



屈云波 主编

游戏比你会说话

Big Book Of Presentation Games

(修订版)

演讲、会议、培训、交际游戏大全

如何使听众对你的演讲或发言提起兴趣并热情参与，而不是昏昏欲睡或烦躁不安？

请快快阅读本书并举一反三使用这些技巧吧！



[美] 爱德华·斯坎奈儿 约翰·纽斯特洛姆 / 著

吉晓倩 / 译

企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

本书游戏目录:

- 第1章 开始会议, 介绍讲演者的精彩游戏
- 第2章 打破僵局, 让陌生人彼此熟悉起来的游戏
- 第3章 吸引注意力的游戏
- 第4章 耐人寻味的人生故事
- 第5章 听众智力测试游戏
- 第6章 分组讨论的技巧
- 第7章 激发听众活力的游戏
- 第8章 鼓励听众参与的游戏
- 第9章 强调并复习要点的游戏
- 第10章 余音不绝: 令人难以忘怀的结束游戏

本书游戏特点:

易于应用: 游戏时间短、易学易用。

费用合理: 不需要为做游戏而购买任何东西, 即使需要花钱, 也只是一点点。

参与性强: 能帮助人们集中注意力, 帮助人们思考、反应、谈话, 更重要的是, 它能寓教于乐!

风险性低: 本书中的任何游戏均经不同参与者在多种场合进行过多次实验, 效果良好。

适应性强: 几乎可以应用于任何场合, 并且有助于强调你要在谈话中阐明的论点。即使稍做改动, 也能够保持原有的风格与特色。

目的单一: 当运用游戏来阐释或说明一个主要论点时, 收效最为明显。



ISBN 7-80147-599-2



9 787801 475992 >



ISBN 7-80147-599-2/F · 597

定价: 29.80 元

PILOT 魅力营销训练营
屈云波 主编

游戏比你会说话

——培训·会议·交际游戏大全

(修订版)

爱德华·斯坎奈尔 著
约翰·纽斯特洛姆

吉晓倩 译

企业管理出版社



麦格劳-希尔教育出版集团

图书在版编目(CIP)数据

游戏比你会说话(修订版)/(美)爱德华·斯坎奈儿,约翰·纽斯特洛姆 著;
吉晓倩译. —北京:企业管理出版社,2004.9

ISBN 7-80147-599-2

I.游… II.①爱…②约…③吉… III.企业管理-方法 IV.F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 065695 号

Big Book Of Presentation Games

ISBN: 0-07-046501-0

Copyright©1998 by the McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved.

The Simplified Chinese Translation edition Copyright©2004 by The Enterprise Management Publishing House and McGraw-Hill Companies, Inc. For sale in the People's Republic of China only.

No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a data base or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字版由企业管理出版社和美国麦格劳-希尔国际公司合作出版。

未经出版者书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记号图字 01-2001-4037 号

书 名:游戏比你会说话(修订版)

作 者:(美)爱德华·斯坎奈儿,约翰·纽斯特洛姆

翻译:吉晓倩

责任编辑:杜敏

技术编辑:袁力

标准书号:ISBN 7-80147-599-2/F·597

出版发行:企业管理出版社

地 址:北京市海淀区紫竹院南路 17 号

邮 编:100044

网 址:<http://www.cec-ceda.org.cn/cbs>

电 话:出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱:editorOem@163.net

salesOem@peoplespace.net

印 刷:香河县闻泰印刷包装有限公司

经 销:新华书店

规 格:787 毫米×990 毫米 16 开本 15 印张 168 千字

版 次:2004 年 9 月第 2 版 2004 年 9 月第 1 次印刷

定 价:29.80 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

别让听众对你的发言嗤之以鼻,不屑一顾!

——内容简介

在发言时怎样做才能不使听众感到昏昏欲睡或者坐立不安?别再依靠那些乏味的笑话了,你应该选用这些妙趣横生的互动游戏或活动。设计这些游戏是为了:

在你与听众之间创造一种和谐温暖的氛围。

暂时忘却单调的演讲,呼吸一点儿新鲜“空气”。

活动活动身体,加速血液循环。

引发热烈的讨论。

用寓教于乐的方式温习讲过的要点。

把思想开小差的听众的注意力吸引回来。

每个游戏都具有快速、有趣、富有创意、简便易行、成本低廉乃至零成本的特点。主要包括以下内容:

开始会议的精彩游戏

打破僵局的游戏

创造和谐气氛的游戏

实用的玩笑和花招

听众智力测试

激发听众热情的活动

令人难忘的结束方式

更多精彩游戏!

