

如何做一场

HOW TO WRITE & GIVE A SPEECH

精彩的

A Practical Guide for Anyone
Who Has to Make Every Word Count

演

[美] 琼·戴兹 著
张珂 译

讲

如何做一场 精彩的演讲

[美] 琼·戴兹 著
张珂 译

南海出版公司

图书在版编目 (CIP) 数据

如何做一场精彩的演讲 / (美) 琼·戴兹著; 张珂译. — 海口: 南海出版公司, 2019.6
ISBN 978-7-5442-9530-7

I. ①如… II. ①琼… ②张… III. ①演讲—语言艺术 IV. ①H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 019636 号

著作权合同登记号 图字: 30-2018-138

HOW TO WRITE AND GIVE A SPEECH, 3DR EDITION

Text Copyright © 1984, 2014 by Joan Detz

Published by arrangement with St. Martin's Press, LLC.

Simplified Chinese edition copyright © 2019 by Thinkingdom Media Group Ltd.

All rights reserved.

如何做一场精彩的演讲

〔美〕琼·戴兹 著

张珂 译

出 版 南海出版公司 (0898)66568511
海口市海秀中路 51 号星华大厦五楼 邮编 570206
发 行 新经典发行有限公司
电话 (010)68423599 邮箱 editor@readinglife.com
经 销 新华书店

责任编辑 翟明明
特邀编辑 沈悦 敬雁飞
装帧设计 李照祥
内文制作 王春雪

印 刷 山东鸿君杰文化发展有限公司
开 本 880 毫米 × 1230 毫米 1/32
印 张 8.5
字 数 170 千
版 次 2019 年 6 月第 1 版
印 次 2019 年 6 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5442-9530-7
定 价 58.00 元

版权所有, 侵权必究

如有印装质量问题, 请发邮件至 zhiliang@readinglife.com

新经典文化股份有限公司

www.readinglife.com

出 品

献给自一九九二年以来参与我主办的
演讲稿写作研讨班的朋友们

选择卓越 / 超越自我 / 进无止境

目录 | CONTENTS

致谢 /1

前言 /3

1 有人请你做一场演讲，现在你该怎么做？ /7

2 准确定位你的观众 /13

3 你将在什么地点、什么时间演讲？ /25

4 如何为你的演讲收集信息 /34

5 撰写演讲稿 /48

6 如何令内容简单明了 /71

7 文体特点 /95

8 怎样的幽默有效果，怎样的没效果 /108

9 特殊场合下的演讲 /117

10 具体细节 /152

11 传达 /184

12 传统媒体和社交媒体 /207

13 跨国演讲 /217

14 演讲部门 /230

15 演讲撰稿人：如何雇用撰稿人并与其合作 /239

附录 /247

致谢



很多人在本书的创作过程中帮助了我，谢谢你们。

我尤其想要感谢：壳牌集团的布雷恩·阿克勒；美国海岸警卫队的理查德·巴特森；美国空军的萨布拉·布朗；丰田汽车公司的卡里·钱德勒；演员多米尼克·查尼斯，他曾出演电视剧《黑道家族》；国际职业妇女协会的达连娜·弗里德曼；口译员亚由美·格林；美国医疗健康服务网站 WebMD.com 的凯瑟琳·哈恩；大学城科学中心的珍妮·梅尔；笔译员阿奇·娜古努玛；贝斯特韦斯特酒店集团的托德·萨默斯。

特别感谢新罕布什尔州参议院公共关系总监卡罗尔·阿尔法诺，她能力惊人，在最紧张的时限内也能出色完成任务。

我的编辑达尼埃拉·拉普，自我跟她提出想要出版这一新版本的想法后，她就一直在支持我，而且给我提供了非常实用的意见。谢谢你！

史蒂夫·罗曼负责本书的审校工作，他干得十分出色。简单来说，他做了任何一位作者所能期望的最好的审校工作。非常

感谢！

我还要向我的客户们表达感激之情：在这个大型公关公司日益增多的时代，你们对我的个人演讲培训事业的支持，使我的专业特长得到了充分发挥。感谢你们对我的信任。

最后，我最想谢谢我的儿子塞斯·鲁宾斯坦，他是与我的演讲稿写作事业一同成长的。塞斯出生八天后，我就重拾了笔杆，那时我不得不在家庭办公室中放一只婴儿摇篮，将他放在摇篮里，以便按时完成写作任务。多年来，他在这间办公室里帮我做了很多事情：校对、编辑、提出宝贵建议。（另外，我已经数不清他帮我解决了多少电脑方面的问题。）谢谢，我对你的谢意就像你们史瓦兹摩尔学院老帕里什宿舍楼前的石头上所刻的那样——永不停息。

