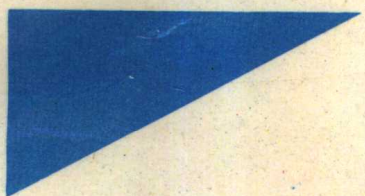


演说心理学



沙德全 著
吉林人民出版社

演说心理学

沙德全 著

吉林人民出版社

演 说 心 理 学

沙德全 著

*

吉林人民出版社出版 吉林省新华书店发行

长春市第十一印刷厂印刷

*

787×1092毫米32开本 7.25印张 155,000字

1988年5月第1版 1988年5月第1次印刷

印数: 1—36,200册

ISBN 7 — 206 — 00179 — 3/0

C·15 定价: 1.90元

目 录

绪 论

第一章 什么是演说心理学

第一节 演说与心理学的关系…………… (1)

一、演说目的的心理意义…………… (1)

二、演说结构中的心理学地位…………… (3)

三、演说性质的心理学特点…………… (5)

第二节 演说心理学的对象、方法

一、对象…………… (8)

二、目的…………… (9)

三、方法…………… (10)

第三节 心理实质…………… (15)

听众心理

第二章 感知规律在演说中的运用

第一节 感知的概念…………… (24)

第二节 听众感知的特征与运用…………… (27)

一、理解性…………… (27)

二、整体性…………… (29)

三、差异性…………… (31)

四、经验性·····	(33)
------------	--------

五、直观性·····	(35)
------------	--------

第三章 怎样组织听众的注意

第一节 注意的机制与种类·····	(39)
-------------------	--------

第二节 组织注意的六种方法·····	(42)
--------------------	--------

一、创设安静舒适的环境·····	(43)
------------------	--------

二、讲求适当的时间、地点·····	(44)
-------------------	--------

三、明确而生动的开场白·····	(46)
------------------	--------

四、选择有刺激性的信息·····	(48)
------------------	--------

五、利用好注意力分配和转移的条件·····	(51)
-----------------------	--------

六、坚持呈现材料的经济原则·····	(54)
--------------------	--------

第四章 提高听众的记忆率

第一节 记忆及其过程·····	(56)
-----------------	--------

第二节 提高听众记忆的六种途径·····	(61)
----------------------	--------

一、目的是记忆的动力·····	(61)
-----------------	--------

二、兴趣是记忆的促进剂·····	(62)
------------------	--------

三、理解是记忆的基础·····	(64)
-----------------	--------

四、形象信息能加深记忆·····	(66)
------------------	--------

五、积极的心向诱导·····	(68)
----------------	--------

六、防止遗忘·····	(70)
-------------	--------

第五章 遵循听众思维规律演说

第一节 思维与语言·····	(72)
----------------	--------

第二节 概念、推理和判断·····	(76)
-------------------	--------

第三节 听众的思维特点·····	(82)
------------------	--------

第四节 启发式演说·····	(86)
----------------	--------

一、统摄式启发·····	(86)
--------------	--------

二、直觉式启发·····	(87)
--------------	--------

三、悬念式启发·····	(88)
四、激情式启发·····	(89)
第六章 发展听众想象的途径	
第一节 想象的概念·····	(91)
第二节 想象的种类·····	(94)
第三节 发展想象的条件·····	(98)
一、讲清长远目标·····	(99)
二、呈现榜样性的材料·····	(100)
三、启发独立思维,自由想象·····	(101)
四、创设想象的情境·····	(102)
五、扩大词语信息量·····	(103)
第七章 激发听众情感的要领	
第一节 听众情感概述·····	(104)
第二节 情感的机制·····	(106)
第三节 情感的引发·····	(107)
一、听众心境及变化条件·····	(107)
二、激情及其诱导·····	(111)
第四节 情感与理智的关系·····	(115)
第八章 引起听讲兴趣的条件	
第一节 兴趣及其类型·····	(118)
第二节 听众兴趣的产生及特点·····	(121)
第三节 怎样引起听众的兴趣·····	(124)
一、情感要真·····	(124)
二、内容要新·····	(126)
三、形式要活·····	(128)
四、不良兴趣的抑止·····	(128)
第九章 说服听众的原则	

