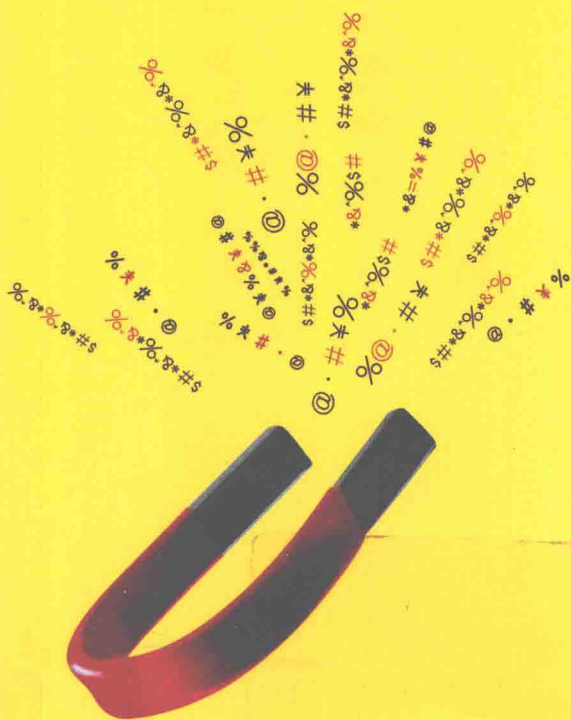


Aerobic information

有氧信息

迅速提升表达力的秘密

杨天宇 周晶◎著



化繁为简；化难为易；**60秒**吸引注意力！
 马云、孟非等成为人生大赢家的**黄金语言法则**！

本书告诉你怎样令你的语言像吸铁石

SPM
 南方出版传媒
 广东经济出版社

Aerobic information

有氧信息

迅速提升表达力的秘密

杨大宇 周晶◎著

SPM

南方出版传媒

广东经济出版社

— 广州 —

图书在版编目 (CIP) 数据

有氧信息：迅速提升表达力的秘密/ 杨大宇，周晶著. —广州：广东经济出版社，2014. 12

ISBN 978 - 7 - 5454 - 3690 - 7

I. ①有… II. ①杨…②周… III. ①语言表达 - 通俗读物 IV. ①H0—49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 276948 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	广东新华印刷有限公司 (广东省佛山市南海区盐步河东中心路)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	14.25
字数	247 000 字
版次	2014 年 12 月第 1 版
印次	2014 年 12 月第 1 次
印数	1~4 000 册
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 3690 - 7
定价	35.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

发行部地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：(020) 38306055 38306107 邮政编码：510075

邮购地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：(020) 37601950 营销网址：<http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博：<http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问：何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

自序

让你的声音传遍世界

21世纪常常被我们称作信息时代。经济信息、政治信息、文化信息、科技信息铺天盖地地向我们涌来。以图书出版为例，平均每3分钟，就有一本新书出版。当你读完这一页的时候，估计中国又有一本新书出炉了。也难怪当初宋丹丹总惦记着出版《幸福深处》，现在出书的确比以前容易多了。

不过，随着图书品种的不断增加，单册图书的销量反而在不断降低。记得20世纪90年代的时候，新书出版往往是1万册起印，现在3000册就不算少了。这说明什么？争夺读者注意力的东西太多了，平均分配在每一本图书上的注意力自然就少了。而更重要的是，与图书争夺注意力资源的，不仅仅是图书本身，还包括电视、网络、杂志、报纸、广播，等等。这些媒体的存在，尤其是最新出现的网络媒体的存在，极大地分裂了信息接受者的注意力，争夺注意力的战争正变得无比惨烈。

只要是战争，就自然有输有赢。在这个信息时代造就了无数的输家的同时，也造就了不少出色的赢家。

研究历史和诸子百家的人不太多吧？大多数人的著作都卖得曲高和寡，可人家易中天教授的《品三国》，还有于丹教授的《论语心得》，就偏偏高居畅销书排行榜前位。

医学的书籍够冷门了吧？我们中国的吴清忠先生就是能把《人体使用手册》写成老少咸宜的大众化作品。

中国的说过了，我们再说说国外的：

罗伯特·清崎是最伟大的商人吗？远不是！他是最伟大的作家吗？更不是！被美国文人嗤之以鼻的三流作家兼二流房地产商人——清崎先生不但写出了《富爸爸，穷爸爸》这本不朽的畅销书，还把它写成了一个历经数年风雨不衰的畅销书系列。

