

中等职业学校文秘专业规划教材

根据教育部中等职业学校文秘专业教学大纲编写

演讲与口才

YANJIANG YU KOUCAI

主编 曾湘宜



北京工业大学出版社

中等职业学校文秘专业规划教材

演讲与口才

主 编 曾湘宜

参 编 代 英 欧阳长波 欧阳长宁

北京工业大学出版社

内 容 提 要

本书是中等职业学校文秘专业演讲与口才课程教材,全书重点介绍了演讲的基本知识,其内容包括:演讲的基本概念、演讲的类型和演讲的作用;演讲与口才、演讲与听众的相互关系;演讲话题的选择、主题的确立、内容的准备方法以及演讲稿的撰写;同时介绍了演讲辅助工具的使用和不同类型、不同场合演讲的方法和语言使用技巧。

本书是一本实用性、操作性比较强的教材,可供中等职业学校文秘专业使用,也可作为机关、企事业单位的公关、文秘、办公人员培训和自学的辅助读物,还可作为准备辩论赛和求职面试者的参考书籍。

图书在版编目(CIP)数据

演讲与口才/曾湘宜主编. —北京:北京工业大学出版社, 2006.6

ISBN 7-5639-1668-7

I. 演... II. 曾... III. ①演讲学—专业学校—教材②口才学—专业学校—教材 IV. H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 050246 号

演 讲 与 口 才

主 编 曾 湘 宜

*

北京工业大学出版社出版发行

邮编: 100022 电话: (010) 67392308

各地新华书店经销

徐水宏远印刷厂印刷

*

2006 年 6 月第 1 版 2006 年 6 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 16 开本 10.5 印张 259 千字

印数: 1~5000 册

ISBN 7-5639-1668-7/G · 829

定价: 15.00 元

中等职业学校文秘专业规划教材

编 委 会 名 单

主 任：曾湘宜 代 英

副主任：刘传贤 罗恒星 邓庆平

编 委：（排名不分先后）

艾赤石 邓庆平 李兰兰 罗恒星 欧阳长波

欧阳长宁 薛郴中 余溪人 曾细央 张晓庆

前 言

近年来,在党和国家领导的支持下,我国的职业教育取得了重大发展,培养了大量高素质的劳动者和技能型专门人才。为了贯彻《国务院关于大力发展职业教育的决定》精神,全面落实《面向 21 世纪教育振兴行动计划》中提出的职业教育课程改革和教材建设规划,我们组织本专业领域的骨干教师精心编写了这套“中等职业学校文秘专业规划教材”;并依据当前社会需要,对教学内容以及教学方法进行了科学的更新,使其更符合“大力发展面向新兴产业和现代服务业的专业,大力推进精品专业、精品课程的教材建设”的教学改革思想。

培养优秀的文秘专业人才是编写本套教材的重要目的。作为中等职业学校重点建设的专业,文秘专业应培养与我国社会主义现代化建设需求相适应的德、智、体、美全面发展,并具有综合职业能力和全面素质,能从事文秘及其相关工作的劳动者和中初级专门人才。本专业毕业生主要面向政府机关、事业单位、各类经济成分的企业,从事文书、秘书、档案管理、信息资料搜集、公关礼仪及计算机文字处理等办公程序性工作,也可协助领导处理日常事务。本套教材是依据教育部颁发的《中等职业学校文秘专业教学指导方案》组织编写的,在教学目标的设置、教学模块的安排和课时学时的分配、习题练习范围等方面都严格按照教学指导方案来安排教材的章节,围绕教学指导方案选择教材的内容,依据教学指导方案确立教材的重点,使其真正成为一套兼具先进性、规范性的教材。

《演讲与口才》是这套文秘教材中的一册。“演讲与口才”是中等职业学校文秘专业的必修课程。本课程的任务是:讲授有关演讲和口才的基本知识,训练学生演讲和口才的基本技能,提高学生的口语表达能力,使学生毕业后在各种需要演讲和用到口才的场合发挥自己的演讲优势,促进自己的本职工作。

