

CENGAGE
Learning™

Confident Public Speaking

公共演讲 路径与方法

(第二版)

Second Edition

狄安娜·D.赛尔劳 著

朱强 主译



CENGAGE
Learning™



新闻与传播系列教材·翻译版

清华大学出版社

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2010-0286 号

Confident Public Speaking, 2e

Deanna D. Sellnow

Copyright © 2005 by Wadsworth, a part of Cengage Learning.

Original edition published by Cengage Learning. All Rights reserved.

本书原版由圣智学习出版公司出版。版权所有，盗印必究。

Tsinghua University Press is authorized by Cengage Learning to publish and distribute exclusively this Simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字翻译版由圣智学习出版公司授权清华大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内（不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾）销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可，不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

Cengage Learning Asia Pte. Ltd.

5 Shenton Way, #01-01 UIC Building, Singapore 068808

本书封面贴有 Cengage Learning 防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目 (CIP) 数据

公共演讲：路径与方法 / (美) 赛尔劳 (Sellnow, D. D.) 著；朱强主译。

—北京：清华大学出版社，2010.7

书名原文：Confident Public Speaking

ISBN 978-7-302-22753-3

I. ①公… II. ①赛…②朱… III. ①演讲—语言艺术 IV. ①H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 088837 号

责任编辑：纪海虹

责任校对：王荣静

责任印制：孟凡玉

出版发行：清华大学出版社

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编：100084

社 总 机：010-62770175

邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者：北京密云胶印厂

装 订 者：三河市新茂装订有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：185×235 印 张：27.75 字 数：539 千字

版 次：2010 年 7 月第 1 版 印 次：2010 年 7 月第 1 次印刷

印 数：1~5000

定 价：48.00 元

新闻与传播系列教材·翻译版系列

总 序

从 20 世纪 90 年代中期开始,新闻与传播学教育从人民大学、复旦大学等为数甚少的几家高校的“专有”学科,迅速成为一个几乎所有综合大学乃至相当部分如财经大学、工商大学、农业大学以及师范、艺术类院校的“常规”学科。中国最著名的两所高等学府清华大学、北京大学也相继成立新闻与传播学院。这样一种“显学”局面的形成,一方面是进入信息时代以后,新闻与传播的社会地位、角色、影响不仅越来越重要,而且也越来越被人们所意识到;另一方面是媒介行业近年来的迅速发展为青年人提供了职业前景和想象。尽管与美国大约有 14 万在校学生学习新闻学与大众传播学课程的数量相比,中国的新闻与传播学教育的规模并不十分庞大,但是就中国国情而言,这种新闻与传播教育的繁荣局面还是可能因为一种“泡沫”驱动而显得似乎有些过度。但是,超越传统的新闻学,将更加广义的媒介政治、媒介舆论、媒介文化、媒介艺术、媒介经济、媒介法规、媒介伦理纳入新闻与传播学科,将传播学理论以及各种量化的社会科学研究方法纳入新闻与传播学领域,在大众传播之外将人际传播、组织传播、公共关系等纳入传播学视野,都证明了新闻与传播学的转向和扩展,也正是这种转向和扩展使新闻与传播学教育有了更加广阔的发展空间和学科魅力。

在目前这种情况下,对于中国的新闻与传播教育来说,也许缺少的不是热情、不是学生,甚至也不是职业市场,而是一大批真正具有专业水准的教师,能够既与国际接轨又具国情适应性的教学体系和内容,既反映了学科传统又具有当代素养的教材。人力、物力、财力、知识力资源的匮乏,可以说,深刻地制约着中国的新闻与传播学向深度和广度发展,向专业性与综合性相结合的方向发展。新闻与传播学是否“有学”,是否具有学科的合理性,是由这个学科本身的“专业门槛”决定的。当任何学科的人都能够在不经过 5 年

