



专门演说



专门演说

TOASTMASTERS INTERNATIONAL

P.O. Box 9052 • Mission Viejo, CA 92690 • USA

电话: 949-858-8255 • 传真: 949-858-1207

www.toastmasters.org/members

© 2011 Toastmasters International. 保留所有权利。 “Toastmasters International”、“Toastmasters International” 标识及所有其它 “Toastmasters International” 商标和著作权均属 Toastmasters International 独家所有, 未经准许不得使用。

Translated 8/2015 from English Rev. 10/2013 项目 CS226E



培育领袖的摇篮

目录

如何使用本系列	4
简介	5
第 1 单元：即席演讲	6
第 2 单元：激励演讲	10
第 3 单元：销售产品	13
第 4 单元：文学朗读	17
第 5 单元：介绍主讲人	21
附录	24
书面演讲	24
作业完成记录表	26
Toastmasters 教育课程	27
教育荣衔要求	28
高级沟通员 (AC) 荣衔申请表	30
高级沟通系列列表	32

如何使用本系列

该系列的每本高级手册假定您已了解演讲的基本知识（结构、声音、手势等），但并不一定您已完全掌握这些技能。如果回顾部分演讲原则，请参阅《**胜任沟通**》（书目编号 CS225）手册。

这些高级手册围绕以下四个原则编制：

- 每本手册内容各单元的难度逐级增加，从概述主题开始，随着学习的不断深入，其内容的专业性也随之增强。
- 每个主题包含前面单元学习的内容，假设您会用到这些技巧，无论它们是否适用于该部分。
- 各单元提供的信息比完成每个特定作业需要的信息多，从而为以后的演讲提供观点。
- 您不仅需要阅读手册中各单元的内容，而且还要准备和发表演讲，从实践中学习。

请确保做到

- 至少通读每个单元两遍，充分理解其内容。
- 阅读时在页边空白处做笔记。
- 标出关键段落。
- 必要时重复学习单元内容，直到对该主题的掌握程度满意为止。
- 只要您愿意，随时可要求召开评论讨论或座谈，特别是当极少会员完成《**胜任沟通**》（书目编号 CS225）手册时。
- 以下情况下，每本手册最多获得 Toastmasters 分会外两次演讲的评分：
 - 1) 文教副会长事先同意
 - 2) 一位 Toastmasters 评论员出席，完成单元书面评论并给予口头评论
 - 3) 达到所有单元目标
- 完成每个单元后，请文教副会长在手册的“作业完成记录表”上签名。
- 完成相应手册并达到本手册未列出的其他要求时，可申请铜牌高级沟通员、银牌高级沟通员或金牌高级沟通员荣衔。

简介

今日的领导者需要处理许多不同的沟通情况。这本手册中的单元中，介绍一些特定演讲规律的设定来协助您准备与众不同的沟通情况。

在第一单元，您将会开始开发在一个即兴的情况，您被要求呈献一篇即席演讲。第二单元要求您呈献一篇鼓舞人心的演讲。在第三单元，您会通过销售产品来练习您的劝说能力。下一个单元要求您通过朗读练习口头说明。最后，您将通过呈献一篇灵活告知讯息的介绍，将听众的注意力集中在演讲者上。

当您完成这本手册中的单元，您将会获得这些技巧和达到要求呈献专门演说风度。

即席演讲

执行简介:

每一天, 您很可能被要求提供您的意见、提供建议或贡献一个想法或信息。这类即兴会谈的机会会建立您的信心和提高说话的技巧技能。您可以通过阅读、聆听和熟悉了解时事来准备即席演讲, 并了解通过不同的方式, 使您可以组织您的思想。

目标:

- 熟悉在没有准备的情形下突然被要求呈献一篇即席演讲。
- 了解如何准备一篇即席演讲。
- 使用一个或多个方式讨论讲题; 例如: 以过去, 现在和未来的形势或之前与之后做比较。

时间: 5 至 7 分钟

关于即席演讲中最常见的误解是, 演讲者是在不必做任何准备而被要求说几句话。对于资深和知识渊博的演讲者, 即席并不意味着完全没有准备。不管在任何情况, 从日常闲聊或在一个舞台上呈献, 您会发现准备是不可替代的。

即席演讲是对一个情况的呈献, 更甚于一个方法的呈献。这个困境是, 您在被要求发言时, 并没有收到事先通知, 因此, 是没有机会排练的。

日常对话是自然的即席演讲。您在课堂上、办公室、在手机上、在午餐或茶点、与家人和朋友, 以及在面试时都能够体验到。在国际讲演会中最常见的即席情况是要求给予祝福。另外一个, 当然就是即席演讲的时候。

身为一个国际讲演会的会员, 您了解要获得成功, 您必须表现出您自己和您的想法。您的外貌和说话的方式都会放映出您是谁。这就是为什么, 您必须随时都在心中做好准备以应对即席演讲情况。可能有人会问: “您有什么感受?” 或 “您有什么要补充的吗?” 您必须能够知情和有效地回应。

如何准备

您可以通过阅读、聆听和细心地组织您的想法, 事先良好地建立自己的即席演讲资料。对您的职业生涯的最新发展保持了解。参加大会、研讨会, 会议和工作坊。因为在各种媒体上已有先进的技术 - 在互联网、报刊、电台、电视、电影 - 您有无限的机会和资源能够找到任何可以想象课题的新信息。

