

Майк Клейтон

Как говорить, чтобы вас слушали

Завладеть вниманием, удержать
его и донести свою мысль



Предисловие
Радислава Гандапаса

/// pretext

Майк Клейтон

Как говорить, чтобы вас слушали

«Претекст»

2013

УДК 808.5
ББК 83.7

Клейтон М.

Как говорить, чтобы вас слушали / М. Клейтон — «Претекст»,
2013

ISBN 978-5-98995-105-5

Речь и коммуникации – это удивительные достижения, которые отличают людей от животного мира. Но очень часто бывает так, что когда мы говорим, люди нас не слушают, поэтому в книге приводится описание барьеров, которые мешают общению, и разъясняются принципы, по которым строится правильное общение с людьми. Книга состоит из четырех частей. В первой части «Говорим и слушаем» автор размышляет об устной речи вообще и говорит о том, как мы слушаем и, следовательно, какие задачи следует ставить перед собой, если вы хотите, чтобы люди вас слушали. Вторую часть «Четыре ступени» составляют главы, посвященные вопросам: как найти тему для разговора; как привлечь внимание, когда вы готовы говорить; как донести свою мысль увлекательно и убедительно; как добиться эффективных результатов, учитывая психологию запоминания, влияния и убеждения. В третьей части «Четыре ситуации» содержатся советы относительно того, как говорить, используя знания, полученные из предыдущих глав, чтобы люди слушали вас в различных ситуациях: в беседе, особенно когда вы преследуете определенную цель; в тяжелых разговорах, когда эмоции зашкаливают и ставки высоки; на собраниях – официальных и неформальных; на публичных выступлениях – перед большой и маленькой аудиториями. Четвёртая часть «Финальный аккорд» – это краткое резюме книги в двадцати пяти небольших разделах. Книга предназначена для широкого круга читателей. В формате a4.pdf сохранен издательский макет.

УДК 808.5
ББК 83.7

ISBN 978-5-98995-105-5

© Клейтон М., 2013

© Претекст, 2013

Содержание

Предисловие к русскому изданию	7
Структура книги	8
Часть 1	9
Глава 1	9
Воздействие речи	10
Что мешает общению	10
Как правильно говорить	12
Глава 2. Приступим	14
Уровни воздействия устной речи	14
Ментальные фильтры	15
Часть 2	18
Глава 3. Что говорить	18
Тема разговора	18
Необязательно искать что-то новое	18
Заинтересованность	19
Встречайтесь с людьми	19
Искусство устной беседы	20
Конец ознакомительного фрагмента.	23

Майк Клейтон

Как говорить, чтобы вас слушали

Переводчик – Мария Чомахидзе-Доронина

Редактор – Анна Амелина

Корректор – Анна Амелина

Макет и верстка – Александр Былов

Дизайн обложки – Студия Артемия Лебедева, арт-директор Артемий Лебедев, иллюстратор Антон Бугаев, верстальщик Ярослав Бондаренко

Данный перевод книги «HOW TO SPEAK SO PEOPLE LISTEN», первое издание, печатается с разрешения Pearson Education Limited.

© Pearson Education Limited, 2013

© Студия Арт. Лебедева, дизайн обложки, 2015

© Претекст, авторизованный перевод, подготовка к изданию, 2016

Все права защищены.

* * *

*Посвящается Эйду – мудрому другу, который всегда говорил так,
что люди слушали*

Предисловие к русскому изданию

Одна из моих дочерей, которой сейчас почти полтора года, постепенно начинает говорить. Каждый день в ее арсенале появляется одно-два новых слова. Слушаем ли мы ее? Конечно. Даже в нечленораздельных звуках мы стараемся распознать смысл. Правда, мы порой принимаем желаемое за действительное – за слово бессмысленный звук. Такое внимание со стороны родителей понятно и объяснимо. Но будут ли ее спустя годы так же внимательно слушать посторонние люди? Конечно, нет. Точнее, не будут, если только она не станет блестящим рассказчиком, квалифицированным оратором. Если она не овладеет приемами привлечения и удержания внимания, основанными на психологических законах восприятия информации.

Политик и телеведущий, менеджер и продавец, священник и преподаватель – вот только небольшая часть профессий, в которых ничего не значат любые навыки, если среди них нет навыка говорить так, чтобы тебя слушали. Вспомните лекции, после которых ничего не остается в голове. Вспомните выступления политиков, суть которых невозможно уловить. Но кроме профессиональной роли у нас есть роли социальные. Вспомните родителей, которые никак не могли найти с вами общий язык. Посмотрите на детей, которые не могут достучаться до родителей. Тысячи и тысячи семей распадаются или живут в постоянном страдании лишь оттого, что не в состоянии построить коммуникацию.

