

实用口才系列丛书

令人心悦诚服的艺术

——说服与口才

黄先健 编著

中南工业大学出版社

1998·长沙

原

书

缺

页

序

今天，人类已进入知识经济时代，人与人之间的交往，信息、特别是知识信息的传播和交流，比过去任何一个时代都更为频繁。而在人际交往、信息沟通中，语言是人类最直接、最重要的交际工具，其中口头语言显得尤为重要。在社会生活的各个领域，能说会道、能言善辩、伶牙俐齿、出口成章的人越来越显示出一种特有的优势，他们能在各种场合充分地展示自己的才智、才学、才识、才干、才能和才华，在激烈的社会竞争中左右逢源，从而有助于事业的成功，奇迹的创造。

我国古代先贤们早就说过，“出言陈辞，身之得失，国之安危也。”“一言可以兴邦，一言可以误国。”“一言之辩，重于九鼎之宝；三寸之舌，强于百万之师。”公元前 2080 年，埃及一位年迈的法老告诫即将继承王位的儿子麦雷卡说：“当一个雄辩的演说家，你才能成为一个坚强的人。……舌头是一把利剑，口才比打仗更有威力。”18 世纪，法国资产阶级政治家、军事家拿破仑则认为：“一支笔，一条舌，能抵三千毛瑟枪。”可见，口才历来备受人们的重视。到了本世纪，第二次世界大战以后，一些西方人将舌头和原子弹、金钱并提，称之为“三大威慑力量”；到了今天，又将舌头与美元、电脑视为赖以生存和竞争的“三大战略武

器”。出人意料的是，高新尖端科学技术取代了武器的威力，而“舌头”的地位竟丝毫没有动摇，并且独冠于“三大战略武器”之首。足见口才的地位和作用已被推崇到何等惊人的高度！

口才是什么？简言之，口才就是口语表达的才能，或者说是口语表达的艺术和技巧。具体地说，口才就是在社交、公关、演讲、辩论、说服、谈判、授业传道、学术争鸣等各种口语交际实践活动中，表达主体运用准确、得体、恰当、有力、生动、巧妙、有效的口语表达策略，达到特定的交际目的，取得圆满交际效果的口语表达的艺术和技巧。有的人误解了口才的内涵，他们或将巧舌如簧、耍嘴皮子，或将夸夸其谈、哗众取宠，或将强词夺理、无理诡辩与口才联系在一起，或片面认为口才只是口语表达的方式、方法。这就与口才的真谛大相径庭了。口才本质上是人类特有的一种富有创造性的精神积淀——文化现象，是精神文明的一个重要方面，是推动社会进步的重要内驱力之一。它激励人们去探索真理、匡正谬误，引导人们去追求真、善、美、，鞭撻假、丑、恶，启迪人们去实现自我、完善自我、超越自我。一个有卓越口才的人，往往同时具有高尚的人格，敏捷的思维，清晰的思路，渊博的知识，出众的智谋，机警的反应，高超的口语表达艺术，尤其是具有良好的心理素质。因此，从某种意义上说，口才是一个人的综合素质和综合能力的具体反映。

口才是一门学问，是一门有效地应用口语表达的艺术和技巧的学问，是一门理论性、现实性、实用性都很强的现代人文社会学科。它吸收和融合了哲学、人类学、社会学、语

言学、逻辑学、心理学、交际学、传播学、教育学、美学、人际关系学、公关学、信息学等学科的研究成果，形成为一门有着边缘交叉性质的新型的独立学科。学习通用口才及其分支学科的原理和知识，提高口才的理论修养和口语表达能力，掌握不同口才实践活动的口语表达规律、规范、要领、要求、方法和技巧，是时代发展对现代人的一种基本要求，是现实生活的一种迫切需要，是创造型、开拓型、复合型人才必备能力，也是我们每个人做好本职工作的“看家本领”。