本课程的教学目标是：使学生了解演讲的基本理论，了解演讲与口才、演讲与听众的相互关系；懂得演讲的话题选择、主题确立、材料收集、内容准备的方法；学会演讲稿开头、结尾的结构设计和演讲稿全文的撰写，学会使用演讲提纲、演讲卡片，学会使用演讲辅助工具，掌握演讲方法和演讲技巧，形成全面的综合的演讲能力。

本课程的主要教学内容是：了解演讲的基本理论、演讲与口才的相互关系，明确演讲与听众、内容、讲稿、辩论等的关系，掌握演讲的方法和技巧。

编者充分考虑到演讲与口才不仅是文秘专业学生的必修课，也是社会成员的共同课程，它是人际关系和社会交往的基本技能，也是沟通、理解、协调社会关系，构建和谐社会的重要工具。因此，本教材在内容上的设计不仅适合中等职业学校、普通高职、成人高校，还适合社会上演讲与口才培训班组织的学习，使本教材既具有实用性，也具有适用性。

本套教材的作者都是有多年专业教学经验的一线教师。在教材的编写过程中，尽管编者付出了辛勤劳动，但时代在发展，知识在更新，编者的水平可能难以跟上这飞速发展的时代步伐，因此不足之处还望广大读者和教学工作者不吝指正。本书在编撰过程中，参考了一系列相关文献和资料（已在书后列出），并借鉴了互联网上的一些信息，恕不能一一列明，在此一并表示感谢！

编 者

2006年4月

目 录

第一章 演讲概述	1
第一节 演讲概说	1
一、演讲的概念	1
二、演讲的目的	2
三、演讲的要素	3
四、演讲的特征	7
五、演讲与口才	8
第二节 演讲的类型	9
一、不同功能的演讲	9
二、不同方式的演讲	11
三、不同内容的演讲	11
第三节 演讲的作用	12
一、演讲是展示才华、锻造人才的舞台	12
二、演讲是沟通协调、解决问题的法宝	14
三、演讲是宣传鼓动、推销商品的号角	15
四、演讲是惩恶扬善、凝聚人心的旗帜	16
五、演讲是休闲娱乐、培育情操的乐园	16
本章小结	17
习题	17
第二章 演讲与听众	19
第一节 演讲道德	19
一、演讲和道德	19
二、演讲者的道德	20
三、听众的道德	22
第二节 倾听者的心理	23
一、倾听的本质	23
二、倾听的种类	24
三、倾听的耐心	25
四、理想的倾听者	27
第三节 以听众为中心	30
一、分析听众	30
二、了解听众	32



三、适应听众	33
本章小结	34
习题	35
第三章 演讲与内容	37
第一节 话题的选择	37
一、话题	38
二、主题	40
三、目的和目标	41
四、中心思想	43
第二节 材料的收集	44
一、打开知识库	44
二、走进图书馆	45
三、开启浏览器	46
四、召开座谈会	49
第三节 观点的论证	50
一、事例	51
二、数据	52
三、证词	53
本章小结	54
习题	54
第四章 演讲与讲稿	56
第一节 演讲稿概述	56
一、演讲稿的作用	56
二、演讲稿的特点	56
三、演讲稿的模式	58
第二节 演讲稿的结构设计	59
一、演讲稿的开头设计	59
二、演讲稿的结尾设计	63
三、演讲稿的主体设计	64
第三节 演讲稿的技巧处理	68
一、演讲稿的要点	68
二、演讲稿的开场白	70
三、演讲稿的结束信号	70
四、连接、过渡与路标	72
五、演讲稿的提纲	74
本章小结	76
习题	76

