

# SCHWARZE RHETORIK

智者口才致胜术，人人都要学的 CEO 说话技巧

# 黑色 修辞学



[法] 卡斯滕·布雷德迈埃尔 著  
陈壮鹰 张 析 译

黑色修辞学像魔术一样神秘诱人，像黑色公关一样冷酷无情。它利用所有的工具、方法、技巧和机会，灵活地打破规则出牌。这里，以顶级的管理顾问而著称的德国最著名的“雄辩博士”就以各国 CEO 们的唇枪舌战为例，教你学会如何使用“黑色修辞”，如何沉着应对各种口水经济战，从而走向成功。



现代出版社

SCHWARZE  
RHETORIK

# 黑色 修辞学



[法] 卡斯滕·布雷德迈埃尔 著  
陈壮鹰 张 析 译



现代出版社

# 黑色修辞学

智者口才致胜术

人人都要学的CEO说话技巧

作者：（法）卡斯滕·布雷德迈埃尔

译者：陈壮鹰 张析

审校：陈壮鹰



现代出版社

图字:01-2003-4984

图书在版编目(CIP)数据

黑色修辞学 / (法)迈埃尔著; 陈壮鹰, 张折译.

北京: 现代出版社, 2004

ISBN 7-80188-300-4

I. 黑... II. ①迈... ②陈... ③张... III. 诡辩-研究-  
西方国家 IV. B812.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 134611 号

Copyright© 2002 by Orell Füssli Verlag AG Zürich, Switzerland

Copyright licence arranged with Andrew Numberg Associates International  
Limited.

本书由现代出版社在中国独家出版之中文简体字版

---

|         |                                                                       |
|---------|-----------------------------------------------------------------------|
| 作 者     | (法)卡斯滕·布雷德迈埃尔                                                         |
| 翻 译     | 陈壮鹰 张折                                                                |
| 策 划     | 一恒盛辉( <a href="http://www.yhshbook.com">http://www.yhshbook.com</a> ) |
| 责任编辑    | 张桂玲                                                                   |
| 出版发行    | 现代出版社                                                                 |
| 地 址     | 北京市安定门外安华里 504 号                                                      |
| 邮 政 编 码 | 100011                                                                |
| 电 话     | 010-64267325 010-64240483(兼传真)                                        |
| 电 子 邮 箱 | xiandai@cnpitc.com.cn                                                 |
| 印 刷     | 北京世图印刷厂                                                               |
| 开 本     | 16 开                                                                  |
| 印 张     | 11.625                                                                |
| 版 次     | 2005 年第 1 版 2005 年第 1 次印刷                                             |
| 书 号     | ISBN 7-80188-300-4                                                    |
| 定 价     | 22.00 元                                                               |

---

版权所有,翻印必究;未经许可,不得转载

## 作者简介



**卡斯滕·布雷德迈埃尔博士**，曾担任一大型企业顾问团的领导者，后成为欧洲德语地区顶级管理顾问和管理培训师。他在大学主修神学，在波恩当记者期间完成博士论文。他开创了一种新型的电视培训，一种传媒和交流技巧的合成，而今他被看做是这一领域的领头羊之一。他被培训参加者们称作“雄辩博士”，曾为德国、奥地利、瑞士等国多家企业聘请，如：安联、德意志银行、诺华制药、阿克塞尔-施普林格出版社、德国电信、鲁尔煤气公司、古纳&雅尔、哈尼尔、沃尔玛超市、萨普软件公司、太阳微系统公司。他现在是聪明加油网络股份有限公司和星迹电影电视制作股份有限公司的股东。

# 黑色 修辞学



审校：张析

责任编辑：张桂玲

封面设计：



# SCHWARZE RHETORIK

智者口才致胜术，  
人人都要学的 CEO 说话技巧

## 献词

献给我的女儿安妮可和我的儿子约什

亲爱的安妮可和约什：

我从你们俩身上学到了很多，对我们之间的沟通我也很满意。

安妮可，你证明了如珠妙语和精确的沟通不在于年龄，而在于头脑。

你接受沟通模式及运用相关语言的速度快得令人吃惊，真得很棒！

约什，你们这些孩子摒弃了大人们交流时所用的客套话。“友好”的反义词不是“调皮”，而是“果断”“一致”。你是这些最好的证明。

最后，你证明了4岁幼儿谈话时呼吁比提问多得多。

比如说：“快，安妮可，把绳子拿过来，帮爸爸一下！”

