

<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

图书基本信息

书名：<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

13位ISBN编号：9787214070159

10位ISBN编号：7214070154

出版时间：2011-6

出版时间：江苏人民出版社

作者：成冰

页数：299

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

前言

金子比银子贵重。

但是，不等于银子就不重要。

它们相行不悖，各有特性，也各有派场。

银子越擦越亮，道理越辩越明。

西方哲学重思辨，讲逻辑，雄辩是一个“社会人”的基本能力；中国哲学重伦理，讲人和，沉默被推崇为“自然人”明哲保身的法宝。

具有普遍雄辩的民众基础，沉默反而显得重要，故而托马斯·卡莱尔说：“雄辩是银，沉默是金。”故而米兰达警告：“你有权保持沉默。”

沉默本身也成了一种语言，一种辩论的手段，一种捍卫尊严与隐私的权利。

习惯于沉默的中国人，将沉默理解为一种修养，表示度量、城府和境界。

沉默，宽宏大度，这比黄金还贵重。

其结果必然延伸为处世的方法，沉默是“以静制动”，沉默是“暗渡陈仓”，沉默是“装聋卖哑”，沉默是以退为进的生存策略，是一种明智的选择。

视沉默为金子的西方人，以不辩为辩，终究还是辩。

就像音乐，需要休止符，休止符是一种特殊的音符，使得音乐更有节奏。

金子因稀有而贵重，同样，如果沉默多于雄辩，那么沉默也就失去了价值，就不是金子，而是一潭死水了。

所以，他们的文化里还是保持着雄辩的传统，人们尊敬和追捧那些善于雄辩的人。

我们的老祖先虽然没有说“沉默是金”，但实际上是视沉默为金的；可是虽然同样没有说“雄辩是银”，却是反对雄辩的。

这主要是受到了儒家“口讷木言”和道家“智者不辩”的影响。

纵横家、阴阳家、法家等等，都是讲究雄辩的，可惜全被汉武帝“罢黜”了。

现在，我们终于感到，无论是演讲、谈判、公关，还是社交、竞聘、推广，雄辩都无不发挥着它的重要作用。

卓越的人需要拥有雄辩的特质，或者说，具备雄辩能力的人，最容易从平凡走向卓越。

人是有思想的动物，思想需要传达；人是有情感的动物，情感需要传递；人是好求知的动物，知识需要传授；人又是有个性差异的，对事物的看法不会总是一致，对问题的态度不会总是相同，这就需要讨论，需要辩论，需要沟通和说服。

所有这些，都决定了雄辩的作用必然被凸现出来，尤其在竞争激烈的经济时代，一个擅长雄辩的人，更容易脱颖而出，更具有施展才华的空间。

过去，我们没有把雄辩看作“银子”；现在，我们掂量出了雄辩应有的分量，同时明智地给了它应用的位置，不论是一次次实战性的谈判，还是一场场大学生辩论赛，无不展示着雄辩论者的风采。

以前，我们没有将沉默看作“金子”，但一直推崇沉默；现在，我们回过头来审视沉默，又有了新的理解——沉默不仅可以作为一种语言来帮助雄辩，还可以作为一种修养，尤其是在做人处世上，沉默仍不失为一种智慧。

自然，我们比西方人更容易接受它，认同它，更善于利用它。

我们可以对卡莱尔“雄辩是银，沉默是金”这句话，进行这样的诠释——能力与智慧都同样重要！

<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

内容概要

如何说话、如何应变并且适时沉默，是个人修养的体现，也是个人魅力的外化。无论是在职场、社交、公关、竞聘等场合，还是在日常生活中，甚至于如何获取异性芳心上，都要用到雄辩和沉默的技巧。

雄辩磨练外在魅力，沉默提升内在气质，内外兼修，方圆并举，才能提升口才与魅力的方方面面，让你随时随地轻松掌握话语权。

在本书中，作者用拉家常的方式将说话的艺术精髓娓娓道来，告诉你倾听与包容的智慧。值得一提的是，作者打破传统口才图书的写作方式，独辟蹊径，从雄辩入手，首先述说雄辩是一种能力；然后回归沉默，解读沉默也是说服力……会说话，还会沉默，才是无往不胜的终级口才。

<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

作者简介

成冰，原名何诚斌，1965年9月出生于安徽安庆，畅销书作家。长期研究口才学，常受邀为各类人员举办口才讲座。他的畅销书《中用领导艺术》一直是各级官员和公务员最喜欢的指导书，尤其是其中关于官员做报告的口才要诀，更是广为传播；另一本畅销书《佛之说》更是完美展现了他在口才学以及修身养性方面的研究心得，深受广大读者好评。

