

Билл Макгоуэн
Алиса Боумэн

Идеальный слог
Что и как говорить, чтобы вас слушали

Сайт книги

Купить книгу в Озоне

Книга «Идеальный слог» - это сборник советов и принципов, которые помогут вам более эффективно общаться с людьми. Книга научит вас правильно преподносить аргументы, рассказывать истории так, чтобы они запоминались, а также более ясно доносить свою точку зрения. Авторы познакомят вас с семью принципами, которые помогут вам говорить именно так, как необходимо для достижения успеха и в профессиональной, и в личной жизни.

Кому стоит прочитать эту книгу?

- Всем, кто хочет улучшить навыки презентаций.
- Всем, кто хочет более эффективно общаться с людьми в деловой среде.
- Всем, кто мечтает стать более интересным собеседником.

Об авторах

Билл Макгоуэн – президент компании Clarity Media Group, лауреат премии «Эмми». Он провел сотни интервью в качестве журналиста, через его коучинг по улучшению коммуникативных навыков прошли многие знаменитости, такие как Эли Мэннинг, и руководители компаний, такие как Шерил Сандберг. Алиса Боуман – журналист, блоггер, издатель, автор и со-автор нескольких книг, включая «Долго. Счастливо. Вместе».

Как эффективно научиться доносить свои мысли и коллегам, и родным

Когда вы говорили, что нервничаете перед презентацией, сколько людей советовало вам представлять свою аудиторию в нижнем белье?

Много раз, верно? Но это ужасный совет! Он только отвлекает вас от вашей главной задачи – фокусировке на эффективной передаче нужных мыслей.

Тем не менее, это не единственная популярная, но провальная техника. Существует еще много «общепринятых» способов, которые на самом деле не позволят вам точно донести свою мысль одному или нескольким собеседникам.

Этот конспект поможет вам избежать таких ловушек. Вы сможете улучшить свои коммуникативные навыки, и благодаря этому будете уверенно подниматься по карьерной лестнице. Кроме того, имея хорошие коммуникативные навыки, вы обнаружите, что у вас есть гораздо больше времени на то, чтобы сосредоточиться на донесении самой идеи, а не на уточнениях или ответах на вопросы.

И эти навыки помогут вам не только в публичных выступлениях, но и в личной жизни – будь то разгар спора с любимым человеком или увлекательные беседы с друзьями.

Вы также узнаете:

- какие коммуникативные привычки мешают людям получить повышение;
- как остановить неловкий дрожащий голос во время выступления;
- как сделать так, чтобы аудитория вслушивалась в каждое ваше слово;
- почему Стив Джобс был мастером презентаций;
- как стать лучшим собеседником;
- и как неважные коммуникативные навыки стоили одному известному бизнес-лидеру его работы.

Во многих ситуациях у вас есть всего один шанс донести нужную мысль

Будь то ваша профессиональная или личная жизнь – всегда бывают моменты, когда вам нужно идеально донести свою мысль: использовать правильный тон, чтобы донести нужную идею нужному человеку в нужное время.

На работе, например, обладание эффективными навыками общения и понимание того, когда их следует использовать, означает, что у вас больше шансов получить повышение. В вашей карьере будет всего несколько моментов, которые определяют, сможете ли вы или не сможете произвести впечатление на свое начальство, и, таким образом, подняться по карьерной лестнице.

Например, представьте себе, что ваш босс задал вам вопрос о любых внутренних препятствиях, которые, по вашему мнению, мешают росту компании.

С одной стороны, если вы не решаетесь высказать свое мнение, избегаете прямого зрительного контакта, вы потеряете шанс продемонстрировать свои знания. С другой стороны, если вы говорите прямолинейно и заявляете, что слабая структура руководства бизнеса угрожает его росту, вы можете оскорбить вашего босса. В любом случае, вы можете попрощаться с повышением! В самом деле, одно исследование показало, что главным препятствием к продвижению по карьерной лестнице являются бедные коммуникативные навыки. Это включает в себя расистские комментарии, пошлые шутки, истерики, ругань, избегание зрительного контакта и прочие ошибки.