感谢这一切。而这一切没有你，亲爱的克尔斯蒂，是不可想像的。作为母亲，你既是个很棒的拳击搭档，又是个更好的灵魂抚慰者。

爸爸：卡斯滕

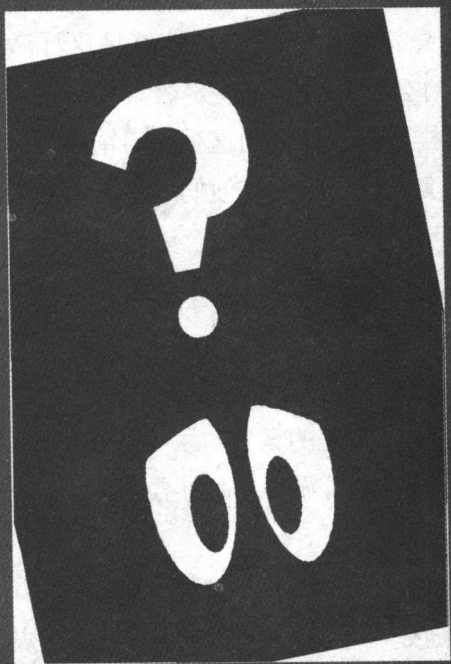


|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| <b>第一章 黑色修辞学</b> .....                                        | 1   |
| 什么是什么? ——定义 .....                                             | 7   |
| 黑色修辞学的方法和理解 .....                                             | 10  |
| 黑色修辞学及其使用 .....                                               | 15  |
| <b>第二章 黑色修辞学的基本规则</b> .....                                   | 21  |
| 规则:“他”还是“我”——与匿名人称一刀两断 .....                                  | 22  |
| 规则:在恰当的时候列举巧妙而有针对的引用就像雪中送炭……能<br>使其渗透到您的中心内容中更好! .....        | 30  |
| 什么是核心信息? .....                                                | 33  |
| 角色的界定不取决于谈话内容 .....                                           | 37  |
| “真对不住你”——如何巧妙地后悔 .....                                        | 47  |
| 请始终消除谈话离题 .....                                               | 59  |
| 非巧妙回答——划定界限 .....                                             | 67  |
| 用俗语谚语从容不迫地让对方难堪 .....                                         | 68  |
| 请不要回答全部问题 .....                                               | 70  |
| 请您直截了当! .....                                                 | 73  |
| 关键时候请保持主动 .....                                               | 75  |
| 适度的玩笑可以巩固关系并加强联系 .....                                        | 78  |
| 请检查您的话语的上下文关系 .....                                           | 79  |
| 不仅要吸引住谈话对象,还得让他们点头称是 .....                                    | 83  |
| <b>第三章 黑色修辞学的操纵、辩论和谈话中的陷阱,</b><br><b>以及如何成功避免落入这些陷阱</b> ..... | 91  |
| 防止落入被人操纵的谈话陷阱 .....                                           | 92  |
| 黑白论证/非此即彼 .....                                               | 111 |
| 论证次序逻辑上或时间上的错位 .....                                          | 112 |



|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>第四章 提问技巧的力量和魔力 .....</b> | <b>121</b> |
| 提问的基本规则 .....               | 124        |
| 好提问不胜枚举 .....               | 126        |
| 提问形式 .....                  | 128        |
| 提问类型 .....                  | 136        |
| 巩固 .....                    | 164        |
| <b>第五章 呼吁技巧的力量和魔力 .....</b> | <b>169</b> |
| 对话中的一致选择 .....              | 170        |
| 什么是呼吁? .....                | 171        |
| 呼吁的新角度 .....                | 171        |
| 呼吁中的黑白心理(非黑即白心理) .....      | 172        |
| 呼吁中的援助者综合症 .....            | 173        |
| 呼吁中的替罪羊理论 .....             | 173        |
| 呼吁中的胜利者情结 .....             | 174        |
| 负罪情结的负荷与减负 .....            | 174        |
| 作为具体行为指示的呼吁 .....           | 175        |

# 第一章：黑色修辞学





2002年1月24日的USA Today (《今日美国》) 有这样一篇题为《硅谷的CEO们唇枪舌剑口不留情》的文章, 文章说, Sun公司和Oracle公司联手对比尔·盖茨的微软公司大打口水仗, 盖茨对每句攻击性的言辞也给予了有力的回击。