以上的专业系统学习,就可以成为本专业的博士、专家,甚至教授、博士生导师的时候,当一个经过4~7年本科/硕士新闻与传播学科的专业学习以后从事传媒工作却并不能显示出与学习文学、外语、法律,甚至自然科学的学生有明显差异的专业素质的时候,我们很难相信,新闻与传播学的教育具有真正的专业深度。

作为一种专业建设,需要岁月的积累。所以,无论是来自原来新闻学领域的人,还是来自其他各种不同学科的人,我们都在为中国的新闻与传播学科积累着学科基础。而在这些积累中,教材建设则是其中核心的工程之一。10年前,“南复旦北人大”,作为原来中国新闻与传播学的超级力量,曾经推出过各自的体系性的教材,后来中国传媒大学(北京广播学院)也加入了传媒教育的领头行列,进入21世纪以后,清华大学、武汉大学、华中科技大学以及北京大学的新闻传播学科也相继引起关注,并陆续推出各种系列的或者散本的翻译、原编教材,一些非教育系统的出版社,如华夏出版社、新华出版社等也整合力量出版了一些有影响的新闻与传播学图书。应该说,这些教材的出版,为全国的新闻与传播学教育提供了更多的选择、更多的比较、更多的借鉴。尽管目前可能还没有形成被大家公认的相对“权威”的教材系列,尽管许多教材还是大同小异,尽管相当部分教材似乎在观念、知识、方法以及教学方式的更新方面还不理想,但是这种“自由竞争”的局面为以后的教材整合和分工提供了基础。

清华大学新闻与传播学院与过去基本不涉足新闻与传播学教材的清华大学出版社相互合作,近年来陆续出版了多套相关的著作系列和教材系列。除《清华传播译丛》以外,教材方面目前已经陆续面世的包括《新闻与传播系列教材·英文原版系列》以及原编系列的部分教材。而现在呈现给大家的则是《新闻与传播系列教材·翻译版》系列。

本系列的原版本都是从欧美国家大学使用的主流教材中选择出来的,大多已经多次重印,有的已经被公认至少是本学科最“经典”的教材之一。其中一部分,已经由清华大学出版社推出了英文原版,中英文版本的同时出版还可以帮助读者进行对照学习。这些教材包括三方面内容:

一、传播学基础理论和历史教材。这类教材我们选择的都是经过比较长时间考验的权威教材,有的如《麦奎尔大众传播理论》,虽然过去曾经有中文译本出版,但是这次我们尽量选择了新的版本,以反映传播学近年来的快速变化的成果。《大众传媒研究导论》也是国内少见的有关媒介研究量化方法的教材。这次我们特别还选择了一本由James Curran和Jean Seaton撰写的《英国新闻史》,弥补了国内欧洲新闻史方面的教材空白。

二、新闻与传播实务类教材。主要选择了一些具有鲜明特点和可操作性的教材,弥补国内教材的不足。如《理解传媒经济学》、《传播法》等。

三、新闻与传播前沿领域或者交叉领域的教材。例如《全球传播》、《媒介政治化》等。

这些教材中,有的更加普及、通俗,适合大学本科使用,有的也适合目前受到广泛欢迎的媒介文化方面的通识课程使用,如《大众传播理论》;有的则可能专业程度比较高,更

加适合高年级专业学生和研究生使用,如《人类传播理论》。但是从总体上讲,为了适应目前中国新闻与传播学教育的现状和需要,我们选择的书籍更偏向于大众传播、大众传媒,而对传播学的其他分支的关注相对较少。因为考虑国情的特殊性,新闻学教材也选择比较少。当然,由于新闻与传媒本身所具备的相当特殊的本土性以及文化身份性、意识形态意义等,这些教材并非都适合作为我们骨干课程的主教材,但是至少它们都可以作为主要的辅助性教材使用。

人是通过镜像完成自我认识的,而中国的新闻与传播教育也需要这样的镜子来获得对自我的关照。希望这些译本,能够成为一个台阶,帮助更多的青年学生和读者登高临远,建构我们自己的制高点。

