

演讲力

从听众出发！

THE AUDIENCE, THE MESSAGE, THE SPEAKER, 7E

(美) 约翰·哈斯林(John Hasling) 著

王强 策划 马昕 译

(插图第7版)

舌 即 是 剑 ， 言 语 比 战 斗 更 加 勇 猛 。





小学堂

演讲力

从听众出发！

世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

图书在版编目 (CIP) 数据

演讲力：从听众出发 (插图第7版) / (美) 哈斯林著；马昕译。

—北京：世界图书出版公司北京公司，2009.3

(小学堂)

书名原文：The Audience, The Message, The Speaker

ISBN 978-7-5062-9311-2/C·51

I.公… II.①哈…②马… III.演讲 (演讲入门) —概论 IV.H019

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第025959号

John Hasling

The Audience, the Message, the Speaker, 7e

ISBN:0-07-298881-9

Copyright©2006 by McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by the McGraw-Hill Companies, 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 jointly published by the McGraw-Hill Education (Asia) Co. and Beijing World Publishing Corporation.

本书中文简体字翻译版由美国麦格劳-希尔 (亚洲) 出版公司与世界图书出版公司合作出版发行。未经出版者预先书面许可，不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

本书封面贴有McGraw-Hill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 图字01-2009-3445

演讲力：从听众出发 (插图第7版)

著 者：(美) 约翰·哈斯林 (John Hasling)

译 者：马 昕

丛书名：小学堂

筹划出版：银杏树下

责任编辑：张 炜 马春华 陈草心

出 版：世界图书出版公司北京公司

出 版 人：张跃明

发 行：世界图书出版公司北京公司 (北京朝内大街137号 邮编100010)

销 售：各地新华书店

印 刷：北京盛兰兄弟印刷装订有限公司

开 本：787×1092毫米 1/16

印 张：19 插页 4

字 数：266千

版 次：2010年2月第1版

印 次：2010年2月第1次印刷

教师服务：teacher@hinabook.com 139-1140-1220

读者咨询：onebook@263.net

营销咨询：133-6657-3072 010-8161-6534

编辑咨询：133-6631-2326

ISBN 978-7-5062-9311-2/C·51

定价：26.80元

版权所有 翻印必究

王强序

(新东方教育科技集团教育发展研究院院长)

口才是一种竞争力

“知道事物而不能用语言表达它,那是缺乏口才!不了解事物,却不缺乏口才,那是不学无术。”

——西塞罗:《论演说家》第三卷三十五节(王焕生译)

有感于时下日本年轻一代读书风气每况愈下,深切缅怀从江户到明治时代“日本曾经拥有世界最高水准的读书力”那一读书黄金盛世的渐行渐远。2002年,日本明治大学教授斋藤孝写了一本名叫《读书力》的忧患之书,他疾呼:一个人的读书能力是现代社会无论什么样的工作都直接需要的“处理资讯的能力”。全体国民的“读书力”即是整体国力的“衡量指标”。因此,在他看来,“读书力”的培养便不再是单纯的个人精神的追求,不再是因人而异、可有可无的趣味。“读书力”直接展现着现代人在竞争激烈的社会中求生存的“社会需要的实用技能”。他甚至倡导:学校教育的核心应围绕学生“读书力”的培养;企业的征才应把“读书力”当做筛选“真正有实力的人”的重要标准。对于社会、对于个人,“读书力”的培养十分迫切,甚至别无选择。

如果说“读书力”是个人在社会里得以安身立命的重要技能,那末一个人须臾不离的“说话”行为在个人的奋斗史与成功史中扮演什么样的角色?美国加州 Foothill College 荣休教授 John Hasling 这部长销不衰的著作帮助我们打开了通向答案的大门。

表面看来,这是一部旨在培训“演说/演讲”(public speaking)技巧的

教程。一见到“演说/演讲”这多少有些吓人的题目，读者诸君怕是要么以为它阳春白雪高不可攀，要么以为它专属于名人、政客、宗教人士，自己一辈子也用不着熟悉它、走近它，甚至掌握它。然而，如同“读书力”一样，一个人“说话”能力的培养和提升对于靠语言交流的社会之人而言不仅必需，而且必要。在有限时间里通过有效的“言说”（“演说”/“演讲”）征服各式各样的听众（包括那些将会决定每一个人职业命运的面试官）是走向人生成功的极关键一步。