在漫长的司法诉讼中, Oracle的CEO拉里·埃里森颇有微词: “虽然我们都不太喜欢微软, 但是我们也不会指望政府来帮助我们。”

这场争论很容易让人联想起当年媒体大亨特德·特纳两次把他的对手鲁珀特·默多克比做希特勒, 其中一次他竟然指天发誓。

技术产业的总裁们之间的口水仗就是这样激烈和无情。USA Today概括道: 对公众来讲, 这些是极其没品位的事。然而欧洲的很多同行并不这样认为。他们为这种斗口精神喝彩鼓掌, 认为他们的偏见得到了证实, 这样的人在他们那里也大有人在。他们把它当做是经济战役的另一面——认为是合法化的黑色修辞学在经济领域的体现, 而这些经济领域大都是新开辟的或者其销售额正处在下降趋势, 甚至趋于崩溃的。

这种逐步升级的口水经济战有多种多样的表现形式。

美利坚银行CEO把他的竞争对手——花旗银行集团的CEO叫做“Butthead”(一个电脑游戏里的小混混), 这个词可以有好几种翻译, 在此我就不多讲了。

美国汽车公司前任CEO杰尔拉德·迈耶尔曾得出结论: “那些不怀好意的人你随处可见, 但他们通常不会诉诸媒体。人们顶多在乡间酒吧里一边喝着马提尼酒, 一边发着牢骚。”而如今这样的时代早已成为历史。

畅销书女作家、广受欢迎的女顾问罗莎贝斯·莫斯·康特曾这样评价硅谷的IT业: “既然这是一个新兴产业, 就当然有幼稚的



举动，所以我们不得不忍耐。”将愤怒深藏在礼貌的脸孔之下无助于任何一方。

“干吗不说他们的坏话？”许多企业老板都这样自问。如果人们攻击同道中人，并把自己对竞争对手的不满在媒体上发泄，就能引起公众的兴趣，吸引人们的眼球。此外，他们还为此配备了额外的商业语言炸弹。

USA Today 列举了美国的 3 种类型的舌战方式：



#### 1. 震惊术（惊世骇俗语言攻击）

特德·特纳评价鲁珀特·默多克的言语可谓登峰造极：“他像元首那样控制媒体为自己牟取暴利！”后来他的语气有所缓和，但仍然说鲁珀特是新闻界的耻辱，是全澳洲新闻界的耻辱（Disgrace《屈辱》）。鲁珀特保持沉默，他的媒体却反击特德的言论是“吃了治疗躁狂抑郁症的药的结果”（New York Post《纽约邮报》）。



## 2. 拆墙术（咬住对方不放）

为了称雄美国电信市场，MCI 总裁麦高恩曾经把 AT&T 的产品称为“sleazy”“破烂”，并且还补充说，用这些产品绝对不可能打开市场。后来他还对别人说：“我们把 AT&T 所做的每一件事情看在眼里，然后跟它对着干。”麦高恩把这场赌博一直延续到 AT&T 被政府拆分为止。

## 3. 企业争斗

可口可乐和百事可乐、汉堡王和麦当劳以及福特和通用之间的企业争斗都是具有传奇色彩的。百事可乐用一份“百事挑战测试”说明大部分饮用可乐的人优先选择百事品牌，让它的竞争对手可口可乐大为震惊。而当时如日中天的百事 CEO 罗杰·恩里克更是语出惊人：“我们对这场可乐战争乐此不疲，因为它会让我们的生意好做，进而占领整个软饮料市场！”

从那以后，这些背后放冷箭的人就堂而皇之地出现在公众面前，尽情地将其玩笑建在别人的痛苦之上。

他们用唇枪舌剑来证明市场行为，并展示另一种宣传攻势，引起消费者的评价，以证明他们的偏见，或论证自己的观点。

麦克尼利和埃里森对盖茨的敌视结合了震惊术（1）、拆墙术（2）和企业争斗（3）——由于这 3 种方式的结合运用，这场争论的威力倍增，争论的范围也扩展到了新的领域。

USA Today 把麦克尼利比做小丑：他用意在批评微软的玩笑来取



悦公众，让自己的公关人员感到难堪和绝望。

他常常在接受采访的时候拿出大量材料，用来反驳微软的网络计划。就在最近他还说就连小丑也比盖茨和他的手下能更有效率地管理微软。

当时麦克风没有打开，但麦克尼利硬是把他的话逐字逐句重复了好几遍，还吩咐人记下来。这可是面对整个公众——人们到处都可以看到他说的话。麦克尼利得意洋洋，后来还补充道：“小丑也能管好这个垄断企业，因为管理一个垄断企业根本就不需要什么智慧。”

