

УБЕДИ МЕНЯ, ЕСЛИ СМОЖЕШЬ

ДЖЕЙ ХЕЙНРИКС

*Приемы успешных переговоров
от Фрейда до Трампа*

Annotation

Мастер-класс в искусстве убеждения от лучших мировых ораторов: от Барта Симпсона до Уинстона Черчилля (обновленная версия). Проверенные временем секреты, современные речевые технологии, широкий выбор убедительных трюков – «Уловка Эдди Хаскелла», «Парадигма Белуши», «Секретная тайна Сталина» и «Техника Йода» – все к вашим услугам! Остроумное чтение для по-настоящему просвещенных людей научит вас владеть «оружием убеждения» всякий раз, когда вам это понадобится.

- [Джей Хейнрикс](#)
 -
 - [СЕКРЕТЫ УСПЕШНЫХ ПЕРЕГОВОРОВ](#)
 - [Предисловие](#)
 - [Предисловие к новому изданию](#)
 - [Начало](#)
 - [Глава 1](#)
 - [Личный рассказ об убеждении, не встречающем отпора](#)
 - [Как «Матрица», но круче](#)
 - [О да, детка, не останавливайся](#)
 - [Так птицы делают...](#)
 - [Нападение](#)
 - [Глава 2](#)
 - [Меняйте настрой, сознание и готовность к действию своих слушателей](#)
 - [Как соблазнить копа](#)
 - [Как манипулировать любимым человеком](#)
 - [Диета соблазнения](#)
 - [Средства](#)
 - [Глава 3](#)
 - [Три базовые проблемы риторики связаны со временем](#)
 - [Неплохое чутьё Энни](#)
 - [Девушка против индейки](#)

- Средства
- Глава 4
 - Необычайно триумфальное искусство приемлемости
 - Большая тройка Аристотеля
 - Логос: используйте логику присутствующих
 - Пафос: начните с настроения аудитории
 - Средства
- Глава 5
 - Приемлемая часть этоса
 - Советы по одежде от Капитана Кенгуру
 - Баскетбольный декорум в Афганистане
 - Средства
- Глава 6
 - Обращение образа в средство убеждения
 - Безупречная добродетельность Дональда Трампа
 - ПРИЁМ ЭДДИ ХАСКЕЛЛА
 - СРЕДСТВА
- Глава 7
 - Тактика практической мудрости в ее риторическом проявлении
 - Средства
- Глава 8
 - Использование бескорыстности в личных целях
 - Как Блутто стал сенатором США
 - Бесстыжий трюк честного Эйба
 - Средства
- Глава 9
 - Самые убедительные эмоции к вашим услугам
 - Патетичная шутка Мэтта Дэймона
 - Как Уэбстер довёл главного судью до слёз
 - Иные формы игры на эмоциях
 - Старая добрая ностальгия
 - Выразите это через цветочную порнографию
 - Средства
- Глава 10
 - Трансформация гнева в восприимчивость
 - Гомер против мыслителя

- [Прекратите, герр Фрейд, вы меня так убьёте](#)
 - [Дай мне пинка в зад, или я буду шутить](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 11](#)
 - [Как использовать точку зрения вашей аудитории](#)
 - [Разбор хороших фраз-клише](#)
 - [У нас тут общие места в Ривер-сити](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 12](#)
 - [Как обернуть проблему в свою пользу](#)
 - [Ядерные общие места](#)
 - [Выбраться из серьёзной неприятности](#)
 - [«Облагай налогом и трать» и другие ярлыки](#)
 - [Моё слово против их слов](#)
 - [Займите позицию](#)
 - [Теперь перемените время](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 13](#)
 - [Сократ и спорткары](#)
 - [Моцарт соблазняет преисподнюю](#)
 - [Средства](#)
- [Оборона](#)
 - [Глава 14](#)
 - [Способы использования логики в качестве щита](#)
 - [Первый смертный грех: ложное сравнение](#)
 - [Второй смертный грех: плохой пример](#)
 - [Третий смертный грех: невежество как доказательство](#)
 - [Четвёртый смертный грех: тавтология](#)
 - [Пятый смертный грех: ложный выбор](#)
 - [Шестой смертный грех: увиливание](#)
 - [Седьмой смертный грех: неверное завершение](#)
 - [Средства](#)
 - [Глава 15](#)
 - [Различные коварные ловушки, которые портят аргументы](#)

- [Славная никсоновская риторика](#)
 - [Спока в президенты](#)
 - [Нарушение: неверное время](#)
 - [Нарушение: «правильный» способ](#)
 - [Нарушение: пять хороших причин](#)
 - [Нарушение: подобие правды](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 16](#)
 - [Используйте этос, чтобы распознать манипуляцию](#)
 - [Сердечное желание мамы](#)
 - [Продавец, лежащий где-то посередине](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 17](#)
 - [Оборонительные средства практической мудрости](#)
 - [Правильные люди](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 18](#)
 - [Разрушительная сила приемлемости](#)
 - [Техника Эми Шумер](#)
 - [Политический дядя](#)
 - [Любите как философ](#)
 - [Средства](#)
- [Продвинутая оборона](#)
 - [Глава 19](#)
 - [Фигуры речи и прочие заготовленные хитрости](#)
 - [Эти умники греки](#)
 - [И бог сказал, в переносном смысле...](#)
 - [Берите клише и выворачивайте](#)
 - [Техника Йоды](#)
 - [Как Черчилль поймал ритм](#)
 - [Скажите одновременно и «да», и «нет»](#)
 - [Мы не недовольны](#)
 - [Положительные свойства слов-паразитов](#)
 - [Средства](#)
 - [Глава 20](#)
 - [Откройте силу тропов, способную менять сознание](#)
 - [Метонимия: выпейте изображение](#)

- [Синекдоха: не будьте такой кхалиси](#)
 - [Гипербола: от кротовин до луны](#)
 - [Профанация: как завалить экзамен в Хогвартсе](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 21](#)
 - [Используйте слова для того, чтобы собрать вокруг себя группу людей](#)
 - [Я хочу быть прям как ты](#)
 - [Слышать своё видение](#)
 - [Избегайте чудовищ](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 22](#)
 - [Самое магнетическое средство искусства убеждения: идентичность](#)
 - [Ловля кода](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 23](#)
 - [Используйте такие средства, которые более эффективны, чем слова извинения](#)
 - [Как украсть вулкан](#)
 - [Картограф, картограф, скопируй мне приложение](#)
 - [Провальное воспитание детей](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 24](#)
 - [Обнаруживайте и используйте самые убедительные моменты](#)
 - [Когда общее место встаёт и уходит](#)
 - [Дождитесь момента, когда они загорятся](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 25](#)
 - [Как правильная среда может помочь вам донести свои мысли до адресата](#)
 - [Чутьё на убеждение](#)
 - [Логический телефон](#)
 - [Средства](#)
- [Продвинутое согласие](#)
 - [Глава 26](#)

- [Пять канонов убеждения по Цицерону.](#)
- [Изобретение](#)
- [Распределение](#)
- [Стиль](#)
- [Память](#)
- [подача](#)
- [А с конференцией TED это сработает?](#)
- [Средства](#)
- [Глава 27](#)
 - [Украдите трюки успешных ораторов](#)
 - [Скопируйте план Цицерона](#)
 - [Дышите как Дональд](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 28](#)
 - [Письменные труды, меняющие мир](#)
 - [Этос. Высмейте это](#)
 - [Пафос: сейте любовь](#)
 - [Логос: проберитесь к ним в голову.](#)
 - [Сведите это вместе в эссе для поступления в колледж](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 29](#)
 - [Средства для любых ситуаций](#)
 - [Как правильно подлизываться](#)
 - [Как Джордж Герберт Уокер Буш стал президентом](#)
 - [Руководство книжным клубом](#)
 - [Очаруйте капиталистов и всяких негодяев](#)
 - [Средства](#)
- [Глава 30](#)
 - [Спор, ведущийся ради спора](#)
 - [Мой большой риторический Джонс](#)
 - [Продолжение дела Цицерона](#)
 - [Хорошую риторику не задавишь](#)
 - [Великая привлекательность](#)
 - [Поблагодарите детей за то, что они спорят](#)
- [Приложения](#)
 - [Приложение I](#)

- -
 - [Практикуйте привычки](#)
 - [Проверьте свои знания](#)
 - [Экспериментируйте колкие ответы](#)
 - [Приложение II](#)
 - [Приложение III](#)
 - [Приложение IV](#)
 - [Приложение V](#)
 - [Благодарности](#)
 -
 - [notes](#)
 - [1](#)
 - [2](#)
 - [3](#)
 - [4](#)
 - [5](#)
 - [6](#)
 - [7](#)
 - [8](#)
 - [9](#)
 - [10](#)
 - [11](#)
 - [12](#)
-

Джей Хейнрикс
Убеди меня, если сможешь
Приемы успешных переговоров от
Фрейда до Трампа

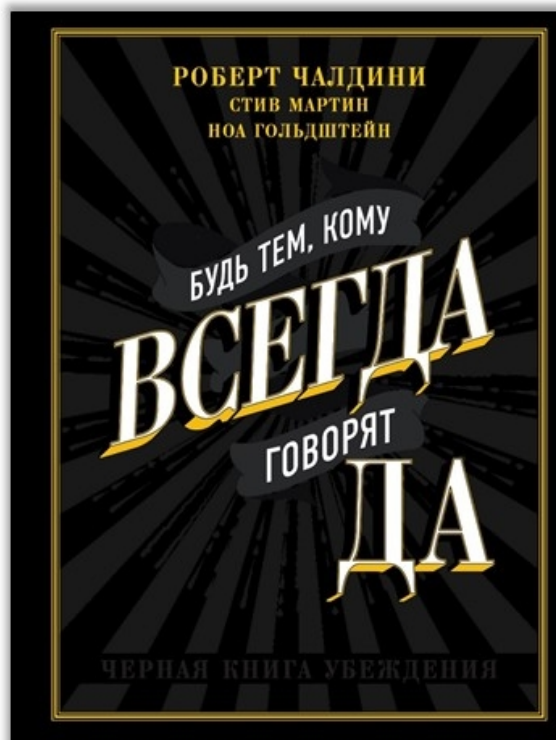
Посвящается Дороти-младшей и Джорджу. Вы победили

© Соков В.Ю., перевод на русский язык, 2019

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2019

* * *

СЕКРЕТЫ УСПЕШНЫХ ПЕРЕГОВОРОВ



Будь тем, кому всегда говорят ДА. Черная книга убеждения

Что вы чувствуете, когда в ответ на свою просьбу слышите «нет»? Грусть. Обиду. Разочарование. Согласитесь, гораздо приятнее, когда окружающие идут вам навстречу и отвечают «да». Хотите, чтобы люди прислушивались к вам и чаще соглашались? Авторы этой книги, эксперты в области убеждения и влияния, доказывают, что убедительности и авторитетности можно обучиться! Эта книга – продолжение бестселлера Роберта Чалдини «Психология влияния». Читайте руководство по эффективному общению и пусть мир скажет вам «да!».

Гений коммуникации. Искусство притягивать людей и превращать их в своих союзников

Чтобы преуспеть в жизни, недостаточно быть самым агрессивным, напористым и амбициозным. Напротив, сегодняшние победители – это те, кто стремится понять окружающих и выстроить с ними эффективную коммуникацию. Дейв Керпен предлагает освоить 11 простых навыков общения, чтобы успех сопутствовал вам во всех сферах жизни!

Переговоры с монстрами. Как договориться с сильными мира сего

Как перестать бояться «монстров» – руководителей, чиновников или гуру бизнеса, и грамотно вести с ними переговоры? В своей книге Игорь Рызов раскрывает многие возможные сценарии и даёт действенные техники общения, следуя которым, вы научитесь удачно завершать сделки на условиях двойного выигрыша.

А я тебя «нет». Как не бояться отказов и идти напролом к своей цели

Вы можете добиться чего угодно, если не будете стесняться задавать вопросы! И эта книга поможет вам перестать бояться быть отвергнутым. История предпринимателя Джиа Джианга, который 100 дней обращался к окружающим с самыми безумными просьбами и стал символом борьбы со страхом отказа.

Предисловие

Пожалуй, не так уж много сыщется на земле людей, которые могут сказать, что Джон Куинси Адамс изменил их жизнь. Те, кто всё же может так сказать, достаточно умны, чтобы держать это сведение при себе. Мои друзья говорят мне, что и мне не стоит писать о моей страсти к риторике, трёхтысячелетнему искусству убеждения.

Джон Куинси Адамс изменил мою жизнь, представив мне риторiku.

Извините.

Много лет назад я бесцельно бродил по библиотеке Дартмутского колледжа, перебирая случайным образом книги, и в дальнем углу рядов я увидел большой раздел, посвящённый риторике – искусству убеждения. На уровне моих глаз стоял пыльный бордовый том авторства Адамса. Я открыл его и словно бы очутился в раю. Я держал в руках сокровище.

В томе были приведены лекции по риторике, которые Адамс читал студентам Гарвардского университета с 1805 по 1809 год, когда он был сенатором Соединённых Штатов, периодически перемещавшимся между Массачусетсом и Вашингтоном. На своих первых занятиях этот пузатый тридцативосьмилетний лектор с признаками начинающего облысения призывал своих заворожённых молодых слушателей, чтобы те почерпнули «неизъяснимое богатство древнего наследия античного ораторского искусства, которое способно подчинить себе разум слушателей и даже предоставить бразды правления государством тому, кто этим богатством овладеет». Мне это больше напоминало гипноз, чем политику, что выглядело довольно круто и чем-то напоминало фильм «Маньчжурский кандидат».

В продолжение последующих лет, когда я читал про риторiku всё, что только мог, я пришёл к осознанию одной истины: язык Адамса казался античным, но те силы, которые он описывал, вовсе не казались чем-то древним и неактуальным. Риторика – это не просто искусство изящно говорить, это больше, чем «использование слов... для оказания влияния или убеждения», как её описывает Словарь Уэбстера. Риторика, помимо прочего, учит нас спорить, не проявляя злобы. Ещё

она открывает доступ к каналу такой социальной силы, о существовании которой я прежде не знал.

Можно сказать, что риторика заговорила меня.

Предисловие к новому изданию

Когда я начал писать эту книгу с десяток лет назад, моя жена думала, что из меня наконец начала выходить эта риторическая зараза. Увы. С тех пор риторика стала частью меня. Я углубляю свои познания в этой области каждый день: в Skype-звонках со студентами, во время лекций в различных учебных заведениях и в процессе моей консультационной работы. И главное – моё странное увлечение риторикой оказалось по-настоящему полезным. Книга «Спасибо, что спорите» была переведена на 11 языков. Она вошла в стандартную программу углублённых курсов английского языка в старшей школе, её изучают в тысячах колледжей и юридических школ – благодаря этому газета *New York Times* назвала её бестселлером в области образования.

Полезность, впрочем, заключается не в этом. Я вижу, как риторика проникает в жизни ярких представителей молодого поколения, и это даёт мне надежду, что будущее нашего далёкого от совершенства общества будет лучше, чем настоящее. В эпоху продажных СМИ, грязной политики, безликого общества и пустого образования риторика даёт реальный шанс вырваться из этой ямы. Ну, или она показывает, как вернуться к продуктивным диалогам, благодаря которым была создана капиталистическая демократия.

Да и даже моя собственная семья считает, что риторика полезна в жизни. Выдержав мои риторические разглагольствования, продолжавшиеся в течение всего их детства, мои дети сейчас сами стали завзятыми риториками. Хотя на протяжении большей части этой книги они остаются подростками, сейчас они уже являются полноценными членами общества с осмысленными и оформленными взглядами на вещи. Дороти-младшая, работающая медсестрой в вашингтонской больнице, ухаживает за пациентами, перенёвшими операцию по трансплантации органов. Джордж преподаёт историю в старшей школе в городе Сан-Валли в штате Айдахо. Он также ведёт специальный курс по аргументации, в котором он руководствуется этой книгой. Мои дети знают, как спорить, не проявляя злобы. Моей жене, Дороти-старшей, навык убеждения пригождается в её деятельности в медицинской школе и крупном медицинском центре, где она фактически руководит фандрайзингом.

Читатели, я думаю, тоже не остались в проигрыше. Мне необыкновенно приятно узнавать от своих читателей, что те применяют средства, которые я привожу в этой книге. Они часто просят меня рассказать о моих любимых риторических приёмах. Могу сказать, что с недавнего времени я всё чаще стал использовать метод согласия – практику, предполагающую, собственно, согласие с мнением оппонента. Это средство разряжает напряжение лучше, чем любое другое.

Читатели и педагоги просили поделиться советом, касающимся практических навыков, которые могут помочь, например, во взаимодействии с грубым человеком или в написании эссе. В это издание включены две новых главы, посвящённые обоим примерам, а также одна глава, в которой раскрывается тайна тропов – необычных приспособлений, способных выстраивать целые миры, обогащающих поэзию и манипулирующих мнениями голосующих.

Я убрал из этого издания все устаревшие отсылки к поп-культуре, но всё, что касается «Симпсонов», оставил. Я считаю, что не существует более яркого примера логических несовершенств – просто потому, что весь сериал завязан на искривлении логики.

Во время работы над рукописью этой книги я наблюдал поразительный политический рост Дональда Трампа. Многие голосующие уважали прямолинейность и бескомпромиссность его политической риторики. Предвыборная кампания Трампа 2016 года дала мне возможность наглядно изобразить один из интереснейших трюков ораторского искусства – «точку». Трамп мастерски им владеет.

Наконец, в конце книги вы найдёте расширенный набор упражнений, размещённый в разделе «Лаборатория аргументов». Эти упражнения – результат коллаборации с выдающимся специалистом по риторике по имени Дэвид Лэндис, преподающим в Американском университете в Дубае. Под его руководством было проведено бесчисленное множество мастер-классов и лекций по всему миру. В этом разделе вы сможете увидеть наши задачи и упражнения. На сайте ArgueLab.com вы можете найти наши видеозаписи и текстовые посты. На заметку преподавателям: Дэвид написал пособие по преподаванию по этой книге, бесплатно распространяемое издательством Random House. Чтобы узнать, как заказать копию пособия, перейдите по ссылке «Для преподавателей» на сайте ArgueLab.com.

Дэвид преподаёт риторику в духе нашего времени. В то время как многие ставят под сомнение благородство этого манипуляционного искусства, он показывает, что риторика может сплотить нас так, как не может ни одна другая дисциплина. «Она даёт силу обессиленным, лечит раненых и восстанавливает отношения», – говорит он.

Вообще говоря, хотя риторика и помогает воспитать самых изощёренных спорщиков, большая её часть никак не связана с победами. «Мотиваций для спора настолько же много, насколько много таких ситуаций, – говорит Дэвид. – Многим людям просто нужно быть услышанными без осуждения. Другим важно чувство сопричастности. Третьи вынужденно изображают твёрдость убеждений».

Тут-то и приходит на помощь риторика. Она помогает проникнуть в глубину силы слов и увидеть причины, стоящие за ними. Эффективное убеждение требует прочтения мнений, надежд, ценностей и эмоций ваших слушателей. Вы можете делать это цинически. Вы можете использовать риторику в целях донесения своего мнения до сведения других или даже для того, чтобы изменить мир. Но чаще всего цель – «это люди, а не идеи», как говорит Дэвид.

Риторика может быть (и часто таковою и является) разрушительной силой. Одного этого уже достаточно, чтобы начать изучать её, если вам не интересна защита от её манипуляций. Риторика также таит в себе самую целительную силу из всех, что я знаю. Я искренне верю, что она способна спасти нашу цивилизацию.

Начало

Concordia discors.
Согласие противоречий.

ГОРАЦИЙ

Глава 1

Разуйте глаза

Невидимый спор

Истина рождается в дружеском споре.

Дэвид Юм

Личный рассказ об убеждении, не встречающем отпора

Раннее утро. Мой семнадцатилетний сын ест завтрак, давая мне короткое время, чтобы воспользоваться нашей единственной ванной. Я закручиваю полотенце на поясице и подхожу к раковине, избегая неприятного зрелища в зеркале: будучи писателем, я не должен бриться каждый день. (Маркетологи отчаянно называют таких потребителей, как я, «не следящими за собой».) Однако у меня есть стандарты, и одним из них является гигиена. Я беру зубную щётку и зубную пасту. Тюбик пуст. Ближайший полный тюбик лежит на полке в нашем ледяном подвале, для которого я не одет подобающе.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ВСТРЕЧИ

Ответьте кому-нибудь, кто выражает сомнение в вашей идее, чем-нибудь вроде «Ладно, давайте исправим». Далее направляйте спор так, чтобы он вращался вокруг вашей идеи, как если бы группа уже приняла её. Этот ход является формой согласия – риторической тактики, предполагающей использование действий оппонента в собственных интересах.

– Джордж! – кричу я. – Кто выдавил всю пасту?

Из-за двери мне отвечает саркастический голос.

– Дело же не в этом, а, пап? – спрашивает меня Джордж. – Дело в том, как мы собираемся впредь не допускать такого.

Он подловил меня. Я бесконечное множество раз рассказывал ему, что самые продуктивные аргументы опираются на будущее время – то

есть строятся на языке выборов и решений.

– Ты прав, – говорю ему я. – Ты победил. А теперь можешь принести мне зубную пасту?

– Конечно. – И Джордж со счастливым видом приносит мне тюбик, радуясь тому, что он победил отца в споре.

А победил ли? Кто в конце концов получил то, что хотел? В действительности, признав его правоту, я убедил его. Если бы я сказал просто: «Не вредничай и тащи пасту», то Джордж, скорее всего, вспыхнул бы и ничего бы так и не принёс. Вместо этого я дал ему почувствовать триумф; триумф задобрил его, а я получил то, что мне нужно. Я покорила вершину убеждения: не просто сделал то, благодаря чему достигается согласие, но то, с помощью чего можно заставить аудиторию (в моём случае аудиторией был один подросток) делать по моему.

Нет, Джордж, победил я.

Как «Матрица», но круче

Кем надо быть, чтобы манипулировать своим собственным сыном? Впрочем, давайте не будем это так называть. Назовём это *инструкцией*. Родителям вообще следует рассматривать риторику, искусство споров как одну из необходимых практик. Риторика – это искусство влияния, дружбы, красноречия, искусство ловкого остроумия и неопровержимой логики. Она черпает свою силу из одного из самых мощных источников социальной энергии – из спора.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

Синкрисис (Synchrisis) – полное преобразование спора путём изменения его определения. «Не манипуляция – инструкция». Позже вам будет представлена целая глава, посвящённая риторическим фигурам. В конце книги вы также найдёте глоссарий.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Думаю, абсолютно справедливым будет раскрывать вам мои риторические игральные карты – предупредить вас, когда я прибегаю к специальным приспособлениям, чтобы убедить вас. Аналогия с фильмом «Матрица» – это больше

чем отсылка к поп-культуре; она апеллирует к убеждению читателя в том, что современное существование определяется многочисленными скрытыми процессами, проходящими во множестве областей: от компьютерных программ до квантовой физики. Риторика называет эту общность во мнениях «общими местами»; как вы увидите, это один из столпов, на которых стоит искусство убеждения.

Чувствуете вы это или нет, но спор окружает вас. Он играет вашими эмоциями, меняет ваше отношение к чему-то, склоняет вас к принятию того или иного решения и подбивает вас к приобретению той или иной вещи. За политическими ярлыками, за рекламой, жаргоном, голосами, жестами и угрызениями совести стоит спор; он формирует мир «Матрицы» в нашем, реальном мире, он является верховной программой, регулирующей работу нашей социальной жизни. Риторика выступает как декодер спора. Обучая нас трюкам, которые мы используем, чтобы убеждать друг друга, искусство убеждения раскрывает Матрицу во всей её манипуляционной красе.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Здесь я резко перебрасываю вас от Уэбстера к фильму «Зверинец» не только для того, чтобы инкапсулировать вырождение риторики, но также для того, чтобы вы бессознательно встали на мою сторону. Кого вы поддерживаете: Уэбстера или Джона Белуши? Термин, описывающий это любопытное сплетение контрастирующих мыслей, – *антитеза*. Его можно понимать как «противоположную идею».

Античные писатели считали риторику главным навыком лидера. Это знание так высоко ценилось, что они поместили его в самый центр своего высшего образования. Оно учило их говорить и писать убедительно, всегда иметь что сказать по любому поводу и располагать к себе людей своими речами. Изобретённая древними греками риторика помогла создать первые в истории демократические государства. Она воспитала таких великих римских ораторов, как Юлий Цезарь и Марк Туллий Цицерон, и дала Библии её изысканный язык. Она даже вдохновила Уильяма Шекспира. Все основатели Америки изучали

риторику и руководствовались её принципами в написании Конституции.