Но если вы умеете правильно общаться с людьми, и делаете это идеально с первой попытки, вы вряд ли столкнетесь с непониманием и просьба прояснить, что вы имеете в виду, следовательно, у вас будет больше возможностей и времени сосредоточиться на самой идее, которую вы хотите передать.

Например, скажем, вы хотите, чтобы ваш ребенок закончил делать домашнюю работу, но вы не можете убедить его с первой попытки. Каждая новая попытка отнимает и у вас, и у вашего ребенка время, которое могло бы быть потрачено гораздо более продуктивно.

Идеальная коммуникация является фундаментальной основой для получения желаемых результатов. Примерно две трети предлагаемых идей отвергаются, не потому что это изначально плохие идеи, а потому что они слабо выражаются. Например, если вы придумали какую-то новую веб-технологию, которую хотели бы использовать в следующем крупном проекте вашей компании, то лучше рассказывать не о том, как вы пришли к этой идее, а рассказать своим коллегам, какую пользу может извлечь компания из использования этой технологии.

Начните с краткого, но убедительного заявления, чтобы пробудить интерес в слушателях

Каждый раз, когда вы начинаете беседу или выступаете с презентацией, у вас возникает чувство, что вы в любой момент можете потерять внимание аудитории?

Знаете что? Вы правы!

У вас есть только 30 секунд, чтобы убедить свою аудиторию в том, что на вас стоит продолжать обращать внимание. Если вам удастся зацепить их в самом начале, они будут продолжать вас слушать, но в остальном их разум будет дрейфовать, они начнут залипать в свои смартфоны – или просто уйдут!

Конечно, вы не хотите оказываться в подобных ситуациях. Но как их избежать?

Во-первых, нельзя заранее сообщать повестку дня. Вместо этого, вы должны правильно начать свою презентацию, что называется «с места в карьер». Если вы первую минуту будете говорить о том, о чем вы собираетесь рассказывать, вы ничем не будете отличаться от других выступающих, и ваша аудитория предположит, что вы ничего нового им не сообщите.

Например, подумайте, что бы вы сделали, если бы вам пришлось выслушивать преамбулу к каждой новой теме во время чужой презентации. Вряд ли вы бы долго усидели на месте.

По этой причине презентацию лучше всего начинать с первого аргумента, или с краткой, привлекающей внимание истории, которая соответствует теме вашего выступления.

Это подводит нас ко второму пункту: вступление должно быть эффективным с точки зрения воздействия на аудиторию – самый убедительный материал должен идти в начале.

Конечно, здесь не может быть идеального рецепта, но ваше вступление должно быть кратким, интригующим, и, что самое главное – впечатляющим. Для того, чтобы раскачать аудиторию, можно начать с истории, провокационного заявления или вопроса. Или попробуйте сделать что-нибудь неожиданное.

Например, в 1984 году Стив Джобс начинал свою презентацию с фразы «Привет, меня зовут Стив Джобс», когда все уже знали, кто он такой. Зал смеялся и аплодировал, затем Джобс сразу переходил к своему первому аргументу. Если вы сможете удивить свою публику, у вас будет больше шансов привлечь ее внимание.

И наконец, вы должны протестировать свою презентацию в ситуации, когда ставки не очень высоки. Например, отрепетируйте ее за обедом с друзьями (а не с коллегами) или перед детьми-подростками. Получается ли у вас удержать их внимание? Или они утыкаются в свои смартфоны?

Используйте визуальные образы для того, чтобы проиллюстрировать историю, и удержать внимание слушателей на каждой детали

Если вы выступаете с презентацией или участвуете в разговоре, ваша речь может быть более живой, если вы будете использовать простые техники сторителлинга.

Они включают в себя генерирование ожидания в аудитории: «…а затем, ни с того ни с сего, произошло что-то совершенно неожиданное…» - и связывание истории с личными данными, что сделает вашу речь более естественной.