第五章 演讲与语言	78
第一节 演讲与口才	78
一、口才	78
二、文才	80
三、语言	81
第二节 演讲与口语	84
一、口语的基本要素	84
二、口语的基本要求	85
三、口语表达的特点	86
四、口语表达的原则	87
五、口语的语音	87
六、口语的轻声	89
七、口语的儿化	90
八、口语的变调	91
第三节 演讲与普通话	92
一、演讲与普通话	92
二、演讲与普通话训练	93
三、普通话口腔控制练习	94
本章小结	95
习题	96
第六章 演讲与技巧	97
第一节 语音处理技巧	97
一、一般语音的处理技巧	97
二、重音、停顿、节奏的处理技巧	99
三、语气、语调处理技巧	101
第二节 语言表演技巧	102
一、演讲的身姿体态	102
二、身姿语言的类型	104
三、身姿语言使用技巧	104
四、增强语言现场感的技巧	106
第三节 语言表达技巧	108
一、表达技巧掌握“度”	108
二、语言表达的内部技巧	110
三、语言表达的外部技巧	114
四、演讲开头的切入技巧	118
本章小结	119
习题	120



第七章 演讲与工具	121
第一节 演讲方式	121
一、照稿子念的书面演讲	122
二、凭记忆的背诵演讲	122
三、毫无准备的即兴演讲	123
四、临场发挥的即席演讲	124
五、练习演讲的方式	124
第二节 演讲辅助工具	125
一、演讲辅助工具的作用	125
二、演讲辅助工具的种类	126
第三节 辅助工具的使用要求	131
一、准备辅助工具的要求	131
二、使用辅助工具的要求	133
本章小结	135
习题	135
第八章 演讲与辩论	137
第一节 辩论演讲的特点	137
一、辩论的概念和特点	137
二、辩论的类型	138
三、辩论的原则	139
第二节 辩论语言技巧	141
一、赛前的准备技巧	141
二、试辩准备的技巧	143
三、确立思路与立场的技巧	143
四、知识与辩论技巧的关系	145
第三节 辩论实战技巧	147
一、反客为主	147
二、反驳	150
三、反诡辩	153
本章小结	155
习题	156
参考文献	157

第一章 演讲概述

本章学习目标

1. 了解演讲的概念，明确演讲的目的，知道演讲的要素，理解演讲的特征，弄清演讲与口才的关系。
2. 了解演讲的类型，明确不同功能演讲、不同方式演讲、不同内容演讲的特点和要求。
3. 懂得演讲的作用，能在演讲中发挥演讲的展示、沟通、宣传、鼓动、娱乐的功能。
4. 理解演讲的要素和特征，掌握不同演讲类型的不同特点和要求。

演讲是一种交际工具，演讲是一项语言艺术，演讲是一门口才学问，演讲是一种人才素质。现代社会，不少人才学家主张把口语交际能力、当众演讲能力作为选拔人才的一个重要依据；不少单位领导、企业老总主张把演讲当成开拓型人才必备的重要能力；学校搞演讲，招聘考口才，演讲与口才在社会竞争中发挥着越来越重要的作用。

第一节 演讲概说

一、演讲的概念

有人说，演讲是朗诵般的讲话，是艺术化的表演。那优美婉转的声音，那起伏跌宕的旋律，那美妙无声的停顿，那感人泪下的例子，无不在听众的脑海中留下深刻的印象。

演讲之所以那么迷人，是因为演讲从概念上讲，是在特定的环境中借助有声语言和态势语言，针对现实生活中的某个问题向听众发表意见、抒发感情，从而达到感召听众的一种现实的社会实践活动。

演讲不像对话。专家统计，每人每天平均要花 30% 的时间跟人对话。尽管对话与演讲也有类似的地方，如对话也要组织自己的思路，剪裁自己的话语，加入一些幽默，但对话就没有演讲时必要的结构调整。比如说，你给一个朋友讲国庆节出游的趣事，你就不会从最后一句有趣的话语讲起（“她全身都湿透了，可她还笑着说‘我爱你’。原来事情是这样的……”），而演讲者则需要更好地调整内容的结构，可以不断调整自己的用词和语调，以便获得最佳效果。

演讲没有对话那么自由，在时间上，它不像对话那样多说几句少说几句都无妨，它有严格的限制；在方式上，它不会像对话那样允许别人随意插话，也不能使用平时对话的口头禅。“我是说……”“你知道……”“哦，我想起来了……”来自由表白。