Майк Клейтон взялся за тему, если не самую важную, то одну из важнейших. Человек – единственное существо на Земле, которое использует для воздействия на других существ речь. И не только на других – человек способен и к самовнушению. Речь формировалась очень долго, но мастерство рассказчика, оратора, проповедника было доступно лишь подавляющему меньшинству во все времена. И это меньшинство во все времена получало больше шансов на власть и успех. Таким образом, Майк Клейтон мог бы назвать свою книгу «Как говорить, чтобы добиться успеха». Успеха в бизнесе и политике, успеха финансового и творческого, успеха в любви и воспитании детей.

Мне довелось четверть века изучать тему инструментов повышения эффективности коммуникации. Разумеется, мне пришлось прочитать сотни книг и статей по этой проблеме. К сожалению, авторы многих из них, как ни парадоксально, сами не научились владеть словом, и чтение давалось с трудом. Книгу Майка Клейтона вам будет читать легко. Точные определения, яркие метафоры, уместная ирония, легкий слог. Автор, несомненно, сам владеет теми секретами, которыми делится с читателем. Но самое главное – автор убедителен. Уже с первых страниц он заражает своими идеями и побуждает двигаться дальше.

Уступаю место мастеру слова, автору блестящей книги «Как говорить, чтобы вас слушали» Майку Клейтону. Слушайте его, чтобы вас слушали.

Радислав Гандапас
бизнес-тренер

Структура книги

Свою книгу я разделил на четыре части. В первой части «Говорим и слушаем» (главы 1 и 2) мы поразмышляем об устной речи вообще и поговорим о том, как мы слушаем и, следовательно, какие задачи следует ставить перед собой, если вы хотите, чтобы люди вас слушали.

Вторую часть я назвал «Четыре ступени». В нее вошли главы 3–6, посвященные соответственно вопросам:

3 – как найти тему для разговора;

4 – как привлечь внимание, когда вы готовы говорить;

5 – как донести свою мысль увлекательно и убедительно;

6 – как добиться эффективных результатов, учитывая психологию запоминания, влияния и убеждения.

Главы 7 – 10 образуют третью часть, которую я назвал «Четыре ситуации». Здесь я дам вам советы относительно того, как говорить, используя знания, полученные из предыдущих глав, чтобы люди слушали вас в различных ситуациях:

7 – в беседе, особенно когда вы преследуете определенную цель;

8 – в тяжелых разговорах, когда эмоции зашкаливают и ставки высоки;

9 – на собраниях – официальных и неформальных;

10 – на публичных выступлениях – перед большой и маленькой аудиториями.

Четвёртая часть «Финальный аккорд» (глава 11) – это краткое резюме книги в двадцати пяти небольших разделах.

Часть 1

Глава 1

Размышляя об устной речи

Устная речь и умение общаться, используя ее, – удивительные достижения коммуникационной культуры, которые отличают людей от животных. Однако часто мы говорим, но люди не слушают нас, так что в этой главе мы обозначим препятствия, которые мешают общаться, а также принципы успешного общения.

Часто ли вы говорите в течение дня?

Сотни, тысячу раз?

И каждый раз вы надеетесь, что люди обратят на вас внимание, что они услышат вас. Потому что вы хотите убедить, повлиять, донести свою мысль или рассказать что-то. Но ничего не получится, если люди не услышат вас.

Умение говорить так, чтобы люди слушали, – жизненно необходимый деловой навык на всех этапах вашей карьеры. К тому же этот навык пригодится и дома, в общении с друзьями, в социальной жизни. Общение – вероятно, важнейшая часть человеческой жизни. Без общения нам становится грустно, мы злимся или впадаем в депрессию. Однако, как правило, мы принимаем общение как должное. Я говорю, а люди слушают.

Но ведь нередко вы, делаясь интересными, на ваш взгляд, идеями на собраниях, видите, что никто не обращает внимания на то, что вы говорите. И вот вы сидите и думаете: «Почему же никто не услышал меня?». Вы знаете, что ваша мысль действительно важная и умная, но ее не восприняли.

Или, например, вам нужно провести презентацию. Вы хорошо подготовились, охватили все темы и вопросы, но через несколько минут после начала выступления вы поняли, что слушатели отвлеклись. В середине презентации вы отчаянно пытаетесь зацепить их внимание, но не знаете как, и поэтому к концу выступления вы измучились настолько, что радуетесь, когда наконец этот ужас закончился. Далее следуют вялые хлопки – даже не аплодисменты, и никаких вопросов.

А на встрече с потенциальным клиентом в отделе продаж бывает и того хуже – как будто ни одно ваше слово не имеет никакого смысла для него. Он упрямо возвращается к одному и тому же вопросу, и к концу встречи у вас не остается сомнений, что он купит менее качественный продукт по завышенной цене у вашего конкурента.

В чем же дело?

Скорее всего, идея не ваша и тема презентации не ваша, а предлагаемый покупателю продукт вам совершенно не интересен. Вероятно, вы говорили, а люди просто не слушали вас.

