

劝说艺术64法

QUAN/HUOYI/HU 64FALIXI 例析

韩向前 编著



教育科学出版社

劝说艺术 64 法 例 析

韩向前 编著

教育科学出版社

(京)新登字第111号

劝说艺术 64 法例析

韩向前 编著

责任编辑 刘 进

教育科学出版社出版、发行

(北京·北太平庄·北三环中路46号)

各地新华书店经销

北京朝阳展望印刷厂印装

开本: 787毫米×1092毫米 1/32 印张: 9.25 字数: 207千

1992年4月第1版 1992年4月第1次印刷

印数: 00,001—31,000册

ISBN 7-5041-0835-9/G·797 定价: 3.80元

小 序

劝说，在我们的工作、生活中随处可见。

它发生在上级下属之间，教师学生之间，买者卖者之间，新朋旧友之间，亲戚邻里之间，父母子女之间，……。劝说，这种重要的人际信息交流活动，与我们每个人息息相关。

劝说，犹如一盏明灯，使知识欠缺者增广见闻；劝说，又像一座警钟，使濒临深渊者迷途知返；劝说，好比一副清醒剂，使思想偏激者冷静思考；劝说，有时又是一把火，点燃起上进心的火种，使情绪低沉者精神振奋，干劲倍增；劝说，还是一座友谊的桥梁，有助于沟通和理解，解决人际矛盾，缓解邻里纠纷，减少部门内耗，避免冲突争斗，化干戈为玉帛。

诚如荀子所说：“赠人以言，重于金石珠玉”。刘勰说：“一人之辩，重于九鼎之宝；三寸之舌，强于百万之师”。伊拉斯谟也说：“忠告比任何礼物都宝贵”。

善于劝说，是现代人必备的基本素质之一。

怎样进行劝说才能收到理想效果？这不外乎从“物”和“文”两方面下功夫。“物”即“言之有物”，就是讲求劝说内容。劝说者要以事实为依据，以理服人。“文”即文采、技巧，就是在“言之有物”的同时，讲究劝说形式，掌握劝说方法或劝说艺术。

“物”当然是第一位的，是重要的。但“文”也不可或缺。

孔子说：“言而无文，行之不远”。如果只注重劝说内容，忽视劝说形式，不讲究劝说艺术，劝说的效果就会大打折扣。正如加里宁所说的：“有人会想，内容才是了不起的东西，而形式没什么意义。这是胡说、瞎扯。如果谁要想在社会上产生影响，就需要努力掌握形式”。

我们也可以说：谁要想使劝说发生预期的影响，就必须在劝说内容上下功夫的同时，努力掌握劝说艺术。

本书搜集了200多个劝说艺术的实例，归纳为64种劝说方法，对每一种方法都从心理学、教育学的角度结合实例分析了该方法的特点、作用原理、应用范围和注意事项。愿这些实例和分析有助于您掌握多姿多彩的劝说艺术。

作 者

1991年10月25日于金陵

目 录

-
1. 名人权威法
〔经济学家薛暮桥赶集〕……………(1)
2. 彼此一家法
〔一群人蓄意向林肯发难〕……………(6)
3. 暖身运动法
〔毛泽东对崔英说：“你的爱人可能是姓张了？”〕……………(12)
4. 情绪感染法
〔添柴加温，让爱国的火苗在心中吐红升腾〕
……………(15)
5. 现身说法法
〔从“旧三章”到“新三章”〕……………(19)
6. 见闻再现法
〔原定1小时的报告应听众要求延长到深夜12点半〕……………(24)
7. 故事开导法
〔高斯点燃的烈焰〕……………(27)
8. 前车之鉴法
〔罗斯福举起酒杯说：“你胜利了！”〕……………(32)
9. 巧比喻人法

- 〔叶帅与“钢盔团”〕……………(36)
10. 就地取证法
- 〔周总理在江轮上〕……………(41)
11. 讲而非读法
- 〔陈老总“做戏”〕……………(45)
12. 通俗语言法
- 〔听“最可爱的人”谈话〕……………(49)
13. 问题开场法
- 〔青年讲师的课何以受欢迎〕……………(53)
14. 理性逼入法
- 〔犯人的忏悔〕……………(57)
15. 两面说理法
- 〔“一些乡镇政府为什么成了被告?”〕……………(61)
16. 警句启迪法
- 〔彭德怀与杨献珍〕……………(66)
17. 响亮结尾法
- 〔“愿你拥有一颗‘诗’心”〕……………(71)
18. 不做预告法
- 〔“我还当是什么电视剧呢!”〕……………(74)
19. 迈进门槛法
- 〔女记者采访权威人士〕……………(78)
20. 满足需要法
- 〔“年青”的女士脱帽〕……………(81)
22. 正面激将法
- 〔指导员拿来一瓶香槟酒〕……………(85)
22. 反面激将法

