



21 世纪高职高专财经类规划教材
21SHIJI GAOZHIGAOZHUAN CAIJINGLEI GUIHUA JIAOCAI

演讲与口才 实用教程

*Yanjiang yu koucai
shiyong jiaocheng*

蒋红梅 罗纯 ◎ 主编

张晶 张爽 ◎ 副主编

- ◆ 以“精讲多练”为原则
- ◆ 注重职场口才的技能培养
- ◆ 提供完整的教学解决方案

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS




21 世纪高职高专财经类规划教材
21SHIJI GAOZHIGAOZHUAN CAIJINGLEI GUIHUA JIAOCAI

演讲与口才 实用教程

*Yanjiang yu koucai
shiyong jiaocheng*

蒋红梅 罗纯 ◎ 主编
张晶 张爽 ◎ 副主编

21SHIJI GAOZHIGAOZHUAN CAIJINGLEI GUIHUA JIAOCAI



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

演讲与口才实用教程 / 蒋红梅, 罗纯主编. -- 北京:
人民邮电出版社, 2011.10
21世纪高职高专财经类规划教材
ISBN 978-7-115-25935-6

I. ①演… II. ①蒋… ②罗… III. ①演讲学—高等
职业教育—教材②口才学—高等职业教育—教材 IV.
①H019

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第139952号

229498

内 容 提 要

本书分为语言基础、演讲口才、职场口才三大模块, 共计 14 个训练项目, 100 多个训练步骤, 融启发思维、调动“说趣”为一体。在夯实语言基础, 增强语言感染力的基础上, 强化医护、营销、谈判、教学等热门行业口才训练。

编写体例中的“学习目标”、“案例导入”、“案例思考”、“案例提示”、“温馨提示”、“课外训练”等栏目具有参与性、交互性、可操作性的特点。

本书提供课程教学、课堂教学、课外实训等配套资料。

本书既可作为高职院校、高等专科学校的演讲与口才教材, 也可作为广大青年朋友的自学读本。

21 世纪高职高专财经类规划教材

演讲与口才实用教程

-
- ◆ 主 编 蒋红梅 罗 纯
副 主 编 张 晶 张 爽
责任编辑 李育民
执行编辑 万国清
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京隆昌伟业印刷有限责任公司印刷
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 15.25 2011 年 10 月第 1 版
字数: 342 千字 2011 年 10 月北京第 1 次印刷
ISBN 978-7-115-25935-6
-

定价: 28.00 元

读者服务热线: (010)67170985 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

21 世纪高职高专财经类规划教材·专业基础系列

编 委 会

主 任 赵居礼

委 员: 陈 强 陈元芳 窦照月 段联合 段兴民 范翠玲
方凤玲 房玉靖 冯华亚 付子顺 高建宁 郭敬轩
郭晓晶 郭欣红 郭亚平 韩宗英 何群英 何志文
侯 颖 胡宝珮 黄海沧 黄志健 黄志平 季 辉
姜宁川 金泽虎 李 义 李忠华 刘 昌 刘厚钧
刘继芳 刘建明 刘丽华 刘晓玉 吕向生 罗 杰
马红光 倪信琦 聂洪臣 田家富 王高社 王景山
王立波 王汝林 王为民 王文汉 王彦德 王 瑶
王占祥 王佐芳 武智慧 徐志敏 严天喜 杨桂洁
于翠华 于 军 张建斌 张 静 张全胜 张守刚
张永良 赵居礼 郑芳玉 郑祎华 钟东明 钟立群
周君明 周朗天 朱孝立 朱占峰 邹 宁

丛书序

本丛书根据高职高专的教学需求设计并编写，丛书涉及的书目包含财经专业基础课教材和财政金融、财务会计、经济贸易三个专业课系列教材。

众所周知教材质量的核心是内容质量，为了将本丛书打造成为优秀教材，由众多教育一线的专家学者组建成的丛书编委会为本套丛书审纲、审稿。可以说丛书中每种教材均凝结了众多编委的心血。我们相信通过大家共同的努力，本套丛书将有希望涌现出几种堪称优秀的、能适应高职高专教学需求的、高质量的立体化教材。