前言



《如何做一场精彩的演讲》一书首次出版于一九八四年。您现在看到的是第三次修订版。三十年前，圣马丁出版社买下了这本书的版权，目前来看，这一举动相当明智，因为这本书如今还在步步前行。现在，整个连锁书店行业都面临着歇业的困境，一些个体书店还在为了正常营业而顽强抗争。数年来，电子书市场一直在宣称实体书即将灭亡，然而，我们依旧在这里。读者们依然在阅读。而这本小书现在也在以实体书和电子书的形式同步发行。

当然，在每一版中，我都相应地对内容做了调整，但这一版的改动是最大的。

自上一版发行以来，世界发生了哪些变化？答案是一切都变了。尤其是人与人之间的交流方式以及人们运用科技的方式。上周，一位客户问我：“在眼下这个自媒体时代，什么样的演讲才能吸引人呢？”我简短地答道：“非常精彩的演讲。”

在修订这一版的过程中，我将注意力放在了撰写演讲稿和演

讲的商业化方面，这也是本次修订的指导思想。虽然现在可能仍然有一些演讲者认为演讲不过是“讲满事先安排好的十五分钟”，但懂行的演讲者和演讲稿撰写人都已经清楚地认识到：每一场演讲都要付出金钱成本，我们一定要确保自己的投资取得良好的回报。

我来问大家几个问题吧。

- 如果你是演讲者：你是否记录过你花费在准备、排练、发言上的时间？你做一次演讲的时间成本是多少？更重要的是，你的机会成本有哪些？你花费了大量的时间收集材料、撰写演讲稿、磨磨蹭蹭、修改内容、制作幻灯片、修改幻灯片，最后还要算上往返于演讲场地的时间，又因此耽误了哪些事情？

- 如果你是一家大型企业的管理人员：每年你的公司在无意义的演讲上浪费了多少钱？你有没有核算过你们的员工花在准备演讲、发表演讲、聆听演讲上的时间？更重要的是，你有没有怀疑过这些投资是否取得了回报？

- 如果你是某个组织公关部门的工作人员：你是否产生过这种疑问——你们团队本该写出更加精彩的演讲稿，甚至可能是精彩很多倍的演讲稿？

- 如果你是小企业主或咨询顾问：你会不会担心同大型企业（它们拥有更多用于宣传的预算）竞争？可能你是一名独立工作的会计、健身教练，或是法律顾问。或许你经营着一家特别的小商店。想想看，由于没能在你所在的社区、行业协会或行业内做出精彩的演讲，你丢掉了多少生意？

• 如果你雇用自由演讲撰稿人为你写演讲稿：你觉不觉得这些自由撰稿人完成一篇稿子所花的时间太长了？你是不是再也不想熬夜修改他们写的演讲稿了？

• 如果你是政府部门或军队里负责管理公共事务的官员：你能否逐条列出所有涉及演讲的会议经费？为了便于问责，你能否合理地说明这些经费具体的使用情况？（例如：人工费？会议室租金？视听设备使用费？茶或咖啡方面的花费？交通费？住宿费？）除此之外，统计一下共有多少人参会，核算他们为了听演讲一共损失了多少工作时间。这得是多大一笔钱啊！

在这一版的写作过程中，我在心里定下了几个目标。我希望这本书可以帮助你：

1. 用更短的时间准备好更加精彩的演讲。
2. 讲出能被观众记住的内容。
3. 做能取得投资回报的演讲。

我希望这本书可以让你站到观众面前时，无论是看上去还是听上去都非常好。

永远不要忘记，科技的发展使得人人都可以轻轻松松拍下你的演讲过程（有些人很可能会这么做），你在特定时间、特定城市做的演讲随时都可以呈献给全世界。你可能觉得自己不过是在美国的圣安东尼奥给当地某些观众讲大概二十分钟而已，但在当

今这个数字化世界里，你的演讲视频可以传播到任何地方，而且会被永久保存。

那么我有一个问题：你想让自己在这种永久存在的视频里呈现出什么样子？（你肯定会想，我当初在准备的时候要是多用点心就好了，对不对？）

很少有演讲者会看到台下有几千名观众全神贯注地倾听自己的发言，也很少有人能让自己的演讲入场券在几分钟内被抢购一空。（大多数的演讲只能被形容为“非自愿的交流”。还有些演讲者的发言实在太沉闷无趣，观众哪怕情愿花点钱，也恨不得赶紧溜掉。）没有几个人的演讲会通过软件现场直播，也没有几个人说的话能在全世界范围内被引用。

但我们可以做得更好，比现在好很多，很多。

每一位演讲者都能迅速提升自己的水平，也可以一点一点建立起自己的演讲风格。

请记住，在撰写演讲稿和发表演讲时，精彩的演讲并不比乏味的演讲花费你更多的精力。关于这一点，我已经在演讲稿写作研讨课上说了二十多年——选择卓越。

如果你能采纳本书中的建议，你将能吸引观众，你演讲的内容会值得聆听。你的演讲将不仅能令你所在的组织脱颖而出，还能令你自己脱颖而出。

你的演讲会被大家注意到。而且我保证，你会被观众铭记。

衷心祝愿你们取得成功！

琼·戴兹

1

有人请你做一场演讲，现在你该怎么做？

一次演讲就是一段航行，演讲者必须规划行程。那些不清楚自己该从何处起航的人，通常无法到达目的地。

——戴尔·卡耐基

事情的缘起通常很简单：你接到了一个电话，或是收到了一封电子邮件，邀请你去某个场合做一场演讲。也许是你的母校希望你回到校园，谈谈你的职业生涯。也许是当地商会想邀请你出席他们的下一次会议，简述你的业务发展。还有可能是你支持的慈善组织期望你能站出来，与其他成员分享你的专业知识。