正在读我这本书的朋友，有多少对经济学感兴趣？估计一下，一本经济学教科书的最高销量可能是多少？一般人给出的答案不会很乐观。但如果你的答案很乐观，也许是因为你和曼昆都不是一般人。他的《经济学原理》在刚刚出版那年就狂销了20万册。这个数字足以让金庸和古龙的小说汗颜。更牛的是，在书稿出版之前，出版社就付了曼昆120万美元的稿酬。

值得注意的是，以上所列举的这些名人都曾备受争议。一些与他们在相同领域进行研究的人士对他们的著作和推广著作的方法提出了严厉的批评和质疑。因为这些名人组织和表达信息的方式显然与老派的、严谨的学术作风不符。

可是，为什么这些备受争议的著作成了市场上的宠儿，而那些没有太多争议的著作却在角落里蒙受灰尘的洗礼呢？

答案可能有些出人意料：事实上，正是这些备受争议的信息表达方式让这些名人在无数精英中脱颖而出，成为信息传播界的明星。

在信息的内容和形式之间的关系上，我们大多数人往往都把注意力集中内容上。很多人认为“酒香不怕巷子深”。比如，写书的人会认为，只要书籍自身的品质够好，就不愁没人买。而写文章的人则认为，只要文章的内容实实在在，就不愁别人不认可。与别人进行沟通的人认为，只要自己的出发点是好的，就不愁对方不理解自己的一片苦心。这样的想法是美好的。可是它们很少能够变成现实。

事实是，那些内容足够好的信息往往拼不过外在形式上足够好的信息。以广告为例。这是一种以得到来自观众的直接认可为目的的信息形式。每一年，中国都会评出“十佳广告”。它们个个立意深远，内涵深邃。与之相对的是“十差广告”。它们大都没有什么深邃的内涵，甚至可以说很肤浅。但“十佳广告”得主的业绩却十分奇怪地年复一年地败给那些几乎没有内涵可言的“十差广告”，这其中包括我们大家耳熟能详的脑白金广告。

这些现象不得不让我们反思，信息的形式在信息的传播过程中究竟在扮演什么样的角色。也许《少林足球》中周星驰的台词可以给我们以启示：如果要想将少林功夫发扬到全世界，是要讲包装的！

你我的信息也同样需要包装。如果不在信息的表达方式上做足功夫，再有用的信息也不会有人买账。

所以，进入信息时代的我们，应该比以往任何时候都注意信息的表达方式。在这个注意力成为稀缺资源的世界里，优秀的信息加平庸的表达方式等于平庸的信息；平庸的信息加上优秀的表达方式却能等于优秀的信息。

这种说法看似荒谬，却高度符合现实。看看你自己，还有你身边，有多少人思想深邃、能力卓越，却因为不太擅长表达迟迟无法脱颖而出？又有多少人思想普通、能力一般，却因为拥有出色的表达能力而崭露头角？

也许不公平，但仔细思考过后，你不得不承认某种程度上讲这是个形式高于内容的年代。再伟大的思想，也要经过包装，才能放出光芒。

如果有一天，你能够把废话都说得精彩，那就证明你的确有资格与其他强悍的信息提供者决一雌雄了。

本书可以帮助你实现这个目标。通过对有氧信息原则的详细描述，你可以由浅入深地了解到点石成金的包装信息的全部秘密。

下面，就跟着我开始本次思想旅程吧。

目 录

自 序 让你的声音传遍世界.....	VIII
--------------------	------

第一篇 掀开“有氧信息”的面纱

第一章 不要让你的大脑缺氧.....	3
氧气意味着什么.....	3
如果大脑罢工.....	4
你想拥有有氧信息吗.....	6
第二章 有氧信息那些事儿.....	8
文明的演化.....	8
两种语言.....	9
有氧信息的崛起.....	11
第三章 让你无法抗拒的三个魔法元素.....	13
你喜欢哪个花木兰.....	13
谁是最好的老师.....	14
这则信息足够简单吗.....	17
这则信息有用吗.....	21