В девятнадцатом веке имел место закат риторики в академическом сообществе, обусловленный установкой социологов на то, что отдельно взятый индивид не в силах противостоять неумолимой силе истории. И правда: зачем обучать лидерству, когда учёные в само лидерство вовсе не верят? В тот же период английская литература низвергла с пьедестала литературу античную, в результате чего последняя вышла из моды. Тем не менее некоторые выдающиеся люди продолжали изучать это искусство. Дэниел Уэбстер познакомился с риторикой в Дартмутском колледже, когда он вступил в местное общество дебатов под названием «Единое братство», располагавшее впечатляющей классической библиотекой и проводившее дебаты каждую неделю. Много лет спустя клуб изменил своё имя на «Альфа Дельта» и проложил себе дорогу к бессмертию, став источником вдохновения для фильма «Зверинец». Должен заметить, братья не разрывали связей со своими античными корнями – чего стоят хотя бы вечеринки в античном стиле «тога-пати», изображённые в вышеуказанном фильме.

В отдельных колледжах и университетах всё ещё преподаётся риторика (да и вообще она стремительно приобретает всё большую популярность среди студентов), но, к сожалению, за пределами научного мира она уже практически не существует. Это ужасная утрата. Представьте себе, как вы набредаете на теорию тяготения Ньютона и вслед за этим встречаетесь лицом к лицу с силами, лежащими в основе самой Вселенной. Или то, как вы впервые встречаетесь с трудами Фрейда и внезапно обретаете понимание области бессознательного, в пределах которой идёт тихая борьба вашей идентификации, вашего эго и вашего суперэго.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Древние римляне начали использовать приём «но постойте, это ещё не всё!» ещё за пару тысячелетий до того, как это начали делать в информационной рекламе. Они дали этому приёму дивное название – *dirimens copulation*, – которое можно интерпретировать как «резкое вкрапление». Это форма *гиперболизации* – одной из основных

риторических тактик, предполагающих увеличение громкости разговора. Во время презентации вы можете усилить свою речь путём наложения различных её элементов один на другой: «Помимо этого у нас ещё есть...»

Именно по этой причине я и написал эту книгу: чтобы препроводить вас в этот малоизвестный мир споров и обратить вас в участников Братии Убеждения. В процессе вы расширите свои воззрения, узнав о трёх качествах лидера, по Аристотелю: добродетельность, благожелательность и практическая мудрость. Вы научитесь использовать логику как инструмент убеждения, способный как разбивать вдребезги логические ошибки, так и строить твердокаменные суждения. Принципы Аристотеля помогут вам разобраться, какой канал – СМС? звонок по телефону? воздушная надпись самолётом из дыма? – лучше всего подходит для передачи тех или иных сообщений. Вы откроете для себя простую стратегию вытягивания спора даже из такой ситуации, когда он стопорится из-за раздражения его участников и обвинения ими друг друга.

И это только начало. По последующим страницам разбросано более сотни специальных «средств спора», позаимствованных из древних текстов и адаптированных к современным реалиям; также далее вы сможете увидеть возможные варианты применения этих техник у себя дома, в школе, на работе или в ином сообществе, в котором вы состоите. Вы увидите, где вернее всего действует логика, а где лучше пустить в ход эмоциональную стратегию. Вы усвоите многие риторические фигуры, способные изменять сознание, в том числе энтимему Аристотеля – интересный логический комплекс, который мне легче использовать, чем выговаривать. Вы узнаете, как можно извлечь пользу из собственных оплошностей. Вы научитесь выявлять самые изумительные средства в своей же аудитории.

К концу этой книги вы будете мастерски владеть риторическими трюками, с помощью которых сможете пробудить у своей аудитории жадный интерес к вашим словам. Хорошая речь до сих пор высоко ценится; профессионалы этого дела берут за свои выступления больше, чем Брюс Спрингстин берёт за свои концерты. Я отвёл целую главу элегантному пятиступенчатому методу конструирования речи Цицерона (эти ступени: первичное мысленное представление, упорядочивание, корректирование стиля, запоминание и донесение до слушателя) –

системы, которой руководствовались лучшие ораторы последних двух тысяч лет.

Однако блестящий спор вовсе не требует произнесения высокодетализированной и изящной речи. Наиболее талантливый ритор склонен маскировать своё искусство. Так что я открою специальное риторическое приспособление, позволяющее внедрять мысли в сознание людей посредством простой речевой ловкости.

Помимо практической пользы риторика приносит также пользу гораздо более весомую, метафизическую, если угодно: она даёт вам принципиально новый взгляд на человеческую сущность. После того как она разъяснит вам все частности и тонкости споров, ваш мир уже никогда не будет прежним.

Я сам живое тому доказательство.

О да, детка, не останавливайся

Дабы убедиться в том, насколько на самом деле всепроникающим является спор, я недавно попробовал провести целый день без какого-либо убеждения кого бы то ни было – день без рекламы, политики, семейных разборок и вообще любых психологических манипуляций. Никто ни в чём не убеждает меня, и я никому ничего не пытаюсь внушить. Да, чёрт возьми, я даже самому себе не позволял убеждаться. Никто – даже я – не может мне говорить, что делать.

Если кто-либо подходил для такого эксперимента, так это такой законченный отшельник, как я. Я работаю на себя; в самом деле, забросив карьеру в области журналистики и издательства, я стал работать *сам по себе*, в будке, которая находится на приличном расстоянии от моего дома. Я живу в крохотной деревне на севере Новой Англии, региона, славящегося самыми устойчивыми к убеждению людьми на планете. Промоутеры видят по ночам кошмары с такими людьми, как я: ни телевизора, ни смартфона, ни Интернета. Я свободен от всего коммерческого, я ходячая некоммерческая организация, сам себе человек, человек, не зависящий ни от чьего мнения и ни от какого влияния.

Если бы.

Будильник на моих ручных часах звенит в шесть утра. Обычно я использую их, чтобы заставить себя подняться с кровати, но в этот раз я

их игнорирую. Я смотрю на потолок. Датчик задымлённости успокаивающе мигает. Если бы он зафиксировал дым, он бы *забил тревогу*, которой бы он непременно разрушил даже самый крепкий сон. Философ по имени Аристотель отнёсся бы к риторике датчика задымлённости одобрительно; он прекрасно понимал убедительную силу эмоции.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, КОГДА ПРЕДЛАГАЕТЕ ЧТО-ЛИБО

Если ваша идея раньше где-либо использовалась, то попробуйте описать своим слушателям её успех в мелких деталях, как если бы это был успех самих слушателей. Покажите, как много навыков и ресурсов, по вашему плану, направляется в эту идею. После можете попробовать использовать какую-нибудь из ваших любимых фраз-клише, скажем, «Это беспроигрышный вариант».

На данный момент моему датчику нечего сказать. В отличие от моей кошки. Она запрыгивает на кровать и тыкается носом мне в подмышку. Этот пятикилограммовый мешок шерсти настолько же надёжен, как мои часы, и к тому же в два раза более назойлив, чем они. Вместо слов она оперирует языком жестов и интонаций – сильнодействующих ингредиентов спора.

Я стоически сопротивляюсь. Никакая кошка не властна надо мной этим утром.

Часы снова пищат. Я ношу часы Timex Ironman, имя которых происходит от названия одного жесточайшего атлетического мероприятия. Если эти часы работают у мазохиста, подвергающего их трёхкилометровому сплаву, паре сотен километров велосипедной езды и сорока двум километрам бега за один день, то они точно будут работать у такого человека, как я, который проводит свой обеденный перерыв, прогуливаясь к близлежащему ручью, чтобы посмотреть, нет ли там рыбы. Древние римляне охарактеризовали бы лейтмотив Ironman как *argumentum a fortiori*, «довод, убедительный тем более». Логика такова: если что-то работает в суровых условиях, то в благоприятных условиях оно будет работать и подавно. Маркетологи высоко ценят этот «довод, убедительный тем более». Несколько лет назад компания – производитель хлопьев Life запустила рекламную

кампанию с участием маленького капризного Майки. Двое его старших братьев проверяли на нём хлопья, решив, что если Майки станет их есть, то и любой другой человек от них не откажется. И эти хлопья понравились ему! Вот вам и реклама хлопьев, построенная на принципе *argumentum a fortiori*. Однако этот «довод, убедительный тем более», с которым можно связать мои часы Ironman, для меня особой роли не играл. Я их купил просто потому, что мне это казалось практичным. Не забываем: я устойчив к пронкам маркетологов.

ПОВТОРЯЙТЕ ЭТО ДОМА

Если вас приводит в ужас мысль о манипуляции своими близкими, то попробуйте воспользоваться чистой логикой: никаких эмоций, никаких скрытых тактик, никаких упоминаний вашего авторитета или жертвования. Попробуйте провести на такой волне один целый день, и вы удивлённо обнаружите нагнетание напряжения в вашей семье. Можете снять её какой-нибудь любезностью или мягкостью.

Этот писк сводит меня с ума. Я ещё не проснулся, а уже скидываю мысленно эмоциональное воздействие кошки и датчика задымлённости, попутно размышляя о «доводе, убедительном тем более», который связан с моими часами. Поднявшись с постели, я говорю зеркалу ту же фразу, что я говорю ему каждый день: «Ни на кого не обращай внимания».

СОВЕТЫ ОТ ДРЕВНИХ ЛЮДЕЙ, КОГДА ПРАВОСУДИЕ НЕ БЫЛО СЛЕПЫМ

Аристотель говорил, что эмоции мешают логике. Знаменитый римский оратор доказал это, воспользовавшись стратегической порнографией, чтобы защитить знаменитую красавицу, жрицу Святилища Афродиты, уличаемую в проституции. Когда разбирательство пошло совсем дурно, оратор попросил девушку встать посреди римского форума и затем, когда она выполнила его просьбу, сорвал с неё одежду. Это сработало. Судьи (все мужчины) не устояли перед красотой этой представительницы богини любви и оправдали её. Та же самая техника помогла Шерон Стоун избежать наказания за убийство в фильме «Основной инстинкт».

Кошка кусает мою пятку. Я беру своё полотенце и иду готовить ей завтрак. Через пять минут я обнаруживаю отсутствие зубной пасты и ввязываюсь в спор со своим сыном. Не самое лучшее начало для моего эксперимента, но я посчитаю это тем, что учёные эвфемистически называют «артефактом» (перевод: идиотская ошибка), и продолжу делать своё дело. Я варю себе кофе, беру ручку и начинаю нарочито писать в блокнот. В литературном смысле это несёт мало пользы – я едва могу читать свои записи, сделанные до кофе, – но зато этот жест приносит очень неплохие риторические результаты: когда моя жена видит, что я что-нибудь пишу, она часто приносит мне завтрак.

Это я, получается, только что нарушил ход собственного эксперимента, что ли? Я откладываю блокнот и начинаю писать список покупок. Вот. Это можно считать за письмо.

Когда я уволился, Дороти вернулась на работу. Договор был таков, что я должен был взять на себя готовку, но ей всё же нравится видеть своего супруга как вдохновенного писателя, а себя – как его любимую помощницу. Моя жена – это настоящее чудо, и такие вот чудеса обычно очень любят вдохновенных писателей. Конечно, очень может быть и так, что это *она* убеждает *меня*: ведя себя как чудо, обожающее вдохновенных писателей, она возбуждает во мне интерес к себе. А соблазнение, как известно, лежит в основе самых коварных и самых приятных видов споров и аргументов.

Соблазнение, разумеется, касается не только секса. Фредерик Кауфман в своей статье для журнала *Harper's Magazine* показал, как телеканал Food Network использует те же техники, что и порноиндустрия: избитое звуковое сопровождение, предельная простота сюжета, внешне привлекательные персонажи и обилие крупных планов всякой плоти и текущих соков.

РЕЙЧЕЛ РЕЙ: Чечевица в процессе приготовления набухает. Вот, посмотрите. Она впитывает всю жидкость и становится мягкой.

ЭМЕРИЛ ЛАГАССИ: А теперь добавим бананы. О да, детка. Ох, как хорошо сейчас будет!

Мы живём в запутанном, мрачном (я чуть не добавил «влажном») мире убеждения. Продавец подержанных автомобилей однажды соблазнил меня на пятнадцать тысяч долларов. Мы с семьёй тогда

только что перебрались в Коннектикут, и мне нужно было дешёвое транспортное средство. Это было нелёгкое решение; мне даже было несколько не по себе. Продавец меня как-то умудрился заарканить, когда я ещё не успел произнести ни слова. Он указал на старенький седан Ford Taigus и предложил произвести тест-драйв. Как только я пристегнулся, он спросил: «Хотите посмотреть могилу Финеаса Тейлора Барнума?» Ну конечно, я хотел.

Это было потрясающее место. Во время одной из остановок мы увидели стаю кричащих ярко-зелёных диких перуанских попугаев среди ветвей огромной пихты. Напротив впечатляющего памятника Барнуму находилась могила генерала Том-Тама, подле которой стоял дорожный монумент в реальный рост, который, должно быть, обошёлся в миллион-другой. Очарованный тест-драйвом, я делал всё, что предлагал продавец. В какой-то момент он предложил приобрести этот Ford. Это была ловушка. Он внимательно присмотрелся ко мне и нашёл подход к моему настроению; он *соблазнил* меня, и, скажу вам попожа руку на сердце, мне понравилось. На следующее утро у меня были некоторые сомнения, но никакого сожаления. Это был сознательный акт.

Что подводит нас к главному призу спора – консенсусу. Он означает гораздо больше, чем согласие, гораздо больше, чем компромисс. Консенсус отражает здравые суждения слушателя. По правде говоря, *это и есть* здравомыслие, единодушие в выборе – выборе решения или действия, которое вам угодно. Вот в этот момент и начинается соблазнение. Блаженный Августин прекрасно знал это: вера требует эмоций.

Соблазнение – это манипуляция, а манипуляция – это половина спора, и именно поэтому многие из нас смущаются от такого. Однако результатом соблазнения может быть не только секс по обоюдному согласию. Соблазнение также приводит к консенсусу. Даже Аристотель, этот древний титан логики, верил в целительные силы соблазна. Собственно, логика редко способна побуждать людей к тому или иному действию. Они должны *захотеть* это сделать. Вам, быть может, не понравятся манипуляционные аспекты соблазна, но, как бы то ни было, это лучше, чем прибегать к агрессии, которую мы чаще всего ошибочно принимаем за аргумент.

Так птицы делают...

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК НА РАБОТЕ

Соблазнение (не в сексуальном смысле) может быть применено во время представления презентации. Ваш план действительно должен увеличить эффективность работы на предприятии? Пусть ваши слушатели будут охотно следовать за вашей речью; обрисуйте им в красках, какие у них будут обеды, как они смогут больше времени проводить со своими семьями.

Тем временем мой эксперимент становится всё более сомнительным. Когда я вышел из ванной, Дороти поставила на стол тарелку с яичницей, надела свой пиджак и поцеловала меня на прощание. «Не забудь: я сегодня буду поздно – у меня допоздна закуски на ресепшне», – говорит она и уходит на свою фандрайзинговую работу в юридической школе. (Фандрайзинг и юриспруденция. Что может быть более риторическим?)

Я поворачиваюсь к Джорджу:

– Ну что, со мной сегодня обедаешь или со своими ребятами?

Джордж посещает закрытую школу в дневное время. Он терпеть не может ту еду, которую там подают.

– Я не знаю, – говорит он. – Я позвоню тебе из школы.

Я хочу поработать допоздна, душа к готовке не лежит, но я не хочу, чтобы Джордж думал, что я ставлю работу выше него.

– Ну хорошо, – говорю я и добавляю с притворным энтузиазмом (который я изо всех сил скрывал): – Будет суп!

– М-дэ... – говорит Джордж – прямо в точку. Мои супы он любит ещё меньше, чем школьную еду. Вероятность того, что я буду готовить вечером, резко упала.

Упс, как говорит видный риторик Бритни Спирс, я опять это сделал. Мой день устроен. Я шлю из будки электронные письма своим редакторам, в которых я лестно объясняю им причины нарушения мною их дедлайнов. (Я просто стремлюсь соответствовать их высоким стандартам!) Я долго ломаюсь, не решаясь позвонить Сирсу с жалобой по поводу счёта в 147 долларов за замену болта в нашей кухонной плите. Когда я всё же решился позвонить ему, я неспешно и

обстоятельно объясняю суть ситуации. Отвязаться от меня будет дешевле, чем стоять на своём.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, КОГДА ВЕШАЮТ ТРУБКУ

С большинством чиновников это работает. Представьте себе, что у вас вообще нет никаких забот и вы в принципе никуда торопиться не можете. Поставьте их в ситуацию, когда приходится выбирать между двух зол. Они либо уступят вам, лишь бы вы отстали, либо продолжат зря тратить на вас время. Функционеры следуют по пути наименьшего сопротивления – как вода.

В полдень я обедаю и выхожу пройтись на улицу. Небольшая куча лисьего навоза лежит на большом гранитном камне. «Моё! – сообщает через свой помёт лиса. – Эта точка принадлежит мне». Территориальные существа вроде лисиц и жителей пригорода пользуются сложной системой знаков, чтобы выделить свою территорию и отпугнуть нарушителей границ: мускус, заборы, помёт, свидетельства о браке, следы, охранные системы... Споры действительно у нас в крови.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Предоставьте своим слушателям сделать выбор, употребив в своей речи хиазм. Вложите в него любой зеркальный образ, какой вы сами предпочитаете: «Либо мы будем контролировать наши расходы, либо наши расходы будут контролировать нас».

Пересмешник напевает приятную мелодию, оповещая соперников о границах своих владений. Вслед за этим он незамедлительно делает то же самое, только задом наперёд, делая подобие человеческой риторической фигуры под названием хиазм. Эта перекрёстная фигура предполагает повторение фразы, как если бы она была отражена зеркально: «Можно забрать мальчугана из деревни, но деревню из мальчугана забрать нельзя». «Я растративал время понапрасну, так что теперь время понапрасну растратит меня». В нашей культуре

риторические фигуры недооценены, но это только потому, что многим из нас просто-напросто не хватает риторической сноровки, чтобы пустить их в дело. Фигуры несут в себе удивительную силу. Джон Кеннеди использовал хиазм в своём инаугурационном обращении. «Не спрашивайте, что страна может сделать для вас, – спросите, что вы можете сделать для своей страны», – и тысячи вступили в Корпус мира. Я влюблён в риторические фигуры, я даже когда-то запустил сайт Figarospeech.com, посвящённый им. Фигуры украшают любую заметку, они хорошо смотрятся в сочинениях, а в повседневной жизни они способны вдохнуть жизнь даже в самую нудную беседу.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Хэй, минуточку. Президентский хиазм подвиг людей вступить в Корпус мира? Тут я пользуюсь одной из очень убедительных логических хитростей: если Б следует за А, то это значит, что А вызвало Б. Я называю это ошибкой шантеклера в честь петуха, который думал, что солнце встаёт благодаря его кукареканью.

Когда я вернулся в будку, зазвонил телефон. Это Джордж, он говорит, что будет обедать в школе. (*Есть!*) Так что я принялся за работу и просидел так довольно долго, время от времени поощряя себя игрой в компьютерный пинбол. Я обнаружил, что могу сидеть на месте дольше, отвлекаясь на игру. Это убеждение? Думаю, да. Мой нериторический день всё-таки оказался довольно-таки, чтоб его, риторическим, но в целом ничего себе таким.

Я наконец заканчиваю работать и возвращаюсь домой, чтобы принять душ и побриться, хотя сегодня и не день бритья. Моя жена общается с большим количеством красивых, хорошо одетых мужчин, так что время от времени мне приходится делать территориальные заявления, ухаживая за собой и хорошо одеваясь, чтобы дать ей понять, что она замужем не за бомжом. Я надеваю кашемировый свитер, который, как говорит Дороти, делает мои глаза «постельными», и встречаю её у порога с холодным джин-тоником.

Да начнётся обольщение.

Нападение

Глава 2

Поставьте цели

Лампочка Цицерона

*...на персях иглой испещрённый
Пояс узорчатый: все обаяния в нём заключались;
В нём и любовь, и желания, шёпот любви,
изъяснения,
Льстивые речи, не раз уловявшие ум и
разумных.*

Гомер

Меняйте настрой, сознание и готовность к действию своих слушателей

ЗНАЧЕНИЯ

Если разобраться в этимологии английских слов «дебаты» и «битва», то обнаруживается, что оба этих слова восходят к одному и тому же латинскому слову. Ну да, чего ещё ожидать от этих вояк.

В 1974 году журнал *National Lampoon* опубликовал пародию на «Государство» Платона, выполненную в форме комикса. Сократ стоит и философствует с несколькими своими друзьями. Каждый раз, когда он изрекает какое-нибудь умозаключение, другой человек поддакивает: «Да, так и есть, отлично сказано, Сократ». В следующей рамке происходит взрыв – «БУМ!!!» – и оппонента отбрасывает прочь. Сократ побеждает, отправив соперника в нокаут. «Государство» в исполнении *Lampoon* нельзя упрекнуть в исторической недостоверности – древние греки, как и вообще все заумные зануды на всём протяжении человеческой истории, обожали воображать себя воинами. Но даже они видели и понимали разницу между агрессивным поведением и спором. И нам тоже следует видеть и понимать её. Нам нужно уметь отличать взвешенный, аргументированный риторический спор от

перекладывания ответственности с одного на другого, от тыканья пальцем друг в друга, которое является определяющей характеристикой подавляющего большинства конфликтов в наши дни. В битве каждая сторона пытается победить. В споре же каждая сторона пытается *переманить к себе* публику, которой могут быть случайные зеваки, телезрители, электорат или собственно оппонент.

Эта глава поможет вам научиться различать битву и спор и выбирать, что вам нужно вынести из спора. Эта разница может, например, спасти супружеские узы от распада, как доказал психолог Джон Готтман в своих исследованиях 1980-х и 1990-х годов. Работая в своей «лаборатории любви» в Вашингтонском университете, он со своими ассистентами тщательно исследовал видеозаписи сотен супружеских пар, сделанные за период продолжительностью в девять лет, внося каждую зафиксированную эмоцию и каждый логический пункт в базу данных. Они наблюдали часы, дни, месяцы споров, наблюдали за супружескими четами, сверкающими друг на друга глазами и высказывающими друг другу в присутствии камеры такие вещи, о которых неприлично говорить. Это было какое-то третьесортное реалити-шоу.

Однако, когда Готтман опубликовал результаты своих исследований в 1994 году, риторам пришлось приложить значительные усилия, чтобы не начать делать самонадеянные высказывания, потому что данные Готтмана просто-напросто были подтверждением того, о чём говорила риторика на протяжении нескольких тысячелетий. Готтман выяснил, что пары, брак которых продержался все эти девять лет, спорили почти столько же, сколько и те, кто за это время развёлся. Однако успешные пары спорили несколько иначе, с другими целями. Риторика сказала бы, что они инстинктивно придерживались базовых принципов спора.

Некоторые из этих видеозаписей, попавших в телеэфир, показывали довольно неприятные ситуации, имевшие место даже у счастливых пар. К примеру, один успешно женатый мужчина признался, что он патологически ленив, и его жена согласилась с ним. Однако те пары, что остались вместе, по-видимому, использовали свои разногласия с целью разрешения проблем и устранения недопонимания. Они верили в благополучный исход. При этом обречённые пары конфликтовали исключительно с целью наброситься

друг на друга. Ссора была для них проблемой, а не средством для разрешения проблемы. Счастливые пары спорили. Несчастливые пары ссорились.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК СО СВОЕЙ КАРЬЕРОЙ

Растущая отрасль коучинга занимается обучением людей, претендующих на звание СЕО, тому, как им позиционировать свою компанию. Идеальное качество? Не агрессия, не выдающийся интеллект, а способность рассказать захватывающую жизненную историю и расположить к себе людей. Позже вы увидите, насколько важна роль захватывающих историй в эмоциональном убеждении.

Значительную часть времени, я полагаю, счастливые пары ещё *соблазняли*. Хотя наша современная культура обычно благосклонно относится к вероломным людям, таким, которые делают то, что считают нужным, несмотря ни на что, я должен заметить, что такие люди в конце концов редко добиваются своего. Да, агрессивные крикуны часто добиваются кратковременного успеха, прибегая к угрозам или просто-напросто изматывая нас своей болтовнёй. Однако более чуткий, аккуратный подход может обеспечить долговременные и прочные отношения. Корпоративные менеджеры по подбору персонала подтвердят мои слова, если вы их спросите. В мире бизнеса есть несколько представителей типа альфа, которые только и делают, что травят своих коллег и давят конкурентов, но если вы спросите хедхантеров о том, кого бы они хотели видеть среди сотрудников компаний, они вам скажут, что им приятнее кандидатура компанейских энтузиастов, а не агрессоров.

Вы выигрываете спор в тот момент, когда вам удаётся убедить свою аудиторию. Вы выигрываете битву, когда вы подавляете своего противника. Например, территориальное соперничество на заднем сиденье автомобиля нельзя назвать спором, если, конечно, дети по какому-то немислимому стечению обстоятельств не решат прибегнуть к спору вместо воплей. («Убедительное умозаключение, сестра. Однако позволь спросить: не рассматривала ли ты возможность соблюдения международных границ?»)»)

