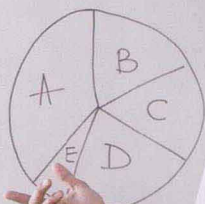


〔美〕德波拉·巴瑞特(Deborah J. Barrett) / 著

邓天白 王 婷 刘 春 严三九 / 译



Third Edition

Leadership Communication

领导力沟通

(第三版)

独家引进莱斯大学卓越沟通项目，国内**第一本**领导力沟通教程！

三大特色——图表解构、案例演练、轻松自测——快速提升管理沟通力！

(第三版)

领导力沟通

Leadership Communication

[美] 德波拉·巴瑞特(Deborah J. Barrett) / 著
邓天白 王 婷 刘 春 严三九 / 译

图书在版编目(CIP)数据

领导力沟通/[美]巴瑞特(Barrett, D.)著;邓天白、王婷、刘春、严三九译.

—上海:复旦大学出版社,2013.8

(现代沟通力系列)

书名原文:Leadership Communication

ISBN 978-7-309-09789-4

I. 领… II. ①巴…②邓…③王…④刘…⑤严… III. 领导学-人际关系学 IV. C933.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第125665号

Deborah Barrett

Leadership Communication 3e

ISBN:0-07-337777-5

Copyright© 2011 by McGraw-Hill Education.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and Fudan University Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright© 2013 by The McGraw-Hill Asia Holdings (Singapore) PTE. LTD and Fudan University Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可,对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播,包括但不限于复印、录制、录音,或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字翻译版由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司和复旦大学出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内(不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾)销售。

版权© 2013 由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司与复旦大学出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签,无标签者不得销售。

上海市版权局著作权合同登记号:09-2010-539

领导力沟通

[美]巴瑞特(Barrett, D.)著 邓天白 王婷 刘春 严三九译

责任编辑/孙程姣

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路579号 邮编:200433

网址:fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

江苏省如皋市印刷有限公司

开本787×1092 1/16 印张21.75 字数451千

2013年8月第1版第1次印刷

印数1—4 100

ISBN 978-7-309-09789-4/C·265

定价:48.00元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

侵权必究

译者简介

邓天白，女，毕业于华东师范大学传播学院，获文学博士学位，现为扬州大学新闻与传媒学院讲师。曾就读于扬州大学、韩国SolBridge国际商学院、美国普渡大学，并任职于美国雅诗兰黛公司、扬州市外事办公室，以文化产业、媒介经营与管理、跨文化传播为研究方向。

王婷，女，华东师范大学传播学院讲师。获北京大学中文系文学学士，英国利兹大学传播学院传播学硕士和博士。主要研究方向为文化理论和当代中国大众文化。

刘春，女，毕业于华东师范大学，获文学博士学位。曾先后就读于烟台大学、悉尼大学、香港城市大学，并任职于深圳广电集团、陕西电视台。现为上海社会科学院文学所助理研究员，以跨文化研究、电影与视觉文化研究、都市研究为学术方向，发表论文若干。

严三九，男，毕业于复旦大学新闻学院，获新闻学博士学位，现为华东师范大学传播学院院长、教授、博士生导师；教育部新闻学科教学指导委员会委员、教育部“新世纪优秀人才”、上海市“曙光学者”。以新闻传播学、文化产业为研究方向，获省部级项目、著作、论文成果若干。

谨以此书献给我深深思念的父亲、母亲，
献给吉姆，以及我的孩子们——戴维和玛丽！

——德波拉·巴瑞特博士



前言

《领导力沟通》这本教材是写给当前和未来的领导者的,旨在帮助他们发展其成为变革型领导所需的沟通能力。作者在沟通和领导力研究方面有多年的专业工作经验,同时担任某国际知名管理咨询公司和某国际知名公共关系公司的咨询顾问,作者也独立地进行咨询工作。这本教材就是基于作者以上的经验写成的。这是《领导力沟通》的第三版,它保持了旧版中的主要内容,如对战略和情商的讨论。同时它也在内容上有所更新,主要表现在对变革型领导力、伦理道德和正直品格的强调,并且包含了对目前热门的使用社交媒介沟通的指导。

