

诡

技巧实用

点子库

辩

诡

《三十六计》与诡辩

谈判与诡辩技巧的应用
经、贸商业谈判与诡辩
商业广告中的诡辩手法
人际交往中的诡辩技巧

责任编辑：王 琢 装帧设计：北京羽人创意设计中心

辩

ISBN 7-80076-958-5/Z · 098

ISBN 7-80076-958-5



9 787800 769580 >

定价：16.80元

诡辩技巧实用点子库

亚利 编著

中国人事出版社

图书在版编目(CIP)数据

诡辩技巧实用点子库/亚利编著. —北京:中国人事出版社, 1996. 10

ISBN 7-80076-958-5

I. 诡… II. 亚… III. 诡辩 通俗读物 IV. H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 17131 号

责任编辑:玉琢

封面设计:北京羽人创意设计中心

《诡辩技巧实用点子库》

亚利编著

中国人事出版社出版

(100028 北京朝阳区西坝河南里 17 号楼)

新华书店经销

北京 1201 印刷厂印刷

1996 年 10 月 第 1 版 1996 年 10 月第 1 次印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:12

字数:300 千字 印数:1—10000 册

ISBN 7-80076-958-5/Z·098

定 价:16.80 元

前 言

诡辩是什么?听起来似乎觉得这个问题并不复杂,但要回答得很准确恐怕就很难,如果要给它下个准确的定义恐怕就更难。之所以难,其原因是所面对的对象并不在于这个问题的本身,也非科学方法所不能及,而是要面对偏见与权威的挑战,所以谓之“难”。但笔者相信,人们所信奉的是科学,而绝非权威的迷信。鉴于此,本书以大量的实例对诡辩进行了科学的论证,并从中揭示了诡辩的真正内涵。并且还从实用的角度作了推广性研究,把常见的一些诡辩的方法化归为简练而又实用的技巧,肯定了诡辩在非真假值范围(即非逻辑使用范围)所存在的作用或价值。

本书主要是从实用的角度来肯定诡辩在非真假值范围的作用与价值。如军事对抗、政治权谋、外交谈判以及人际交往等非真假值范围的领域。由于这些领域从根本上就不含真假值,所以不能用逻辑思维去制约诡辩思维,否则,在这些领域里是无法得到其预期效果的。因为逻辑已超出了自身的使用范围,或者说逻辑在这些领域里是不产生作用的,所以,在这些领域里只有采用诡辩思维才具有合理性。如果在非真假值范围非要坚持寻求真假二值,并否定诡辩在非真假范围的作用与价值,那岂不是庸人自扰吗?鉴于此,本书以全新的“概念”,改变了受长期偏见影响而形成的旧观念,并打破了“固守一法”的传统思维方式。为商业竞争的生存与发展注入了新的竞争意识。并能使读者从中感悟到确有开扩视野,启迪思维之效应。本书不仅具有实用价值和学术价值,而且还具有一定的现实意义。

编者仅藉以出版之际,恳望读者能在喜爱之余,不吝赐教。

1996年于北京

目 录

第一章 人际交往中的诡辩技巧····· (1—85)

把握相处的交往技巧	1
随机应变的交往技巧	9
调节平衡的交往技巧	21
拉拢人心的交往技巧	37
拍马奉承的交往技巧	42
借助外势的交往技巧	48
迎合异性的交往技巧	52

第二章 商业广告中的诡辩手法····· (86—138)

诡辩是一种传播活动	86
广告中的诡辩技巧	87
以言乱实,诡辩生辉·····	87
扩大语境,无懈可击·····	90
巧换概念,点石成金·····	90
扬长抑短,突出奇兵·····	92
反客为主,以攻为守·····	93
以迂为宜,巧中取胜·····	94
投其所好,得其所归·····	96
察言观色,以言追心·····	98

目 录

展示未来,预测制胜	99
联想诱导,触类旁通	101
直截了当,正面进攻	103
据实说理,严密推导	105
含沙射影,一语双关	108
反诘疑问,活泼质朴	110
言之益美,力之愈坚	113
对比鲜明,突出优势	116
巧用比喻,形象感人	118
以情代证,引诱推销	121
借用权威,发我之论	125
刚柔相济,棉里藏针	127
并敌一向,突出一点	129
幽默风趣,引人入胜	131
小中见大,一目传神	133
攻其无备,妙在其中	135
出其不意,速战速捷	136
引经据典,有信无疑	137

第三章 经、贸、商业谈判与诡辩 (139—204)