第四章 无处不在的有氧信息	26
日常用语	26
演讲	29
书面语言	31
电影	33
动漫	35
游戏	38
互联网	41

第二篇 信息魔法是这样炼成的

第五章 受众导向原则	47
剥夺感觉之后	47
信息传递的组成要素	48
信息传递的目的	50
受众导向原则	51
第六章 你会讲故事吗	59
成年人需要故事吗	59
运用有氧信息的高手是怎么做的	60
阻碍我们成为讲故事高手的原因	61
讲故事的规则	64
第七章 如何吸引眼球	70
人是兴趣的奴隶	70
兴趣、情绪与注意力	71
趣味性与记忆	72
制造趣味的秘籍	74
第八章 消灭门槛	88
脍炙人口的秘密	88

看花容易绣花难·····	89
简单化的技巧·····	90
第九章 用画面思考 ·····	104
记忆与理解·····	104
情 绪·····	105
画面式语言技巧·····	107
第十章 节奏的力量 ·····	114
催眠式的节奏·····	115
有声语言的节奏·····	116
文字语言的节奏·····	117
内容上的节奏·····	119

第三篇 有氧信息时代的英雄们

第十一章 《非诚勿扰》的真正主角 ·····	129
缔造中国收视奇迹的男人·····	129
万红丛中一点绿·····	134
第十二章 让科学成为娱乐 ·····	139
最聪明的大脑·····	139
让经济学更畅销·····	143
有趣的科学·····	150
第十三章 超越时空的影响力 ·····	152
巨人的诞生·····	152
卡耐基和他的演讲教室·····	156
第十四章 畅销书的秘密 ·····	164
紫色风暴·····	164
畅销书是什么·····	165
畅销书的原则·····	166

第十五章 将无厘头进行到底.....	175
拍而未残的喜剧之王.....	175
把恶搞进行到底之《武林外传》.....	179

第四篇 你的有氧信息

第十六章 为你省下80%时间的阅读方法.....	186
为什么“开卷有益”是错的.....	186
为什么多读好书远远不够.....	188
应该阅读名著吗.....	188
推荐的书目可靠吗.....	190
你真正需要的阅读方法.....	191
选一套《资治通鉴》吧.....	192
有氧阅读法.....	194
第十七章 让别人爱上你的文字.....	198
从经典到宝典.....	198
让你与众不同的报告.....	199
打造情感的桥梁.....	201
第十八章 你的口才太棒了.....	203
三寸舌横扫天下.....	203
苏秦的继承者们.....	204
黄金口才的培养技巧.....	205
第十九章 让有氧信息威力增加十倍的方法.....	208
绿叶与红花.....	208
有氧转化.....	209
你能提供的价值.....	211
结 语 天使还是魔鬼.....	214

第一篇

掀开「有氧信息」的面纱

你可能听说过“有氧运动”，却从未听说过“有氧信息”。

人人都知道有氧运动可以给人带来健康，然而很少有人了解有氧信息可以迅速提升一个人的表达力，让那些最不善言辞的人在转眼之间变得光彩照人；让那些最晦涩难懂的知识变得妇孺皆知；让最枯燥的学习过程变得生动有趣。

有氧信息就像一根魔棒，可以化腐朽为神奇。尽管很少有人意识到它的存在，但它仍然魔法般地生存于我们五千年的文明史中。所有力图理解这个世界，并想要帮助他人更好地理解这个世界的人，都会不由自主地向有氧信息求助，并心甘情愿地成为有氧信息的忠实信徒。

有氧信息究竟是什么，它是从什么时候开始出现的，它由哪些元素组成，又可以在哪些地方找到？所有这些问题，您都将在第一篇中找到答案。

第一章 不要让你的大脑缺氧

氧气意味着什么

离开固体食物，人最多可以生存30天左右；

离开水，人最多可以生存7天左右；

而离开氧气，人只能生存几分钟。

是啊，这个世界上没有什么东西比氧气对人更重要了。让我们做个很简单的游戏：在你读这段文字的时候，屏住呼吸，用手捏住鼻子，闭紧嘴巴，确保不会有空气进入你的呼吸系统。你已经开始了么？不要吸气哦！看看自己身边的表、手机或者闹钟，测量一下你能在无氧的环境下生存多长时间？

忍不住了？不要急，再坚持一下。正常人对自己的潜能往往会低估。想象你是在大海的深处，你的脸上没有面罩，没有任何呼吸系统，你还要游上50米才能达到水面，再坚持一下吧！

