



CENGAGE
Learning™

第 13 版

的

演讲 艺术



鲁道夫·F. 维尔德伯
凯瑟琳·S. 维尔德伯
曲思伟 等

著
译

The Challenge of
Effective Speaking



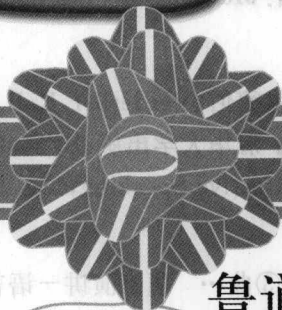
清华大学出版社

H019/135

2008

第13版
的

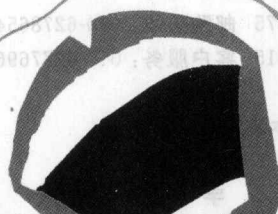
演讲 艺术



鲁道夫·F·维尔德伯
凯瑟琳·S·维尔德伯
曲思伟 等

著
译

The Challenge of Effective Speaking



清华大学出版社
北京

Rudolph F. Verderber Kathleen S. Verderber
The Challenge of Effective Speaking, 13th Edition
EISBN: 0-534-64697-2

Copyright © 2006 by South-Western, 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

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2006-6542 号

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 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

演讲的艺术(第13版)/(美)维尔德伯(Verderber, R. F.), (美)维尔德伯(Verderber, K. S.)著; 曲思伟等译. —北京: 清华大学出版社, 2008. 2

书名原文: The Challenge of Effective Speaking, 13e

ISBN 978-7-302-16709-9

I. 演… II. ①维… ②维… ③曲… III. 演讲—语言艺术 IV. H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 202851 号

责任编辑: 刘志彬

责任校对: 王凤芝

责任印制: 李红英

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

c-service@tup.tsinghua.edu.cn

社 总 机: 010-62770175 邮购热线: 010-62786544

投稿咨询: 010-62772015 客户服务: 010-62776969

印 刷 者: 北京密云胶印厂

装 订 者: 北京市密云县京文制本装订厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 185×260 印 张: 22.5 字 数: 455 千字

版 次: 2008 年 2 月第 1 版 印 次: 2008 年 2 月第 1 次印刷

定 价: 36.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系
调换。联系电话: (010)62770177 转 3103 产品编号: 022581-01

前言

FOREWORD

第 13 版了！我们非常高兴能获此殊荣——呈现给您《演讲的艺术》的最新版本。当鲁道夫 1970 年出版本书的第 1 版时，他向他的同僚们分享了他对演讲指导教师这一困境——在学习阶段，如何让学生在大量的信息的同时，也能做优秀的演讲——的解决方案。结果是令人欣慰的：《演讲的艺术》一书不仅成了经典，书中所提到的在课堂上讲授和掌握演讲的方法（最早可以追溯到 35 年前）也成了该学科的标准。

本书之所以成为其他教材的标准，是因为我们采用了维尔德伯方法，该方法符合大学生连续上课的需要。当着手改版时，我们仔细听取了来自全国各地指导教师的反馈意见，他们告诉我们，学生的需要发生了哪些变化。我们也学习了最新的知识，并参阅了无数篇社团领导的演讲。然后，我们根据我们所学到的知识修订了本书。在每一版中，我们的目标都是使《演讲的艺术》成为指导当前一代学生如何做有效演讲的更好的工具。我们相信，本书的第 13 版阐明、更新并提炼了演讲准备过程，这一过程充分反映了现在的学生走出课堂后可能会遇到的演讲上的挑战。

当完成本版本的写作以后，我们惊讶于所做的实质性修改之多。然而，我们相信我们保留了精髓部分，这部分正是本书作为教学工具广受欢迎的原因。我们对这些修改感到兴奋，也希望你会发现这些修改让你的学生能够更好地掌握有效演讲。让我们看看这些改动以及本教材的特点。

本版本的新内容

新版本采取了很多概念和教学方法上的改变，包括以下各章的显著性改动：

第一章 演讲简介 本章采用了一种全新的、独特的方法向学生介绍演讲。本章引入了演讲过程的概念性框架，使学生的兴趣集中到演讲的过程和特色上来，阐明了演讲准备对提高演讲有效性的重要作用。以前我们讨论演讲，都是从介绍一个一