<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

书籍目录

- 前言
- 开幕式 雄辩是一种能力
- 第一章 第一印象和最后一句话最动人心——社交
- 生意场上有“金口玉言，利益攸关”之说；工作场合有“一言定升迁”之说。
- 正如荻原朔太郎所说的，社交的秘诀，并不是绝口不涉及事实，而是即使说到真实面，也不至于触怒对方。
- 站在别人的角度上想一想
- 用“行话”来赞美
- 多在背后说人好话
- 不带压迫感的威胁更有说服力
- 告诉他你是朋友而不是敌人
- 切入话题就从寒暄开始
- 顺情话别说过了头
- 听着受用才是批评的硬道理
- 拒绝他人不说“不”
- 第二章 让客户站出来为你说话——公关
- 公关的成本近乎于零，似乎不用过多培训，办公室里每个人都知道一些基本的知识，都有行业经验，但最重要的人——客户除外。
- 真情话最动人
- 要说就说实在话
- 把目标告诉每一位客户
- 贴个标签给他
- 找合适的第三方为你说话
- 对方的兴趣点就是话题的突破口
- 隐私是不能触碰的底线
- 喝好酒，更要说好话
- 顾客的需求是试出来的
- 摆事例比说道理更好
- 找不好宣传题材就造不好势
- 对什么人就说什么话
- 场面话要留余地
- 第三章 把特长作为找工作优先考虑的条件——竞聘
- 找工作时间越长，内心就越迷茫越不敢面对自己，谁都知道这些情绪是没有用的，但是无法改变自己，其实你真正缺失的，除了心态，还有怎么推销好自己。
- 实实在在地亮出你自己
- 第一个问题很重要
- 让特长和工作搭上关系
- 即便羞怯，说话也要自信点
- 诚实的孩子最受欢迎
- 把薪水嫁接到工作上
- 不卑不亢才能受尊重
- 不把保守当做谦虚

<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

敏感话题避实就虚

准备工作要到位

用提问为你自己加分

第四章 让步的目的是为了获得更大的利益——谈判

找不到最佳的合作方案，就尽可能的扩大谈判可供选择的余地，想好自己可供交换的条件，善辩者总能充分表达自己的想法，话柄牢牢在手，把握着桌上的主动权。

突击对方的心理底线

争执不下不妨换个话题说

给甜头，先往苦处说

回答提问要给己方留后路

妥协时候，一点一点地让

把“需要”说成“随便”

发现了机会要直截了当

抓住主要问题，守好你的底线

第五章 平常话、身边事、真性情——演讲

如何用别人意想不到的见解来引出话题？

如何用滴水不漏的逻辑语言来影响听众，感染听众？

让三尺讲坛 展现出你怒的魅力、笑的魅力、眼神的魅力、人格的魅力……

开场白要抓住听众

要说就说大实话

从身边的事说起

演讲是“编”出来的

发散思维要找到连结的点

从日常的生活提炼哲理

赞美你的反对者

所有人都爱听幽默故事

调动听众的好奇心你就成功一半

不妨带点火药味

结语要有力量

第六章 真理的出现是它的最高奖赏——论辩

如火星撞地球，论辩是思想的交锋，逻辑的碰撞，同时它也是积极的、和平的思想交换。需要明白，论辩不是要你说服对手，而是需要你说服评委，赢得观众的心。

用幽默赢取主动权

对手的悖论就是突破口

顺着诡辩说下去

将错就错，把谬论打回原形

对手的矛盾是你反驳的切入点

情况不明朗时慢点说

反驳，从对方的论据说起

询问，将对方往难处引

不时地从侧面来迂回包抄

把“球”踢还给对方

第七章 没有道理就没有立场——辩解

生活中难免遇到误解或出现尴尬局面，这时候不应回避、惧怕，而应积极地去应对，作必要的辩解，将误会或矛盾一一化解。

<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

在气势上压倒无理指责你的人
对付蛮横，指出破绽再反击
用对方的话反驳对方
留个台阶给人下
遇到了尴尬先转移注意力
为了立场就要斩钉截铁
让刁难照亮自己
一句话就点到对方心坎上
闭幕式 沉默是一种智慧