近年来，为了贯彻落实邓小平同志提出的“教育要面向现代化、面向世界、面向未来”的战略方针，实现文理（工）结合、文理（工）渗透，提高学生的人文素质和社交能力，各类高校和中专、职校相继开设了各类口才专业课，这是教育与市场经济接轨、为改革开放和社会主义现代化建设服务的实际举措，是教育改革深入发展的必然趋势。为了给各类学校提供一套适用的教材，也为了给具有初中以上文化程度的专业人员和广大社会青年提供有关口才方面的参考书，中南工业大学出版社组织编写了《实用口才系列丛书》，以适应时代发展的需要，这是很值得称道的。全套丛书共八本：《口语表达的艺术和技巧——通用口才学导论》、《桌面上的斗智——谈判与口才》、《巧舌胜似强兵——辩论与口才》、《点燃热情之火——演讲与口才》、《架起通向心灵的桥梁——公关与口才》、《开启智慧的金钥匙——教学与口才》、《令人心悦诚服的艺术——说服与口才》、《实用口才训练》。每本书都从理论与实践的结合上，系统精要地讲清其基本原理、基础知识和基本技能。尽可能将知识的系统性和方法的

实用性结合起来，既具有理论的深度和高度，又具有较高的实践指导作用，使读者读后能心领神会，融汇贯通，便于联系实际，创造性地加以应用，真正达到学以致用目的。

参加编写本套丛书的作者，多为正、副教授，过去都曾出版过有关专著。他们既注意吸收国内外最新的研究成果，又融汇了自己多年来从事有关口才教学和科研的心得体会，并展望21世纪新的要求和发展，力求有所开拓和创新。丛书中的每一本书既有统一的体例，又保持了作者各自的行文风格。

本套丛书的编写，坚持了理论与实践、原理与技能、继承与开创、普及与提高的有机结合，体系严密，内容丰富，文例新颖。富有时代感，简明实用，深入浅出，通俗易懂，可操作性强，做到了融科学性、思想性、知识性与规范性、趣味性、实践指导性于一体。这对于广大读者的阅读和使用，对于既全面而又针对性地提高口才技巧，既卓有成效又潜移默化地提高人文素质和综合能力，都不失为一套适宜的参考书。这正是本书编写的宗旨所在。

是为序。

欧阳周

1998年9月10日于星沙

目 录

第一章 导论	(1)
第一节 说服的普遍性.....	(1)
第二节 说服的作用.....	(6)
第三节 人的思想、行为怎样通过说服而 发生变化	(14)
第二章 说服与口才	(23)
第一节 说服需要口才	(23)
第二节 说服口才的基本要求	(24)
第三节 说服口才运用的基本原则	(27)
第三章 运用哲学思想 指导说服口才	(31)
第一节 事实说服	(32)
第二节 见诸行动	(54)
第三节 理论说服	(68)
第四节 循循善诱	(79)
第五节 全面看 看发展	(88)
第六节 看本质 探因果.....	(120)
第四章 懂得人的心理 增强说服口才	(137)
第一节 增强感知 启发思维.....	(139)
第二节 掌握情绪 启迪情感.....	(147)

第三节	满足需要 激发动机·····	(156)
第四节	掌握心理状态 注意不同个性·····	(188)
第五章	善于逻辑推理 发挥说服口才·····	(206)
第一节	说服过程中使用的概念要明确·····	(207)
第二节	说服过程中判断要恰当·····	(221)
第三节	说服过程中推理要有逻辑性·····	(228)
第四节	说服要遵守逻辑规律·····	(247)
第五节	说服过程中论证要有说服力·····	(262)
第六章	注意语言修辞 提高说服口才·····	(286)
第一节	说服语言方面的用词遣句·····	(287)
第二节	形象地表达意见·····	(301)
第三节	委婉曲折的说服·····	(320)
第四节	说服词语的排列·····	(332)
第五节	说服的语气表达·····	(343)
第七章	说服者的素养·····	(361)
第一节	说服者自我修养的必要性·····	(361)
第二节	说服者自我修养的主要内容·····	(363)
第三节	说服者自我修养的途径·····	(366)
主要参考书目 ·····		(368)
后 记 ·····		(370)

第一章

导 论

第一节 说服的普遍性

一、说服的含义

什么是说服？《辞海》的解释是：“用充分的理由开导对方，使之心服。”这讲明了说服的基本含义：说的是理，服要心服。其实，说服是人们在交往和工作中的一种有目的的活动，他们用有说服力的理由，有效的方法，开导对方的思想，使其口服心服，在行动上接受自己的意见或要求。因此，说服的含义可以具体概括为：说服者为了一定的目的，用有说服力的理由和适当方法，打通对方的思想，使其在思想上和行动上接受自己的正确主张或要求。