般沟通模型开始,这些模型尽管有启发意义,但是从帮助学生理解“听众—演讲者—背景”这一动态关系,以及这一动态关系如何左右学生的演讲成败方面来看,已经不适用了。在这一版本中我们创建了一个能解释这种动态关系的模型,并且说明演讲的有效性是怎样取决于演讲者理解,并根据听众调整演讲内容以及在演讲准备和演讲表达过程中的背景因素。我们相信这个概念性基础可以为演讲初学者提供一个更好的切入点。

第二章 通过演讲计划过程树立信心 本章进行了广泛的调整。对演讲紧张的讨论,给出了对抗紧张的短期策略和长期战略。本章强调了充分准备对减轻紧张的重要性,并介绍了可以用来准备有效演讲的六个演讲计划行动步骤。之后,本章又给出了“首次演讲”的练习作业,这样学生可以在以下方面得到早期的练习:制定演讲目标、适应听众、收集支持信息、组织演讲、准备直观教具以及练习一篇简短的叙事性演讲。

第四章 制定一个能够满足听众需求的目标 本章包括更加深入的对待听众分析过程。听众分析过程包括对收集听众人口统计学特征及听众态度信息的多种方法的一个系统描述。

第五章 适应听众 本章进行了彻底的重构,并且描述了演讲者可以用来确保演讲材料适应特定听众的几种具体方法。这一章包括证明演讲材料与听众相关、确保听众理解演讲内容、建立公共基础、表示善意、阐明演讲者可信度、认清听众态度以及根据听众语言和文化差异进行调整的几种方法。

第六章 为演讲进行信息调研 电子调研数据库、电子索引和基于互联网的信息来源已经改变了演讲者进行二次调研的方法,这一章进行的修改反映了这些方法的改变。这一章中,我们假设学生懂得使用计算机进行调研,并且解释如何运用这些工具获得他们寻找的信息。

第九章 创建和使用直观教具 本章通过提供专业品质的直观教具进行了更新,使学生做好面对真实世界的准备。

第十章 练习演讲措辞 本章进行了简化并提供了更多的例子,这样,学生可以学会如何运用语言使观点变得清晰、生动和恰当。

第十二章 知识性演讲 本章进行了实质性的修改,不仅简单地讲述了不同类型的知识性演讲,而且重点讲述了可以用来在任何知识性演讲中形成主要观点的知识性方法。这些知识性方法包括描述、定义、比较和举例。我们对每种方法都加以解释并举例说明。其中,对过程演讲和说明演讲这两个最常见的知识性演讲,我们进行了深入的讨论,并提供了相应的演讲练习作业和演讲范例。

第十三章 说服性演讲:说服听众 本章是讲述说服性演讲的两章中的第一章。这两章共同展示了一个完整的方法,该方法可以帮助学生理解逻辑推理、情感呼吁以及演讲者可信度在说服的过程中如何共同起作用。本章致力于教会学生口头论证的基本知识。本章讨论了听众对一个演讲主题的初始态度如何影响说服性演讲的

目标选择,描述并举例说明了说服力演讲的类型,解释如何去选择原因和支持,教会学生如何运用 Toulmin 方法来形成有力的论据,并列出了演讲者需要避免的常见论证误区。本章的结尾部分提供了五种说服力演讲的组织模式,并布置了一篇旨在说服别人的演讲练习作业。

第十四章 说服力演讲:激发听众 本章是说服力演讲两章中的第二章,本章的基础是佩蒂和卡奇奥波的详尽可能性模型(Elaboration Likelihood Model, ELM)。本章一开始就向学生介绍了 ELM 模型,这样,可以理解逻辑推理、情感呼吁以及演讲者可信度如何影响听众的观念和行为。我们描述了演讲者如何运用情感呼吁来增进听众参与演讲的程度。ELM 模型显示,参与到演讲过程中的听众更容易倾听、思考以及仔细衡量演讲者的论点。于是,我们建议演讲者应该表现出可信度,尤其是善意,以期激励那些尚未参与进来的听众积极参与进来。接下来,我们解释了演讲者如何通过提供能满足听众未满足的需求的激励来激发听众去采取行动,也解释了激发行动型组织结构。最后,我们给出了符合伦理道德的说服力演讲的指导方针。本章以一个说服力演讲练习作业作为结束。