但有时，事情没有那么简单。或许你的老板要求你在一次全国性会议上做个报告。也许你要应邀参加一次播客节目或是网络研讨会。又或者是你所在的专业协会想请你在国际会议上发言。

你会怎么做？

你会不假思索地说“好的”，然后就开始手忙脚乱地随便拼

凑一些发言内容吗？

聪明人都不会这么做。

记住，发言邀请仅仅是——一个邀请而已。你手中握有选择权。你可以决定是否要：

- 立即接受，在别人向你发出邀请后马上答应对方。（我不建议这样做。）

- 接受邀请，但要提出一些小的更改。（例如，问问主办方可否略微调整时间，以免跟你的旅行计划发生冲突。）

- 感谢会议主席的邀请，并表明你需要几天时间来确认自己的日程，然后才能给他们答复。（这种谨慎的做法让你能够充分衡量这次活动是否值得花费时间。）

- 让主办方了解你十分乐意与他们的成员聊一聊，但是这个月你没有空闲时间。（然后挑几个日程允许的月份供对方参考。）

- 礼貌地拒绝。

重点是，这是一个邀请，不是一张法院传票。作为受邀发言的演讲者，你可以有自己的选择。

你的演讲能否取得成功的决定性时刻就是此刻——就是你最初接受邀请，并安排好此次演讲的主要事项的那一刻。如果你明知可以用十五分钟谈完这个话题，为什么还要答应对方讲三十分钟呢？假如你可以要求下午两点半开始发言，又何必接受对方下午四点钟开始的安排呢（还要耽误自己的航班）？

一旦接受演讲邀请，先确定你想讲些什么

一开始，你要问自己：“什么是我真真正想说的？”然后你的回答必须干脆利落，不能犹疑不决。你必须专注于自己演讲的主题，要谨记不可能把一切都囊括进一次演讲之中。

我重复一遍刚才的内容，它可以被理解为：

你做不到在一次演讲中涵盖一切。事实上，如果你试图涵盖一切，你的观众很可能一无所获。考虑清楚你真真正想说的是什么，不要额外掺杂任何其他的内容。

比如，你正在向一个社区团体宣传你所在企业的价值观，那么就不必跟他们详细讲解你们公司的发展历史。

如果你正在呼吁一个校友会为你的大学募集资金，就不要插入一段话来讨论美国的中学存在的问题。

如果你正在当地一所学校讲述开展新的外语研究的必要性，请别将话题转移到校长的薪水上去。

在演讲中使用图片？你是在做演讲，不是在发表学术报告。你不可能将每一个在你脑海中一闪而过的好主意都囊括进来。

记住伏尔泰的那句名言：“无趣的奥秘便在于说出一切。”

如果无话可说，你该怎么做

假设你想不出任何想要谈论的东西。

不必担心，如果不知道该说什么，你可以问自己一些基本的问题。这些问题可以是关于你的部门、你的公司、你的行业的，

诸如此类。像个记者一样去发现问题，挖掘吸引人的素材。

- **谁？**谁让我们陷入当前的麻烦？谁能帮我们摆脱困境？谁真正为此事负责？谁会从这个项目中获益？谁会因我们的成功而获得认可？我们的团队该有哪些成员？如果此次并购失败，谁将承担恶果？

- **什么？**这种情况意味着什么？实际上发生了什么？什么地方出了错？我们目前处于什么状态？我们希望发生什么事？未来将带给我们什么？我们最突出的优点是什么？我们最致命的弱点是什么？

- **何处？**我们下一步该去往何处？我们可以从何处获得帮助？我们应该于何处缩减预算？我们应该向何处投资？我们应从何处寻找专业知识？未来五年我们想去往何处？我们可以向何处扩展业务？下一个问题会出自何处？

- **何时？**事态何时开始恶化？情况何时开始改善？我们何时第一次参与进来？我们何时可以准备好接手新项目？公司何时可以看到进步？我们何时能赚钱？我们何时可以扩大员工队伍？

- **为何？**此事为何会发生？我们为何会参与？我们为何不参与？我们为何这么晚才参与？我们为何让这种困境继续？我们为何举行这次会议？我们为何要坚持这一行动方针？我们为何该继续保持耐心？他们为何启动该项目？

- **如何？**我们如何摆脱这种状况？我们又如何陷入了这种状况？如何解释我们的立场？我们要如何保护自己？我们该如何