Для того и нужна моя книга – показать вам, как говорить, чтобы люди слушали, будь то выступление перед большой аудиторией на конференции или непринужденный разговор с коллегой. Моя цель – помочь вам формулировать свои мысли эффективно, убедительно и увлекательно.

В этой книге я даю много советов и предлагаю много методов, стратегий и техник, планов и подсказок, которые помогут вам говорить так, чтобы люди обратили на вас внимание и действительно услышали то, что вы хотите сказать.

И это еще не всё: если вы последуете моим советам, люди будут не просто слушать – они поймут вас, вы сможете их убедить и побудить к действиям.

Воздействие речи

Устная речь оказывает огромное влияние на развитие человечества: она может вдохновить на великие дела и подтолкнуть к ужасающим злодеяниям. Устная речь может укрепить самосознание нации, изменить восприятие жизни целого поколения и внедрить неизгладимые образы.

На физическом уровне утрата способности эффективно говорить – то есть потеря голоса – может вызвать чувство беспомощности и никчемности в мире, где нам постоянно приходится общаться. Любой человек, утративший способность эффективно общаться, либо временно, либо навсегда, знаком с чувством разочарования, к которому приводят все попытки докричаться до мира, выстроенного вокруг принципа эффективного устного общения.

Что мешает общению

Физическая неспособность говорить – лишь одно из препятствий к эффективному общению; существует множество других.

Вам есть что сказать?

- **Идеи**

Во-первых, чтобы вызвать интерес, ваши идеи должны быть новыми, или вы должны предложить новый метод восприятия идей либо более эффективный способ их формулировки.

- **Сомнения**

Если вы сомневаетесь в том, что хотите сказать, во всех ваших словах люди услышат только одно – неуверенность. Рассматривая сложный вопрос, нужно рассказать о его тонкостях и «подводных камнях»; но если вы в своей речи проявите нетвердость убеждений, это резко снизит эффективность ваших слов.

Как овладеть вниманием людей

- **Восприятие**

Что слышат люди? Они обращают на вас внимание и прислушиваются к вашим словам? Если да, то слышат ли они именно то, что вы хотите сказать, улавливают ли они вашу мысль, готовы ли они подумать об этом и перейти к действиям?

Как эффективно сформулировать мысль

- **Культура**

Каждый из нас привносит в свою речь что-то из своей субкультуры. Иногда некоторые элементы этой субкультуры чужды нашим слушателям и могут создать дополнительные препятствия для общения.

- **Язык**

Даже у людей, говорящих на одном языке, есть лингвистические различия – например, региональный акцент или диалекты. Разные слои общества выражаются по-разному, мужчины и женщины тоже используют разные слова и обороты речи, этнические группы стараются

сохранить свои диалекты, а молодежь вносит свои правила. Кроме того, у каждого из нас есть свой личный стиль общения.

- **Значение**

Смысл, который мы извлекаем из услышанного, редко в точности соответствует тому, что хотел сказать человек. Мы фильтруем услышанное в соответствии со своим опытом, пред-рассудками, убеждениями, ценностями и штампами и создаем свою собственную интерпретацию. Так что, даже когда мы слышим всё, что говорит человек, именно так, как он это говорит, мы не можем понять всё, что он хотел сказать, именно так, как это подразумевалось.

Как добиться нужного воздействия и результатов

- **Эмоции**

Ваши эмоции влияют на речь, и если вы умеете контролировать их, то они оказывают на слушателей нужное воздействие, а в противном случае, выдавая ваше моральное состояние – страх, враждебность, предубеждение или неуместную сентиментальность, разрушают доверие к вам.

- **Технологии**

Когда речь передается с использованием коммуникационных технологий, ее потенциальное воздействие (как положительное, так и отрицательное) возрастает с огромной силой. Значительная часть современной устной культуры распространяется с помощью аудиозаписи и трансляции, а это говорит о том, что технологии стали важной частью многих выступлений.

- **Психология**

Чтобы стать успешным оратором, нужно понимать психологию людей – как они слушают и воспринимают то, что вы говорите. Эти знания могут значительно развить вашу способность оказывать влияние и убеждать, заставляя запомнить сказанное и побуждать к действиям. Без этих знаний ваши слова просто утонут в пустоте.

Удивительно, что мы вообще способны общаться, так как у каждого при общении выявляются свои привычки и особенности... Многие из них размыывают или искажают смысл сказанного. К сожалению, нелегко избавиться от вредных привычек, так что эта книга посвящена приобретению новых привычек, с помощью которых вы можете «переделать» старые.

Научные данные: Привычки

Привычки отражают повторяющиеся схемы мозговой активности в определенных областях мозга – как правило, в базальных ядрах. Каждый раз, когда привычное действие повторяется, эти схемы закрепляются; более того, «центр удовольствий» мозга дает нам в этом случае чувство благополучия.