第十五章 仪式性演讲:特殊场合的演讲 本章进行了修改,使学生可以首先探究听众对于每一种仪式性演讲的期望,然后,在他们准备仪式性演讲时,给出一些具体的策略和注意事项。最后增加了一个关于祝酒词的讨论,因为祝酒词可能是很多学生要做的第一个仪式性演讲。

新增特色

- **演讲计划行动步骤** 该步骤引导学生完成一个顺序性的演讲准备过程,这是维尔德伯方法的一个重要特色。这些顺序性的行动构建了学生在准备有效演讲时必须完成的任务。数年来,我们一次又一次地听到指导教师反馈说,当他们要求学生按照演讲计划行动步骤完成准备过程时,学生的演讲质量取得了显著的提高。几乎每一个行动步骤都配有学生对这一行动反应的范本。
- **新专栏:聚焦演讲者** 本专栏为给学生介绍不同背景、不同经历的名演讲家,包括苏珊·B. 安东尼、马里恩·赖特·俄德尔曼和博诺。这些简短的专栏介绍了当代和历史上的重要的演讲家,强调了他们赖以成名的演讲的特色。
- **新的学生演讲范例** 这些范本都伴有适应听众计划和句子完整的大纲。在这个版本中包含了几个新的演讲,并且根据使用本书的指导教师的反馈,重新引入了“请睁开你的双眼”这个经典的演讲。与每一个演讲相对应,我们提供了大量的页边评论,对演讲者所讲的和文中讨论的概念和指导方针进行了比较。
- **“伦理道德反思”的案例分析** 这些案例被更加彻底地整合到每一章中。这些

小案例刻画了演讲者在准备和进行演讲时会遇到的伦理困境。每一案例后设置的问题鼓励学生去深入思考那些伦理道德问题。这些案例可以用作短篇写作作业或者简短的课堂讨论。

另外,第13版还包括其他的更新了的技术特色,每一章后的“网上挑战”部分突出讲述了这些。(因技术及其他原因,网络和光盘部分的内容在前言和正文中进行了省略,但不影响本书的正常使用,望读者谅解。——译者注)

致谢

在当今这个时代,一本基础教材是很多人努力的结果,我们要感谢那些对本书的出版做出贡献的人。尽管我们对书中的内容负有最终的责任,但本书第13版是团队协作的成果。我们首先要感谢那些允许我们使用他们在课堂上的演讲的可爱的学生。我们还要感谢那些遍布全球的使用之前版本的同仁们,尤其是那些为使本书更好地适应教学需要提供了反馈和意见的人。特别要感谢的是那些提供正式评论的人,本书的修订正是基于这些评论:

Merry Buchanan, University of Central Oklahoma; Suzanne Buck, University of Houston; June Butts, Broward Community College; James M. Gotcher, Austin Peay State University; Stephanie L. Hood, Pasadena City College; Cheryl A. Moody, Southwestern Illinois College; Pamela J. Reid, Copiah-Lincoln Community College; Ken Sherwood, Los Angeles City College; Kristina N. Tabor, University of Cincinnati; Kathryn Wylie-Marques, John Jay College; and B. K. Whetstone Smith, Houston Community College.

我们感谢:西南伊利诺伊大学的谢里尔·穆迪,他为本书的指导教师注释版写了注释;配有习题库的指导教师资源手册的作者;学生练习册的作者。

我们对能和Wadworth出版公司这样专业的优秀团队合作感到庆幸。我们要感谢我们的出版人霍利·艾伦;高级开发编辑格里尔·卢阿德;助理编辑达兰·阿米登-希伦特;编辑助理特赖纳·恩里克斯;产品项目经理玛丽·诺埃尔;高级技术项目经理珍妮特·怀斯曼;以及高级市场经理金·拉塞尔。我们还想对Cooper公司的塞西尔·乔伊纳表示谢意,他和格里尔·卢阿德一道,控制本项目正常、按时并在预算额度内完成。