为满足社会对人才的需求，高职高专教学改革持续进行，不少教学改革已经取得令人瞩目的成果。当前，高校教师对教学改革配套教材的需求呼声很高，但我们考虑教材出版周期较长和教书育人的特性使其只适合作为已成熟教改方案的载体，未经过较长时间检验的教学改革成果直接体现在教材上并不合适。

本丛书的教材无论是基于何种教学思路编写，均已经过作者多年的教学实践检验，从内容到形式上均已有一定的成熟度。

教材虽然是传播教学改革成果的最佳工具之一，但仅靠教材本身很难全面地将教改思想贯彻到位，需要有与教材配套的教案及其他辅助资料。为此我们将本丛书打造成主教材与配套电子资料包相结合的立体化教材，提高教材的应用性和实用性。

本丛书每种教材所配的电子资料包均含作者精心制作的电子课件、电子教案、习题答案，有些教材还提供了案例分析、学习指导等更为丰富的教学素材或学习素材。

尽管我们力图为高校提供高质量的、立体化的、符合未来两三年教改趋势及教学需求的优秀教材，但正如一位国家级教学名师所说：“教材不是编出来的，是教出来的，来回反复修改，来回‘磨’出来的。”我们这套丛书还未经过“打磨”，再加上我们的水平有限，尚存在已知和未知的一些不足，我们有决心持续地“打磨”这套教材，也希望读者给予反馈以资我们修正，使本套教材尽早达到“优秀”的水准（编委会联系方式 wanguoqingljw@163.com 或 goodbook2010@tom.com）。

本书编委会
2010年6月

前言

本书根据教育部高职高专对“演讲与口才”课程的基本教学要求，结合编者多年从事本学科教学和科研的体会编写而成。教材内容“为需而为”，根据高职学生认知特点和社会实际需要，以社会人“必需”的语言基础知识为底蕴，以岗位人“必备”的表达、思维、沟通技巧为核心，以职业人“必有”的人文素质为目标，注重科学性、通用性、职业性、趣味性。

演讲与口才是一门艺术，随着时代的进步和社会文明的发展，演讲与口才已经成为现代人适应社会发展的一项重要能力。为了便于读者更好地理解演讲与口才的基本理论，掌握演讲与口才技巧，提高职场口才素养，本书首次突破了《演讲与口才》类传统教材的编写体例，将教材分为“语言基础”“演讲口才”和“职场口才”三大模块。“语言基础模块”由演讲与口才基础知识、朗诵技能、态势语言三部分组成，旨在苦练语言基本功，提高语言运用的准确性。“演讲口才模块”由拟稿演讲、即兴演讲、辩论口才三部分组成，主要培养语言感染力，提高语言表达的艺术性。“职场口才模块”由求职口才、社交口才、管理口才、导游口才、谈判口才、医护口才、营销口才、教学口才八个部分组成，根据专业需要，强化学生岗位特殊口语能力，提高语言运用的针对性。

本书各章内有“教学目标”“案例导入”“案例思考”“案例提示”“温馨提示”“课外训练”等栏目，融启发思维，调动“说趣”为一体。为了达到良好的教学目标，本书在编写过程中，力求突出以下特色。

1. 参与性

教材以“精讲多练”为原则，以能力本位为前提，淡化静态语言堆砌，强化动态语言训练，循序渐进地设计了三个难度系数呈阶梯性增长的训练模块。在指导性明确的训练过程中，通过 100 多个训练步骤，攻难点、补薄弱，能够帮助读者达到敢说、能说、会说、巧说的语言表达要求。

2. 职业性

教材注重职场口才的技能培养，精心设计了虚拟的求职面试和行业服务情境，强化岗位特殊口语能力，通过“学中练、练中学，教学做一体化”，“手把手、放开手、甩开手”等训练手段，能使读者在最短的时间内，最大限度地掌握特定的职业口语风范与从业规范。

3. 渗透性

教材所选朗诵材料、名人演讲、精彩辩词、新颖案例等都具有丰富的人文资源，能潜移默化地对读者进行人文熏陶，使读者在刻苦训练的同时得到美的享受。

4. 拓展性

课程配有课程教学资料：整体设计、单元设计、课程标准。课堂教学资料：多媒体课件、电子教案。实训资料：案例库、案例分析、检测标准，能有效解决读者学习过程中所遇到的各种疑难问题。本书配套资料的索取方式参见本书末页“配套资料索取说明”。