Привычки не только усиливаются со временем, но и закрепляются настолько, что избавиться от них крайне сложно. Это утомительно, так как префронтальная кора головного мозга, где происходит планирование новых действий, требует дополнительной энергии. Более того, когда мы делаем что-то новое, миндалевидная железа вырабатывает чувство страха, призывает отказаться от каких-либо изменений.

Однако есть и хорошие новости. Базальные ядра можно перепрограммировать, чтобы закрепить новые привычки. Этот процесс делится на два этапа.

Этап 1. Внимание

Обратите внимание на события, которые подталкивают к привычному поведению. Теперь сосредоточьтесь на новых мыслях и новом поведении, которым вы хотите заменить привычное.

Этап 2. Повторение

Измените свое поведение и обратите внимание на то, что вы сделали. Возможно, вам не удалось полностью преодолеть привычку, но важно зафиксировать в голове успех, каким бы маленьким он ни был, вместо того чтобы заикливаться на неудачах. Повторите процесс, и постепенно новые привычки вытеснят старые.

Первый этап облегчает процесс. Вместо того чтобы преодолевать старые привычки, вы сначала концентрируетесь на новом типе поведения, а это не так сложно. Новая привычка не вызывает никакого страха – имеется в виду умение обращать внимание на ваше поведение. Второй этап – это реальные действия, которые приводят к успеху. Повторение позволяет изменить не только ваши привычки, но и впечатление, которое вы производите на других, и, возможно, даже вашу личность.

Как правильно говорить

Успешное общение строится вокруг умения контролировать ситуацию. Это можно представить в виде четырехшагового процесса:



Рис. 1. Общение и ответная реакция

Как показано на рисунке, первый шаг – решить, что вы хотите сказать: что вы хотите донести до меня, что я в результате должен понять или сделать. Потом вы говорите, формулируя свои мысли максимально эффективно, учитывая ваши знания обо мне, мои культурные особенности и особенности моего языка.

Если вы остановитесь на этом, возможность удержать мое внимание и повлиять на меня будет зависеть, в общем-то, от случая. Возьмите ситуацию в свои руки и обратите внимание на мою реакцию. Я понял вас? Что я делаю? Как я реагирую? Всё, что вы замечаете, – это информация, которая поможет отшлифовать ваши навыки устных коммуникаций и оптимизировать их под мои потребности.

Теперь попробуйте снова. Если моя реакция отличается от того, к чему вы стремились, попробуйте выразить свою мысль по-другому. Как часто бывает в жизни, правильное восприятие и гибкий подход – ключевые факторы успеха.

Эта книга посвящена успешному общению лицом к лицу. Для этого вам придется овладеть многими навыками, и устная речь – один из них. А умение говорить так, чтобы люди слушали вас, опирается на все эти навыки, так что человек, который стремится быть услышанным, должен еще уметь:

- **слушать (золотое умение)¹¹;**
- **молчать¹;**
- **воздействовать на мышление;**
- **задавать вопросы;**
- **выбирать позу;**
- **следить за своей жестикуляцией;**
- **понимать язык жестов;**
- **замечать детали;**
- **следить за интонацией и выражением лица, чтобы не допустить неверной интерпретации своих идей;**
- **вести устную беседу¹.**

^{1 1} Для глухих умение слушать, молчать и говорить заменяется на умение видеть, молчать и жестикулировать. Язык жестов глухонемых – такая же речь, как и устная, с точки зрения передачи информации, идей и эмоций. К сожалению, я не владею этой темой, так что посвящаю данную книгу именно устной речи. «Если человек не способен говорить, он должен хранить молчание». Людвиг Витгенштейн

Глава 2. Приступим

Эта книга об устной речи, то есть об умении сообщать свои идеи, мысли и чувства другим людям с помощью слов. Но что означает «сообщать»? В этой главе мы поговорим о том, что умение говорить так, чтобы люди слушали, – это только начало, нужно еще, чтобы они поняли вас, согласились с вами, запомнили сказанное и действовали. Итак, что же этому мешает? Я также расскажу о ментальных фильтрах, которые преобразуют то, что я говорю, в то, что вы слышите.

Уровни воздействия устной речи

Моя цель – помочь вам говорить эффективно. Говорить так, чтобы люди слушали, – лишь первый шаг. Мне бы хотелось, чтобы вы научились говорить увлекательно, убедительно и авторитетно. Эти три принципа помогут вам овладеть шестью уровнями воздействия устной речи.

Уровень 1. Как говорить, чтобы люди слушали.

Уровень 2. Как говорить, чтобы люди поняли.

Уровень 3. Как говорить, чтобы люди поняли то, что вы хотели донести до них.

Уровень 4. Как говорить, чтобы люди согласились с вами.

Уровень 5. Как говорить, чтобы люди запомнили то, что вам хотелось бы.

Уровень 6. Как говорить, чтобы люди думали или делали то, что вы хотите.