В возрасте двух лет мой сын Джордж стал приверженцем того, что ораторы называют «аргументом палки»: когда слова не помогали, он пускал в ход кулаки. После каждой драки я спрашивал его: «Ну что, тот мальчик согласился с тобой?» На протяжении нескольких лет он считал этот вопрос невыносимо тупым; возможно, он таковым и являлся. Но в конце концов он понял: аргумент палки – драка – это не аргумент. Таким путём невозможно никого в чём-либо убедить – это приносит лишь страх или месть.

В битве один человек направляет свою агрессию на другого. Трамп именно сражался, когда он сказал о Розе О’Доннелл: «Нет, ну вы посмотрите на это жирное уродливое лицо. Я бы ей прямо сказал: «Слушай, Роза, ты уволена». Теперь рассмотрим другую ситуацию. Когда Джордж Форман пытается всучить вам свой гриль, он подходит к делу аргументированно: он ведёт такое убеждение, которое меняет ваше настроение, ваше сознание и вашу готовность к действию.

Гомер Симпсон приводит очень убедительный аргумент, рассуждая о нашем интеллектуальном превосходстве над дельфинами: «Не забывай: мы изобрели компьютеры, обогреватели для ног, трубочки для питья, технику очистки креветок... и даже пудинг».

Мэрайя Кэри приводит аргумент, когда она поёт «Мы созданы друг для друга» своему предполагаемому бывшему парню; она пытается повлиять на ход его мыслей (и, судя по стонам на фоне, сделать кое-что ещё).

Тейлор Свифт с грамматическими ошибками говорит Кэти Перри: «Нам нечего делать вместе»: агрессия.

Бизнес-предложение: аргумент.

Берни Сандерс говорит, что республиканцы «объявили среднему классу войну» (да и вообще любое заявление, в котором проводится аналогия с войной): агрессия.

Йоги Берра говорит про скромность: аргумент.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Древние люди терпеть не могли спорить через книги, отчасти оттого, что писатель не видит свою аудиторию. Если бы я вёл с вами личную беседу, я бы вряд ли стал прыгать от моего сына к Дональду Трампу, Джорджу Форману, Гомеру Симпсону и Тейлор Свифт. Я бы знал, какой пример вам будет наиболее понятен и приятен. И всё же все эти

разнообразные примеры приводят к одному и тому же заключению: от спора не уйти.

Базовое различие между аргументом и агрессией: умело приведённый аргумент заставляет людей хотеть делать то, чего хотите вы. Вы боретесь, чтобы победить; вы спорите, чтобы достигнуть согласия.

Возможно, это всё звучит малодушно. Однако в некоторых обстоятельствах спор требует огромной отваги. Он даже способен определить судьбу целой страны. Древние риторы самыми страшными типами государств считали те, что управлялись демагогами – одержимыми властью диктаторами, использующими свои риторические навыки в своих корыстных целях. Прошрое столетие наглядно показывает, насколько правы были эти древние люди. Они говорили, что спасением от тёмной стороны убеждения является его другая, светлая сторона. Даже если проблема не настолько велика – допустим, в вашем случае неприятелем является какой-нибудь конкурент на работе или какая-нибудь враждебная группа в образовательном учреждении, – ваши риторические навыки могут выровнять положение.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК В ПОЛИТИЧЕСКОМ СПОРЕ

Если вы заставите кого-то согласиться с вами, проверьте надёжность этого человека или этой группы людей. Спросите: «Как вы думаете, что вы скажете, если кто-то поднимет этот вопрос?»

Риторика даёт более эгоистическую причину для спора. Обучитесь её приёмам, и вы попадёте в самый центр внимания, станете восходящей звездой. Вы сможете подгонять умы мужчин и женщин под свои нужды, сможете заставить любую группу следовать за вами. И – что гораздо более важно – эта группа будет *хотеть* следовать за вами, будет хотеть *посвятить себя* реализации вашего плана, а результат считать консенсусом. Вы сможете заставить их хотеть того, чего хотите вы, – и всё это по сознательному согласию.

Как соблазнить копа

Полиция останавливает вас на автомагистрали и подаёт вам знак, чтобы вы опустили стекло.

ВЫ: Что случилось, офицер?

КОП: Вы знаете, что здесь ограничение в пятьдесят миль в час?

ВЫ: А я как ехал?

КОП: Пятьдесят пять.

Соблазн сделать нахальный ответ просто невыносим.

ВЫ: Ух, ничего себе я... Сдаюсь, арестуйте меня!

И правда, это удовольствие, быть может, даже оправдывает размер штрафа и риск реального ареста. Но попробуйте перекрутить эту сцену к тому моменту, где коп говорит «Пятьдесят пять». Поставьте себе личную цель. Чего бы вы хотели добиться в этой ситуации?

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ЦЕЛЬ. Задайте себе вопрос: каким вы хотите видеть исход спора. Вы хотите, чтобы его результатом была перемена в сознании вашей аудитории, хотите заставить её сделать или не сделать что-либо? Если всё работает, то это означает, что вы победитель в споре, – неважно, что ваш оппонент думает по этому поводу.

Возможно, вы бы захотели выставить копа за идиота. Ваш нахальный ответ обеспечит вам это, особенно если в вашей машине присутствует аудитория в виде пассажиров. Я очень рад за вас. Разумеется, коп вряд ли отреагирует доброжелательно, вы ввяжетесь в разборку, в которой вы, скорее всего, проиграете. Как насчёт того, чтобы заставить его извиниться за солдафонство? Нет уж, простите. Нужно поставить реалистичную цель. Джонни Кокрэн и Дэниел Уэбстер вдвоём бы не смогли выдать из этого копа ни слова извинения. Давайте вместо этого рассмотрим возможность постановки цели избежания штрафа. Итак, как нам её достигнуть?

Чтобы выиграть в таком споре, не пытайтесь обойти своего оппонента. Лучше давите на своё.

Вероятность того, что ваш оппонент что-нибудь знает о риторике, очень мала. Он, скорее всего, думает, что единственным смыслом спора является унижение вас и признание вами своего поражения. Этот когнитивный диссонанс может на самом деле быть очень полезным; агрессивность вашего оппонента является замечательным аргументативным средством. Он хочет набрать побольше очков? Пусть набирает свои очки сколько ему влезет. Вам-то нужно только одно – победа, заставить аудиторию принять ваш выбор или сделать то, чего вы хотите, чтобы она сделала. Часто случается так, что люди набирают больше очков, чем соперник, и проигрывают. Хотя статистика и показывает, что в трёх дебатах Барака Обамы и Митта Ромни была ничья, популярность Ромни была выше. Аудитории нравилась логика Обамы, но в целом она предпочитала Ромни – временно.

ЗНАЧЕНИЯ

В риторике есть название таких дебатов, в которых целью является набор как можно большего количества очков, – *эристика*.

Даже если участниками спора являются только два человека – вы и другой человек, – у вас всё равно есть аудитория – другой человек. В таком случае есть два способа выйти победителем: либо вы прямо выигрываете спор – то есть заставляете своего оппонента признать поражение, либо вы «проигрываете» его. Давайте опробуем на вашем копе обе стратегии.

1. Выигрываем спор, приводя пуленепробиваемую отговорку.

ВЫ: У моей жены схватки! Мне нужно отвезти её в больницу!

КОП: Вы один в машине, сэр.

ВЫ: Боже правый! Я жену забыл!

Есть вероятность, что такому копу будет всё равно, даже если ваша жена бьётся в конвульсиях на полу гостиной. Но если отговорка сработает, то вы победитель.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

УСТУПКА. Уступите своему оппоненту, чтобы получить то, что вам нужно.

2. Изобразите из себя добропорядочного гражданина, которым вас, вероятно, хочет видеть этот коп. Уступите ему.

ВЫ: Вы, конечно, правы, господин офицер. Мне стоило следить за спидометром повнимательнее.

Отлично. Вы только что дали копу получить свои очки. А теперь заставьте его отпустить вас.

ВЫ: Я, должно быть, слишком сосредоточился на дороге. Не дадите совет, как мне следить за спидометром, не отвлекаясь при этом?

Такой ответ льстит копу. Это может сработать, если вы, конечно, уберёте из своего голоса весь сарказм. Но будьте готовы к тому, что его нужно будет чуть больше умаслить.

КОП: Можете начать с того, чтобы ездить помедленнее. Тогда вам не придётся постоянно глядеть на спидометр.

ВЫ: Ну да, это правда, можно и так попробовать. Когда я так делаю, мою машину часто подпирают сзади, но, полагаю, это их проблемы, да?

КОП: Верно. Беспokoйтесь о своём вождении, а не о чьем-то еще.

ВЫ: Хорошо. Мне это очень помогло, спасибо.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК В ПОЛИТИЧЕСКОМ СПОРЕ

Практикуйте свою риторическую ловкость, обыгрывая риторический вопрос: «Кому нужны враги, когда есть такие друзья?» Оппонент: «Республиканцы – это реформаторская партия». Вы: «Кому нужны всякие прохиндеи, когда есть такие реформаторы?»

Так что, по-вашему, теперь случится? Я могу вам сказать точно, чего *не* случится. Коп не скажет вам выйти из машины. Он не прикажет вам, растянувшись, встать против неё, пока он будет вас обыскивать. Он не вызовет подкрепление, он даже голос на вас повышать не станет. Вы лишили спор элемента злобы, что в наши дни уже можно считать большим достижением. Если он вас отпустит с предупреждением, то

вас можно поздравить. Вы победитель. Коп этого, возможно, не замечает, но вы только что выиграли самым блистательным образом. Все разошлись, все довольны.

Лучшее, что можно сделать с желанием вашего оппонента набрать очки, – это позволить ему их набрать. Уступите, если вы уверены, что это не нанесёт вашей позиции непоправимых повреждений. Когда ваш ребёнок скажет вам: «Ты никогда не даёшь мне ничего делать!», скажите ему: «Ну да, наверное, не даю». Когда ваш коллега говорит: «Нет, так не пойдёт», скажите ему: «Хмм, да, надо подумать». Затем перемените настрой или мысли оппонента, воспользовавшись положением, в которое вы поставили себя своим ответом.

Иными словами, одним из способов заставить людей согласиться с вами является согласие с ними – с тактической точки зрения всё так и есть. Напрямую согласиться – не значит сдать. Вы используете заявления своего оппонента, чтобы получить то, чего вы хотите. Риторической ловкостью перехитрите своего соперника так, чтобы его же движениями вывести его из равновесия. Прямому согласию недостаёт мужества и чести? Пожалуй, недостаёт. Но такие трусы, как мы, должны следовать риторическим заветам. Пусть вся земля борется – мы будем спорить. Да и в споре можно получить больше, чем в борьбе.

Как манипулировать любимым человеком

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Ожидаемо от меня, а? Греки дали название этой заранее решённой уступке, заблаговременному согласию с тем, что, скорее всего, собирается сказать другой человек: они назвали это *пролеписом*, что можно понимать как «предвосхищение».

После того как вы решите, что хотите вынести из спора, вы можете определить, как вашей аудитории нужно измениться, чтобы вы достигли своей цели. Может быть, всё, что вам нужно сделать, – это изменить настроение другого человека, как, например, в соблазнении. Или вы хотите изменить чьи-то мысли – например, для того, чтобы повышение получили вы, а не ваш конкурент. Или вы, может, хотите, чтобы ваша аудитория что-то сделала для вас.

СОВЕТЫ ОТ ДРЕВНИХ ЛЮДЕЙ

Драматург Аристофан говорил, что с помощью убеждения можно «меньшую сторону обратить в большую». Платон думал, что это плохо, но, как бы то ни было, на протяжении истории случалось великое множество ситуаций, когда торжествовали те, у кого, казалось, не было никаких шансов.

Вообще говоря, соблазнительный аргумент часто влечёт за собой больше, чем просто перемену настроения. Вот, допустим, ваша цель – заняться любовью. Если вы оба расположены к этому, то вам не нужно никого ни в чём убеждать. Как говорил лорд Нельсон, «плевать на манёвры, идите напролом».

ВЫ: *Vouslez-vous coucher avec moi?*^[1]

Однако, если ваш перспективный партнёр выказывает нежелание, прямой подход вряд ли принесёт желаемые плоды. У вас будет гораздо больше шансов, если вы воспользуетесь мягким аргументом.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Я рискую оскорбить некоторых читателей своими разговорами о сексе. Впрочем, я делаю это для искусства – как актёры делают в эротических сценах в кино. Соблазнение – это риторическая противоположность битвы, и это замечательное средство для преподавания риторики. Некоторые стандартные темы для практики ораторского искусства в древнеримских школах были крайне непристойными.

ВЫ: Знаешь, что было бы очень хорошо для наших отношений? Ролевая игра. Кому из нас лучше одеться в костюм горничной?

Однако самое простое, что вы можете сделать, – это переменить настроение вашей аудитории.

ВЫ: Дай я тебе налью вина. Что за музыка, спрашиваешь? А, да это просто Марвин Гэй. Вау, при свете свечей ты выглядишь прям как в фильме.

Величайший оратор в истории Марк Туллий Цицерон посоветовал бы вам подойти к этому вопросу именно так. Он вывел три цели,

которые нужно ставить себе при убеждении кого-то в чём-либо. Вот так они располагаются в порядке возрастания сложности:

- Стимуляция эмоций аудитории.
- Изменение её мнения.
- Склонение её к тем или иным действиям.

Иногда для реализации определённого плана требуется достижение всех трёх целей. Почему-то мне это напоминает избитую шутку: «Сколько психиатров нужно, чтобы поменять лампочку?»

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

ЕДВА ЗАКОННАЯ НЕВЕСТА. Возможно, Цицерон был более обольстителен на форуме, чем в постели. После расторжения тридцатилетнего брака этот шестидесятилетний оратор женился на подростке. Когда Цицерона спросили, что он собирается делать с девочкой, он ухмыльнулся: «Завтра она будет женщиной». Казалось, что всю страну передёрнуло.

Для начала, говорится в этом анекдоте, *лампочка должна захотеть, чтобы её заменили.* Вот ведь неудобство. И сколько же потребуется для такого? Двадцать лет терапии? И когда лампочка наконец решит поменяться, что заставит её осуществить это? Ритор бы решил этот вопрос куда проще – он бы *убедил* лампочку. Задание состояло бы из трёх шагов убеждения.

Для начала меняем **настроение**. Заставьте лампочку почувствовать, насколько это страшно – висеть в темноте. Это обратит лампочку в восприимчивую аудиторию, с нетерпением ждущую вашего предложения по разрешению проблемы.

Затем изменим её **сознание**. Убедите лампочку в том, что замена – это наилучший способ осветить это место.

Наконец, заставьте её **захотеть действовать**. Покажите лампочке, что замена – это пустяковое дело, и вдохновите, показав ей свет. Тут требуются сильные эмоции, которые способны заставить перейти от решения к действию.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ВЫСТУПЛЕНИЯ С РЕЧЬЮ

Для того чтобы повлиять на мысли аудитории, сильные эмоции не нужны; самое лучшее настроение для

рационального разговора – это, пожалуй, сосредоточенное внимание. Вместо шуток можно сделать лёгкий сюрприз: «Когда я готовился к сегодняшней речи, у меня были некоторые заготовки, но теперь, встретившись с вами сегодня, я решил говорить от чистого сердца».

Стимуляция эмоций открывает доступ к остальным целям. Когда Фрэнк Капра снимал фильм «Эта прекрасная жизнь», он столкнулся с проблемой убеждения смущающегося Джимми Стюарта поцеловать Донну Рид. Стюарт всё искал отговорки, чтобы не снимать сцену. Капра наконец отказался от той части сценария, где два актёра с двух разных концов слушали глупого парня девушки. Вместо неё режиссёр дал паре один, общий телефон. Физический контакт сделал своё дело; сцена получилась чрезвычайно чувственной, напряжение, возникшее между ветераном Второй мировой войны и красивой молодой актрисой, казалось, было визуально различимо. Стюарт выполнил свою часть с видимым удовольствием – в результате получилась одна из величайших сцен поцелуя в истории. Капра победил свою аудиторию – Стюарта – путём неявного обольщения. Всё вышло вполне себе недурно.

Диета соблазнения

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ДОМА

Чтобы убедиться, что люди действительно делают то, о чём вы их просите, что они хотят этого, создайте мысленно некую «шкалу отзывчивости». Разделите число раз, когда они делают то, о чём вы их просите, на число «Ладно» и «Да, конечно». За три дня у меня получилось 70 % – это проходной балл. (Если у вас нет детей, то у вас, скорее всего, получится лучше.)

Перемена настроения – это самая простая задача, за которую обычно берутся в первую очередь. Блаженный Августин, профессор риторики и один из основателей христианской церкви, делал необыкновенно меткие и мудрые замечания по этому поводу. Секрет, говорил он, заключается в том, что нельзя довольствоваться одним лишь завоеванием участливого внимания своей аудитории. Его устраивала только такая речь, которая в своём конце доводила

слушателей до слёз. (Августина вряд ли можно было приглашать на многие сборища.) Он, один из величайших проповедников в истории, сумел обратить язычников в христианство, пользуясь всего-навсего эмоциональной пиротехникой. Воздействуя на эмоции слушателей, вы делаете их более восприимчивыми к своим аргументам – вы располагаете их к тому, чтобы они вас слушали.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК В МАГАЗИНЕ

Люди, задействованные в сфере торговли, как и Киссинджер, применяют технику Златовласки из сказки «Три медведя»: они предлагают дешёвые, ни на что не годные товары и дорогие недоступные вещи, чтобы те, что продаются лучше всего, продавались ещё лучше. В следующий раз, когда вы решите купить, скажем, какой-нибудь электронный гаджет, попросите сотрудника магазина показать вам что-нибудь из средней ценовой категории. Затем сверьте цены в зависимости от ваших желаний и бюджета.

Доводить аудиторию до слёз – это простая задача по сравнению со второй целью – *заставить их решить, чего вы хотите*. Когда Генри Киссинджер служил в качестве советника по национальной безопасности при Никсоне, он пользовался классическим методом убеждения. Он предоставлял президенту на выбор пять вариантов в определённом восходяще-нисходящем порядке, по краям располагая самые экстремальные альтернативы, а посередине помещая оптимальное, по мнению Киссинджера, решение. По словам Киссинджера, Никсон всегда выбирал «корректный» вариант. (Не самая удачная тактика, но, по крайней мере, в некоторых презентациях в пауэрпойнте она работает, насколько я могу судить.)

Поскольку большинство споров имеют место между двумя людьми, чаще всего вы оказываетесь перед выбором между двумя вариантами: вашим и тем, на котором настаивает ваш оппонент. Моя дочь Дороти-младшая – это чрезвычайно опасный противник. Хотя она ещё меньше, чем её брат, любит споры, она способна быть настолько же убедительной. Она запускает спор настолько деликатно, что вы не успеваете заметить, что он начался.

Одним из способов заставить людей согласиться с вами является согласие с ними. Напрямую согласиться – не значит сдаться.

Однажды я посетил её в Лондоне, куда она поехала на стажировку. Во время моего первого вечера в Лондоне она предложила пообедать в недорогом индийском ресторане. Я хотел сыграть щедрого папочку и пойти в какое-нибудь более приличное место. Угадайте, кто победил.

Я: Хорошо, можем пойти в какое-нибудь место, где тоже есть индийская кухня, но только чтобы оно было поприличнее.

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Давай.

Я: А ты знаешь такие?

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Да таких полно в Лондоне.

Я: Ага. Ну, а ты знаешь какое-то конкретно?

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ (неопределённо): Ну да.

Я: Тут поблизости есть?

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Да нет.

Я: То есть ты хочешь пойти в своё привычное место?

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Если ты хочешь.

Я: Я не хочу!

Позже я чувствовал себя виноватым за свою нетерпимость, которой, возможно, Дороти-младшая и добивалась, хотя она и отрицает это. Мы в конце концов пошли в её место. Она победила, воспользовавшись моим чувством вины как своей эмоциональной целью. Она бы не смогла так сделать, если бы заранее приготовила помпезную цицеронскую речь. Цицерон бы, скорее всего, даже одобрил это: самую талантливую риторику, как он говорил, трудно увидеть с ходу. Дороти инстинктивно понимала это. У неё острый язык, но она знает, как им пользоваться, чтобы выиграть в споре. Впрочем, ей не очень трудно было сделать это тогда. Мы всё равно собирались сходить куда-нибудь. Всё, что ей надо было, – это склонить меня к своему выбору.

Цель номер три – заставить аудиторию что-то сделать или не делать чего-то – самая сложная. Она требует вовлечения иного, более личного уровня эмоций, связанного с желаниями. Допустим, я совсем не хотел идти обедать. В таком случае Дороти пришлось бы приложить

гораздо больше усилий, чтобы заставить меня выйти с ней. Как говорится в старой поговорке, это как заставить лошадь выпить воды. Чтобы стимулировать жажду у лошади, можно попробовать дать ей соль (пробудить у неё те или иные эмоции, если угодно), можно ещё попробовать убедить её пойти за вами к ручью (это та часть, где делается выбор). А вот заставить её пить – это труднейшая риторическая задача.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, ПРЕДСТАВЛЯЯ ПИСЬМЕННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

После того как вы отредактируете документ, запишите себе два пункта вашей цели. (1) Точно ли вы продумали все выгоды и взвесили все альтернативы? (2) Насколько ваш план выполним? Насколько он экономичен или прост, если сравнивать с другими вариантами? Теперь пройдите по документу, имея в виду эти пункты. Всё точно соответствует?

Вплоть до недавнего времени предвыборные кампании справлялись с этой задачей вопиюще плохо. Молодёжь стекалась к рок-концертам, забирала себе бесплатные футболки; она загоралась видимым энтузиазмом и иногда даже регистрировалась у демократов или республиканцев – да, это триумф убеждения, если смотреть с позиции эмоции или выбора. Однако пока такие «племенные» соцсети, как Facebook и Snapchat, не вошли в игру, до явки на избирательный участок в день выборов дело не доходило. Молодёжь проявляла упрямство в той части, где речь уже идёт о том, чтобы выпить воды. (Я это говорю в переносном смысле.)

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Самоирония – это одна из допустимых форм хвастовства. Лучше упомянуть какой-нибудь забавный курьёз, произошедший на вашей предыдущей работе, чем выдавать никому не интересную и неприятную речь о том, каким вы были высокопоставленным менеджером в издательской компании с двадцатью тремя миллионами клиентов в год. Одно из названий приёма, который я вам тут советую, – скромное хвастовство.

Помимо использования желаний для мотивации вашей аудитории, вам нужно ещё убедить её, что действие не представляет собой никакой сложности – чего бы вы от неё ни хотели, это не заставит её проявить ни малейшего усилия. Когда я несколько лет назад работал главным редактором в издательстве Rodale, я как-то раз услышал, что в другом отделении кто-то работал над книгой о диете. «Господи, – подумал я, – очередная диета». Как будто их мало придумано. Да и название, которое они выбрали, казалось мне бессмысленным. Оно относилось к одному району одного большого города, о котором большинство американцев, скорее всего, никогда не слышали. Автор, кардиолог, проживал в нём. Вот сами посудите: кто станет покупать книгу под названием «Диета Саут-Бич»?

Так что из меня выходит такой себе предсказатель бестселлеров. Однако сейчас, оглядываясь назад, я могу сказать, почему название оказалось не таким уж и дурным. Название «Саут-Бич»^[2] вызывает ассоциации с людьми – с вами, с читателями, – облачёнными в пляжные наряды. Оно напоминает об отпуске – одной из основных причин, по которым люди садятся на диету. Издатели из Rodale стимулировали эмоции, заставляя читателей воображать желаемую и глубоко личную цель: увидеть себя одетого в пляжный наряд и при этом выглядящего потрясающе. Вот вам и часть, связанная с желаниями. В подзаголовке книги применена нехитрая тактика; он выглядит так: «Вкусный, одобренный врачами, беспроегрышный план быстрой и здоровой потери веса». Никаких страданий, полнейшая безопасность, мгновенный результат... все пункты удовлетворены, кроме «Так что вы можете есть настолько много, что за вашу жизнь начнут беспокоиться». Эту книгу сметали с полок. Продажи были многомиллионные.

Средства

Эта глава дала вам базовые приёмы для определения исхода спора:

- Поставьте личную цель.
- Поставьте цели для вашей аудитории. Вы хотите изменить её **настроение**, её **мысли** или её **готовность к совершению действия**, чтобы выполнить то, что вы хотите?

Глава 3

Контролируйте напряжённость

Закон сиротки Энни

МАРДЖ: Гомер, критиковать – это очень просто...

ГОМЕР: И весело!

«Симпсоны»

Три базовые проблемы риторики связаны со временем

У вас есть личная цель (то, чего вы хотите от спора) и цели вашей аудитории (настроение, мысли и действия). Итак, перед тем, как вы приметесь спорить, задайте себе ещё один вопрос: в чём проблема? Согласно Аристотелю, все проблемы можно подразделить на три общие категории (древние греки просто тащились по этому числу):

- Обвинения.
- Ценности.
- Выбор.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ТРИ ОСНОВНЫХ ТИПА ПРОБЛЕМ: обвинения, ценности, выбор.