您也将受益于观察其他演讲者的不同即席演讲情况, 如政治集会, 宗教集会, 学院演讲, 和贸易业务会议。要特别注意他们表达的风格和方式。然后决定您喜欢的呈献方法。

可能有人会问: “您有什么感受?” 或 “您有什么要补充的吗?” 您必须能够知情和有效地回应。

处理即席演讲情况

根据您的经验、职业、兴趣和在组织或团体的参与度, 您应该能够预测何时可能被要求发言。例如, 根据以下假设

的情况，您可以精确地判断出您是否会被要求。

- 您是一名水电公司雇佣的工程师，您要出席关于在城市上游建造大坝的当地市议会会议。在理事会的一或两个成员都认识您，询问您关于拟建大坝结构的意见。
- 您是一名我最近聘用在高等学院或大学里兼职的退伍军人。在参加一个派对时，大多数的同学都比您年轻了五六年，并暂时没有军事经验，话题讨论围绕在社会是如何的沉闷，因为我们没有出现大问题来抗议，就像一场战争。他们会问，如果您参与了抗议游行，以及表达您对服兵役的态度意见。
- 您作为一家房地产公司担任秘书。一对年轻夫妇进来寻找关于住宅的信息。您必须回答他们有关当地的学校、税率、和新发展的问題。
- 教育委员会正在举行会议，讨论新的教育政策。作为一个关切政策的父母，您参加会议，了解说些什么和有什么动作。主席要求听众的意见，并且由您回答。
- 在出席由组织举办的宴会上，您在无预期下被要求说几句话。

列出关于呈献即席演讲，什么是让您最担心的。从这个列表中，您可以通过制定一个合理的方法来克服它们以消除一些不确定性。

即席演讲的提示

在参加一个会议、宴会、社交或公民活动之前，先问自己，如果您被要求发言，您可能会说些什么。事先准备一些故事和言论。仔细想一下关于呈献即席演讲，什么是让您最担心的。列出您关心的问题。从这个列表中，您可以通过制定一个合理的方法来克服他们以消除一些不确定性。以下的提示将帮助您：

- 切勿以道歉开始。谈论关于您知道的是什么。
- 熟悉您可能需要辩论的课题，适用的最新信息。
- 专注于您对课题和场合的想法。
- 对其他出席者的意见表达看法。

您可以使用一些方式来组织您的演讲：

- 比较过去和现在，以及关于未来可能的猜想。
- 对比之前和之后的情况。
- 通过不同的观点来进行讲题。
- 点出问题，并提出解决方案。
- 比较优点和缺点。
- 考虑课题的政治、经济、或社会方面。
- 考虑地域的影响 - 城市、州属、国家、世界。

您的任务

在即席演讲中的训练和练习，建立了您的信心和扩大了您有效沟通的能力。在这个领域里寻找机会来得到经验，这将会使您在参加的各种会议、会晤、课程、分会、以及大会中，更好的传达您的概念。

在纸条上，写下五项您所熟悉领域的一般讲题。在例会之前，交给您的演讲评论员。他或她会随机选择一个讲题，同时您会针对讲题呈献一篇五到七分钟的即席演讲。

评论指南即席演讲

标题 _____

评论员 _____ 日期 _____

评论员指南：此篇演讲的目的是让演讲者呈现一篇他或她所熟悉，长达 5 至 7 分钟的即席演讲。演讲者必须提供五个可能的讲题给您。您从中随机选择一题，然后告诉他或她有关讲题是什么。这篇演讲必须向听众清楚表达，而且言之有物。除了口头评论外，请答复下列问题。

- 演讲者如何有效地组织他或她的概念？
- 他运用了那一项方式？
- 他或她传达了一个清晰和明确的信息？
- 演讲者如何成功地借助了他或她的专业知识背景？
- 演讲者如何让听众了解他或她在特定学科领域的知识渊博？
- 演讲者在讨论的讲题方面显示他和她的权威？
- 演讲者是根据事实或意见来发表他和她的说明？
- 听众的反应是什么？

激励演讲

执行简介：

一篇激励演讲承认听众的存在信仰、价值观和情感，解释为何需要改变，然后鼓励和激发听众做出改变。声为激励演讲者的成功很大程度上依赖于呈献、语言、声音变化和措辞。激励演讲者适应场合的气氛和形式，并传达信心、真诚、信念和热情。

目标：

- 分辨和了解激励演讲和其他类型演讲之间的基本不同和相似之处。
- 学习如何评估听众的感受和建立情感关系。
- 建立一个演讲风格和呈献通过让听众接受您的意见，有效地表达了激励的内容。

时间：8至10分钟

您听过很多激励演讲：教练给球队打气、您的牧师传达一个布道、在大会的增压演讲、主题演讲、纪念日演讲、以及开幕礼演讲、颂词、国定假日演讲、晚宴上的演讲、聚会、纪念日和献辞。

正如所有出色的演讲，激励演讲必须适合听众和场合。您可能会发现在很多场合向听众说话，就像是他们的代理人或代言人的原因。激励演讲在运用语言和风格表示了听众的信仰、价值观和情感达到他们适当的共同情感，并鼓励听众做出改变。

领导的概念在激励演讲中扮演着一个重要的角色。您必须通过共鸣，共同体验和理解来与您的听众中的成员团结一致，但是您也必须管理。这类型的演讲，要求有个人形象的威严和卓越专注力的风格。主要风格和呈献令激励演讲与其他目的种类的演讲的不同。

传统上，激励演讲成为了世界上最伟大的演讲。宗教、爱国主义、博爱、社会事业、奉献和忠诚度、对过去成就的自豪和对未来的乐观，都依靠激励性的沟通来传达。这类型的演讲可能被视为公开演讲的最高水平。

准备演讲

在准备激励演讲时，您必须确定在特定场合的精神和心情。规划演讲，组织您的想法，并构建它们的大纲，就像准备其他演讲的过程。虽然您身为发言人，您还必须满足聆听者的期望，并以独特性的内容和形式确保他们的兴趣。

从演讲的解释、引导相信、说服、和娱乐的六个特质区分激励演讲。

您应该：

- 传达听众的一般感受。
- 对听众的感受提升和特质进一步的意义。
- 在内容、风格和表达的方式，满足在场的聆听者的期望。
- 减少疑问性和修饰性的说明，以对单元的信心和权威性。
- 做出超高水准的风格和表达的方式。
- 运用声音、声调和文字图片，来戏剧化和提高情绪，以达到比其他种类演讲更高的境界。