狡舌优胜者	139
虚假前提的推销	141
价单上的陷阱	142
虚假论证的魔力	142
智胜商人的高招	143
虚拟证据探测法	145
预期理由引诱法	141

以偏概全推销法	148
模棱两可的签约	150
兜售推销术	150
悦耳的歧义	151
玩弄计量单位的手法	152
故意不明确日期的签约	152
咬文嚼字的敲诈	153
或然推理的谈判术	154
模糊答辩技巧	155
玩弄数字技巧	156
偷天换日的诡辩	157
歧义语言的广告	159
抽象概念的诡辩	159
有理欺骗术	160
营业员的诡辩推理	161
倒打一耙的妙招	161
咨询处的无理广告	162
营业员的应变技巧	162
奇妙的对答技巧	163
投其所好的谈判技巧	164
大智若愚的谈判技巧	166
推销在顾客心理	167
贼喊捉贼的心理弱点	168
利己行为的弱点	169
语言模糊的敲诈	170
无理与非理的对抗	170
恭维话的作用	171
诉诸怜悯的谈判术	172

目 录

谈判中的拖延战术	174
貌似正确的狡辩	175
价格陷阱中的策略	177
施加压力的谈判技巧	178
假让实进的交易术	179
实现设想的诡辩术	181

第四章 谈判与诡辩技巧的运用 (205—224)

政治、军事谈判与诡辩.....	205
人与死亡	206
林肯的辩解	206
卡扎菲的革命	207
刘邦智脱困境	209
基辛格的圈套	210
点滴发表的声明	211
周总理舌战记者	212
鲁迅的强辩	213
幽默的道歉	213
拒不低头的理由	214
曹操煮酒论英雄	215
巧舌阿凡提	216
口号胜似讲演	217
第一人称的妙用	218
亲近的手段	220
基辛格法则	221
激将法效应	222

附 《三十六计》及例释 (225—370)

引言	225
第一计:瞒天过海.....	226
第二计:围魏救赵.....	229
第三计:借刀杀人.....	233
第四计:以逸待劳.....	238
第五计:趁火打劫.....	241
第六计:声东击西.....	244
第七计:无中生有.....	247
第八计:暗渡陈仓.....	250
第九计:隔岸观火.....	253
第十计:笑里藏刀.....	257
第十一计:李代桃僵.....	261
第十二计:顺手牵羊.....	266
第十三计:打草惊蛇.....	270
第十四计:借尸还魂.....	273
第十五计:调虎离山.....	276
第十六计:欲擒故纵.....	282
第十七计:抛砖引玉.....	287
第十八计:擒贼擒王.....	291
第十九计:釜底抽薪.....	296
第二十计:混水摸鱼.....	300
第二十一计:金蝉脱壳.....	306
第二十二计:关门捉贼.....	309
第二十三计:远交近攻.....	313
第二十四计:假道伐虢.....	317
第二十五计:偷梁换柱.....	321

目 录

第二十六计:指桑骂槐.....	326
第二十七计:假痴不癫.....	330
第二十八计:上屋抽梯.....	335
第二十九计:树上开花.....	340
第三十计:反客为主.....	343
第三十一计:美人计.....	347
第三十二计:空城计.....	351
第三十三计:反间计.....	355
第三十四计:苦肉计.....	358
第三十五计:连环计.....	362
第三十六计:走为上.....	365

第一章 人际交往中的诡辩技巧

把握相处的交往技巧

〔举例〕：

初次见面，以及虽然见过几次面，但彼此仍然了解不深的人，如何消除对方的陌生感，或缩短礼貌性的差距，以期获得对方的信赖，使他高兴与你亲近，这是一门很大的学问。自古以来，很多位政治家，他们都具有这最起码的功夫，你认为是他们的魔力也不为过。他们能利用人类的心理上弱点，技巧地使大家心悦诚服，几乎无条件地相信他，跟他走。

何野一郎是日本的一位政治家，曾和首相佐藤荣作等分实力。河野最会利用人们的这个微妙心理，为我们留下了一则小故事：

1959年他在欧美旅行，在纽约遇到了多年不见的好友米仓近先生，两人互道近况，留下了在国内的住址和电话，知道彼此都成了家。当晚，河野一郎回到旅馆第一件事，便挂了个长途电话给米仓近太太：“我是米仓近的老朋友，我叫河野一郎，我们在纽约碰面了，他一切都很好。”

米仓近太太感激莫名，一时热泪盈眶，米仓近后来知道了，专程去向他致谢。

任何人总是关心着自己最亲近的人，如果一旦发现了别人也在关心着自己所关心的人，情敌当然又当别论，大都会兴起一种亲近的感觉。我们正可以利用这种共同的心理倾向，使人产生亲切

