稍加研究就可以用它们来帮助你说服职场中的人，附录 2 则深入考察我们日常生活中其他方面需要说服别人的场合，重点探讨了如何说服儿童和在公众活动中如何说服他人。我很高兴接受来自读者关于本书以及曾经怎样使用本书的反馈，或者你只是突发奇想要给我讲一个故事。

**伊恩·卡拉瑟斯**

[moveminds@encounterbusiness.com](mailto:moveminds@encounterbusiness.com)

# 目 录

## 第 1 部分 职场故事

第 1 章	故事的意义	3
第 2 章	故事：说服他人的捷径	7
第 3 章	探索更多的捷径	23
第 4 章	个人故事与职业故事交相辉映	36
第 5 章	借他山之石以攻玉	45

## 第 2 部分 生活故事

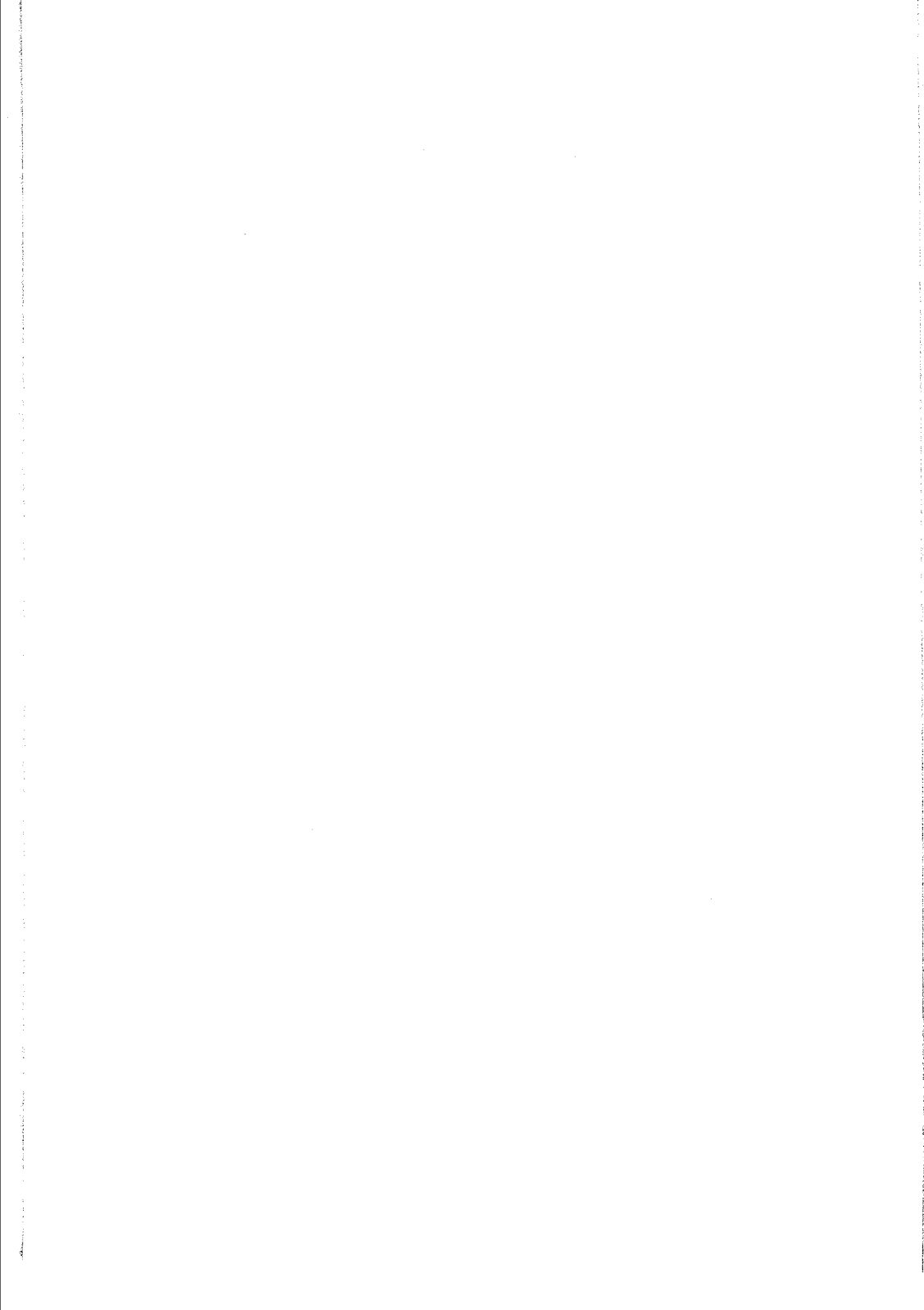
第 6 章	故事的意义	53
第 7 章	遭遇困境	58
第 8 章	你的人生之旅的故事	65
第 9 章	能力和担忧	78
附录 1	有益的故事	89
附录 2	为生活的其他方面指点迷津	97



