



新闻与传播学应用系列丛书 毕一鸣 主编
XINWENYU CHUANBOXUE YINGYONG XILIE CONGSHU

公共

演讲的传播艺术

公共演讲认知基础

公共演讲是什么

什么是公共演讲

公共演讲的价值

传播语境中的公共演讲

有效公共演讲的原则

做一名有道德的公共演讲者

什么是有效的公共演讲

坚持「听众中心取向」

具备「良好的内容」

具有「清晰的结构」

实现「有效的表达」

如何应对公共演讲焦虑

什么是沟通恐惧

为什么会产生公共演讲焦虑

如何降低公共演讲焦虑

倾听的艺术

什么是倾听

倾听的类型

批判型倾听：倾听的最高境界

做一个有道德的倾听者

如何提高批评技巧

公共演讲准备过程

为什么要进行「听众分析」

什么是听众分析

分析的方法

听众分析与伦理

朱 强 著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE



新闻与传播学应用系列丛书 毕一鸣 主编
XINWENYU CHUANBOXUE YINGYONGXILIE CONGSHU

公共

演讲的传播艺术

朱 强 著



中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

公共演讲的传播艺术 / 朱强著. —北京: 中国广播电视出版社, 2012.3

(新闻与传播学应用系列丛书 / 毕一鸣主编)

ISBN 978-7-5043-6603-0

I. ①公… II. ①朱… III. ①演讲—语言艺术 IV. ①H019

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第008233号

公共演讲的传播艺术

朱强 著

责任编辑 李晓霖

装帧设计 丁琳

责任校对 张莲芳

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.cntp.com.cn

电子信箱 cntp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 廊坊报业印务有限公司

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

字 数 360 (千) 字

印 张 22.25

版 次 2012年3月第1版 2012年3月第1次印刷

印 数 4000 册

书 号 ISBN 978-7-5043-6603-0

定 价 43.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

总 序

• • • • •

著名的英国史学家 H. G. 韦尔斯在他所著的《世界史纲》中指出：“在整个 19 世纪，文艺复兴所解放出来的西方文明思想完全集中于对社会和政治的创造性的改造。一场影响民众力量和物质生活的大潮冲刷着整个世界，促成这一变化的正是那解放了的思想在科学上最早发挥的作用。”^①在紧接着的 20 世纪所发生的一系列社会革命和科学技术革命都印证了韦尔斯的看法。美国当代著名科学史学家 I. 伯纳德科恩 (I. Bernard Cohen) 就明确指出：“20 世纪则是另一种意义上的革命时代，因为革命发生得更为频繁且其影响也更加深远。它们不仅使人类及其社会以及社会制度受到震动，而且还撼及自然界本身。已很难找到一块有人活动的地方能逃避革命所带来的巨大变化。革命已深入到各个领域：通讯（无线电、电视），制造业（合成纤维和塑料），电子（固态传感器、印刷电路、集成电路），战争（核武器、导弹），绘画（毕加索、马蒂斯、米罗），音乐（斯特拉文斯基、勋伯格、斯托克豪森），文学（乔伊斯、F. 沃尔夫），导航（雷达、远程定位），各门科学学科（爱因斯坦、玻尔、克里克和沃森），医学（索尔克疫苗、精神分析、起搏器、心脏外科），还有数据和信息处理——由此我们已经看到了计算机革命的步伐。我们还亲眼看到社会革命和政治革命在永无完结地继续：受到俄国革命和中国革命影响的人比以往任何一次革命都多，受到影响的程度也更深，来自有关拉丁美洲和非洲的大大小小的起义和暴乱的新闻越来越多，从军事政变到地道的社会和政治革命。”^②正是在这样一个风云激荡

① [英] H. G. 韦尔斯：《世界史纲》，曼叶平等译，北京燕山出版社 2004 年 2 月版，第 706 页。

② [美] I. 伯纳德科恩：《科学中的革命》，鲁旭东等译，商务印书馆 1998 年版，第 464 页。

的时代，分化并产生了许多新兴的学科，它们相互渗透、彼此交叉。新闻学和传播学也正是这个时代的产物，它们的形成和发展无不深刻反映出思想解放的进程，并与社会进步、科学革命息息相关、紧密相连。“今天的新闻就是明天的历史”说的是新闻与社会发展的关系，“媒介是人体的延伸”指的又是传播与科学进步的关系。新闻学诞生于19世纪中叶的德国，20世纪初，各国开始把它作为一门独立学科看待，并逐渐形成了以培养新闻工作者的基本素养和技能为宗旨，以新闻史、新闻理论和新闻业务为框架的教学和科研体系。传播学起源于20世纪初的美国，新闻学是其母体之一。以报刊、广播、电视等新闻媒介的社会功能、影响和效果为主要考察对象的大众传播学，与新闻学有着直接的继承和交融关系，到了20世纪中叶，传播学逐步成熟起来，也进一步拓宽了传统新闻学的领域。在传播学的形成与发展过程中，社会学、社会心理学、政治学、信息科学等也都发挥了重要的影响。