谁把盖茨和他的 CEO 史蒂夫·巴尔默并称为“Ballmer and Butthead”（巴尔默和“小混混”）？麦克尼利。

谁把微软的 Windows C.E. 连在一起说成“wince”（退缩不前）？麦克尼利。

又是谁把微软的 Outlook 改成“look out”（“留神”）？还是麦克尼利。

他还打了微软一记“耳光”：“我不想让我的孩子生活在只有微软的世界里。”

他还坚信微软的“冰雹计划”（Hailstorm）“有着有史以来最恰当的名字。它就像无数的冰雹砸在你的身上，没有地方去逃离，没有地方去躲避，它将破坏一切。”——面对这些砸在身上的冰雹，人们无法躲避。

Oracle 的拉里·埃里森则运用视觉手段将微软标识 Microsoft 从屏幕上抹去。他在一次由上千位 IT 人士参加的活动上，当着众人的面打开一封伪造的比尔·盖茨的电子邮件：“我爱你，拉里。”然后歇斯底里地叫道：“病毒，这是一个病毒！”

埃里森还把微软称为“易碎公司”来发泄自己对微软的仇恨。



所有这些都是黑色修辞学，言语地雷的工具化，并掺杂了言语的毒药，它故意不把不同的观点或立场直接通过产品表达出来，而是寻求公众的参与。

您正在读的这本书讲的就是黑色修辞学。我们所研究的是如何使用和化解这些无限的言语技巧，如何准确地运用词语，以及如何让辩论更有效率和效果，因此下面的几点结论也是非常有用的：

- 通过呼吁和要求，我们的语言可以引起行动；语言的表面动机就是引起或要求行动。
- 我们用语言来操纵我们的行为，但这种操纵并不是单单由透明的目的来完成的，而甚至要借助假想的意思表达来进行，而这种表达常常是一种价值评价，或是有目的的操纵，也可能是一种有效的动机促进，也就是：动机操纵。
- 我们的语言只是行动的替代：我们在除夕夜产生好想法，却往往不到复活节就忘记了。我们很容易抱有幻想，但一旦要求我们言行一致时，却往往又在实施的时候失败——这不仅仅是在开辟新的市场的时候。
- 语言能够为我们的行为辩解，只要我们凭着良心把“内心的告诉我们自己该做什么或指使别人做什么的声音”（Hannah Arendt）在公众面前大声讲出来。
- 语言也能够描述我们的行为。我们用语言复述历史或为所做的和未做的事情进行辩护。
- 最后，我们的语言也是行为。所有言语的恐吓、诽谤的谎言、虚假的证词以及侮辱的言论都是言语导致的行为犯罪。

语言是我们人类具有的最简单的同时也是最有感染力的交流工具。——然而大多数人使用它就像舞着一把钝剑，而没有把它磨



利，巧妙且有效地运用，像施过魔法一样，游刃有余。

## 什么是什？——定义

首先简明扼要地介绍必要的使用领域，在这些领域我们将展开讨论语言的作用和语言行为。

语言工具的力量和魔力就是通过论证、辩论、诉苦、强调、训



### 雄辩术

雄辩术是一门研究如何在公众场合效率效果兼备地组织话语的科学，而不是自言自语。同时它也是一种技巧，运用这种技巧能够让别人同意你的观点，从而争取同事的认可或使持有反对意见的人无言以对。

“技巧”一词一方面涉及艺术、科学和技能运用，另一方面，在《词源》词典中，“技巧”一词也和“诀窍、诡计、奇袭”的意思等同。

### 辩证法

辩证法的简单翻译就是内部联系。它是一种在谈话中用正话和反话把一个或多个听者说服的能力，或者换句话说，它是一种劝说技巧；同时它也是种技能，通过对它的运用，可以达成一种广泛的认同，以解决问题。