本书由蒋红梅、罗纯任主编，张晶、张爽任副主编。全书共十四章，其第一章至第八章由蒋红梅编写，第九章至第十四章由罗纯编写。

本书在撰写过程中，参阅了大量的文献资料（书后只列出了其中的一部分），得到了同仁们的大力支持，在此一并表示感谢。

限于编者水平，书中难免有疏漏之处，敬请广大读者批评指正。

编者

2011年4月

目录

模块一 语言基础

第一章 演讲与口才概述2	第二部分 朗诵技能训练23
学习目标.....2	一、朗诵前的准备.....23
案例导入.....2	二、朗诵技能训练.....24
第一部分 演讲基础知识.....2	第三部分 发声技能训练26
一、演讲的含义.....2	一、用气发声训练.....26
二、演讲的要素.....4	二、共鸣控制训练.....27
三、演讲的特点.....6	三、吐字归音训练.....28
四、演讲的分类.....7	课外训练.....29
五、演讲的作用.....9	第三章 态势语言31
第二部分 口才基础知识.....9	学习目标.....31
一、口才的含义.....10	案例导入.....31
二、培养口才的途径.....10	第一部分 态势语言基础知识.....31
三、口才的作用.....11	一、仪容修饰.....31
第三部分 演讲与口才的关系.....12	二、服装修饰.....33
一、演讲与口才的区别.....12	第二部分 姿态技巧训练.....36
二、演讲与口才的联系.....12	一、手势训练.....36
课外训练.....13	二、体动训练.....37
第二章 朗诵技能14	第三部分 表情技巧训练.....40
学习目标.....14	一、眼神训练.....40
案例导入.....14	二、笑容训练.....41
第一部分 普通话基础知识.....14	三、眉语训练.....41
一、普通话声母知识.....15	四、嘴唇训练.....42
二、普通话韵母知识.....18	五、鼻语训练.....42
三、普通话声调知识.....19	课外训练.....42
四、普通话音变知识.....20	