Увлекательно	Уровень 1. Как говорить, чтобы люди слушали
	Уровень 2. Как говорить, чтобы люди поняли
Убедительно	Уровень 3. Как говорить, чтобы люди поняли то, что вы хотели донести до них
	Уровень 4. Как говорить, чтобы люди согласились с вами
Авторитетно	Уровень 5. Как говорить, чтобы люди запомнили то, что вам хотелось бы
	Уровень 6. Как говорить, чтобы люди думали или делали то, что вы хотите

Рис. 2. Шесть уровней воздействия устной речи

Первый уровень предполагает умение говорить увлекательно и энергично, чтобы людям хотелось слушать и чтобы они продолжали слушать, а второй уровень предполагает умение формулировать информацию так, чтобы она легко усваивалась.

Уровни три и четыре требуют дополнительных умений: умений объяснять свои мысли четко и понятно и аргументировать их должным образом. Чтобы достичь пятого и шестого уровней, придется научиться говорить авторитетно, используя психологические и эмоциональные факторы, чтобы повлиять на мышление и поведение аудитории.

Ментальные фильтры

Я мог бы облегчить себе задачу и ограничиться в этой книге только первым уровнем. Как вы понимаете, все мы умеем говорить так, чтобы люди слушали. Мы любим разговаривать, и для нас естественно рассказывать что-то и слушать друг друга. На автобусной остановке, у походного костра, устроившись перед экраном телевизора, мы проводим много времени, слушая других. Если вы можете что-то рассказать, скорее всего, вас выслушают.

Как правило, умение рассказывать истории недооценивается в бизнес-контексте.

История (рассказ, повествование) – это представление о мире. Она креативна, потому что преобразует и видоизменяет фактический опыт, чтобы представить его по-новому. Она познавательна, потому что формулирует универсальные истины или правила. И она проще, чем реальный мир, в котором мы все живем, так как информация, содержащаяся в ней, отфильтрована – какие-то факты освещены, а какие-то остались за бортом.

Истории позволяют нам представить определенную точку зрения, направить внимание аудитории и помочь ей найти личностную связь с темой.

Рассказывая историю, вы ассимилируете огромное количество информации о мире, осмысляете ее с помощью своих методов мышления, и в итоге в виде истории формулируется ваше восприятие мира. История – это не реальность: это преобразованный, иногда искривленный, утрированный фрагмент реального мира, где пробелы в вашем опыте заполняются вашей мудростью и догадками. Именно за это люди и любят истории.

Ваши методы мышления создают «ментальные фильтры». Их действие – это процессы, с помощью которых мозг обрабатывает текущий опыт с точки зрения прошлого опыта, уже сформировавшихся ценностей, убеждений и предрассудков и создает определенное видение мира. Мозг выбирает, на чем сосредоточиться, отмечая огромное количество информации, которую считает неактуальной. Он интерпретирует и искажает ваш опыт, стараясь вписать его в привычные шаблоны, а если это не удастся, он пытается обобщить ваш опыт и создать новый шаблон, чтобы интерпретировать будущие события. Самые лучшие истории представляют собой обобщенный опыт – мастерски отобранный, осмысленный и измененный, чтобы сформулировать важные мысли и правила, из которых можно извлечь ценный урок. Худшие истории тоже искажают реальные факты, однако подталкивают при этом к неверному выбору.

Пример

Ирена сотрудничала с Nurdle Trading десять лет назад. В то время бонусная схема Nurdle побуждала многих торговых агентов компании обещать высокий уровень обслуживания и качества товаров, что на самом деле не соответствовало действительности. За последние пять лет новое руководство изменило всю культуру компании и усовершенствовало товарное предложение. Однако когда Ирена прочитала отчет своей команды о выборе поставщиков после анализа конкурентных предложений, она не согласилась, что Nurdle – лучший выбор, несмотря на результаты независимой проверки

и блестящие отзывы. Ей казалось, что эта оценка не отражала реальной ситуации, и она не доверяла никому из Nurdle.

В этом примере ментальные фильтры Ирены возникли в результате ее личного опыта, который оказал на нее сильнейшее воздействие. Формирование фильтров может также зависеть от вашего воспитания и отношения окружающих людей, общественных и культурных традиций, ваших ценностей и веры, образования и подготовки и, конечно, от ваших личностных качеств.

Кстати, наши фильтры меняются каждый день и даже чаще – в зависимости от перепадов настроения. Успех может внушить вам оптимизм, а неудача заставит бояться малейшего риска.



Рис. 3. Как мы рассказываем истории

Если вы рассказываете мне историю – увлекательную историю, я послушаю вас. Но, пока я слушаю вашу историю, мои собственные ментальные фильтры не бездействуют – они искажают, отфильтровывают и обобщают то, что я слышу. Мое понимание ваших мыслей зависит от истории, которую я создаю в своей голове, а не от той истории, которую рассказываете вы. Умение говорить на третьем уровне – так, чтобы я понял вашу историю, означает умение так формулировать свои мысли, чтобы история, которая сформируется в моей голове, практически ничем не отличалась от вашей истории.