Любую проблему, связанную с убеждением, вы можете подвести к одной из этих категорий.

Кто переложил мой сыр? Эта проблема, конечно же, связана с **обвинениями**. Прямо сюжет для детективного романа. Далее. *Стоит ли запретить аборты?* **Ценности**. Каковы моральные плюсы и минусы позволения женщине самой распоряжаться зарождающейся жизнью внутри неё? (Я выразился так, чтобы учесть обе основные ценности вопроса: права женщины на своё тело и неприкосновенность жизни.)

Стоит ли строить новый завод в Детройте?

Выбор: строить или не строить, Детройт или не Детройт.

Стоило ли Анджелине Джоли и Брэду Питту расставаться?

Ценности – не обязательно моральные, но те, которые вы со своим собеседником разделяете. Может, они были слишком хороши вместе?

Действительно ли О. Джей – убийца?

Обвинения.

Потанцуем?

Выбор: танцевать или не танцевать.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Чего недостаёт в моём списке? Как насчёт Правды с большой буквы? Разве нельзя спорить о правде и лжи? Можно, но это уже не убеждение. Абсолютная Правда требует иного рода спора, того, который философы называли «диалектическим». Такой спор открывает вещи, а не уговаривает людей поверить в них.

Почему вас должно волновать, какой вопрос к какой главной проблеме относится? Это важно потому, что вы никогда не достигнете своих целей, если вы будете спорить о неправильной главной проблеме. Посмотрите на следующую пару людей в гостиной, читающих книги и слушающих музыку.

ОНА: Можешь сделать потише?

ОН: Ты же такую громкость поставила.

ОНА: Да ты что? А кто весь вечер до дыр заслушивал «Free Bird»?

ОН: А, ну ясно всё теперь. Ты терпеть не можешь мою музыку.

Чего она хочет в этом споре? Тишины. Это проблема выбора. Она хочет, чтобы он принял решение сделать музыку потише. Однако спор вращается не вокруг выбора, а сначала вокруг обвинений, а потом вокруг ценностей.

Обвинения. Ты же такую громкость поставила.

Ценности. А, ну ясно всё теперь. Ты терпеть не можешь мою музыку.

Трудно принять взвешенное решение о повороте колеса громкости, когда споришь о случившемся когда-то шумовом загрязнении и об экзистенциальных качествах композиции «Free Bird».

Примеры ключевых проблем, которые я привёл, – обвинения, ценности и выбор – формируют особую структуру. Вопросы обвинений связаны с прошлым. Вопросы ценностей в основном идут в настоящем времени. Наконец, вопросы выбора связаны с будущим временем.

Обвинения = *Прошлое* Ценности = *Настоящее* Выбор = *Будущее*

Если вы начинаете чувствовать, что спор выходит из берегов, попробуйте изменить время. Чтобы повесить обвинение на похитителя сыра, используйте прошедшее время. Чтобы заставить кого-нибудь поверить, что аборт – это страшный грех, используйте настоящее время. Будущее – это лучшее время для того, чтобы установить мир и тишину в гостиной.

Аристотелю, разработавшему по одной форме риторики на каждое из времён, больше всего нравилось будущее.

Риторика *прошлого*, как он говорил, связана с вопросами справедливости или правосудия. Таковы судебские аргументы в зале суда. Аристотель называл такую риторику «судебной» – очевидно, потому, что она применялась в судебных делах. Наша пара, выясняющая отношения на основании музыки, использует в своих взаимных обвинениях прошедшее время.

ОН: Ты же такую громкость поставила.

ОНА: А кто весь вечер до дыр заслушивал «Free Bird»?

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК НА РАБОТЕ

В большинстве офисных подстав используется прошедшее и настоящее время («Это он запарол всё это дело»; «Очень она неприятная особа»). Если вы вдруг станете жертвой, то постарайтесь перевести проблему в русло будущих решений. («Нападки на меня помогут вам заключить следующий контракт?» «Неприятная я или нет, давай подумаем над тем, как нам поладить».)

Если вы хотите провести судебный процесс в отношении нарушителя, злоупотребившего своими полномочиями в повороте колеса громкости (я ещё не говорю о дурном вкусе), то вам нужно именно это, судебное, прошедшее время. Судебные споры помогают определить, кто *сделал* это, а не кто *делает* это сейчас или *сделает* это когда-нибудь потом. Посмотрите сериал «Закон и порядок» или «C.S.I.

Место преступления» – и вы обнаружите, что большинство диалогов проходит в прошедшем времени. У юристов и копов это отлично работает, но любовным парам следует быть осторожными с этим временем. Предназначение судебной риторики – определить вину и вынести наказание; пары, у которых входит в привычку наказывать друг друга, обречены на ту же несчастную судьбу, что и несчастные пары, которые доктор Готтман исследовал в своей Лаборатории любви.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Вы правильно подумали, что эти слова злободневны. Как вы могли видеть во время последних президентских выборов, демократы и республиканцы обожают настоящее время. «Хиллари – гнилая!», «Дональд – ничтожество!» Это отличный способ развести шум и паршивый способ проведения демократии. Об этом подробнее будет говориться в 30-й главе.

А что насчёт *настоящего* времени? Оно чем-нибудь лучше? Может, и лучше. Риторика настоящего занимается поощрением и порицанием, разделением плохого и хорошего, отделением одних групп от других и одних людей от других. Аристотель выделил настоящее для описания людей, соответствующих общественным идеалам или выбивающихся из этих идеальных рамок. Настоящее – это общий язык для церемониальных обращений, похоронных речей и проповедей. Этот язык превозносит героев и проклинает врагов. Он даёт людям некое первобытное чувство единения. (Мы хорошие, а террористы – трусы.) Когда лидер опасается встать перед лицом того, что грядёт, от него можно услышать похожие примитивные речи.

Аристотель дал такому виду риторики термин «*демонстративная риторика*», потому что древние ораторы пользовались ею, чтобы продемонстрировать свои наиболее выдающиеся техники. Наша же спорящая пара использует её для разделения друг друга.

ОН: А, ну всё ясно теперь. Ты терпеть не можешь мою музыку.

ЗНАЧЕНИЯ

Греческое слово, которое Аристотель использовал для описания демонстративной риторики, – *epideictic*.

Единственные люди, употребляющие этот непроизносимый термин в своей речи, – это академические риторы. Это их демонстрация.

Возможно, вы захотите сказать, что вся вина лежит на мужчине за то, что он перешёл из прошедшего времени в настоящее. Только, пожалуйста, давайте не будем устраивать тут судебное разбирательство. В конце концов, может, мужчина и прав; может, спор обращается вокруг его пристрастия к группе «Линэрд Скинэрд», а не вокруг колеса громкости. Как бы то ни было, их диалог вдруг стал крайне примитивным: мне моя музыка нравится, а ты её терпеть не можешь. Если бы мужчина оказался политиком, то ему было бы трудно удержаться от того, чтобы добавить: «И это неправильно!» Мы используем настоящее время, когда говорим о ценностях, – и это точно неправильно. Ненавидеть песню «Free Bird» – это неправильно с моральной точки зрения.

Если вы хотите принять совместное решение, вам нужно сосредоточиться на будущем времени. Это время Аристотель оставил для своего любимого типа риторики. Он называл её «осмысленной», потому что она обращается вокруг решений и помогает нам решить, как реализовать общие намерения. По Аристотелю, главная тема осмысленного спора состоит в достижении «благоприятного исхода». Это самый прагматичный тип риторики. Для неё нет хорошего и плохого, правильного и неправильного. Есть только целесообразность.

Настоящая (демонстративная) риторика обычно заканчивается заключением или расторжением тех или иных уз.

Прошедшая (судебная) риторика грозит наказанием.

Будущий (осмысленный) спор обещает принести плоды. Понятно, почему Аристотель связывал риторику принятия решений с будущим временем.

На данный момент наша несчастная пара застряла в настоящем времени, так что давайте попробуем немного перекрутить их диалог и заставить их говорить осмысленно – то бишь в будущем времени.

ОНА: Ты можешь сделать потише?

ОН: Конечно, я бы с радостью.

Стоп. А разве ему не нужно сказать «Я с радостью сделаю»? «Я сделаю», а не «Я сделал бы»? Ну, вы, пожалуй, правы. Он мог бы так

сказать. Да только вот сослагательное наклонение – использование «я бы» вместо «я сделаю» – даёт ему возможность продолжить.

ОН: Только ты мне скажи: музыка слишком громкая или мне включить что-нибудь другое?

ОНА: Ну, раз уж ты сказал, то да, мне бы хотелось чего-нибудь такого, что не будет так бить по мозгам.

Ух! Он с ней по-доброму, а она оскорбляет весь классический рок разом. Он чувствует, что он вправе совершить контратаку, но он делает это осторожно.

ОН: То есть ты хочешь сказать, что хочешь что-нибудь такое, что играет в торговых центрах? Мне такое как-то не подходит. Не хочешь кино посмотреть?

Обращая спор обратно к выбору, мужчина не позволяет ему стать чересчур личным – и к тому же, вероятно, не позволяет своей собеседнице восстановить баланс, делая её более уязвимой для убеждения.

ОНА: У тебя есть что-нибудь на примете?

ОН: Мы давно «Марсианина» не смотрели.

ОНА: «Марсианин»? Терпеть не могу это кино.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Очевидно, я не закончил эту книгу в один присест. Раз так, то какие у меня основания вот так уходить от темы? Цицерон использовал отступления для перемены тона и ритма спора; я тоже так делаю. Описывая убедительный трюк посреди описания времён, я надеюсь показать, как эти средства работают в различных ситуациях.

Что он и так прекрасно знает. Я сейчас немного отступлю от темы: не могу просто не дать вам ещё один риторический трюк – предложение крайнего варианта в первую очередь. Таким образом, вы сделаете предпочитаемый вами вариант более приемлемым. Я сам эту технику использовал, когда уговаривал свою жену назвать сына в честь моего дяди Джорджа. Я предлагал ей множество альтернатив (моей

любимой была Герман Мельвилль Хейнрикс), пока она наконец не сказала: «Знаешь, Джордж, это не так уж и плохо». Я поцеловал её, сказал, как сильно я её люблю, и выиграл очередной спор.

Возвращаемся к нашей паре.

ОН: Ну хорошо, а как насчёт «Титаника»?

Он знает, что она бы предпочла другой фильм – она не особо любит морскую тематику, – но после предыдущего варианта он звучит не так уж и плохо.

ОНА: О'кей.

Решено: «Титаник». «Титаник» – фильм, на который, как оказалось, он изначально и рассчитывал. Разница между тремя формами риторики может предопределить успех государства, компании или семьи. Помните мой спор с Джорджем, моим сыном?

Я: Кто выдал всю пасту?

ДЖОРДЖ: Дело же не в этом, а, пап? Дело в том, как мы собираемся впредь не допускать такого.

Нет, без сарказма; я признаю, что парень большой молодец, потому что он переключил риторику с прошлой формы на будущую – с судебной на осмысленную. Он перевёл спор в режим принятия решений. Как лучше поступить, чтобы обеспечить бесконечный запас зубной пасты?

Неплохое чутьё Энни

Погодите. Будущее звучит прекрасно, но разве цивилизованный дискурс не должен опираться на факты? В будущем *нет* фактов, разве не так? Разве будущее не носит предположительный характер?

**ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, КОГДА СПОР
ПЕРЕХОДИТ В БИТВУ**

Можете считать, что «Что мы будем делать с этим?» и «Как нам впредь не допускать такого?» – это риторические эквиваленты смазки от WD-40. Прошое и настоящее могут помочь вам сделать заявление, но любой спор, связанный с каким-либо решением, в конце концов обращается к будущему.

Верно. В будущем фактов не бывает. Мы можем знать, что солнце взошло вчера и что оно светит сейчас, но мы способны лишь *предсказать*, что оно так же взойдёт и завтра. Когда сиротка Энни поёт отвратительную песню «Завтра», она не делает заявлений, основанных на фактах, – она *предполагает*. Как истинная последовательница Аристотеля, Энни даже принимает ситуацию такой, какая она есть: «Поставь последний грош, / Что солнце / Завтра вновь взойдёт!»

Энни признаёт, что ожидаемый восход солнца ещё не стал фактом. Назовём это Законом сиротки Энни: солнце лишь *предположительно* взойдёт завтра. Успешный спор, как и вообще всё, что касается будущего, не может опираться на факты.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Хороший убедитель умеет предвидеть возражения своей аудитории. В идеале вы сами должны создать эти возражения ещё до того, как это сделает ваша аудитория. Эта техника сделает ваших слушателей более податливыми. Они начинают думать, что вы разберётесь с их робостью, и впадают в совершенно бездумное состояние убеждаемости. (Ой, что-то я разговорился. Вы же аудитория. Зачеркните «бездумное».)

В осмысленном споре можно *использовать* факты, но полностью себя подчинять им нельзя. Мы с вами можем вести дебаты по поводу столицы Буркина-Фасо, но в таком случае мы не ведём осмысленный спор; мы просто спорим по поводу факта. Никто – ни я, ни вы – не может назначить столицей Уагадугу. Мы просто ищем эту информацию. (Я только что нашёл.)

Всё, что у нас есть на будущее, – это выборы, но не факты. Когда Гомер Симпсон ведёт дебаты со своей женой в будущем времени осмысленного спора, факты тут вообще ни при чём:

МАРДЖ: Гомер, я не хочу, чтобы ты ездил в машине, которую ты сделал сам.

ГОМЕР: Ты либо шуми дальше, либо свяжи мне ремни безопасности.

Вместо того чтобы помочь нам найти какую-то призрачную правду, осмысленный спор *осмысливает*, взвешивает один вариант против другого, рассматривает последствия.

ВАРИАНТЫ:

- Пляжи или горы этим летом?
- Вашей компании лучше обновить компьютеры или просто нанять компетентных технологов?
- Нужен ли десятилетнему ребёнку Snapchat?
- Есть ли смысл в полёте на Марс?

Когда вы спорите о ценностях, вы пользуетесь демонстративной риторикой – не осмысленной. Если вы полагаетесь на сверхъестественный авторитет – Бога, скажем, или Бейонсе, – то тогда вы не оставляете своей аудитории выбора.

Высшие сущности ответят на следующие вопросы:

- Существует ли Бог?
- Аморальна ли гомосексуальность?
- Плох ли капитализм?
- Должны ли все студенты знать Десять заповедей?

Во всех случаях спор должен опираться на мораль и метафизику. Также он имеет место по большей части в настоящем времени и ведётся на языке демонстративной риторики. В супружеском диспуте он может приводить в бешенство с особой силой, потому что он походит на проповедь. (Демонстративная риторика – это, в конце концов, риторика проповедников.) Да и к тому же изменить чьи-то ценности гораздо труднее, чем изменить чьи-то мысли. Ну, как бы то ни было, вечные истины – они ведь, по идее, и должны быть... вечными.

ПЕРВЫЙ ДЕБАТИРУЮЩИЙ: Не знаю насчёт демократов, но кандидат М. – болван!

ВТОРОЙ ДЕБАТИРУЮЩИЙ: Трудно выразить моё возмущение поведением этой женщины. Если бы она знала, каким ревностным христианином является кандидат М., она бы помалкивала!

ВЕДУЩИЙ: Да пусть наденет свою паранджу или что у нее там.

ЧТО НЕ ТАК С ЭТИМ СПОРОМ?

Ведущий мог бы обратить всё это в политический спор, спросив, стал бы кандидат И. лучшим президентом, чем его оппонент. Вместо этого ведущий произнёс примитивную реплику: «*Она не наша!*» Примитивные разговоры решают вопросы настоящего времени: *кто наш, а кто нет?* Политические разговоры решают вопросы будущего: *кто нам лучше всего подходит?*

Практические интересы открыты осмысленным дебатам. Потому что осмысление связано с решениями; всё, что связано с осмыслением, *зависит от множества факторов*: от обстоятельств, от времени, от вовлечённых лиц, от «общества», которое вы подразумеваете, говоря об общественном мнении. Осмысленный спор в решении вопросов опирается на общественное мнение, а не на высшую силу.

Мнение аудитории ответит на следующие вопросы:

- Стоит ли правительству повысить налоги, чтобы улучшить качество образования?
- Стоит ли вам давать своему ребёнку больше карманных денег?
- Когда вашей компании лучше всего выпустить новейший продукт?

Если в споре вы отреагируете репликой «Да это же неправильно!», то это будет означать, что вы пользуетесь демонстративной, ценностной риторикой. Если вы ответите: «С другой стороны», то у вас есть реальный шанс вывести спор к принятию решений.

ОТЕЦ: Наша дочь убьётся на этих перекладинах.

МАТЬ: С другой стороны, может, и не убьётся. К тому же координация, которую она вырабатывает, вися на перекладинах, может предотвратить происшествия в дальнейшем.

Может и не предотвратить. В решениях всегда полным-полно вот таких сценариев – «а что, если». Осмысленный дискурс помогает разобраться среди всех возможных вероятностей. В «Симпсонах», этом неисчерпаемом источнике риторического материала, Нед Фландерс, перерождённый христианин, набрасывается на бармена Мо с демонстративной риторикой прошедшего времени. Мо делает робкую попытку ответить языком предположений осмысленной риторики.

НЕД ФЛАНДЕРС: Ты – уродливый, полный ненависти человек.

МО: Хэй, я, может, и уродлив, может, и полон ненависти, но... э... что ты там в конце сказал?

Осмысление – это в буквальном смысле риторика выбора. Осмысление связано с принятием решений, а решения, в свою очередь, зависят от определённых обстоятельств, а не от вечных истин и холодных фактов. Если бы в мире не существовало непредвиденных обстоятельств, то тогда мы бы все жили по нескольким вечным правилам, которые были бы применимы ко всем нашим решениям. В комплекте с каждым ребёнком поставлялась бы инструкция по применению – такая же, с которой поставлялся его старший брат или сестра. Любой практический метод можно было бы приложить к любой ситуации. Тому, кто рано встаёт, Бог бы всегда подавал; *абсолютно всё* было бы в десять раз дешевле, а в мире было бы два цвета: чёрный и белый. Но, увы, цветов у нас больше. Иногда, в некоторых обстоятельствах (например, когда впервые выпрыгиваешь из самолёта), смотреть вниз перед тем, как совершить прыжок, может быть опасно. Иногда враг вашего врага – это сомнительный друг для вас.

К тому же людям выбор нравится больше, чем выслушивание нотаций об их безответственности. Что бы получилось, если бы я проигнорировал установку Джорджа на будущее и перевёл спор в настоящее?

Я: Хороший сын не стал бы расходовать всю зубную пасту. Хорошие дети ответственные.

Полагаю, я бы тогда остался без зубной пасты. Джордж, услышав, что он плохой сын, сделал бы всё, чтобы оправдать такое мнение о себе. Прошлое не обеспечило бы меня зубной пастой. Настоящее тоже. Только будущее может поддержать чистоту моих зубов.

Девушка против индейки

Муж с женой дебатировать по поводу того, как им лучше увеличить инвестиции: в акции или в облигации.

ОН: Слушай, давай на акции надавим.

ОНА: Эксперты прогнозируют обвал рынка в этом году. Предлагаю действовать по старинке.

Зачем спорить? Потому что они не могут предсказать экономическое будущее. Они только могут сделать предположение. Как бы этот спор выглядел в прошедшем времени?

ОН: Мой отец всегда говорил, что высоконадёжные акции – это наилучший выбор. Это разумная инвестиция.

ОНА: Ну это ведь совсем не так. Мой астролог говорит, что высоконадёжные акции – это зло.

Та же пара спорит по поводу того, нужно ли их десятилетнее чадо вести к ортодонту.

ОНА: С прямыми зубами он будет более уверенным в себе.

ОН: Да, но если мы пустим эти деньги в накопления на колледж, то избавим его от необходимости выплачивать долг потом.

ОНА: Но зубы это ему не выпрямит.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ВСТРЕЧИ

Ничего не говорите до тех пор, пока дискуссия не наберёт полный ход. Если вы увидите, что спор завяз в прошлом или настоящем времени, переведите его в будущее. «Вы все дело говорите, но как вы собираетесь...?» Не забудьте оформить свой вопрос так, чтобы он затрагивал ту сторону проблемы, которая угодна вам.

Существует ли правильный выбор? Возможно. Но они его не знают, а решение принять тем не менее должны. Такие вопросы связаны с вероятностями, а не с фактами или ценностями.

Представьте, что ваш дядя Рэнди решил развестись с вашей тётей в день тридцатилетия свадьбы, чтобы жениться на инструкторе по сёрфингу, которую он встретил на курорте. Перед вами возникают две проблемы: моральная и практическая. По нашему определению, моральная проблема не подлежит оспариванию: ваш дядя либо прав, либо не прав. Можете попробовать указать ему на то, что он разбивает сердце чудесной женщине, но это будет проповедью, а не спором. Можете пригрозить ему тем, что он не будет допущен к вашему столу на День благодарения, но тогда это будет уже принуждением, а не спором (если он вообще вдруг отдаст предпочтение вашей индейке вместо круизного буфета со своей курортной красоткой).

Практическая, подлежащая оспариванию проблема в случае с вашим дядей связана с вероятными последствиями предательства им вашей тёти и перехода к новой женщине.

ВЫ: Она бросит тебя через год, и остаток дней ты будешь влачить жалкое одинокое существование.

ДЯДЯ: Нет, не бросит. А с молодой женщиной я сам буду чувствовать себя моложе, что означает, что я проживу дольше.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ОПРЕДЕЛИТЕ ТО, ЧТО НЕ ПОДЛЕЖИТ ОСПАРИВАНИЮ. Выявите что-нибудь такое, что неизменно, необходимо или неоспоримо верно. Если вы считаете, что ваш оппонент не прав – если то, что он говорит, по-вашему, не обязательно правда, – то попробуйте высказать что-нибудь такое, во что верит аудитория. Вы можете также поставить эту мысль, в которую верит ваша аудитория, под сомнение; однако в осмысленном споре лучше такие мысли употреблять на пользу убеждения.

Какое предположение верно? Никто из вас не знает. Однако дядя Рэнди может убедить вас тем, что у него есть реальные, практические основания для развода. Убедит ли вас, что он прав с моральной точки зрения? Никогда. Морали неоспоримы в осмысленной риторике.

Правило спора номер один: **никогда не оспаривайте неоспоримое.** Вместо этого сосредоточивайтесь на ваших целях. Следующая глава расскажет вам о том, как их достичь.

Средства

Мы рассчитываем чего-то добиться своими спорами. Вы используете дебаты, чтобы решить проблему – решить её так, чтобы все ушли в согласии. В согласии с вами. Этого трудно достичь, когда никто не может выйти за рамки обсуждения того, кто прав, а кто нет, кто хорош, а кто плох. Почему так много споров заканчиваются обвинениями и обзывательствами?

Ответ может показаться глупым, но он совершенно верен: большинство споров проходят не в том времени. Подберите подходящее время. Если вы хотите, чтобы ваша аудитория приняла решение, сосредоточьтесь на будущем. Времена настолько важны, что сам Аристотель привязал к каждому из них по целой отрасли риторики. В дальнейших главах мы разберём времена гораздо более подробно. Вы

узнаете, как нужно использовать ценности, чтобы выиграть в споре, касающемся выбора. Тем временем предлагаю вам запомнить следующие средства:

- **Контролируйте проблему.** Что вы хотите: повесить на кого-то **обвинение**? Определить, кто соответствует или не соответствует общечеловеческим **ценностям**? Заставить свою аудиторию принять **решение**? В самых продуктивных спорах центральной проблемой является принятие решения. Не позволяйте спору заикнуться на ценностях или на чьей-то вине. Старайтесь сделать так, чтобы он обращался вокруг решений, необходимых для разрешения проблемы в пользу вас и вашей аудитории.

- **Следите за временем.** Держите спор в нужном времени. Если он связан с решениями, обязательно убедитесь в том, что он проходит в будущем времени.

Глава 4

Смягчите их

Нрав, логика, эмоции

Audi partem alteram. Следует выслушать и другую сторону.

Блаженный Августин

Необычайно триумфальное искусство приемлемости

Однажды мой семилетний сын Джордж решил во что бы то ни стало пойти в школу в шортах в разгар зимы. Мы живём в холодном Нью-Гэмпшире; снег на наших площадках настолько же пушист и прелестен, как матовое стекло. Моя жена запустила спор в классической семейной манере. «Поговори с ним», – сказала она.

Ну, я и поговорил. Как человек, изучающий риторику, я употребил три самых сильных средства убеждения Аристотеля:

- Убеждение нравом.
- Убеждение логикой.
- Убеждение эмоциями.

В этой главе вы узнаете принципы работы каждого из этих средств и овладеете некоторыми техниками: применением декорума в целях убеждения, техникой парирования в спорах и тактическим сочувствием, которые направят вас в путь к достижению мастерства в спорах.