尹 鸿

2004年9月13日于清华大学



前言

我之所以写作《自信的公共演讲》^①这本书,是因为我相信:任何人都能够成为有效的公共演讲者。通过不断的培养、改进、提高,每个人都能完善自己的公共演讲技能,成为一名有效的公共演讲者。自信的公共演讲者,不是善于炫耀技巧,而是应对自如、卓有成效;有效的公共演讲者,善于选择和完善他们的技巧。从根本上说,公共演讲是由一系列步骤组成的过程,诸如,内容的提炼、结构的安排以及适当的表达。这就是为什么本书每一章在阐述了重要概念之后,会循序渐进地介绍一些有效的方法,帮助读者将所学到的概念运用到演讲实践中去。

传播,可以界定为这样一个过程——通过发送和接收信息(包括语言信息和非语言信息),形成共享意义的过程。公共演讲,就是一个传播的语境。然而,它不是线性的,并不仅仅只是演讲者发送信息、听众接受信息的简单过程。它实际上是互动的过程,因为演讲者和听众同时发送和接收信息。因此,在创建分享信息的过程中,双方起着同样重要的作用。本书始终关注这一过程中的双方作用。

成为一名有效的演讲者,是一个发展的、动态的过程,它要求我们不断地改进和调整技巧,从而适应不同的听众,不仅按照特定的场合,而且针对不同的社会和时代,去改变演讲策略;如果仅仅把公共演讲看作是技巧的简单堆砌,就会妨碍我们与时俱进。本书提供了充分的机会,让你游刃有余地掌握演讲技巧,相信每一个人都能提高演讲水平,面向全美国乃至全世界的不同听众,侃侃而谈。自信的演讲,是一个充满乐趣的旅程,而不是一个机械乏味的终点。

关于第二版

新版保留并强化了教师和学生认为最具价值的那些部分,同时,添加了许多新的成

^① 本书为第二版,英文书名为《自信的公共演讲》,中文译本出版时,沿用了第一版的书名。——译者注

分。保留的部分包括学习风格、演讲焦虑、演讲伦理，以及作为整体的其他方面。第二版提供了全新的研究成果和鲜活的案例，同时，增添了叙述性演讲模式、演讲大纲、演讲目的等，更多地强调公共演讲与学生生活的关系。本版新的特征主要体现在：

- 进一步强调了演讲伦理。第一章强调了传播学与公共演讲伦理的关系，行文中皆用图标加以标注，它在很多方面影响着演讲内容的伦理取向，本书强调演讲伦理，将其置于重要位置，从而把学生造就成有道义的公共演讲者。

- “实践环节”方框。文本聚焦公共演讲的过程和操作特性，在每一章，这些方框提供循序渐进的操作指导和检查对照表，帮助学生准备和发表演讲，从而帮助他们按图索骥，形成自己的演讲策略。

- “审视学习圈”方框。对学习风格和学习圈的关键点给予强调，让学生易于掌握，便于操作。

- 更合理的讨论模式。为了提高文本的可读性，我们浓缩了相关的解释、压缩了案例数量。每章所讨论的重点，尽可能为演讲初学者服务。

- 全新的内页版式设计。选取了更多的图片，艺术表现手法清新亮丽，图文并茂，趣味良多。

本书内容与结构

本书分为三个部分，读者可以策略性地选择阅读，发现信息，有意识地针对不同的场合和听众，进行演讲准备和表达。

第一部分“理解传播动力学”。第一章到第四章，介绍传播过程的基本组成。这些概念不仅与公共演讲息息相关，而且与传播互动密不可分。这些章节涵盖传播模式、传播伦理、沟通焦虑、倾听和评价。

第二部分“公共演讲的准备与实施”。第五章到第十三章，论述准备和实施有效演讲的基本技巧。这些技巧包括：主题选择、听众分析、研究支撑材料、如何组织观点、语言、表达和演示辅助工具的运用。