第 1 部分

---

# 职场故事



## 第①章

# 故事的意义

### 充满渴望的人们

外面的世界是一个混乱的世界。世界越混乱，我们对那些能历经考验而持久不衰的价值观和信念就会越渴望。所谓故事就是那些尽管时过境迁却能历经变化而不衰的真理。这正是它们如此重要和具有说服力的原因，也正是它们在说服别人的时候如此有用、极具说服力的原因。

你说，打住，故事不就是那些充满戏剧化效果或冲突的剧情吗？的确如此，但它们的目的是提醒我们关注其中蕴含的道理。没有这些精神支柱，我们就会随波逐流。我们就不能把正在发生的事与过去和未来连接起来。

故事的存在是为了满足人们的需要：坚持一种持久不衰的品质和价值观的需要；叙述故事的方式同样是为了满足人们的需要：这就是聆听和建立关系的需要。

在本书中，我们会引用一些你们可能知道的故事，还会不时探讨三部影片：《永不妥协》、《美国丽人》和《肖申克的救赎》。如果

你只看过其中的一部或两部也没有关系（但假如你设法回避这些内容，那我就要怀疑你作为人类一员的资格了）。

这三部影片里发生了许多超乎寻常的事情，但有些事情是可以经得住时间的考验的。

剧 情	经久不衰的价值观和信念
<p>《永不妥协》</p> <p>一个努力打拼的单身母亲在一家律师事务所找到一份工作并卷入了一场针对一家电力公司的大诉讼案中，在此过程中主人公经历了失去爱与家庭的风险。</p>	<p>爱琳坚持公正的信念。</p>
<p>《美国丽人》</p> <p>一个有家的男人失去了工作，与女儿 13 岁的朋友坠入情网，发现了妻子的风流韵事，被有性障碍的邻居枪杀而亡。邻居的儿子是一个吸毒者。</p>	<p>莱斯特·伯纳姆认为生活就是尽情地享乐。</p>
<p>《肖申克的救赎》</p> <p>一个职业男人被认为是谋杀不贞妻子的凶手从而被误判入狱，被关在狱中 20 年。在监狱里遭毒打，最终，用出人意料的方法逃出监狱。</p>	<p>安迪·迪弗雷纳的信念是命运掌握在自己的手中。</p>

按照剧作家的观点，每一部影片都有一位主角。按照字面上的意思，主角就是“主要角色”——承载影片意义的角色。

成千上万的人观看了这三部电影，为什么？因为它们激发了我们的好奇心。我们支持这些人物，因为他们将我们共同拥有的信念通过他们扮演的人物表现出来，即使（或特别）是以一个敌对势力的形象来表现。扪心自问，我们是否有勇气做出和他们一样的选择？

