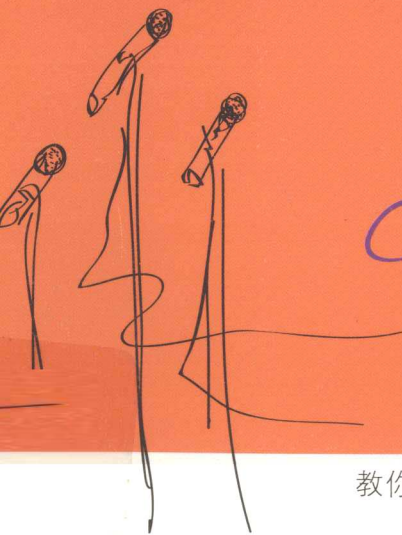


THE TRUTH
ABOUT

真理与方法译丛

演讲的真理

【美】詹姆斯·奥罗克 著 康晓光 译



*Confident
Presenting*

JOMES O'ROURKE

教你做好万全准备，令演讲完美无缺

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

演讲的真理

[美] 詹姆斯·奥罗克 著

康晓光 译

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

演讲的真理/(美)奥罗克(Rourke, J.)著;康晓光译.

-北京:人民邮电出版社, 2011. 1

ISBN 978-7-115-24690-5

I. 演… II. ①奥… ②康… III. ①演讲学 IV. ①H019

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第258081号

James O'Rourke

The Truth About Confident Presenting

ISBN 978-0-13-235496-7

Copyright © 2008 by Pearson Education, Inc.

Publishing as FT Press

Upper Saddle River, New Jersey 07458

Original language published by Pearson Education, Inc. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition published by Posts & Telecom Press.

本书中文简体字翻译版由人民邮电出版社出版。未经出版者书面许可,不得以
任何形式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封底贴有人民邮电出版社和 Pearson Education 公司防伪标签,无标签者不
得销售。

北京市版权局著作权合同登记号:01-2010-3335

版权所有,侵权必究。

演讲的真理

◆ 著 [美]詹姆斯·奥罗克

译 康晓光

策 划 刘 力 陆 瑜

特约策划 闻 洁

责任编辑 陆 瑜 娄 雯

装帧设计 陶建胜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号A座

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

电话 (编辑部)010-84937150 (市场部)010-84937152

(教师服务中心)010-84931276

北京圣瑞伦印刷厂印刷

新华书店经销

◆ 开本: 880×1230 1/32

印张: 6

字数: 148千字 2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2010-3335

ISBN 978-7-115-24690-5/F

定价: 28.00元

本书如有印装质量问题,请与本社联系 电话:(010)84937153

内 容 提 要

管理者工作中最主要的内容是与人沟通，其中当众讲话占了很大比例，包括演讲、作报告、产品说明会、媒体交流等，这些都需要具备一定的能力和技巧。所以说，演讲能力对于管理者取得成功是至关重要的。

作者根据自身的经验和多年咨询顾问工作中的认识，总结出 51 条如何提高演讲能力的技巧。这些技巧都简单易行，切实有效，可以帮助管理者在短时间内提高其演讲能力。

本书可用于员工培训，也可供中高层管理者学习和参考；对于想提高自身素质、早日成为管理者的员工，也有学习和参考的价值。

对《演讲的真理》的评议

奥罗克超越了一般的演讲劝告，他所归纳的 51 条真理承载了许多智慧。他说明了演讲的内容和最终效果之间的关键性联系，阐述了演讲准备与实践之间强有力的关联，演讲者按照他提出的成功模式一定能发现满意的听众。

——吉普·布赖恩特

纽约梅隆银行 (The Bank of New York Mellon) 副总裁

首席信息官

从演讲战略到战术，本书中 51 条“真理”是有用和可操作的，而且适应性强。即使只读其中的几章，都会使你成为一位更好的演讲者。

——简·波兹

道康宁公司 (Dow Corning Corporation) 执行总裁

无论你是对广大听众、你的上司、你的员工，还是对你的孩子讲话，读了这本书，你会觉得更有信心，更有准备，而且更有效。奥罗克提出了简单可行的演讲忠告，确实与众不同。仔细阅读，你就会知道怎样对待你的听众，并且使你的信息有价值！

——帕蒂·布莱克本

RSM McGladrey Inc. 公司沟通高级副总裁

《演讲的真理》这本书，对于想要发表有效的、可行的演讲的任何人都有实际的帮助，对于新手和老练的演讲者

都是一个可贵的资源。

——凯瑟林·巴比顿

阿波特图书馆 (Abbott Laboratories) 副主管

35年成功的演讲经验汇聚成一本容易理解并且有无限价值的书，对于任何对公开演讲感到焦虑的人，都可以改进他们的演讲技巧。书中有许多真实事例是奥罗克集中针对成功演讲的要点而列举的。