Первым, что я использовал на Джордже, было убеждение нравом: я изобразил из себя строгого отца.

Я: Ты наденешь штаны, и это не обсуждается.

ДЖОРДЖ: Почему?

Я: Потому что я тебе так сказал.

Он просто смотрел на меня со слезами на глазах. Тогда я попытался заговорить разумно, применив убеждение логикой.

Я: Если пойдёшь в штанах, кожа от холода не потрескается. Тебе будет гораздо лучше.

ДЖОРДЖ: Но я хочу пойти в *шортах*.

После этого я решил провести манипуляцию с его эмоциями. Следуя словам Цицерона, говорившего, что юмор – это одна из самых убедительных риторических сил, я подтянул штаны и запрыгал.

Я: Тут-туру-тут, посмотрите на меня, я иду на работу в дурацких шортах... Глупо ведь выгляжу, нет?

ДЖОРДЖ: Да. [*Продолжает натягивать шорты.*]

Я: Так почему ты всё равно хочешь идти в шортах?

ДЖОРДЖ: Потому что я не выгляжу глупо. Вот мои ноги. Мне всё равно, если кожа попрекается.

Я: Потрескается.

Я, с моим превосходным знанием английского языка, проигрывал. Да и вообще Джордж впервые попробовал спорить, вместо того чтобы плакать. Так что я решил позволить ему выиграть.

Я: Хорошо. Если мы с мамой договоримся с полицейскими, то ты можешь пойти в шортах. Но на улице ты поверх шорт будешь носить комбинезон. Идёт?

ДЖОРДЖ: Идёт.

Большая тройка Аристотеля

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

Эти два предложения – «Хорошая идея? Думаю, хорошая» – составляют фигуру речи под названием *гипофора*, предполагающую задавание риторического вопроса и сразу вслед за тем ответ на него. С помощью гипофоры можно предупредить скептицизм аудитории и уничтожить его на корню. В греческом языке это слово почему-то означает «поднесущий».

Я использовал свои наилучшие аргументы, базирующиеся на нраве, логике и эмоциях. Так каким же образом Джорджу всё равно удалось победить меня? А вот каким: он использовал те же средства. Я

использовал их специально, он – инстинктивно. Аристотель называл их *логос*, *эмос* и *пафос*, так что и я буду придерживаться тех же названий – просто потому, что их греческие версии богаче переводных. Итак, *логос*, *эмос* и *пафос* – это три базовых риторических средства.

Логос – это **аргумент, основанный на логике**. Если бы аргументы были детьми, то тогда *логос* был бы самым смыслённым – старшей сестрой, которая учится лучше всех в старшей школе. *Логос* – это не просто следование правилам логики; это набор техник, предполагающих использование того, о чём в данный момент думает аудитория.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ЛОГОС. Аргумент, основанный на логике.

Эмос, или **аргумент, основанный на нраве**, задействует личность убеждающего, его репутацию, а также его способность выглядеть надёжно. (Пока *логос* печётся о своей успеваемости, *эмос* избирается старостой класса.) В риторике безукоризненная репутация – это больше чем хорошо – это убедительно. Я научил своих детей тому, что врать – это не просто неправильно, это *неубедительно*. Аудитория обычно склонна доверять надёжному убеждающему и принимать его аргументы. «Жизнь человека говорит о нём больше, чем его слова», – говорил один из современников Аристотеля. Эти слова и сейчас актуальны. Риторика показывает, как выставить свою жизнь в выгодном свете.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ЭМОС. Аргумент, основанный на нраве.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ПАФОС. Аргумент, основанный на эмоциях. Успешный убедитель должен уметь читать эмоции своей аудитории.

Затем идёт *пафос*, или **аргумент, основанный на эмоциях**, тот брат или сестра, которого никто не уважает и которому всё сходит с рук. Логики и снобы-лингвисты терпеть не могут *пафос*, но даже сам Аристотель, человек, который *изобрёл* логику, признавал его полезность. Вы можете убедить кого-то логически, но, как мы уже

видели в третьей главе, заставить этого человека перейти к действию требует более серьёзных средств.

Логос, *эмос* и *пафос* нацелены на мозг, нутро и сердце вашей аудитории соответственно. Наш мозг разбирается с фактами, нутром мы чуем, можем ли мы доверять другому человеку, а наше сердце требует, чтобы мы что-то с этим сделали. Вместе они составляют основу успешного убеждения.

Джордж инстинктивно использовал все три составляющие, когда отражал мои аргументы. Его *эмос* победил мой:

Я: Ты должен надеть штаны, потому что я тебе так сказал.

ДЖОРДЖ: Это мои ноги.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ПЕРЕД ВАЖНОЙ ВСТРЕЧЕЙ

Если вы хотите, чтобы встреча прошла удачно, внимательно проверьте *логос*, *пафос* и *эмос* вашего предложения. Все ли мои пункты логичны? Поверят ли моим словам присутствующие? Что мне сделать, чтобы разжечь в них интерес к концу выступления?

Его *логос* также устранил мой *логос*, пусть даже его медицинские познания с этим не справились.

Я: В штанах твои ноги будут чувствовать себя лучше.

ДЖОРДЖ: Мне всё равно, если кожа потрескается.

Перед его *пафосом* я тоже устоять не смог. Когда он был совсем маленьким, он даже оттопыривал нижнюю губу, пытаясь не заплакать. Цицерон обожал эту технику – не технику с губой, а вообще видимость старания держать себя под контролем. Это помогает оживить атмосферу в помещении. Цицерон также говорил, что искренняя эмоция более убедительна, чем наигранная. Насчёт слёз Джорджа я могу точно сказать: они были искренние. Попытки удержаться от плача только сильнее увлажняли его глаза.

Я бы хотел сказать, что мой *пафос* был эффективен, но Джорджу моя выходка со штанами не показалась смешной. Он просто согласился с тем, что я выгляжу глупо. В ту пору я довольно серьёзно был

погружён в изучение риторики, и вот такой нокаут от семилетнего мальчишки был для меня вершиной унижения. Позже состоялся разговор с женой.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Ну, ты поговорил с ним?

Я: Да, всё нормально.

Джордж как раз вовремя зашёл в комнату в шортах.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Тогда почему он в шортах?

ДЖОРДЖ: Мы договорились?

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: *Договорились. Договорились, что он пойдёт в школу в шортах.*

Я: Говорю тебе: всё нормально.

А что, если бы он вернулся из школы с ногами, похожими на стебли ревеня? Хотя я был немного обеспокоен состоянием его кожи и сильно обеспокоен соответствием ожиданиям моей жены, ни то ни другое не было особо связано с моей личной целью: вырастить детей-убедителей. Если Джордж проявлял решимость употребить все средства, чтобы выиграть в споре, я готов был уступить ему. Я предпочитаю сейчас думать, что в том случае мы оба вышли победителями. (В старшей школе он проявлял индивидуальность обратным путём: он носил галстуки и даже надевал брюки.)

Логос, пафос и этос при единовременном употреблении обычно работают в спорах (споры с семилетними мы не берём в расчёт). Используя логику своего оппонента и эмоции своей аудитории, вы можете переманить аудиторию на свою сторону без особых усилий. Они сами с радостью предоставят вам возможность контролировать ход спора.

Логос: используйте логику присутствующих

Позже мы обратимся к более серьёзным логическим тактикам и увидим, как завоевать аудиторию красноречием. Но сначала давайте овладеем самым мощным из всех существующих средств *логоса*: уступкой. Оно больше походит на джедая, чем на Рэмбо, заключая в себе больше ловкости и мастерства, чем грубой силы, однако оно лежит ближе к силовому центру *логоса*, чем все другие высокопарные

риторические приёмы. Даже самые агрессивные манёвры оставляют место для идей оппонента и для предубеждений аудитории. Чтобы убедить людей – заставить их захотеть принять удобное вам решение и выполнить то действие, которое вы хотите, чтобы они выполнили, – вам понадобятся все доступные средства. Один из лучших ресурсов – это слова оппонента.

В одном из комиксов «Кельвин и Хоббс» персонаж по имени Кельвин делает весьма эффективную уступку, когда его отец пытается научить его ездить на велосипеде.

ОТЕЦ: Слушай сюда, Кельвин. Тебе нужно расслабиться. Так ты лучше удержишь равновесие.

КЕЛЬВИН: Я не могу ничего с собой поделать! Осознание неизбежности смерти держит меня в напряжении! Сдаюсь!

Умный мальчик. Даже помещённый на велосипед-убийцу, он умудряется взять спор под контроль. Признавшись в том, что находится в напряжённом состоянии, он переводит проблему от нервов к опасности – к такой позиции, где его аргументы более убедительны, чем аргументы его отца.

Продавцы обожают использовать метод уступки, когда они втюхивают вам что-то. У меня однажды был начальник, который имел опыт работы в продажах. Он был живым подтверждением того, что от старых привычек трудно отделаться. Он никогда не противоречил мне, и тем не менее он как-то умудрялся делать так, что половину времени мне приходилось делать вещи, противоположные тому, что я сам предложил.

ПОВТОРЯЙТЕ ЭТО ДОМА

Аристотель говорил, что у любого высказывания есть обратная сторона. На этом и завязан трюк с уступкой. Когда супруга говорит: «Мы с тобой вообще никуда не выходили уже сто лет», мудрый партнёр не станет перечислять все последние свидания в хронологическом порядке; он скажет: «Это потому, что я хочу, чтобы ты никому, кроме меня, не досталась». Такой ответ, по крайней мере, даст ему время на то, чтобы обдумать, как изменить время. «А вообще, я

подумывал о том, чтобы сходить с тобой в тот новый корейский ресторан».

Я: Наши наблюдения показывают, что читатели предпочитают красивые обложки без обилия надписей.

НАЧАЛЬНИК: Красивые обложки. Конечно.

Я: Я понимаю, что пустые обложки – это против правил продажи журналов в ларьках с прессой, но как насчёт того, чтобы попробовать двойные обложки: одна половина будет заполнена привычными заголовками, а на другой будет помещена большая картинка с минимальным количеством надписей?

НАЧАЛЬНИК: Чистые обложки. Отличная идея. Как это отразится на нашем бюджете?

Я: Это дорого обойдётся. Но я уверен в увеличении продаж.

НАЧАЛЬНИК: То есть насчёт бюджета вы ничего не знаете.

Я: Эмм, нет. Но говорю вам, босс, я вполне уверен в том, что это хорошая идея.

НАЧАЛЬНИК: Конечно. Я не сомневаюсь. Ну, это и правда отличная идея. Давайте вернёмся к ней, когда будут позволять средства.

Я: Но это случится не раньше, чем через девять месяцев...

НАЧАЛЬНИК: Так что там у вас ещё?

Моё предложение никто, конечно, так и не рассмотрел. Если в аду и зарезервирован отдельный котёл для таких продавцов, то разве что очень комфортабельный. И мне всё же нравится этот человек; споры с ним никогда не казались спорами; я со счастливым видом выходил из его офиса, несмотря на то что был опровергнут буквально во всех пунктах – причём это он был тем, кто всегда уступал.

На курсах импровизационной комедии вы можете встретить ту же самую технику. Ваши учителя, вероятнее всего, будут обучать вас практике «Да, и...» – то есть принятию того, что говорит ваш собеседник, и построению дальнейших рассуждений на этой основе. Представьте, что вы находитесь на сцене со своим партнёром. Партнёр начинает.

ПАРТНЁР: Смотри, пингвины взлетают с нашей крыши!

Как вы на это ответите? Интуитивно?

ВЫ: Тут не может быть пингинов. Пингины не могут летать. Да и живём мы во Флориде. Может, ты имеешь в виду пеликанов?

В этом диалоге буквально слышен визг тормозов. Давайте лучше попробуем «Да, и...».

ВЫ: Да, и ведь правильно мы сделали, что поставили катапульту на крыше и́глу.

Этот импровизационный метод хорош тем, что он позволяет вам обратить диалог в любую сторону. Допустим, вы не согласны с тем, что пингины взлетают с вашей крыши. Вместо того чтобы напоминать о том, что пингины не умеют летать, лучше просто предположите существование катапульты.

У любого высказывания есть оборотная сторона. Когда супруга говорит: «Мы с тобой вообще никуда не выходили уже сто лет», мудрый партнёр не станет перечислять все последние свидания в хронологическом порядке; он скажет: «Это потому, что я хочу, чтобы ты никому, кроме меня, не досталась».

Разве это не согласие? Хотя ваши диалоги и не обязательно будут столь изящно парящими, этот подход может отлично сработать в политическом споре. Политики очень активно применяют уступки – отчасти потому, что эта тактика обладает ну очень освежающим действием. Попробуйте провести целый диалог, ни разу не перечислив своему оппоненту.

ОНА: Я готова пожертвовать конфиденциальностью, если это будет означать, что правительство сможет обеспечить меня лучшей безопасностью.

ВЫ: Безопасность – это важно.

ОНА: Они же не будут залезать в мой телефон.

ВЫ: Нет, у них нет никаких оснований.

ОНА: Конечно же, я не буду молчать, если их действия не будут меня устраивать.

ВЫ: Конечно, не будете. Только вы всё-таки не закрывайтесь от правительства.

Возможно, к этому моменту ваш друг уже начнёт дымить. Не бойтесь, это просто естественный признак того, что этот человек начал чувствовать неладное. Греки обожали уступки именно за это: они позволяют оппонентам самим завести себя к вам в западню.

Однако в уступках заключается нечто большее. Они являются основополагающим элементом того, что я называю *приемлемостью*. Приемлемость устраняет элемент агрессии из конфронтации, поскольку, когда есть приемлемость, вы можете спорить, при этом не создавая вида того, что вы спорите. Приемлемость также даёт возможность перевести битву в состояние спора. Приемлемость требует проникновения в голову оппонента, в его мысли. Мозг спорящего иногда будет казаться вам довольно захлапленным и хаотичным местом. Однако в каждой голове есть что-то привлекательное. В этом и заключается вся прелесть уступки и приемлемости: в конечном счёте это всё является актом сочувствия.

Пафос: начните с настроения аудитории

Сочувствуйте – подстройте себя под *пафос* слушателя. Не пытайтесь перевернуть или опровергнуть настрой; ведь риторическое сочувствие призвано показывать заинтересованность, доказывать, что вам, как любил говорить президент Джордж Герберт Уокер Буш, «не всё равно». Так что, когда вы столкнётесь с каким-нибудь рассерженным мужчиной, постарайтесь тоже выглядеть строго и напряжённо, не нужно кричать: «Воу-воу, остынь!» Сочувствие предполагает, что, когда маленькая девочка выглядит грустно, вы тоже будете выглядеть грустно; оно не предполагает, что вы должны прошептать ей: «Ну, улыбнись!»

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

СОЧУВСТВИЕ. Войдите в положение слушающего.

Такая реакция на чувства вашей аудитории может послужить для вас чем-то вроде фундамента, позволяя ей видеть, как ваши эмоции меняются, когда произносите свои фразы.

Цицерон говорил, что истинный оратор должен уметь преобразовать себя в эмоциональную ролевую модель, показывая своей аудитории, что она должна чувствовать.

МАЛЕНЬКАЯ ДЕВОЧКА: Я потеряла шарик!

ВЫ: Бе-едная...

[*Девочка плачет сильнее.*]

ВЫ (*всё ещё пытаюсь выглядеть грустно, несмотря на то, что вам приходится сильно кричать, чтобы заглушить своим голосом плач девочки*): А что ты держишь?

МАЛЕНЬКАЯ ДЕВОЧКА: Мама дала мне динозавра.

ВЫ (*ободрительно*): Динозавра!

Моя жена, человек, которого природа наделила способностью запросто входить в положение другого, особенно хороша в уступках чужому настроению. Она так способна отыграть мои же собственные эмоции, что я порой испытываю неловкость за самого себя. Однажды я вернулся с работы злой из-за того, что мой начальник никак не отреагировал на то, что мой журнал получил награду.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Вообще никак? Даже по электронной почте не поздравил?

Я: Нет...

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Они понятия не имеют о том, как ты для них важен!

Я: Ну...

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Одного письма мало даже! Они должны выписать тебе премию.

Я: Это была не такая уж и серьёзная награда...

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК НА РАБОТЕ

Чрезмерное сочувствие может выставить чужое настроение как что-то смехотворное, хотя никто прямо это настроение и не высмеивает. Когда ваш сотрудник возмущается насчёт своей должности, скажите: «А давай тебя сразу наверх назначим». После этого вы будете наблюдать перемену его настроения от скандального к встревоженному. Конечно, есть и такая вероятность, что вы получите ответ в духе песни «Alice's Restaurant». Арло Гатри в этой песне орал: «Я хочу убивать! Убивать!», когда его песенный персонаж регистрировался на службу в армии и ему вручили за это медаль. Позже вы увидите более подробный разбор этой техники под названием «ответный огонь».

Её согласие было так сильно, что в какой-то момент я просто занял сторону своего начальника. Думаю, её сочувствие было искренним, однако эффект, который оно произвело, был таким, словно она направила все свои риторические навыки на то, чтобы мне стало лучше. И я действительно почувствовал себя лучше, правда, при этом несколько по-дурацки.

Теперь мы подходим к уступающей стороне *этоса*, называющейся *декорум*. Это самая важная техника риторической ловкости, поэтому я ей отвожу целую отдельную главу.

Средства

«Используйте лягушку, – пишет Исаак Уолтон в своей книге «Искусный рыболов». – Вставьте крюк через рот, выньте наружу... и используйте лягушку с любовью». Примерно так можно вкратце описать суть этой главы, которая учит вас пользоваться своей аудиторией с любовью. Все последующие средства требуют понимания оппонента и сочувствия своей аудитории.

- *Логос*. Аргумент, основанный на *логике*. Первая описанная логическая тактика – *уступка*, использование аргументов оппонента в своих интересах.

- *Пафос*. Аргумент, основанный на *эмоциях*. Самая важная тактика тут – это *сочувствие*, улавливание эмоций своей аудитории и последующая перемена настроения таким образом, чтобы он подходил к вашим аргументам и к вашему спору.

- *Этос*. Аргумент, основанный на *нраве*. Аристотель называл эту часть самой важной – ещё более важной, чем *логос*.

Логика, эмоции и нрав – важнейшие средства риторики. Далее вы узнаете, как пользоваться каждым из них. Читайте.

Глава 5

Расположите их к себе

Правила декорума Эминема

*Человек, который не может жить в обществе,
есть либо зверь, либо бог.*

Аристотель

Приемлемая часть этоса

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ДЕКОРУМ. Ваша аудитория считает вас приемлемым, если вы соответствуете их ожиданиям.

Приемлемый этос соответствует ожиданиям, которые аудитория возлагает на тон, внешность и манеры гипотетического лидера. Древние римляне придумали слово, описывающее такой тип приемлемости личности: *декорум*. Эта концепция куда интереснее, чем принудительная и невыносимо скучная вежливость, проповедуемая такими авторами, как Эмили Пост и Джудит Мартин. Риторический декорум – это искусство соответствия, причём соответствия не только какой-нибудь официальной обстановке, но вообще любому месту: начиная от офиса и заканчивая районным баром. Вот почему продавцы носят совершенно кошмарную обувь, а шестнадцатилетняя девушка сбегает из дома, чтобы тайком сделать пирсинг пупка. Она подводит себя к соответствию определённому мелкому объединению, которое не разделяет устаревшие ценности её родителей.

ЗНАЧЕНИЯ

В древнегреческом языке слово «эмос» изначально означало «среду» – пространство, в котором обитают животные и люди. Логику тут не видно, пока не вспомнишь о значении слова «этика» (слова, произошедшего непосредственно от слова «эмос»). Человек, обладающий

достойной этикой, соответствует правилам и ценностям своей аудитории так же, как пингвин соответствует особой среде айсберга, на котором он обитает. «*Этос*» связан со способностью человека соответствовать ожиданиям определённых групп людей.

Вообще латинское слово «*декорум*» означает «подходящий». В споре, как и в эволюции, выживает наиболее приспособленный. Элита любого сообщества – от игровой площадки до совещательного зала совета директоров – есть не что иное, как следствие выживания наиболее приемлемых.

Декорум говорит аудитории: «Делайте, как я говорю и как я делаю». Говорящий может звучать как высший коллективный голос своей аудитории, как ходячий, говорящий консенсус. Это не обязательно требует поведения такого же, как у аудитории. Как минимум это помогает одеваться лучше, чем среднестатистический участник сообщества. Взрослые иногда совершают преступление против декорума, решая вопросы с детьми. Разговор с трёхлетним ребёнком в детском стиле не только выглядит по-идиотски в представлении других детей; даже сам ребёнок, с которым вы так говорите, видит в вас в этот момент полнейшего идиота. Высшее преступление против стиля – это одеваться, как ваш молодой ребёнок. Когда я вижу бандану или мешковатые штаны на ком-то таком, кому уже идёт пятый десяток, я хочу этого изувера пристрелить и тем самым избавить его ребёнка от мучений. Чтобы выразить нужный декорум, ведите себя так, как ваша аудитория *ожидает*, что вы будете себя вести, – не обязательно так же, как ваша аудитория себя ведёт.

Мы считаем декорум лишним, непрактичным искусством, однако пособия по декору, написанные нашими предками, – пособия по контролю за интонацией, жестикуляцией, одеждой, таймингом и манерами, – развивали те же самые темы, которые развиваются в современных бестселлерах. Эти древние пособия объединяли в себе всё содержание брошюр вроде «Как одеваются успешные люди», всей библиографии Марты Стюарт и Эмили Пост, а также книги «Менеджер за одну минуту». Через несколько тысяч лет после того, как древние римляне изобрели декорум, современный ритор Кеннет Бёрк провозгласил его, «пожалуй, самым простым способом убеждения». Он предложил внушительный инвентарь навыков декорума: «Вы можете

убедить кого-то только тогда, когда говорите на его языке в смысле стиля речи, жестикологии, тональности, порядка, представлений, установок и идей, – то есть в том случае, когда вы соответствуете этому человеку».

Кстати, Бёрк написал это в 1950 году, в эпоху, далёкую от сегодняшней толерантности. Может, со временем в нас накапливается чувство уважения друг к другу? Среди взрослых мыслящих людей найдутся два-три человека, которые верят в это. Однако это вовсе не означает, что мы становимся грубее. В каждой эпохе свои правила; люди постоянно адаптируют эти правила так, чтобы они соответствовали меняющейся социальной обстановке. Были времена, когда люди парадно одевались, когда они ходили в кинотеатр. Но они и курили там же.

Кстати, о фильмах: моей матери было четырнадцать лет, когда фильм «Унесённые ветром» показывали в местном кинотеатре в округе Уэйн в Пенсильвании. Тогда все только и делали, что говорили о бесстыдстве Ретта Батлера. Моя мама всё дожидалась, чтобы кто-нибудь наконец выругнулся в фильме, однако, когда прозвучала реплика: «Френки, дорогой, да и чёрт бы с ним», весь зал аж вскрикнул от ужаса и так долго перешёптывался, что она так ничего и не услышала. «Эта фраза тогда звучала шокирующе», – говорила она спустя долгие годы.

Сейчас же любой школьник ругается, как сапожник. 1:0 в пользу высоких манер времён молодости моей мамы. С другой стороны, когда она смотрела «Унесённых ветром», ей пришлось сидеть на балконе, потому что она пришла в кино с темнокожим семейным поваром. Даже в пригороде Филадельфии в 1939 году «цветных», пришедших посмотреть фильм про благородный Юг, не пускали на хорошие места.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ВТОРЖЕНИЯ

То, что деликатность составляет львиную долю декорума, возможно, многим людям покажется очевидным. Но не Пентагону. Он начал вести полноценную работу по подготовке офицеров-дипломатов лишь спустя три года после начала вторжения в Ирак. Мы силой смогли набрать свои очки, а вот отношения с местным населением так и не сложились.

Манеры – это ведь то, как мы относимся друг к другу. Те люди, что возмущаются из-за политкорректности, возможно, таким образом просто сетуют из-за неминуемых перемен в социальной обстановке. Некоторым людям очень нравится проводить манеры везде, где только можно; в каждой культуре есть такие пуритане – пуритане «левого» толка, которых оскорбляет шутка в отношении чьей бы то ни было этнической принадлежности, и правые пуритане, которые буквально падают в обморок, когда кто-то говорит им «С праздником!» вместо «С Рождеством Христовым!». Но тут дело не только в манерах. Мы сейчас говорим об одном из важнейших средств убеждения.

Декорум соблюдает правила аудитории. Если вы вдруг окажетесь в фундаменталистской церкви, то вы не станете читать прихожанам лекции об этимологии слова «праздник» – вы им пожелаете счастливого Рождества. Если вы примете участие в факультетской встрече участников Лиги плюща, то вы не будете закатывать глаза и морщиться, когда кто-то будет говорить о «людях других национальностей». Вы будете сидеть и изображать внимательность и почтение. Разумеется, никакой закон не предписывает заботиться о декоруме. У нас свободная страна, если не считать разговорные радиостанции и всякие консервативные образовательные учреждения. Можете говорить всё так, как есть. Однако невозможно в одно и то же время не соблюдать декорум и быть убедительным. Это взаимоисключающие понятия.