感，而增进人际关系。

昭和初期武人政治家田中义一先生，有一次在北海道演说，很多人夹道欢迎，田中义一赶忙下车，趋前走到一位貌似庄重的男士面前，伸手相握，诚恳地问：“令尊近来好吗？”这位男士受宠若惊，只是面有戚色地说：“家父去年过世了！”田中义一立刻说：“啊，很抱歉，我很难过！”

事后，有位随从问田中义一：“那位先生是谁？”“我也不认识，但是谁没有父母呢？就是过世了，你问问也不打紧的哟。”

这种做法当然失之于假，但总是说之成声，听之成音，岂不俨然成真吗？三国时代，刘玄德的江山又如何得来呢！比智慧赶不上诸葛孔明，说武功也不及张翼德讲义气更不能于关云长并论。但是刘备是怎样使他们三位在他面前背后都能服服贴贴呢？其故无他，刘皇叔使得他自己，在他们三人心理上灌溉了“亲切感”的长青树，其枝也盛，其叶也荫。

又如：普通的人刚一见面，不一定对你下什么武断的评价。他们之所以喜欢你或者不喜欢你，全在于你这人是有趣或是无聊、聪明还是愚蠢、狡猾还是诚实、勤劳还是懒惰，以及其他种种表现。因为，你的行为一落入人家的眼里，别人马上就产生了印象；这印象多半在第一次会面时就已造成了。不过，有许多见解别人暂时替你保留着，直到证实了之后才下结论；但也有时候，你给他们的初次印象，要直到他们和你熟悉了之后，把你的全部行为认识后，才会改变过来！

世界上的人，总各有张不相同的面孔；也就是所谓处世的形态。我们要评断一个人的个性，就可以此作为观察的根据。

你的“个性”既表现于你的举动行为上，别人也可以从这上面尽量看出你内在的品性来，你能否受人喜欢，全凭你自己去表现了。

人们的感情是相同的，人们的观察能力也是大致相同的，因此

任何人观察你的举动行为，结果乃是一律的。你要以怎样的态度去适应对方，首先要看对方的个性怎样而定。人类的天性中包括着恐惧、惊奇、憎恶、愤怒、忧郁、得意和喜悦七种不同的情绪，如果你能够处处适应别人心中所需要的情绪，就可受到他人的喜欢。

上面的话弄明白了之后，接下去便可以研究一些本质问题了。你自己想一想有哪几种性格可以叫人喜欢你？这下面几类品德中你将能够拣出几种来？

愉快的心绪、宽容大度、真诚的人格、坚强的毅力、正直无私的精神、不自私自利、待人谦恭和蔼、有自持的本领、有自制的能力、无论见了谁都会乐于助人。

上面十条所组成的东西，读起来很像一篇揭晓“美德”的清单吧？也许你就因为它只是些理论，只是些空空洞洞的名词，而认为不合实际吗？但是事实上，我们可以向你证明，虽然你是个笨伯，虽然你面孔或许丑得像个冬瓜，如果你能百分之百地具有这些美德，我想你无论遇见了谁，无论你是否运用了交际法上的原则，许多人都一定会变成你的好朋友。

这并不是言过其实，实际上情形也确是如此。请你再想想上列这些美德吧。假如你是内心充满愉快的人，别人会自然而然地喜欢上你，因为这样也使他觉得更加的愉快。但愉快这二个字，总跟健康、强壮、血气、成功、安全、权力等有关。

如果，你是一个宽容的人一定会使得对方喜欢，因为大度与宽容，暗示着勇气和权力的感觉。

再说一个人的诚挚吧，那可更不必说了；因为说谎话的人往往是靠不住的。他随便走到哪里，别人总会感到不安。因此凡是诚实真挚的人到处都受欢迎。

至于毅力呢，毅力的反面便是事事懒惰。懒惰往往使人不喜欢。一个人应该是这样的，在工作时无论做得或慢或快，无论用脑力工作也好，用体力工作也好，工作的结果是成功或是失败，只要

自己是个游惰者，那也还是能够改进其效率，可以再叫人家来喜欢你。反之，如果你是一个不做事情的浪子，便休想与人相处愉快。

其他的美德也是同样的。只要能够自己同情别人，深知别人在同一的环境之下，也会发生同一的情感，彼此也就能达到互爱的交流。

再把上面所说出来的美德分析下去吧：

平时你不自私自利，朋友们就知道你绝不会见利忘义。不自私自利，亦即是宽宏，亦即是公平侠义的精神，这些都是帮助你与人交际的主要条件。

感恩是每个人都愿意领受的，自持的，你有了自持的力量，朋友再不会疑心你的懒惰、依赖，这样不是他们也会喜欢你吗？

自制力是一般在必要时能忍耐的精神，有了这个条件，你可以不与朋友发生冲突，或是暴露出足以引起的任何不幸来，你有了自制的力量一定不至于无端发怒，无端忧愁，朋友对你这一种精神，必然会佩服得五体投地的。