其实，“演讲”的本质不仅是“说话”技能的培养，更是人与人之间“交流”、“沟通”的艺术实践。口才，即“说话”的“艺术”，乃是一种独特的人的竞争力。这就不难理解，对于“说话”这看似简单平常的行为，为什么历史上人们从来不肯轻易把它放过。西方文明的例子，John Hasling 教授举得很详尽。我只举两个中国文化中的例子作为声援。孔夫子弟子三千却“述而不作”。显然，耽于“转述”和“阐述”的老人家于“说话”一事不仅“好之”，简直称得上是“乐之”。而他说话的标准很是明确：“辞达而已矣。”话说得要让人听起来明白。这样的合格标准似乎不难达到。谁会故意把话说得不明白？可他老人家又说：“不学《诗》，无以言。”这就表明话要说得明白，原来不是随便就能对付了的。离了口的话得有讲究。他还说：“巧言……，鲜矣仁。”“巧言乱德。”讲究的背后还得有更深的讲究。说话的分寸拿捏不当，人性都得大打折扣。钱锺书先生可谓“善读书”者，他总能从一般读书人视线掠过处看出被忽略掉的大趣味。我对“八股”向无好感，钱先生却一口咬定八股与杂剧、传奇相通。这结论不啻晴天霹雳，震得我半天回不过神来。且听钱先生娓娓道来：“八股古称‘代言’，盖揣摩古人口吻，设身处地，发为文章，以俳优之道，挟圣贤之心。”（《谈艺录》四，94页，生活·读书·新知三联书店，2007，12）“窃谓欲揣摩孔孟情事，须从明清两代佳八股文求之，真能栩栩如活。”原因何在？“其善于体会，妙于想象，故与杂剧、传奇相通。”（同上）“代言”者，替他人“说话”也，揣摩、体会、想象便成了娴熟地驾驭“制艺”的不二法门。妙哉斯言。八股家“说话”的“技巧”歪打正着竟探到了“艺术”的堂奥。看来，“说话”的艺术

真是无处不显示着它强有力的作用。

步入“艺术”的境地对于天才以外的任何常人而言都必得经过“基本技巧”的反复磨砺。“工欲善其事，必先利其器。”磨砺的成效当然与使用的工具直接相关。“说话”亦不例外。唯有经过使用者长期实践检验的优秀教材才能在效果方面提供可信的保证。John Hasling 教授深得“说话艺术”的精髓，这从《听众、信息、演讲者》（英文版书名——编者注）直击要害的书题即可悟得。同市面上众多的“演讲”教材相比较，这部著作突出的优势在于：(1) 文字篇幅相当经济，最大限度地节省了读者的阅读负担；(2) 训练目标具体明确，学习者始终得到有力的引导；(3) 论题讲解清晰、实用，实战感强；(4) 技能提高附有量化检测，学习者对自己是否取得进步一目了然，从而在培训过程中少走弯路。

毋庸讳言，原书的受众是以英语为母语的人。因此，为取得最佳的培训效果，中国读者使用本教材时应对讲解的个别事例与各章后“讨论和复习”部分个别问题做适当调整或置换。也就是说，学习者应依据自身的实际情况，认真地将书中的“听众”、“信息”及“演讲者”圈定在中国文化的层面，把“听众”明确为“中国的听众”，“信息”明确为“中国人知道并感兴趣的信息”，“演讲者”明确为“立足于中国文化现实和当前生活语境的演讲者”。当然，最终征服“说话艺术”的奥秘归根结底还在于持续不断地去“说”，在于各种场合下充满探索激情的“说的实践”。舍此无它。我愿再引西塞罗的话作结：“实际讲演是演说术中的唯一主宰。没有它，甚至最杰出的演说家也没有任何作用。”