教材目标

领导者需要在策略、演讲、写作上的核心沟通能力。他们还要能与不同受众进行有效沟通、理解文化差异、开展有成效的会议、管理全球团队、建立并沟通公司愿景、领导变革、推进外部关系。《领导力沟通》包含以上所有内容,并覆盖了所有领导者都需要的重要的基础沟通技能。

掌握领导力沟通意味着必须学会以下内容。

1. 展现积极气质。
2. 用正直的品格领导和沟通。
3. 分析你的听众,创造有针对性、有意义的信息。
4. 为各种情形制定有效的沟通策略。
5. 选择和使用最有效的媒介(包含社交媒介)来传播给所有受众。
6. 使用领导者语言,清晰、简明、准确地沟通。
7. 创造结构严谨、连贯一致的沟通文档。
8. 发表演讲时充满自信。
9. 展示情商和文化素养。
10. 在团队或会议中有效领导小组成员。
11. 制定具体的愿景,并用蕴含其中的内在信息来指导和动员他人。
12. 向利益相关者设计、传达伴有积极效果的信息。

以上是本书的主要目标——领导者有效使用所有可能的沟通工具。本教材会帮助你了解如何使用这些工具,并向你展示如何提高你的沟通能力。你会学到如何更有效地沟通,以



及在组织内和组织外将自己定位成为一名变革型领导者。

本版的变化

对于使用过旧版《领导力沟通》的读者来说,此版经过修订后,对变革型领导力的强调贯穿始终。本科高年级学生、研究生、管理者都可以从中获得帮助。另外,本版包含以下变化。

1. 社交媒介,包括博客、推特(Twitter)、脸谱网(Facebook)、关系网(LindkedIn)以及其他媒介技术,如电子演示、共享办公空间、研究管理(Zotero),在教材中始终都会被提及,并鼓励大家使用这些新媒介。同时,书面沟通一章有一部分专门针对社交媒介(博客和微博),外部关系一章也包含了最近的媒介案例以及《社交媒介风潮》(Groundswell)一书中提到的例子。这些例子都证明了网络存在的力量和重要性,可以用来管理公司声誉以及与客户互动。

2. 所有的练习都被更新过,取名为“应用”。这是为了强调在各个章节中介绍的规则的实际运用。你可以在教室里讨论或者自己阅读,来提高你的沟通能力。

3. 第一章由原版导言扩展而成,里面包括:(1)更多关于领导力和变革型领导的内容;(2)把领导力沟通置于专业沟通的范围之内;(3)一些章节谈到道德伦理的问题,还有一些练习帮助大家理解哪些是或不是道德问题。

另外,自我评估部分,过去是在导言之后,现在移入附录一,整体关于领导力沟通的实践运用部分包含在新的第一章里。

4. 第三章和第四章(就是原来的第二章和第三章),顺序被调换了,并且加了对领导如何掌控语言魅力的指导。这个指导适用于所有领导力沟通并且包含更多关于语言的力量、影响力和说服力的内容。

5. 第五章和第六章(就是原来的第四章和第五章),讨论了演讲和图解的使用,并就如何构建并发表在线演讲加入了相应的指导。

6. 领导力沟通框架的“管理性领导力沟通层次”以及这部分的内容重新命名为“组织性”,用来覆盖更广泛的内容。

7. 第七章、第八章是关于情商、人际交往和跨文化交流(由原来的第六章拆分而来)。新的章节对于原有内容有进一步的扩充。另外,第七章还包括关于工作动力和建立关系网(包括网络工具,如Facebook和LinkedIn)的内容。