说服中首要一条是“说”。“说”是说理，说充分的理，有说服力的理，也就是要以理服人。《孟子·尽心上》中有句话：“善政，不如善教之得民也。”这就是说，实行善政固然能得民心，但仍不如实行说服教育更得民心。以理服人的对立面是以力服人，就是以强制的力量使人服从。《孟子·公孙丑章句上》说：“以力服人者，非心服也，力不赡也；以德服人者，中心悦而诚服也，如七十子之服孔子也。”这就是说，以力不足以服人，只有德才能使人真心实意的服。毛泽东同志也说过：“知识分子的问题，首先是思想问题，对思想问题采取粗暴的办法、压制的办法，那是有害无益的。……要人家服，只能说服，不能压服。压服的结果总是压而不服。以力服人是不行的。”^①

说服的第二个含义是“服”。这个服是从心里服气，心悦诚服。《汉书·王尊传》写道：“奸邪销释，吏民说服。”这里的“说服”，就是心悦诚服的意思。清朝石玉昆《三侠五义》第六十三回中有段话：“慢说请你，就是叫我给你磕头，我都甘心情愿的。”服是要做到心甘情愿，见诸行动。

说服，还包含着待人的态度、方法问题。《荀子·荣辱》道：“与人善言，暖于布帛。”对人说话真诚、和蔼，好像比布帛还要温暖。毛泽东同志十分重视说服的态度和方法，他在《反对党八股》中说：“无产阶级的最尖锐最有效的武器只有一个，那就是严肃的战斗的科学态度。共产党不靠吓人

^① 毛泽东：《在中国共产党全国宣传工作会议上的讲话》，《毛泽东选集》第5卷，人民出版社1977年版，第415页。以下所引该书均为此版本，不另注明。

吃饭，而是靠马克思列宁主义的真理吃饭，靠实事求是吃饭，靠科学吃饭。”^① 他还提出，凡属于思想性质的问题，凡属于人民内部的争论问题，只能用民主的方法去解决，只能用讨论的方法、批评的方法、说服教育的方法去解决，而不能用强制的、压服的方法去解决。

二、说服与宣传、教育、新闻、广告的关系

说服与宣传、教育、新闻、广告有着十分密切的关系，同时又有着明显的区别。

宣传，就是宣布、传播，或者互相传播，向群众说服讲解。宣传是一定阶级、政党进行政治、经济斗争和其他斗争的重要手段，也是部门、个人开展各项工作必经的途径。它的内容比较广泛，包括政策宣传、理论宣传、军事宣传、报刊宣传、文艺宣传、思想政治工作等方面。说服工作则包含在宣传工作之内，是宣传工作的一个重要方面，是思想政治工作中的一项具体工作。说服与宣传的关系是十分密切的：宣传中有说服，各项宣传工作都要运用说服的方式，坚持以理服人的原则；说服中有宣传，要说服人，就得宣传情况和党的政策，传播信息，才能解决对方的认识问题。

教育，是按照一定的目的要求，对受教育者的德育、智育、体育诸方面施以影响的一种有计划的活动，目的是传授知识、培养人才。说服则是以一定的理由开导对方，其目的不在传授知识，而在影响其思想和行动。当然，在教师对学

^① 《毛泽东选集》第3卷，人民出版社1991年第2版，第835—836页。以下所引《毛泽东选集》1—4卷均为此版本，不另注明。

生进行德、智、体诸方面的教育中，要坚持说服的原则，讲清道理，使学生从思想上更好地接受传播的知识。

新闻，是新闻机构对当前政治事件或社会事件所作的报道。它要求及时真实，言简意明，以事实说话。它天天在说服人、影响人。但它与口头说服工作不同，不是通过口头讲道理说服人，而是通过编写新鲜、简明、真实的事实说服人。它们之间又有着密切的关系：新闻报道要体现以理服人的原则，说服工作又常借鉴新闻的“让事实说话”，通过摆事实讲道理。

广告，是向公众介绍商品、报道服务内容或文娱节目等的一种宣传方式。一般通过报刊、电视台、电台、张贴、橱窗甚至口头宣传等形式来进行。广告宣传，一点也来不得以力服人，不能压服顾客前来买你的商品，只能靠说服，靠商品的优质价廉和良好的服务态度。所以，广告宣传也是一种说服工作，但它是通过形象的画面，言简意赅的语言，甚至还用铁的事实去说服顾客。