共同的演讲

1971年这本书首次在英国出版的时候,人们还没有注意到演讲者会面对多样化的听众这个问题。我在福特希尔大学教了25年书,几乎所有的学生都有同样的文化和道德背景,对我引用的文学、历史和政治文献十分熟悉。不过随着时间推移,情况开始变了,我必须在本书的新版本中加入新内容。来我们学校就读的学生来自世界各地。从1990年起,总共有来自70个不同国家的学生到我校学习。我无法再指望班上所有人都能理解我们那辈人在学校里学到的历史事件有着什么样的意义。例如,在淘金热时期来到加利福尼亚州的安居者对加州文化的形成起到了非常重要的作用。不过现在我意识到,假如听到“49人”这个词,我的一些听众和学生脑子里想到的仅仅是旧金山的一支橄榄球队。他们中的大部分人无法领会民权运动或者妇女解放等重要事件的意义,因为他们没有研究过这些事件,他们没有在这些事件发生的年代生活过。在说到“玻璃屋顶”[玻璃屋顶是指在公司企业和机关团体中限制女性晋升到某一职位以上的障碍。——译注]和“平权措施”[在美国,平权措施是指给少数族裔和女性提供教育、就业方面的特殊照顾的政策。——译注]时,我不能想当然地认为他们明白我要说的是什么。作为教师,我的任务和所有演讲者一样。我必须知道哪些东西是听众不知道的,我必须用他们听得懂的话表达我的意思。

在本书后续的版本以及我的授课中,我在谈到听众分析的时候,加入了与文化多样化相关的内容。演讲者的第一规则是要从听众所在之处触及听

众,而不是从你的希望之处触及他们。如果所有学生或者听众都和我属于同一政党,我会十分高兴。如果他们都喜爱戏剧和诗歌,到过我曾经到过的地方,看过我曾经看过的表演,读过我曾经读过的书,我会欣喜不已。我希望他们都学过地理,玩过高尔夫,是环境保护组织的成员。不过我知道事情不可能总是这样。我会讨论这些事情,传达我自己的热情,不过我得认识到我的经历和他们的经历不一定相同。我得用某种方式将我知道的东西和他们自己的知识框架中某种类似的东西结合起来。例如,我要如何向一个从没吃过草莓的人形容草莓的味道?

在准备写这篇前言的时候,我读了能读到的所有关于中国文化的文字。我很高兴地发现中国宪法第二章第 35 条写道:“中华人民共和国公民有言论、出版、集会、结社、游行、示威的自由。”这一条规定和美国宪法第一修正案保护言论自由的内容在实质上是相同的。这也许是我们两国拥有的最根本的共同特质,而且也是研究口头交流的最根本要素。如果一个社会的法制框架中没有包含这样的概念,研究演讲就毫无意义。

正如你看到的,本书提到了文化差异,不过本书也寻求相似性。我拥有的是工业化国家的西方教育背景,受到了更多欧洲哲学家的影响,而不是亚洲哲学家的影响。本书的根本思想是建立在亚里士多德的著作基础上的,亚里士多德对西方社会的建构有着深厚的影响。并非每个美国人都知道这一点。在很大程度上,就平均而言,美国人对亚里士多德知之甚少,而且很难举出某个例子,说明他们自己的行为受到了哪个早期希腊哲学家的影响。不过,影响确实存在。我猜想在中国也是这样。有多少人能够或者愿意说老子或孔子对他们的思维或行为有重要影响?

在将本书翻译成中文时,我们能找到东西方思维的共同点吗?比如,我们能比较老子和亚里士多德的智慧吗?两人之间相差 300 年的历史,分处不同的半球。亚里士多德认为应该控制环境以满足人类的需求,而老子认为应该接纳环境本来的样子以达到心灵的宁静。我们能调和这种差异吗?控制论和接纳论如何对等?如果有对等之处的话,我认为应该是目标本身——寻找共同点并达到思维和谐的目标。我想两位哲学家都认为对

智慧的追求始于对个人自身的了解,人们要对自己的行动负责,要接受客观世界的现实。两个哲学家也都认为客观世界的事物需要定义和分类。在这个基础上,我认为我们是有办法在东西两个世界展现演讲和劝说艺术的价值。