模块二 演讲口才

第四章 拟稿演讲46

学习目标46

案例导入46

第一部分 演讲稿基础知识46

一、演讲稿的作用46

二、演讲稿的特点47

三、演讲稿的种类48

第二部分 演讲稿的写作技巧48

一、标题的写作48

二、称呼的写作49

三、开头的写作49

四、主体的写作51

五、结尾的写作53

第三部分 拟稿演讲训练54

一、演讲稿记忆训练54

二、心理素质训练57

三、现场控制训练58

课外训练59

第五章 即兴演讲62

学习目标62

案例导入62

第一部分 即兴演讲基础知识62

一、即兴演讲的含义62

二、即兴演讲的特点63

三、即兴演讲的类型63

四、即兴演讲的要求64

第二部分 即兴演讲技巧65

一、稳定心态技巧65

二、选择话题技巧66

三、构建思路技巧67

四、润色语言技巧68

第三部分 即兴演讲技巧训练69

一、散点连缀训练69

二、话题分析训练69

三、语言表达训练71

课外训练72

第六章 辩论口才74

学习目标74

案例导入74

第一部分 辩论基础知识74

一、辩论的含义74

二、辩论的类型75

三、辩论的要素75

四、辩论的特征76

第二部分 辩论赛的准备76

一、熟悉比赛规则77

二、研究比赛辩题78

三、广泛搜集材料79

四、认真撰写辩词79

第三部分 论辩技巧训练80

一、思维能力训练80

二、对话式论辩训练82

三、答辩式论辩训练83

四、竞赛式辩论训练84

课外训练91

模块三 职场口才

第七章 求职口才96

学习目标96

案例导入96

第一部分 求职口才基础知识96

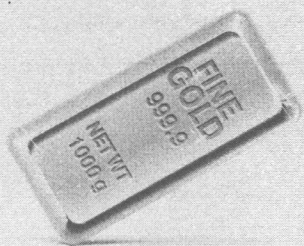
一、求职口才的含义96

二、求职口才的特点97

三、求职口才的意义97

第二部分 求职口才的技巧	98	三、管理口才的主要特征	128
一、求职面试概述	98	第二部分 管理口才表达技巧	130
二、自我介绍的口才技巧	99	一、谈话的语言技巧	130
三、面试应答口才技巧	100	二、激励的语言技巧	131
四、求职面试应该注意的 问题	102	三、与上司沟通的语言技巧	134
第三部分 求职面试技巧训练	103	四、不同场合的语言沟通技巧	136
一、自我介绍技巧训练	103	课外训练	138
二、面试应答技巧训练	104	第十章 导游口才	140
课外训练	106	学习目标	140
第八章 社交口才	109	案例导入	140
学习目标	109	第一部分 导游口才基础知识	140
案例导入	109	一、导游口才的含义	141
第一部分 社交口才基础知识	109	二、导游口才的语言特征	141
一、社交口才的含义	109	三、导游口才的基本要求	142
二、社交口才的作用	110	第二部分 导游口才表达技巧	143
三、社交口才的语言特征	110	一、欢迎词表达技巧	143
四、社交口才的基本要求	111	二、景点讲解表达技巧	144
五、社交口才的禁忌	112	三、欢送词表达技巧	150
第二部分 社交口才的技巧	113	四、与游客交谈的表达技巧	151
一、招呼	113	课外训练	152
二、介绍	114	第十一章 谈判口才	156
三、拜访与接待	116	学习目标	156
四、说服与拒绝	118	案例导入	156
五、赞扬与批评	119	第一部分 谈判口才基础知识	157
第三部分 社交口才技巧训练	121	一、谈判口才的含义	157
一、倾听技能训练	121	二、谈判口才的特征	157
二、访友待客训练	122	三、谈判口才必需的心理 素养	158
三、劝说沟通训练	122	第二部分 谈判口才策略	159
课外训练	124	一、谈判口才的思维策略	159
第九章 管理口才	126	二、谈判口才的攻防策略	159
学习目标	126	第三部分 谈判口才表达技巧	161
案例导入	126	一、谈判中的答复技巧	161
第一部分 管理口才基础知识	126	二、谈判中说服对手的技巧	163
一、管理及管理口才的含义	127	三、谈判中拒绝的技巧	165
二、语言沟通在现代管理中的 作用	127	四、与性格不同的对手的谈 判技巧	167

课外训练	169	第三部分 营销口才的表达技巧	201
第十二章 医护口才	172	一、精彩的开场白	201
学习目标	172	二、幽默的销售语	202
案例导入	172	三、精妙的激发语	203
第一部分 医护口才基础知识	172	四、赞美的劝说话	203
一、医护口才的含义	173	五、巧妙的提问语	204
二、医护口才的特征	173	六、真诚的呼唤语	205
三、医患交谈沟通的内容	173	七、无声的说服语	206
四、医患交谈沟通的种类	176	课外训练	207
第二部分 医患交谈沟通的技巧	177	第十四章 教学口才	212
一、开场的技巧	177	学习目标	212
二、选择话题的技巧	177	案例导入	212
三、倾听的技巧	178	第一部分 教学口才基础知识	212
四、提问的技巧	179	一、教学口才的含义	213
五、阐述的技巧	180	二、教学口才的特点和要求	213
六、重构的技巧	181	第二部分 主要教学环节的口才	
七、对焦的技巧	181	训练	216
八、沉默的技巧	181	一、导入语训练	216
九、安慰的技巧	182	二、讲授语训练	219
第三部分 医患沟通临床实践	183	三、过渡语训练	220
一、与不同年龄阶段患者的		四、提问语训练	221
沟通	183	五、启发语训练	222
二、与特殊患者的沟通	188	六、评述语训练	223
课外训练	190	七、小结语训练	223
第十三章 营销口才	192	八、应变语训练	224
学习目标	192	第三部分 教学口语运用中的因材施教	225
案例导入	192	施教	225
第一部分 营销口才基础知识	192	一、对不同接受水平的学生	225
一、营销口才的含义	193	二、对不同学习态度的学生	225
二、营销口才的作用	193	三、对性格特点不同的学生	226
三、营销语言的基本原则	194	第四部分 教学口才的艺术风格及	
四、营销语言的魅力展现	195	常见问题	226
第二部分 营销主要环节的口才		一、教学口才的艺术风格	227
艺术	196	二、教学口才的常见问题	227
一、主动接近顾客	196	课外训练	228
二、了解顾客的需求	197	主要参考文献	230
三、努力地说服客户	198	配套资料索取说明	231