8. 第九章和第十章包括更多关于虚拟会议和团队的内容。

9. 第十一章特别包括了更多变革型领导带来的公司转型的内容。

10. 第十二章讨论了当前对新媒介如博客、微博等的应用,并提出如何通过网络监控和适时在线的方式,随时关注外部力量给自己组织带来的潜在的、声誉上的影响。



教师辅助材料

对于本书的教师来说,教材的在线支持网站是 www.mhhe.com/barrett3e。网站包括:课程的 PPT,对每章的教学建议,关于所有章节应用的讨论以及练习答案,一个试题库,对本教材的使用建议(帮助学生准备行动或是服务学习或是进行其他类似的咨询事宜),和一个提纲示例。

目 录

➔ 前言 / 1

第一部分 核心领导力沟通

➔ 第一章 什么是领导力沟通 / 3

明确领导力概念 / 4

领导力和沟通的关系 / 6

定义沟通 / 6

定义领导力沟通 / 7

领导力沟通与其他传播研究领域的联系 / 7

领导力沟通框架的实际运用 / 8

核心沟通 / 9

组织沟通 / 9

企业沟通 / 10

展现积极的领导气质 / 10

定义气质 / 10

展现积极的气质 / 11

如何展现足以鼓舞受众的气质 / 12

气质与道德的关系 / 15

做个有道德标准的领导者 / 16

作出有道德标准的决策 / 17

创建有道德标准的组织环境 / 19

应用 1.1 评估领导沟通能力,制订改善计划 / 21

应用 1.2 关于道德伦理的问题 / 22

应用 1.3 定义变革型领导者:一份沟通档案 / 23

➔ 第二章 构建领导沟通的目的和策略 / 24

建立明确的沟通目标 / 25



- 理清沟通目的 / 25
- 观点的产生 / 26
- 思维与沟通的联系 / 28
- 制定沟通策略 / 30
 - 考虑沟通语境 / 30
 - 沟通策略的使用 / 31
 - 制订行动计划 / 33
- 分析受众 / 34
 - 根据专业水平分类 / 34
 - 根据决策方式分类 / 35
 - 根据媒介类型分类 / 36
 - 根据组织语境分类 / 36
- 有效地组织书面和口头沟通 / 37
 - 挑选组织沟通的方法 / 38
 - 使用“金字塔原则” / 39
 - 创建情节串联图板 / 40
- 应用 2.1 传达坏消息 / 42
- 应用 2.2 制定沟通策略 / 42

➔ 第三章 领导者的语言魅力 / 46

- 通过语气和风格建立积极正面的气质 / 48
 - 风格如何影响受众 / 48
 - 决定我们自己的风格 / 50
 - 使用语言的影响力 / 53
- 沟通要简明扼要 / 54
 - 不要滥用被动语态——施动者应该放在句子的最前面 / 55
 - 不要过度使用虚词结构 / 55
 - 不要使用前置短语 / 55
 - 不要滥用关系代词 / 56
 - 避免用词和观点的重复 / 56
 - 不要滥用描述性词汇,尤其是副词 / 57
 - 不要使用遁词,或有歧义的、含糊不清的词语 / 58
 - 注意专业术语(某些特殊学科的专用语言)和官方语言的使用 / 58
 - 避免名词化(语言学术语,指将动词转化为名词) / 59
 - 避免累赘 / 59