Выбирая визуальные детали, вы диктуете то, что аудитория будет себе представлять. Например, представьте себе экономиста, который хочет объяснить причины инфляции в Бразилии в 1980-хх годах.

Как он может сделать свое объяснение живым и ярким?

Он может включить в свою презентацию историю о бразильцах, которые таскали мешки с наличными деньгами, ставшими вдруг абсолютно бесполезными, чтобы банк обменял их на новую валюту.

Однако такой вид сторителлинга может быть довольно сложным – особенно, если вам нужно включить статистику. Превратить статистические и числовые данные в легко воспринимаемые картинки – задача непростая, поэтому если вы не сможете это сделать, попробуйте использовать аналогии.

С помощью аналогий можно подчеркнуть, что на самом деле означает эта статистика, и ваша аудитория сможет расположить это в определенном контексте. Например: «Мы увеличили наши продажи на 100% за последний год – это все равно, что Майкл Джордан забросил в два раза больше мячей в корзину!»

Конечно, захват внимание аудитории, это не только то, *что* вы говорите, но и то, *как* вы это говорите. Здесь в вашем распоряжении есть несколько инструментов: вы можете разнообразить свой шаг, темп и жестикуляцию для того, чтобы у вашей аудитории была ключевая точка, на которой они могут сфокусироваться.

Например, Стив Джобс хотел подчеркнуть, что его компания стала самой успешной во всем мире. Чтобы достичь этого, он произнес этот факт, замедляя темп речи и используя длительные паузы: «*Apple стала номером один… на рынке мобильных устройств*…» - затем долгая пауза и, почти шепотом: *«…в мире*».

Сведите свой аргумент к одной ключевой идее, чтобы сделать его емким, но лаконичным

То ли для того, чтобы казаться умными, то ли чтобы вернуться домой вовремя или просто из-за неважных навыков планирования – многие люди говорят слишком долго. К сожалению, эти люди не смогут достичь успеха в передаче своей идеи.

Если вы являетесь одним из таких людей, вместо этого вам нужно применить принцип «соуса для спагетти» - сведите свой аргумент к одной насыщенной, но краткой идее.

Это очень полезный принцип, потому что продолжительность концентрации внимания большинства людей очень небольшая. В самом деле, одно исследование показало, что когда люди слушают речь, они способны внимательно воспринимать информацию только в течение 18 минут, не более.

Так что, если ваша аудитория способна переваривать только небольшие фрагменты информации, вряд ли можно посчитать продуктивным вываливать на них гигантские массивы идей и фактов.

Кстати, это одна из причин, почему Twitter стал настолько популярным: в мире, где нас переполняет информация, «твит» передает краткое, емкое, концентрированное сообщение. По сравнению с ним даже электронное письмо или пост в блоге может показаться слишком длинным.

Одним из способов обеспечить не слишком длинную продолжительность вашей презентации – это подготовиться заранее несколько вариантов вступления и завершения, так как это даст вам определенную гибкость.

Отрепетируйте все варианты и выучите их наизусть. Это поможет вам успокоиться и придаст уверенности. Это также будет гарантировать то, что вы точно будете знать, в чем заключается ваше основное сообщение, и как именно вы хотите его завершить. Кроме того, вариативные вступления и завершения позволяют вам расширить или уменьшить основную часть презентации, чтобы иметь возможность подстроиться под временные ограничения.

Есть еще один способ сохранить краткость. Следите за тем, чтобы не повторять свою презентацию в конце. Когда вы начинаете повторять аудитории то, что они только что услышали, они быстро начнут отвлекаться и перестанут обращать на вас внимание.

Вместо этого, в конце, дайте своей аудитории какой-нибудь совет. Например, предложите им способы применения информации, которую вы им только что выдали. Например: «В следующий раз, когда вы будете готовить речь, убедитесь, что она длится не более 18 минут, и при этом что она насыщенна и лаконична».