模块一 语言基础

本模块主要内容:

第一章 演讲与口才概述

第二章 朗诵技能

第三章 态势语言

演讲与口才概述



学习目标

- ◎ 了解演讲与口才的含义及作用。
- ◎ 掌握演讲与口才的特点及分类。
- ◎ 能够分析演讲与口才的联系及区别。



案例导入

在全球经济不景气的严峻形势下，演讲与口才培训机构却一路升温，迅速火爆，成为培训市场上一道亮丽的风景。许多培训机构纷纷提出了“好口才 = 好工作 + 升迁机会”的就业发展公式。喊出了“说话就是生产力”“投资口才就是投资未来”“拥有口才 = 拥有一台印钞机”“拥有一流演讲口才 = 拥有一辈子的财富”等口号。2007年12月21日，广州卡耐基培训学校负责人对大洋网信息时报的记者介绍说，参加培训的人员中大多数是即将毕业的大学生，而且有不少还是名牌大学的。

案例思考

大学生为什么在毕业前夕要去参加演讲与口才培训班，我们如何利用学校的宝贵资源学好演讲与口才理论，掌握其技巧，提高自己的口头表达能力呢？

第一部分 演讲基础知识

演讲作为一种以语言为工具进行宣传教育的社会活动形式，既古老又年轻。说它古老是因为演讲活动源远流长，伴随着人类文明的发展而发展；说它年轻是因为演讲活动在当今社会仍然具有强大的生命活力。古今中外，凡是历史发展的重要关头，凡是社会激烈变革之时，演讲的特殊功能就越表现得突出。在西方，“舌头、金钱、电脑”已成为三大战略武器。在我国，随着经济体制改革的不断深入，物质文明和精神文明建设的飞跃发展，演讲之风也蓬勃兴起，各种类型的演讲活动广泛开展，研究和传播演讲学日益受到人们的高度重视。

一、演讲的含义

对于什么是演讲，《说文解字》解释为：“演，水长流也。讲，和解也。”引申为表演、

阐述、论说等之义。《现代汉语词典》解释为：“演说，就某个问题对听众说明事理，发表见解。”演讲，也叫演说、讲演，属于语言行为，是演讲者在特定的时空环境中，凭借有声语言（为主）和相应的态势语言（为辅），向听众发表见解主张，抒发感情，从而达到感召听众、说服听众、教育听众的一种艺术化的语言交际形式。演讲与讲课、谈话、报告、朗诵等有着不同的含义。



导入案例提示

究其原因，一是许多招聘单位都将“口才好，气质佳”列为招聘条件之首，二是一些求职学生的演讲与口才的能力比较薄弱。

我们的时代是一个魅力展现的时代，也是一个竞争激烈的时代。演讲改变命运，口才决定人生。优秀演讲不是与生俱来的，魅力口才也绝不仅仅是嘴巴上的功夫。演讲与口才是一个人德、识、才、学的综合体现，“慧于心，才能秀于口”。只有“内外兼修，标本兼治”，方可让伟大的心灵不再沉默，说话的价值放大百倍。

1. 演讲与讲课

演讲不同于讲课。演讲者为了宣传自己的主张，表明自己的态度，要灵活运用演讲技巧以取得理想的演讲效果。而教师讲课是为了传道授业解惑，其语言表达更注重规范性、科学性和启发性。

2. 演讲与谈话

演讲不同于谈话。演讲是以演讲者为主体，在正式的场合、特定的时空中，面对听众激情地、艺术地阐述自己的观点。而谈话对时间、场合没有特定的要求，也没有主体、客体之分，参与者都可以发表自己意见。