第一节 说服与态度·····	(131)
第二节 听众对说服的反抗·····	(139)
一、对比评定效应·····	(139)
二、飞去来器效应·····	(140)
三、从众效应·····	(141)
四、威望效应·····	(142)
第三节 说服的要领·····	(143)
一、关于“一点论”与“两点论”·····	(143)
二、关于结论的呈现·····	(146)
第十章 青年听众心理特点	
第一节 当代青年心理变化·····	(149)
第二节 青年听众心理特点·····	(151)
一、思维的独立性和批判性·····	(152)
二、广泛的求知欲与创造力·····	(153)
三、实现理想的紧迫感·····	(155)
四、新异的审美心理·····	(156)
第三节 不良心理及矫正·····	(158)
一、品德不良的心理分析·····	(159)
二、不良心理的矫正·····	(160)

演说者心理

第十一章 演说者威信的建立

第一节 演说双方的关系·····	(163)
第二节 威信及其作用·····	(165)
第三节 演说者威信的形成·····	(170)
一、平时的修养，社会的舆论·····	(170)
二、精彩的演说，实践的磨练·····	(171)

第十二章 意志的自我培养

- 第一节 意志的概述…………… (174)
- 第二节 意志的特点及培养…………… (177)
 - 一、演说前的决定阶段…………… (177)
 - 二、演说中的执行阶段…………… (180)
- 第三节 意志与情感…………… (183)
- 第四节 克服演说恐惧症…………… (186)
 - 一、对演说恐惧症的误解…………… (187)
 - 二、演说恐惧症的生理机制…………… (189)
 - 三、演说恐惧症的消除…………… (191)

第十三章 演说的能力结构

- 第一节 能力的个别差异…………… (194)
- 第二节 演说能力…………… (197)
 - 一、创造性的思维能力…………… (197)
 - 二、明晰的表达能力…………… (200)
 - 三、良好的记忆能力…………… (202)
 - 四、敏锐的观察能力…………… (204)

第十四章 演说技能习得

- 第一节 发音的技能…………… (208)
- 第二节 体态语…………… (211)
- 第三节 技能的练习效应…………… (214)
 - 一、技能形成的主要阶段…………… (215)
 - 二、技能的学熟…………… (216)
- 第四节 练习方法…………… (218)

后记…………… ()

绪 论

第一章 什么是演说心理学

第一节 演说与心理学的关系

演说,作为一种现实的生动的交际传播方式,越来越受到人民群众的广泛喜爱,年轻朋友正在趋之若鹜般习练演说,各地的演说比赛此起彼伏,这是社会进步和文化发展的显著标志。遗憾的是,演说的理论研究远远落后于演说实践,特别是作为演说的基础理论与应用研究的演说心理学,至今尚无系统的著作问世,这势必会造成演说学的理论上的混乱和实践上的盲目性。

演说心理学是运用心理学的原理去研究演说的科学,它描述、说明、预测演说这一独特的人际传播活动的心理现象和心理变化过程,为提高演说效果提供理论上的和应用上的依据。我们强调演说中心理因素的重要意义是因为演说与心理学的关系密不可分。