第八章 耳朵是通向心灵的道路——倾听

倾听除了是对他人的肯定和尊重以外，它还是帮助你拿到话语主动权的最佳武器，可往往有太多自以为是的东西阻碍我们去倾听别人，是什么导致我们不小心就伤了对方的自尊心呢？

从倾听中抓住主动
包容你的反对者
情绪也像气球，说出来气就泄了
把你的赞赏直接说出来
带上微笑欣赏他人的精彩
哪怕是简单附和几句也很必要
姿态再低一点
想说就让他说个尽情
职场新人更需要多听
注视对方的眼睛
善于倾听的领导，下属才喜欢

第九章 比海洋更广阔的是胸怀——宽容

宽容是一种境界，这种无声的语言，同样起到帮助他人改正过错的作用，因为比责骂更有力量。

受了伤害，别急着诉说
以身作则才能带好团队
指责的话不轻易说
宽容了别人就是善待自己
允许手下有犯错误的时候
不拿他人的错误惩罚自己
无声的忍让更动人心
忠言不逆耳

把要发泄的力量捏碎在拳头上

第十章 容得下小人才能成就君子——忍让

“智者不辩”“为而不争”，看似消极，实则积极。
要驳倒他人很容易，容忍他人则更需要境界。

执著并不总是好事
“零”也有“零”的价值
好汉也吃眼前亏
更改不了就顺其自然
领导面前不要摆功劳
可以被打倒，但不可以被打败

<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

懂得在隐忍中等待机会
做个“不善说”的领导
修好了身才能养好性
化忍辱为前进的动力
从大环境看待眼前小问题
大事不糊涂，小事多忍让
在他人的批评中前进

第十一章“不可说”，也是一种说——默示

沉默不是默而不示，它是有内容的，时而清晰，时而模糊。
所以你必须去了解对方，人的直觉虽然敏感却容易受蒙蔽，懂得如何判断推理，这才是察言观色所追求的顶级技艺。

听话要听弦外音
从眼睛读懂他人
既然说不清，何妨不说
摸清了意图才好呼应
装装糊涂也好
藏好你的优越感
小行为有大道理
不要被表面迷惑了
给对手示意就要让他知难而退
不把目标亮给对手
只睁一只眼，蒙蔽对方

第十二章 表情比衣服更重要——体语

很多时候，交流是由面部表情与肢体动作来完成的，用体语表达不点明动机和目的，给别人以想象的空间，这般的交流双方心领神会，妙不可言！
人可以在言语上伪装自己，体语则不能。

君子动口也动手
用假动作扰乱他人视线
从手势中读懂领导
手势也会“喧宾夺主”
手势，让交流更明了
体语，打破语言的禁区
态势语也有阴谋
微笑能化解一切
眼泪的背后是诉求
眼泪的背后是诉求

第十三章 舌头是刀子会割破嘴唇——息争

息争，不是没有原则的一味妥协，也不是对他人过失的放任自流，更不是对自己的不负责任，它是一种能包容他人对自己的敌视乃至仇恨的胸襟，是至高人格的袒露。

少说，话才有力量
对付流言，不怕也不传
既然是隐讳就不点破它
不拿他人的短处当话题
伤害他人终究会伤害自己

<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

唠叨是对家庭最大的伤害
背后不弄人是非
管好了嘴巴不误事
直爽不是想说什么就说什么
身边的小事须注意
多想想自己的“不对”
永远都要尊重你的敌人
只有忍让能阻止争论

第十四章 拈花微笑，不着行迹——神会

有一种比语言更伟大的真理，那就是沉默。
一切的含义都潜藏在一个眼神、一个笑容中，它表达我们最真实的意图。
当你能读懂并表示沉默时，实际上你已经参透了与人相处的最大秘密。

心传比言传更有效
共命才能连在一起
善解人意，受益最大的是自己
心灵的感召比语言更动人心
就要对领导的意图心领神会
用成绩说话
置之不理，诽谤就会灰头土脸
学会在争论中置身事外
想清楚了再动手
要么别听秘密，要么守住秘密
只有妥协才有团队凝聚力

第十五章 最彻底的抗拒是连“不”都不说——冷战

“重为轻根，静为躁君。
”人在沉默冷静的时候，思维更活跃，思路更清晰。
当自己处于被动不利时，与其当面锣对面鼓地蛮干，不如在沉默中等待时机，选择最有利的方式保护自己。

抗拒，不需要表明你的理由
远离诱惑才能不被诱惑
亮出底牌只会让争论更恶化
大多数人都讨厌沉默
冷静中找寻反击点
冲动也“昂贵”
“钓大鱼就要放长线”
冷处理也是处理
适时打破沉默，结束冷战