概括地说,演讲与日常会话相比有三大不同:

首先,演讲比日常会话的结构更严谨一些。它通常会对演讲人有严格的时间要求,它要有比日常会话更细致的准备工作。

其次,公共演讲要求使用正式的语言。对于满是俗语、口头禅、脏话和语法不恰当的演讲听众会产生消极的反应。

第三,公共演讲要求不同的演说方法。高明的演讲者会调整自己的声音以便让尽量多的听众听到,而且会想办法避免出现容易让人分神的肢体动作或语言习惯。

演讲作为人类的一种社会实践活动,它必须具备几个条件,即演讲者、听众、沟通二者的媒介和时间、环境,离开其中任何一个条件都构成不了演讲。

演讲作为一种人类语言信息交流活动,信息的传达手段少不了语言,它包括有声语言和态势语言。

有声语言,它要求以流动的声音运载思想和情感,直接诉诸听众的听觉器官,应吐字清楚、准确,声音清亮、圆润,语气、语调、节奏富于变化。

态势语言,它要求演讲者以自己的各种姿态、动作、手势和表情,即流动着的形体动作来辅助有声语言运载的思想和感情,直接诉诸听众的视觉器官,并要求配合得准确、鲜明、自然、协调。

演讲还要讲究演讲者的主体形象。对演讲者的体形、容貌、衣冠、发型、举止神态等都有要求。主体形象的美与丑、好与差直接影响着演讲者思想感情的表达。它要求演讲者在符合演讲思想感情的前提下注重装饰朴素、得体,举止优雅、大方,给听众一个美好庄重的外部形象。

必须指出,演讲如果只有“讲”没有“演”,即只作用于听众的听觉器官而不作用于听众的视觉器官,就会缺少动人的主体形象,这种演讲是苍白的;如果只有“演”而没有“讲”,即只偏重于听众的视觉器官而轻视听众的听觉器官,这种演讲是浅薄的。只有“演”和“讲”结合起来,才是完美的,所以,二者并重,缺一不可,必须相辅相成。但是,“演”与“讲”的和谐必须是以“讲”为主,以“演”为辅,“演”必须建立在“讲”的基础上,否则便失去了演讲的意义。

所以说,演讲从本质上讲,是演讲者在特定的环境中,借助有声语言和态势语言的艺术手段,针对社会的现实和未来,面对广大听众发表意见,抒发情感,从而达到感召听众并促使其行动的一种现实的信息交流活动。

二、演讲的目的

人们的任何社会实践活动都有明确的目的。由于演讲活动是演讲者与听众的双边活动,所以,演讲的目的就分别体现为演讲者演讲的目的和听众听演讲的目的,而每个演讲者由于身份、地位、年龄、专长各不相同,演讲的目的也不尽相同,甚至每位演讲者的每次演讲的目的也不相同。

1. 演讲者的目的

从总体上看,演讲的目的就是演讲者与听众取得共识,使听众改变态度,激起行动,推动人类社会向理想境界迈进。演讲无论是宣传自己的政治主张、观点,传播道德伦理情操,还是传授科学文化知识和技艺都是为了让听众同意自己的主张、观点和立场,以取得共识,并

在此基础上激发听众的实际行动,向着理想境界迈进。比如,美国第16任总统林肯的解放黑奴的演讲,目的就是动员美国人民为解放黑奴、废除奴隶制而斗争;杨振宁、李政道两位科学家发表的学术演讲,目的就是宣传他们的科学发现,让社会接受其观点,从而推动科学文化的进步。

在演讲界,虽有专职演讲家,但大多数的演讲者都是“兼职工”,都有自己演讲以外的正式职业或专业。如堪称演讲家的鲁迅是文学家,闻一多是学者、诗人,林肯是总统,丘吉尔是首相。由于受其职业、专业、经历等多种因素的影响,演讲的目的、内容也有所不同。闻一多在昆明的《最后一次讲演》的目的就是揭露和痛斥敌人、鼓舞听众、发展民主运动;而曲啸、李燕杰、刘吉等的演讲则是向广大青年进行理想、道德等方面的教育。因此,从微观上看,每位演讲者的每一次演讲也有不同的具体目的。