聆听者反应

一位激励演讲者传达真实，您的听众会无条件的预先接受。一个牧

师鼓吹反对传统信仰，或政治领导人谴责民族主义政策，必须说服听众或是肯定聆听者意见，符合他或她自己跟任何美德的替代品来激励他们。

您准备的一部分要涉及研究以帮助您了解您的听众的实际感受。什么是可能激发一个特殊群体却不一定会吸引到另一个。

另外一点需要考虑的是，作为一个群体，听众总是不知道或了解自己的感觉。一篇激励演讲可以使用解释或重新诠释听众存在的感受的形式。一位销售经理可以通过指出那些购买他们的产品的人将会累积的利益和正面的优点是在物质占有之上，来提升销售队伍的团队精神。

在一个被纳税人批评的系统，一位教育家可能会通过展示和解释说明低学历评级的统计数据，来激发教师大会改进表现。

适合场合的风格

您不会使用在葬礼呈献悼词的同样方式，在政治运动的晚餐中演讲，或进行一场足球赛前的打气。前者场合需要庄严，在某些情况下，崇高的风格。这也适用于其他正式场合的情况，如纪念场合和毕业典礼。演讲者的外观，他或她的语气的严肃性和呈献的形式反映了场合的重要性，以及听众会根据他们的印象和回应这些暗示。

场合的心情和语气可以是非正式、令人鼓舞的精神和良好的幽默感。如果是这样的话，您的演讲风格也应该不必太正式。最重要的是，要满足听众的基本预期。

在所有良好的演讲，以下的特性决定了激励演讲的效果：

- 想法和内容
- 演讲者的本质
- 符合听众
- 听众的影响

您的目标就像激励演讲者在呈献的风格和语言的运用、戏剧性的调制和措辞上精益求精。作为激励演讲者，您会成为听众情感的表达媒介。

您可以突出感受，并鼓励，通过使用这类词汇如“我们都明白”、“像我们在一起体验过”和“就像我们都知道”。

混淆、疑惑和不确定性在激励演讲是不适合的。肯定成就、信仰和价值观是众所周知和普遍接受的深厚根植于确定的信念。

您的任务

准备、排练、并呈献一篇 8 至 10 分钟的激励演讲。您的讲题，可以从下列类别中选择：主题演讲、政治演讲、股东会议、商业协会或工会会议、销售大会、见证晚宴或组织宴会、体育运动团结、销售团结、宗教服务。用语言和风格配合适当的场合，同时确记您的目的是提高听众的精神。

评论指南**激励演讲**

标题 _____

评论员 _____ 日期 _____

评论员指南：此篇演讲的目的是演讲者呈献一篇 8 至 10 分钟的演讲，计划着改变听众的情绪共识，根据他们的信念、价值观和情感在适当的场合使用语言和风格。除了口头评论外，请答复下列问题。

- 听众如何回应演讲者？他们是否恭敬？是否理解说了些什么？他们是否有情绪的变化？他们是否相信他和她的意见？

- 在呈献信息的评论：是不是经过深思熟虑以及是容易理解的？您有没有发现任何混淆、疑惑、或者不确定的因素？

- 评论演讲者的风格和表达、声音和手势：他们是否有超水准的表现，以及他们是否适合场合？

- 演讲是否满足听众的期望？它是否提激励了听众？询问他们。

销售产品

执行简介：

销售呈献是一种劝说演讲。其目的是让听众对您销售或鼓励购买的服务或产品产生兴趣。您应该建立一个独特的销售议案，说明您的服务或产品如何有利于他们和如何比竞争对手的服务和产品更好。请务必在销售过程中包含已证明有效的词汇。谋划听众的潜在反对意见，并有能力反驳他们。

目标：

- 了解销售技巧到劝说关系。
- 巧妙地运用销售呈献的四个步骤：注意、兴趣、渴望、行动。
- 在销售呈献中确定和促成一个独特的销售议案。
- 能够处理异议，并成交一个潜在买家。

时间：10 至 12 分钟

一篇销售演讲是传达有关服务或产品的想法和信息。虽然许多劝说的元素都牵涉其中，某些概念在销售情况中是独特的。

环境情况对销售演讲的形式和内容上有着重大影响。例如，销售人员在一家服装店会对顾客说些什么，是和一个人在门对门或在电话时的销售演讲是不同的。在服装店里，装潢或摆设的接触的一部分。客户自愿走进来是因为他或她对产品表达了兴趣。销售人员的职责是保持这个兴趣。

考虑到这篇单元是在分会的环境中呈献，您的方向将是呈献一个销售讲座，而不是一对一的情况。

注意：引起注意和兴趣

在您可以继续传达讯息之前，引起和保持听众的注意力是首要条件。各种叹为观止的设计以达到这样的效果：

“您是如何的想.....？”

“我有一个想法，将...”或

“我相信我可以帮您.....”

注意，这些例子是一个问题式。在您开始发问问题之前，必须确定您知道答案会是正面的。如果询问他们是否想要在销售中增长时，大多数公司会积极响应。同时您的分会很可能不会对会员的增加或完成单元演讲等类似的问题的给予积极的回应。

产生兴趣

一旦您得到听众的注意力，您的下一步是要让他们对您卖的产品或服务产生兴趣。您必须考虑什么激发了人们购买。听众关心的不是您或您的服务或产品。他们真正有兴趣的是您的服务或产品能为他们做什么。对他们有什么好处呢？

您的销售演讲的目的是要证明的这些好处会为您做些什么。换句话说，您必须证明您的情况。它所意味的是，您卖的必须是好处，而不是功能。

听众关心的不是您或您的服务或产品。他们真正有兴趣的是您的服务或产品能为他们做什么。

独特销售主张

您会发现，在销售呈献中广告的概念是非常显着的。广告的一个定义是“一个概念正从一个人的头脑到另一个人的头脑的艺术。”您的销售演讲就是广告。为了有效，它必须传达两个重要的信息：

- 购买的服务或产品将形成一个特定的利益（比如：增加销售、防止受伤、舒适的生活）。
- 竞争对手不会提供您所提供的（例如：较低的利率、坚固结构、选择的设施，不另收费）。

这些重点包含所谓的一个独特的销售主张（USP）。产品或服务本身必须是有趣和值得的。如果这是值得购买的，那这也是值得关注的。我们都听过和看过不少卖点。有几个比较熟悉的是：“重要的是车里面是人！”、“防止狐臭！”、“清洁您的牙齿就是清理您的呼吸！”