真的忍不住了？好了，松开你的手吧！感觉如何？空气对于你究竟意味着什么？

这个世界上的绝大多数生物都要依靠氧气才能生存。通过氧气在生物体内产生化学作用，我们才拥有了生物能量，并进而得以存活。

缺氧对人会有很大的伤害，这一点人人都知道。可是你知道缺氧对人的哪个部分损伤最大吗？

给你5秒钟的时间思考……好了，时间到，你猜到答案了吗？

不管你刚才心里猜到的是什么，其实真正的答案就是你刚刚工作的器官——大脑。

大脑对我们每个人都极为重要。这不仅仅因为它是唯一承载我们思考的

器官。很多人都知道我们的大脑很轻，有多轻呢？一个成年人的脑只占体重的1/50。和你的手提电脑相比，人脑在重量上算得上“体态轻盈”。但是很少有人知道，脑的耗氧量占人体总耗氧量的1/4。我们每吸入一口空气，其中1/4的氧气都跑到我们的脑袋里去了。那些经常处在运动状态的四肢对氧气的消耗，反而比不过这个酷似菜花的器官。更很少有人知道，你的心脏每收缩一下，那飞速涌动的血液就有1/6流向了脑。

可是，与我们日渐丰满的腰部和臀部不同，脑组织本身几乎没有一点点类似于脂肪一样的物质储备，说得更简单一点，在能量消耗方面，大脑是个败家子，给它多少就花多少，从来不想着把多余的能量存起来。这样一来，我们对大脑的血液、氧气供应就必须准确、及时。稍有差池，大脑就要消极怠工，甚至会罢工。而每次大脑的每次罢工，都会给我们带来深深的伤害。

如果大脑罢工

所谓大脑的罢工，也就是因为缺氧而导致的功能降低，或者暂时中止了。如果你经常打哈欠，那么这往往标志着你的大脑没有得到足够的氧。（当你看到“哈欠”两个字的时候有想打哈欠的感觉吗）如果你经常胡思乱想、注意力难以集中，这往往证明你的大脑对你的供氧状况比刚才还要不满。如果你常常丢三落四，忘记一些重要的事情，可能也说明你的大脑处在缺氧状态。当然，如果上面这些情况你统统都具备，也不要慌张。因为这些现象都是大脑轻度缺氧的表现。可是如果你出现意识障碍、惊厥、昏睡或昏迷等情况，就要当心了。这不仅标志着大脑功能的严重受损，还意味你已经出现了生命危险。

大脑的脆弱程度远超出我们一般人想象：在持续缺氧的情况下，只需10秒左右，大脑就会丧失知觉，如果持续6分钟以上，将形成不可逆转的损伤。在这种情况下，不管多么高明的医生，都无法让你的大脑恢复原来的状态！

也许你觉得这种情况离我们很远？事实上，大脑缺氧在现代人的生活中是一种常态，尤其对于那些从事脑力劳动的人来说，更是如此。

导致大脑缺氧的原因有很多。从环境的角度上讲，空气质量的恶化是大脑缺氧的元凶之一。当化工厂排放出来的废气弥漫在城市中的时候，当出租车和公共汽车的尾气喷射在马路上的时候，当你在火车站等人员拥挤且封闭的公共场所里

呼出二氧化碳的时候，我们的大脑都在不同程度上处在缺氧的状态之中。

这些外在环境在很大程度上不是我们可以左右的，想和我们的祖先一样呼吸清新的空气已经成为一种奢侈的愿望。为了在现代化的都市中生活，我们必须付出一些代价。而大脑缺氧就是其中之一。

环境的影响不是大脑缺氧的唯一元凶。大脑缺氧的发生还和我们的用脑方式直接相关。超长时间用脑、用脑方法不当、精神压力过大，都会导致我们的大脑缺氧。这些因素和环境不同，它们都完全掌握在我们自己手中，只要我们能够稍稍改变一下阅读和思考的对象以及方法，就可以极大地缓解大脑缺氧的情况。可如果我们反其道而行之，将大脑当作廉价的机器驱使，最后的结果只能是让我们的大脑备受其害，且工作效率越来越低。