在本书以及我的教学中,我着重强调演讲的道德规范以及要保持听众和演讲者之间的诚实关系。学生并不总是愿意听这些。有些学生更愿意学习克服焦虑的诀窍以及如何事半功倍,但这并不是我要教的。首先,“诀窍”并不存在。演讲的力量蕴藏在演讲内容的意义以及组织的条理之中。成功发表演讲意味着演讲者要听自己讲话。不过最重要的是亚里士多德所说的“信誉证明”——听众在多大程度上能够信赖演讲者的话。演讲者必须讲真话。当信任被打破,听众无疑是输家。不过从诚实和自尊上讲,演讲者也是输家。罗马哲学家昆提连说,演讲的质量应该从“口才不错的正直男性”这个角度来衡量。换言之,在评价一篇演讲时,演讲者的品性和演讲的内容或发表情况同样重要。

我的研究领域包括口头沟通的各个方面。演讲也许是演讲艺术中定义最清晰的一个分支。我也推荐想要培养劝说和教学技巧的人来学习这门课程。不过对那些对解决问题和做决策感兴趣的学生来说,这并不是最佳课程。区别在于,前者是关于最佳解决方案的教授,而后者与寻找最佳解决方案的过程相关。在小组讨论课程中,我的教学依赖学生听取他人想法、权衡其价值并且将好想法融入对所有人都有利的解决方案的能力。目标是达成一致意见,而不是说服其他人接受领导者的结论。

最近,我们学校在演讲艺术课程中纳入了人际沟通。人际沟通考察的是信息发送者和接收者的动机、感知和预期。该理论认为所有面对面的沟通都是相互影响的,意思是信息是双向流动的。它帮助人们在感情层面和认知层面上相互理解,将控制欲或评价欲放在一旁,形成诚实和接纳的关系。人际沟通并不属于传统演讲的研究范围,它更倾向于行为科学。

虽然演讲是本文的首要主题,不过要想全面掌握这方面的知识,学生们应该接触一些更宽泛的沟通理论。当站上讲台时,演讲者需要感知听众接

收信息的方式。如果不这么做,演讲者是会面临危险的。

在过去的十年里,中国和美国共同之处是科技。我任教的城市在加利福尼亚,位于硅谷的中心。这里和中国的经济特区,比如深圳,在很多方面很相近。互联网和手机技术的发展大大缩小了中美两国之间的差距。特别是年轻人,他们掌握了数字世界的语言。现在,我们有了沟通方式,那我们要互相说些什么呢?科技进步提供了沟通工具,那么社会科学和人文科学研究者的睿智和观点就必须尽快与之匹配。

John Hasling

作为教师,我最成功的地方就是能够把我所讲述的内容跟学生们已知的东西联系起来。尽管我很想把自己当做智慧的传授者,但我知道事实并非如此。作为老师我所做的一切就是通过发现过程引导学生。他们的所有进步都取决于他们是否愿意相信真诚且有效的沟通是可以习得的,而真诚且有效的沟通又能够帮助他们在讨论中认识自我、接受自我、增强自尊、改善关系、影响决策。我希望学生们能够将获取这些益处看做一种机遇和挑战。

我在本书中讨论的方法是建立在传统修辞学基础上的。但是,这并不意味着没有新东西。和其他学术领域的知识一样,语言沟通领域的知识在不断增加。近来我一直怀疑一个问题:“一个物理专业的大学四年级学生所知道的科学知识是不是比牛顿还要多?”这个问题的答案是:“目前看来是这样。”这个答案一点也不出奇,出奇的是我花了30秒钟就在 www.ask.com 网站找到了它。不光有更多的知识要学习,而且学习知识的工具也更多了。

演讲也是如此。两千多年过去了,然而站在听众面前演讲仍不是一件容易事。在今日,演讲的内容、结构和陈述方式仍然很重要,就和亚里士多德教导亚历山大时一样。总统在重要演讲中一定要注意伦理道德方面的问题,这和伯里克利在葬礼致辞中要注意的问题是相同的。