2. 听众的目的

听众听演讲也是有目的的,听众是无数个个体的集合。由于他们的年龄、性别、文化程度、兴趣、职业等不同,听演讲的目的也各不相同。比如,林肯解放黑奴的演讲,听众有拥护的,也有反对的,可见其目的根本不同。即使目的都一样的听众,对同一内容的演讲也往往各取所需。但从总体上说,演讲者的个体实用目的和听众个体实用目的是一致的,是紧密相连而又互为体现的。如果离开这条,演讲将很难存在。

3. 演讲后目的

演讲后目的是指演讲效果所追求的目的,如果说演讲者的目的是主观目的,那么演讲后目的就是客观目的。演讲者希望自己的演讲达到两个目的:一是现场的目的,二是散场后的目的。

现场的目的,即每一个演讲者都希望演讲能成功,这一目的完全可以从现场听众的表情、情绪直观地反映出来,如捧腹大笑、欢呼雀跃、泪水横流、高呼口号、掌声雷动,这都表明演讲者的实用目的符合了听众的实用目的,引起了共鸣。但现场的效果仅是表面的,关键是演讲者的演讲内容打动了听众的心灵。离开这些,再有成功的欲望和目的也难奏效。

散场后的目的,即任何演讲者都不会停留在现场的目的上,而是追求散场后的效果,实际行动才是演讲者的最终目的。比如,拿破仑率部队远征埃及时,在金字塔附近和敌人的主力遭遇,情况危急,拿破仑立在马队前高声演讲道:“士兵们,四千年历史今天从这些金字塔的上面看着你们!”简短的演讲使远征疲惫的法军士气大作,终于大胜敌军。他的演讲产生了现场的直观效果,鼓舞了士气,士兵英勇杀敌,取得了胜利,进而实现了散场后的目的。

可以说,演讲现场的目的是散场后的目的的前提和基础,散场后的目的又是现场目的的归宿,两者紧密相连。没有现场目的的实现,就不可能有散场后目的的实现;如果只追求散场后的目的,忽视追求现场目的,散场后的目的不过是一句空话。

演讲是一种复杂的社会实践,更是一种工具。人们拿起工具总是有目的的,没有目的的演讲是不存在的,只是目的的正确与否、高雅与否不同而已。所以,每位演讲者必须树立明确的演讲目的,做到宏观和微观的统一,表层与深层的统一,目前与长远的统一,这样的演讲才是有意义的、有价值的。

三、演讲的要素

任何一种形式的演讲,都是一个人对另外的人讲话的语言交流过程。不管其语言交流属



于哪一种方式，都会包括七大要素：讲话的人、要说的话、对谁讲、怎么讲、在哪讲、反馈如何、干扰如何。这里，我们从公共演讲的角度说说七大要素在演讲这种语言交流过程中的地位和作用。

1. 演讲者

演讲者是正在向听众传达信息的人，语言交流从演讲者开始。如果你拿起电话给一个朋友打电话，你就是个演讲者（当然，你的朋友讲话的时候，你也会是个听众）。而在公共演讲中，你一般会在没有中断的情况下完成全部演讲。

作为一个演讲者，你的成功取决于你个人的可信度、你在这个课题上的知识、你为演讲所做的准备工作、你的讲话方式、你对听众的敏感程度，还有演讲的场合。但是，成功的演讲不只是技术上的事情，它还要求有热情。因为除非你自己首先对你讲的话有兴趣，否则你就不能够指望人们对你讲的话产生兴趣。如果你真正为自己的话题而激动，那么，听众也肯定会跟你一起激动。你可以学习到所有有效演讲方面的技巧，但是，如果让这些技巧真正发挥作用，必须首先有话要说，必须让你的演讲闪现出你自己的热情火花。

