

智慧
金点
丛书
Golden Wisdom

3

攻心为上

王政挺教授·编著

说服对方的金点



 中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

攻心为上



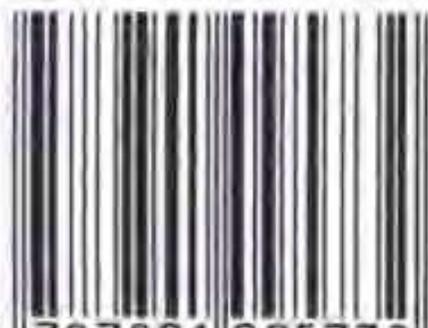
说服对方的金点

本书着重介绍如何说服对方，讲述了改变人们态度或观点的方法和艺术。说服性传播也叫劝导，现代的研究中，是一种科学性和艺术性的统一，也是“是什么”与“应如何”的统一。在日常生活中，具有非常大的实用价值。

智慧金点丛书 (每册15元)

- ① 自由沟通——人际交往的金点
- ② 转危为安——冲出困境的金点
- ③ 攻心为上——说服对方的金点
- ④ 双赢天下——成功谈判的金点
- ⑤ 一言千钧——论辩致胜的金点
- ⑥ 不循常道——超越定势的金点

ISBN 7-80109-573-1



9 787801 095732 >

ISBN 7-80109-573-1/G · 158
定价：90.00元（全六册）

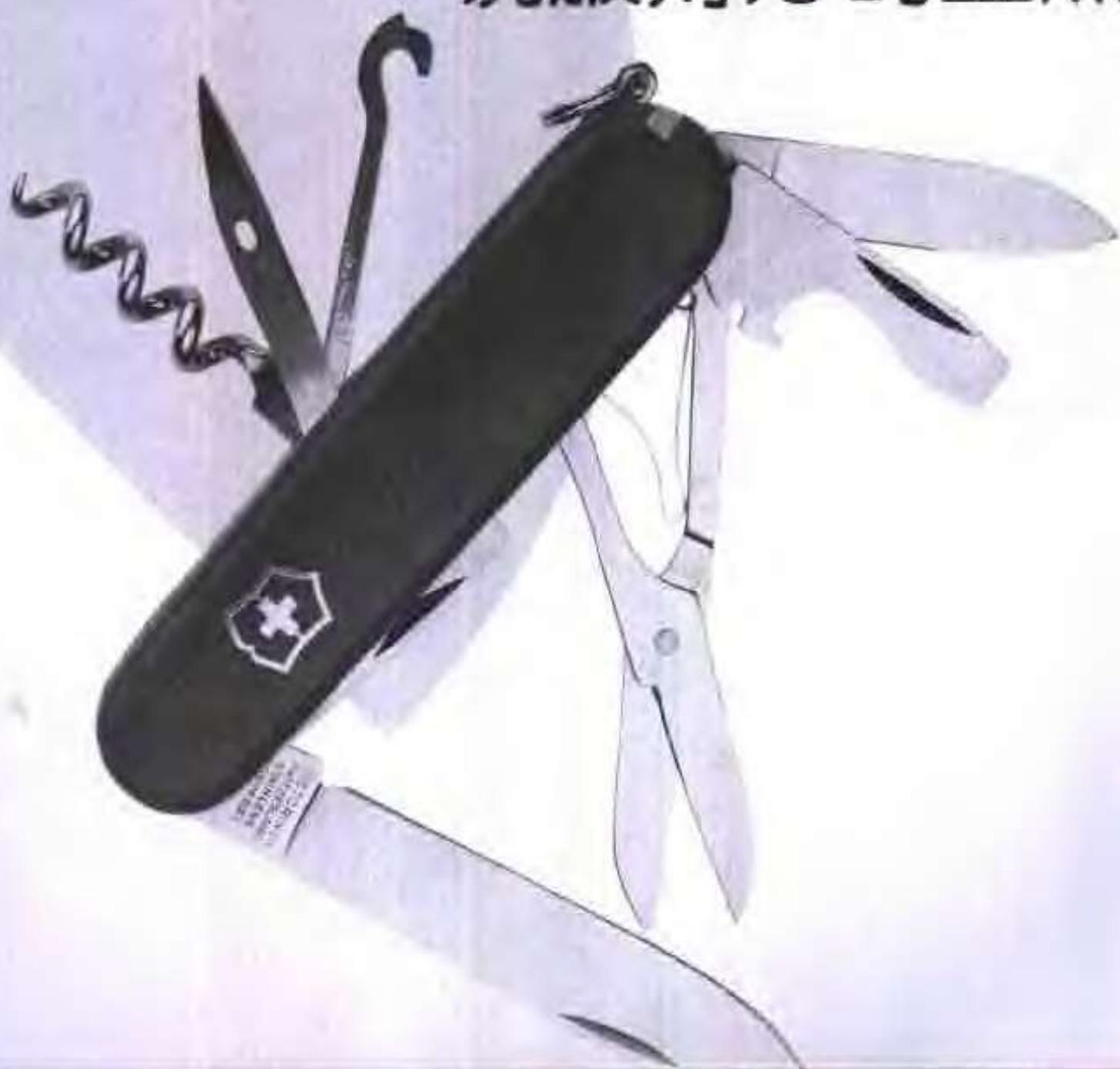
智慧
金点
丛书
Golden Wisdom

3

攻心为上

王政挺教授·编著

说服对方的金点



图书在版编目(CIP)数据

攻心为上:说服对方的金点/王政懿编著. —北京:中央编译出版社, 2002. 6

(智慧金点丛书)

ISBN 7-80109-573-1

I. 攻... II. 王... III. 语言艺术-通俗读物
IV. H019-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 043477 号

攻心为上:说服对方的金点

出版发行 中央编译出版社

地 址 北京西单西斜街 36 号(100032)

电 话 66521152(编辑部) 66171396(发行部)

b t t p //www.cctp.com.cn

E-mail edit@cctpbook.com

经 销 全国新华书店

印 刷 北京金瀑印刷有限责任公司

开 本 880×1230 毫米 1/32

字 数 164 千字

印 张 10.125

版 次 2003 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

定 价 90.00 元(全六册)

人,作为传播的存在

我们生活在传播的海洋里。