Осмысленный спор не преследует правду – он преследует цели; а убедительный декорум должен изменяться сообразно аудитории. Когда вы находитесь в Риме, ведите себя как римляне – пожалуйста, никто не против. А вот если вы за пределами Рима будете вести себя как римляне, то это может привести к некоторым проблемам. Декорум определяет разницу между такими ситуациями, когда вам удаётся убедить аудиторию, и такими, когда она вас отвергает и отбрасывает.

Одну из величайших декорум-сцен в истории кинематографа можно увидеть в фильме «Восьмая миля» – автобиографии Эминема. Там его уговаривают принять участие в баттле в ночном клубе в центре Детройта, где хип-хоп-исполнители (ораторы, если угодно) будут по очереди унижать друг друга. Аудитория выбирает победителя посредством аплодисментов. До конца соревнования доходят двое: Эминем и один угрюмый афроамериканец. (Впрочем, не такой угрюмый, как Эминем. Никто не может быть таким угрюмым, кроме

него.) Эминем одет подобающе: идиотская шапка, одежда на несколько размеров больше, чем нужно, и ровно столько украшений, сколько он может себе позволить. Если бы он заявился на это мероприятие одетый как Кэри Грант, это выглядело бы ужасно в глазах любого человека. Однако народ, собравшийся в клубе, нашёл Эминема крайне гармонично вписывающимся в обстановку.

Однако его одеяние – это наименьшая из проблем его декорума. Так получилось, что он там один белый. Тем не менее Эминем сумел разгромить своего соперника, раскрыв страшную тайну: этот мнимый гангстер *был дошкольником!* Все хип-хоп-приёмы бедняги бессмысленны, потому что публика считает их липой. Эминем, этот изошрённый мастер декорума, лучше сливается с городской публикой, чем его чёрный оппонент.

Я был недостаточно крут?

Как говорил Цицерон, декорум, работающий у одного убедителя, может не работать у другого – даже с одной и той же аудиторией. Перед тем как вы приметесь за спор, спросите себя: «Чего они ожидают?» Задумайтесь над этим серьёзно. Чтобы отвратить людей от их мнения, вам нужно произвести на этих людей положительное впечатление.

Это сложнее, чем кажется. Когда я работал в городе Гринсборо в штате Северная Каролина, у меня была кофейная кружка с огромной чёрной надписью «Отвали». В Нью-Йорке эта кружка всем нравилась, а вот в Гринсборо она была принята не столь радушно. Никто ничего не говорил до тех пор, пока я не начал сверкать этой кружкой во время встречи с потенциальными клиентами. К счастью, этим людям кружка понравилась, однако мой начальник потребовал, чтобы я поменял её. Совсем несмешным был стикер на бампере одного нанятого мною нового редактора, который только окончил колледж. Этот стикер рекламировал одну местную рок-группу словами, оскорбляющими честь студентов и вообще людей науки. Некоторые из сотрудников выказывали возмущение. Когда я как бы невзначай посоветовал девушке избавиться от стикера, её ответ удивил меня.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С НЕПРИВЫЧНОЙ ПУБЛИКОЙ

Если вам предстоит оказаться перед людьми отличной от вашей культуры или социальной группы, попробуйте за несколько дней до встречи связаться с каким-нибудь из

представителей этой культуры или социальной группы. Попросите его перечислить пять глупейших выходов, которые он ждёт от такого человека, как вы. Если он ожидает дурно одетого неловкого человека, то можете во время встречи попробовать удивить группу. Например, белой женщине воздадут должное – то есть к ней проявят уважение, – если она заявится в церковь для черных в какой-нибудь роскошной шляпе. Приверженные традициям афроамериканские женщины очень высоко ценят изысканные головные уборы.

НОВЫЙ РЕДАКТОР: Не могу поверить, что они возмутились из-за этого!

Я: Понимаю. Но ты давно живёшь на Юге. Ты знаешь здешнюю культуру лучше, чем я.

НОВЫЙ РЕДАКТОР: А как же свобода слова?!

Я: Ну, свобода слова тут как бы ни при чём...

НОВЫЙ РЕДАКТОР: Я имею право помещать на свою машину что угодно!

Я: Это так.

НОВЫЙ РЕДАКТОР (*смущённо*): Ладно.

Я: Ты ведь понимаешь, что если ты испортишь отношения с коллективом, то дойдёт до увольнения. Ты хочешь из-за такой мелочи лишиться работы?

Она так и не убрала стикер. Ей не пришлось этого делать: кто-то другой сорвал его в тот же день.

Не всегда легко подстраивать свой декорум под обстоятельства, даже если делаешь это по собственному желанию. Когда я ещё холостяком жил в столице, мой младший брат как-то раз заехал ко мне. Одним вечером в Джорджтауне, центре вашингтонской ночной жизни, мы перешли улицу М, чтобы пройтись по барам. По дороге нам встретился кришнаит, продававший жалкие на вид розы. Джон купил у него одну розу и подарил её первой миловидной женщине, которую он встретил, со словами: «Держи, куколка».

«Держи, куколка»? Кем он себя возомнил в тот момент, Дином Мартином?

Вместо пощёчины женщина ответила словами: «Ой, спасибо большое!» Кажется, что она хотела его поцеловать, но её подружки потащили её дальше.

Я в восторге смотрел на Джона.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК НА НОВОЙ РАБОТЕ

Когда моя жена вернулась на постоянную работу, она спросила меня, что ей носить по пятницам, когда можно одеваться в стиле кэжуал. «Кто-нибудь из вышестоящих у тебя одевается в таком стиле?» – спросил я её. «Нет», – ответила она. «Тогда не нужно одеваться так, – сказал я. – Всегда одевайся на уровень выше». Это сработало. Менее чем за восемнадцать месяцев она продвинулась до должности вице-президента.

ДЖОН: Что?

Я: Как ты это сделал?

ДЖОН: Что сделал? Дал девушке цветок?

Я: Ты назвал её «куколкой».

ДЖОН: Да. Она милая.

Может, он что-то особое задумал. «Погоди тут», – велел я ему и перебежал обратно на другую сторону улицы, купил ещё одну розу у кришнаита и вернулся к Джону, как раз когда загорелся светофор и нам навстречу направилась небольшая группа таких же, как мы, гуляк, среди которых было несколько девушек. Я выбрал сногшибательную блондинку и ткнул в неё розой так же, как это сделал Джон. Я даже попытался симитировать его тон.

Когда вы находитесь в Риме, ведите себя как римляне. А вот если вы за пределами Рима будете вести себя как римляне, то это может привести к некоторым проблемам.

Я: На, куколка.

ДЕВУШКА: Иди к чёрту.

Она это произнесла дежурным тоном, без какой-либо видимой неприязни, так, как обычно отвечают кришнаитам: «Нет, спасибо». Я до сих пор не вполне понимаю, что тогда произошло. Мы с Джоном внешне похожи: одинаковое телосложение, одинаковые волосы. Как бы то ни было, дело точно не в моей внешности, потому что она даже не взглянула в мою сторону. У Джона была автоматическая наводка на девушек, которым нравится, когда их называют «куколками»?

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Нас учат, что успешный убедитель никогда и ни при каких обстоятельствах не признает своего незнания, однако древние римляне считали сомнение отдельным риторическим приёмом. Они называли его *апория*. Приём подразумевает, что говорящий открыто задаёт вопрос или признаёт, что он не имеет о проблеме никакого понятия; что приведёт к тому, что аудитория сама примется рассуждать вместо вас. Они залезают в вашу голову, даже не догадываясь об этом.

Вероятнее то, что та девушка, к которой я подошёл, почувствовала моё смущение. Джон – это такой прямолинейный парень без лишних выкрутасов, который естественно и без усилий способен привлекать к себе женщин. Я, очевидно, не такой. Цицерон бы подтвердил. Он учил, что невозможно принять на себя образ, который слишком далёк от того, которым вы уже обладаете. То, что в одном случае отлично работает, в другом случае может повлечь за собой катастрофу. «Действительно, – говорил Цицерон, – разница образов может быть настолько сильной, что такой акт, как самоубийство, будь он исполнен одним человеком, выглядит как долг; будь он исполнен другим – это уже преступление».

Говорите за себя, господин Ц. Мы вас поняли.

Декорум – это искусство соответствия, и тот *эмос*, который не соответствует вашей личности, чаще всего не соответствует декоруму. Со временем любой в этом способен разобраться.

Советы по одежде от Капитана Кенгуру

Римляне носили тоги, так что Цицерон, увы, не способен дать нам сколько-нибудь дельный совет по составлению гардероба, соответствующего декоруму. Однако практические методы декорума настолько же применимы к одежде, насколько они применимы ко всему остальному: одевайтесь так, как, по вашему мнению, ваша аудитория захочет, чтобы вы одевались. Если вы сомневаетесь, воспользуйтесь камуфляжем. Оденьтесь так, как одевается средний участник аудитории. В вашем офисе преобладает чёрный? Одевайтесь в чёрное. И лучше одевайтесь немного в стиле более высокого ранга, чем ваш, – например, по кэжуал-пятницам носите пиджак, – но только не заходите

слишком далеко (во многих офисах пятничный галстук не вызовет ничего, кроме раздражения коллег). Если вы находитесь в убедительной ситуации, не давайте своей одежде делать заявления до тех пор, пока ваша аудитория с вашими заявлениями не согласится. Галстук камуфляжной расцветки будет хорошо смотреться в офисе «Людей за этическое обращение с животными», однако последователи этой организации не увидят в этой выходке и капли декорума.

Честно скажу: я вообще не хорош в советах по моде. Однажды я должен был произносить речь перед крупными бизнесменами и несколькими коллегами-редакторами. Вплоть до того момента я считал вельвет вершиной мужского стиля. Я тогда направился в самый лучший магазин мужской одежды в Нью-Гэмпшире, какой я только мог себе позволить. Там я представился продавцу по имени Джо, стилинге, который был очень похож на тех бизнесменов, с которыми мне предстояло встретиться. Я попросил минимальный набор – такой, которого хватило бы на двухдневную поездку, – но предупредил, что я вернусь после того, как понаблюдаю за достаточным количеством успешных людей и пойму, что мне нужно будет надеть.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, КОГДА БАЛЛОТИРУЕТЕСЬ В ПРЕЗИДЕНТЫ

Если вам трудно слиться с аудиторией, то попытайтесь усладить её. Поскольку президентство Джимми Картера прошло не очень хорошо, мы, к сожалению, забыли, какая у него была блестящая кампания. Он носил старомодные костюмы, которые отлично сочетались с его широкой улыбкой. Декорум – это аспект сочувствия. Вам не обязательно быть таким же, как ваша аудитория; просто проникнитесь к ней глубоким сочувствием, установите с ней эмоциональную связь.

Джо обладал мудростью мастера дзэн-буддизма. Он предложил мне понаблюдать за людьми в самой дорогой обуви – не подумайте, что он это предложил для того, чтобы я её купил; я её всё равно не мог себе позволить. Костюмы этих людей также были вне моей досягаемости. Он сказал, что было бы неплохо выбрать те же расцветки рубашек и галстуков, что у этих людей.

Джо не прямо так сказал. Он это сказал куда более завуалированно.

ДЖО: Ищите человека в самой лучшей обуви. Обувь не покупайте. Покупайте цвета.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

Фигура, строящаяся по схеме «это, а не то», называется *диализ*: «Обувь не покупайте. Покупайте цвета». Люди будут более серьёзно воспринимать вашу мудрость, если вы будете выдавать её в зашифрованном виде; это подход идиота-учёного. Вы, наверное, не хотите быть учёным-идиотом.

Каждому человеку нужен такой стилист, как Джо. Он стал моим консультантом в вопросах моды на долгие годы, хотя он и подорвал мою уверенность, включив в число своих клиентов Капитана Кенгуру. Я не шучу. Когда я осматривал в зеркале себя в костюме, я увидел, как в магазин зашёл Боб Кишен, Капитан. Когда я был маленьким, он вёл этот детский сериал. За сорок лет он сильно не изменился. Даже плохая причёска на месте. Плохая причёска – это декорум детских телепередач, но не магазина одежды.

КАПИТАН КЕНГУРУ: Раздумываете о приобретении?

Я: *[Киваю, внезапно вновь ощущая себя пятилетним.]*

КАПИТАН КЕНГУРУ: Ну, если хотите носить этот костюм каждый день в течение года и при этом не уставать от этого, то приобретайте.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Если вам предстоит обратиться к более чем одной аудитории, подготовьте два плана: один – для содержания, второй – для каждого мероприятия. Составьте список людей, которые будут присутствовать на каждом из них, и туда же, в этот же список, внесите их предполагаемые убеждения и ожидания. Постройте свою речь, основываясь на этих предположениях.

Я купил его. Когда я подавал Джо свою кредитку, то случайно пробежал взглядом по обуви Капитана. Она была ужасна: что-то вроде мокасинов. Костюм оказался удачным, но я, конечно, не стал носить его каждый день. Капитан был не прав. Не прав был и граф де Бюффон,

которому приписывают слова «Стиль определяет человека». Стиль не определяет человека. Стиль определяет *случай*.

Баскетбольный декорум в Афганистане

Убедитель, обладающий декорумом, помимо знания о том, как одеваться, должен знать, как подстраивать свою речь к конкретным обстоятельствам. Это особенно важно в вопросах бизнеса. Презентация в пауэрпойнте требует тонкого чувства декорума, потому что говорящий часто представляет похожие версии одной и той же презентации разным группам людей.

Во-первых, этот убедитель может опереться о стол и в таком положении произносить речь перед своими подчинёнными, не гнушаясь такими фразами, как «Если это не сработает, то мы крупно влипнем» или «Чуваки из бухгалтерии должны поддержать нас в этом».

Далее идёт презентация перед вице-президентом. Допустимы некоторые грубые и даже неприличные фразы, но сидение на столе – нет. Убедитель должен сидеть *за* столом. Перед тем как отвести глаза в сторону и переключить слайд, он должен установить визуальный контакт с присутствующими.

Когда убедитель говорит с главным операционным директором, он должен вовсе стоять, причём стоять в своём лучшем костюме и говорить так, как если бы он не видел, что большой босс в это же самое время проверяет сообщения на своём телефоне BlackBerry и листает бумажную версию того, что вы ему говорите.

В каждом случае этот человек ведёт себя подобающе, так, как присутствующие в одном с ним помещении люди ожидают, что он будет себя вести, – не обязательно так, как ведёт себя сама аудитория. Если бы наш презентующий вёл себя так же, как главный операционный директор, то тогда его быстро сместили бы.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С ТЕМ, ЧТО ВЫ ПИШЕТЕ

Помимо проверки орфографии и грамматики пройдите по своим электронным письмам и личным записям и проверьте их на наличие в них должного декорума. Вы

соответствует ожиданиям своей аудитории? Или, может, вы превосходите их?

То же самое адаптивное правило работает в политике. Хороший политик меняет свою речь, своё поведение и даже своё одеяние так, чтобы привести себя в соответствие ожиданиям своей аудитории. Однако политический декорум гораздо сложнее, чем его бизнес-вариация. Бизнесмен может вести личную жизнь, в то время как у политика между личным и политическим стоит знак равенства. Общественность не ожидает того, что президент затеет роман с выпускницей колледжа; вплоть до недавних пор даже развод считался скандальным актом.

Сенатор Боб Пэквуд на своём опыте ощутил, что личное для него есть политическое, замешавшись в декорум-скандале, положившем конец его карьере. Этот орегонский республиканец, один из самых активных феминистов Капитолийского холма, вёл широкую деятельность в борьбе за права женщин. Однако в 1992 году распустился слух о том, что он ухаживал за своим же женским персоналом; героический борец за народные права оказался законченным повесой. Хотя его публичный образ и выглядел как образ борца за права женщин, нехватка декорума обнажила его истинное к ним отношение. Убеждение требует сочувствия. Гнилое поведение сделало его неубедительным. В политике основу силы составляет убеждение; так что лишённый политического веса Пэквуд впоследствии вынужден был уйти в отставку. Возможно, перед собой он был честен. Возможно, в глубине души он и был повесой. Однако убеждение не зависит от того, честны вы перед собой или нет. Оно зависит от того, честны ли вы перед своей аудиторией.

Возможно, это звучит лицемерно и цинично, особенно в наши дни. Допустим, я сделал сознательный выбор не соответствовать нормам политкорректности. Так почему же мне нельзя говорить от своего чистого сексистского или расистского сердца? Моей аудитории (особенно её женской части и той её части, которая состоит из представителей других рас), возможно, не понравится то, что я говорю, но она же должна уважать мою честность, разве не так? Ну и что, если им не нравится то, что я говорю? Зато я честен перед собой.

Но дело-то вот в чём: убеждение не завязано на мне. Оно завязано на убеждениях и надеждах моей аудитории. Если мы недооцениваем

убеждение, то декорум ставит нас в положение проигравшего. Если все вокруг ведут себя безобразно, то почему *мы* должны вести себя прилично? Как вы уже могли увидеть, умение вписаться, если правильно его понимать, – это источник риторической силы, а не слабости. Декорум даёт людям чувство общности – источник, из которого риторика обожает черпать энергию. Коль скоро группа присутствующих почувствует *общность* с вами – вы уже наполовину победили.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Я тут рискую скатиться в своих словах до проповеди, что чревато полной потерей декорума. Но я вынужден опровергнуть то отношение, которое сложилось у большинства из нас по отношению к убеждению. «Последнее, что нам сегодня нужно, – это манипуляция», – часто говорят мне. Так что я мешаю вместе афганцев и сенаторов, чтобы показать этим людям, насколько благотельным может быть искусство спора. Оно способно приносить с собой мир, любовь, свободу и уважение людей. Чего ещё можно желать?

Да и к тому же искренность перед аудиторией – это истинное благородство. Декорум в сенате ценится ещё выше, чем в иных местах, просто потому, что там вершатся чрезвычайно важные дела. Когда один человек обращается к другому как к «досточтимому сенатору Содружества Массачусетс», он не просто следует традиции, он поддерживает высокий уровень декорума, чтобы малая оплошность не привела к политическим волнениям или к тому, чего основатели государства боялись больше всего, – к гражданской войне.

Самый выдающийся декорум можно найти в таких местах, где последствия действий, в которых степень декорума недостаточно высока, наиболее опасны. Антропологи говорят, что баскетбол (который в страну очень давно привнесли миссионеры) в удалённых местностях Афганистана – это, возможно, самая вежливая игра на планете. Фолов там вообще не происходит, потому что касание другого человека может привести к кровопролитию.

Короче говоря, те люди, что держатся за оружие, – это подлые люди. Декорум – это более хорошее проявление отваги, чем многие иные её проявления.

Средства

Мы подбираемся к самой основательной части *этоса* – к средствам, которые способны создать выдающегося лидера. В следующей главе вы узнаете, как определить нужный образ для своей аудитории. Помните: первое дело – органично вписаться.

- **Декорум.** Аргумент, основанный на нраве, не может существовать без любви аудитории к вам. Эту любовь вы можете обрести только через декорум, который Цицерон ставил на первое место среди всех этических тактик.

Глава 6

Заставьте их слушать

Гамбит линкольна

Аргумент, основанный на жизни человека, более ценен, чем тот, что облечён в словесную форму.

Исократ

Обращение образа в средство убеждения

Цицерон говорил, что оратор должен стремиться к тому, чтобы его аудитория **была восприимчива** к тому, что он говорит, – то есть сидела или стояла спокойно и ничего в него не бросала. Кроме этого, ей нужно быть **внимательной** – то есть проявлять интерес к тому, что оратор имеет ей сказать. И самое главное – **оратор должен нравиться ей и вызывать у неё доверие**. Для достижения всех трёх целей нужен аргумент, основанный на нраве. В этой главе будут подробнее рассмотрены особые техники *этоса*.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ИДЕАЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ – это такая аудитория, которая будет восприимчивой к тому, что вы говорите, будет внимательной и которая будет благожелательно настроена по отношению к вам.

Согласно Аристотелю, люди должны верить как суждениям оратора, так и тому, что он в целом не такой уж и плохой человек.

Они могут думать, что оратор, которого они слушают, – сущее чудовище, но следовать за человеком, который, вероятнее всего, столкнёт их с утёса, они не будут. Придурок не может стать лидером. Ваша аудитория должна считать вас хорошим человеком, который стремится поступать правильно, который не станет использовать её для достижения своих собственных бесчестных целей.

Всё это приводит нас к трём главным качествам убедительного *этоса*, выведенным Аристотелем:

- **Добродетельность**, или **благие намерения**. Аудитория верит в то, что у вас те же ценности, что и у неё.

- **Практическая мудрость**, или **умения**. Вы создаёте такое впечатление, что вы будто бы знаете выход из любой ситуации.

- **Благожелательность**. Тут имеется в виду не отсутствие личного интереса, а скорее малое количество *отступлений*; вы кажетесь цельным человеком, таким, **которого беспокоят только интересы его аудитории**, а не какие-то свои, личные.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ТРИ КАЧЕСТВА убедительного лидера:
добродетельность, практическая мудрость и
благожелательность.

Так давайте же допустим, что вы считаете, что я хороший человек, который знает, что он говорит, и который преследует одну-единственную цель – сделать вас более убедительными. Допустив всё это, рассмотрим ближе эти три качества. Начнём с этого странного, в значительной степени субъективного качества под названием добродетельность. Как вы далее увидите, убедительная добродетельность отличается от добродетели Матери, или Отца, или Моисея, или Авраама.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, ЕСЛИ ВЫ ЗАБЫВЧИВЫЙ ЧЕЛОВЕК

Попробуйте сложить акроним из трёх качеств *этоса*: благо, умения, небезразличие – БУН.

Безупречная добродетельность Дональда Трампа

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК В СВОЁМ РЕЗЮМЕ

Отредактируйте своё резюме, отталкиваясь от *этоса*, а не от хронологического порядка. Поразмышляйте о той компании, в которой вы больше всего хотели бы работать, и опишите, как для вас важны те же вещи, что важны и для этой компании (благие намерения), расскажите о своих ценных

знаниях и опыте (умения) и покажите, какой вы замечательный командный игрок (небезразличие). Теперь можете переделать резюме так, чтобы в нём соблюдалась хронологическая последовательность. Так вы сможете сделать его убедительным.

Что определяет добродетельную женщину (если считать, что кто-то вообще до сих пор использует слова «добродетельный» и «женщина» в одном предложении)? Самозабвенная преданность своему мужу и своим детям? Предельное целомудрие? Неудивительно, что слово «целомудрие» редко можно услышать в повседневном разговоре. А вот добродетельный мужчина...

Хэй, дружище, это ты кого назвал добродетельным? Это слово несёт значение слабости и зависимости – того, что, в представлении сексистов, женственно. Однако в риторическом смысле это слово означает что угодно, кроме женственности. Добродетель играет большую роль в споре; просто мы предпочитаем её так не называть. Вместо этого мы говорим о «ценностях». Это оттого, что человек, представляющий интересы группы, риторически добродетелен. Такой тип убедительной добродетели не требует душевной чистоты и вселенской доброты. Вам даже не нужно делать то, что, как подсказывает ваше сердце, является правильным; вам просто нужно *выглядеть* так, как будто у вас «правильные» ценности – то бишь ценности вашей аудитории. У Иисуса Христа была, конечно, чистая добродетель, а вот у Юлия Цезаря – решительно риторическая. Аудитория считала добродетельным и того, и другого.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Перебивание самого себя («Хэй, дружище...»), чтобы обратиться к другой аудитории, пусть даже воображаемой, поддерживает вашу первоначальную аудиторию в состоянии напряжённого внимания.

Мне нравится называть добродетель «благими намерениями», потому что добродетельный персонаж всегда отстаивает что-то такое, что больше, чем он сам. Добродетель – это скорее Нельсон Мандела, чем Полли Пьюрбрэд. Добродетель предполагает воплощение

ценностей определённой группы людей или целой страны. Или (раз уж мы говорим о риторике) создание видимости их воплощения.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

Литота («не особенно высоко ценили») – это ироническое преуменьшение. В наше время преувеличений это понятие несколько подзабылось, что, впрочем, означает, что сейчас его употребление может поспособствовать повышению сложности и изящности вашей речи в представлении слушателей.

Это такой старый трюк; у греков было много вариаций на эту тему.

Сейчас мы разбираем момент, когда в осмысленный спор приходят ценности – приходят не в качестве темы спора, но в качестве средства *этоса*. Ценности могут варьироваться в зависимости от аудитории. Поклонникам нравился стиль речи Дональда Трампа, напоминающий стрельбу от бедра, – стиль, сделавший его образцом добродетели в глазах своих поклонников. Он потерял свою добродетель только тогда, когда его аудитория расширилась до такой степени, что в неё начали входить такие люди, которые не особенно высоко ценили то, как он распространялся о доминировании над женщинами.