我国的社会革命和科学发展也基本与世界同步。中国传统的“四部之学”在晚清发生的剧烈变动与当时经世学风的兴起、西学在中国的传播密切相关，传统学术的衰落及转型与西学的引入存在着一种关联互动关系。这种转型大约从19世纪60年代开始，到20世纪初大致成形，到“五四”时期基本确立，到20世纪30年代最终完成。在古代的学术分类中，我国有所谓经、史、子、集的四部之学。以注重通、博的中国传统“四部之学”，在形式上最后完成了向近代分科性质的“七科之学”的转变（文、理、法、农、工、商、医）。由此可见，中国现代学术分科的日益专门化并最后定型为“七科之学”，经历了一个长期演化的过程。正是在从“四部之学”向“七科之学”的演化过程中，中国现代意义上的自然科学各学术门类（数学、物理学、化学、地理学、地质学、动物学、植物学等）及人文社会科学各学术门类（文艺学、历史学、哲学、政治学、经济学、社会学、法学、伦理学、逻辑学等）相继创立。这些学术门类主要是经过两个渠道创立起来的：一是“移植之学”，即直接将西学门类移植到中国来的学术，这主要是指那些中国传统学术中缺乏或落后的学术门类，如自然科学中的数、理、化、生、地、动植物学等门类，及社会科学中的政治学、经济学、社会学、逻辑学、法学等；二是“转化之学”，即从中国传统学术中演化而来的学术，这主要是那些中国学术传统中固有的学术门类经过“创造性转化”的学术门类，如文学、历史学、考古学、哲学、文字学等。传统学术的现

代化与西方学术的中国化，是中国传统学术向现代转型的关键，这两方面工作完成之时，才是中国现代学术建立之日。

1918年10月14日，北京大学新闻学研究会成立；它被公认为中国新闻学教育和新闻学研究的开端。直到1982年，西方的传播学理论才开始被介绍到中国大陆，从90年代引起了理论学术界的广泛兴趣，并产生出了许多成果。中国改革开放的三十年来，新闻传播学和新闻传播事业均有很大的发展，报纸由十一届三中全会时的78家发展到目前的两千多家，电台、电视台也增加到两千多家，新闻传播业的社会影响空前扩大。1998年，国务院学科评议组建议新闻学应成为文学门类中和中国语言文学并列的一级学科，上报国务院学位委员会，很快得到了批准。新闻传播学学科地位的提高，是新闻事业发展的必然，也说明我国新闻事业发展获得了学术界的普遍认同。传播学与新闻学的联姻，孕育并引发了各类新学科的建设。传播学与其他学科交融共生，不仅涉及新闻学、社会学、政治学、心理学，还涉及语言学、人类学、哲学及相关的技术学科，它是在人文科学和自然科学的交合点上形成并发展起来的综合学科。由于这种“交融共生”的学科特点决定了其研究内容和分支方向的多元化，也是它在现代及未来社会日益受到学界关注的重要原因。传播学与其他学科的交融已经越来越多地影响到传播学研究及教育领域，即各学校根据自身的学科优势进行相关研究和教学，研究重点也逐步从理论传播学向应用传播学转化。譬如，广播电视学、广告学、公共关系学、播音主持学、网络媒体学等也都在不同程度上运用传播学的基本理论和基本规律，开拓学科发展的新路径。

进入21世纪，社会科学和自然科学呈现加速发展的趋势，特别是信息科学带来了前所未有的光明前景。新闻与传播学也面临着更多的研究课题和发展机遇，学科的分化和细化是必然的结果。如何紧跟时代发展的步伐，追踪最新的科学技术成果，改造我们的学科和教育，是近些年我们一直都在思考并付诸实践的努力方向。

目前，全国有上百所高校都开设有新闻与传播学类专业，但教材建设仍然不能满足新学科发展的需要。在译介国外版教材的同时，大多使用的是几所著名高校所撰写的新闻学、传播学教材。譬如，中国人民大学所撰写的《20世纪中国新闻学与传播学》、复旦大学《新闻与传播学系列教材》新世纪版、清华大学《新闻与传播系列教材》、北京大学《世界传播学经典教材》等等，