2. 信息

信息是指一个演讲者想跟别人交流的东西。如果你给一个朋友打电话，你也许会说：“明天我请你去农家乐。”这就是信息。但这也许不是唯一的信息，因为也许你的嗓音里有某种东西暗示出期盼。底下的信息也可能是：“这事我已经策划好了，我是真心实在地请您，您可不能不赏脸哪。”

你在公共演讲中的目的，是要让你想传达出去的信息成为实际交流出去的信息，达到这个目标取决于你说什么（语言信息）以及如何说（非语言的信息）。

恰当地传达出语言信息是需要费点力气的。你必须使话题精确到可以在允许的时间范围内进行足够讨论的程度。你必须就选择的话题来组织自己的思想，这样的话，听众就可以跟上你的思路而不致卡壳。你必须做一些资料编辑工作，并选择合适的事例来让你想表达的思想清晰明白和有说服力。你还必须用文字把这些思想和事例表达出来，文字必须是准确、清晰、适当的。

除了你用文字表达出来的信息以外，你还以自己的嗓音、外表、姿势、面部表情和眼神发出一个个信息。想象一下，你的一个同学准备讲讲学生贷款的事情。可她在全部的演讲过程当中，一直在讲台后面精神不振，花很长时间思考她想要说什么，看着天花板，并不停地玩弄手上的视觉辅助物。她想说的话是：“我们必须拿出更多的钱供学生贷款用。”但是，她的形态实际传达出来的信息却是：“我并没有做好作演讲的准备。”由此可见，作为演讲者的工作之一，是要确保非语言的信息至少不妨碍语言信息的表达。

3. 听众

听众就是接受演讲者信息的人。没有听众，就谈不上交流。当你在电话里跟一个朋友谈话的时候，你就只有一个听众，而在公共演讲当中，你会有很多听众。一个演讲者所说的一切，都会在听众的思维框架里得到过滤。所谓听众的思维框架，就是指其知识、经验、目标和价值观的总和。因为演讲者和听众是不同的个体，他们永远也不可能具有一模一样的思维框架，因此同一个信息对于一个听众和对于一个演讲者来说，其含义永远也不可能完全一样。

你可以很容易就检测出不同的思维框架所造成的影响。请班上的每一位同学来描述一把椅子。如果你有二十个同学，你会得到二十种不同的描述。一个学生或许会描绘出一把过分松软和很舒服的大椅子，另一个说的是一把雅致的直背椅，而另一个同学可能会描述一把办公室的椅子，第四个同学或许会描述出一把摇椅，等等。哪怕两个或更多同学描述的是相同类型的椅子，比如一把躺椅，但他们对那把躺椅的构图仍然会有所不同。一个同学描绘的可能是早期的藤椅式躺椅，另一个描述的可能是现代逍遥式木制的或竹制的躺椅……这样的可能性会无穷无尽。

一把“椅子”这样简单的概念是如此，那么，不同的人对于“爱国主义”或“自由”这样的概念的理解程度更加可想而知。

因为人们有不同的思维框架，一个公共演讲人就必须认真地调整自己所要传达的信息，使其适合特别的听众。要成为一名有效率的演讲人，你必须以听众为中心，必须为听众尽一切努力。你不能假定听众会对你说的任何东西都感兴趣，但至少尽量让他们跟自己的演讲产生联系。如果你的报告太抽象，太复杂，那么，听众会很快降低注意力。如果不能使你的演讲与听众的经验、兴趣、知识和价值观产生联系，你也会失去听众。但当你所作的演讲使听众觉得“这对我很重要”时，你将会成功的。

4. 渠道

渠道是信息得以传递的方法。当你拿起电话给一个朋友打过去的时候，电话就是渠道。公共演讲者也许利用一个或者多个渠道，每一个渠道都会影响听众接受到的信息。

当你在班里演讲时，你的渠道是直接的面对面交流，中间不需要任何扩音设备的介入。如果你的演讲是在大礼堂，那么，你的渠道就丰富一些，有舞台、有灯光、有扩音设备，甚至还有背景和投影设备。

