

**ИРИНА
КОМАРОВА**

КАТЕРИНА РЫНДЫК- ИГОЛЬ

АРХИТЕКТУРА

КАК СОЗДАТЬ

— личный бренд

ИЗ СЛОВЕСНЫХ КИРПИЧИКОВ

РЕЧЬ

П
Р
Д
А
НИЕ И
КА ПУБЛ
и БРЕНД Ар
ННОСТЬ ИСТОРИ

ЛИЧНЫЙ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ
ОБЪЕДИНЕНИЯ
БРЕНД АРХИТЕКТУРЫ
ОБЪЕДИНЕНИЕ ИСКУССТВ
ОБЪЕДИНЕНИЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ
ОБЪЕДИНЕНИЕ ПОВТОРЕНИЙ

НЫЙ БРЕНД АРХИТЕКТУ.
 РЕДЛОЖЕНИ ИСКРЕННОС
 РИТОРИКА ПУБЛИЧНОЕ

ДЕНД АРХИТЕКТУРА ТЕЗИС ПРИМЕР П
ЕНИЕ ИСКРЕННОСТЬ ИСТОРИЯ РЕЧЬ РИ

ВЫСТУПЛЕНИЕ ЛИЧНЫМ БРЕНД АРХ ПРИМЕР ПОРТОР ПРЕПОЖЕНИИ

ТЬ ИСТОРИЯ СТРУКТУРА РЕЧЬ РИТОР
Е ВЫ' ПЛЕН' РЕНД' УИ

ИМЕР ПОВТОР
РЕЧИ РИТОРИ
ИСКРЕНН
ВЫСТУП

МОЖЕ! ПОКАРЕ!
РИКА ПУС ВИНС

ЛИТЕРАТУРА

ВСТУПЛЕНИЕ ЛИЧНЫМ БРЕНД АРХИТЕКТУРА ТЕЗИС ПРИНЦИП
ИСТОРИЯ РЕЧЬ РИТОРИКА ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ ЛИЧНОСТЬ
ЦИФРА ПОРТФОЛИО ПРЕПОДАВАНИЕ ИСКРЕННОСТЬ ИСТОРИЯ СТИЛИ

УПРАВЛЕНИЕ Личным брендом Архитектура Жизли Прин
История Речь Риторика Публичное выступление Лич

ПРИМЕР ПОВТОР ПРЕДЛОЖЕНИЕ ИСКРЕННОСТЬ ИСТОРИЯ С
ВЫСТУПЛЕНИЕ ЛИЧНЫЙ БРЕНД АРХИТЕКТУРА ТЕЗИС ПРИН
АТЛ ИО) ВКТОРИКА ДВЕ ЛИНИИ ВЫСТУПЛЕНИЕ ДИ

СЕРГЕЙ СЕРГЕЕВИЧ
СЕРГЕЕВ

ОРИЯ РЕЧЬ РИТОРИКА
ПОВТОР ПРЕ

ПУБЛИКАЦИИ И УЧАСТИЕ В
ИСКРЕННОСТЬ ИСТОРИЯ РЕЧЬ

TELEVISION'S FIRST
 EVER HUB TV
 CHANNEL

Нонфикшн Рунета

Катерина Рындык-Иголь

**Архитектура речи. Как
создать личный бренд из
словесных кирпичиков**

«Издательство АСТ»

2026

УДК 808.51
ББК 85.7

Рындык-Иголь К.

Архитектура речи. Как создать личный бренд из словесных кирпичиков / К. Рындык-Иголь — «Издательство АСТ», 2026 — (Нонфикшн Рунета)

ISBN 978-5-17-181281-2

Ирина Комарова и Катерина Рындык-Иголь — бизнес-тренеры, основатели школы деловой коммуникации «КвКубе». Работают в разных сферах экономики, помогая людям бизнеса решать словами сложные деловые задачи. Эта книга родилась на стыке двух искусств — риторики и архитектуры. «Архитектура речи» — для тех, кто хочет понять законы делового общения. А еще для тех, кому интересны драматичные истории о необычных зданиях и архитекторах. Авторы простым и доступным языком рассказывают о речевых приемах и техниках, помогающих строить свою речь так же, как здания, — красиво и убедительно. Вы узнаете, как «упаковывать» свои мысли, а возможно даже заберете небанальные приемы и техники для персонального речевого бренда. Эта книга поможет вам говорить уверенно и ярко, открывая перед вами красоту слова и его силу в мире бизнеса. В формате PDF A4 сохранен издательский макет книги.

УДК 808.51

ББК 85.7

ISBN 978-5-17-181281-2

© Рындык-Иголь К., 2026
© Издательство АСТ, 2026

Содержание

Вместо предисловия	6
Глава 1	7
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Ирина Комарова, Катерина Рындык-Иголь
Архитектура речи
Как создать личный бренд
из словесных кирпичиков

© Ирина Комарова, 2026

© Катерина Рындык-Иголь, 2026

© ООО Издательство «АСТ»

Вместо предисловия

Здравствуйте!

Вы держите в руках книгу, у которой два автора – **Ирина Комарова и Катерина Рындык-Иголь**.

Нашему бизнес-тандему 17 лет, за это время мы выпустили три книги. А для четвертой никак не могли найти емкий образ, чтобы наш предмет – **деловое общение** – можно было не только представить в целом, но и понять в деталях. Помогло нам общее хобби – искусство. Образ пришел из архитектуры!