一、演说目的的心理学意义

假如我们认真问一问“演说的目的是什么?”恐怕这不是每一个热衷演说的人都能回答出的问题。人们通常会解释说,“演说的目的就是向听众传达信息”。从传播学的角度

看，这里指的“信息”，自然包括文化知识、社会规范和道德观念。但是，这仅仅指出了传播过程中的符号和媒介作用，并没有从传播效果和功能方面去解释演说的实质。我们认为演说的根本目的正是影响听众的意识和使其行为发生改变。一位社会主义的演说家不应该把演说作为一种“自我表现术”，而应该运用这一特殊的宣传教育形式，以自己的真知灼见，敏锐地去回答现实生活中的实际问题，唤醒人们的意识，从而采取符合社会道德规范的行动。对于演说目的和动机，马克思在批评英国首相帕麦斯顿的演说时有过明确的结论，他说：“从帕麦斯顿当政以来，在自己的议会演说里小心避免任何哪怕稍微具有现实意义的问题。他不是为了使他的提案获得通过而发表演说，而是为了让听众听他的演说而提出这些提案。”马克思还指出帕麦斯顿“不是发表演说来促进行动，而是行动的假象为发表演说提供借口”。（《马克思、恩格斯全集》第12卷，第263页）马克思对帕麦斯顿的批判，揭示了演说目的的理论，他强调演说目的：一是要唤起听众心理意识上的某种反应，另一个是要促进听众采取某种积极行动。对此，古希腊的演说大师德摩西尼也有过经验之谈，他曾对易金斯说：“你的演说只能叫人说个‘好’字，而我的演说却能使听讲的人一齐跳起来，众口同声地说，‘让我们赶快前去抵抗菲力’。”

马克思指出：人的意识决不是客观现实的被动的镜子般的反映。演说者不能期望听众的意识是一种被动的、象镜子那样成为你演说信息的记录器。作为心理现象的意识也不等于一般的认识，比如即使听众有了对某种行为是不道德的认识，也不能说他们就会彻底拒绝这一行为。这里面存在个态度问题：肯定的或否定的。如果要预测听众的未来的行为变

化，演说者势必要了解他的听众对传播信息的客观性和价值意义所采取的态度。而态度正是一种心理现象，有其发生、发展和变化的规律。演说者如能掌握这些规律，就能对听众的意识、对听众的行为施加有效影响，使其沿着现实社会所期望的方向发展。这也才能实现我们演说的目的。

二、演说结构中的心理学地位

在传播学理论中，美国的哈罗德·拉斯韦尔最早使用并被公认为传播行为的基本构架，共有五个层次：

1. 谁
2. 说了什么
3. 通过什么渠道
4. 对谁
5. 取得了什么效果

作为传播方式之一的演说，可以相应地解释为：

1. 谁——演说者
2. 说了什么——演说的内容
3. 通过什么渠道——演说的形式技巧与艺术
4. 对谁——听众
5. 取得了什么效果——意识改变和行为发展

上述模式是演说的主要组成部分，是对它们之间的次序及相互关系进行了有意简化的描述。心理学家指出这一描述仅限于演说过程的外部的结构，它的内部的潜在结构恰恰是心理学系统。例如在上述描述的传播系统的发端——演说者，其资格形成方面就为心理学提出了许多课题。我们通常将演说者选择什么样的演说信息以及演说时表达的技巧和艺术视为演说效果的两个因变量。但是，演说者在组织和制作

他的信息时，必须考虑到现实生活的“压力”或“约束”。他不仅要把自身的作用看作是一个个体，而且包括他以如他的态度受其归属团体的制约在发挥着作用。他可能是客观事实的演说者，可能是某种信仰和思想的捍卫者，或者自己就是某种观念的一面镜子。这些都有赖于他的个性结构、道德规范和价值观。演说者个人持有的信息和态度可能与其归属团体所持有的不同，但是控制和回避的程度完全取决于他个人的心理水平。

传播学将演说者称为信息的“看门人”。意思是表明演说者对演说内容的选择与制作方式，取决于更为广阔的社会环境，他必须有意图的采取特殊方式去选择和加工信息，而且他的脑海里总有一幅听众的形象，这一想象会为提高听众的感受力提供一定的条件，会缩小说、听两者之间的认识差距。所以我们必须重视心理因素在演说时对听众产生的影响中所起的中介作用。

此外，演说者的个性特征及声望信誉对演说效果的影响向来是社会心理学方面的重要研究课题。大量实验资料都表明，来自具有崇高威望的信息，一般都有较大的影响力，而威信形成的心理机制是怎样的，这需要心理学做出回答。

再如从传播过程的末端——听众方面来看，更涉及了心理学研究的大部分领域。演说的全部活动始于听众的感知行为，结束于听众态度的变化，延伸到新行为的实施过程。在这整个活动过程中交织着极为复杂的心理学系统。比如，听众与演说者知觉的不平衡性。人们为什么要听演说呢？有的可能是寻求支持，有的可能辨析已有的态度和价值观。前者由于认知的一致性而鼓励演说者，后者出于认知的不一致性而与演说者潜在着冲突。应当指出，在演说过程中考虑到听