第三部分“传播语境的考量”。第十四章到第十八章，提供一个认识的基础：为什么演讲的内容、结构和表达，应当根据不同的场合和听众而加以调整，以及应当如何调整。其中，涉及多种演讲类型：告知式演讲、说服型演讲、特殊场合的演讲以及小组发言。

本书的一些特点

本书具有一些鲜明的特点，可以帮助学生提高演讲技巧，充分享受公共演讲的乐趣。

选取的材料深入浅出

第三章：你的第一次演讲，可以帮助学生迅速进入状态，在寥寥数周之内，就能够找

到演讲的感觉,接下来,本书提供了基于实践经验的文本,让学生从更高的层次充分把握和驾驭公共演讲的全过程。书中公共演讲的例子,翔实可信。

充分考虑了沟通恐惧对演讲的影响

第二章,我们探讨了公共演讲焦虑。而且,应对公共演讲焦虑的有效策略,贯穿于全书始终,这就让学生知行合一,充分运用详细的策略,有效降低沟通恐惧。

独辟蹊径,涵盖学习风格与学习圈模型

表述主题,不落窠臼,成为本书的一个特色。在论述特定演讲技巧时,我们屡屡提及学习风格和学习圈理论,这其中包括听众分析、支撑材料、引语、语言和推论。学生们将会知晓,作为公共演讲者,如果能够识别和理解自己的学习风格偏好,针对听众不同的学习风格,进行有的放矢的表达,从而涵盖整个学习圈的各个阶段,那么,就有可能极大地提高演讲效果。每一章都提供了积极的策略,帮助读者达到这一目标。第一章:传播学与公共演讲伦理,对“学习风格和学习圈理论”做了详尽的介绍,这是一个重要的理论成果,其研究历时数十年,它深刻揭示了学习方法和信息记忆之间的关系。

强调文化差异

20世纪90年代开始,公共演讲教科书就十分强调“文化差异”这一重要的传播主题。不幸的是,许多教科书无意中边缘化了某些文化群体,或者对之形成了“刻板印象”。为了论述更具有包容性,避免陷入“刻板印象”的泥潭,本书将相关主题充分整合,认识到差异的存在,避免对个体和群体的边缘化、模式化。我们强调了学习风格,采用了独具特色的听众分析策略(第六章),从而达到了这一目的。书中的案例和照片,既来自大众文化,又来自不同的文化群体,从而对相关的概念做出了很好的解释。

强调进行批判性思考

本书自始至终鼓励和支持批判性思考,在CD-ROM和相关网站上,亦复如是。许多教科书只是在每章之初,提供了一个内容大纲或者一系列的学习目标,让读者阅读的同时,积极展开思考,但是,学生们却很少付诸行动。因此,本书在每章开头都提出五个思考题,在“阅读重点”下面列出内容大纲,鼓励学生紧紧盯住这些问题,进行积极阅读,寻求答案。与此相似,每章都有“你的观点是什么”方框,针对文本讨论素材,让学生参照自己的个人经历,进行批判性思考。最后,“回归技术”方框,指导学生查找网络资源,鼓励他们进行深度思考,充分消化和掌握书中讨论的相关概念。

强调演讲伦理

本书自始至终强调伦理。我们认为，演讲者在演讲准备阶段，需要做出诸多的抉择，而伦理直接影响到最终的取舍，比如，演讲主题的选择、听众分析、研究、组织、语言和表达。与此同时，听众在倾听和评价的过程中，也涉及伦理问题。

关注技术策略

本书充分展现了演讲准备和演讲表达时涉及的技术工具，并对有效地、符合伦理地使用这些工具，提供了具体的建议。每章都包含“回归技术”方框，指导学生获取在线资料，进行课后练习。第七章包含了丰富的信息，让学生充分使用互联网资料，进行演讲研究，以及知晓如何对网上资料进行评价和筛选。第十三章，对如何制作演示辅助工具提供了极具操作性的建议。