最后,我们要感谢我们的家庭,他们用极大的耐心容忍了我们定期的不在家。我们特别要感谢我们的孙子、孙女安娜、伊桑和艾比,我们非常爱他们,并将这本书献给他们。

目 录

CONTENTS

前 言	I
本版本的新内容	I
新增特色	III
致谢	IV

第一部分 认识演讲

第一章 演讲简介	3
演讲以听众为中心	4
听众	5
背景	5
演讲者	6
演讲计划过程	7
演讲发表过程	7
演讲有效性	7
演讲技能的作用	8
演讲要求我们的行为符合伦理道德规范	9
有效的演讲者是有力的	12
本章小结	13
本章关键词	13
第二章 通过演讲计划过程树立信心	14
理解演讲紧张	15

演讲紧张的征兆	16
演讲紧张的原因	17
紧张的理想水平	19
克服演讲紧张	19
一般方法	19
具体技巧	21
通过有效的演讲计划获得信心	22
第一步: 选择一个适合听众和场合的演讲目标	23
第二步: 理解听众并适应听众	23
第三步: 收集和评估演讲中用到的信息	24
第四步: 组织和改良信息以形成一个结构合理的大纲	25
第五步: 选择适合听众的直观教具	26
第六步: 练习演讲的措辞和表达	26
准备一个叙事型(个人经历)演讲	28
本章小结	31
本章关键词	32
第三章 有效倾听	33
专心听演讲	35
理解并记住演讲的信息	36
批判地分析演讲	38
评估演讲有效度	40
本章小结	42
本章关键词	43
第二部分 原 则	
第四章 制定一个满足听众需求的演讲目标	47
确定主题	48
列出学科	49
运用头脑风暴找主题	50
分析听众	52
所需听众数据类型	52
人口统计学信息	52
学科相关的听众数据	53
收集听众数据的方法	55

分析背景	59
选择一个主题	62
写出演讲目标	64
理解总体演讲目标和具体演讲目标	64
具体演讲目标措辞	64
本章小结	68
本章关键词	69
第五章 适应听众	70
相关性	71
合乎时宜	72
邻近性	72
严重性	73
理解信息	73
引导听众	73
定义关键词	74
用生动的例子形象地展示新概念	74
将信息个人化	74
将未知的观点与熟知的观点比较	75
用多种方法形成观点	76
共同基础	76
运用人称代词	77
询问修辞性问题	77
分享共同体验	77
演讲者可信度	78
展示知识和专长	78
可信程度	80
个人魅力	80
听众初始态度	81
语言和文化差异	81
克服语言问题	82
选择文化敏感的材料	83
形成一个适应听众的具体计划	83
本章小结	85
本章关键词	86

第六章 为演讲进行信息调研	87
查明和评估信息来源	88
个人知识、经验和观察	88
图书、文章和常规参考资料	89
浏览确定资料来源的价值	97
判断资料来源的标准	98
找出并选择相关的信息	101
有事实根据的陈述	101
专家意见	104
信息的表达形式	104
从多重文化层面提取信息	107
记录信息	108
准备记录卡	108
在演讲中提及资料来源	110
本章小结	111
本章关键词	112
第七章 组织演讲正文,并写出大纲	113
建立一个主题陈述	114
确立主要观点	114
写出主题陈述	118
写出演讲正文的大纲	120
用大纲的形式列出主要观点	121
确定分论点并将其写入大纲	126
列出支持材料	128
创作过渡部分	129
本章小结	132
本章关键词	132
第八章 完成大纲:创作引言与结论	133
创作引言部分	134
引言的目的	134
引言的类型	136
挑选一个引言并生成引言的大纲	140
创作结论	142