众观点与演说者之间的相互关系是演说活动的基本心理学要求之一。事实上，任何一个听众在演说活动中都不是被动的，他们听着、观察着、思考着，正是他们根据已有的知觉、思维和记忆在理解和筛选着信息时的积极的心理活动。不难发现，演说失败的一个共同原因，正是没有估计到演说者发出的信息与听众接收的信息并不总是相同的。由于时间上、空间上的距离和他们团体归属的不同，听众的感知类型是不同的。因而对演说内容的评价和反映也有所不同。我们所说的演说有效性，是使听众在演说的影响下改变或强化某种观点和意识，或者中庸的和极端的观点得到修正。那么，这里边有些什么心理学规律可遵循？怎样才能满足不同类型听众的期待？如果我们对这些进行一番心理分析，并在此基础上采取相应的控制和调节的手段，那么才能真正兑现演说的预期目的。

再如，听众的反馈。我们知道演说是一种面对面的直接传播活动，因而听众在体察信息时，他的表面化了的情绪、行为反应是必然的。这些反应是他们心理瞬间活动的诉说：一部分是认同，一部分则可能是排斥和抵抗。从这个意义上讲，前面提到拉斯韦尔模式就显得不完整了。因为那个模式忽略了“干扰”的成分。这种干扰来自听众主观的认知方面，也来自客观的演说环境和社会背景。但是，无论来自哪个方面，他们都会有所表现，而这些表现正是演说者调节自己传播内容和方式的依据。离开对听众反馈的心理分析，我们就无法使演说信息畅通无阻。

三、演说性质的心理学特点

演说的功能是什么？这是传播学家，尤其是演说理论家

非常感兴趣的问题。我们认为演说的功能大致可以分为四种：

1. 说服功能——协调、解释和决定
2. 教育功能——传递知识和文化
3. 情感功能——激励、祝贺或悼念
4. 自我价值表现

从两千多年前的古希腊演说大师亚里士多德到现在，人们主要关注的是演说的说服功能研究。正如亚氏所说：“演说有没有效，要看它对人有没有影响。”我们在前文已经说过，演说的目的是影响听众的意识使其行为有某种改变。这里的影响方式即是说服，所以有理由认为说服是演说的最基本的功能。

说服就是演说者以某种信息作为刺激物，使听众在接受刺激后产生某种动机，进而改变其态度或观念，并按照演说者的意图去采取行动。但是，怎样才能达到说服的目的呢？十九世纪初，有所谓“魔弹说”，认为演说在宣传家手里，犹如子弹一般，那些听众只是一些靶子，只要“子弹从演说家嘴里飞出去，听众（靶子）就会应声倒地”。虽然“魔弹说”早已寿终正寝，但它的影响，尤其是对青年演说者的影响仍不能低估。在当前的演说理论和实践中，确有人过分强调了演说的“无限效果论”，殊不知“听众不是射击场中的靶子，宣传魔弹打到他们身上，他们并不会倒下。他们能把子弹拨开，抵抗它，重加解释，或者加以利用来达到自己的目的。听众是‘顽固的’，是演说过程中的一个同等的对手。虽然有的信息确能说服一些人，但决不是水到渠成，十拿九稳”。（鲍尔《顽固的听众》）鲍尔所建筑的演说新理论，除了提出演说的“有限效果论”外，还指出了成功的说服是有

条件的。这些条件在很大程度上取决于对听众心理活动方式和变化规律的把握。亚里士多德曾分析过这其中的诸种心理因素，他指出：“我们进行说服必须具有能够取得人家信任的条件，又有剖析事理的能力，且有识人的本领，能察言辨色，分析真伪，把握听众的感情，并能运用种种方法来打动这感情。”亚氏的见解是精辟的，直至现代仍有其指导意义。演说实践证明，你要说服一个人，你的信息必须能够达到他的感官（听觉的、视觉的）。这里就有个如何组织听众