这些独特销售主张的关联性都是安全与卫生。一个独特的销售主张的性质取决于您的服务或产品。并非所有的服务或产品有独特销售主张。您要确定您的独特销售主张是什么。吹捧和虚假的口号是不会促使您的客户购买。您的产品必须达到真正的需要。

在销售呈献中引起渴望

您的目标是通过让听众认识您所售卖物品的价值来制造渴望。您可以通过显示尊重您的商品服务来促成这个过程。在您呈献中的每一个环节观看、谈论和放映品质感。

选择合理的文字是非常重要的。以下 12 个劝说的文字已经确定在销售和广告中最为有效：

您	新	容易
发现	金钱	效果
安全	证明	节省
帮助	爱	担保

使用文字的图片注进听众的脑海中。使用强有力的动词和丰富多彩的名词和形容词。可能的话，让您的服务或产品与许多的愉快联想在一起。

显示您的热情通过真诚的信念。运用画面在您的听众来解释他们如何使用产品或服务，那么他们将可以看到您所说的好处。当您的听众在心理上接受产品或服务，您可以更有效地说服他们，他们应该在现实中拥有它。

您应该将无形变成具体化，让听众通过亲身体验的机会进入角色里。

请记住，呈献不只是一个销售演讲。您应该使用视觉器材来将无形变成具体化，并让听众通过亲身体验的机会进入角色里。使用大图表让听众很容易地看到和理解。事先确认您的设备功能并将它完成设置。

处理异议

争论刻画了销售情况的特色。聆听者的反应会挑战您做的任何主张。这挑战可能或不可能是由口头表达。

处理异议的最好办法是提问一个问题来表达您相反的观点，与提出异议的任何人保持强烈的目光接触。提供自己的问题一个正面的答案，那是超出了异议的重要性。

一个简单的问题：“为什么？”经常会发现真正的反对意见。异议通常可以理解为购买信号；如果您的销售人员，可以满意地解释异议的答案，您将会得到一个购买的听众。

提供听众问题的说明和如何解决问题的资讯。使您的听众觉得他们做出了购买的决定。

成交

关注购买讯号。当您的听众准备购买的时候，他们将会让您知道。当他们问：“多少钱？”您可以安全地假设，他们在自己的心理上已经开始要购买产品。

做出如果您希望得到订单或完成销售的样子。间接地询问他们，让他们选择决定购买：“哪个颜色”“哪种款式”“那个是方便的交货的日期？”“您会喜欢什么样的付款方式”，这对您是一个心理优势。

您的任务

准备和呈献一篇 10 至 12 分钟的销售演讲，涉及到销售服务、产品或两者兼有。这可能是包含为一个社区活动的集资或支持。

请记住要真诚的、同时有说服力和博学的说出有关于您的服务或产品的价值，特别要突出优点。

评论指南销售产品

标题 _____

评论员 _____ 日期 _____

评论员指南：演讲者被分配呈献一篇 10 至 12 分钟的销售演讲。演讲必须在逻辑、信息和情感阶段是令人信服的，并是以即兴的方式呈献。演讲的重点应该是销售产品或服务或两者。检阅单元的文字，要熟悉它的目标。除了口头评论外，请答复下列问题。

- 演讲者是否抓住和保持听众的注意力？
- 演讲者是否通过专注于产品或服务带给顾客的好处来产生兴趣和渴望？
- 演讲者是否提供一个独特的销售主张？
- 演讲者是否通过运用积极的用词、个人的热情、以及有效地利用视觉和视听器材在他或她的演讲中建立价值性？
- 如果有任何异议的声音，演讲者是否有效地处理它们？
- 演讲者是否顺利且在适当的时候进行成交动作？
- 演讲者是否有成交？如果没有，为什么？

文学朗读

执行简介:

一篇诠释阅读是与其他人的想法和情绪沟通。您从文学作品阅读,运用您的声音和肢体语言来传达思想、情感、态度和作者的意图。建立自发性错觉的关键是有效的诠释阅读,并要求密切关注步调、动画、节奏、语调、语气和转折。如果您选择的文学作品需要筛选以符合时间要求,在一个危机点开始阅读,并往后一直到推向高潮。

目标:

- 达到了解口头诠释组成的元素,以及它与一篇演讲的准备和呈献如何的不同。
- 学习有效诠释的准备或规划技巧。
- 关于声音和肢体语言为沟通方式在诠释阅读的呈献原理的学习和技巧的开发。

时间: 12 至 15 分钟

口头说书主要就是说故事。从历史上看,它的起源是开始于人类早期世纪与吟游诗人和民谣歌手相关的史诗传奇。在我们目前的情况下,口头说书的目的是通过一位阅读者的表现来沟通作者的思想、情感、态度、和意向。这是解释性的阅读,而不是发表演说。然而,朗读当然可以合并为演讲的一部分。

口头说书的益处

朗读可以帮助您在日常生活中提高您的发音和扩大您的表达能力。您也会加强您的声音,因为您必须把注意力集中在演讲的声音。

朗读也会提升您写文章的技巧。当您选择不同作者的作品来学习,您将会开发您的写作风格。

也许最重要的是您会满意通过您的能力,在生命里带来色彩的页面。

计划有效的演绎

朗读的目的是传达作者的情感意义。演绎是通过感知来实现的。我们通过我们的感官印象来阐释。我们听到的声音、看到的动作、嗅觉和味觉的食物、手感质感、疼痛和快感。作为一名演绎者,您的责任是要理解作者想要说些什么,通过他或她表达的想法、态度、风格和情绪,然后将其传达给您的听众。

听众对于口头朗读者的重要性就像是对于公众演讲者一样。对于您的听众,您应该会有一些想法,所以您可以选择合适的材料。听众的类型也将决定在特定呈献中,朗读方式的一定范围。为此,您必须认识到阅读者在内容、形式、和效果上考虑的目的。以下的步骤将协助您分析有一篇特定的文学作品。

作为一名演绎者,您的责任是要理解作者想要说些什么,通过他和她表达的想法、态度、风格和情绪,然后将其传达给您的听众。

内容

1. 作者的用意何在?
2. 作者如何完成他或她的目的?
3. 这个选择是否具有价值以及是一篇很好的文学作品?
4. 主题是什么? 它是否以某种方式适用于大多数人的生活?