ЗНАЧЕНИЯ

Слово «добродетель» звучит так, как что-то, что только что взяли из какого-то нравоучения. Однако древнегреческое слово «*arête*» и древнеримское слово «*virtus*» означали «мужество» и применялись для описания талантливых спортсменов, использовались в контексте разговоров о почитании ценностей и вообще означали всё благородное. Всё это становится понятным и логичным, когда узнаёшь, что слово «*arête*» значило «благие намерения» – отстаивание определённых ценностей и соответствие определённым высоким стандартам.

Члены одной и той же семьи могут иметь разные представления о добродетели. Дороти-младшая доказала это во время одного из наших семейных походов, в который мы ходили много лет назад. Лесную дорогу, ведущую к пешеходной тропе, размыло случившимся незадолго

до нашего похода ливнем, что удлинило и без того долгий поход на целых три километра. Моя дочь превыше всего ценит комфорт и логику; мы же с Джорджем считаем, что преодоление бессмысленного и нелогичного испытания – это лучше, чем её ценности. (Дороти-старшая в этом случае стоит на стороне Дороти-младшей, но всё равно ходит в походы, потому что они ей нравятся.)

Мы объявили голосование: нужно ли сворачивать на размытом участке. Дороти-младшая проиграла. Она пошла с нами настолько грациозно, насколько это может делать двенадцатилетний независимый ребёнок. Когда до машины оставалось примерно полтора километра, она внезапно помчалась вперёд и скрылась за поворотом.

Я: Она это назло делает.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Успокойся. До машины всего километр, да и ориентируется она лучше, чем все мы. Вот если бы *ты* так убежал, я бы заволновалась.

Я: Очень смешно. Однако у меня тут в рюкзаке её дождевик, а дождь уже начинается. Она просто будет стоять на парковке и мёрзнуть, дожидаясь нас. Так ей и надо.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Не надо.

Я: Почему?

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: У неё ключи от машины.

Когда мы через час добрались до машины, Дороти-младшая счастливо сидела закрытая в машине, в которой орала музыка. Я постучал в стекло.

Я: Шутки окончены. Открывай машину.

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ (*двигая ротом, но не перекрикивая музыку*): Извинись.

Я: Извиниться?! Да это же ты...

Она открыла машину, потому что ей показалось, что я сказал не «извиниться», а «извини». Это, наверное, и хорошо, потому что это был единственный способ заставить её впустить нас, не считая одной известной угрозы – риторического «палочного аргумента». Другого способа убедить её не было; я не был убедителен, поскольку я не соответствовал её представлениям о добродетели. В её глазах я был просто-напросто не прав. (В 23-й главе вы увидите, что извинения на самом деле могут повредить ваш добродетельный образ во многих случаях.)

Семья – это ещё далеко не худшее. Когда ценности различны, поведение другой группы может казаться вообще ни в какие рамки не входящим. Палата представителей США ввела европейцев в недоумение, когда сняла Билла Клинтона с его должности просто за то, что он якобы был в связи с одной молодой девушкой и отрицал это. Незадолго до того, как заговорили об импичменте, и жена, и любовница покойного Франсуа Миттерана пришли на похороны этого президента. Французы не понимали заикленности американцев на том, чтобы лидер государства был обязан во что бы то ни стало сохранять верность; в их представлении наличие любовницы сказывается на *эмосе* могущественного человека исключительно *положительно*. А увиливать от факта своей сторонней связи – это *affaire d'honneur*^[3].

Иными словами, то, что вам может показаться этически корректным, может повредить *эмос* какого-нибудь другого человека. Аттикус Финч, живущий на Юге юрист из «Убить пересмешника», кажется нам необычайно предельно добродетельным, когда мы смотрим на него в фильме. Горожане из фильма тоже считают его таким до тех пор, пока он не начинает удаляться от ценностей белой южной культуры 1930-х годов и не выступает в защиту темнокожего мужчины, обвинённого в изнасиловании. Хотя мы считаем Финча тем более добродетельным, чем более ревностно он отстаивает права несправедливо обвинённого человека (моя жена почти падает в обморок, когда Грегори Пек бросается в сторону присяжных), чем больше Финч делает то, что нужно, тем больше падает его риторическая добродетельность. Растеряв уважение большинства горожан, он теряет убедительную силу и проигрывает всё своё дело. Финч преследовал большие цели – самые благие. Однако в глазах расистской аудитории старого Юга они вовсе таковыми не являлись.

Мог ли он поступить иначе? Возможно, не мог. Однако подсказка к ответу на этот вопрос лежит в неформальном языке, на котором изъяснялся Линкольн перед вступлением в президентство. Современники говорили, что он любил подшучивать над чёрными, а в его речи даже время от времени проскакивало известное слово, начинающееся на букву «н». Сейчас это звучит кошмарно, однако прошу вас, не забывайте, какие тогда культурные реалии были. Только самые крайние либеральные белые считали расистские шутки оскорбительными, а неприятие Линкольном идеи рабства относило его

лишь к незначительному меньшинству. Чтобы сначала задушить рабство, а потом вовсе устранить его, ему нужно было победить довольно-таки приличное количество расистов. Он сделал это с риторической добродетельностью: он говорил на языке своей аудитории. Многим не нравилась его деятельность по борьбе с рабством, но он сам при этом нравился этим людям. Риторически не важно, являлся ли Линкольн на самом деле расистом или нет; важно только то, что его внешнее отношение было эффективным гамбитом его *этоса*.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С ФАНАТИКОМ

Склонного к предрассудкам человека непросто отговорить от его предрассудков. Однако этого человека можно отвести от пагубных результатов предвзятого образа мысли. Если он говорит: «У всех арабов нужно изъять гринкарты», упомяните какого-нибудь конкретного человека, которого это затронет, и приведите в подтверждение своих слов какие-нибудь общие с собеседником ценности.

Тут мы немного возвращаемся к декоруму, к особой его форме. Этот декорум не имеет ничего общего с одеждой или манерами поведения за столом. Этот декорум связан со способностью отвечать убеждениям аудитории. Линкольн сделал так, чтобы его аудитория была *благожелательно расположена* по отношению к нему; эмансипацию было проще провести расисту, чем какому-нибудь несносному аболиционисту из либерального Массачусетса. Если бы он проповедовал расовое равенство так, как они, то он никогда бы не стал президентом.

Если вы хотите, чтобы ваш *этос* был наделён убедительной благодетельностью, то вам нужно распознать ценности вашей аудитории, а затем принять такой облик, при котором вы будете создавать впечатление того, что вы этим ценностям соответствуете, – пусть даже ваша аудитория будет состоять из одного-единственного угрюмого подростка. Допустим, вы хотите, чтобы музыку в гостиной сделали потише, только на этот раз ваш оппонент – это не супруга, а шестнадцатилетний подросток. В таком возрасте люди превыше всего ценят независимость; если вы просто отдадите приказ, то ваш *этос* никакой пользы вам не принесёт – просто потому, что вы этим

утвердите своего ребёнка во мнении, что вы никогда не даёте ему самостоятельно принимать решения. Чтобы избежать такого исхода, можете попробовать дать ему выбор:

ВЫ: Не сделаешь ли потише? Или, может, наушники наденешь, если хочешь?

Или можете попробовать прямо подыграть одной особой ценности – страсти многих детей к честности:

ВЫ: Может, дашь мне свою музыку включить? Тебе нравится группа «Линэрд Скинэрд»?

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

УСЛАДА ДЛЯ ВСЕГО. В Древнем Риме политические кандидаты подчёркивали свою чистую добродетель, нося белые тоги; латинское слово *candidus* означает «белый», и именно поэтому у английских слов «candidate»^[4] и «candy»^[5] один и тот же корень. Кстати, у английского слова «candid», значащего «открыто мыслящий», тот же самый корень. Журнал *The Federalist* часто обращается к своим читателям, используя именно это слово.

На работе ценности обычно сводятся к деньгам и карьерному росту. Если вы заняты в бизнесе и выказываете там слепое и плоское стремление к наращиванию прибыли, то вы обладаете бизнес-добродетельностью. Если ваш начальник – это законопослушный гражданин, который высоко ценит игру по правилам, то тогда вы будете ещё более риторически благодетельным, если ваш подход к прибыли будет непосредственным и этически корректным. Однако если бы вы работали в одной из крупнейших инвестиционных фирм до финансового кризиса 2008 года, то тогда следование правилам сделало бы вас недобродетельным. Высшая каста мира бизнеса считала нормой обхождение всех этических норм во имя достижения собственных целей. Нет, вы сами, конечно, не должны были тогда нарушать законы. Однако такая атмосфера требует поведения в духе линкольнской добродетельности с самого начала совершения вами дурных поступков – то есть такого поведения, при котором вы будете толкать свои речи, попутно сбивая с ног плохих парней.

ВЫ: Давайте не будем дожидаться того момента, когда власти разберутся с нами. Они рано или поздно всё равно придут. Нам нужно

поднапрячь бухгалтеров и решить наконец эту проблему. Мы должны сделать это сами.

Честно говоря, нужны тысячи вот таких линкольнских аргументов, чтобы остановить финансовый крах Уолл-стрит. Какую бы малую убедительную добродетельность вы ни демонстрировали в своей компании, она в любом случае должна начинаться с представлений о добродетели самой этой компании. Так что вам нужно представлять свои аргументы с позиции тех принципов, которые одобряет корпоративная культура вашей компании, а не с позиции тех принципов, которых она не одобряет, – например, принципов сознания или закона. Вам не стоит отделяться от коллег. Вам следует быть воплощением коллективного «мы» вашей компании в глазах вашей аудитории – поэтому *власти* вам следует отнести к категории сторонних лиц, к категории таких людей, которые отличаются предосудительностью и которые так и норовят что-нибудь испортить.

Это не так-то просто. Добродетель – сложная штука. Часто вы будете оказываться в таких ситуациях, когда вам придётся убедить одновременно две аудитории, у каждой из которых свои ценности; в иных же случаях вам придётся преследовать разные цели в одно и то же время. Много лет назад я стал главой одного журнала, основанного выпускниками колледжа, и перевёл его из убыточного состояния в прибыльное, увеличив доходы от рекламы. Никакого значительного повышения в заработной плате у меня так и не случилось. Я не понимал, что я делал не так, пока не взглянул на ситуацию с риторической позиции: я понял, что то, что считается добродетельным в частной компании, вовсе не является таковым в академическом сообществе. Я вёл себя как бизнесмен, в то время как учёные люди больше ценили научное, чем деловое. Мой журнал с различными очерками об уроках и повестями о студенческой жизни был не очень научным. То, что я делал, заставило выпускников чувствовать себя почётными гостями в стремительно изменяющемся месте. При этом целью факультета было увеличение знаний. Знаковый момент столкновения ценностей произошёл тогда, когда декан факультета попросил меня опубликовать статью одного профессора на немецком языке.

Я: А почему на немецком?

ДЕКАН: Чтобы сделать заявление.

Я: Но ведь это заявление *почти никто не сможет понять*.
ДЕКАН: Вы, видимо, чего-то не понимаете.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Обычный, однако не самый виртуозный способ улучшить *этос*: загрузите аудиторию доказательствами вашей эрудированности. Та аудитория, что легко поддаётся убеждению, поверит вам на слово и не станет проверять отдельные ваши высказывания. Однако мною движет иной мотив, когда я подбрасываю вам все эти риторические средства. В риторике бдительность играет такую же важную роль, как и техничность. Не беспокойтесь, вы не должны досконально знать каждое средство. (Всё равно в конце каждой главы и в конце книги будут списки таких средств.) Просто продолжайте читать; чутьё убеждения у вас само собой выработается, и оно, возможно, будет более эффективным, чем любая комбинация риторических средств.

Теперь, мне кажется, я понимаю. В то время как я ценил прибыль и служение читателям, он ценил научность и постоянное подтверждение чрезвычайной важности его факультета. Если бы моё отношение к работе было более риторическим и я время от времени публиковал исследовательские работы, то тогда учёные, быть может, сочли бы меня более добродетельным. Возможно, и зарплата моя выросла бы. И этот журнал читали многие десятки студентов и выпускников.

Как бы то ни было, декан подводил меня к важному аспекту добродетели. Это ключевой элемент личностной идентичности – того, благодаря чему личность чувствует себя уникальной, а член какой-либо группы чувствует, что он находится на своём месте. Такое чувство идентичности иногда может приводить к такому поведению, которое внешне может показаться недобродетельным. Или откровенно глупым. Многие люди недоумевали, когда вышел бестселлер «В разреженный воздух» Джона Кракауера. Этот рассказ о гибели альпинистов-любителей на горе Эверест был написан как предупреждение для неопытных скалолазов, чтобы те были поосторожнее. Тем не менее количество людей, подававших заявления на получение разрешения забраться на гору, с годами не уменьшалось, а только росло. Это нелогично? Да, определённно. Однако, если посмотреть на ситуацию с

риторической точки зрения, всё становится ясно. Для бойких, бесстрашных людей опасность является формой добродетели. Для Остина «Опасность – моё второе имя» Пауэрса смерти, случившиеся на Эвересте, только увеличивали привлекательность этой горы.

Вообще говоря, если вы увидите человека или группу людей, которые будут вести себя иррационально и при этом будут отчаянно защищать своё иррациональное поведение, – ищите в этом добродетель. Вы обязательно найдёте её.

ПРИЁМ ЭДДИ ХАСКЕЛЛА

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК СО СВОИМ НОВЫМ РАБОТОДАТЕЛЕМ

Распишите свою личную миссию. Почему вы пришли сюда работать? Каковы ваши корыстные интересы? Каковы ваши благородные устремления? Теперь сравните свою миссию с миссией вашего работодателя (или напишите миссию вашего работодателя за него, если та, что у него есть, вам кажется бессмысленной). Много расхождений? Если их много, то воспользуйтесь советом по редактированию резюме, который приведён на странице 94.

Повысить свою риторическую благодетельность перед определённой аудиторией – это не так-то трудно. Я вам дам несколько подсказок, но помните, что главное – изобразить из себя воплощение её ценностей. Вам нужно выглядеть как хороший человек – хороший человек в представлении вашей аудитории.

Самая вопиюще американская техника достижения того, о чём я говорю, – это просто хвастовство обо всём хорошем, что вы сделали. Можете ещё сделать так, что кто-нибудь будет хвастаться за вас. Вы можете вызвать к себе всеобщую симпатию, рассказав о каком-нибудь своём приятном недостатке (мы ещё придём к этому). А если вы вдруг обнаружите себя на неправильной стороне, вы можете попробовать сменить позиции.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ХВАСТОВСТВО. Пользуйтесь им только тогда, когда вы уверены, что вашей аудитории нравится слушать бахвальские

гиперболы, которые вы выдаёте в турборежиме.

Хотя **хвастовство** – это легчайший способ показать, какой вы замечательный человек, оно не всегда работает. Бог, между прочим, весьма эффективно хвастался в Книге Иова.

Сатана спорит с Богом, что самый набожный человек на земле проклянёт Бога, если его жизнь станет предельно жалкой. «По рукам», – говорит Бог, уничтожает корову и ослов Иова, убивает его десятерых детей и, когда убеждается, что он продолжает восхвалять имя Господа, позволяет Сатане покрыть Иова страшными язвами от головы до пят. Иов наконец в отчаянии восклицает на небеса.

ИОВ: За что вы издеваетесь надо мной? Дайте мне, по крайней мере, высказаться. Если вы позволите мне, то мои слова заставят вас остановить убийства и язвы.

Это, возможно, самые храбрые слова, когда-либо сказанные человеком с серьёзным кожным заболеванием. Вдруг, откуда ни возьмись, появляется вихрь, через который Бог говорит с Иовом.

БОГ: Ответь на следующие мои вопросы. Где ты был, когда я закладывал основы мира? Ты способен править небесами? А киты: кто, по-твоему, сотворил их? Что тебя заставляет думать, что ты достаточно умён, чтобы спорить со мной?

Иов сразу отступает. С *этосом* Бога никому не потягаться. У Творца хватает добродетели; более того, он *является* добродетелью. Если вы не Бог (или, по крайней мере, нечто такое, что обладает достаточными полномочиями, чтобы сделать доклад президента конгрессу США о положении в стране), то зачитывать наизусть своё резюме – это не самый лучший способ улучшить свой *этос*.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

СТОРОННЯЯ ХАРАКТЕРИСТИКА. Пусть другие хвастаются за вас.

Аристотель говорил, что **сторонние характеристики** имеют значительно больший вес, чем ваше собственное хвастовство о самих себе. Когда Джон МакКейн баллотировался в президенты и участвовал в гонке против Барака Обамы, он редко говорил о своём героизме, проявленном в плену во Вьетнаме. Это делали многие другие. Точно так же и родители, которые объединяют усилия в борьбе со своим

подростком, улучшают *этнос* друг друга. Один человек усиливает своими разговорами добродетельность другого.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ВСТРЕЧИ

Допустим такую ситуацию, когда ваша группа решила обновить свой сайт и добавить некоторые важные функции. Вы некоторое время проработали в информационной сфере и хотите покорить Всемирную сеть. Вместо того чтобы хвастаться вашим опытом, найдите себе представителя. Договоритесь, чтобы кто-нибудь во время встречи спросил вас: «А вы раньше не работали в интернет-компаниях?»

ОТЕЦ: Можешь сделать потише?

ПОДРОСТОК: Ты никогда не разрешаешь мне слушать музыку!

МАТЬ: Вообще-то твой отец *купил* тебе эти колонки.

Далее в дело вступает **тактическая уязвимость**: вы раскрываете какую-нибудь свою оплошность, которая показывает, как вы преданы ценностям вашей аудитории. Джордж Вашингтон был несравненным мастером этого приёма. В конце Войны за независимость США его офицеры начали выказывать возмущение задержками выплат им денежного довольствия Контиентальным конгрессом и грозить мятежом. Вашингтон созвал собрание, на которое он сам пришёл с резолюцией конгресса, гарантирующей непременные выплаты. Он достал документ из кармана и завозился с очками.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ТАКТИЧЕСКАЯ УЯЗВИМОСТЬ. Раскройте аудитории какую-нибудь свою слабость, которая должна вызвать симпатию к вам или показать, какие жертвы вы сделали во имя общего дела.

ВАШИНГТОН: Господа, простите меня, пожалуйста, но моё зрение за годы служения стране потеряло былую остроту.

Мужчины пустили слёзы и разбились в клятвах о верности своему лидеру. Это был очень сентиментальный момент. Это, в конце концов, был сам Джордж Вашингтон. Его офицеры считали его богом и Цезарем в одном лице.

Хотя вы, наверное, не являетесь отцом-основателем государства, но вы тем не менее можете воспользоваться той же техникой, чтобы восстановить свои позиции после какой-нибудь неудачи. Сделайте эту неудачу своей тактической уязвимостью, приписав её чему-нибудь благородному. Представьте, что вы разослали всем в своём офисе какую-нибудь сводку и впоследствии узнали, что вы допустили одну-другую ошибку в расчётах.

ВЫ: Признаюсь, накосячил. Я это только прошлой ночью доделал. Я не хотел никого будить, чтобы меня проверили.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, ЕСЛИ У ВАС НИЗКИЙ РОСТ

Если микрофон установлен на слишком высоком для вас уровне, не спускайте его самостоятельно. Пусть кто-нибудь другой это сделает. Как только это сделают, скажите: «В низком росте есть одно несомненное преимущество: поневоле учишься заставлять других оказывать себе услуги».

Разумеется, такая тактика рискует вызвать ненависть всех коллег, зато она может сработать на впечатлительном начальнике.

Вы также можете подкорректировать свою добродетельность, горячо выступив в защиту того, что поддерживает ваша аудитория, даже если это предполагает **смену вами позиции**. Эта техника порой бывает сложновата, так что будьте с ней осторожны. Чтобы не выглядеть как лицемер, расскажите, что ваш оппонент (а лучше даже сама ваша аудитория) поделился с вами какой-то такой информацией или открыл вам глаза на какой-то такой факт, что на вашем месте любой другой человек поступил бы точно так же и изменил свою позицию. Те, кто придерживается старых взглядов в таких обстоятельствах, когда всё располагает к их перемене, не вызывают к себе особого доверия.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ПЕРЕМЕНА МНЕНИЯ. Когда спор грозит пойти против вас, начните от всей души и чистого сердца поддерживать другую сторону.

В другом случае, если вы уверены, что вам это сойдёт с рук, попробуйте притвориться, что вы всё это время стояли за свою новую

точку зрения. Я называю это **приёмом Эдди Хаскелла**, который я так назвал в честь мальчишки, который постоянно подлизывается к соседской маме в классическом телесериале под названием «Проделки Бивера». Джордж Буш-младший совершил совершенно чудесный плавный переход от высказываний против создания Министерства внутренней безопасности США к борьбе за его создание, когда стало ясно, что оно неизбежно. Он никогда не извинялся за это, никогда никак не вспоминал свои первоначальные позиции, и никто никогда не называл его перебежчиком. Хиллари Клинтон выполнила менее убедительный приём Эдди Хаскелла, когда после того, как она, будучи госсекретарём США, поддерживала одно важное соглашение, связанное с Транстихоокеанским партнёрством, она высказывалась против дел с этим партнёрством, баллотируясь в президенты. У некоторых людей Эдди Хаскеллы получаются лучше, чем у других.

Моя дочь, к примеру, использовала более эффективную вариацию техники перемены сторон, когда училась в старшей школе. Как-то раз её пригласили на одну вечеринку, которую предполагалось организовать в связи с отъездом родителей какого-то из её друзей. Зная, что мы, скорее всего, позвоним родителям этого её друга и запретим ей идти, Дороти-младшая решила воспользоваться этим случаем так, чтобы укрепить свои позиции относительно нас, её родителей.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ДОМА

Приём Эдди Хаскелла может работать и в обратную сторону. Представьте, что ваша сестра, инструктор по бальным танцам, предлагает вам бесплатно обучить вашего сына. Вы ей отказываете (ваш сын не стал бы танцевать, даже если бы вы ему заплатили). Сыну вы говорите: «Тётя Салли предложила мне бесплатные занятия для тебя, но я сказал ей, что ты не тот человек, что стал бы заниматься танцами».

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Меня пригласили на большую вечеринку, которая будет на выходных.

Я: Где?

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Дома у кого-то. Правда, я решила не идти. Родителей дома не будет, и там *(всё это она сказала с крайне серьёзным видом)*, возможно, будет алкоголь.

Она даже никогда не смотрела «Проделки Бивера», а Эдди Хаскелла выдала отменного. Хотя я и видел, что она юлит, я всё же не осуждал её про себя. Её добродетельность выросла в моих глазах.

СРЕДСТВА

Шекспир говорил, что *этос* Юлия Цезаря был таким потрясающим, что он, подобно талантливому алхимику, мог интерпретировать свои слова как угодно: пусть даже они были оскорбительными, он их произносил так, что его считали добродетельным и непременно достойным самых высоких почестей. Средства, изложенные в этой главе, – это алхимические приёмы; с помощью них вы сможете самые простые свои слова обращать в золото.

- **Добродетельность.** Риторическая добродетельность – это видимость добродетельности. Она может исходить как от поистине благородного человека, так и от талантливого оратора. Риторике чужд религиозный догматизм и высшие моральные устои; в ней умение подстроиться играет более важную роль, чем праведность. В ней вы приспосабливаетесь к ценностям вашей аудитории.

- **Ценности.** Слово «ценности» в мире риторики также приобретает непривычный окрас. Риторические ценности вовсе не обязательно должны представлять «правильность» или «истинность». Они просто-напросто являют собой то, что ценится людьми: честь, вера, преданность, деньги, игрушки. Поддержите ценности вашей аудитории, и тогда вы обретёте тот временный образ, производящий впечатление благонадёжности, что риторика называет добродетельностью.

В этой главе мы также разобрали следующие четыре способа увеличить свою риторическую ценность:

- **Хвастовство.**
- **Хвастовство кого-либо другого за вас.**
- **Раскрытие тактической уязвимости.**
- **Перемените стороны, когда почувствуете опасное смещение баланса.** Этот способ – вариация приёма Эдди Хаскелла, помогающая найти выход из критической ситуации. Когда становится ясно, что вы проигрываете, просто опередите своего оппонента, заняв его сторону.

Глава 7

Используйте свои умения

Парадигма Белуши

Поэтому править должны те, кто в состоянии править наилучшим образом.

Аристотель

Тактика практической мудрости в ее риторическом проявлении

Теперь, когда мы овладели благотельностью и её главным средством – декорумом, – мы можем перейти ко второму важному элементу *этоса* – **практической мудрости**, или **умениям**. Я не могу придумать более яркого примера, с помощью которого можно продемонстрировать эту жизненную и невероятно практичную форму знания, чем фильм «Зверинец». После того как Дин Уормер отчисляет группу студентов, персонаж по имени Блутто, исполненный актёром Джоном Белуши, обращается к своим братьям с пламенной речью.