Снижайте темп, если вы не уверены в том, что будете говорить дальше

Многие люди говорят то, что они думают, причем делают это именно таким же образом, то есть очень быстро. Однако, гораздо лучше будет, если вы будете думать до того, как начали говорить, потому что каждая ошибка, которая ускользает из ваших уст, не может быть возвращена обратно.

Но почему люди говорят быстро и пространно?

Мы, как правило, говорим дольше и в более быстром темпе, когда мы занимаем оборонительную позицию или чем-то встревожены. Некоторые люди считают, что так они звучат более убедительно, но на самом деле они выглядят неуверенно и нервно.

Одной из причин подобного поведения является то, что когда люди напряжены или нервничают, их мысли ускорены, а нервная система перевозбуждена.

И когда вы говорите слишком быстро и слишком долго, иногда вы начинаете говорить вещи, которые могут повредить вашей репутации.

Возможно, вы слышали о бывшем председателе BP Тони Хейворде, и его заключительном замечании относительно трагических последствий разлива нефти в Мексиканском заливе? Он сказал: «знаете, то, чего я больше всего сейчас хочу – вернуться к нормальной жизни».

Почему он произнес настолько безрассудную фразу? Возможно, это произошло потому, что он был напряжен или насторожен. В любом случае, это единственное эгоцентричное заявление на пресс-конференции привело к тому, что он был уволен из BP.

В отличие от этого, говоря медленно и, как говорится, с расстановкой, вы демонстрируете уверенность и избегаете риска сказать что-то неосторожно.

Это означает, что вы не попадете в ситуацию, когда вам придется брать обратно свои слова – как людям часто приходится делать, когда они говорят что-то, прежде чем осознают, что сказали – или переформулировать заново свои мысли.

Вместо этого, дав своему мозгу, достаточно времени для того, чтобы привести ваши мысли в порядок, вы сможете свести все ваши идеи к единой эффективной структуре. В свою очередь, это сделает ваше мышление более целенаправленным, а ваши аргументы – более убедительными.

С хорошей осанкой и правильно подобранным гардеробом вы будете выглядеть более уверенно

Представьте – вы на конференции, и очередной спикер приближается к сцене. Он одет в помятую рубашку, старые потертые джинсы, его волосы растрепаны, а когда он начинает говорить, вы не можете не заметить, что он слишком сильно размахивает руками.

Вы уже больше сосредотачиваетесь на внешнем виде и жестах спикера, нежели на том, что именно он говорите.

По этой причине очень важно, когда вы говорите, стоять прямо и использовать только небольшие жесты, чтобы подчеркнуть какую-то важную точку зрения.

Осанка очень важна, потому что она влияет на нашу уверенность в себе – а, следовательно, и на наше поведение. Поэтому очень важно стоять, а не сидеть, когда вы говорите, потому что когда вы стоите, это снижает уровень стресса на 25%.

Происходит это потому, что ваша спина в этот момент более прямая, в результате чего ваша уверенность в себе повышается. А это, в свою очередь, означает, что то, что вы говорите, имеет большее влияние на аудиторию.

Кроме того, хотя жесты могут помочь вам ключевые моменты вашей речи, их нужно ограничить: не двигайте постоянно руками и не перебарщивайте с жестами. Жестикулировать нужно осторожно и сдержанно. В конце концов, вы же не хотите, чтобы внимание вашей аудитории отвлекалось на вашу ссутулившуюся позу или отвлекающие движения рук.

Кроме того, избегайте ношения одежды, которая будет отвлекать аудиторию, и убедитесь, что вся ваша внешность также безупречна.

Внешность имеет очень большое значение: грязная рубашка или желтые зубы, безусловно, привлекут внимание вашей аудитории. И если они будут отвлекаться на то, как вы выглядите, вряд ли вы сможете донести ваше сообщение.

Следовательно, убедитесь, что вы не носите что-то, что заставит вашу аудиторию подумать: «Боже, что это?»

Например, вы можете вспомнить пример одной женщины-повара, которая выступала на своих ТВ-шоу в такой откровенной одежде, что это оказало негативное влияние на рейтинги передачи. Многие женщины-зрители откровенно ее возненавидели, потому что не хотели видеть в своих гостиных комнатах женщину, которую их мужья могли бы захотеть увидеть у себя в постели!