- 〔诸葛亮向孙权劝降〕……………(89)
23. 有意示错法
〔钱学森使会场气氛活跃起来〕……………(92)
24. 嬉笑怒骂法
〔建议开展“赤足运动”〕……………(96)
25. 借薪助火法
〔张伯伯摔饭碗〕……………(99)
26. 背后敲鼓法
〔班长躲在套间里“偷听”〕……………(103)
27. 平行影响法
〔青工小彭在两个车间为什么判若两人〕……………(106)
28. 模仿从众法
〔评选“最佳家庭主妇”〕……………(111)
29. 最佳时机法
〔女朋友提出“吹灯”〕……………(118)
30. 随机应变法
〔闻一多讲“天洗兵”〕……………(122)
31. 缩语简化法
〔吴冷西多年难忘的一句话〕……………(126)
32. 长句短说法
〔工地总指挥答记者问〕……………(129)
33. 时间控制法
〔马克·吐温在礼拜堂〕……………(133)
34. 活用数字法
〔“两座37层高的金陵饭店”〕……………(140)
35. 一箭双雕法

- 〔“每个人的脸皮就是一篇天生的‘文章’”〕
..... (144)
- 36. 移花接木法**
〔“我以‘田汉’的资格欢迎田汉”〕..... (149)
- 37. 旧曲翻新法**
〔毛泽东在济南作报告〕..... (153)
- 38. 诗教育人法**
〔他违犯纪律，在课堂上画了一幅画.....〕..... (158)
- 39. 拟人幽默法**
〔奈良宾馆告示栏上的一封信〕..... (165)
- 40. 大禹治水法**
〔刘连长与战士探讨名家名诗〕..... (170)
- 41. 委以重任法**
〔谢苗流着热泪放声高唱起来〕..... (173)
- 42. 巧贴标签法**
〔老王的提包失而复得〕..... (177)
- 43. 轻车熟路法**
〔《工人夜学招生广告》〕..... (180)
- 44. 角色演习法**
〔“我深深体味到当教员的酸甜苦辣”〕..... (184)
- 45. 逼上梁山法**
〔小甄劝父就医〕..... (190)
- 46. 免疫注射法**
〔封好的窗子又打开了〕..... (194)
- 47. 铁证如山法**
〔塔斯社报道足球比赛〕..... (200)

48. 自食其果法
〔团体总分被取消以后〕……………(203)
49. 诱“敌”入彀法
〔“你菜盘里有只苍蝇”〕……………(207)
50. 让人“对打”法
〔给“琼瑶热”降温〕……………(210)
51. 反唇相讥法
〔巴斯德住旅馆〕……………(214)
52. 归谬证伪法
〔“我要看看你的学生证是不是贴着长疮的照片”〕……………(218)
53. 隐蔽课程法
〔某部四连的“迂回包抄”〕……………(224)
54. 体语传情法
〔赵丹在重庆张家花园〕……………(230)
55. 服饰魅力法
〔基辛格谈周恩来〕……………(235)
56. 地点选择法
〔大学生的耳闻目睹〕……………(240)
57. 座位安排法
〔周总理亲自搬起一把椅子〕……………(245)
58. 真诚感人法
〔李连长到化工厂求援〕……………(250)
59. 春风化雨法
〔女团支书把自己的母亲、妹妹动员起来〕
……………(255)

60. 洗耳恭听法
〔面对连珠炮般的责问〕……………(260)
61. 因“质”施教法
〔“犟班长”消“火”记〕……………(265)
62. 宽容大度法
〔工人升任经理以后〕……………(272)
63. 律己自责法
〔书记向厨师鞠了一躬〕……………(278)
64. 行动示范法
〔“大家为什么心甘情愿地跟着他几十年不愿
离开?”〕……………(282)