Пример

Фил – талантливый менеджер, недавно получивший повышение, однако ему все еще не хватает уверенности для выполнения новых обязанностей. Когда его босс Карло предлагает Филу пройти продвинутый курс менеджерских навыков, Фил думает, что Карло сомневается в его компетентности. На самом деле Карло нравилось, как Фил работает, просто он решил, что дополнительный тренинг лишь укрепит уверенность Фила.

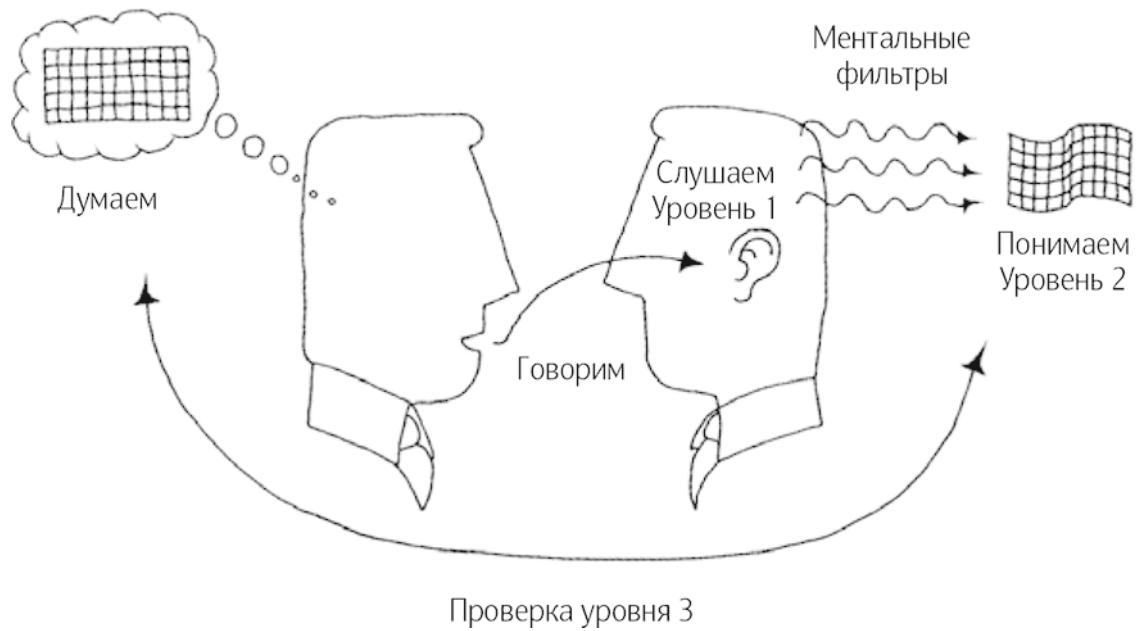


Рис. 4. Как мы говорим и слушаем

Перед вами, как перед рассказчиком, стоит сложнейшая задача. Для полноценного общения вы должны увлечь меня интересной, захватывающей историей. Вы должны помочь мне понять, что вы говорите и что вы имеете в виду, четко и убедительно аргументируя свою речь.

А если вы хотите говорить на уровнях 5 и 6, нужно говорить авторитетно, чтобы повлиять на мои мысли, убеждения и действия.

Часть 2

Четыре ступени

Глава 3. Что говорить

Люди будут слушать вас, только если вы можете рассказать что-то интересное. При таком огромном количестве отвлекающих факторов вокруг нас мозгу легче всего цепляться за самые яркие сигналы. Если тот или иной сигнал не удовлетворит его ожиданий, мозг перестанет уделять ему внимание и примется за поиски новых, более стимулирующих сигналов.

Когда вы говорите, нужно удерживать определенный уровень интереса – превышающий «шум» других отвлекающих факторов. Это предполагает более динамичную форму подачи материала, способную захватить наше внимание, а также увлекательное повествование, которое, словно поток, легко и ненавязчиво несет нас к определенной цели, периодически удивляя, чтобы напомнить, почему мы хотим дослушать до конца, и, самое главное, – содержание, которое интригует, заинтересовывает и побуждает мыслить.

В этой главе вы поговорим о том, как найти интересные идеи, выстроить из них повествование и высказать мнения, которые людям захочется слушать.

Тема разговора

Всем есть что сказать. Объем информации, которым обладает каждый из нас, растет как на дрожжах. В библиотеке Конгресса собрано более 150 миллионов наименований на 1340 километрах полок, и количество растет по 10 000 наименований каждый день. Но это лишь капля в море: если напечатать всю электронную информацию, которую мы выдаем ежедневно, понадобятся еще сотни миллиардов километров полок. Кстати, Плутон находится на расстоянии примерно шести миллиардов километров от Солнца.

Так что, если хотите найти интересную тему для разговора, придется преодолеть гигантскую конкуренцию. Однако есть и хорошая новость – существует фантастическое количество материала для изучения и обучения, который можно использовать для поиска новых идей.