在教学法上大胆创新

本书不仅介绍了学习风格理论，而且将这一原则贯彻于行文之中：书中对于概念的解释，尽可能覆盖学习圈的“感觉、观察、思考和行动”各个维度。当学生阅读每一章节的时候，这些元素将“涵盖整个学习圈”。章前的思考题、“你的观点是什么”提示、循序渐进的“实践环节”，指导学生了解演讲准备和表达的所有步骤；相关的链接，大量的演讲大纲、摘要和演讲全文，术语表和课后练习，为学生将书本知识转化为实践方略，提供了别出心裁的路径和方法。本书还援用了传播术语，并对之做了简明扼要的界定。书后的术语表详尽可靠。

狄安娜·D. 赛尔劳
北达科他州立大学



要 目

第一章	传播学与公共演讲伦理	1
第二章	有效应对公共演讲焦虑	31
第三章	你的第一次演讲	49
第四章	倾听和批判性沟通	69
第五章	主题的选择和提炼	95
第六章	理解听众	111
第七章	演讲的支撑：证据和研究	135
第八章	主要观点的组织	165
第九章	强化印象：引言和结语	181
第十章	演讲大纲的设计	199
第十一章	语言和风格的选择	223
第十二章	发表演讲	245
第十三章	演示辅助工具的制作与运用	275
第十四章	告知式演讲	299
第十五章	说服型演讲	315
第十六章	说服的策略	343
第十七章	特殊场合的演讲	369
第十八章	小组合作与演讲	397
译者后记	422



详细目录

第一章 传播学与公共演讲伦理	1	学习风格和听众分析	18
为什么要学习公共演讲	3	学习圈的几个阶段	18
有利于个人生活	3	渠道	21
有利于大学教育	5	反馈	21
有利于职业生涯	5	干扰	22
什么是传播	6	符合伦理的公共演讲	22
传播语境	7	关注你的主题和目标	24
自我(内向)传播	8	承认个人偏见	25
非个人传播	8	选择论据	25
人际传播	9	明示信息的出处	26
小组传播	9	口语化表达观点	27
公共传播	10	本章小结	29
传播模式	11	第二章 有效应对公共演讲焦虑	31
线性模式	11	什么是沟通恐惧	33
互动模式	11	为什么会产生公共演讲焦虑	34
相互制衡模式	12	思考和感觉的社会化模式	35
传播过程的七个基本元素	13	学习风格偏好	36
场域	13	自我暗示	36
场域的考量	13	如何降低公共演讲焦虑	39
传播法则的考量	14	系统脱敏	39
发送者	15	步骤 1:循序渐进的放松练习	40
信息	15	步骤 2:循序渐进的想象练习	42
接收者	16	步骤 3:循序渐进的适应练习	43
听众分析	16		

认知重构	43	坏习惯之三:毫无准备	82
步骤 1: 创建一个消极自我		对策: 准备充足	83
暗示列表	44	坏习惯之四: 抱持偏见	84
步骤 2: 将导致你恐惧的非理性认		对策: 洗耳恭听	84
识和认知曲解——加以确认 ..	44	坏习惯之五: 妄下结论	85
步骤 3: 形成积极的应对表述	46	对策: 发现价值	85
步骤 4: 固化积极表述, 不断		坏习惯之六: 面面俱到	86
训练, 使之成为一种习惯	47	对策: 注重分析	86
技巧训练	47	有道德的评论家: 如何提高批评技巧 ..	87
本章小结	48	道德性、有效性批评的基本特征	87
第三章 你的第一次演讲	49	实例举要: 对于内容、结构与	
何谓“听众中心取向”?	50	表达的批评	91
何谓“好的内容”?	52	本章小结	93
何谓“清晰的结构”?	54	第五章 主题的选择和提炼	95
宏观结构	54	选择主题之前的思考	97
引言	55	形成潜在的主题	98
主体	57	头脑风暴	98
结语	57	研究	98
微观结构	61	选择一个主题	100
何谓“有效地表达”?	63	拓展你的个人主题目录	100
声音的运用	64	概念网络图	102
身体的运用	65	进一步研究	103
本章小结	66	提炼主题	103
第四章 倾听和批判性沟通	69	提炼主题“漏斗法”	103
什么是倾听? 为什么它很重要? ..	71	第一步: 选择你的主题	104
倾听的类型: 基于目的的考量	72	第二步: 确定主题范围	104
批判型倾听的 SIER 模型	75	第三步: 考虑你的一般目的 ..	104
有道德的倾听者: 如何提高批判型		第四步: 考虑你的特殊目的 ..	105
倾听的技巧	79	第五步: 形成你的中心思想 ..	106
坏习惯之一: 分心走神	79	“漏斗法”的运用	107
对策: 全神贯注	80	本章小结	109
坏习惯之二: 心不在焉	80	第六章 理解听众	111
对策: 勤做笔记	81	为什么要分析听众	113