作者简介

爱德华·斯坎奈尔(Edward E. Scannell)是全美演说协会(National Speakers Association)的活跃成员,他在美国各地及海外部分地区举办过数以千计的讲座、研讨班和讲习班。

斯坎奈尔曾在许多普通机构及专业机构的董事会中任职,包括滕比商会(Tempe Chamber of Commerce)、美国培训与发展协会(American Society for Training and Development, ASTD)、荟萃专业人士国际协会(Meeting Professionals International, MPI)和全美演说协会。1982年当选美国培训与发展协会主席,随后又担任国际培训与发展组织联合会(International Federation of Training and Development Organizations)执行主席,任期两年。

斯坎奈尔的学术研究涵盖了人力资源管理、人际关系、创造性、会议组织、公司管理和员工队伍建设等诸多领域,撰写或与人合著了一百多篇论文和数部专著。他与约翰·纽斯特洛姆合著的“培训游戏丛书”(由麦格劳-希尔公司(McGraw-Hill)出版)畅销全世界,几乎成了演讲者、培训者和会议组织者的必读书。

斯坎奈尔还曾出任亚利桑纳州立大学(Arizona State University)大学会议局(University Conference Bureau)的主管,并曾执教于美国学生联合会商学院(ASU College of Business)和北衣阿华大学(University Of Northern Iowa)。目前供职于亚利桑纳州斯科茨代尔市的专业发展与培训中心(Center for Professional Development and Training),任主席。

约翰·纽斯特洛姆(John W. Newstrom)博士是大学教授、知名作家,并且为培训与咨询业内的许多机构担任顾问。目前在明尼苏达德卢斯大学(University of Minnesota, Duluth)商务与经济学院(School of Business and Economics)担任教授,讲授人力资源管理课程。同时还开办讲习班,涉及组织变化、人力资源开发、公司管理和人际

关系与群体之间的关系等多个领域。他曾多次为各大公司或机构开设培训课程，课题涵盖范围极广。这些公司和机构包括 3M 公司（3M Co.）、雷克海德管道公司（Lakehead Pipeline）、林—坦科—沃特铁矿开采公司（LTV Steel Mining）、布兰丁纸业公司（Blandin Paper Co.）、钻石工具公司（Diamond Tool）、明尼苏达电力公司（Minnesota Power）、克莱德钢铁公司（Clyde Iron）、斯科茨代尔城（City of Scottsdale）、阿莫尔—戴尔公司（Armour—Dial）和圣路加医院（St. Luke's Hospital）。

纽斯特洛姆从 1971 年开始积极参与美国培训与发展协会的活动，是一位深受听众欢迎的演说家。在美国各地的讲台上都活跃着他的身影。

纽斯特洛姆博士曾为《培训与发展杂志》撰写 10 篇文章，并曾在《管理发展杂志》编辑部任评论员。他与斯坎奈尔合著的“培训游戏丛书”获得广泛赞誉。

近年来，他还与他人合作撰写了：

《经理必读》（与乔·皮尔斯（Jon Pierce）合著）

《组织行为》（与凯斯·戴维斯（Keith Davis）合著）

《机构管窥》（与乔·皮尔斯合著）

《管理者必读》（与莱斯特·比特尔（Lester Bittel）合著）

《训练迁移》（与玛丽·布洛德（Mary Broad）合著）

《领导者与领导程序》（与乔·皮尔斯合著）

致 谢

此类游戏中的任何一种都需要团队合作。在我们为使会议变得更加卓有成效而进行的持续探索中,数以千计的“团队成员”一直在为我们提供鼓励与帮助,我们无法一一向他们致谢。

还有成千上万的朋友与同事参加过我们为美国培训与发展协会、荟萃专业人士国际协会和全美演说协会举办的研讨班和讲习班,我们也对他们怀着深深的谢意。他们帮助我们实地检验了本书中的各个游戏,完善并丰富了书中的许多观点。

对麦格劳—希尔出版公司的菲利浦·拉普尔(Philip Ruppel)和理查德·纳拉摩尔(Richard Narramore)先生长期以来提供的帮助,我们实在是感激不尽。他们不仅仅是我们的出版商,而且已经成了我们的朋友。

谢谢你们!