关于如何科学地使用我们的大脑，本书将安排专门的章节来阐述。在这里，我们要重点分析的，是由于阅读信息内容和形式的不同导致大脑缺氧的状况。

我们可能都经历过这样的情景：同样的时间，同样的房间，同样的身体状态，在阅读不同的书籍时效果完全不同。那些我们感兴趣的，比如漫画、小说、时尚杂志之类的书，看很久也不会疲惫。而那些艰深的、厚重的学术书籍或者专业工具书却常常让我们犯困。类似的情形在中学生身上体现得可能更典型一些：当他们阅读自己不喜欢的学科或者书籍时，很容易哈欠连天，陷入十分疲惫的状态，而同样还是这些学生，如果进了网吧，就一个个生龙活虎，不知疲惫。

这些看似平常的现象背后，其实隐藏着一个很不平常的秘密：那些让我们哈欠连天的书籍和信息实际上是导致我们大脑缺氧的罪魁祸首。大脑陷入疲惫、困倦的状态，是一种生物的自我保护功能，它通过疲惫、困倦来强迫人们休息，以重新为大脑提供氧气，或者起码可以阻止本已陷入缺氧状态的大脑继续消耗大量的氧气。但我们却常常并不理会造物主赋予我们的保护本能，象凶残的奴隶主一样驱使我们的，在大脑已经进入抑制状态时继续工作，并导致大脑的工作效率急剧下降，甚至造成大脑损伤。

不知道那些强迫自己的孩子在困倦的状态下继续苦读的家长、那些依靠咖啡和香烟度过漫漫长夜、赶夜工的脑力工作者们看到这里，会有什么感觉。

善待自己，是每个生物的本能，请珍惜并保护我们的大脑吧。

你想拥有有氧信息吗

既然不同的书籍会让大脑产生不同的耗氧量，那么我们该怎样防止大脑进入疲惫、困倦的缺氧状态呢？

答案是：尽可能多多阅读“有氧信息”。

什么是有氧信息呢？

也许你更熟悉的概念是“有氧运动”。与举重等需要憋气的运动不同，游泳、慢跑、做体操都需要你在运动的过程中进行充分的呼吸，从而及时地更换细胞中的废气和垃圾，我们把这种运动方式称之为有氧运动。

在这个高度重视身体健康的时代，几乎没有人不了解有氧运动的概念。也没有人不渴望经常进行这种有益身心健康的运动方式。如果你真的需要有氧运动，那么你也一定需要有氧信息。

有氧信息的概念与有氧运动十分相似，是指阅读信息时，使人感到精力充沛，大脑供氧充足的信息。那些让你感觉不到时间流逝的好书便是典型的有氧信息。

与“有氧信息”相对应而存在的概念是“无氧信息”。它们像无氧运动一样，会迅速地消耗你大脑中的氧气，从而让你感到疲惫和困倦。那些让你哈欠连天，昏昏欲睡的信息显然都应该算作无氧信息。

需要说明的是，判断一种信息是有氧还是无氧的前提是，我们自身的生理和心理状态都处在正常水平。如果你喝得酩酊大醉，那么无论多么有趣的信息也无法引起你足够的注意，不用多久，你就会进入梦乡。同样，如果你的心情十分糟糕，那么你也很难集中注意力在外界提供的信息上。这些情况下发生的疲倦显然与信息自身的形式和内容无关。

还有一点必须要说明的是：同样的信息对于不同的人来说，产生的刺激效果会有所不同。比如一本经济学书籍，在那些对经济学不感兴趣的人看来，有如天书，用不了多久这些阅读者就会进入梦乡。这本书对于他来说就是无氧信息。但是对于那些对经济学感兴趣的人来说，可能看上三四个小时仍然兴趣盎然。这本书对他来说就是有氧信息。

即便存在这样的差异，大多数人对于有氧信息和无氧信息的感受却是相通的。那些晦涩艰深的文章很少有人愿意读，而表达着同样意思的浅显易懂、妙趣

横生的文章却经常受到大多数人的喜欢。因此，我们完全可以在阅读信息之前，就有选择地过滤那些有可能让我们的大脑陷入无氧状态的无氧信息，而把主要的精力放在能够让我们的大脑持续健康工作的有氧信息身上。

如果我们本身就是信息的制造和传递者，我们更有义务尽可能地为我们的读者或受众传递有氧信息，这不但会让我们的读者和受众更加容易和我们沟通，更重要的是，这些由我们传递的信息会以更快的速度，在更大的范围内传播。而作为信息制作和传播者的我们，也会从这种良性的信息传播中得到巨大的收获。