1. 名人权威法

〔经济学家薛暮桥赶集〕

1980年4月25日《市场报》刊登了一条题为《经济学家赶集》的新闻：

本报讯 3月4日下午，经济学家薛暮桥到北京北太平庄农副产品市场赶集。这位75岁高龄的老人，兴致勃勃地挤进人群，东瞧西看，问这问哪。见到卖鲜鱼的，便问是怎么运进城里来的。有几个顾客正和卖主讨价还价，最后达成协议：一元二角一斤。薛暮桥同志高兴地说：“好，我也买一条。”卖鱼的拣了一条又大又肥的活胖头鱼，一称，五斤重。薛暮桥一边付钱，一边说：“看来还是两个市场好。”买完鱼，又买了一条擀面杖。这时，一个老头在叫卖挖耳勺。他赶忙过去花三分钱买下一个，说：“我很早就想买这么个小东西，总买不着，今天算是盼着了。”

.....

党的十一届三中全会以后，国家重新开放了农副产品集市贸易。但当时“左”的阻力仍然很大。有人担心它会成为资本主义的活动基地，一些工作部门则以影响市容、交通、卫生为借口，阻挠它的恢复和发展。上面那条新闻的作者并没

有直接讲农贸市场如何如何好的道理，而是写著名经济学家薛暮桥去北京北太平庄农副产品市场赶集买鱼、买擀面杖、买挖耳勺的具体经过和所说的话：“我很早就想买”、“总买不着”，“今天总算盼着了”，“看来还是两个市场好”。这就比作者直接论述有力得多。因为这条新闻说服力强，发表以后产生了很大反响，所以被评为1980年全国好新闻。从劝说艺术的角度来看，新闻作者的这种表达方式就是“名人权威法”。

“名人权威法”就是借助于知名的专家、学者、英雄、模范、领袖人物，通过这些人物的言行对事物进行褒贬，以达到劝说的目的。

许多心理学实验都证实了权威人物的重要作用。1951年，世界上还没造出核潜艇，绝大多数美国人都认为它不可能问世。于是心理学家卡尔·霍夫兰和沃尔特·韦斯在实验中向A、B两组被试都展示一种观点：“可以建造核潜艇”。他们告诉A组被试：这一观点是美国著名原子能专家奥本海默提出的，而对B组被试则说，这种观点是苏联《真理报》提出的。结果是：A组大多数人改变了原来建造核潜艇的观点，即接受了宣传；而B组很少有人改变原观点，A组改变观点的人数是B组的4倍。研究者认为，这主要是由于苏联《真理报》在美国没有权威性。

在另一项实验中，霍夫兰和卡尔曼把讲述少年犯罪的同一篇演讲稿由三个人来宣读，在向听众介绍时，第一个人被说成是法官，另一人被说成是一名普通听众，第三个人被说成是既无法律知识、品格又成问题的人。结果，分别听这三人演讲的听众的反应有很大差别。听“法官”演讲的听众

认为演讲有积极的改变态度的影响力，而听第二人、第三人演讲的听众却认为演讲对他们没什么影响和有坏的影响力。

这一类实验至少有数十个，结果全都证明：一位在某一领域享有声誉的人总比无声誉的人具有更大的影响力和说服力。

当代社会科学技术迅猛发展，科学知识极大分化，个人已不可能独立地通晓一切知识领域，而人们的求知欲又十分强烈。这就必然形成对各领域专家、权威的崇拜心理。这些权威人物的发言自然比一般人有力得多，更容易使人们信服。

研究表明，宣传者的“权威”由两种因素构成。一是专业性，即专家身份，包括所受的教育训练、社会地位、职业、年龄等等，薛暮桥是著名的经济学家，年逾古稀，在人们面前，他是一位很有造诣的老专家的形象。二是可信性，即人们对他说话真诚与否的判断。人们往往通过行为表现、举止仪态、人格特征、讲话时的信心等等去推断说话人的动机。由于作者如实描述了薛暮桥赶集购物的过程，人们认为他说的话是发自内心的因而认为真实可信。

正因为“名人权威”具有常人难以比拟的巨大说服力，因此现代社会的劝导说服工作都尽可能地充分发挥名人权威的作用。

1991年5月16日晚7时，北师大图书馆报告厅举行教授咨询讲座，报告厅内座无虚席，大学生们纷纷向主讲教授——经济学家陶大镛老先生讨教。73岁的陶教授从容容，旁征博引，以严谨的语言对大学生们关心的“三峡工程”、“还债高峰”、“证券市场”、“粮油提价”等国情时事进行了中肯、