附加考量——在社交媒介发表信息 / 61

遵照重要的语言规则 / 61

标点的力量 / 65

代词的正确用法 / 71

有效的句子结构 / 73

性别歧视语言 / 74

编辑校对技术 / 75

让电脑软件为你服务 / 77

应用 3.1 语言的简洁度 / 79

应用 3.2 正面传达信息 / 79

应用 3.3 排比结构 / 79

应用 3.4 语言的整体使用 / 80

➔ 第四章 建立富有领导力的书面沟通 / 81

选择最有效的沟通媒介 / 82

建立个人和团队的书面沟通 / 83

建立个人的书面沟通 / 84

建立团队书面沟通 / 84

与社交媒介互动 / 85

流畅地组织内容 / 87

结构和内容 / 87

有力的开头 / 87

有据的主体 / 89

优雅的结尾 / 92

在信件中保持一致的内容和相应的格式 / 93

信件及备忘录 / 94

电子邮件和其他电子沟通形式 / 94

在报告中融入听众所期望的内容 / 99

一份正式而完整的报告 / 100

报告中包含图解 / 101

报告中的研究信息处理 / 102

提案和进度报告 / 102

摘要 / 104

有效安排商业文档的格式 / 105

排版 / 105



行距和对齐方式 / 106

字体和字号 / 106

标题的使用 / 106

列表的排版 / 108

应用 4.1 电子邮件主题句练习 / 110

应用 4.2 电子邮件的写作 / 110

应用 4.3 摘要的写作 / 111

→ 第五章 发表富有领导力的演说 / 115

设计演讲 / 116

确定策略 / 116

选择媒介和发表方法 / 117

圆桌演讲 / 118

站立即兴演讲 / 121

即兴演讲 / 122

创建一个逻辑而有效的结构和格式 / 122

准备演讲以达到效应最大化 / 123

形成开头、主体和结论 / 123

制作图解 / 126

检验流畅性和逻辑性 / 127

编辑和校对 / 127

演练促进有效传达 / 127

带着更强的信心有效发表演讲 / 128

控制紧张情绪 / 128

眼神交流 / 129

站姿与手势 / 130

声音和言语模式 / 131

利用视觉辅助有效发表演讲 / 132

应对问答环节 / 133

整体效果 / 134

应用 5.1 口头演讲的自我评价 / 135

应用 5.2 即兴演讲练习 / 136

应用 5.3 写一篇圆桌会议演讲稿 / 136

应用 5.4 将圆桌会议演讲转换成虚拟会议进行传达 / 136



➔ 第六章 拓展领导力——使用图解和 PPT 软件 / 137

什么时候使用图解? / 139

强化信息 / 139

提供演示结构的流程图 / 139

视觉化地描述概念及关系 / 140

支持论点 / 142

突出重点 / 143

维持或增加趣味 / 143

基本的图解内容和设计准则 / 144

清晰有效地传递信息 / 144

选用最有效的色彩 / 145

选用最有效的字体 / 148

选择并设计高效的数据图解 / 150

创建良好有效的文本陈列方式 / 153

充分利用 PPT 工具的设计和演示特性 / 155

重点关注实际内容 / 156

选用布局和模板 / 158

设计原创模板 / 158

使用 PPT 工具创建文档 / 159

插入图解和其他内容 / 160

使用动画 / 161

应用 6.1 创建图解 / 164

应用 6.2 选用及设计图解练习 / 164

应用 6.3 视图设计练习 / 165

应用 6.4 团体图解和口头演示 / 165

第二部分 组织领导力沟通

➔ 第七章 领导者的情商和人际关系技巧 / 169

理解情商的价值 / 171

理解情商 / 171

将情商与领导力风格联系起来 / 172

提高我们的自我意识 / 176

使用流行的心理测验来更好地了解自我 / 177

使用自我性格测试(MBTI) / 178



了解自我性格测试的价值 / 180

找到提升情商水平的方式 / 181

提高非语言技巧 / 182

提升聆听技巧 / 185

激励和指导 / 188

激励 / 188

指导 / 189

反馈 / 190

建立关系网 / 192

应用 7.1 改善聆听习惯 / 195

应用 7.2 提供反馈信息 / 195

