

АНТОН
ВЕСЕЛОВ

ПЕРЕГОВОРЫ
УБЕЖДЕНИЕ
ВЛИЯНИЕ

ПРИШЁЛ. СКАЗАЛ

УБЕДИЛ

ДЛЯ ТЕХ,
КТО ХОЧЕТ
ГОВОРИТЬ УВЕРЕННО
И УБЕЖДАТЬ

Переговоры. Убеждение. Влияние

АНТОН ВЕСЕЛОВ

**Пришел. Сказал. Убедил.
Для тех, кто хочет говорить
уверенно и убеждать**

«Издательство АСТ»

2023

УДК 159.92
ББК 88.53

Веселов А.

Пришел. Сказал. Убедил. Для тех, кто хочет говорить
уверенно и убеждать / А. Веселов — «Издательство АСТ»,
2023 — (Переговоры. Убеждение. Влияние)

ISBN 978-5-17-155669-3

Обаяние, лидерство, уверенность невозможны без убедительной речи, как банк без денег! Умение убеждать – это врожденный дар, и он доступен лишь избранным? Антон Веселов – профессионал с большой буквы, известный радиоведущий, преподаватель одноименной «Школы красноречия» и доцент РУТ (МИИТ) – ответит на этот вопрос отрицательно. Искусству убеждения можно научиться! А красивую речь можно прокачать, как мышцы! Вместе с автором вы по шагам освоите главные приемы риторики, научитесь сторителлингу, сделаете свою речь неповторимой и выразительной. В книге множество упражнений и заданий, а также QR-коды, пройдя по которым, вы бесплатно получите доступ к видеоматериалам автора с практикой. Помните: импровизация эффективнее, если вы к ней старательно готовитесь!

УДК 159.92
ББК 88.53

ISBN 978-5-17-155669-3

© Веселов А., 2023
© Издательство АСТ, 2023

Содержание

Отзывы	6
От автора	7
Вступление	9
Глава 1. Почему для речи важна структура	11
Части текста: задачи и состав	12
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Антон Веселов
Пришел. Сказал. Убедил. Для тех, кто
хочет говорить уверенно и убеждать

© ООО «Издательство АСТ», 2023

© Веселов А., 2023

ОТЗЫВЫ

«Красивая и убедительная речь – инструмент, который помогает добиться успеха в любой сфере жизни! С помощью этой книги вы не только освоите азы ораторского искусства, станете более убедительными, но и улучшите свои когнитивные способности».

***Антон Могучий**, автор бестселлеров о тренировке интеллекта, памяти и внимания*

«Красивая речь ценилась во все времена, но сегодня она особенно нужна людям любых профессий. Вы никогда не останетесь без куска хлеба, если научитесь красиво и грамотно „ездить по ушам“. Читайте книгу, выполняйте упражнения, и пусть у вас все получится!»

***Александр Минаев**, легендарный рокер, основатель и лидер рок-группы «Тайм-Аут»*

От автора

«Меня зовут Сергей Викторович Краснов, но знают меня в основном под другим именем – Антон Веселов». Так обычно я представляюсь своим студентам. Последние 15 лет я замечательно живу сразу под двумя именами. И мне это очень нравится.

В эфире радиостанции и на моих тренингах от меня ждут энергии, юмора, жизнеутверждения – и кому, как не Веселову, все это давать? На лекциях же в университете требуется отчество, да и должность доцента обязывает к серьезности – тогда в игру вступает Сергей Викторович. Вот и получается, что живу как настоящий разведчик: под разными именами в разных обстоятельствах.

Ораторским искусством я занимаюсь последние лет 25. Сначала в сфере моих интересов являлся только голос и его возможности, это было еще в музыкальном училище. Уже в Казанской консерватории я серьезно занялся риторикой. Начал с Аристотеля. Прочитал его знаменитый труд¹ и... ничего не понял. Ну совсем ничего. Пришлось брать в руки материал попроще.

Со временем я понял, что все, что я читаю на эту тему, все, что пишется сейчас и, наверное, будет опубликовано далее, – все это уже есть в «Риторике» Аристотеля. Просто более поздние авторы излагают информацию более понятным языком.

Риторика – научная дисциплина, изучающая закономерности порождения, передачи и восприятия хорошей речи и качественного текста². Как наука она сформировалась более двух тысяч лет назад. И по большому счету ничего нового с тех пор люди не придумали.