以上说明，不仅人际交往和开展各项工作中有说服工作，说服还广泛存在于宣传、教育、新闻、广告以及谈判、公关、演讲等活动之中。说服是这些工作的重要原则和主要方法；而这些工作又是说服的表现形式和手段。从这里，我们可以看到说服所处的重要地位和运用的普遍性。同时，说服与宣传、教育、新闻、广告以及谈判、公关、演讲等又是有区别的。这主要表现在：这些工作是以各自的特殊形式进行说服，而我们所说的说服，一般是指在人际交往和开展各项工作中进行的口头说服或文字说服。本书所要探讨的主要是这种口头说服，即说服口才。

三、时时处处有说服

说服不仅存在于宣传、教育、新闻、广告中，它还广泛地存在于各项工作、各种场合中。我们可以用四句话，从以下四方面概括说服的普遍性：

一是大大小小的说服。就是无论单位、社团的大小，或大到一个政党的活动，一个国家的建设，或小到一家工厂的生产，一个家庭的生活，一个人的待人接物，都存在说服工作。我们党在夺取政权、巩固政权的过程中，就曾充分发挥宣传说服工作的威力。党在建立前后，毛泽东同志就通过办《湘江评论》、《新湖南》等报刊宣传马列主义和党的主张。在井冈山时期，毛泽东同志经常向红军战士进行共产主义思想教育，并写了《关于纠正党内的错误思想》，针对党内存在的错误思想进行说服教育。在抗日战争时期，毛泽东写了《反对自由主义》、《纪念白求恩》、《为人民服务》、《整顿党的作风》等文章，强调思想工作的重要性。党能够领导人民打败 800 万蒋介石军队，建立新中国，以及建国后各项工作、生产建设的顺利开展，都说明深入的说服教育工作发挥了巨大的威力。

二是方方面面有说服。从一个社会来说，有成百上千种行业和工作，如经济建设，体制改革，工程施工，商品销售，计划生育，城市管理，环境保护，物价管理，国有企业职工的下岗与再就业等等。这些工作的开展，哪一项能离开说服工作？当然各项工作的进行还得靠执行国家的政策法规。但政策法规的执行，也有大量的说服工作。在各项经济建设工作中，为了保证国家的方针政策的执行，为了调动职

工的生产积极性，为了保证生产任务的完成，都要进行大量的说服工作。各项改革工作更是如此，要宣传改革的紧迫性、复杂性，树立群众对改革的信心和决心，排除对改革的阻力，都离不开说服工作。

三是人人事事有说服。在广泛的人际交往中，普遍存在着说服工作。夫妻之间的经济开支，生活安排，教育子女，抚养老人，计划生育等等，都要通过相互协商、说服解决。同事之间的和睦共事，互相帮助，工作配合，要靠双方的交流、说服。上下级之间的团结一致，相互支持，上下尊重，也要靠领导者做说服工作。其他如父子之间、主顾之间、同学之间、邻里之间等等，在交往中都有说服工作。

四是时时处处有说服。时时有说服，是指不同的时刻，如遇到危险时，情况紧急时，遭受挫折时，工作不顺利时，思想不通时，买卖成交时等不同的时候，都需要运用说服。处处有说服，是指社会交往的不同场合，常常要运用说服。

第二节 说服的作用

说服能够在各方面工作和社会生活中广泛运用，这反映了它具有重要的作用。因为人的行为是受思想支配的，说服人的思想，就能起到提高认识、转变行为的作用。而且这种说服，是以理服人，与压服不同，能真正做到使人心服口服。事实说明，说服具有以下九个方面的作用：

一、动员的作用

说服的首要作用是动员。《孟子·尽心下》中说：“言近

而指远者，善言也。”意思是：所说出的话虽然很浅近，但所含的意义却很深远，这是极有用的话。说服中用浅近而又含义深远的话，能起到动员对方行动的作用。下例可以说明这一点。