但是也有新东西。对于现在的演讲者来说,面对多元文化背景的听众要面临更大的挑战。我们现在了解更多关于个体倾听的方式以及演讲者如何获得认可、避免敌意反应的知识。社会更加复杂,随之出现了更多新的影响公共政策和公开发言的道德问题。当然,科技的发展也为我们提供了获得信息、处理数据以及展示它们的更多新方法。

大众传媒

广播、电视和互联网对于演讲艺术有着积极和消极两方面的影响。演讲者的言语和非言语信息可以同步传送给成百上千万人。那些没有机会到现场聆听演讲的人也同样能够获得信息。摄像机同时放大了演讲者的优点和缺点,放大了那些可能被众多听众忽略的面部表情。镜头可以展现电视传道士公开忏悔时划过脸庞的泪水,总统让议会听他说话时的嘴唇,政治竞选候选人在辩论中不同意对手时摇头的动作。电视转播让你不仅能够听见信息,还能看见信息。而且它们还会对一些片段进行重播,让你相信这些信息是重要的。

再让我们看看互联网的力量。网页每天可以被点击成千上万次,通过电子邮件发送的海量信息廉价而又高效,总统候选人甚至不用演说就能在一天内筹集上百万美元。

看来马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLune, 1911~1982)是对的:媒介已经变成了按摩,因而信息本身也成了按摩。[马歇尔·麦克卢汉,加拿大著名文学批评家,也是大众传播理论的一代宗师。麦克卢汉曾提出传媒即信息(message)的经典理论。但他同时也给出传媒即按摩(massage)理论,指出媒体的精神按摩作用。——译注]电视观众常常更注重演讲者的外在形象而不是演讲的内容。信息的要义被缩减成“插播片段”,编辑根据对收视率的判断裁剪掉重要的细节。而且,信息成为成百上千万观众的同步体验,通常都有一位专家随后给予解释性的评论。因此演讲者对于观众观点的影响常常和评论员对于观众观点的影响一样多。

当想到2004年总统选举的候选人筹集到上千万美元的时候,我们开始思考为什么选举需要如此多的花费。既然我们需要的所有信息都可以在报纸、杂志和互联网上找到,这些钱不能花在我们更希望花的地方吗?我们最好开始自己思考,而不要让专家的话左右我们的想法。学习演讲的艺术是达成这个目标的一条通路。

新内容

要在演讲课上囊括关于演讲的方方面面,时间是远远不够的。任何人只通过书本就能学会如何进行有效的沟通,这种想法是不实际的。学生需要花尽可能多的时间实践这门艺术,但是书本可以提供帮助。我尽量让这本书简明扼要,同时又涵盖尽可能多的内容。我将修辞学的理论和历史放在了序言中,这样就可以在第一章向学生讲述初次演讲需要做何准备。

在演讲课中,对学生来说最难的事情就是如何衡量他们的成果。我在每章之后加入了一张检查表,告诉他们如何判断自己获得了多大的进步。

内容是演讲的要素,所以我仍然将重点放在信息的研究和选择上。我特别对使用互联网作为研究工具进行了更多的解释,而且给出了更多可供学生使用的网站。但我仍旧强调,面对海量信息,需要勤于分辨数据的有效性和可靠性。

我还介绍了一种被我称为“即兴演讲”的方法,帮助学生在没有机会做准备的情况下在聚会上做简短的即席演讲。即便演讲只有一分钟甚至更短,它也包含获取注意力、表达主题、传递信息,以及总结陈述等要素。

在关于劝说的章节中我增加了一节,名为“面对反对意见”。如今的新闻中所有具有争议性的问题都是由感情主导的,学生们应该知道在表达关于争议性主题的想法时,如何才能避免引起反对意见,如何才不至于被迫放弃他们的立场。这种情况在演讲者对亲朋好友讲话时显得尤其敏感。我希望我的方法能够让学生既能与人坦诚以对又能维护他们与他人的关系。