深刻的解析。一年来该校图书馆已组织了多场教授咨询讲座，有10位名教授被请来为大学生释疑解惑，受到了广大师生的热烈欢迎。生物系一位女大学生说：“教授站得比较高远。”一位物理系大学生向陶先生请教一番后说：“听各路名教授讲演，使我有机会了解到各个学科领域的前沿情况。”

在教育领域利用名人权威可以有效地达到教育目的，在广告宣传领域让名人、权威出场也可以大大提高劝说效果。如制造“力士”牌香皂的厂商聘用国际著名影星娜塔莎·金丝姬作广告，广告词是“我只用力士”。化妆品“美龄”硅油霜的广告词是：“异军突起的化妆品——硅霜，为南极队员专用、谢晋导演所推崇。”南方制药厂请著名话剧表演艺术家李默然为其产品——“三九胃泰”作广告，等等，都大大提高了这些产品的知名度。

高明的劝说者既善于通过权威名人的“言”产生巨大效应，也善于通过他们的“行”发挥强烈的感召力。例如，我国化工进出口公司会同上海医药工业公司研制的“上药牌”920营养发水，对脱发有特效。原联邦德国总理施密特在任时，爱用此药。他在去美国同里根总统会谈的旅途中，在手提文件包内放置四瓶该药。这个秘密被随行记者发现并作了报道。此后，中国920营养发水的年出口量连年大幅度上升。

运用“名人权威法”应注意以下诸方面：

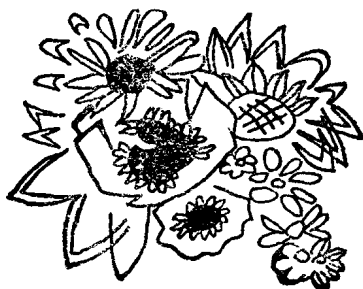
1. 劝说者应努力提高自己的“权威性”。这就需要在专业性和可信性上下功夫。既要提高知识水平，又要诚恳待人，言必由衷。这样才能树立威信，产生“权威效应”。

2. 如果通过名人权威提倡某种观点或事物，该人物必须是这方面的专家；或者，他虽然不是这方面的专家，但他对

该观点或该事物有深刻、独到的研究，或者持肯定、推崇的态度。

3. 在劝导说服时，既可借助权威人物的言论，也可借助权威人物的行为；如果同时通过“言”和“行”劝导说服，则会收到更理想的效果。

4. 应讲究言语表达方式。心理学家伯鲁认为劝说者的威信通过三个方面作用于对方使其态度转变，一是专业性，二是可靠性(公正-不公正、友好-不友好、诚恳-不诚恳)，三是表达方式(语调坚定-软弱、勇敢-胆怯、主动-被动、精神充沛-疲倦乏力)。所以讲究劝说艺术，注重言语表达方式，“名人权威”的作用就会锦上添花。



2. 彼此一家法

〔一群人蓄意向林肯发难〕

美国第16位总统林肯在一次讲话中说：“南伊里诺州的同乡们，肯特基州的同乡们，密苏里州的同乡们：听说在场的人群中，有些人要和我为难，我实在不明白他们为什么要那样做，因为我也是一个和你们一样爽直的平民。为什么我不能和你们一样有发表民意的权利呢？好朋友，我并不是来干涉你们的人，我也是你们中间的一个。我生于肯特基州，长于伊里诺州，和你们一样是从艰苦的环境中挣扎出来的。我认识南伊里诺州和肯特基州的人，我也认识密苏里州的人，因为我是他们中间的一个。而他们也应该更清楚地认识我。如果他们真的认识我，他们就会知道我并不想做一些对他们不利的事。……”

面对一群蓄意发难的人，确实令人感到棘手、头痛，但林肯却从容不迫，他在讲话中用很大篇幅强调：他和对方都生于此地，长于此地，是和他们一样，都是爽直的平民。他既然是他们中间的一个，当然不想做对他们不利的事。这样一说，就消除了对方的抵触情绪，拉近了双方的心理距离，对方对林肯下面的讲话听起来就觉得比较顺耳了。林肯的这