Чтобы успокоить страхи женщин своей аудитории, и убедить их купить ее книги, ведущей пришлось сделать выбор в пользу более консервативной одежды.

Завоевать доверие легко, если вы будете демонстрировать живой интерес к своим слушателям

Мы все знаем людей, которые говорят без остановки и никогда не слушают кого-то еще. Может быть, они делают это ненамеренно, но такие люди могут заставить других почувствовать себя незначительными.

Следовательно, если вы хотите быть эффективным коммуникатором, причем не только на сцене, но и в беседах с людьми, стремитесь избегать подобного поведения. Вместо этого вы должны показывать интерес, так как это сделает вас гораздо более приятным собеседником.

Если ваш собеседник будет видеть, что вы мысленно вовлечены в то, о чем он говорит, он будет чувствовать себя более уверенно при общении с вами. Чтобы осуществить это на практике – позволяйте своему собеседнику говорить, не прерывайте его и реагируйте каким-то образом, чтобы показать, что вы его слушаете.

Если вы будете это делать, вы все больше и больше будете нравиться своему собеседнику, потому что он будет чувствовать, что вы слушаете с искренним интересом, а это, в свою очередь, позволит ему чувствовать себя уважаемым человеком, к которому прислушиваются. Это особенно актуально в беседах с деловыми клиентами, так как они всегда хотят быть услышанными и по достоинству оценят ваше пристальное внимание к ним. Наконец, демонстрируя активный интерес, вы сможете вытянуть важную информацию из ваших клиентов.

Например, представьте, что клиент заходит в ваш спортивный магазин, и вы скоро узнаете, что ему на день рождения подарили каяк. Это ваш шанс: задавая ему вопросы о том, насколько он любит этот вид спорта, каким еще спортом он занимается и так далее – вы сможете более эффективно ответить на его запросы, а значит – ваши шансы что-то продать повышаются.

Но демонстрировать заинтересованность недостаточно; лучшие собеседники также всегда любопытны и скромны. Любопытность – то есть вовлеченность в то, что вам говорят, попытки понять историю ваших собеседников и внимание к их мнениям – поможет вам вовлечь других в дискуссию, и пробудить в них желание прислушаться и к вам тоже.

А скромность, которая означает, что вы задаете вопросы, прежде чем начинаете рассказывать о себе – очень сильно вас вознаградит. Например, предприниматель, который хочет обсудить свою бизнес идею, может подойти к вам, представиться и быстро начать рассказывать о своей идее.

Но это не самый лучший подход. Будет лучше, если этот человек начнет с вами непринужденную беседу и дождется, пока вы сами спросите об его идее. Преимущество этого подхода заключается в том, что у него будет ясное понимание того, как связать свою идею с вашими интересами.

Убедитесь, что дискуссия развивается в вашу пользу

В некотором отношении дискуссии – это как поездка на автомобиле: вы можете сидеть на заднем сиденье, а кто-то другой решает, куда вы поедете – а можете сами занять место водителя.

Но если вы позволяете другому человеку руководить разговором, существует определенная опасность. Когда другие люди задают тон дискуссии, вы не сможете извлечь из нее пользу.

Представьте, что вы собираетесь закрыть важную сделку со своим клиентом, но ваш коллега все портит, начав разговор о своей неудачной женитьбе. Что можете сделать вы, чтобы вернуть беседу в правильное русло? Если вы заметили, что ваш клиент краснеет или злиться, крайне необходимо, чтобы вы каким-то образом перенаправили тему разговора на более подходящую. Если вы этого не сделаете, вы рискуете саботировать сделку.

Итак, как же повернуть ситуацию вспять в вашу пользу? Очень просто: вы должны *мягко* изменить тему.

Тонкость здесь очень важна, потому что, как показало одно исследование, воспринимаемая достоверность слов говорящего сильно понижается, когда он резко меняет тему.