У Юрия Олеши³ был такой принцип: ни дня без строчки⁴. Последние 20 лет я практикую похожий подход – ни дня без применения риторики.

Риторика повсюду! Рекламные ролики, посты в социальных сетях, любой литературный или журналистский труд, общение – все это функционирует по одним и тем же законам, законам риторики. Те, кто их знает, уважает, а главное, применяет, как правило, успешны. Остальные – как повезет.

Где бы я ни работал – телевидение, радио, университет, – я везде применяю риторику и пока что ни разу об этом не пожалел.

В этой книге я обобщил свой преподавательский опыт. В одном из старейших московских университетов я веду курс «Техники публичных выступлений», а еще преподаю в Школе красноречия Антона Веселова.

Книга не претендует на научность. Это мой личный и сугубо прикладной взгляд на риторику. Но приемы, о которых я рассказываю, работают! Поверьте, а еще лучше – проверьте.

О риторике можно много рассуждать и писать. Но, как говорил Аристотель, риторика – это наука, которой можно заниматься, не зная вообще ничего. Ключевое слово – заниматься! Это практическая дисциплина, в которой не так уж и много теории, но даже эта теория без практики мертва.

Помните Гёте: «Теория, мой друг, суха, но дерево жизни зеленеет...»? Эти слова Мефистофеля в риторике актуальны как нигде. Если вы будете просто читать книгу – она вам точно

¹ Имеется в виду «Риторика» – трактат древнегреческого философа Аристотеля. Это первое обширное руководство в области ораторского искусства. – *Прим. ред.*

² Введение в культурологию: Курс лекций / Под ред. Ю. Н. Солонина, Е. Г. Соколова. СПб., 2003. С. 149–160. – *Прим. ред.*

³ Юрий Олеша (1899–1960) – русский писатель, поэт, автор романа-сказки о революции «Три толстяка». – *Прим. ред.*

⁴ «Ни дня без строчки» – сборник заметок из дневников, архивов и записных книжек писателя Юрия Олеши, вышел после его смерти – в 1965 году. – *Прим. ред.*

никак не поможет. Обязательно ежедневно применяйте в своей речи ту информацию, которую найдете на этих страницах.

Вступление

Две тысячи седьмой год... Я только что закончил стажировку в ГИТИСе по специальности «Режиссура музыкального театра». Уже работаю диктором на студии, уже играю в небольшом театре, но, как всегда, хочется большего.

И вот очередной кастинг. Очередной, но далеко не проходной. Кастинг на ведущего новой программы на НТВ. Задание простое – нужно представить себя (пресловутая самопрезентация, основ которой у нас вообще никто не знает) и сказать, почему именно я должен вести эту программу.

Краем уха слышу, как представляют себя конкуренты. Некоторые по традиции забывают назвать свое имя (удивительный эффект, который я потом обнаружу на тренингах, – люди считают, то, что знают они, обязательно знают все остальные), кто-то перечисляет роли в театре и рассказывает о своем опыте.

Понимаю, что все – не то. Нужно удивлять, привлекать к себе внимание. Уже тогда я знал о правилах 7 и 30 секунд.

Правило 7 секунд – в первые 7 секунд необходимо произвести приятное впечатление на аудиторию. Именно в этот короткий миг наши слушатели решают, вернее, бессознательно дают нам оценку – интересен или не интересен, достоин или не достоин внимания. Как только вы попадаете в поле внимания человека, вы немедленно получаете оценку. Наша задача – чтобы эта оценка была высокой.

Правило 30 секунд – ваши первые слова должны захватить внимание аудитории. Они очень важны! Именно от них зависит, будут ли вас слушать дальше. Это так называемый зачин, о котором мы еще поговорим.

Итак, придумываю яркий зачин и три аргумента. Да, не забыть финал... Это очень важно. С улыбкой выхожу к продюсерам и выдаю.

«Что бы вы сделали, если бы увидели, как крокодил подкрадывается к спящему людоеду? Сложный выбор, правда? На самом деле у вас сейчас выбор не легче. Вам предстоит выбрать человека, который будет не просто лицом, он будет еще и голосом и даже в каком-то смысле мозгом новой программы. И мне кажется, я гожусь на эту роль. Знаете, почему?»

Во-первых, у меня прекрасная дикция, без диалектных особенностей и дефектов. Я тренирую технику речи с 16 лет.