前言

在发言中使用游戏

显然，你可能已经在怀疑我们的前提——“游戏”了，你也许会认为，在现在这种新机械、新工具、小规模、合理精简或用随便哪个“时髦”的术语都能描述的时代，如果有人居然想在工作场所搞这种雕虫小技——游戏，供商业人员做的游戏，那他一定是在开玩笑！相信我们，我们绝没有开玩笑的意思。实际上，我们对此事的态度是严肃的，我们也完全赞同“商务”世界确实容不得开玩笑的看法。所以，不管你是董事长、销售经理、业务主管还是任何一个有机会发言的人——不管代表你的公司还是代表你的部门——这本书都是为你写的！

发言

本节旨在区分发言的各种类型，并提供一些切实可行的建议，以使你的发言更有成效。

发言的类型

既然我们在谈及“发言”这个词时用的是它最常用的意义，我们就可以分下述几个领域进行讨论：

1. **说明：**你的目的是不是“阐明问题或推销产品”？有许多培训或教育计划都应归入这一范畴，因为它们提供的正是有关新技巧、新知识或新态度的认知性信息。它可以采取在扶轮社（Rotary Club）或基瓦尼斯俱乐部（Kiwanis Club）每周一次的聚会上致辞的形式，也可以采取由首席执行官在公司引进新软件时对几百名员工讲话的形式。不管是在何种场合，也不管面对的是何种听众，这种发言的主要目的都是提供信

息。著名未来学家马文·塞特隆（Marvin Cetron）为了进一步强调这一目的的重要性，曾说过，85% 以上的新信息来自会议。

2. **激励或游说：**有一种观点，认为促使我们行动起来的激励力量应该是发自内心的。我们对此并无异议。不过，“给我们的电池充充电”总是有好处的，就像遍布全球的大型励志团体所做的那样。一些享有盛名的演讲者“做自己分内的事”，以激励他们的听众去做“更大更好”的事，这种情况屡见不鲜。尽管这类发言在市场上也占有一席之地，但它们的效果通常持续不了太久。听众一般在一两周之内就会恢复老样子。不过这类发言还是很重要的。
3. **推进行动：**这类发言的形式可以是某一酒店的销售经理游说协会管理人员或会议组织者，促使他们把即将举行的会议或年会安排在这家酒店，这也是一种“推销”。其形式可以简单到两个人就某一特定问题进行讨论，以达成一致意见，并推进行动，也可以是一个人向整个购买团体或机构进行产品推销。
4. **解决问题：**比如一个团体或组织齐心协力地处理某个问题，以化解分歧。这类发言通常是互动的，而发言者则充当了调解人的角色。

注意：这一简短的分类列举当然不可能详尽无遗。比如这里并没有给出一个明确的界限，把各类发言区分开来。

在发言中使用游戏的效果

自从我们发现一个人注意力集中的时间十分短暂以来，我们一直在使用互动式的练习或游戏，来使发言变得生动活泼！如果你对此还有怀疑的话，那就回忆一下，上周午餐聚会上某个人的发言你还能记住多少？近一点儿说，你能不能记起今天早上某个推销员说的两三句话？实际上，近期的一些研究指出，我们大多数人在不同场

合注意力集中的时间是从十秒钟到三四分钟不等！由此不难看出，为什么我们容易感到厌倦（或者兴味索然），为什么我们对生动活泼、富于变化的发言反响极为强烈。

游戏的特点

让我们看一下活动、游戏以及其他参与技巧的特点，然后再看看怎样将其应用于你的每次发言之中。通常，游戏有下面几个特点：

1. 易于应用：类型多种多样，可以用 5 或 10 秒钟来活动身体，也可以用 1 分钟来做演示或演短剧。不过，既然上述活动旨在为会议的主要目的或内容作补充，用于游戏的时间应尽可能短。
2. 费用合理：一般来说，不需要为做游戏而购买任何东西，也不必邀请外来的专家或顾问参加。本书中的游戏几乎都无需任何费用，即使需要花钱，也只是一点点。
3. 参与性强：游戏要想行之有效，就应该使参与者既有身体上的参与（通过活动身体），又有心理上的参与（通过运用眼睛或头脑）。游戏通常能帮助人们集中注意力，帮助人们思考、反应、谈话，更重要的是，它能寓教于乐！
4. 风险性低：本书中的任何游戏均经不同参与者在多种场合进行过多次实验。如果你欣赏这些游戏，并且将其与合适的内容、合适的场景、合适的听众、合适的气氛结合起来，它们必将成为你的得力助手。游戏对使用者态度友好，人们也回报以同样的态度。
5. 适应性强：最好的游戏，就像最好的幽默故事一样，几乎可以应用于任何场合，并且有助于强调你要在谈话中阐明的论点。这类游戏即使稍做改动，也能够保持原有的风格与特色。实际上，我们完全支持你为了使这些游戏能够为你所用而进行修改。
6. 目的单一：当运用游戏来阐释或说明一个主要论点时，收效