Необязательно искать что-то новое

Если хотите, чтобы я вас слушал, необязательно искать что-то новое, довольно найти новый и интересный способ сформулировать то, что вы знаете. Найдите способ развлечь и удивить меня, стимулировать воображение и заставить задуматься, ответить на мои вопросы и решить мои проблемы. Материала для этого более чем достаточно.

Пример

Руководитель, которого я консультировал, хотел организовать презентацию, чтобы стимулировать продажи фруктов, импортируемых его компанией. Его потенциальные клиенты прекрасно знали все способы оценки качества и все особенности процесса вывода фруктов на рынок. Но он хотел увлечь и удивить свою аудиторию, чтобы возможные покупатели увидели продукцию его компании в новом, позитивном свете. Поэтому мы сразу отмели в сторону весь знакомый, традиционный материал и начали презентацию

с изображения розового куста. Он рассказал аудитории, сколько розовых кустов посадили их садоводы в прошлом году, и спросил: «Почему?». Чтобы ответить на этот вопрос, он показал красивую фотографию пчелы и объяснил, как пчелы опыляют апельсиновые деревья, добавив, что пчел больше привлекают кусты роз, поэтому садоводы сажают розовые кусты в конце рядов апельсиновых деревьев. Рассказ о розах и пчелах позволил ему говорить о качестве его фруктов и методах выращивания совершенно по-новому, увлекательно и оригинально.

Только имея хороший материал, можно выстроить интересную речь, так что, прежде чем обсудить, как сформулировать свою идею без пустой болтовни, и в то же время не впадая в чрезмерный лаконизм, поговорим о том, где найти идеи.

Заинтересованность

Чтобы заинтересовать слушателей, нужно самому интересоваться. Любопытство – вероятно, важнейшее качество всех, кто хочет заинтересовать людей и говорить о том, что интересно другим.

Интересуйтесь людьми и тем, что для них важно: их увлечениями и личностными качествами, их победами и трагедиями, их друзьями и семьей. Людям будет интересно общаться с вами, если вы покажете, что вам небезразлична их жизнь и что вы знаете интересные истории из их жизни.

Интересуйтесь событиями: текущими делами, миллионом ежедневных событий, которые формируют жизнь общества, крупными историческими событиями, небольшими преобразованиями, которые ведут к серьезным переменам. Это дает пищу для размышлений людям, питающим слабость к различным прогнозам и предсказаниям.

Интересуйтесь идеями в различных областях: политике, философии, науке, инженерном деле, социологии, антропологии, психологии, дизайне, искусстве, музыке, театре, литературе. Идеи – источник интересного рассказа, а также фильтры, через которые можно воспринимать истории и события, позволяя преобразовать их в удивительные образы и примеры, которые завладеют воображением слушателей.

Заинтересованность – это способность признать, что все может быть интересным, если подключить воображение. Все может стать источником ценных знаний и идей. Людям скучно, когда мы рассказываем об интересных вещах сухо и однообразно. Итак, учитывая фантастические возможности, которыми вы обладаете, давайте найдем интересные темы для разговора.

Встречайтесь с людьми

Огромный источник информации в обществе – само общество: люди, которые составляют его. Чем больше людей, с которыми вы общаетесь и к которым проявляете интерес, тем больше у вас идей и историй.

К сожалению, многие из нас боятся разговаривать с людьми, особенно с незнакомыми. Однако именно новые, незнакомые люди могут предложить нам больше всего интересной информации, так что если перспектива разговаривать с людьми не вызывает у вас ни малейшего восторга, пора вам овладеть искусством устной беседы.

Искусство устной беседы

Забудьте про «выстраивание связей» и давление, которое оказывает на вас необходимость карьерного роста, то есть про расширение списка нужных людей: к которым вы можете обратиться за помощью, которых можете использовать ради выгоды или которым можете продать что-то. Вместо этого сосредоточьтесь на одном навыке, который поможет вам не только найти интересные темы для разговора, но и познать радость настоящего человеческого общения, создать реальную связь с человеком, добиться уважения, симпатии и в итоге – дружбы, на искусстве устной беседы.

Где бы вы ни были, используйте любую возможность, чтобы поговорить с людьми. Если вы пришли в незнакомую компанию одни, то это упрощает задачу, если вы пришли с другом, родственником или коллегой, то, скорее всего, вы будете общаться именно с ним.

Если вам не по себе при мысли о том, что нужно подойти к незнакомому человеку и заговорить с ним, подумайте, как вам приятно, когда кто-то подходит к вам и представляется. Эти люди кажутся вам уверенными и спокойными. Но, скорее всего, это не так: они наверняка просто решились на этот шаг. Если вы сделаете это и представитесь, например, мне, именно вы покажетесь мне уверенным, владеющим ситуацией. Я отреагирую дружелюбно и тепло, радуясь, что благодаря вам я уже не чувствую себя изолированным в группе.