上面这种种，都只用彼此的关系来作了浅近的解释，这就可以联系到一般的形态上了。现在，如果你要再问别人喜欢你些什么？那我的回答将是这样，上面的所有美德条件，你若是具有其中一部分的话，人家便会喜欢你的。

这一切也是根据人类的原始形态而假定的。你要知道：人类每天都在文化的孕育之中成长，每天都受着情感的支配，所以近代人与千万年前的原始人无异。这里先丢开一切，谈些故事来证明吧。

先来谈到“乐于帮助”这个故事——

在某天的清晨，我正要出门，在大街的中段等候公共汽车。一会儿一辆汽车开到我的面前停了下来，上面那个驾驶的人向我招呼道：

“喂喂！我的车子是到××去的，你要去吗？”

“是的——”我点头答应了他一声。

“那么你就上来吧！”

随即，我跳上了这辆车子，他向前开去了。

“多谢你的帮助，”我凑过去很诚恳地向他致谢。

“不必客气！”他一边继续回答我道：“我天生是这样的脾气，自己既然有了这辆车子，为什么不可以也给人家坐呢？因此，我时常是这样，招呼别人搭乘我的车子，今天适巧碰到了你。”

我很敬佩他的这种想法。但我们默无声地驶过了一段路程，当车子在一处停下来之后，我便有意无意地向他问道。“哦！你是住在这个地方吗？”

“对了……这里我住下来已有两年了。我的名字叫史密司，你可知道了没有？我是开屠宰场的！”

原来生意发达的史密司屠宰场是他开的，我知道，我老早已经知道，于是我惊奇的回答：

“久仰！久仰！——你们生意很好吗？我是叫赖爱脱。我以前曾经担任过为童子军捐募经费的职司，我还没有忘记，好像曾向你募捐过一笔钱吧！”

“也许有这回事，可是我也记不清楚了。赖爱脱先生！我是这样的，大凡人家登门来有所求教，我无论怎样都尽量不拒绝人家，不使人失望的！”

“你到现在也许捐过不少钱吧？”

“当然！可是我并不曾白费一文钱。老实说，我的生意就是靠这样的帮助兴隆起来的！”

“原来是这样的！但我总以为你的生意发达，是因为你价钱卖的比别人便宜呢。”

“不错的，这也是我的另一种主张。先生！我本来是个作买卖的人，我在这个村子里做生意，我也住在这里，和二万多的村民共同相处着。我凭着这些做人的原则，肯处处帮助人，所以村民们都喜欢我！”

“那么，我怎样叫他们喜欢我呢……我每天都要让他们知道我是他们的朋友。这不单是说我所认识的人，而且，连其他的一切人们也在内，也许我并不认识他们。”他又这样说着。

最后，他又告诉我：“但是，怎样让他们知道我是他们的朋友呢？我在生意上，我用公道的价钱卖给他们最好的肉。本来这价钱我再抬高一些，也不会就此失了主顾的，但我不喜欢这样做，我需要他们都对我产生好感，因此我和他们做买卖，总想着和气生财。你明白吗？”

我听他这样的剖析着，说出他的做人之道，不禁为之大大感动。我接上去说：“史密司先生！你话说得真有理。不过，我不懂得捐钱做善举有什么道理？你难道也会因此而得到利益的吗！”

“不，不能的！你可能不知道这些！我问你，你还记得几礼拜之前，市长发起的赈济会在俱乐部里举行慈善舞会吗？”

“是的。我记得，这慈善舞会我也参加了。”

“我那天正买了一大把票子。后来，我忽然想起：如果花一元钱一次抽签的方法卖掉一批火腿，也许更加可以使他们多获得一笔钱。我把意思告诉了他们，他们很同意，我便捐了几只火腿。”

“史密司先生！你真是个热心公益的人啊。”

“但这也是推广营业的法子。当这舞会开始后的下一天早上，赈济会的主席委员打电话来向我订一星期的货。我当然是照本钱卖给他的，因为这肉价会影响到人家的头上的。后来怎样呢？先生！后来那位主席卢特跑来向我说：‘史密司先生！我们本来不是你的主顾，可是从现在起，我们也都要向你买肉了。’”

在这件事之后，我心里不觉被他挑起了许多感触。你看了这件事也许有同样的感触吧。不过我要告诉你，这位史密司先生不能算是个成功的商人，我颇不赞成他的某种做法，就是招呼一个站在街头的陌生人乘搭汽车，这也许会胡乱闯出事情的。

但是，我绝对佩服在这个屠夫的行为后面的那种精神：他能和