活?

5. 作者以那个角度来表达人物和他们的行动？（第一人称，[我、我们]；第二人称[您]；第三人称[他、她、它、他们]）

形式

1. 作者风格的本质是什么？例如，作者在写作时是否使用个人成语或方言？是否超脱和客观？作者是否结合主观的段落或心理的想法传达了人物的内心状态？
2. 资料是否有团结与和谐？
3. 是否有足够的刺激通过变化和对比产生来引起听众的眼神的注意力？
4. 您能够辨别出故事中的危机、强度重点、主要高潮吗？

效果或读者反应

1. 为什么对这个故事的兴趣或激发您？
2. 资料是否在任何一点让您失望或有弱化？

考虑选择

当您决定朗读什么后，选择作品中的一章或节，故事的动作当中具有许多危机导致一个高潮。对于朗读，一个危机可能提供了拼合朗读单元的基础。在另一方面，如果您决定了大高潮的朗读，开始您要切割这个结构点并移回到该点以确定哪些因素（性格、情绪、环境等）是必要的来有效地引导到高潮。

在您开始朗读之前，您可以针对您编辑过的资料来提供给听众一个阐释性的介绍。包括有关作者、标题、时间、地点、人物、动作和一份简短的声明，如为什么您喜欢特定的文献，以及为什么听众会喜欢它的讯息。从危机点开始朗读，并直接推向高潮。

一个忠告：您有义务传达作者的意图或目的。当您编辑资料，不要扭曲原有的意图。

练习朗读

建立自发性的错觉是有效阐释朗读的关键。这需要通过节奏、音调和转折来密切关注步调、动画、情感阶段的对比，并对观众建立了就像听觉感受一样好的视觉感受。

步调或速度指的是朗读的速度 - 快、中等、或慢 - 在编辑过程中包含您对文字方式、短语、情绪和思想的朗读移动，将决定很大范围上适当的朗读速度。时间有效的停顿、和表达方式。一般情况下，在严肃的课题时，节奏是缓慢的和深思熟虑的，而在喜剧时的步调和节奏则是轻快的。无论您的选

择是什么，您的演讲都不应该是单调的。

作者在他和她的作品都会有一定的节奏。身为演绎者要关注通过声音、想法和身体表示出明显的节奏。节奏是声音变化的抑扬顿挫将演绎转化为真实形态。例如，“一圈又一圈的怪石嶙峋的衣衫褴褛的流氓跑了。”节奏的意识在传达作者的资料是不可缺少的。

转折是逐渐上升和语音下降或音调的变化。例如，在一个句子或短语里，通常会在一个或两个词句特别强调地读或说。“他跑下了楼！”“他跑下楼了！”

由于转折是不可或缺的，来突出作品正确的意义和情感脉络，重复朗读多次来辨别过程的强弱和精美的用意。在行末时声音声调微微的往上升，听众往往会被演讲者往前带领。它通过保持句子的间距增加了张力。在喜剧，一个亮点，轻巧的转折会建立一种身临其境的感觉。“这是在政治上烧烤。每个人都在那里从上流社会到低层社会向低层社会到没有社会。”

一个向下的转折会建立终局的感觉。“我们这一代人会退还已经上缴的武器、将英雄勋章弄得叮当作响、自豪地告诉它战争故事、以及我们的兄弟只会用鄙视的眼光看着我们。”

转折是由内部激发。情感的强度越大时，就应该是达到要转折的程度。它就像是生命和充满活力。通过身体动作、手势和面部表情的帮助下，它的范围会大大拓宽。

直接向听众呈献。将您的听众刻画在故事里。保持作者的观点。确定是与作者，而不是人物。看见并重新建立人物就像通过作者的刻画。

在您的编辑中使用过渡语从一个故事的一章转移到另一个部分以便覆盖缺失，是可以接受的。然而，您的呈献应该在从文学作品的朗读中结束，而不是在自己对自己的评论中。

作者在他和她的作品都会有一定的节奏。身为演绎者要关注通过声音、想法和身体表示出明显的节奏。

您的任务

选择一个能够吸引您，同时您也相信会吸引听众的文学作品。根据在单元中讨论的准则来分析资料，以确定它是否是适当和易于理解的做为口头呈献。编辑和演练这个材料至优雅的表现水平。准备一个介绍词和过渡词是必要的。

在准备时，您可以将您的朗读录音以帮助您听到您的声音，或站立在镜子前看您的外表的效果。在分会正式呈献之前，在一些不同的听众面前朗读（家人、朋友）。呈献的时间为 12 至 15 分钟。

评论指南文学朗读

标题 _____

评论员 _____ 日期 _____

评论员指南：此单元的目标是演讲者要呈献一篇 12 至 15 分钟由文学作品中的叙述阅读。有效利用声音、声调、和身体动作，演讲者应该为听众建立听觉和视觉的体验。除了口头评论外，请答复下列问题。

- 主题是否清晰容易明白，以及叙述或故事发展是否清楚？

- 阅读者是否有效利用声音变化、声调、情绪、转折、节奏和肢体动作来建立听众的听觉和视觉体验？

- 阅读者是否传达作者的风格感？如果没有，建议一些阅读者可能会使用到的技巧领域。

- 阅读者是否在呈献时带出一个危机或重大高潮？

- 开场和简述的讯息和有效性如何？

- 阅读者在演示过程中是否建立自发性的错觉？

介绍主讲人

执行简介：

为演讲者准备适当的介绍词给听众，帮助他们把注意力集中在他或她身上，甚至有时为听众准备情绪的变化。介绍词应该突出演讲者，说明谁是演讲者，以及为什么他或她对讲题具有发言的资格。一个很好的介绍词要求就像准备演讲词一样，并应事先将介绍词拟定好。