结论的目的	142
结论的类型	142
挑选一个结论并生成结论的大纲	145
完成大纲	146
列出资料来源	146
写一个标题	148
对大纲进行检查	150
本章小结	153
本章关键词	154
第九章 创建和使用直观教具	155
直观教具的类型	157
演示直观教具的手段	162
选择直观教具的标准	165
制作有效直观教具的原则	168
演示直观教具应遵循的指导原则	172
本章小结	173
本章关键词	174
第十章 练习演讲措辞	175
语言和意思	177
演讲要清楚	178
使用具体的语言	178
提供细节和例子	182
对文化差异保持敏感	182
演讲要生动和重点突出	183
使用生动的语言	183
强调关键的词语和观点	183
演讲要恰当	186
根据演讲的场合调整语言的正式程度	186
限制行话和俚语的使用	186
选择语言要有敏感性	187
本章小结	190
本章关键词	191
第十一章 练习表达	192
表达的要素	194



声音	194
发声	195
身体语言	197
会谈式演讲的特点	199
热情	199
声音富有表现力	199
自然	200
流利	200
眼神交流	202
表达的类型	203
即兴演讲	203
照稿念的演讲	203
即席演讲	204
演练	204
制定演练部分的时间表并遵照执行	204
准备演讲笔记	205
在演讲中使用直观教具	207
对演讲进行演练	208
评估演讲的一般标准	211
本章小结	216
本章关键词	217

第三部分 知识性演讲和说服性演讲

第十二章 知识性演讲	221
知识性演讲的特点	222
激发智力	222
创造性	223
有所强调,加强记忆	225
知识性演讲的方法	227
描述	227
定义	228
比较和对比	229
叙述	230
示范	230
常见的知识性演讲框架	232

过程式演讲·····	232
讲解式演讲·····	237
本章小结·····	245
本章关键词·····	246
第十三章 说服性演讲：说服听众 ·····	247
建立说服性演讲的目标·····	248
将你的说服目标做调整,以适应听众的初始态度·····	248
将说服性演讲的目标用语言组织成命题·····	251
给出有力的理由和证据·····	253
寻找理由作为主要观点·····	253
挑选证据来支持你的理由·····	255
说服听众·····	258
论证的要素·····	258
避免谬论·····	264
说服性演讲的组织结构·····	266
陈述理由型·····	266
比较优势型·····	266
满足标准型·····	267
解决问题型·····	267
本章小结·····	273
本章关键词·····	274
第十四章 说服性演讲：激发听众 ·····	275
激励听众思考：详尽可能性模型·····	276
通过情感呼吁,增加听众的参与度·····	278
激发消极情感·····	278
激发积极情感·····	281
树立你的可信度：表示你的善意·····	283
激发听众采取行动：激发行动型演讲·····	286
理解刺激因素如何激发行动·····	286
利用刺激因素满足需求·····	287
说服性演讲的激发行动型组织结构·····	289
形成符合伦理道德的说服性演讲的原则·····	291
本章小结·····	299
本章关键词·····	300

第四部分 适应其他场合及形式的演讲

第十五章 仪式性演讲：特殊场合的演讲	303
欢迎词	304
期望	304
注意事项	305
介绍	305
期望	305
注意事项	305
授予致辞	307
期望	307
注意事项	307
获奖感言	308
期望	309
注意事项	309
祝酒词	310
期望	310
注意事项	310
颂词和悼词	312
期望	312
注意事项	312
其他仪式场合的演讲	313
本章小结	313
本章关键词	314
第十六章 使问题解决型讨论更有效	315
问题解决型讨论的特点	317
制定成员都忠诚的、定义清楚的目标	317
多元化成员的最佳构成	317
凝聚力	317
章程和规范	318
工作环境	318
问题解决型讨论的过程	319
明确问题	320
分析问题	321

确定解决方案的标准·····	321
确认可选方案·····	323
评估方案·····	323
决策·····	323
实施并监控决策·····	324
领导责任·····	325
为会议做准备·····	325
领导讨论过程·····	327
后续行动·····	328
成员责任·····	328
准备会议·····	329
参与讨论·····	329
后续行动·····	330
当讨论对公众开放时·····	330
研讨会·····	331
专门小组讨论·····	331
市政会·····	331
公开听证会·····	332
本章小结·····	333
本章关键词·····	333
注释·····	334
术语表·····	337
译后记·····	342

第一部分

认识演讲

第一章 演讲简介

第二章 通过演讲计划过程树立信心

第三章 有效倾听