3. 演讲与报告

演讲不同于报告。演讲的内容更注重典型性、鲜明性和形象性。而报告是为了汇报情况、传达信息，注重内容的政策性、指导性和权威性。

4. 演讲与朗诵

演讲不同于朗诵。演讲内容侧重于“动之以情，晓之于理”，具有较强的主观性和鼓动性。而朗诵则是用自己的口说作者的话，侧重于感染性和创造性。同样的作品，不同的朗诵者其朗诵效果不同；不同的作品，同一个朗诵者其朗诵效果也不相同。

朗诵与朗读虽然都是把可视的文字转换为可听的有声语言，但其凭借的文字材料是不相同的。朗诵的文本必须是文学作品而朗读没有此要求。朗诵必须脱稿并配以态势语言进行，而朗读则可以不背记。朗读是朗诵的基础，朗诵是朗读的升华。

温馨提示



二、演讲的要素

演讲是人类的一种社会实践活动，必须具备演讲的主体、演讲的受体、演讲的媒介、演讲的时空四个要素，缺一不可。

（一）演讲的主体

演讲的主体，即演讲者，他是演讲活动的承担者和执行者。演讲者的素质、能力和演讲水平如何，不仅影响演讲者在听众中的形象，而且还直接影响演讲效果，甚至影响到演讲的成败。一个优秀的演讲者必须具备良好的素质与较强的综合能力。

1. 高尚的道德情操

“德”是一个人灵魂所在，体现着明显的政治倾向，决定了一个人的言论立场，是评价演讲优劣的关键所在。演讲者只有具有良好的政治素质、职业道德、社会公德、伦理道德，才能成为一个和谐发展的人，进而有效发挥演讲的宣传、鼓动作用。

2. 先进的科学思想

演讲者演讲的目的是为了教育人、启迪人，提高听众的思想认识、文化水平。演讲者应该成为“有识之士”，迅速掌握各种新思想、新科学，“识前人所未识，讲前人所未讲”，更好地服务于听众。

3. 渊博的知识素养

古今中外的演讲家无一不是以博览群书、知识丰厚、学识渊博而著称。演讲者的魅力深深扎根于知识的土壤中，要想获得演讲的成功，必须掌握社会人文、自然科学、专业理论等“知识利器”。常言道：“工欲善其事，必先利其器。”渊博的知识素养是演讲成功的基本条件。

4. 较强的综合能力

多种才能的有机结合才会孕育出一个出色的演讲家。演讲是一个人综合能力的反映，主要包括敏锐的观察能力、科学的思辨能力、丰富的想象能力、较强的记忆能力、良好的表达能力、灵敏的应变能力等。演讲者的综合能力越强，演讲成功的概率就越大。

英国哲学家培根说：“知识就是力量。”现代理论家认为“德、识、才、学”是演讲者必备的四要素。四者之间，知识是基础，道德是灵魂，思想是方向，能力是核心。

温馨提示



（二）演讲的受体

演讲的受体，即参加演讲活动的听众。听众是演讲活动不可缺少的有机组成部分。演讲者既要使演讲成为听众的一部分，也要使听众成为自己演讲的一部分，了解和掌握听众的心理特点最为重要。虽然听众的构成是多元的，其在演讲实践中的心理活动和心理需求也是不尽相同的。但是在知识和审美需求两个方面，却具有许多相通之处。

1. 知识需求

在演讲活动中，绝大多数听众是想通过参加演讲活动来增长自己的见识，获得某些新的信息，以增加知识、拓宽视野，并从中得到一定的启迪。1920年，英国新实在论哲学家罗素应我国讲学社和北京大学联合邀请来华访问。访问期间，罗素在上海、北京、南京等地做了多场讲演，受到了青年学生的热烈欢迎。据罗素自己回忆说“青年听众的求知欲非常强烈，他们聆听演说时就像饥饿者面对盛宴一样。”

2. 审美需求

从某种意义上讲，演讲活动也是一种审美活动。听众根据一定的审美标准，观照审美主体，在受到教育和启迪的同时，满足愉悦耳目、滋养心灵的需要。当然，不同的听众，由于文化素养、认知水平、审美趣味的不同，在听同一场演讲时会存在不同的审美体验，也会对演讲作出不同的审美判断和审美评价。