Во-вторых, я умею формулировать мысли нетривиально, ярко, креативно. Последние 7 лет изучаю риторику и занимаюсь ораторским искусством.

Ну и наконец – кого хотят видеть телезрители в телевизоре? Правильно – такого же простого человека, как они, без киркоровского выпендрежа. В общем, я подхожу как никто. Я готов делать лучшую программу на отечественном телевидении. И сделать все, чтобы она таковой стала. Вы не пожалеете».

Детали этой исторической речи, конечно, могли быть другими, но примерный смысл моего спича был именно таким.

В итоге я получил предложение быть не просто ведущим программы, но еще и диктором, и соавтором.

Я попал в так называемую «риторическую ситуацию», когда **что и как** мы говорим, влияет на исход.

В такие обстоятельства мы попадаем буквально каждый день, когда от того, что мы скажем, зависит, увеличат ли нам зарплату, повысят ли по службе, будут ли к нам благосклоннее, пойдут ли с нами на свидание и т. д. и т. п.

Ежегодно тысячи туристов со всего мира приезжают в деревушку Бларни в южной части Ирландии с единственной целью – подняться на одну из башен местной полуразрушенной крепости и поцеловать расположенный на высоте 30 метров Камень Красноречия.

Старинная легенда гласит: поцеловавший этот камень обретает удачу, умение красиво говорить и очаровывать людей. Есть мнение, что сюда приезжал даже сам сэр Уинстон Черчилль. Но это не точно.

Ораторами рождаются или становятся?

Во все времена умение красиво, стройно и уверенно излагать свои мысли было не только неоспоримым конкурентным преимуществом, но и свидетельствовало о принадлежности человека к элите, и не только интеллектуальной.

Но верно ли полагать, что красноречие – это некий сакральный дар или способность, данная людям от рождения?

Можно ли стать оратором или им нужно родиться?

Мой опыт показывает: красноречие можно натренировать, как мышцы или, например, память.

Что для этого нужно делать?

Во-первых, не думать, что если у вас не получится сразу (например, через десять минут тренировок), то не получится никогда. Красноречие – это навык. Он не возникает на пустом месте. Здесь работает классическая педагогическая триада – **знание** обязательно должно трансформироваться в **умение**, а оно, в свою очередь, – в **навык**.

Во-вторых, нужно этот навык в себе натренировать. Самостоятельно, с помощью тренировок, педагогов – как угодно. Причем делать это ежедневно (см. во-первых).

Хотел было придумать еще и в-третьих, но понял, что это будет лишним. Единственная преграда на пути к красноречию – лень желающих им обладать. Все остальное – исправимо!

Да, иногда труден, порой даже мучителен путь к овладению ораторским искусством.

Вспомним классическую историю про Демосфена, который, избавляясь от привычки дергать плечами во время произнесения речей, вешал меч рукоятью вверх и упирался плечом в его острие. Это ж сколько кровищи он пролил, пока научился не дергать плечом... страшно подумать. Но это случай экстремальный, из ряда вон.

В каждой шутке, или Для чего нам ораторское мастерство

Начиная писать эту книгу, я задал себе вопрос: а что можно назвать главной проблемой ораторского искусства? Ответ пришел сразу – понимание. Речь всегда произносится не только кем-то, но и, в первую очередь, для кого-то.

И вот надо, чтобы этот кто-то не просто тебя послушал. Необходимо, чтобы он «въехал» в то, что ты говоришь, убедился в том, что ты прав, и принял твою позицию. Непростая задача. А непростая она потому, что все мы очень и очень разные. Прямо вот совсем разные. И я даже не о внешности, а скорее, наоборот – о внутренности, о том, что составляет наш образ мыслей, воспитание, жизненный опыт и т. д. Именно поэтому в процессе разговора мы часто не понимаем друг друга.

Помните классический анекдот, когда жена просит у мужа шубу, а он обещает ей сейчас же купить свеклы, селедки и... что там еще для «шубы» нужно? В каждой шутке есть только доля шутки.

Так вот, все приемы ораторского мастерства служат только одной цели – сделать себя понятнее для других, а значит – убедительнее. В этой книге мы постараемся рассмотреть если не все эти приемы, то по крайней мере большую их часть.

Глава 1. Почему для речи важна структура

Действительно, почему просто нельзя вываливать информацию на слушателя потоком, что, к сожалению, большинство спикеров и делает?

Причина – в психологии восприятия человеком информации. Задача любого выступления – убедить. И без логики это сделать практически невозможно. Но именно логика-то и не включается по щелчку пальцев.