目标：

- 注重在特殊场合以介绍者（活动主持、主持人、典礼司仪）的角度来说话。
- 将与典礼司仪相关性的功能变成知识和技巧。
- 在分会例常活动上介绍其他演讲者。

时间：分会例常活动期间（与文教副会长事先安排）

在特定的会议中，一位主持人和典礼的司仪的功能变化取决于节目。分会的流程通常包括报告和公告。在此单元中，您将在您的分会担任一位主持人，并介绍其他演讲者出场。

当您身为一位主持人来呈献，提供一句感谢的话给分会会长。对于到来的节目说一些话来为听众暖身。您应该强调这个特殊例会的主题或说明例会的意义。

介绍其他演讲者

介绍出场的目的是为了突出演讲者。这需要通过说明谁是演讲者，以及为什么是由他和她来发表所选择的主题来完成。

在这种情况下，辨别演讲者呈献的手册单元，并简要说明单元的目的。您的介绍出场将为演讲者和听众之间建立了重要关系。

在做介绍词时，简明扼要和突出重点。您不必纠结于自己。

同样的道理，您不应该念出关于演讲者的一系列生活事实。如果可能的话，提前与演讲者交谈来彼此熟悉和获取信息。只选择您的对象生涯中显著的成绩以及一些事件的演变。您的轶事应该表露气质以帮助听众了解演讲者。

当介绍一位成功的商人时，您可能从他童年涉及的一个不寻常事件促使他达到成功、或一些他在社会上做了很好的事情。

或许您是在介绍一名在教育界的著名权威女士。毫无疑问，可以说明有哪些在她的生活的事件来激发她的成就。

各种方法或设备可以帮助您传达演讲者的基本品质和特质。他们可以是引言、轶事、一个总结，或甚至是简短的戏剧或这些元素的任意组合形式。以下的介绍提供了一个范例：

（为什么是这位演讲者？）

“女士和先生们，人们都说我们的演讲嘉宾是一位在我们公立学校的传统教育的麻烦人物，她并不支持我们的教育体系，同时过分关注革命的策略，而不是在按照既定准则来工作。

（为什么是这些听众？）

这些对于演讲者看似奇怪的资格，在这场教育工作者大会中，将面对许多有多年专业经验的人士来发言。

各种方法或设备可以帮助您传达演讲者的基本品质，他们可以是引言、轶事、一个总结，或甚至是简短的戏剧。

(为什么是这个时间？为什么是这个主题)

在最近的一次新闻发布会上，我们的演讲嘉宾提出反驳我刚才列举的指控。引言，‘那些称呼我为麻烦人物的人因他们的自满情绪被激起而感到不安。这些说我不支持我们教育体制的人应该重新考虑，事实上他们的支持是从何而来。至于革命的策略，我会强烈建议他们仔细重读近代立法来关心儿童的教育权利。’引文结束。

(为什么是这位演讲者？)

_____的职业生涯已经让她超过 25 年来奉献在的学习、研究、教学和管理工作中。她拥有 5 个在心理学和教育学的高级学位，目前正在进修第六个。

(为什么是这些听众？为什么是这个时间？为什么是这个主题)

我们都熟悉一些，为什么教师职业在过去三至四年来受到攻击的原因。作为一个专业的团队，我们所面临的问题，因此我们必须承担责任。今晚我们的演讲者打算阐明这些问题，并提供一些解决方案。请和我一起欢迎_____。”

作为典礼的司仪，您介绍出场的方式将建立面向演讲者的态度。您是根据您的演讲者的话题，来带领听众进入严肃或幽默的心情。您要准备听众的情绪和心理倾向来接受演讲者要说的话。

您应该使用同样的方式来准备您的介绍词在任何其他演讲者。可以肯定的是，您拥有关于您的客户的准确信息，那么他或她会按照您的介绍词出场而不必进行更正。

您的任务

此单元是要您成为例会主持人，履行在分会例常活动是主持人的功能。记住要保持您的介绍词简单扼要，在一到三分钟之内，并遵循以下原则：

- **开场白：**捕捉听众的注意力，并强调演讲者的重要性。
- **正文：**为什么是这位演讲者？为什么是这个主题？为什么是这些听众？为什么是在这个时候？
- **结尾：**它应该引导至演讲者的实际呈献。

在节目的最后，简要地感谢所有演讲者，然后介绍会长来总结例会。

请记住，您是演讲者和听众之间的中介。当您完成您的介绍，掌声欢迎演讲者。等到演讲者到达讲台，迎接他或她才回到我们的座位上。

当坐在座位上时，您将是提供听众如何回应演讲者的线索。倾听和赞赏。在演讲结束时，站起来、给予鼓掌、走到讲台，并公开代表听众感谢演讲者。

评论指南介绍主讲人

标题 _____

评论员 _____ 日期 _____

评论员指南：演讲者被指定担任主持人，在分会例常活动介绍演讲者出场，以帮助他们做出最好表现，并且鼓励听众以关注和期待来聆听的方式。除了口头评论外，请答复下列问题。

- 主持人是否有参考节目为听众热身？
- 主持人是否有参阅其他演讲者和他们的主题？
- 主持人是否有激发听众的兴趣，并带动鼓掌？
- 主持人是否有提及其他演讲者的资格？
- 主持人是否有强调其他演讲者的背景与演讲主题直接的关联？
- 主持人是否有传达关于其他演讲者主题的太多信息？
- 主持人是否有等待其他演讲者来到讲台才回到座位坐下？

书面演讲稿

虽然由主持人提供的典型演讲涉及使用笔记，演讲者普遍争取即兴的风格和方式。然而，在某些场合上书面演讲稿是适当的。一篇演讲中使用部分或全部文稿的原因包括：

- 当在一个正式的场合，将您的想法写成字句会有特别的美感
- 在敏感的情况下定义您需要特别关注的含意（如合同谈判）
- 呈献准确地详细和复杂的信息（数据等）
- 提供一个预先记录来满足开始时期的时限限制或保护您使用错误的引言
- 确保您的引言是准确的