Попробуйте...

Когда вы входите в комнату, где много незнакомых людей, выберите человека в самом дальнем конце – того, кто стоит один. Затем выпрямитесь, медленно, но уверенно подойдите к нему, здороваясь со знакомыми людьми вежливой улыбкой, кивком головы или просто словом «здравствуйте». Когда дойдете до вашей цели, дайте этому человеку почувствовать, что он особенный. Представьтесь: «Здравствуйте, не мог не обратить на вас внимания, я...». Лучше всего сделать комплимент. А еще лучше до того, как вы подойдете к человеку, выяснить, кто он: «Здравствуйте, Джейми, я надеялся поговорить с вами. Я...».

Если это неуместно, можно воспользоваться беспронизынным методом: поговорить о том, где вы находитесь. Либо поделитесь своим мнением об этом месте, либо попросите человека поделиться его мнением. Это всегда срабатывает, потому что эта тема общая для вас обоих и сразу же вызывает ответную реакцию.

Как начать беседу: несколько полезных советов.

Найдите интересный способ, чтобы представиться.

Подумайте, что в вашей работе может заинтересовать людей. Надеюсь, ваша работа кажется вам интересной, но почему она должна интересовать меня? Адаптируйте описание вашей деятельности к интересу человека, который спрашивает: «Чем вы занимаетесь?». Если вы занимаетесь торговлей, удержитесь от искушения продать что-то своему собеседнику. Вместо этого создайте интригу. Например, вместо «Я продаю обувь экстра-класса» (скучно) попробуйте так: «Я помогаю людям с радостью провести весь день на ногах».

Когда встречаетесь с людьми, задавайте вопросы, проявляйте интерес.

Ведь именно для этого вы и пришли. Но это также наиболее эффективный способ добиться взаимопонимания и выстроить отношения. Поощряйте общение, задавая открытые вопросы: «Расскажите о себе» или «Что вас сейчас больше всего интересует?». Если вас что-то особенно заинтересовало в словах собеседника, задайте более конкретные, уточняющие вопросы. Люди радуются, когда видят, что вы хотели бы узнать их поближе, и они с удовольствием расскажут все подробно. Вопросы позволяют контролировать и направлять беседу, а также проявить уважение к собеседнику.

О вопросах и умении слушать мы поговорим в главе 7, когда речь пойдет о беседах.

Больше всего на свете я интересуюсь... собой.

Поэтому, если вы спросите меня обо мне, я буду в восторге от нашей беседы. Это прекрасная возможность узнать о моем опыте, чтобы заимствовать истории и анекдоты; о моих мыслях, чтобы проверить, оценить и, может быть, подкорректировать свои мысли; и о моих профессиональных знаниях, чтобы пополнить свою копилку знаний. Никогда не знаешь, когда обрывок информации, услышанный сегодня, окажется актуальным для вашей беседы или выступления в будущем.

Пусть неформальный разговор перерастет в приятную беседу.

По мере того как вы переходите от поверхностной болтовни к более основательному обмену информацией, в игру вступают различные техники ведения беседы, а важнейшая из них – умение обнаруживать и использовать «зацепки».

Когда я говорю или отвечаю на вопрос, я обычно даю немного больше информации, чем меня просят. Эта дополнительная информация представляет собой зацепку, которая позволяет собеседнику сформулировать следующий вопрос, чтобы продолжить беседу.

- *Вы вернулись из деловой поездки? Куда вы ездили?*
- *На Мальту. Потрясающее место.*
- *Правда? А что вас так потрясло?*

Эти зацепки можно использовать сразу же или вернуться к ним позже. Так вы покажете, кроме всего прочего, что вы слушаете меня, а это прекрасный комплимент, который позволит мне думать о вас намного лучше.

Что если нет зацепки?

Некоторые люди не любят много разговаривать и даже на самые открытые вопросы отвечают коротко, не давая никакой зацепки для следующего вопроса. Если вы все-таки продолжите задавать вопросы, вам обоим покажется, будто вы ведете допрос, а не беседу. Так что варьируйте свой подход, например, так:

- *Где находился завод, который вы инспектировали?*
- *На Мальте.*
- *Я не бывал там; вам там понравилось?*
- *Да, там интересно.*
- *Да? А что там интересного?*

Это «выпытывающие вопросы», призванные понудить раскрыть слишком краткие ответы. Чтобы все получилось, избегайте любых намеков на допрос, так что используйте язык тела, поощряющий к развернутому ответу: немного наклонитесь вперед, разверните одну

или обе ладони вверх и смотрите собеседнику в глаза, чтобы показать интерес. Протяните последний слог вашего «выпытывающего вопроса», чтобы подчеркнуть, что вопрос искренний, затем слегка откиньтесь назад, чтобы спокойно выслушать ответ. Обычно несколько выпытывающих вопросов помогают разговорить даже самого молчаливого и необщительного собеседника.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.