什么是听众分析	114	案例	143
人口统计特性的分析	115	故事	144
年龄	116	证言	144
性别、社会性别和性取向	117	搜集支撑资料：研究	145
组织归属	119	挖掘个人经历	145
社会经济因素	120	研究性访谈	146
社会文化背景	121	问卷调查	149
心理特征的分析	122	图书馆资料	149
马斯洛需要层次理论	122	书籍	150
言辞感染力	124	工具书	151
听众分析和学习圈	125	报纸杂志	151
环境特征分析	127	官方文献和学术期刊	151
语言时位学	127	互联网文献	152
空间的物理设置	128	浏览器	153
场合	128	搜索引擎	153
听众分析的方法	129	目录索引	154
直接方法	129	元搜索引擎	154
间接方法	130	其他资源	154
听众分析与伦理	131	电子讨论列表	154
听众分析与主题选择	131	资源评估	154
听众分析与支撑材料	131	恪守研究伦理	155
听众分析与演讲结构	132	评估证据	156
听众分析与演讲表达	132	证据具有相关性吗?	156
听众分析与演示辅助	132	证据具有可靠性吗?	156
本章小结	132	证据具有时效性吗?	156
第七章 演讲的支撑：证据和研究	135	它回答了所有重要的问题了吗?	157
支撑资料的重要性	136	157
增加演讲的广度和深度	137	你查阅了各种各样的资源了吗?	157
吸引不同的听众	137	157
提升演讲者的气质	138	你使用了多种多样的支撑材	
支撑资料的种类	139	料了吗?	157
事实和统计数据	139		
定义、描述和解释	141		

标注证据·····	157	引语·····	185
APA 参考资料列表格式·····	158	故事·····	186
在正式大纲中的使用规范·····	160	令人震惊的事实和数据·····	186
在演讲中,做口头说明·····	160	行动·····	187
本章小结·····	162	幽默·····	187
第八章 主要观点的组织 ·····	165	获得听众认同·····	188
什么是演讲组织?·····	166	建立自我信度·····	189
为什么演讲组织至关重要?·····	167	陈述演讲主题·····	190
对演讲主体部分进行组织安排·····	168	预告主要观点·····	191
为主要观点选择一种陈述模式·····	168	设计有效的结语 ·····	193
以时间为序型·····	171	强化主要观点·····	194
叙事型·····	171	激发听众记住·····	194
因果关系型·····	173	营造结束氛围·····	196
空间转换型·····	173	本章小结 ·····	197
主题型·····	174	第十章 演讲大纲的设计 ·····	199
对比型·····	174	为什么演讲大纲非常重要?·····	200
整合支撑材料 ·····	175	为观点提供清晰的识别模式	201
围绕主要观点,对支撑材料		·····	201
进行分类·····	175	让演讲富有弹性,收放自如	201
必要的时候,进行论点的细化		·····	201
和分解·····	175	提供了对演讲进行反思的机会	202
充分考虑学习圈模型·····	176	·····	202
充分考虑与听众的相关性·····	176	减少演讲焦虑,提升演讲气质	202
合并与连接,让演讲更流畅 ·····	177	·····	202
过渡句·····	177	形成演讲大纲的阶段 ·····	202
演讲中的预告和小结·····	178	大纲初稿·····	202
序号·····	179	第一、第二、第三步·····	202
本章小结 ·····	179	第四步·····	203
第九章 强化印象:引言和结语 ·····	181	第五步·····	205
为什么引言和结语十分关键?·····	182	第六步·····	206
设计有效的引言·····	183	正式大纲·····	213
捕捉听众兴趣·····	183	演讲大纲·····	217
问题·····	184	本章小结 ·····	221