准备演讲稿

- 就像您为任何演讲般来准备。规划、研究和建立您的一篇目标明确的演讲在您的脑海，并且有足够的备用材料来呈献出令人信服的理由。
- 演讲稿就像是如果您在“说着话了。”请记住，这是一篇演讲，而不是一本书或一篇文章。如果句子很长，将它们分开成简短的词组。字句应该是立即可以理解的，具有主动动词（“做”的东西）和丰富多彩的形容词（描述）。
- 读稿朗读，最好使用录音机来录音，并重复修改它，直到它是完美的。演讲作品的长度要精确地设定在您提供的时限里。
- 当您满意最终的草稿，将您的演讲稿以大写字母键入在标准或法律大小的纸张。以 2 至 3 条线的间线，包含每个思想在单独的段落。使用可以一目了然看到的短句，同时不要让一个想法由一页延伸到另一页。

经验丰富的朗读讲员会编排脚本以方便参考。使用短线划分不同的看法。颜色通常用来表示强调（轻声、大声、缓慢、等）和手势运用的注点会写在脚本右边。例如：

THE PSEAKER SEES
A COMPLETE
THOUGHT LINE
AND CAN DELIVER
IT TO THE AUDIENCE
IF YOU ARE READING
SLOWLY ENOUGH
YOUR EYE WILL BE
AHEAD OF YOUR VOICE,
SO YOU CAN BE
LOOKING UP
ON THE LST FEW
WORDS OF EACH LINE.
YOUR VOICE,
GESTRUES,
AND PHRASES
AND A ONE OR
TWO WORD CUE-UP
FOR THE
NEXT PAGE
ARE ALREADY
PRE-ARRANGED.

有效的呈献

总而言之，避免演讲犹如在阅读一篇文章。演练直到您将它放进了记忆中，同时常常在记忆中呈献开场白。一页接一页的滑动直到完成他们；没有任何理由将它们移除。

在您演讲时

- 保持与观众和电视摄像机的目光接触。花最少的时间阅读您的文字。
- 使用声音变化来呈现戏剧性效果。要小心，不要陷入在单调的朗读。
- 慢慢地说，让您的眼睛提前往下看，然后在一句短句结束时抬起头看看。
- 不要忘记肢体语言。尝试在您采用的呈献中添加生动的阅读动作。

作业完成记录表

专门演说

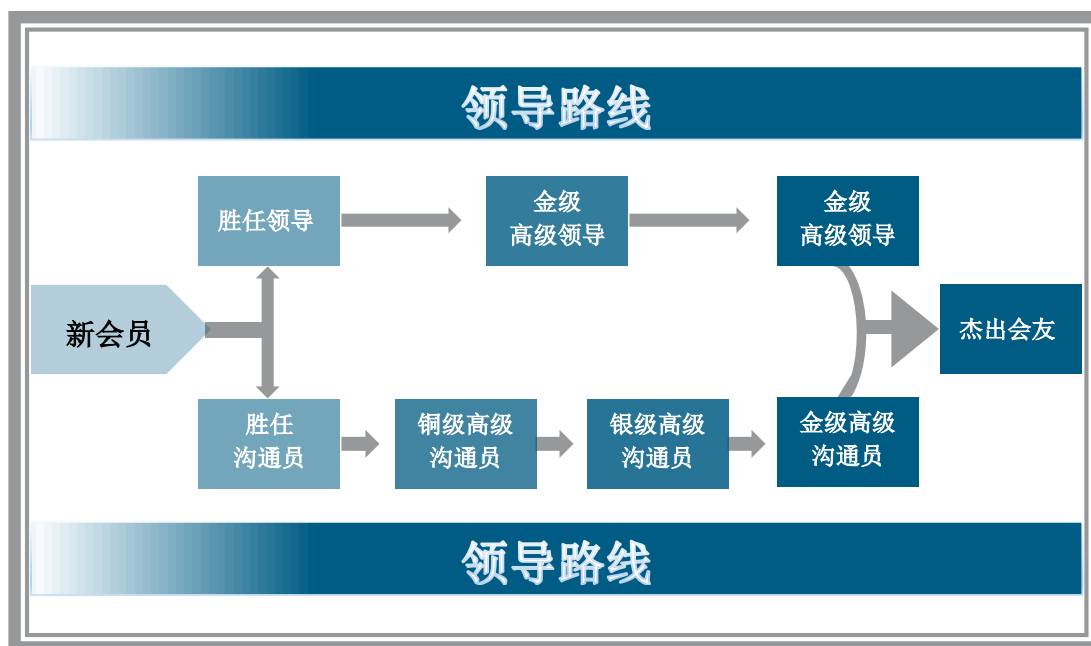
单元	演讲标题	日期	文教副会长 签名
1. 即席演说			
2. 激励演说			
3. 销售产品			
4. 文学朗读			
5. 介绍主讲人			

保存该页以核实本手册的作业完成情况。申请铜牌高级沟通员、银牌高级沟通员和金牌高级沟通员时，请提交相应手册中的作业完成记录表。

国际讲演会 教育课程



国际讲演会教育课程包含两个路线：沟通路线和领导路线。我们鼓励您同时参与学习这两个路线。他们并不会相互排斥，您可同时参与学习。只需达成特定任务，即会认可您的能力。下一页将说明您能获得的荣衔及其要求。下图是两大路线的荣衔升级制度。



