第一图书网, tushu007.com

<<演说心理学>>

图书基本信息

书名：<<演说心理学>>

13位ISBN编号：9787115284297

10位ISBN编号：7115284296

出版时间：2012-10

出版时间：人民邮电出版社

作者：孙彦

页数：222

字数：191000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

<<演说心理学>>

前言

我从小就对心理学感兴趣。
在接受系统的心理学教育前，有一次听了场关于“ 教育心理学 ”的讲座，演讲者是某大学的教授。
令我印象深刻的并非讲座的内容，而是在将近大半的时间里，我都在呼呼大睡。
当时睡觉的并非我一个人，这让我的内疚感减轻了不少。
对于自己的“ 坏学生 ”行为，当时我并没太在意。
然而让我感叹的是。
一位讲授“ 教育心理学 ”的老师，在自己讲课的时候竟然让学生睡着了，这是怎样的一门心理学课呢？
后来每次想到这事情，又会对那位教授心怀歉意——我想她是真的在全力以赴地传授知识，只不过她用的方法，还是当年她的老师所用过的方法而已。
演说绝不仅仅是关于“ 说 ”的学问。
当我们把注意力放在“ 说 ”上时，便局限于自己的世界里。
演说者真正应当关注的是听众如何“ 听 ”！
演说是为了改变听众。
不管你是在—— ·向会场里的新老客户介绍你公司的新产品； ·对下属进行业务培训； ·年终向领导述职； ·向投资人汇报上市计划； ·对选民发表观点； ·或者只是在餐桌上讲一个笑话。
向听众介绍产品是为了让他们产生购买行为，或者让他们对你的企业和产品建立良好的印象，苹果公司每一次新产品的热卖，都与乔布斯的演说密不可分； 对下属的培训I或讲话，是希望他们的工作行为或工作态度得以改善： 向领导述职是为了提升自己在对方心中的好感。
进而对职业的发展和收入的提升带来直接或间接的影响； 上市路演是为了吸引投资： 竞选演说是为了获得更多的投票： 哪怕只是餐桌上的一个笑话，也是希望你的听众能够快乐一下。
那么。
如何才能更有效地改变你的听众呢？
要有效地改变听众。
先要弄清一个问题——演说的对象是谁？
听众！
？
这不能算是一个错误的回答。
如果从心理学的角度来看，那么确切地说，演说的对象是——听众的大脑！
大脑掌管我们的思维、情感甚至是我们的生命。
只有我们对大脑有了更多的了解。
才有可能更有效地改变听众，而不仅仅是根据自己的感觉在演说。
心理学是帮助我们了解大脑最重要的学科之一。
虽然心理学并没有特别针对演说的研究分支。
然而其大部分研究领域都为演说的发展提供了大量的理论、实验和数据。

第一图书网, tushu007.com

<<演说心理学>>

内容概要

《演说心理学：让你更有吸引力、说服力和影响力》给了读者一份达成演说目标的心理地图。与市场上大部分的演说类图书不同，本书不是一些大师们的演说稿精选，也不是单纯的技巧和经验，而是关于提升演说效果的科学规律和心理学研究，以及在此基础上的实践与案例。

因此本书非常适合需要在正式场合作重要演说的读者阅读，例如组织领导、新闻发言人、销售代表、市场公关、谈判人员、培训师等，以及希望成为专业演说者的朋友们。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

孙彦是一位拥有超过十年专业背景的商务演说专家、组织管理心理学家。
他曾担任上海世博志愿者培训师选拔评审专家，国家职业心理咨询师培训讲师，为移动、联通、中石化、电信、平安、宝钢、联想、惠普、罗氏、索尼、佳能、爱普生、肯德基等企业，以及公安局、法院等提供心理学演说与咨询服务。
他的研究领域包括商务演说与演示心理学、TTT
、组织管理心理学、员工与客户行为决策心理等。

第一图书网, tushu007.com

<<演说心理学>>

书籍目录

吸引力篇　Attractive
规则1　利益　听众要的不是演说，是对他们的好处
规则2　有趣　人们都在寻求多巴胺的释放
〔实践〕　对比：促进改变的力量（赵蕾）
规则3　熟悉　与听众产生共鸣
规则4　新奇　拉响听众注意力的警报
规则5　故事　我们在别人的世界找到自己
规则6　互动　人们都渴望成为主角
规则7　视觉化　你的大脑看了200万年
〔演·议〕　为什么我们要视觉化（张志）
〔演·议〕　吸引听众的13个示范（刘颖丹）
说服力篇　Persuasive
规则8　权威　社会说服与专业积淀
规则9　专业　行为说服与职业风范
〔实践〕　外在形象自我检查要点（万里红）
规则10　一致　示范说服与自我运用
规则11　证据　中心说服与持久改变
规则12　简明　外围说服与快速决策
规则13　情感　感性说服与情绪本能
规则14　真诚　不欲说服是最强大的说服力
〔演·议〕　人是否应该在真诚的关系中活着（徐钧）
〔演·议〕　有效的说服（杨天颖）
影响力篇　Influential
规则15　开场　管理好你的第一印象
〔实践〕　哪些开场“死”得最快（苏平）
规则16　语言　怎么说比说什么重要
规则17　非语言　你的身体会说话
规则18　空间　物理环境对身心感受的暗示作用
〔实践〕　培训分组中的色彩管理（董栗序）
规则19　时间　演说中的时机管理
规则20　风格　乔布斯的演说你永远学不来
规则21　成长　演说的关键不是技巧，是你
〔演·议〕　演讲焦虑造就优秀演讲（李孟潮）
后记
参考文献