В этой книге 10 историй про самые необычные здания мира идеально описывают речевые инструменты общения. Например, фасад дома – он первый бросается в глаза – можно сравнить с первой фразой выступления. Назначение здания – библиотека, квартира или склад – легко параллелится с целями разговора.

Чтобы архитектурные истории были достоверными и корректными, мы решили пригласить в команду эксперта. Представьте, очередное знакомство началось с вопроса:

– Почему вы выбрали самое **молчаливое** искусство? – спросила архитектурный критик Марина Игнатушко.

И пока мы думали, как бы получше объяснить, Марина ответила сама:

– Печа куча! Этот формат презентации придумали в 2003 году, в Токио. Правила просты: 20 слайдов по 20 секунд на каждый. Сколько выходит на выступление? 6 минут 40 секунд. Если идея действительно стоящая, то этого времени хватит. Не успел объяснить свою мысль – уходи со сцены!

Круто?! А теперь внимание: придумали печу кучу архитекторы Астрид Кляйн и Марк Дэйтем для других архитекторов. Они смогли объединить два языка – визуальный и вербальный. Вот вам и самое молчаливое искусство!

Нам эта идея очень понравилась. Так первая минута знакомства определила нашего консультанта по архитектуре – Марину Игнатушко.

В каждой главе этой книги мы будем развлекать вас историями об архитектуре и архитекторах. А заодно просто и понятно рассказывать о речевых приемах, которые помогут вам выстроить свою собственную «Архитектуру речи».

Итак, начинаем!

Глава 1

Небоскреб-поджигатель



Однажды в Лондоне решили воплотить амбициозный проект архитектора Рафаэля Виньоли: заменить отжившую свое многоэтажку 1960-х годов на огромный небоскреб с оригинальной вогнутой формой фасада – Walkie Talkie («портативная рация»). И когда стройка уже началась, вдруг выяснилось, что общественность не готова к такому радикальному изменению облика старинного квартала. Всё было, как положено в таких случаях, – протесты, пикеты, негативная пресса...

В результате количество этажей уменьшили, некоторые заявленные в проекте материалы заменили на более экономичные. Из-за этого или из-за ошибки в расчетах – сейчас сказать уже затруднительно – красивая задумка обернулась кошмаром: вогнутый фасад сработал как гигантская линза и буквально расплавил машины на ближайшей парковке, испортил плитку соседних домов, окна и жалюзи.

Скандал-скандалище, суды!.. Собственники машин потребовали огромные отступные. Точная сумма ущерба не разглашалась, но совокупные расходы на ремонт, компенсации, защитный экран для верхних этажей были оценены примерно в £10 млн. В 2013 году Walkie Talkie переименовали в «Рацию-поджигательницу» и выдали зданию обидную архитектурную антипремию «Кубок карбункула».

Справка

«Кубок карбункула» – ежегодная архитектурная антипремия в Великобритании. Ее вручают самому уродливому зданию в Соединенном Королевстве. Список номинантов выдвигает общественность, а решение принимают архитектурные критики.

Почему именно с этой грустной истории стартует наша книга? Этот дорогостоящий урок для архитекторов дает нам повод поговорить об ошибках в формулировках, которые могут привести к непредсказуемым последствиям.

В силе слова никого не нужно убеждать, но сегодня, когда любая фраза легко попадает в интернет, цена ошибки увеличивается многократно. И если лет пятьдесят назад скандал мог бы, как небольшой пожар, погаснуть сам, то сейчас горячее слово легко превращается в стихийное бедствие.

Мы расскажем о трех непродуманных, неудачных выступлениях. Ошибки были допущены при подготовке выступления или при импровизации (как в случае со злосчастной «Рацией»).

1. В 2010 году в российском офисе компании SAP один из топов заявил на деловом приеме: «Сто первых клиентов, обратившихся в офис компании, получают наше программное обеспечение X бесплатно». Допускаем, что он ничего плохого не имел в виду. В его оправдание скажем, что человек работал в ранге Генерального всего неделю. Но в бизнесе нельзя отдавать бесплатно то, что стоит три ведра денег! Пресс-служба сутки стояла на ушах и нашла выход. Что придумали ее сотрудники? Они не стали опровергать своего руководителя, а заявили: «Мы действительно поставим наш продукт X бесплатно тем, кто купит еще и продукт Y». Понятно, что продукт Y был в разы дороже и желающих его купить не нашлось. Так из-за неудачной импровизации чуть не пострадала репутация компании.

2. Компания Н&М выпустила толстовку с надписью: «Самая забавная обезьянка в джунглях». И все бы ничего, если бы при этом на сайте компании не разместили рекламу: в толстовке сфотографировали темнокожего мальчишку. Хотели маркетологи магазина хайпануть на горячей теме или просто не подумали о последствиях? Мнения

покупателей о дизайне разделились. Кто-то писал: «Я вижу маленького мальчика, и я вижу надпись на толстовке. Я это никак не связываю и ничего плохого в этом не вижу». Но тех, кто посчитал, что это отвратительная расистская выходка, было больше. Эти люди демонстративно перестали покупать товары фирмы. Пострадала не только репутация компании, но и финансы: прибыль в 2018 году упала на 44 %. И это было самое большое финансовое падение H&M за последние 20 лет.

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.