Вы наверняка знаете про прокрастинацию – состояние, в котором человек не может заставить себя работать. Так вот, с мозгом то же самое. Мы постоянно занимаемся думанием – перебиранием тех мыслей (наших или чужих), которые уже есть в нашей голове, а вот мышление предполагает некий синтез уже имеющихся мыслей и создание новых – собственных.

Как раз для того, чтобы включить рациональное, логическое мышление, мы и должны пройти в своем повествовании разные этапы. Каждый из них отражается в речи отдельной частью.

Многие мои коллеги сравнивают публичную речь со званым ужином. Дескать, в ней есть начало – закуска, основная часть – горячее, и заключение – десерт.

Но логичнее, как мне кажется, было бы поделить речь на пять частей. Исходя из их задач и контента, я выделяю зачин, вступление, основную часть, заключение и финал.

Причем ассоциация речи с ужином начинает играть новыми красками. Зачин – это аперитив, вступление – закуска, основная часть – горячее, заключение – десерт, финал – посошок.

Зачин и вступление, заключение и финал легко объединяются, что и делают многие мои коллеги. Есть одно но – у каждой из пяти частей не только своя задача, цель, но и свое содержание. Именно поэтому я настаиваю на разделении на пять частей.

Размеры частей:

- Зачин – 10 %
- Вступление – 10 %
- Основная часть – 60 %
- Заключение – 10 %
- Финал – 10 %

Части текста: задачи и состав

Зачин

Если задача аперитива – разбудить аппетит, то задача начала любой коммуникации – разбудить интерес аудитории или собеседника. Вокруг современного человека ежеминутно происходит много интересного: на смартфон приходят свежие новости, шутки, сообщения, вокруг нас много людей, с каждым из которых хочется пообщаться.

События вокруг нас конкурируют между собой. И первая задача, которая ставится перед современным оратором, – доказать аудитории, что он – самое интересное, что происходит вокруг. Задача амбициозная и нетривиальная. И очень важная: потому что если нам не удастся этого сделать, слушать нас не будут (помните правило 30 секунд?).

Если в первые 7 секунд мы должны произвести приятное впечатление, то за первые 30 секунд мы должны сказать что-то такое, что буквально зацепит вашего слушателя, как рыбу, которая попадает на крючок.

К сожалению, большинство современных спикеров нарушают это правило. Именно в первые 30 секунд они что-то мямлят в микрофон, а нередко и мимо него, проверяют аппаратуру, представляют себя, хотя за секунду до этого их уже представили.

Современный оратор должен доказать аудитории, что он – это самое интересное из того, что происходит вокруг.

Первая из задач – привлечь внимание. Заметьте: про логику и мозги пока что речи не идет. Этим мы займемся в следующей части.

В первой части нашего выступления мы работаем с инстинктом – только обращаем на себя внимание слушателей. Для этого обязательно нужно сказать что-то нетривиальное, то, что выделит нас среди множества других ораторов.

Я никогда не рекомендую начинать с представления себя. Так начинает речь 99,9 % спикеров. Наша задача – выделиться и войти в эту 0,1 %. Тем более, что выступающих, как правило, представляет кто-то другой.

С чего же можно начать речь? А вот тут, как говорится, кто на что горазд.

На американских конференциях TED я наблюдал, как люди, выходя на сцену, делали разные вещи. Первый спикер, например, открыл выступление раздеванием – этаким стриптизом, второй вышел на сцену с ромашкой и начал как бы гадать, третий – разливать воду по сцене. В общем, это, конечно, творчество.

В первой части нашего выступления мы работаем с инстинктом.

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Однажды мне нужно было вести концерт с моим другом – пародистом из «Большой разницы».

Представьте себе – до концерта одна минута, свет в зале горит, на сцене ничего не происходит, и вдруг – голоса (как бы из ниоткуда):

Я: Владимир Владимирович, можно начинать?

Друг (голосом Путина): Да, ребят, начинайте, с Богом.

Я: А как же насчет званий заслуженных артистов? Мы договорились. Можно будет завтра прийти?

Д: Ну вы сначала концерт хорошо проведите, потом посмотрим.

Я: Постараемся, Владимир Владимирович. Вы в зал пройдете или прямо отсюда посмотрите?

Д: Я из-за кулис, не беспокойтесь.