我们的人生需要价值观、需要精神支柱。但是发现这些吸引人的品质并不容易，如正直、充满好奇心、为生存而战。我们需要其他人把它们表演出来，我们需要故事将它们变得真实具体，这就是为什么在 21 世纪这个支离破碎的世界中，人们对故事是如此的渴望的原因。我们现在对那些经久不衰的信念的渴求比以往任何时候都强烈。

## 加油站

### 心理治疗

一位著名的心理医生基于这样一个假设来治疗病人，即每一个人的生活中都会发生小说情节般的事情。你能想象你与某个人一起坐下来，而此人正竭力帮助你理解自己精彩的人生剧的情景吗？

心理治疗的目的之一就是帮助人们意识到是什么促使他们以一种独特的行为方式来为人处事，尤其是帮助他们了解哪些行为方式会引发他们的焦虑和痛苦。假定存在某种观念模式鼓励着病人采取这样的行为，但通常，这种观念模式是不被人们觉察的。那么到底是什么在推动剧情的发展呢？

### 拨开迷雾

此刻，你可能在想，“那么，它究竟会怎么样来帮助我——

1. 运作一个项目
2. 领导一个团队
3. 争取到一份合同
4. 按时回到家中……”

让我来向你解释，要想很好地完成这些任务中的任一项，都要求你去说服他人。事实上，你进行的任何冒险和采取的任何行动，它们的成功都与你说服他人的能力直接相关。

对于有些人来说，说服是一个不好听的词，它可能意味着为了个人利益而控制他人。在别有用心的人那里，的确有这种可能。乔布斯用过很多故事，而且相当有效。

不过还是让我们来考察一下“说服”（influence）这个词的含义。从字面意义上讲，说服的意思就是交谈，从拉丁语 fluere 演变而来。当我们说服别人时，实际上是在帮助他们从一种胶着的状态中解脱出来。我觉得它在生活的各个方面都相当有用。

如果你试图在一个组织内做出一些不同凡响的事，“说服”尤其有用。如果你的职位是经理、主管、执行官、总经理或董事长，

那你的基本工作就是帮助别人做好他们的工作。为了做到这一点，你需要说服他们。（即使你没有这些令人敬畏的头衔，毫无疑问，如果你不能够很好地说服他人，你也就做不好你的工作。）

说服他人有许多方法，你可以通过引诱或奉承来说服，甚至可能采取威胁的方式，然而，最有效的说服方式还是帮助他们想象事情可能会多么地不同寻常。

一直以来，人们选择讲故事作为说服他人的工具。从洞穴时代神奇野兽的神话，到东西方那些伟大的传说，再到工厂主、教师以及管理人员劝说那些好逸恶劳的人们用他们自己的双手去掌握自己的命运：如果我们选择了努力，那么无论你从事的是哪一种工作，都会为你的人生创造出一幅值得记忆的画卷：一切皆有可能。

每一个成功的故事都是对一种可能性的精彩描绘，它表达了一种历久不衰的价值观，而这种信念是由一个人来实践的，这个人可能就是你。故事的长处正在于此，它具有一种几乎不可抗拒的力量。因此，假如你正在运作一个项目、领导一个团队或正在努力争取一份合同，试想，如果别人对你持怀疑和戒备的态度，结果会怎么样？如果他们从你的角度来看这个世界，和你的观点一致，那又会怎么样呢？如果他们能够看到成功的可能性，那又将是什么样的情景呢？

故事会让你受益匪浅。

## 第 2 章

# 故事：说服他人的捷径

怎样与人建立关系  
揭开三大法则的真相  
洞悉上司的思想

### 捷径

这是一件极其让人吃惊的事，你也听说过吗？

我记得，一种由预制好的部件组装的房屋大量涌现……

人类热衷于体验，而我们的大脑是令人感到惊讶的记录仪，几乎所有的体验活动在它那里都有记录。想象一间教堂大小的图书馆，里面装满了图画、文字、声音、气味、人物、风景和情感。这就是你的思想，也是你朋友的思想，你客户的思想和你上司的思想。