走在街上,会有熟人打招呼;各种各样的广告总要吸引你;做生意的大声向路人吆喝;也会有人朝你手里塞张产品介绍;超大型的电子屏幕上正播送着国际要闻;大街上,开来了宣传车,呼吁你立即投身到戒烟运动之中……各种各样的信息传播真如山阴道上,目不暇接。

我们彼此交谈是传播,看书、读报是在传播,看电影、听演讲当然也是在传播;一人独处当然要安静很多,可也会思考问题,自言自语,这也是一种传播。比如,李太白写过一首诗:床前明月光,疑是地上霜;举头望明月,低头思故乡。如此的心潮起伏岂又逊于大庭广众的人声鼎沸?而晚年的李清照独自幽居,一阵秋雨,竟也引发了这位饱经战乱流离之苦的女才子无限的心绪,所谓:“寻寻觅觅,冷冷清清,凄凄惨惨戚戚”;所谓:“雁过也,正黄昏,却是旧时相识”;所谓:“梧桐



更兼雨,点点滴滴”。真是写不尽的忧思和感叹,即使千百年之后,依然令人感奋不已。

我们白天有学习、有工作,或参加会议或忙于应酬,要处理各种各样的信息而不亦乐乎,这是在传播;回到家里虽然可以轻松轻松了,但聊聊天,看看电视,不时还换换台,这也是在传播。睡觉了,一切该安静了罢?非也!一会儿做这个梦一会儿做那个梦,梦中的景观甚至比白天还要热闹。同样是在传播。

我们常见一些小说中写道:“随着一声响亮的啼哭,一个小生命来到了人间……”是的,一声啼哭传递了生命的信息,又一个生命加入了人类的传播世界。过去说一个人死了,标准是心脏停止跳动,如今准确定义为脑死亡,还是使我们想起了传播。

除了各种有声有色的传播,我们生活中发生的一切,我们的衣食住行也无一不是在传播着信息。

毫无疑问,衣着决不仅仅是为了遮体。孔子说“微管仲,吾其被发左衽矣”,在这里,服装是区别不同阶层的标志。像黄袍与布衣,就体现着不同的社会地位,如果“黄袍加身”,那当然就是造反了。

如今虽然没有那么多的讲究,可是一个人穿什么样的衣服,意思还是大不相同。是西服还是中山服,是制服还是便装,不同的场合有不同的要求,一点也马虎不得。专家们认



为,两个穿着便服谈判的人要比两个穿军装的人更易化解敌对态度。时髦的女士则为了领导服装新潮流,“宁要风度,不要温度”。而大文豪萧伯纳干脆走到了极点,建议两个大国领导人在举行军备控制谈判时什么衣服也不要穿,真是赤裸裸的天真。

我们的“食”当然也不仅仅是为了填饱肚子。毛泽东爱说不吃辣椒就不会干革命,这固然是谈笑风生。然而,君子渴而不饮盗泉,就是一种认真的生活态度了。古人有不食嗟来之食的硬汉,有不食周粟而逃上首阳山的伯夷和叔齐,今人有宁可饿死也不吃美国救济粮的朱自清,在这里,“食”的意义也就是生命价值的意义。