这类教材侧重点各有不同，但大多偏重于理论研究，在新闻与传播实务方面的系统研究还比较少见。我们所编撰的这套“新闻与传播学应用系列丛书”主要着重应用性和实践性的特点，紧密结合媒体传播中的现实问题，力求以致用之学，把新闻与传播学的基本理论转化为业务实践的指南，并根据我国的媒体传播实践不断检验理论的适用性与合理性。这类教材不仅适用于高校教学，也符合媒体传播业务的需要。这样的定位可能也是一种尝试，但如果能够为新闻传播事业发展作出积极的探索和有益的贡献，也就满足了我们最初的愿望，同时，也希望这套丛书的出版能够在读者的批评和建议中不断得到完善。

毕一鸣

2010年4月 金陵随园

目录 CONTENTS

总 序.....毕一鸣

第一部分 公共演讲认知基础

第一章 公共演讲是什么

公共演讲就是演讲者有意识地将已掌握的信息、资讯与听众分享，从而与听众达成共识的过程。

- 第一节 什么是公共演讲 005
- 第二节 公共演讲的价值 008
- 第三节 传播语境中的公共演讲 011
- 第四节 有效公共演讲的原则 018
- 第五节 做一名有道德的公共演讲者 021
- [延伸阅读] 演讲的力量 025

第二章 什么是有效的公共演讲

有效的公共演讲，必须以听众为中心，这既体现了演讲者对听众的尊重，也是实现演讲有效传达的主臬。

- 第一节 坚持“听众中心取向”，具备“良好的内容” 030
- 第二节 具有“清晰的结构” 031
- 第三节 实现“有效的表达” 039
- [延伸阅读] 千金易得，一丑难求——谐星的公共演讲技巧 042

第三章 如何应对公共演讲焦虑

系统脱敏、认识重构以及技巧训练可以有效地化解公共演讲焦虑。

- 第一节 什么是沟通恐惧 048
- 第二节 为什么会产生公共演讲焦虑 049
- 第三节 如何降低公共演讲焦虑 053
- [延伸阅读] “Hold住” public, “Hold住” speaking 059

第四章 倾听的艺术

为了达成思想一致和感情通畅，
倾听是有效沟通的必要部分，要不遗
余力，不断提高倾听技巧。

第一节 什么是倾听及倾听的类型 063

第二节 倾听的最高境界
——批判型倾听 066

第三节 如何提高批评技巧 073

第二部分 公共演讲准备过程

第五章 理解听众

公共演讲始于听众分析，听众
分析就是理解听众，为之调整演讲的
过程。

第一节 什么是听众分析 082

第二节 听众分析的方法 087

[延伸阅读] 了解听众是演讲者的
首要任务 090

第六章 选择主题

选择主题是准备公共演讲的第
一步。公共演讲者要针对听众的类
型和演讲目的，去提炼主题。

第一节 选择主题之前的思考 095

第二节 提炼主题的方法 095

[延伸阅读] 立意深刻 演讲耐听 100

第七章 组织观点

组织观点，形成有效的演讲宏观
结构。具体来说，就是整合支持材料，
处理好过渡。

第一节 什么是演讲组织 104

第二节 演讲主体部分的组织安排 105

[延伸阅读] 善于取舍材料，让演讲主题
更鲜明 111

第八章 搜集材料

材料丰富、翔实、新鲜、具体，会增加你演讲的广度和深度，吸引不同的听众，增加你的演讲气质。

第一节 支持材料的重要性 115

第二节 支持材料的种类 117

第三节 搜集支持材料：研究 121

第四节 恪守演讲伦理 126

〔延伸阅读〕 麦肯锡“三十秒电梯理论” 132

第九章 设计大纲

设计大纲借助清晰的识别模式将主要观点有序置放，从而让听众易于理解。

第一节 为什么演讲大纲非常重要 135

第二节 如何准备公共演讲大纲 136

第十章 引言与结语的设计

演讲的开篇和结束方式，直接影响演讲的成败。开篇强劲有力，结尾意味深长，会给你一个积极的自我暗示。

第一节 先声夺人：设计有效的引言 153

第二节 余音绕梁：设计有效的结语 161

〔延伸阅读〕 开头巧示弱，效果真不错 166

第三部分 公共演讲实现艺术

第十一章 语言和风格的设计与选择

非凡的语言和风格，能够让演讲者更好地掌握听众的兴趣点，让演讲经久不忘。

第一节 语言和风格的重要性 172

第二节 语言的自然属性及表达方式 175

第三节 使用语言和风格的有效策略 178

〔延伸阅读〕 走上央视权威讲坛第一兵 186

第十二章 公共演讲的表达技巧

表达就是个人使用声音、面部表情、身体语言，绘声绘色传播信息的过程。

- 第一节 有效表达的基本特征 191
- 第二节 非语言沟通的原则 192
- 第三节 非语言表达的沟通信号 196
- 第四节 声音的有效运用 202
- 第五节 表达的主要方式 206
- 第六节 演讲练习 209

