

Our brains are complex webs of associations, and we can access a piece of information in many different ways.

私たちの脳は複雑な連想のネットワークになっており、一つの情報に対して様々な方法でアクセスすることができる。

The more a new fact connects with the existing network of associations in our brains, the more likely we are to remember it.  
新しい事実が、私たちの脳内にある連想の既存のネットワークと結びつけばつくほど、私たちはそれを覚えている可能性が高くなる。

We might forget a story about a stranger because it makes few connections with our existing associations, but we won't forget a piece of gossip about our cousin.  
見知らぬ人の話は、既存の連想とほとんど結びつかないので忘れてしまうかもしれないが、いとこの噂話は忘れないであろう。

There's one complex network that is larger and quicker to access than all others — the self.  
ほかのどのネットワークよりも大きく、素早くアクセスできる複雑なネットワークがあり、それが自我である。

We've been thinking about ourselves our whole lives.  
私たちはずっと自分のことを考えて生きてきた。

(In fact, there were entire years during junior high when we weren't capable of thinking about much else.)  
(実際、中学生の頃は、ほかのことをあまり考えられない時期もあった。)

So if a new piece of information has something to do with us, it will be more easily and completely processed.  
したがって、新しい一つの情報が自分に関係するものであれば、それはより簡単に、より完全に処理されるのである。

The most effective communicators find ways to make the abstract personal.  
最も効果的な伝達者は、抽象的な内容を個人的なものにする方法を見つける。

Consider the warning that law schools give to motivate first-year law students concerning the difficulty of their program.  
法科大学院が、法科の1年生をやる気にさせるために、それらのプログラムの難しさについて警告していることを考えてみよう。

Hearing that "the first-year dropout rate is 33%" is an abstract statistic.  
「初年度の退学率は33パーセントである」と聞いても、それは抽象的な統計値である。

"Look to your left, look to your right. One of the three of you won't be joining us next fall" wakes up the self.

「左を見ろ、右を見ろ。きみたち3人のうち1人は、来年の秋には私たちの仲間ではなくなっているだろう」と言われると、その言葉が自我を目覚めさせる。

We feel something.  
私たちは何かを感じるのだ。

Here is another example.  
別の例を次に挙げる。

There's a 20% chance of experiencing a mental illness in a given year, and a 50% chance of being diagnosed with a mental illness in your lifetime. 特定の年に精神疾患を経験する確率は20パーセントで、一生のうちに精神疾患と診断される確率は50パーセントである。	To a group sitting at a conference table: Say, "For every 5 people, (ウ-①) will be diagnosed with a mental illness this year. At some point in your lifetime, (ウ-②) will be diagnosed with a mental illness." 会議テーブルに座っているグループに次のように言う。「5人ごとに、あなた方の1人は、今年精神疾患と診断されるだろう。人生のある時点で、あなたかあなたの向かいの人のどちらかが精神疾患と診断されるだろう。」
--	--

Suppose the numbers have nothing to do with me.  
その数値が私とは何の関係もないとしよう。

Even if the numbers are not my numbers, the right presentation might make me think about how your numbers would affect my life.  
たとえその数値が私の数値ではないとしても、適切なプレゼンテーションは、あなたの数値が私の人生にどのような影響を与えるかについて私に考えさせるかもしれない。

In the next example, someone — let's say a development economist — wants us to understand the difficult position of a Kenyan family.  
次の例では、ある人(例えば、開発経済学者としよう)が、私たちのケニアの家族の困難な状況を理解してほしいと考えている。

That may be as simple as asking listeners to imagine spending the majority of their money on things like food.  
それは聞き手に、彼らのお金の大半を食料のようなものに使うことを想像してもらうのと同じくらい単純かもしれない。

Average earnings in Kenya are about \$7,000 per year (compared with £ 32,500 in the UK) . ケニアの平均年収は約7,000ドル(イギリスの32,500ポンドと比較)。	If you spent the same percentage of your weekly income on food as Kenyans do, 7 days of eating would cost you £ 312.50. もし、あなたがケニア人と同じ割合で週の収入を食費に費やすのであれば、7日間の食事で312.50ポンドかかるだろう。
Kenyans spend about 50% of their income on food. ケニア人は収入の約50パーセントを食料に費やす。	How easily could you pay your other bills if food sucked up that much of your resources? もし、食料があなたの資産をそんなに吸い取ってしまったら、ほかの請求をどれだけ容に支払うことができるだろう？