（三）演讲的媒介

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，就必须借助与其内容相一致的传达手段。有声语言、态势语言和主体形象是演讲活动中传情达意的主要媒介。

1. 有声语言

有声语言是演讲活动中传递信息、表达思想最主要的媒介和物质表达手段。有声语言由语言和声音两个要素构成，以流动的方式，运载着演讲者的主张、见解、态度和感情，从而产生说服力、感召力，使听众受到教育和鼓舞。演讲者的语言要吐字清晰、准确；声音清亮、甜美；语气、语调富于变化，达到科学性和艺术性的完美结合。

2. 态势语言

态势语言是演讲过程中不可缺少的一个媒介，指演讲者运用身姿、手势、表情等流动的形体动作，作用于听众的视觉器官，辅助有声语言传情达意，以增强表达效果。演讲者运用态势语言，要注意准确、自然、得体，具有表现力和说服力，能够使听众的听觉与听觉产生同步的效应。

3. 主体形象

在演讲过程中，演讲者以整体形象，包括形体、仪表、着装、发型和神态等直接作用于听众的视觉器官。而整个主体形象的美与丑、好与差，不仅直接影响着演讲者思想感情的表达，而且也直接影响着听众的心理情绪和审美享受，这就要求演讲者在自然美的基础上，讲究一定的艺术美。

（四）演讲的时空

演讲活动是在特定的时间和空间进行的，要求演讲者审时度势，因人而异，随境而发，

相机行事，根据演讲的场合和对象决定演讲内容，做到“到什么山唱什么歌，见什么人说什么话”，以适应演讲场合，满足听众需要。

三、演讲的特点

任何一种蕴涵艺术性的活动，都有其独特的物质传达手段，形成自己的特殊规律，揭示自身活动的本质特点，演讲活动也不例外。

1. 现实性

演讲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，时代色彩十分强烈。一般来说，演讲者要以时代提出的任务、形势发展的要求和人民的迫切愿望作为自己的基本主题，义不容辞地去促进社会的发展和进步。

现实性是演讲的生命力所在。从古希腊的演说家亚里士多德、德摩西尼，到我国先秦时代的演说家盘庚和诸子百家；从自然科学家伽利略、居里夫人、爱因斯坦，到我国无产阶级革命家毛泽东、周恩来、鲁迅等，他们演说的内容都有着鲜明的时代烙印。

2. 针对性

演讲是一种社会实践活动，社会发展日新月异，演讲内容也要紧跟时代步伐，与时俱进。演讲者的观点要源于对现实社会生活的归纳和提炼，只有这样，演讲才有说服力、感召力，才能引人深思，发人深省。

3. 艺术性

演讲的艺术性是指现实活动的艺术，它既具有文学艺术特征、朗诵艺术色彩和富有感召力的体态语言所形成的和谐统一的美感，还具备戏剧、曲艺、舞蹈、雕塑等艺术门类的某些特点。演讲为了达到启迪心智、感人肺腑的目的，需要借助一些艺术的表现手段来创造艺术感染力。

4. 鼓动性

演讲活动是进行宣传教育、鼓舞人心的有力武器。鼓动性是检验演讲成功与否的一个重要标志。没有鼓动性的演讲，不是成功的演讲，甚至不能称为演讲。演讲者洪亮的声音、自然的态势、真挚的情感，能够把听众的心抓住“使糊涂的人清醒过来，怯懦的人勇敢起来，疲倦的人振作起来，而反对派则战栗地倒下去。”（社会学家费孝通教授赞闻一多）

5. 广泛性

演讲是一种工具，任何人都可以利用演讲这一工具来传授知识、交流思想、表达感情。从演讲者来看，不论什么阶层、什么行业、什么身份、什么性别和年龄层次的人，都有可能成为演讲者。鲁迅既是文学家，也是演讲家。闻一多既是诗人、学者，也是演讲家。阿伯拉罕·林肯是美国总统、丘吉尔是英国首相，他们同时又都是杰出的演讲家。当今时代，演讲已深入到人类社会生活的方方面面，成为人们生活乃至生命的组成部分。