发表演说的基本原则和过去强调的一样,但是科技发展带来了更多的进步。我在这一版中加入了一节关于如何使用“PowerPoint”做演讲的内容。不是每个学生都想尝试这种方法,但有些人会想要尝试。做此类演讲的人需要知道其中可能遇到的危险和机遇,我为他们列举了一些可以轻易避免的常见错误。要做此类演讲,也许最大的障碍是花费。数字投影机价格不菲,而且通常不是现成的。不过,还是有办法克服这个障碍的,有便携式电脑的学生应该可以在班里使用“PowerPoint”做演讲。

在这一版中我尝试更多地关注道德规范的问题,因为它与演讲密切相关。我希望学生知道这不仅仅是哲学家研究的主题,也是一个很现实的问题。他们搜集的信息必须有内容且真实,他们提出的观点必须是他们自己思维的产物。没有哪个学科比演讲与道德规范的关系更密切了。演讲的目的就是阐述真理,而不是在欺骗的阴影下回避问题。

致 谢

感谢对我的书给予支持和评论的人们。我努力将他们的大部分建议融入本书的新版之中。感谢 Linda C. Brigance (SUNY Fredonia)、Glenn C. Geiser-Getz (East Stroudsburg University of Pennsylvania)、Walter H. Johnson (Cumberland County College)、Tonette T. Long (Southern Oregon University)、Gordon Scott McLean (Arizona Western College)、Jack E. Surrency (Florida Community College at Jacksonville) 和 Janene Whitesell (Solano Community College)。

目 录

王强序：口才是一种竞争力	001
致中国读者：共同的演讲	004
原版序言	008
 前言 演讲：历史和理论	
一、历史	003
亚里士多德和修辞艺术	003
二、沟通的基本原则	004
让我们为他人所理解	005
沟通模式	007
 第一部分 听众	
第一章 沟通始于听众	015
一、听众	017
1.1 信息	017
1.2 演讲者	018
1.3 对演讲者的价值	018
1.4 演讲者和听众的关系	019
二、开始	021
练习	024
讨论和复习	024
进度管理检查表	025
第二章 准备见听众	027
一、接受演讲的邀请	029
2.1 后勤信息	029
2.2 人员信息	030

二、让你的演讲适应听众	031
2.3 特殊兴趣 031	
2.4 潜在的反对之声 032	
2.5 政治观点 034	
2.6 宗教影响 035	
2.7 文化差异 036	
2.8 关联性因素 037	
三、站在听众的角度上	038
四、你的演讲要让人们愿意听	039
2.9 获取注意力 039	
2.10 进行清晰的目的陈述 040	
2.11 强调关键词和重要观点 040	
2.12 使用关联性词句 040	
2.13 在演讲中融入注意力吸引点 042	
2.14 减缓倾听的疲劳感 043	
2.15 克服成规 043	
2.16 遵守时间限制 044	
五、尊重听众	044
练习	046
讨论和复习	046
进度管理检查表	047
第三章 发现共同点	049
一、多元化社会里的听众	051
3.1 沟通技巧的多样化解读 052	
3.2 了解你自己和别人 054	
3.3 共同特征 055	
二、多元文化的影响	056
3.4 工作场合的多元化 056	
3.5 多元化的社会意义 057	
3.6 演讲者的困境 057	
3.7 共同点 058	
3.8 多元化的挑战 058	

练习	060
讨论和复习	060
进度管理检查表	061
第四章 倾听和反应	063
一、选择倾听	065
4.1 倾听模式	065
二、学会倾听	066
4.2 形成良好的倾听习惯	066
4.3 反馈给演讲者	067
4.4 被动倾听	069
4.5 主动倾听	070
三、理解性倾听	071
4.6 倾听的障碍	071
四、批判性倾听	073
4.7 逻辑谬误	074
4.8 批判性思维	076
五、倾听和反应语义学	077
4.9 抽象概念的级别	078
4.10 反应语义学	078
4.11 塑造感知	080
4.12 有意选择语言	081
练习	082
讨论和复习	082
进度管理检查表	083

第二部分 演讲信息

第五章 演讲的主题、目的和内容	087
一、主题	089
5.1 恰当性	090
5.2 复杂程度	090
5.3 意义	090