[延伸阅读] 即兴演讲出现口误，
你知道如何补救吗？ 213

第十三章 演示辅助工具的运用

作为语言的补充，演示辅助工具可以让观众更清晰、更具体地了解演讲观点。

- 第一节 什么是演示辅助工具？ 217
- 第二节 为什么使用演示辅助工具？ 221
- 第三节 如何使用演示辅助工具 223

[延伸阅读] 如何应付公共演讲中的
突发事件 227

第十四章 公共演讲的传播策略

气质、逻辑等有效说服策略，可以激发听众的认同感，进而影响听众，深入他们的心灵，最终获得他们观念的共鸣和行为的认同。

- 第一节 传达气质的策略 234
 - 第二节 传达逻辑的策略 241
 - 第三节 传达情感的策略 249
- [延伸阅读] 语言出彩 演讲动听 254

第四部分 公共演讲主要类型

第十五章 告知式演讲

告知式演讲者就像一位传道授业解惑的教师，他对物体、事件、地方、人物……作答。

- 第一节 什么是告知式演讲 260
- 第二节 告知式演讲的类型与模式 262
- 第三节 怎样进行有效的告知式演讲 264

第十六章 说服型演讲

说服型演讲是通过公共演讲来影响态度、信念、价值观或行为的过程。

- 第一节 什么是说服型演讲 271
- 第二节 说服型演讲的目标取向 273
- 第三节 说服型演讲的类型 276
- 第四节 说服型演讲的核心内容 281
- 第五节 说服型演讲的组织模式 284
- 【延伸阅读】 说服型演讲的技巧 297

附录一 传世经典演讲稿

我有一个梦想

马丁·路德·金 300

谁来为公众利益奔走呼吁?

——民主党代表大会上的主题发言

芭芭拉·乔丹 304

就职演说 308

约翰·F·肯尼迪

全国妇女权利大会上的发言, 1855

露西·斯通 311

光荣与希望: 让所有人享有工作、面包、水和盐

尼尔森·曼德拉 314

饥饿的耻辱

埃利·威赛尔 317

文明无需审查: 互联网道德规范——仇恨网站

雷蒙·W·史密斯 321

艾滋病患者的心声

玛丽·费雪 327

附录二 公共演讲术语表 331

附录三 参考文献 342

后 记 343

第一部分



公共演讲认知基础

第一章 公共演讲是什么

第二章 什么是有效的公共演讲

第三章 如何应对公共演讲焦虑

第四章 倾听的艺术

第一章

公共演讲是什么

The Art of Public Speaking

2011年8月16日，从微博上人们看到《铁道部新闻发言人王勇平被免职》的消息：

铁道部今日表示，新闻发言人王勇平被免职。7月24日晚，在动车追尾事故发布会中，王勇平的几句话：“这只能说是生命的奇迹”、“至于你信不信，我反正信了”，在随后几日，被网友无数次引用。王勇平1955年生于湖南衡阳，2003年起任铁道部发言人。

王勇平被免职的真正原因，或许只有他自己最清楚——但是，我们从公共传播的角度说，其公共演讲的水准，或许也是其中一个重要的因素。

如果你在国内学完了所有的大学课程，顺利地拿到了学位，即使是最高的博士学位——插一句题外话，博士后只是一种工作经历，不是比博士更高的学位，坊间的误读和某些人的刻意粉饰，加剧了无知者对博士后的莫名的崇拜——那么，也许你对“公共演讲”这门课程，还是闻所未闻！因为，这门在欧美十分普及的大学通识课程，还没有纳入中国高等教育的教学体系，成为一个孤魂野鬼，飘荡在知识的荒野之中。

但是，在你开始系统地学习，试图培养公共演讲技巧的时候，我会给你由衷的赞许，热烈的祝贺！——因为，我觉得或许再没有哪门课程可以像公共演讲那样，可以伴随我们终生，无论我们未来做什么工作，在哪个领域发展，生活在哪种文化背景之下，公共演讲都会给