——蒂姆·安德烈

美国顿初 (Dentsu America) 首席执行官

前 言

哈佛商学院教授约翰·科特用5年多的时间研究了许多获得成功的总经理，发现他们的大部分时间用于与人交往，其中包括下属、老板，还有许多机构以外的人士。这项研究表明，每位经理独自工作的时间只占其总工作时间的25%。科特还发现，与其他人交往的时间用于交谈和倾听，以及为别人提供思想和行动建议。

同样，管理顾问迪尔德丽·博登发现，成功的经理大都用75%左右的时间和别人进行语言交流：电话联系、当面交谈、会议交流以及大型或小型的各种演讲。实际上，现代商务和社会环境中的信息与交流都是靠语言传递的。我们的一些最重要的观点，常常是在和当事人、顾客、股东、上级以及决策者的交谈中形成的。

在你人生的某些时刻，不可避免地会被要求去演讲。问题是大多数人天生害怕这样做。我们可以在安静、舒适的家里或办公室写备忘录、写信、写报告或发电子邮件，但是当站在一群人面前表明自己的思想，或者鼓励他们去做些什么的时候，很多人会感到非常胆怯。

不管你是否喜欢，你都会在演讲中被每一位听众打分，你会被衡量和批评。在这15~20分钟里，你对这个机构的价值、你的事业以及你的未来等等都会展现出来。难怪人们对此会感到紧张。

我为商学院的学生、政府官员、军队官兵以及各行各业的专业人士开设公开演讲课已超过35年，我对公开演讲得出一条简单的真理：它是不容易的，但它是一定能做到的。我曾经帮助人们克服各种各样的恐惧、焦虑和忧虑，看着他们用娴熟的演讲引起听众的轰动。如果他们能做到，

你也一定能做到。

本书简单易懂，结构紧凑，主要作用有以下三方面：
(1) 能帮助你测定自己当前的演讲技能水平是否已经准备好面对“黄金时段”；(2) 向你展示了北美职场对演讲的标准，你会逐步看到商务和专业职场的演讲要求；(3) 本书为你提供了准备、改进和参与你工作的各种“工具”。所有这些内容都归纳在51条真理之中。

然而，最重要的是，这些还不足以造就出伟大的演说家。他们的伟大在于着眼于他们的信息、听众的需要、组织的模式和演讲的细节。总之，坚持、全心投入和一定的实践，是你成为最佳公开演讲家道路上的长期旅伴。

詹姆斯·奥罗克

目 录

第一篇 首要的真理

- 真理 1 演讲并不容易，但一定能做好 1
- 真理 2 成功的关键在于充分准备 4
- 真理 3 多次演练是必不可少的 7
- 真理 4 模仿优秀演说家会使你的演讲更精彩 10
- 真理 5 确立你的演讲目标 14
- 真理 6 演讲是一次学习的好机会 17

第二篇 准备演讲的真理

- 真理 7 谈话也是一项工作 21
- 真理 8 了解听众想听什么 24
- 真理 9 演讲不同于写作 27
- 真理 10 准备一场演讲是个相对简单的过程 31
- 真理 11 从分析听众开始 35
- 真理 12 了解你的听众 38

第三篇 吸引听众的真理

- 真理 13 知道如何让人倾听 42

真理 14	你的演讲风格会令你与众不同	45
真理 15	预估听众给你的演讲带来的问题	48
真理 16	倾听很重要	51
真理 17	做一个积极的听者收益良多	55
真理 18	克服障碍，顺畅交流	58

第四篇 让演讲得到更多支持的真理

真理 19	提升听众对你演讲的支持度	62
真理 20	了解你演讲内容的威力	65
真理 21	讲给听众的主要证据的类别和性质	69
真理 22	结构对演讲新手有帮助	73
真理 23	为你的演讲寻求支持	77
真理 24	运用互联网支持你的演讲	81

第五篇 开讲的真理

真理 25	选好开讲的方法	85
真理 26	你的引言将给听众留下第一印象	89
真理 27	开始就要心中有数	93
真理 28	保持听众的兴趣	97
真理 29	结论和引言同样重要	102
真理 30	对你的准备要有信心	106
真理 31	尽可能地经常反复练习	110

第六篇 处理紧张情绪的真理

真理 32	所有的演讲者都会紧张	113
-------	------------------	-----

真理 33	在紧张开始之前，就认识它	116
真理 34	处理好紧张行为	119
真理 35	保持紧张情绪不外露	122

第七篇 非语言交流的真理

真理 36	大多数信息是以非语言的方式传递的	125
真理 37	非语言信息对你有用	128
真理 38	非语言沟通有特殊功能	131
真理 39	非语言沟通的基本原则	134
真理 40	非语言沟通对你的听众有影响	137

第八篇 借助视觉辅助的真理

真理 41	视觉辅助能帮助听众了解你的信息	140
真理 42	在使用前要理解视觉图像	143
真理 43	选择适当的图形表示	146
真理 44	有效使用幻灯片	149
真理 45	没有视觉辅助的演讲	152