如果你是在中央电视台作全国性的演讲，你的演讲就会通过复杂的通信设备、光纤、电波和电视的渠道传播到全国各地。对广播听众来说，信息完全通过你的声音传播出来。他们可以听到你的声音，但看不到你的姿势。对于电视观众来说，这个信息是通过你的声音和你的电视形象以及演播厅的光影环境同时传播的。演播厅现场的人有更直接的渠道，他们不仅仅可以听到你通过麦克风放大的声音，而且还能够看到人并感受到演讲的现场情景。

5. 场合

场合是指演讲交流发生的时间和地点。对话总是在某种场合当中发生的。有时候，说话的场合是有利的。比如在花前月下，恋人们的缠绵细语，那是多么的浪漫和自由。而另外一些时候，场合可能不利于说话。比如，在嘈杂的火锅店里，想让同桌的人听清自己的说话都十分困难。当你必须跟某人谈一番动情的话时，你会一直等到合适的场合出现。

公共演讲者也必须注意场合。教室、礼堂的演讲不同于商品展销会上的演讲，专门演讲比赛的演讲也不同于开业大典上的演讲，婚礼上的演讲又不同于毕业典礼和谢师晚会上的演讲等。不同的演讲都有不同的场合，都有不同的氛围，都要求有某种特定的形式和特定的气氛。

有时物理环境也是重要的。一次演讲是在户外还是在室内进行，是在小房间里还是在体育馆里进行，是对一群人还是对少数几个人演讲，这些都是有很大区别的。当你调整一次公共演讲，使其适应当时的场合时，那么你所做的也就是在较大的规模上进行日常对话。





6. 反馈

反馈是指在演讲时,听众的信息通过非语言的形式,诸如手势、表情、姿势等,从现场传达给演讲者的过程。

假如,演讲者在电视台发表电视讲话,他所进行的是单向交流。听众或观众对着电视机发表一通评论,演讲者并不能听见他们在说什么。但是,在大多数情形当中,人们一般都是进行双向交流的。你的听众不会跟海绵一样简单地吸收你的信息,他们会传递出自己的信息,这样的信息传递过程就称为反馈。

例如,当你给朋友打电话说你会迟到的时候,你可能会听到:“啊,不,你不能迟到!我不管你有什么问题,你必须准时过来!”这就是反馈。

这种明确的口头上的反馈,在公共演讲当中是少有的。演讲中反馈的信息不会那么明白和具体,但是,仍然有很多种反馈是可以让你知道你的信息被人所接受的情况。听众是否前倾身体听你说话,是否在给予密切的关注?他们是否因为赞同而鼓掌?他们是否在你开玩笑的时候放声大笑?他们脸上是否流露出揶揄的表情?他们是否来回不停地扭动自己的大腿,不时地看自己的表?这些反应所发送出来的信息可能是“我听得真带劲”,“我同意你的看法”,“我不同意你的看法”,“我烦透了”,等等。作为演讲者,你需要关注这些反应,并做出相应的对策,不时修改自己发出的信息。“真掌声”和“鼓倒掌”是有区别的,敲桌子和冷巴掌是有原因的。你只有懂得反馈的内涵才能做出合适的处理对策。

作演讲的时候,应该注意听众接受你的思想时遇到了困难所做出的反馈。有的演讲允许双向交流,这时,如果发现听众脸上流露出困惑的表情,应该重新说一次自己的观点,以确保听众明白你的意思。在某些情况下,你还可以提问鼓励他们做出反馈。比如:“不知我的话清楚没有?”或者“我的这个观点不知解释得是否完善?”