<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

章节摘录

版权页：1988年春，布什同杜卡斯基一起竞选总统。

一开始，布什情况很不妙，经常被人批评为懦弱无用的大学预科生、一个容易任人摆布的家伙。

杜卡斯基攻击布什是里根的影子，没有独立的政治见解和主张。

那时的布什也确实灰溜溜的，形象不佳，可在竞选开始之后，布什请他的老朋友根贝克来主持竞选活动，从这以后，布什的形象开始转变了，逐渐变成了一个充满关怀、有领袖气质的人物。

“新”布什是由白宫对外联络主任根贝克和迪弗等人负责推出的，他们采用的公共关系策略便是有效地运用新闻媒介。

他们认为，如果没有新闻界的合作，他们不可能渡过那么多难关，如果不透过新闻媒介的过滤，让正确的故事流出去，这个政府根本无法治理。

前白宫副发言人詹卡说：以前基辛格时代的策略是，一点一滴地提供新闻去喂记者老爷们，但里根改变了做法（布什用的是老白宫顾问班子），他们每天都需要新闻，你如果给他们一些消息，他们就会心满意足地走开。

每天都给他们提供很周全的新闻，有背景说明资料，又有事实和统计；还安排记者找人访问，记者每天都有事干，有成就感，他们就不会乱找茬。

如果他们没新闻，一定会想东想西，东挖西挖，想要从事调查访问，那就不妙了。

因此，我们必须尽量满足他们的需要，这样我们才能策划新闻、控制新闻流向，决定公共论题。

我们的策略是用泛滥的消息来淹没记者，用淹没来操纵。

对于发生在身边的各种新闻事件要善于分析和观察，注意从中找出与企业 and 产品的结合点，利用其中的商机为企业服务，那你的公关“雄辩”就有“料”了。

公关人员与职业经理要仔细研究各种新闻媒介的特点，了解新闻报道的方针和原则，了解新闻制作的有关技术。

建立信息储存系统，储备各种资料，让记者和编辑了解资料内容，随要随取。

要及时举行新闻发布会，新闻发布会的特点是发布信息的形式正规、隆重，而且规格较高，记者们能有机会发问，有时还能在会议现场参观，以便准确地把握会场信息。

对什么人就说什么话公关面对的是公众，但公众却并非是“千人一面”。

你和这个人谈话，可能会觉得“知心的话，万言不赘”；但和那个人谈同样的话时可能“话不投机半句多”。

因为众人的性格、心理、年龄、身份、习惯和知识面等等都有所不同。

假如你对年逾古稀的老农推销化妆品和时装，那无异于对牛弹琴；对学生谈论经商之道，对孩童谈论新闻时事，或因其不感兴趣，或因其阅历不及，这样的谈话怎么可能继续下去？

精当的游说之词，应当因人因时而有的放矢。

与聪明的人谈话，要依靠广博的知识，否则不足以取信于人；与博学的人谈话，要善于雄辩，否则不足以主导方向；与善辩的人谈话，要简明扼要，否则不足以揭示主旨。

面对地位显赫者，绝不可卑躬屈膝，未开口你就应取得气势上的主动地位；与普通顾客谈生意，你反而要表现得谦敬有礼，被重视的感觉会提高他们的购买力；与富有的人谈生意，气魄要宏大，有几个臭钱没什么了不起，百金求利，千金求誉，世上万金难买的东西多着哩；与既贫又吝的人做交易，当然应该讲实际，若欲成交，就必须切切实实地诱之以利才有戏！

下面这个小笑话就很能说明这个问题：来自各国的实业家们正在一艘游艇上，一边观光，一边开会。

突然船出事了！

船身开始慢慢下沉。

船长命令大副立刻通知实业家们穿上救生衣跳海。

几分钟后，大副回来报告说没有一个人愿意往下跳。

于是船长亲自出马。

一会儿工夫，只见实业家们一个接一个地跳下海去。

大副请教船长：“您是如何说服他们的呢？”

<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

” 船长说：“我告诉英国人，跳海也是一项运动；对法国人，我就说跳海是一种别出心裁的游戏；我警告德国人说——跳海可不是闹着玩的！

在俄国人面前，我认真地表示：跳海是一种壮举。

” “您又是怎样说服那个美国人的呢？”

” “太容易了！”

” 船长得意地笑道：“我只说已经为他办理了人寿保险。

”

编辑推荐

<<雄辩是说服力 沉默更是说服力>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>