

非常

演讲的

力量

◆ 沈耀峰 编著

FEICHANG
YANJIANG DE
LILIANG

演讲的演讲，不是
在台上念几篇稿子，而是
在台下与思想进行对话，
让思想的力量，
在演讲中绽放。



非常演讲的力量

沈耀峰 编著

中国盲文出版社

图书在版编目(CIP)数据

非常演讲的力量/沈耀峰编著. —北京:中国盲文出版社,2002.1

ISBN 7-5002-1594-0

I. 非… II. 沈… III. 演说—语言艺术 IV. H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 092337 号

非常演讲的力量

编 著:沈耀峰

出版发行:中国盲文出版社

社 址:北京市丰台区卢沟桥城内街 39 号

邮政编码:100072

电 话:(010)83895214 83895215

印 刷:香河计庄金泉印刷厂

经 销:新华书店

开 本:850×1168 1/32

字 数:190 千字

印 张:11

印 数:1~3000 册

版 次:2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-5002-1594-0/H·5

定 价:19.00 元

此书盲文版同时出版
盲人读者可免费借阅

版权所有 侵权必究
印装错误可随时退换

序 言

演讲作为人与人之间交流信息、传递感情、表达思想的基本表现形式，对每个人来说都至关重要。它不再是人们日常生活中简单的话语交往，亦不同于一般的说话。它是演讲者生命精华的凝结，是演讲者灵魂的飞翔，是说话技巧和说话者综合素质的完美结合。真正的演讲是人与人之间心灵的碰撞，使双方的人性和人格都得到升华，这种碰撞释放出无比巨大的能量，它能激励千百万人前赴后继去进行艰苦卓越的奋斗，推动历史的前进，并改变历史的进程。演讲产生的力量是巨大的，然而其又是无形的。

古今中外，很多卓越的演讲家往往能胸纳百川、舌吐风雷、振臂高呼、应者云集，挽狂澜于既倒，推巨浪而前行。他们的演讲往往具有神奇的感召力、说服力和煽动力。演讲就像一犀利的武器，似投枪、似匕首，力量无穷。正是丘吉尔的演讲唤起了民众的力量，拯救了铁蹄下的英国；正是罗斯福的激情演讲，才激发起美国人的斗志。现实生活中演讲更是无处不在，可以用来交流思想，抒发感情，表达主张，发表见解，还可以介绍学习方法、工作业绩与生活经验。演讲能为任何人所运用，为任何人所喜爱。近年来，在迅速发展的心理学、思维学的影响下，人们更加重视演讲与思维关

系的研究，注重对演讲技巧的开发和研究。

《非常演讲的力量》一书的编辑出版为广大渴望提高演讲水平的读者提供了极好的借鉴。该书不仅注重演讲基础知识的培养，演讲技巧的运用，精彩演讲的赏析，更加强调演讲的实战能力的培养，强调演讲在商务、政治、经济、军事、学术等实战中的作用，着重突出非常演讲所产生的巨大力量。相信《非常演讲的力量》一书的出版定能为广大有志于提高演讲能力的读者指点迷津，起到抛砖引玉的作用。如果你真想成为口若悬河滔滔不绝的演讲行家，不妨早日捧读《非常演讲的力量》一书。相信该书独到的阐释定能开启你的心智，带你走进演讲的圣殿，助你成为一语惊四座的演讲高手！

编者

2001年12月

目 录

基础篇

第一章 演讲是一门艺术	(3)
演讲的特质	(3)
演讲的功用及重要性	(13)
◎认识作用	(14)
◎交往作用	(15)
◎激励作用	(16)
◎教育作用	(17)
◎审美作用	(17)
◎调适作用	(19)
◎控制作用	(19)
◎吸收作用	(19)
◎储存作用	(20)

第二章 演讲的准备	(21)
写好演讲稿	(21)
◎取舍材料	(21)
◎编写提纲	(26)
◎撰写演讲稿	(28)
活动的培养	(43)
注意穿着	(44)
演讲前的判定	(45)
演讲的姿态	(51)
第三章 演讲的开始	(54)
酝酿演讲	(55)
◎引发演讲的动机	(55)
◎丢开勉强的幽默	(55)
◎不说无价值的话	(58)
材料选择	(61)
◎与听众相关的	(61)
◎用惊人的事实	(63)
◎偶然发生的事端	(64)
引发共鸣	(65)
◎加点蜜糖	(65)
◎产生共鸣效应	(70)

第四章 演讲的结束	(75)
精采响亮的结尾	(76)
◎突出重点	(79)
◎加强赞美	(80)
绝妙诱人的结尾	(80)
◎来一点幽默	(80)
◎来一段诗句	(81)
◎设一些圈套	(82)
◎见好即收	(84)

技巧篇

第五章 语言技巧	(87)
个性化的语言	(87)
语言的色彩美	(87)
语言的回环往复之美	(93)
语言的蝉联之美	(96)
第六章 语气技巧	(101)
演讲语气的概念	(102)
◎气与调	(102)