我们莫大的帮助，让我们游刃有余地驾驭周遭的际遇，达成良好的沟通效果，实现工作、生活、学习的全方位进步，甘之若饴，获益无穷！

当然，公共演讲系统技能的掌握，绝非一蹴而就的。尤其是对于我们这个崇尚沉默是金、不苟言笑的民族，当众发表观点，在大庭广众之下高谈阔论，难免感到紧张。其实，绝大多数人——不分国界、不分民族、不分种族——都有同样的感受。调查显示，人们对大庭广众之下发表演讲的恐惧，远远超过“乘坐飞机、遭遇地震、罹患重病，甚至是面临死亡”。有人甚至这样戏谑地说道：“大多数的研究结果显示，人们‘天字第一号’的恐惧对象是公共演讲，排在第二位的才是死亡。死亡屈居第二！它听起来正确吗？这意味着，对于一般人来说，如果他出席葬礼，他情愿是躺在棺材里的死者，也不愿意是发表悼词的人。”^①

与很多人的认识相反，即使是那些功成名就的大家，比如，歌星、足球明星、政治家、官员和著名公司的高管，面对黑压压的人群张口说话，也会战战兢兢，如履薄冰。

台湾作家李敖曾经这样说道：“我演讲时，最怕碰到四种情况——第一种，是怕没有人来听；第二种，是怕听的人中途去小便；第三种，是怕小便的人不回来；第四种，是怕回来后不鼓掌。”^②

著名电视节目主持人崔永元的观点，可能道出了许多公共演讲大家的心声：“我没有克服在公众面前讲话的恐惧感，不论我是在 2500 人的演播大厅里，还是在五个班级中学生面前演讲，我心里都一直在跳。除了在公共前演讲和死亡这两件事，我并没有多少事情可害怕的。”^③

在本书中，我们将详细阐述公共演讲的基础理论，全面介绍有效公共演讲的实现路径，传授相关的操作技巧，从而帮助你控制演讲焦虑，发挥自己优势；正确处理演讲主题，激发听众兴趣，吸引听众关注；有效组织观点；提升你的个人演讲气质，从容不迫、令人信服地发表演讲……如果你能仔细阅读，用心体会，学以致用，假以时日，你一定可以成为一名有效的公共演讲者，充分享受演讲之乐，并与周边的人更好地实现传播目的，轻松应对每一天的学习、工作于生活。

下面，我们从最基本的核心概念出发，对公共演讲作一个概要性的了解吧。

① 见狄安娜·D·赛尔劳，《公共演讲：路径与方法》，清华大学出版社 2010 年 7 月版，第 2 页。

② 引自李敖 2005 年 9 月 21 日于北京大学的演讲。

③ 引自豆丁网《名人演讲也恐惧》。

·····第一节

什么是公共演讲

一、定义

一本名为《30天精英演讲速成》的培训教材中，对公共演讲作出了描述性的介绍：

公众演说是世界上最厉害的武器，拥有了公众演说能力，就是拥有了世界上最厉害的武器。

从古至今，我们不管在政治、文化、经济、教育、科技、著作、财富、艺术、发明等所有各个领域的成功者，他们都是公众演说者，没有错，就是公众演说者。我们可以看到，孙中山先生靠的是公众演说然后推翻了满清；我们也可以看到，毛主席靠着公众演说引领红军然后能够解放全中国；我们可以看到，希特勒因为公共演说所以能够翻天覆地发动二次世界大战。在当今的商业舞台中，我们可以看到，世界首富比尔·盖茨曾经在每一次的新品发布会的时候，他都会亲自到大家面前来作公众演说，来销售他的新产品。最近期可以发现，最神奇的一个人就是苹果公司的乔布什。从 ipod itunes 到 iphone，一样一样的产品一个个跟着出来，每一次新产品的上市都造成轰动，他靠的是什么呢？他靠的也是公众演说。没错，就是公众演说。美国总统奥巴马通过公众演说宣传治国方针，迅速成为一颗耀眼的明星。所以，公众演说真的是有太大太大的影响力与魅力了。一个企业家、一个政治家不管在哪个领域当中，如果你不会公众演说，那你就不能产生影响力和魅力，如果你不能公众演说，你将不能够影响你的团队，如果你不能公众演说，你将不能够影响你身边的每一个人，甚至于你不会公众演说，你不能急速地、快速地在短时间就把你的知名度快速地向外推广出去。