As households grow wealthier, they usually spend a ( エ-① ) percentage of their income on necessities such as food and shelter, and a ( エ-② ) percentage on things like education and transportation.  
世帯が裕福になると、概して、収入のより低い割合を食料や住居などの必需品に費やし、より高い割合を教育や交通のようなものに費やす。

People are willing in most circumstances to join you in a mental journey.  
人々はほとんどの状況において、精神的な旅に参加するのをいとわない。

In the story below, the fact that I am imagining myself acting makes it more dramatic and keeps attention focused on the story.  
以下の物語では、自分が演じていることを想像しているという事実が、物語をより刺激的にし、物語に集中させ続ける。

The wealthiest person in the world is worth \$198 billion. 世界で最も裕福な人の資産価値は、1,980 億ドル。
Let's imagine if each step of a staircase represents \$100,000 in the bank. 階段の各段が預金 10 万ドルを表すと想像してみよう。
Most people, including 1 in 2 Americans and 89% of the world, can't even step onto the first step of the staircase because they have less. アメリカ人の 2 人に 1 人と、世界の 89 パーセントを含むほとんどの人は、資産が少ないため、階段の最初の段を踏むことさえできない。
After 4 steps, we've lost over 75% of Americans. 4 段よりあとでは、アメリカ人の 75 パーセント超を失ってしまう。
Fewer than 1 in 10 people will ever reach the 10th step: a million dollars. 10 段目である 100 万ドルに到達する人は 10 人に 1 人にも満たない。
Now put on your most comfortable hiking shoes. さて、最も快適なハイキングシューズを履きなさい。
You'd have to climb for almost 3 hours before reaching the net worth of a billionaire. 億万長者の純資産に到達するには、3 時間近く上らなければならないのだ。
After spending 9 hours a day climbing steps for 2 months, you'd finally reach the wealth of the richest person in the world. 1 日 9 時間を 2 か月間費やして階段を上れば、ついに世界で最も裕福な人物の富に到達するであろう。

Stories are even better when people are mentally living out their own story, complete with stages — video game-level ( カ ) .  
人々が自分自身の物語を心の中で生き抜き、ステージ、つまりテレビゲームのレベルの達成と報酬を完成させれば、物語はさらにすばらしいものになる。

If you, like the typical American, drive about 40 miles per day in a car with typical fuel efficiency, then replacing your car with a more eco-friendly car will save you 50% in gas. あなたが典型的なアメリカ人のように、典型的な費の車で 1 日あたり約 40 マイルを運転するとしたら、車をより環境に優しい車に交換すると、ガソリンを 50 パーセント節約できる。	If you, like the typical American, drive 40 miles per day or more, in a car with typical gas efficiency, then replacing your car with a more eco-friendly car would mean that a month from now, you'll have saved enough to take someone out to a fancy dinner. あなたが典型的なアメリカ人のように、典型的なガソリン効率の車で 1 日あたり 40 マイル以上運転するしたら、車をより環境に優しい車に買い替えれば、1 か月後には、誰かを豪華なディナーに連れていけるほど十分な節約をしたことになる。 In 6 months, you can go on a weekend outing or buy yourself a smartwatch. 6 か月もあれば、週末に外出したり、スマートウォッチを購入したりできるのだ。
--	---

If a piece of information naturally relates to the people you are presenting it to, don't neglect to highlight that connection.  
ある情報がそれを提示する相手と自然に関連している場合は、そのつながりを強調することを忘れないことだ。

If it's not about them, many times they can be persuaded to imagine themselves in someone else's story.  
彼らに関することではないとしても、多くの場合、他人の物語の中で彼ら自身を想像するよう説得されることがある。

All data is more interesting if people can use it to imagine themselves taking action and benefiting from their actions.  
すべてのデータは、人々がそれを使用して彼ら自身が行動を起こし、その行動から利益を得ていることを想像できれば、より興味深いものになるのである。