最为明显。因此，对游戏的运用应限于一定范围，不应让它涵盖面过宽。只有保证游戏内容单一，目标集中，它们才能发挥预期的作用！

目 录

别让听众对你的发言嗤之以鼻，不屑一顾！

——内容简介	1
作者简介	2
致谢	4
前言	5

第1章 开始会议，介绍讲演者的精彩游戏	1
带姓名牌的集体照片	3
使期望目标一致	5
抛开你的烦恼	8
很高兴来到这儿	10
但我总是那样做	11
主观主义(主观主义想法的形成及其体现)	13
介绍特邀讲演者	15
起立鼓掌	16

第2章 打破僵局，让陌生人彼此熟悉起来的游戏	17
互相认识一下(一)	19
互相认识一下(二)	21
使新成员尽快融入集体	22

宾戈游戏	23
联想记忆	25
提一些创造性的问题	26
姓名牌联谊会	28
星座与行为方式	29
几个打破僵局的游戏	30
寻找共同点和不同点	32
集体握手	34
第3章 吸引注意力的游戏	35
你是哪一类员工?	37
我们的观察力如何?	39
超感知觉——打破僵局一法	41
五个简单问题	43
国家销售代表测试	44
精神的力量	45
99.9% 怎么样?	47
第4章 耐人寻味的人生故事	49
禅宗的公案（一杯茶）	51
狗鱼（火炉）综合症	53
列队行进的毛毛虫的故事	55
克服排斥变化的心理	57
乏味的玩笑	60
第5章 听众智力测试游戏	61
第四项也同样重要	63
突破框框开阔思维	67
一对夫妻买了一栋房子	70

等式测验	72
隐藏的正方形	76
第6章 分组讨论的技巧	79
几种典型的分组方法	81
万能的分组方法	83
“66”技巧	85
激发创造力的自由讨论	87
利用扑克牌分组的技巧	89
让大家安静下来的好办法	90
第7章 激发听众活力的游戏	93
设计自己的墓志铭	95
有趣的活动告示牌	97
学习的“新方向”	99
振作精神	101
不要急于动手	103
隐藏的三角形	105
推与让步	108
起立与轻拍	110
放松一下	111
一个苹果里有多少棵树?	113
第8章 鼓励听众参与的游戏	115
交换美元	117
交换主意	119
共享好主意	121
积极参与	122
鼓励参与	124

如愿以偿.....	126
想当然要不得.....	128
随意涂写的反馈栏.....	130
反响卡片.....	132
争夺美元的游戏.....	133
第9章 强调并复习要点的游戏.....	135
按字母顺序复习.....	137
好运之轮.....	140
快速复习.....	143
“十大要点”复习方式.....	144
有奖竞答.....	147
掌握核心概念.....	148
对与会人员给予正强化.....	150
即使教师有时也会犯错.....	152
第10章 余音不绝：令人难以忘怀的结束游戏.....	155
收集正面评语.....	157
满意地离去.....	159
分享好时光.....	160
提高价值.....	162
分析一下束缚你的因素.....	164
我要给自己写一封信.....	166
如果你征求我的意见.....	169
附录 精彩团队培训游戏.....	171
迷失丛林/电网/小泰山/全体离地/核弹头/风中劲草/信任空中飞人/信任 进步行/建绳房/他的授权方式/踩轮胎/怪兽/寻人游戏/进化论/寻宝游 戏/踢足球/对推掌/不考试的测试/飞虎队/天龙八部/猜猜我是谁/分组游 戏/大树与松鼠/串名字游戏/红黄牌/优点与缺点/四分之一感觉/我们是 一家/扑克分组/呼啦圈/高空飞蛋/建大桥/建塔/飞行器	

第 1 章

开始会议,介绍 讲演者的精彩游戏