● 非常演讲的力量

◎实质	(103)
◎语境	(106)
演讲时语气的感情色彩和分量	(111)
◎感情色彩	(111)
◎感情分量	(116)
逻辑意味与交流意味	(118)
◎逻辑意味	(118)
◎交流意味	(121)
第七章 节奏技巧	(124)
节奏的统一	(125)
◎主客观的统一	(125)
◎外部形式的表现态势	(126)
◎声音形式的回环复返	(127)
节奏的调控	(128)
◎轻快舒缓	(128)
◎低沉高亢	(130)
◎转承启合	(136)
学会给演讲布控	(141)
◎总体布局	(142)
◎控纵有度	(143)

第八章 停连技巧	(146)
声音的标点	(146)
位置与时间	(147)
中断与连接分类	(149)
◎区分性停连	(150)
◎呼应性停连	(151)
◎并列性停连	(152)
◎分合性停连	(154)
◎强调性停连	(155)
◎判断性停连	(155)
◎转换性停连	(156)
◎生理性停连	(157)
◎回味性停连	(158)
◎灵活性停连	(159)
第九章 动作技巧	(161)
用眼睛“说话”	(161)
目光语的八种运用方法	(163)
微笑技法	(165)
手势分类	(166)
手势三十势	(169)

第十章 控场技巧	(173)
应变技巧	(173)
◎失言应变法	(175)
◎诘难应变法	(178)
◎主观应变法	(183)
◎客观应变法	(192)
引发听众的兴趣	(200)
◎勾引起兴趣来	(202)
◎演讲成功模拟法	(205)
与听众进行情感沟通	(216)
◎多提示	(217)
◎打动听众	(223)
◎演讲时的形象性	(226)
第十一章 说服技巧	(230)
给予信任	(231)
◎个性真实	(231)
◎经验要实	(232)
◎辞汇要准	(233)
◎情感要真	(234)
◎准备充分	(235)
使演讲更具震撼力	(236)

- ◎挑战听众动机 (236)
- ◎把握听众心理 (239)
- ◎尊重听众信仰 (241)

演讲力量篇

热血、眼泪和汗水

- 温斯顿·丘吉尔 (245)

一个永志难忘的国耻之日

- 富兰克林·罗斯福 (248)

捍卫我们的自由、荣誉和祖国

- 约瑟夫·斯大林 (251)

在葛底斯堡烈士公墓落成典礼上的演说

- 亚伯拉罕·林肯 (259)

俄国和德国绝不会再交战

- 阿道夫·希特勒 (263)

人民将永远对我的头颅表示尊敬

- 乔治·丹东 (266)

我愿意为正义付出生命

- 约翰·布朗 (269)

● 非常演讲的力量

我不想为自己辩护

——路易斯·米歇尔 (273)

关于圣经和进化论的辩论

——丹诺 (276)

我是美国的牺牲品

——马尔科姆·艾克斯 (284)

美国第二任总统约翰·亚当斯的就职演说 (293)

美国第六任总统约翰·昆西·亚当斯的就职演说 (302)

美国第二十六任总统西奥多·罗斯福的就职演说 ... (311)

美国第三十二任总统富兰克林·罗斯福的就职演说
..... (315)

富兰克林·罗斯福总统第二次就职演说 (322)

富兰克林·罗斯福总统第三次就职演说 (330)

富兰克林·罗斯福总统第四次就职演说 (336)

基础篇

第一章 演讲是一门艺术

演讲的特质

如何认识演讲，也就是确立怎样的演讲观，决不是一般的问题。因为只有树立了正确的演讲观，才能透过演讲的现象，认清演讲区别于其他口语形式的本质属性，才能恰当而准确地把握住其内部规律和特点，以便驾驭它，发挥其最大的社会效益和作用。

任何一种蕴含艺术性的活动，都有其独特的物质传达手段，形成自己特殊的规律，揭示着自身活动的本质特点。演讲活动自然也不例外。演讲者要想发表自己的意见，陈述自己的观点和主张，从而达到影响、说服、感染他人的目的，就必须通过与其内容相一致的传达手段。演讲的传达手段主要有：有声语言、态势语言和主体形象。

1. 有声语言

有声语言是演讲活动最主要的物质表达手段，是信息传达的主要载体。它是由语言和声音两种要素构成的。它

● 非常演讲的力量

以流动的声音运载着思想和情感，直接诉诸听众的听觉器官，产生效应。

有声语言的要求是吐字清楚、准确，声音清亮、圆润、甜美，语气、语调、声音、节奏富于变化，要注意形式美和声音美。它具有时间艺术的某些特点，是听众听觉的接受对象和欣赏对象。

2. 态势语言

态势语言就是演讲者的姿态、动作、手势、表情等，它是流动着的形体动作，辅助有声音语言运载着思想和感情，诉诸听众的视觉器官，产生效应。由于它是流动的，只存在于一瞬间，稍纵即逝，这就要求它准确、鲜明、自然、和谐、轻灵，要有表现力和说服力。这样，才能具备“能感受形式美的眼”的听众在心理上唤起美感，并使之得到启示。它具有空间艺术的某些特点，是听众视觉的接受对象和欣赏对象。然而，态势语言虽然能加强有声语言的感染力和表现力，弥补着有声语言的不足，但如果离开了有声语言，它就难以直接地、独立地表现思想感情。

3. 主体形象

演讲者是以其自身出现在听众面前进行演讲的人。这样，他就必然以整体形象，包括体形、容貌、衣冠、发型、举止神态等直接诉诸听众的视觉器官。而整个主体形象的美与丑、好与差，在一般情况下，不仅直接影响着演