大脑必须帮助我们开发快速而可靠的访问途径，如果没有这些途径，等到了下周，我们就会成为一个完全无用的人。因此，我们会开辟捷径——访问大脑的快速而可靠的途径（见图 2—1）。这有点类似互联网上搜索引擎的功能，虽然并不总是那么可靠。

下面是一些捷径：

- ◆ 穿戴感觉像你以前工作伙伴的人

- ◆ 一张父母小时候的照片
- ◆ 你买的第一张音乐盘
- ◆ 躺在夏日草地上时你脑中闪现的记忆
- ◆ “很久以前”这个词

这些都是你表达感觉和记忆的捷径，它可能是一段美好的记忆，也可能是触动你内心深处的情感。

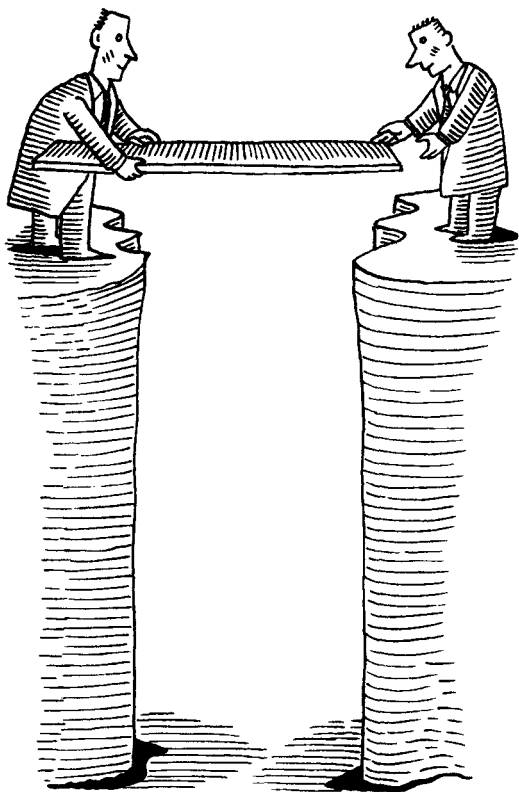


图 2—1 开辟一条捷径

需要指出的是，如果我们恰当地使用故事，那它们就是你与他人建立联系的捷径。故事是通向我們内心深处的一条捷径，它们曾



经是我们在过去、在孩提时代了解世界的基本方式，它们以不知不觉的方式直接进入我们的灵魂深处。

历史上最有说服力的人物都是讲故事的高手，耶稣基督用一种阐明道德或宗教的浅显故事作为他打动听众的捷径。道教与禅宗经常利用故事，伊斯兰教将先知穆罕默德的生活和教义也编成故事。近代，一些杰出的政治家像罗斯福和丘吉尔都是利用广播媒介将民众聚拢在一起的大师。

他们的能力并不是在公众集会上作冗长而浮华的演说，而是参与到他们所引导的对话中去。

## 请跟我来

我们开始讲一个故事的时候，就是把人们带向一个特别的地方。“你想听故事吗？”“我给你讲一个特好听的故事。”人类几乎不可能抵挡住这些话的诱惑。

为什么会这样呢？这是因为你为人们提供了通向想象世界的一条路、一个入口。就像《爱丽斯梦游仙境》中的爱丽斯发现一个装着液体的封闭小瓶子对她说“把我喝了吧”那样。你提供给他人的是这样一块标志牌：“请跟我来。”

不是邀请人们走进你的想象空间，重要的是邀请听众进入他们自己的思维空间。他们放下戒备，希望加入到旅行中来。

## 加油站

### 建立捷径的准则

这是放之四海而皆准的法则之一，但又是我们设法回避的。例如，国税局最终会让你把纳税申报单交给他们，或者你母亲会对你如何培育你自己的孩子提出忠告。但这是一条更为重要的准则：

关系 = 你提供的刺激 + 听众的反应

如果你把想从听众那里得到的反应告诉他们，你就不可能与他们建立关系。