1938年的一天，毛泽东同志动员延安军政大学的同志去洛川。他来到学校，对大家说：上课之前，先讲一件小事。最近几天，有不少同志给中央和我写信、递条子，说我们历尽千辛万苦才来到延安，到中央身边，怎么能一到这儿就叫离开？我说对呀！中央的许多同志也很同情这些同志的想法。但是，就有那么一个人不同意，整天叽哩咕噜的。这个人是谁呢？这个人就是肚先生，也就是你的肚子罗！你们说该不该去呢？大家说：该去，该去。毛泽东同志通俗而又深刻的话，坚定了抗大学员去洛川的决心。

这是毛泽东同志一个很好的说服动员报告。我们平常说的“说服动员”，就是把说服与动员连在一起。这是因为通过说服，能起到动员的作用；而动员人的时候，一般要采取说服的方法，才能达到动员的目的。例如，我们动员职工完成生产任务，动员学生搞好学习，动员居民实行计划生育等等，都需要讲清意义，做好说服工作。光靠行政命令，甚至采取压服的方法，是不能达到目的的。

二、激励的作用

运用鼓动、表扬、激将法等手段进行说服，这种说服具有很强的激励作用。它能使人精神焕发，奋勇向前，或全力承担任务，或英勇战胜敌人。请看下例：

马超攻打葭萌关，张飞大叫出战，诸葛亮却“佯作不

闻”，对刘备说：“今马超侵犯关隘，无人可敌；除非往荆州取关云长来，方可与敌。”张飞着急说：“何故小觑吾，吾曾独拒曹操百万之兵，岂愁马超一匹夫乎！”诸葛亮进一步火上加油：“翼德拒水断桥，此因曹操不知虚实耳；项知虚实，将军岂得无事？今马超之勇，天下皆知，渭桥大战，杀得曹操割须弃袍，几乎丧命，非等闲之辈。云长且未必可胜。”急得张飞大叫：“我只今便去，如胜不得马超，甘当军令！”^①这是用激将法激励起张飞的战斗勇气，使之战胜了马超。

三、吸引的作用

说服还有吸引人、团结人的作用。这就是通过说服，把群众吸引到自己周围，一同去实现自己的主张。像这类事情是很多的，尤其是常发生在一个政党、一个集团在争取群众、夺取政权的时候。请看下例：

1946年9月，在中国的内蒙古地区，一些投靠过日寇的伪蒙疆高级官僚策划成立“内蒙古共和国政府”，目的是想继续维持他们的反动统治。这对于长期受国民党压迫和日寇侵略的内蒙古人民来说，具有相当的欺骗性。中共党员云泽遵照中央的指示，独身一人去解决问题。他首先和“内蒙古共和国”领导集团中的一部分青年知识分子交朋友，由浅入深地阐述内蒙古革命的状况和共产党的主张，引导大家发表自己的看法。他的真诚赢得了年轻人的信任，许多人聚拢

^① 罗贯中著：《三国演义》，岳麓书社1986年版，第343页。以下所引该书均为此版本，不另注明。

到他的住地，这里变成了进行革命形势教育的课堂。接着，云泽又去说服一些不了解中国革命和内蒙古实情的人。谈话变成了辩论，在辩论中进行说服。经过 20 天的时间，他终于把这些人也争取过来。大家改选云泽为“内蒙古临时共和国”主席。他上任的第一道命令就是将“内蒙古共和国”南迁晋察冀地区，与中共领导的自治运动联合会合并，这样，“内蒙古共和国”便无形中被取消了。

四、诱导的作用

原云南省军区副司令员范金标，回忆起一段往事：1933 年，他去给周恩来副主席当警卫员，见面的第一天，周亲切地问他：“小鬼，你是哪年参加红军的？为什么参加红军？”他答道：“我是 1931 年参加红军的。我家很穷，没有饭吃，参加红军打土豪，分田地，闹翻身！”

周微笑着说：“这还不够呀，不光打土豪，分田地。我们参加红军，是要推翻压在中国人民头上的三座大山，打倒蒋介石，解放全中国，建立工农自己的政权。”

范金标听了，大声说：“对，解放全中国！”周说：“还不够！”范问：“那怎么算够呢？”

周副主席笑着反问他：“小鬼，中国解放了，世界上还有像我们一样受苦的人，你说该怎么办？”

范心里突然明亮了，大声回答说：“解放全世界受苦的人！”周副主席挥动着手说：“干革命就是要解放全人类，实现共产主义！”

上例说明，说服具有诱导、启示的作用。要使人接受你的意见和主张，只有在说服中进行诱导、启示，才能使对方