

АНТОН  
ВЕСЕЛОВ

ПЕРЕГОВОРЫ  
УБЕЖДЕНИЕ  
ВЛИЯНИЕ

# ПРИШЁЛ. СКАЗАЛ УБЕДИЛ

ДЛЯ ТЕХ,  
КТО ХОЧЕТ  
ГОВОРИТЬ УВЕРЕННО  
И УБЕЖДАТЬ

**Антон Веселов**  
**Пришел. Сказал. Убедил.**  
**Для тех, кто хочет говорить**  
**уверенно и убеждать**  
**Серия «Переговоры.**  
**Убеждение. Влияние»**

*Текст предоставлен правообладателем*  
*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=69445129](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69445129)*  
*Пришел. Сказал. Убедил. Для тех, кто хочет говорить уверенно и*  
*убеждать: Издательство АСТ; М.; 2023*  
*ISBN 978-5-17-155669-3*

**Аннотация**

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!

# Содержание

Отзывы	6
От автора	7
Вступление	10
Глава 1. Почему для речи важна структура	16
Части текста: задачи и состав	18
Конец ознакомительного фрагмента.	25

**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 труд<sup>1</sup> 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,

---

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

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 текста<sup>2</sup>. Как наука она сформировалась более двух тысяч лет назад. И по большому счету ничего нового с тех пор люди не придумали.**

У Юрия Олеши<sup>3</sup> был такой принцип: ни дня без строчки<sup>4</sup>. 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

---

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

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

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



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 древо жизни зеленеет...»? Эти слова Мефистофеля в риторике актуальны как нигде. Если вы будете просто читать книгу – она вам точно 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 гоюсь 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 выпендреза. 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 конкурент-

ным 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 тренингов, 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 пле-

чом 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 ес-

ли 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 ре-

агируют 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, зайдет или не зайдет 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.