По этой причине очень важно, чтобы вы, как минимум, остановились на более широкой теме, на которую вы хотите перевести разговор. Если вам задают вопрос или прямо говорят что-то, на что вы не хотите отвечать, вы можете отреагировать с помощью небольшого кусочка информации, в котором какая-то часть будет содержать ваш ответ. Это позволит вам легко переходить от одной темы к другой.

Например, представьте, что вы и ваша жена сидите вместе с другой парой, с которой вы знакомы со студенческих времен, и муж берет свой телефон и показывает всем фотографию вашей одногруппницы в бикини.

«Вы видели? Синди сейчас в невероятной форме!»

Вы замечаете, что тема беседы смущает и его жену, и вашу, поэтому вы хотите мягко перенаправить эту тему.

Но как?

Вы можете ответить: «На самом деле, мне кажется, наше поколение начинает лучше следить за собой после окончания университета. Мои родители никогда не бегали по утрам, пока им не стукнуло по 30».

Таким образом вы делаете небольшой крюк, который уводит тему разговора в сторону различий между поколениями в вопросах здоровья и спорта.

Старайтесь избегать спонтанности – убедитесь, что вы подготовлены

Если вы думаете, что сможете раскачать сцену только потому, что вы великий оратор, вы ошибаетесь! Даже самый лучший оратор должен хорошо подготовиться для того, чтобы избавить себя от смущения.

Если вы расслабляетесь или просто недостаточно внимательны, вы можете быстро потерпеть неудачу в свой самый звездный час.

Всего одно маленькое, неосмотрительное замечание может сильно повредить вашей репутации и отвлечь внимание вашего слушателя от основной темы вашего выступления. И как только это происходит, повернуть ситуацию вспять становится очень трудно!

Например, однажды менеджер по имени Авраам Вашингтон прокомментировал в прямом эфире выступление борца Титуса О'Нила следующим образом: «он был как Коби Брайант в отеле Колорадо… Просто неудержим.»

Вашингтона уволили. Почему? Потому что в то время Коби Брайант проходил фигурантом по делу об изнасиловании в отеле Колорадо.

Если бы Вашингтон уделил достаточно времени подготовке, он бы никогда не обронил такое непродуманное замечание. Небольшая подготовка – это как страховка: возможно, она вам никогда не пригодится, но, если она вам вдруг понадобится, вы будете рады, что она у вас есть.

Но что, если вам приходится говорить спонтанно? К этому тоже можно подготовиться.

Соберите несколько историй, которые могут быть интересны большинству ваших слушателей. Например, во время светской беседы многие люди могут расспрашивать вас о вашей семье и детях, откуда вы и чем занимаетесь.

Поэтому попробуйте рассказать им увлекательную историю, без упоминания слишком личных или потенциально неловких фактов. Кроме того, вы можете добавить какие-нибудь любопытные факты.

И наконец, убедитесь, что вы всегда в курсе «горячих» вопросов – тем, которые в тот или иной период времени являются предметом постоянных дискуссий в вашей индустрии. Например, если у вас есть своя веб-компания, и вы презентуете свою стратегию потенциальным инвесторам, будьте готовы отвечать на вопросы о том, что сейчас происходит в вашей индустрии.

Добирайтесь до места проведения мероприятия заранее, чтобы познакомиться со своими слушателями и сделайте глубокий вдох перед выходом на сцену

Всякий раз, когда вам нужно выступить с речью или презентацией, недостаточно просто приехать вовремя. Вы должны приезжать *заранее*. Это не только для того, чтобы настроиться и убедиться, что проектор работает. Ранний приезд служит еще многим другим важным целям.

Это дает вам шанс привыкнуть к обстановке и к аудитории. Вы можете постоять на сцене, за кафедрой, проверить микрофон или посидеть на стульях в зале. Все это поможет вам повысить уверенность в себе.

Более того, это позволит вам познакомиться с другими людьми, которые уже приехали. Участие в краткой, легкой беседе с этими ранними пташками позволит вам расслабиться, и возможно, познакомиться с ними поближе.