7. 干扰

干扰是阻碍信息交流的东西。当你在电话上讲话的时候,有时候会出现静电,或者电话线会搅在一起,结果电话会串线,这就是一种干扰。在公共演讲当中,有两种干扰。一种干扰跟电话通话中出现的静电或串线现象一样,这对于听众来说是外部的,许多教室中的演讲也会受到这种形式的干扰。比如,有楼外的汽车喇叭声,有吊扇发出的噪声,有学生在大厅里说话的声音,一个教室也许会太热或太冷。所有这些都会使听众分神,从而无法认真听你演讲。

第二种干扰是内在的,它来自听众,而不是外部。也许你的听众之一被蚊子猛咬了一口,或者因为皮肤很痒而无法听你说话。另一位听众或许在担心下一节课要进行的测试。还有的听众或许在思考他刚刚与女朋友进行过的一场争论。作为演讲者,你必须努力保持住听众的注意力,不管出现什么干扰。

总之,演讲交流过程作为一个整体来说包括七大要素——演讲者、信息、渠道、听众、反馈、场合和干扰。演讲者是启动一次语言交流过程的人。不管演讲者说的是什么,都可以算是信息,而信息是通过一种特别的渠道表达出来的。听众接收到交流出来的信息,并反馈给演讲者。场合就是语言交流发生的时间和地点,而干扰则是妨碍信息交流的任何东西。这七大要素的相互作用就决定了一次演讲的效果。

四、演讲的特征

1. 目的性

演讲是针对现实生活中的某个问题,向听众发表意见、抒发感情,从而达到感召听众的一种现实的社会实践活动。这就要求演讲必须有非常明确的目的性。因为演讲不是艺术幻想,而是现实的宣传对话活动。演讲不是演讲者的无事生非,而是演讲者通过对社会现实的判断和评价,直接向广大听众公开陈述自己的主张和看法的现实活动。

任何语言交流都有告知、说服和娱乐的三大目的,但演讲的目的性更明确。演讲者有演讲的目的,听众有聆听的目的,演讲活动有活动的目的。在精神文明建设的高潮中,演讲的宣传、团结、动员的作用越来越重要。

2. 艺术性

演讲是一门艺术,它不仅包括语言的艺术、说话的艺术、宣传的艺术,还包括形态的艺术和表演的艺术。这里的艺术性是现实活动的艺术。它的艺术性在于其具有统一的整体感和协调感,即演讲中的各种因素(语言、声音、表演、形象、时间、环境)所形成的一种相互依存、相互协调的美感。同时,演讲不单纯是现实活动,它还具备戏剧、曲艺、舞蹈、雕塑等艺术门类的某些特点,并将其与演讲融为一体,形成具有独立特征的演讲活动。

演讲要求你在不同的演讲场合中,利用各种语言艺术和表演技巧,有逻辑地组织自己的思想,剪裁自己的信息以适应听众。

在演讲过程中,讲一个故事以获取最佳影响,或根据听众的反馈而对自己的演讲作出艺术的调整。这些都会为你的演讲增辉不少,都是你在演讲时需要用到的重要技巧。

3. 鼓动性

演讲是有号召力的讲话,演讲是带鼓动性的宣传。没有鼓动性,就不成为演讲,政治演讲也好,学术演讲也好,商品推销演讲也好,都必须具备强烈的鼓动性。这是因为:

第一,一切正直的人们都有追求真善美的渴望,演讲者传播了真善美,自然会引起共鸣,激励和鼓舞听众。

第二,演讲者以自己炽烈的感情去引发听众的感情之火,容易达到打动听众的目的。

第三,演讲者的形象、语言、情感、态势以及演讲文辞的结构、节奏、情节等均能抓住听众。

第四,演讲的直观性使其与听众直接交流,极易感染和打动听众。可以说,是否具有鼓动性是演讲成功与否的一个标志。

4. 工具性

演讲是一门语言科学,更是一个交际工具,是人们交流思想、实现愿望的理想工具。思想、学识、发明和创造,可以借助演讲这个工具来传播;理想、目标和要求,也可以借助演讲这个工具来传达。可以说,演讲是最经济、最实用、最方便的传播工具,任何人都可以利用它。

在外事访问中,国家领导和外交人员把演讲作为工具,就能使很多复杂的外交难题得到解决,使很多尖锐的国际矛盾得到化解。

在营销市场上,成功的营销人员把演讲作为工具,结果他的产品推销就能获得成功,让