第十一章 语言和风格的选择	223	有效表达的特征是什么?	247
语言和风格的重要性	224	非语言沟通的原则	248
增加清晰性	225	非语言沟通不可避免	248
增强包容性	226	非语言沟通受到文化和环境的限制	249
激发情感	226	非语言沟通信号更可信	250
减少演讲焦虑	227	非语言沟通信号常常不止一个	250
语言的符号属性	228	非语言沟通信号的种类	250
使用语言和风格的有效策略	228	空间	251
口头语言与书面语言风格	228	时间	252
精确	230	仪容仪表	253
外延与内涵	230	目光接触	255
标准英语	231	身体	256
清晰	232	面部表情	256
使用熟悉的术语	232	手势	257
使用具体的词语	234	姿势	259
使用简单的语言和句型结构	234	躯体动作	260
使用主动句	234	声音	261
避免语气停顿	234	声音的有效运用	261
包容性	235	可理解性	262
使用“我们”语言	235	声音变化	264
使用不含偏见的语言	236	交谈式的风格	266
避免使用不合时宜的幽默	238	表达方法	266
生动	239	即席法	266
使用感性的语言	239	读稿法	267
比喻和结构的有效运用	240	背诵法	267
语言和风格的整合	242	即兴法	268
本章小结	243	演讲练习	269
第十二章 发表演讲	245	何时开始练习?	269
为什么表达如此重要?	246	如何进行练习?	269

表达与公共演讲焦虑	271	录像机配液晶投影仪或	290
本章小结	273	显示器	291
第十三章 演示辅助工具的制作		计算机配液晶平板或多媒	
与运用	275	体投影仪	291
什么是演示辅助工具?	276	演示辅助工具的制作	291
为什么使用演示辅助工具?	277	增强语言表现力	292
让语言信息更加清晰	278	计算机幻灯演示的丰富性	
丰富演讲形式	278	292
减轻公共演讲焦虑	278	清楚表达信息	292
加深听众记忆	279	大小合适	292
简化信息表达	279	形式简明	292
增加说服力	279	用色讲究	293
涵盖学习圈的整个过程	279	计算机幻灯样式设计	293
演示辅助工具的种类	280	把时间和金钱花在刀刃上	
实物	280	294
模型	281	为制作计算机幻灯算笔账	
照片	282	294
图画和图解	282	不能占用太多演讲时间	294
地图	282	计算机幻灯片的时长	294
图表	283	所需设备到位易操作	294
图示	285	播放计算机幻灯前检查设备	
有声材料	287	295
视听材料	287	使用演示辅助工具	295
其他感官辅助工具	288	练习使用演示辅助工具	295
演示辅助工具借助的媒介	288	提前安置演示辅助工具	296
非电子媒介	289	解说,并使其融入演讲	296
黑板	289	对着观众说话,别对着演示辅	
挂图和招贴专用纸板	289	助工具	297
印刷品(handouts)	289	适时展示或收起演示辅助工具	
电子媒介	290	297
幻灯片和投影仪	290	本章小结	297
透明正片和高射幻灯机	290	第十四章 告知式演讲	299
卡式录音机和 CD/DVD 机		什么是告知式演讲?	301