教育

荣衔要求



以下是每个沟通路线能获得的荣衔与其要求的简要说明。如需有关的完整细节，请查阅实际的荣衔申请表。

沟通路线

胜任沟通员（CC）

要求：

- 已完成《胜任沟通》（书目编号 CS225）手册

达到要求后，请文教副会长在线提交 CC（胜任沟通员）申请表，或将填妥并签署好的 CC 申请表连同“作业完成进度表”一起寄到美国总会。

您将获得：证书、两本免费的《高级沟通系列》手册（仅限首次申请者）、给雇主的信（只提供英文证书和信）

铜牌高级沟通员（ACB）

要求：

- 已获得胜任沟通员荣衔（或胜任讲员荣衔）。
- 已完成《高级沟通系列》中的两本手册。

达到要求后，请文教副会长在线提交 ACB（铜牌高级沟通员）申请表，或将填妥并签署好的 ACB 申请表连同“作业完成进度表”一起寄到美国总会。

您将获得：证书和给雇主的信（只提供英文证书和信）

银级高级沟通员（ACS）

要求：

- 已获得铜级高级沟通员荣衔（或铜级高级讲员荣衔）。
- 再完成多两本高级沟通系列手册。
- 举办精进演讲系列和/或成功会务系列中的任意两场讲座。

达到要求后，请文教副会长在线提交 ACS（铜牌高级沟通员）申请表，或将填妥并签署好的 ACS 申请表连同“作业完成进度表”一起寄到美国总会。

您将获得：证书和给雇主的信（只提供英文证书和信）

金级高级沟通员（ACG）

要求：

- 获得银级高级沟通员荣衔（或银级高级讲员荣衔）。
- 再完成多两本高级沟通系列手册。
- 举办成功领导系列、成功沟通系列或青少年领袖培训课程中的任何一场工作坊。
- 担任新会员的辅导员，协助他完成前 3 篇作业。

达到要求后，请文教副会长在线提交 ACB（铜牌高级沟通员）申请表，或将填妥并签署好的 ACG 申请表连同“作业完成进度表”一起寄到美国总会。

您将获得：证书和给雇主的信（只提供英文证书和信）

获得多个荣衔

每次还要希望获得沟通联系系列荣衔时，他/她必须完成每个荣衔的来宾新的《高级沟通系列》手册，也就是说，会员每次活动 ACB 荣衔前，必须完成六本不同的高级沟通系列手册。ACB 两本、ACS 两本、ACG 两本。会员名称希望重新获得沟通路线荣衔时，他/她可能重复完成之前获得沟通荣衔时使用的手册。比方说：如果还有为获得首个 ACB 已完成《娱乐性演讲者》(书目编号 CS226A)和《知识型演讲》(书目编号 CS226B)，可能需要重复这些手册来获得第二个 ACB 或重复获得的任何其他沟通荣衔。会员致力于得到单个荣衔（ACB、ACS 和 ACG）时，无法重复完成任何《高级沟通系列》手册。比方说：会员不能为获得同个 ACB 完成《娱乐性演讲者》（书目编号 CS226A）两次。

领导路线

胜任领导（CL）

要求：

- 已完成《胜任领导》（书目编号 CS265）手册

达到要求后，请文教副会长在线提交 CL（胜任领导）申请表，或将填妥并签署好的 CL 申请表连同“作业完成进度表”一起寄到美国总会。

您将获得：证书和给雇主的信（只提供英文证书和信）

铜牌高级领导（ALB）

要求：

- 已获得胜任领导荣衔（完成《胜任领导》（书目编号 CS265）手册）
- 已获得胜任沟通员荣衔（或胜任讲员荣衔）
- 担任分会执委（会长、文教副会长、会员副会长、公关副会长、秘书、财政、礼宾司）至少六个月，并在任期内参与拟定“分会成功计划”
- 担任上述执委期间，参与区域主办的执委培训
- 举办成功会务系列和/或卓越领导系列中的任意两场讲座

达到要求后，请文教副会长在线提交 ALB（铜牌高级领导）申请表，或将填妥并签署好的 ALB 申请表寄到美国总会。

您将获得：证书和给雇主的信（只提供英文证书和信）

银牌高级领导（ALS）

要求：

- 已获得铜级高级领导荣衔（或以前的胜任领导荣衔）
- 担任至少一个完整任期的区域执委（区域总监、助理总监、公关执委、秘书、财政、区总监、分区总监）
- 已完成高成效领导（书目编号 262）课程。
- 成功担任教练、分会发起人和指导员

达到要求后，请文教副会长在线提交 ALS（银牌高级领导）申请表，或将填妥并签署好的 ALS 申请表寄到美国总会。

您将获得：证书和给雇主的信（只提供英文证书和信）

杰出会员（DTM）

要求：

- 已获得金牌高级沟通员荣衔（或金牌高级讲员荣衔）。
- 已获得银牌高级领导荣衔（或高级领导荣衔）。

杰出会员是会员可获得的最高荣誉。达到要求后，请文教副会长在线提交 DTM（杰出会员）申请表，或将填妥并签署好的 DTM 申请表寄到美国总会。

您将获得：证书和给雇主的信（只提供英文证书和信）

高级沟通系列

列表



高级沟通系列 训练您在讲演会分会外可能遇到的演讲场合演讲，以下包含五个单元的任何一本手册都可用于取得铜牌高级沟通员、银牌高级沟通员与金牌高级沟通员荣衔。

娱乐性演讲者（书目编号 CS226A） 娱乐型演讲者总是倍受欢迎的。单元中讲述如何准备和发表娱乐型演讲，寻找精彩故事或趣闻，在演讲中融入和戏剧元素，以及发表餐后演讲等相关内容。

知识型演讲（书目编号 CS226B） 信息型演是比较常见的意见形式，因此，可能要求您改日发表一次此类型演讲。本手册包含以下方面的信息：组织信息型演讲、为听众量身定制演讲内容、演示、报告以及抽象主题发表演讲。

专业演讲者（书目编号 CS226G） 职业演讲者能给许多听众做各种类型的演讲。本手册指导您准备发表专题演讲、娱乐型演讲、销售培训演讲、研讨会暨激励型演讲。

劝说型演讲（书目编号 CS226I） 成功人士深谙如何影响和说服他人接受自己的想法、产品和服务。单元中涉及销售产品、进行“电话推销”、准备优胜方案、说服听众考虑您对争议问题的看法、说服听众帮助实现愿景和使命。

讲述故事（书目编号 CS226K） 好的故事能增强演讲效果，令人过耳不忘。本手册指导如何讲述民间传说、个人故事、道德故事、情感故事及有关历史事件或人物的故事。

幽默演讲（书目编号 CS226O） 使用幽默可让每位演讲者受益匪浅。学习如何将幽默趣闻、笑话融入演讲内容中，以强化其开场白、正文或结束语。

欲获得最快服务，请通过 www.toastmasters.org/shop 在线订购