同样,我们的住和行也在传播着特定的文化信息。一个人当了大官,如何出车非常有讲究:过去是八抬大轿,鸣锣开道;如今则比较坐什么牌子的车子。北京故宫是世界上保存下来的最大的古皇宫建筑群。它的意义当然也不仅仅是留下了那么多的房子,体现了古代劳动人民的智慧结晶。有位海外归来的老学者说,当他来到北京的故宫时,心灵就会感到强烈的震撼。他说:“我研究了一辈子封建社会,今天才真正感受到什么是封建社会。”这就是建筑在说话,是故宫特有的文化意蕴。

的确,在人类世界无物不传媒,传播无时不在,无处不在。你可以不说话,可你的眼睛、脸色、行为、姿势在说话;一



个人可以遗世孤立,隐居深山,但这么做本身也就是在向世界传播不与社会认同的特定信息。两个国家可以没有外交关系,可依然通过各种各样的途径互相做生意,民间的往来也是热闹非凡。一个社会组织成立了,发宣言发消息做广告,当然是传播。只要它试图继续存在下去,它就必须继续以不同的方式向社会传播信息,要召开专门的会议,印发专门的刊物,成员之间也要进行经常性的沟通。可以说,我们一生都在做传播的工作。

而且,传播具有一定的不可控性。我们可以从字里行间听出弦外之音,也可以从衣帽服饰对一个人做出判别。过去有个大官,走起官步来气势十足,可每次吃饭总要在手心齐齐篾,就是这么一个动作,人们一下子明白了他的出身。因为过去只有打鱼的人才习惯那么做。果然,那人是因渔暴富之后,花钱捐的官。明末洪承畴被清人俘获后,态度非常坚定,连皇太极也失去了信心。可是皇太极的谋臣却从一件很小的事情上看到了希望:洪承畴对落到衣服上的灰尘掸得很细心。连一件衣服都那么爱惜,何况生命呢?美国总统林肯曾经不要某个人来当自己的秘书,因为那人的面容不好。林肯说,人过四十就该对自己的面容负责。无独有偶,中国古代的圣人孟子也早就提出了类似的想法。

你看,我们根本无法拒绝传播。

当然,各种各样的传播无论在形式上还是内容上都带有



自己的特点。有的喃喃细语,有的人声鼎沸;有的羞羞答答,也有的理直气壮;有眉眼传情,也有怒目金刚;有的传播直截了当、开门见山,也有的传播转弯抹角、费人思量。我们通常用的最多的是人际传播,只要张口就行;但是如果上电视,就不那么简单了,得由专业的人员来安排。比如如何化妆,如何上镜头,如何展示自己最有魅力的一刹那……

当然,我们也可以提出各种各样的问题:

——我们为什么爱听别人讲好话?至少,不爱听别人教训自己。

——中国人年年有个大年三十,讲究合家团聚,究竟有什么意义?

——传宗接代的观念是如何深入人心的姑且不论,一个人姓什么却是非常讲究的。有户人家喜得贵子,丈夫要跟自己姓,妻子要姓娘家的姓,连孩子的奶奶和外婆也不甘寂寞,要孩子跟着自己姓。这场奇特的姓氏之争的结果是,最后孩子取名为“点”。每姓占一点。这个现象又说明了什么?

——社会是人际关系的联络网,人与人之间的关系是借传播而建立起来的。但是考察我们与别人的关系,有的是天涯若比邻,而有的,则恰恰相反,是比邻若天涯,为什么?

——我们不少人都是生活中的大好人,可是为什么喜欢看恐怖影片?而且越刺激越好?

——据调查,美国拳击比赛中最多的忠实观众是老年妇



女,为什么?

——报纸上某地建成一条防洪大坝,可保护下游多少地区生命财产安全的消息可能未引人注目,但是,倘报道某地发了大水,洪水肆虐,淹没多少人家,则必定是引人注目的。同样,一条关于谋财害命的报道所引起的注意也远远要超过一条拾金不昧的报道。所以,有许多的小报和杂志就专爱登这些东西,至少,也从一个方面说明了它们有市场,为什么?难道真是人心不古,世风日下?

——我们是以什么样的心态看广告的,又是以什么样的心态听气象预报的,二者有什么不同?

——真的是有理走遍天下?人真的是有理性的动物?

——什么叫礼尚往来?如何往来?当年子路禀告老师孔子自己要“以德报怨”,孔子问,“又何以报德?”子是子路无言以对。孔子的回答是:以德报德,以直报怨。为什么?

——夫妻争吵、朋友反目,起因常常不是什么了不起的大事情,甚至不知为什么就闹到了这一步,这又是为什么呢?

——交通路口,红灯停,绿灯行。可要是红灯一直亮下去,你又会作何感想,为什么?

——常有人说,名字不过是个符号,对上号就行。真是这样吗?什么叫符号?为什么同一个人的名字,在不同的人的心目中却可以引起不同的反应?

——我们是如何应对世界的?人和人之间的差别,真的



欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.com>)

文档名称：《攻心为上：说服对方的金点》王政挺.pdf

请登录 <https://shgis.com/post/11872.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