Таким образом, во время своего выступления вы сможете посмотреть на дружелюбные лица людей, которых вы уже знаете, или вплести в свою речь пару историй, которая найдет отклик в их сердцах. Это обеспечит интерес со стороны вашей аудитории, что в конце концов поможет вам передать суть вашего сообщения.

Раннее прибытие поможет вам избавиться от опасений, которые могут у вас возникнуть. Для этого, кстати, еще очень важно сделать глубокий вдох перед началом речи. Если вы этого не сделаете, вы можете столкнуться с тем, что ваш голос начнет срываться и дрожать, как только первые слова слетят с ваших губ.

Поэтому вдохните глубоко, медленно – устойчивый голос поможет вам звучать более убедительно. Кроме того, начинайте говорить медленно, чтобы у вас оставался воздух для остальной части вашей речи.

Важность дыхания прекрасно продемонстрирована бывшим госсекретарем Александром Хейгом, который в 1981 году заменял Рональда Рейгана после покушения. Когда пресс-секретарь не смог сказать, кто сейчас возглавляет правительство, Хейг выбежал из своего кабинета в комнату для прессы и с трясущимися руками и дрожащими коленями выпалил: «Я здесь главный!». К сожалению, его голос и язык тела передал обратное.

.

Будьте чутким, и избегайте неуместных заявлений

Как мы увидели, хорошая коммуникация не обязательно связана с деловыми вопросами. Если вы шафер на свадьбе, и вам нужно произнести речь, думаю, не стоит рассказывать о том, как жених в студенческие годы бегал голым по коридорам общежития.

В подобных ситуациях вы должны избегать плохих шуток и неловких историй, потому что все, что может быть потенциально унизительно, или изменить настроение гостей по отношению к жениху или невесте – неуместно.

Поэтому убедитесь заранее, что в вашей речи все отражает широкую личность человека, о котором вы говорите, поэтому лучше произносить короткую, емкую речь, чтобы не заставлять людей чувствовать себя неловко.

Особенно это касается ситуаций, когда человек, о котором вы говорите, имеет определенные ограничения, такие как болезнь или инвалидность. В таких случаях сосредотачиваться необходимо только на положительных аспектах.

Например, Сара родилась с синдромом Вильямса, и ее часто просят объяснить, что это такое.

Сара объясняет, что это состояние, которое подавляет ее способность обрабатывать информацию и оставаться организованной, но – если сосредоточиться на положительных аспектах – это может привести к значительному развитию музыкального таланта, так как дает огромный музыкальный потенциал, которого нет у большинства людей.

Конечно, иногда трудно бывает избежать произнесения неправильных вещей. Но есть один верный способ практиковать свою чуткость – то есть принимать во внимание то, что важно для вашей аудитории важно, и умение поставить себя на место ваших слушателей.

Это может быть случай, когда вы находитесь на первом свидании, впервые знакомитесь с родителями вашего парня или объясняете своему боссу, как именно вы могли бы изменить компанию.

Например, когда ваш друг говорит, что он потерял близкого человека, не пытайтесь сравнить его боль со своей аналогичной потерей, потому что это неуместно. Вы сделаете гораздо лучше вашему другу, если поделитесь трогательным или приятным воспоминанием о покойном.

Итак, основная мысль книги:

Идеальный слог означает умение в первую очередь – умение правильно говорить, а также – правильно доносить информацию правильным людям. Среди многих ценных советов можно выделить семь принципов, которые помогут читателю эффективно справляться с трудными коммуникативными ситуациями. Всегда общайтесь лаконично и точно, не говорите спорных или неуместных вещей, и всегда готовьтесь заранее.

Практические советы:

Избегайте абстракций.

Используйте истории или визуальные образы в своей речи для того, чтобы ваши слушатели могли правильно понять и запомнить ваши аргументы.

Думайте наперед.

Всегда готовьтесь заранее, неважно, являетесь ли вы первоклассным спикером или новичком. Убедитесь, что вы спокойно и ровно дышите перед началом своей речи.