应用 7.3 自我介绍 / 196

➔ 第八章 跨文化素养及交流 / 197

定义文化 / 199

辨别主要的文化差异 / 202

语境 / 203

信息流 / 206

时间 / 207

语言 / 207

权力 / 208

集体主义 VS 个人主义 / 210

精神和传统 / 210

跨文化联系与交流 / 211

应用 8.1 主动进行多样性管理 / 213

应用 8.2 建立国际通信网络 / 213

应用 8.3 准备一篇国际简报 / 215

应用 8.4 设计一个国际交流项目 / 215

➔ 第九章 会议：领导力和工作效率 / 216

决定举行会议的最佳时机 / 218

考虑会议目的 / 218

考虑受众 / 218

完成必要的计划 / 219

明确目的和预期成果 / 219



确定进程表议题 / 220
选择参与者 / 220
考虑环境 / 221
确定会议时间 / 222
确立会议需要传递的信息 / 222
组织有创造力的会议 / 222
确定决议方式 / 223
理清领导者和参与者的角色及职责 / 223
建立会议的基本规则 / 223
使用一般的问题解决方式 / 224
处理会议中的问题和纷争 / 229
处理特定的会议问题 / 230
应对会议中的纷争 / 232
处理文化以及性格差异 / 233
确保会议能够导向行动 / 235
应用 9.1 评估会议中的经验 / 236
应用 9.2 制订一次会议计划 / 236
应用 9.3 组织一次会议——以解决某个问题 / 237

➔ 第十章 高绩效团队领导力 / 239

建立有效团队 / 240
决定建立团队 / 240
建立团队 / 240
建立基本的团队工作程序 / 242
建立团队章程 / 242
使用行动和工作计划 / 245
提交结果 / 246
从团队经验中学习 / 250
管理团队人事问题 / 250
职位和责任 / 251
团队经验 / 251
期望值 / 251
个性 / 252
文化差异 / 252
处理团队问题和矛盾 / 253



- 矛盾的类型 / 254
- 处理团队矛盾的方法 / 255
- 帮助虚拟团队取得成功 / 258
 - 定义虚拟团队 / 258
 - 虚拟团队的优点和缺点 / 258
 - 认识虚拟团队的挑战 / 259
- 应用 10.1 评价团队工作表现并且制定改进方案 / 264
- 应用 10.2 评价团队成员表现,提供反馈意见 / 265
- 应用 10.3 处理解决团队冲突 / 266
- 应用 10.4 启动一个虚拟团队 / 267

第三部分 企业领导力沟通

➔ 第十一章 通过战略性内部沟通实现领导力 / 271

- 认识员工沟通的战略文化角色 / 273
- 建立有效内部沟通 / 274
 - 支持性管理 / 275
 - 有针对性的信息 / 275
 - 有效媒介和论坛 / 276
 - 良好定位的员工 / 276
 - 持续评估 / 277
- 评估员工交流效果 / 277
- 利用使命和愿景加强内部沟通 / 278
 - 理解使命和愿景的重要性 / 279
 - 定义使命和愿景 / 279
 - 保证使命和愿景的有效性 / 281
 - 建立有效的使命和愿景 / 281
- 设计并执行有效的变革沟通 / 285
 - 决定变革沟通的范围 / 286
 - 建立关于重大变革的沟通计划 / 288
- 应用 11.1 福利合并 / 292
- 应用 11.2 向内部员工传达坏消息 / 293
- 应用 11.3 制定变革沟通策略 / 295



➔ 第十二章 通过有效的外部关系实现领导力 / 297

制定外部关系战略 / 299

明晰目的和战略目标 / 299

确定主要外部利益相关者 / 301

创设主要信息 / 302

选择和训练发言人 / 305

建立最有效的媒介或论坛 / 306

决定最佳时机 / 308

监控结果 / 309

建立和保持积极的企业形象 / 310

与新闻媒介合作 / 313

理解媒介的角色和重要性 / 313

决定何时和媒介接洽 / 314

准备和进行媒介采访 / 314

处理危机传播 / 315

应用 12.1 危机之后与顾客的沟通 / 318

应用 12.2 撰写一份新闻稿 / 318

应用 12.3 制定对外交流策略 / 319

➔ 附录一 领导沟通能力的自我评估 / 320

➔ 附录二 成功案例的分析与讨论 / 327