“注意”，如何丰富他们“感知”材料等心理活动问题；当信息达到听众的感官后，他们不一定就接受，你要设法使听众理解、认同，成为他们认知结构的一部分，这里又有如何启发听众的“想象”和“思维”的问题；当你企图说服听众去采取某一行动，必须让他们看出这一行动对他们来说是十分必要的目标，而且有了行为的准则，这里又存在着记忆、意志、动机和情感满足等心理相应改变的问题。

心理学家指出：说服活动的重要的和原则性的问题之一，是情感和理智的兴奋状态要适当。理智程度越高，情感越是强烈，它们在使听众接受说服的观点方面就会产生越是巨大的效果。有人甚至断言：情感推动人去行动，而理性则阻碍人的活动。“用诉诸情感的语言，比诉诸理性，可以给予人以更大的影响。”（肖·阿·纳奇拉什维里）问题在于情感和理智的活动在说服中往往是互相阻碍和干扰的，那么为了使演说获得巨大成功，有哪些心理因素在发生作用？是情感的还是理智的？他们在什么情境下最能发挥自己的作用？他们要求演说者如何具体运用这些心理学基础理论？

苏联的传播学者和心理学界曾提出一个“定势说”，揭示人的行为的社会心理基础。按着定势说，演说者组织的

一切说服手段和人的个体需要是决定听众意识和行为的两个基本因素。定势是一种完整的心理状态，是个体对某种行为作好的一种准备。当演说家走上讲台面向听众时，听众就会产生一种言语定势。我们所说的说服，正是使听众的“定势”得到强化或改变：朝向某种目标，或相反地避开某种目标。这些因素在心理学中称为强化现象、固定现象和异化现象。演说者在演说过程中，不仅应当考虑到听众的社会心理状态，还要考虑到个性的内在心理结构，建立一套完整的说服体系，这样才能使听众形成既有表现形式又有实际内容的个性结构，从而使演说者得以顺利地按着预期的方向施加影响。

第二节 演说心理学的对象、方法

一、对象

演说心理学是心理学的一部分，是演说学和心理学的“边缘科学”。既然是“人”的“心理”的科学，那么普遍心理学的研究成果就成为指导演说心理学研究的基本理论。但是演说毕竟是一种特殊的交际传播活动，因此，在特定的演说情境下，在独特的群体中，在一定的社会环境里，听众的注意、感知、兴趣、思维、情感等等的特征和变化规律，就是演说心理学主要的研究对象之一。

其次，在演说活动过程中，说和听的双方在知觉、认识、态度、动机等诸方面，都在交流，都在相互发生作用，而分析、解释这些心理过程，了解、探究克服情感的和认识上的冲突，建立同听众心理接触等问题，就成为演说心理学

的第二个研究对象。

第三，演说是一种现实的生动的说服和教育的形式，我们必须在演说活动中去研究其心理状态，听众对演说诉诸信息的方式，在什么情况下才产生共鸣和通感，进而赞成演说者的意见和行为定向。这些是心理学的理论问题，更是心理学的应用问题，所以我们有必要提出某些方法和技巧，以利于演说者在演说实践中来学习这些方法和技巧，去调节和控制自己的传播活动，从而提高演说效果。

第四，演说的目的从根本上来讲是影响听众的行为，但听众的行为改变在大多数情况下，要靠演说的延伸的持续作用，那么如何增强信息的贮存量，如何形成社会定势，如何完善听众的自觉意识等等，需要演说心理学从不同角度进行科学的预测，以达到对听众立场、信念和行为的有效影响或控制。

综上所述，演说心理学就是运用心理学的知识去研究演说活动中的种种心理现象及其变化。它描述和说明听众在接收演说信息时的心理特点和规律，阐述在特定情境下演说者和听众的相互作用的心理联系，为提高演说的实际效果提出理论依据和可行的调节与控制手段。当然作为演说者，其个性特点和心理素质，也理所当然的是演说心理学研究的重要方面。

二、目的

韩非子在《说难》中指出：“凡说之难，在知所说之心。”演说心理学的根本任务正是要揭示“心”之奥秘，提出心理活动的特点和规律，以解决演说之难的问题。

揭示心理的奥秘，则须理解演说过程中人的心理现象的