Вы не представляете себе ту звенящую тишину, которая возникла в этот момент в зале. Внимание всех слушателей было приковано к сцене и к тому, что на ней происходит. При этом на самой сцене, повторяю, ничего не происходило.

Это был отличный зачин, концерт прошел замечательно.

Безусловно, каждый раз придумывать подобные мизансцены довольно сложно, особенно если у тебя выступления каждую неделю, например. Именно поэтому позвольте предложить вам, друзья, несколько шаблонов для начала любой речи.

Демонстрация

Один из самых популярных способов начать любую речь – продемонстрировать то, о чем вы говорите.

Продаете или презентуете смартфон – покажите его.

Говорите о природе – принесите на выступление цветок в горшочке.

Вещаете о вреде курения... Ну, впрочем, да, не всегда демонстрация доступна. В некоторых случаях даже вредна.

Подумайте о том, не будет ли вещь, которую вы демонстрируете, интереснее вашего рассказа о ней.

Может быть такое? Легко. Поэтому демонстрация – сильный ход, но опасный. Желательно вовремя ее прекратить.

В идеале демонстрация должна сопровождать не все выступление, а только сам зачин – 10 % всей речи.

Необычный вопрос

Это очень популярный способ начать выступление в наше время. Многие спикеры, даже не понимая, почему они это делают, начинают именно с вопроса публике. И совершенно правильно делают.

- Во-первых, вопрос обозначает лидирующую позицию спикера. Главный всегда тот, кто задает вопрос. Это закон коммуникации.

- Во-вторых, задавая вопрос, мы вовлекаем аудиторию, просим ее помощи. И как правило, люди очень хорошо реагируют на такие просьбы. Даже если слушатели в зале не ответят на заданный им вопрос, они, по крайней мере, захотят это сделать, ответят внутри себя, а значит пусть и неосознанно, но начнут вам помогать.

- В-третьих, вопрос нейтрализует критику сидящих в зале. Им просто некогда умничать: они заняты поиском ответа, погружаются в тему. Как раз это нам и нужно.

Причем вовсе не обязательно, чтобы вопрос был по теме.

С помощью инструмента риторики под названием «ассоциация» (см. главу «Три главных инструмента ораторского искусства») вы можете связать любой вопрос со своей темой.

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Друзья, скажите, пожалуйста, кто из вас пил с утра кофе?

Поднимите, пожалуйста, руки.

Я тоже пил кофе, и вы знаете, как правило, когда я пью кофе, мне в голову приходят очень светлые, креативные мысли. И вот сегодня я подумал –

а почему бы нам не поговорить на лекции об эстетических принципах Йенской школы немецких романтиков?

Однажды мне предложили придумать речь о пользе алкоголя, я придумал два зачина, и оба они начинались с вопросов.

1. Вы никогда не задумывались, друзья, что одна и та же вещь может служить и добру, и злу? Из скрипки можно извлечь божественные звуки, которые будут радовать меломана, а можно ей же довести соседа до больничной койки с нервным срывом... В нашей жизни все не так однозначно, как многим бы этого хотелось. С алкоголем та же история, и сегодня я докажу вам, что алкоголь – это хорошо.

2. Скажите, друзья, а вы завтракали сегодня? Да? Замечательно. А вы знаете, что в нашей пище содержится большое количество углеводов? В кишечнике под действием микроорганизмов происходит их частичное брожение (ферментация), в результате образуется некоторое количество этилового спирта. Он просто необходим нам для нормальной жизнедеятельности, и сегодня передо мной стоит нереальная задача: доказать вам, что алкоголь – это хорошо.

Главный всегда тот, кто задает вопрос. Это закон коммуникации.

Кстати, не торопитесь с ответом. Пусть его дадут люди в аудитории. Слушателям приятно помогать, особенно если им это ничего не стоит.

Еще совет: задавайте вопрос дружелюбно, без высокомерия – дескать, вы-то не знаете, а я вас сейчас научу.

Шутка, анекдот

Опасный момент, как любят говорить спортивные комментаторы. К сожалению, не у всех есть чувство юмора. Но даже если у вашей аудитории есть, непонятно, какая шутка им понравится, а какая нет. То есть вам нужно самим иметь отличное чувство юмора, а еще чувство меры и понимание, пойдет или не пойдет шутка.

В общем, способ хороший, но только в умелых руках. Поэтому совет: возьмите проверенных сатириков и юмористов и сделайте ссылку на них.

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.