第九篇 对待听众的真理

真理 46	预估听众的情绪	155
真理 47	回答听众的问题	158
真理 48	自信地处理对立情绪	161

第十篇 有关演讲条件的真理

真理 49	尽可能多地了解演讲地点的情况	164
真理 50	用好麦克风	167
真理 51	了解你的限制	170
参考文献	173
译后记	175

真理

1

演讲并不容易，但一定能做好

如果你曾经做过演讲，你应该知道在公开场合说话的那种紧张和焦虑。即使是有经验的演讲者，也会感到紧张、出汗、焦虑和担心。这是面对某种看起来很可怕的情形时完全自然的反应。当知道别人在对你做评价时，你会感到更加胆怯。这种感觉会使你释放出肾上腺素，瞳孔放大，肌肉紧张，激起“战斗或逃跑”的反应。你知道演讲失败的后果，不能感动听众的后果，或是不能满足客户要求的后果。你太清楚这一切不良后果了！

优秀的演讲者会把注意力放在如何正确演讲上，专心致志于强调演讲的正面作用以及如何使听众受益。一旦获得听众的积极回应，他们会增加自信，消除疑虑，相信自己的演讲会获得成功。

事实上，演讲是一种需要学习的技巧，不是天生具有，也不是自然形成的。你出生时一定是哇哇啼哭、手舞足蹈，但缺少用语言表达感情的能力，这种能力很明显是受人际的和人群的影响，向广大听众演讲是一种技巧，而这种技巧只有通过反复实践才能学会、熟悉和巩固。

优秀的演讲者会把注意力放在如何正确地演讲上，专心致志于强调演讲的正面作用以及如何使听众受益。

记住：很少有小孩子能成为了不起的演讲家。年轻的经理们（或其他人）面对兴趣不大或积极性不高的听众时，怎样才能针对复杂的问题做精彩的演讲呢？而且，如何使听众参与到演讲给出的信息中来？在某种程度上，答案是经典的纽约行人问题：“我怎样才能到达卡内基大厅（How do I get to Carnegie Hall）呢？”答案是：“实践，实践，再实践。”

天生不具备公开演讲能力的人，在他们成长到 20 岁或

30岁时，也有可能变成熟练的演讲者。大演说家、政治家、商业领袖通过分析他们的听众以及他们演讲的目的逐渐发展而具备了专业的演讲能力。他们精心准备，寻找机会演讲，然后从观众的反馈中学习什么是有效的。

每一位诚实的演讲者都承认：演讲前会感到急躁和胆怯。已故的演员和喜剧家约翰尼·坎森和大卫·莱特曼曾经详细地谈到焦急会伴随你走上讲台进行演讲。他们和大多数训练有素的演讲者之间只有细微的差别：有经验的演讲者把回顾演讲记录、思考听众希望他们做什么、记住开始的思路，以及把演讲要点内在化作为一种优势。总之一句话：做好准备。

杰出的演说家给人的印象是轻松、毫不费力，但其中最坦率的人会告诉你演讲并不容易。要做好演讲，就要全心投入、反复训练、尽职尽责。你也能做到，从现在开始吧！

真理

2

成功的关键在于充分准备

对 于演讲有效的准备不仅是实践，如果你循序渐进，准备就会变得比较容易。

公元前4世纪，在雅典城附近，希腊的哲学家亚里士多德让学生们围着他聚集在一起，传授给他们一些智慧：如果你准备得好，演讲的效果就会好。在他的演讲集（口头流传了很多年，后来写成了他的《修辞学》）中，亚里士多德解释说，有三点考虑对演讲者来说特别重要：听众、目的、时机。

听众当然是首先要考虑的。演讲都是为了听众，而不是为了别的什么。不管你认为你的演讲如何有趣，如何重要，或如何有影响，真

真正重要的是听众需要什么。

正重要的是听众需要什么。如果你不能发表一次让他们觉得十分有趣、吸引人、有用、有价值或是值得思考的演讲，那么你的听众就会抛弃你。当然，他们或许显得有礼貌，可能点头、微笑，表现得很感兴趣，但在内心深处，他们却在想别的事情。他们转向自己的需要和兴趣，而不是你的。你必须搞清楚他们希望或需要什么，并且给予他们。你的回报就是他们不分心地关注你的演讲，这正是你所希望的。

你的目的也很重要。想想这些问题：你为什么要把这些人做演讲？为什么在这个时候？为什么讲这个题目？你为什么要在哪里？你也许认为这是为了出售一件产品，传达一个观念或一种思想。或许你内心希望听众做什么（或不做什么），但是你的目的比这更深刻。你应该知道你想要得到的结果是什么。亚里士多德提出了演讲者会寄希望于听众的三个理由：告知、劝说或鼓励。有的演讲者要求这三项的全部，有的只聚焦于其中之一。你选择做什么取决于你对这些听众的希望是什么。