第一图书网, tushu007.com

<<演说心理学>>

章节摘录

版权页： 插图： 这是很古老的文学技巧，却很有效。
在演说中我们可以用极其正面的语言来形容或称呼极其负面的东西。
用优雅的语言来形容愚蠢的事情--为了谋取私利，传销组织在严打活动中来了个华丽的转身，由公开转入地下，由地面转向网络。
用快乐的语言来描述倒霉的事情--这样倒霉的事情，100年大概会遇到一次，很幸运，被我遇到了！
用高尚的语言来表达恶劣的事情--毒品害的不是一个人，而是一个家庭。
可是有些不自律的明星，却坚持不懈、无怨无悔、毅然决然地与药丸保持亲密的接触。
但是，我们要小心别反过来运用，即用极其负面的语言来形容极其正面的东西，那样会让人觉得我们有“酸葡萄心理”，或骄傲自大。
幽默技巧的组合运用 在实际演讲中，我们可以将这些技巧组合运用，往往能达到更好的效果。
比如，有一次我在演说中回忆了过去一段非常艰苦的工作经历，听众就问我是如何坚持下来的。
在我给出正经的答案前，我用了“夸张”、“意外”和“老话题新解释”的组合。
我说-能坚持下来，是因为那段时间我养成了一个很重要的习惯，就是“早睡早起”。
我停顿了几秒钟，让听众以为得到了答案，然后继续宣布谜底--就是“早上睡早上起”的意思。
我演说结束后，常有听众上台与我交流，并赞赏我很认真用心，我就会将“自我嘲讽”和“老话题新解释”组合进行回应--嗯，为人民币服务。
可以将“自我嘲讽”和“反讽”组合在一起，向听众描述自己曾在演说时不慎摔倒等糗事-演说者一定要提前到达现场熟悉环境，有一次因为堵车，我踩着点走进会场，急急忙忙，没有注意台阶，于是我非常华丽地跌倒在舞台上。

第一图书网, tushu007.com

后记

这是我的第一本书，写完最后一句话，似乎并没有自己预想得那样兴奋和如释重负。
生活似乎就是这样，喜悦往往出现在不经意的时候，当你能预见到它，它却像匿于洞中的小精灵，抓也抓不到。
　接下来。
按照常理是感谢的部分了。
虽然我喜欢特立独行，此刻也发自内心地有很多感激要表达。
　感谢太太一直以来对我和家庭的照料。
让我能全力以赴地工作而无后顾之忧；要对儿子说一声抱歉，在写书期间无数次地拒绝了暗你玩的请求；感谢父母赐予我独特的天赋并提供我良好的教育；感谢张志、杨天颖、李孟潮、徐钧、赵蕾、陈璋、万里红、苏平和董栗序。
无私地让我和读者分享你们精彩的智慧和宝贵的经验；感谢人民邮电出版社的佳少，给予我出版本书的鼓励和宝贵的建议，以及对于我拖稿的宽容；还有很多的家人、朋友、同行，感谢你们在生活工作中给予我的帮助和灵感。
　最后感谢你，耐心地读完本书。
也许你会有些小小的感悟和启发，也许会有些建议和批评，也许还有一些想要得到解答的疑惑，那么欢迎你在微博E与我交流和互动。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《演说心理学:让你更有吸引力、说服力和影响力》编辑推荐：为什么你需要《演说心理学：让你更有吸引力、说服力和影响力》？
当你热情演说时，听众在做什么？
全情投入、热烈鼓掌？
还是用手机在微博上吐槽？
甚至呼呼大睡？
如果你曾梦想过像乔布斯和罗永浩一样，在聚光灯下接受听众的惊呼和掌声，你就要了解听众的心理规律。
《演说心理学:让你更有吸引力、说服力和影响力》作者亲自绘制了全部的插图，让您的阅读更轻松、更可视化。
《演说心理学:让你更有吸引力、说服力和影响力》给了读者一份达成演说目标的心理地图。
如果你是组织领导、新闻发言人、销售代表、市场公关、谈判人员、培训师，以及喜欢演说的人士，这是一本让你立刻提升演说效果的实用指南。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com