БЛУТО: Разве, когда немцы бомбили Пёрл-Харбор, война закончилась? Да ни черта! И сейчас война не закончилась. Потому что, когда жизнь становится суровой... мы сами должны стать суровыми! Кто со мной? Вперёд!

Он выбегает из комнаты; никто не делает ни малейшего движения. Как же так? Хотя эта речь не вполне достоверна, она не так уж и плоха. Блутто в ней прибегнул к нескольким проверенным временем логическим и эмоциональным приёмам: к старым добрым риторическим вопросам, к популярному (правда, несколько избитому) хиазму («Когда жизнь становится суровой...») и даже к боевому кличу. Так почему же речь не принесла должных результатов?

Три качества *этоса* – благие намерения, умения и небезразличие – делают речь успешной. Блутто – это классический забавный дурень; ему не хватает умений, не хватает видимости того, что он знает, что делать. Он не даёт ни намёка о том, что случится после того, как он выбежит из

комнаты. Так зачем за ним следовать? (Он предоставляет более мудрому персонажу по имени Оттер предложить «совершенно бесполезный и глупый жест».)

Этос Блуто, однако, не так уж и плох. Его интерес – это интерес его аудитории, а именно её интерес к месту.

БЛУТО: Я не собираюсь это терпеть. Считайте, что Уормер – покойник! Мармалард – труп!

Он хочет того же, чего хотят они, и, когда Оттер предоставляет всей группе свой план, они решают совместными усилиями сорвать парад в честь возвращения выпускников – то есть достигают успешного консенсуса. (Согласно финальным титрам, Блуто впоследствии становится сенатором США, что, в общем-то, вполне понятно.) Короче говоря, у него уйма самоотверженного стремления к общему благу. Оттер же восполняет недостаток практической мудрости Блуто. А что касается благодетельности, как вы уже могли видеть с декорумом, почти всё может быть хорошим и правильным в зависимости от обстоятельств.

Перед тем как вы сможете заняться убеждением, вам нужно добыть самый важный ресурс – аудиторию. Вы уже увидели, как много зависит от аудитории. Убеждение начинается с понимания того, во что эти люди верят, от умения проникнуться их чувствами и от умения соответствовать их ожиданиям – то есть от обладания комбинацией подходящих *логоса*, *пафоса* и *этоса*. Ну, хорошо, Блуто явно верит в то же, во что верят его братья, – ни во что. Ну или в анархию. У него то же самое, что и у них, чувство уязвленной гордости и возмутительной несправедливости. Он не только вписывается – он даже наделил каждого новобранца новым именем. У него есть полный набор из *логоса*, *пафоса* и *этоса*, ведь так?

Не так. *Этос* у него явно нарушен. Недостаточно просто подходить к группе своих братьев. Чтобы они последовали за Блуто, им нужно убедиться в том, что он стоит того, чтобы за ним следовать.

Когда вы создаёте такое впечатление, будто у вас с вашей аудиторией общие ценности – будто вы с ней являетесь приверженцами одной и той же идеи, – ваша аудитория верит в то, что вы приложите эти ценности к любому решению, которое они с вашей помощью примут. Если протестанты думают про вас, что вы стремитесь делать то, что, по вашему мнению, сделал бы Иисус, то это означает, что они,

скорее всего, считают вас благонадёжным. Если эколог считает вас человеком, заботящимся о природе, то он будет уважать ваше предложение о постройке новой электростанции. Однако разделять ценности с вашей аудиторией недостаточно. Ваша аудитория также должна верить в то, что вы знаете, что нужно делать в определённый момент времени. Хотя евангелист и будет уважать вас за то, что вы пытаетесь делать то, что, вероятно, сделал бы Иисус, он не позволит вам удалить его аппендикс.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ПРАКТИЧЕСКАЯ МУДРОСТЬ. Ваша аудитория видит, что вы знаете своё дело и способны тут же решить проблему. Аристотель называл такую форму мудрости *фронезисом*.

Такое доверие требует наличия у говорящего **практической мудрости**. Ваша аудитория должна считать вас чутким человеком, обладающим достаточным знанием, чтобы сразу же решить ту или иную проблему. Иными словами, они верят в то, что вы обладаете нужными **умениями**. Когда вы собираетесь вырезать аппендикс, диплом о медицинском образовании говорит о ваших умениях больше, чем ваше знание Библии.

Практической мудрости обязательно сопутствует такое чувство здравого смысла, которое помогает выполнять различные задачи. Убедитель, проявляющий это чувство, обычно больше походит на Эдисона, чем на Эйнштейна, больше походит на Хана Соло, чем на Йоду. Просто посмотрите на прошлых американских президентов, и вы поймёте, о чём говорил Аристотель. Джон Адамс, Герберт Гувер и Джимми Картер – это одни из самых интеллектуально богатых наших президентов. Они также были одними из наименее эффективных президентов, потому что их IQ был значительно выше, чем их политические умения.

У бизнесменов и докторов обычно много фронезиса. Если вы заработали много денег, то у вас, скорее всего, отличные практические навыки управления компаниями. (А ещё может оказаться так, что вы плут и вы хороши в этом.) Вот почему те, кто идёт голосовать, часто отдадут своё предпочтение таким кандидатам, которые являются успешными бизнесменами или врачами. Компетентность убедительна. Разумеется, если вы хороши в одной профессии, это не означает, что вы

обязательно будете успешны в другой. Исходя из этого становится ясно, что неплохой способ атаковать практическую мудрость политического кандидата – это показать ему, что его опыт не связан с управлением государством. Том Хэнкс воспользовался именно этим аргументом, объясняя, почему он не голосовал за Дональда Трампа в 2016 году.

ХЭНКС: Вот допустим, у вас очень сильно болит зуб, вам срочно нужна помощь. К кому вы обратитесь? К тому, кто говорит: «А, сейчас я со всем разберусь, сейчас мы приведём вас в порядок. Ложитесь», или к тому, кто провёл уже шесть тысяч успешных процедур?

Видно, что Хэнкс уважает докторов, однако он вряд ли бы стал голосовать за то, чтобы Бен Карсон стал президентом.

Хотя диплом, торжественно выставленный в рамке на стене, может в иных случаях оказать серьёзную помощь, ваши умения не подразумевают поиск решений в книгах или принципиальное следование вселенским истинам. Ваши умения подразумевают наличие у вас чутья, которое способно подсказать вам правильное решение в любой ситуации. У законченных ботаников оно отсутствует. Когда мы думаем о космической программе «Аполлон», мы редко думаем об учёных-ракетостроителях. Думаю, многие помнят о провалившейся миссии «Аполлон-13», во время которой три мужика из всех сил бились над спасением своего корабля и сумели вернуться на Землю живыми. Это были одни из самых натренированных людей, которые когда-либо покидали Землю, однако подготовку к восстановлению воздухоочистных систем они прошли не самую обширную. Тем не менее они сумели объединить указания с Земли со своими навыками первоклассных кудесников. Это и есть умения – такой набор качеств, который обеспечивает гибкое и мудрое лидерство где-либо или в чём-либо. Все великие лидеры обладают этим набором качеств.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С ОТВЕТСТВЕННЫМ ЛИЦОМ

Когда вы попросите важного человека сделать что-то необычное, он, скорее всего, расскажет вам про правила, которым он должен следовать, и дополнит свой рассказ замечанием о том, что исключений он делать не может. Вместо того чтобы сразу просить этого человека о чём-то, начните разговор с хвалебного рассуждения о его умениях: «Я слышал о вас прекрасные вещи. Говорят, у вас к каждому

индивидуальный подход, что вы не относитесь к людям как к бестолковому стаду». Даже если этот человек увидит вашу лесть, отрицать он её вряд ли станет.

Тем, кто строго следует правилам, не хватает этого набора. Прямое и правильное управление судном «Баунти» капитана Уильяма Блая было, мягко говоря, не очень хорошим, однако, когда мятежники поместили его и ещё восемнадцать человек в двадцатитрёхфутовый баркас, он проделал один из самых блестящих манёвров в истории мореплавания, преодолев более трёх тысяч шестисот морских миль и добравшись до безопасного места. Когда он вел судно, следуя правилам, он провалился; когда он направил свои умения на решение практической проблемы, он стал героем. Он показал свою практическую мудрость.

Чтобы аудитория поверила, что ваше решение правильно, вы можете воспользоваться следующими тремя техниками.

- **Покажите свой опыт.** Если вы спорите с кем-то в вопросах войны и сами при этом являетесь ветераном, упомяните это. «Я сам воевал, – скажете вы. – Я знаю, что это такое». В спорах опыт обычно пересиливает книжные знания. И да, хвастаться своим опытом нормально, в отличие от хвастовства самим собой. Даже Бог делал так в случае с Иовом. Вместо того чтобы сказать, какой он крутой, Бог просто перечислил все свои деяния вроде изобретения китов.

- **Нарушайте правила.** Будьте капитаном Блаем-мореплавателем, а не капитаном Блаем-педантом. Если правила вам не подходят, не следуйте им (если нарушение правил, конечно, не является надругательством над ценностями вашей аудитории). Индиана Джонс показал свои умения, когда на него напал талантливый фехтовальщик с ятаганом. Фехтовальщик пошёл на него со всей искусностью и изяществом, а Джонс просто устало застрелил его. Правила не подходили ему. Хорошо, а как это работает в реальной жизни?

СУПРУГА: В этой книге написано, что через три месяца нам нужно перестать укладывать ребёнка спать в нашей постели.

ВЫ: Плохо. Он этого хочет, да и мы тоже.

СУПРУГА: Всё так, но автор говорит, что разделение будет ещё более болезненным, если оно произойдёт позже.

ВЫ: Значит, нам нужно перестать её укладывать с нами, чтоб всем было легче?

СУПРУГА: А ты как думаешь, когда ей лучше начать спать в своей кровати?

ВЫ: Когда она будет в достаточном возрасте, чтобы с ней можно было обстоятельно говорить.

СУПРУГА: Ты *до сих пор* не достиг достаточного возраста, чтобы с тобой можно было обстоятельно говорить.

Тем не менее именно вы должны показывать свои умения. Разумеется, если решение проблемы, которое вам кажется правильным, рискует обернуться катастрофой, то вам лучше пересмотреть свою практическую мудрость.

• **Сделайте вид, что вы занимаете среднюю позицию.** В Древней Греции умеренность ценилась гораздо выше, чем в нашей современной культуре. Однако во всех эпохах люди инстинктивно всё-таки предпочитают такое решение, которое лежит между крайностями посередине. Очень полезно во время спора заставить свою аудиторию подумать, что позиция соперника относится к крайностям. (Однажды я слышал, как кандидат в конгрессмены назвал своего оппонента «крайне умеренным». Наверное, он один знает, что это значит.) Если руководство учебного заведения хочет увеличить бюджет на восемь процентов, а оппоненты говорят, что обложения и без того слишком обильны, то вы можете подняться в глазах других, предложив поднятие бюджета на три процента. Президенты используют тактику умеренного курса, когда они выбирают себе напарника с более радикальными взглядами, чем у них, – так было у Никсона с Агню, у Клинтона с Гором, у Буша с Чейни, у Обамы с Байденом. (Трамп – это исключение вообще из всех правил.) Все эти лидеры благодаря своим вице-президентам выглядели умеренными даже тогда, когда их политические курсы отклонялись от общих американских понятий.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, КОГДА ПРЕДЛАГАЕТЕ ЧТО-ЛИБО

Каждое предложение должно состоять из трёх частей (не обязательно в указанном здесь порядке): целесообразность, выполнимость и превосходство. Опишите преимущества своего выбора, преподнесите его так, как если бы он был легко выполним, и покажите, что он лучше, чем другие мнения. Вы даже можете попробовать выдержать свою аудиторию в напряжении, не раскрывая ей свой выбор до тех

пор, пока вы не пройдётесь по всем альтернативам. Риторика наиболее эффективна в таких случаях, когда она подводит аудиторию к самостоятельной догадке о чём-либо.

Агрессивная позиция Чейни по поводу отношения к подозреваемым в терроризме, к примеру, дала Бушу некоторую свободу в Иракской войне. Буш создавал видимость, словно он поддерживал баланс между различными противоречивыми мнениями в Белом доме; любая позиция левее бесчеловечных взглядов Чейни – пусть даже она и предполагала полноценное вторжение в чужое государство – выглядела относительно умеренной.

Если у вас есть дети, то вы можете попробовать употребить технику средней позиции, изображая из себя то плохого, то хорошего родителя. Представим, что ваш ребёнок стал ложиться спать по выходным всё позже и позже и вы хотите, чтобы он теперь стал ложиться на полчаса раньше.

ПЛОХОЙ РОДИТЕЛЬ: Всё, спать. Закругляйся!

РЕБЁНОК: Но сейчас всего лишь девять часов! Я же обычно по пятницам в десять ложусь.

ХОРОШИЙ РОДИТЕЛЬ: Обычай – это слабоватый довод. У тебя нет аргумента получше?

РЕБЁНОК: По субботам я просыпаюсь позже. Я просплю столько же, сколько и в другой день.

ХОРОШИЙ РОДИТЕЛЬ: Хорошо, это убедительно. Мы дадим тебе лечь на полчаса позже.

Ребёнку это может не понравиться, но он всё же согласится с вами.

Все три техники – хвастовство своим опытом, нарушение правил и занятие средней позиции – могут помочь вам, если у вас больше, чем один ребёнок. Мы с женой поклялись друг другу, когда наши дети были маленькими: мы не будем относиться к ним одинаково. *Любить* мы их будем одинаково, но правила для каждого будут свои. Каждая ситуация будет решаться по-своему. По крайней мере, практическую мудрость дети будут обретать сами.

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Можно мне сходить с друзьями на футбол?

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Думаю, да. Только давай встретимся во время перерыва.

ДЖОРДЖ: Я схожу погулять со своими друзьями?

Я: Можно ли мне...

ДЖОРДЖ: *Можно ли мне сходить погулять с моими друзьями?*

Я: Нет.

ДЖОРДЖ: Но ты разрешил Дороти...

Я: Она старше.

ДЖОРДЖ: Ты разрешал ей гулять с друзьями, когда она была в моём возрасте! Это нечестно!

Я: Это вполне честно. Глупое однообразие – удел недалёких людей.

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Тогда тебе нужно быть однообразным.

Она знает, что я обожаю хитроумные наезды. Однако Макиавелли говорил, что разнообразие в подходах – это удобный инструмент лидерства, поскольку оно расслабляет подданных правителя. У меня же были свои причины: девочки взрослеют быстрее, чем мальчики, и я сомневался, что Джордж был готов уходить в одиночку. Макиавелли говорил так не из цинизма. Мои дети знали, что они могли положиться на мои решения; они не думали, что я лишь следую одним и тем же правилам. Поэтому они внимательно меня слушали – они никогда не знали, что я скажу. Чрезвычайной добродетельностью я в их представлении не обладал, однако они видели меня практически мудрым во всём. Ну или почти во всём.

Средства

Мы всё ещё говорим о способах употребления видимости мудрости для убеждения людей. Опытный ритор создаёт впечатление того, что он обладает оптимальной комбинацией теоретических знаний и практического опыта – и знанием, и ноу-хау.

Техники усиления практической мудрости:

- Упоминание своего опыта.
- Нарушение правил.
- Создание видимости занятия средней позиции.

Глава 8

Покажите, что вам не всё равно

Оправданная неловкость Квинтилиана

Избегание красноречия – это проявление красноречивости.

Кристоф Мартин Виланд

Использование бескорыстности в личных целях

Третья составляющая *этоса*, та, которую Аристотель называл «благожелательностью», объединяет бескорыстность и умение расположить к себе. Я предпочитаю рассматривать этот приём как проявление небезразличия – например, оплата за друга в каком-нибудь заведении, куда вы вместе пришли. Благонамеренный убедитель должен разделять со своей аудиторией очень многое: и блага, и усилия, и ценности, и настроение. Он чувствует её боль и внушает ей, что у него нет никакого личного интереса. Иными словами, он показывает себя как «бескорыстного» человека – человека, не преследующего какие-либо сторонние интересы.

ЗНАЧЕНИЯ

Слово «*libertas*» изначально значило не только «свобода», но и «откровенность». Свободные люди – те, кто не был привязан ни к какому источнику дохода, – могли свободно выражаться, потому что они были «бескорыстными». Они спокойно могли заботиться о других – ведь заботиться о себе им не было нужно. Они спокойно могли принимать решения в целях обретения общего блага, а не только своего, личного.

Большинство людей сейчас не видят разницы между значениями слов «бескорыстие» и «незаинтересованность». Однако раньше репутация политика как бескорыстного человека играла решающую

роль в том, будет ли он избран на высокую должность. В «Записках федералиста» Александр Гамильтон, Джеймс Медисон и Джон Джей не только писали анонимные записки в поддержку предложенной Конституции; они, кроме прочего, так сильно стремились утаить свою «корысть», что даже сделали вид, что они не присутствовали на Конституционном Конвенте. Гамильтон и его коллеги были бы удивлены выбору миллиардера на пост президента; основатели Соединённых Штатов считали богатых людей самыми корыстными из всех. Президенты XVIII века готовы были вылезти из кожи вон, лишь бы показать свою бескорыстность; некоторые из них даже расставались со своим капиталом и добровольно обанкрочивались. (Разумеется, всё это делалось не просто так.) Их страсть к бескорыстию продолжалась и в начале XIX века, когда политики начали гадать о своём нищем детстве, проведённом в избе в лесу. Такая история борьбы и стойкости показывала, что человек способен пробиться своими силами, не завися ни от кого.

Хотя в нашем обществе подлинное значение слова «бескорыстие» уже почти забыто, вы всё ещё можете прибегать к нему как к особому приёму. Я покажу вам некоторые трюки, но вы, главное, помните, что прежде всего вам нужно заставить свою аудиторию поверить в вашу бескорыстность. Для этого вам нужно быть совершенно объективным или же безупречно самоотверженным.

Цицерон говорил об одной прекрасной тактике, помогающей говорящему выглядеть как более объективный человек. В разговорах, затрагивающих то, к чему он, говорящий, на самом деле питает живой и жгучий интерес, нужно вести себя как будто бы безучастно и неохотно. Нужно создать такую видимость, словно вы пришли к своему мнению только после того, как вы абсолютно убедились в его правильности. Так делали Гамильтон и Медисон в «Записках федералиста». Это также работает с подростком, который хочет одолжить у отца машину.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

НЕОХОТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Ведите себя так, словно вы были вынуждены прийти к своему заключению вопреки собственному желанию.

ПОДРОСТОК: Знаешь, я бы с радостью и прогулялся с ней до кинотеатра. От её дома до кинотеатра всего-то пять километров, и как минимум на трети пути есть тротуары – словом, ничего особенного. Правда, её папа возражает...

ОТЕЦ: То есть ты хочешь взять у меня машину.

ПОДРОСТОК: Нет, я хочу, чтобы ты позвонил её отцу. Скажи ему, что я способен защитить её, если в этом возникнет необходимость, и что у меня с собой будет телефон на случай, если её собьёт грузовик.

Отличное бескорыстие, парень. Ты заинтересован в том, чтобы идти пешком, а не ехать; ты делаешь так, что твой отец сам становится заинтересован в том, чтобы дать тебе свою машину. Если твой отец не является полнейшим остолопом, то он посмеётся над твоей уловкой и даст тебе машину. Как бы то ни было, ты перевёл проблему от своих личных интересов к безопасности девушки.

Вы и сами можете опробовать этот метод. Просто заявите, что вы когда-то раньше придерживались того же мнения, что и ваш оппонент.

ОН: Я против смертной казни. Правительство не должно обладать полномочиями лишения людей жизни.

Я: Да, я тоже когда-то был противником смертной казни из-за высокой вероятности осуждения невинных людей. Однако сейчас, когда проверка ДНК практически всегда стала давать безошибочные результаты, я убеждён, что с этой проблемой мы больше не столкнёмся.

Какой же вы благоразумный человек! Вы когда-то верили в то же, во что верит ваш оппонент, однако вы не смогли устоять перед доводами банальной логики. Такой подход помогает вам скрыть свои действия по переводу проблемы от вопроса ценностей к практическому вопросу – от проводимых государством убийств к избеганию ошибок.

Ещё одна техника небезразличия: ведите себя так, словно выбор, который вы отстаиваете, ранит ваши личные чувства.

ВЫ: Возможно, наша компания и не станет никак поощрять меня за то, что я придумал это, но, пожалуйста, начальник, позвольте мне направить несколько своих рабочих часов на то, чтобы осуществить это. Эта идея слишком хороша, чтобы игнорировать её.

Или:

ВЫ: Слушай, я тоже терпеть не могу брюссельскую капусту. Однако я приучил себя есть её, потому что она делает меня умнее.

Как Блуто стал сенатором США

Посмотрите на обзор правления различных президентов, и вы увидите те же принципы *этоса* или их отсутствие.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Могу ли я и Картера, и Никсона отнести к недобродетельности? Конечно. С точки зрения риторики им обоим не хватало добродетельности.

Джимми Картер. Выступив со своей речью о «социальном беспокойстве», он нанёс ущерб своей риторической добродетельности. (Он не использовал слово «беспокойство», но он много говорил о «тенденции к сомнению в смысле жизни».) Речь Картера противоречила ценностям его нации; она даже осуждала потребительские взгляды. Это же Америка. У французов могут быть беспокойства, но не у американцев. У американцев даже проблем нет – у них есть возможности! Возможности потреблять!

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Я здесь делаю двоякое утверждение. Мария-Антуанетта не говорила на самом деле: «Если у них нет хлеба, пусть едят пирожные!»; это её противники приписали ей авторство этих слов. Однако её неблагополучный *этос* сделал всё это правдоподобным. Спор зиждется на том, во что верит аудитория, а не на том, что соответствует действительности.

Ричард Никсон. Ещё один провал добродетельности, или намерений. Уотергейтский скандал был нарушением представлений американцев об игре по правилам.

Герберт Гувер. Провал умений. Он следовал правилам традиционной экономики и пытался сбалансировать бюджет во время депрессии. Рузвельт проявил свои умения, когда он, нарушив старые правила, запустил программу дефицитного расходования и стал героем.

Александр Гамильтон. Совершенно возмутительный провал добродетельности. Он написал небольшую брошюру, в которой отрицал обвинения в коррупции, в качестве оправдания приводя то, что его

шантажировал муж его любовницы. (Если вы смотрели знаменитый мюзикл про него, то вы знакомы с этой историей.)

Мария-Антуанетта. Неудача в проявлении небезразличия. Вместо того чтобы заставить людей поверить в то, что их интерес был единственным, что её волновало, она позволила злополучному высказыванию про пирожные разрушить её этос.

Гамлет. Вообще никаких умений. Он следует указаниям привидения. Неудивительно, что его девушка приходит в возмущение из-за этого.

К этому моменту вы уже, наверное, убедились в том, что *этос* важнее, чем все другие аспекты риторики, потому что именно с помощью него можно привести вашу аудиторию в идеальное состояние убеждаемости. Цицерон говорил, что важно, чтобы слушатели **проявляли участие, доверяли говорящему и сами желали быть убеждёнными**. Вы скорее их заинтересуете, если они будут считать вас тем, кто стоит их внимания. Доверие достигается там, где лежат благие намерения, высокие умения и убедительное небезразличие. Что же касается желания вашей аудитории быть убеждённой, то для достижения этого вам нужно сделать так, чтобы они считали вас своей ролевой моделью – то есть проявить главные качества лидера. И как всё это сделать? Да очень просто: придерживайтесь схемы намерение – умение – небезразличие.

Бесстыжий трюк честного Эйба

Если ваша аудитория должна думать, что вы обладаете всеми этими благородными атрибутами, это вовсе не означает, что вы действительно должны ими обладать. Даже если вы преисполнены истинной добродетельности, знания дела и бескорыстия, но ваша аудитория не верит в это, то это означает, что у вас проблемы с образом. Ваша душа, может, и витает в небесах, но ваш *этос* никуда не годится. С другой стороны, у каждого образа есть свои недостатки – поэтому и существуют риторические трюки.

Самый лучший трюк: сделайте вид, что у вас нет никаких трюков.

Один из величайших ораторов ранней Римской империи, испанец по имени Квинтилиан, рассказывал, что «говорящий может изобразить беспомощность, сделав вид, что он не знает, как начать или продолжить

свою речь. Так он выглядит не столько как изоцрѐнный оратор, сколько как честный человек».

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

DUBITATIO. Не напускайте на себя излишнее хитроумие. Ведите себя так, словно вы с трудом находите, что сказать.

Римляне называли эту технику *dubitatio*, что значило «сомневающийся». Авраам Линкольн воспользовался ею, чтобы стать президентом. Линкольн, юрист и бывший конгрессмен, проведший два срока на своём посту и проигравший гонку к месту в сенате, зимой 1860 года, когда он отправился на восток, чтобы попытаться счастья в президентстве, был никем в политическом смысле. Недостаток опыта усугублялся внешностью: у него были огромные руки, форма его лица была неправильной, а говор у него был как у западной деревенщины. Когда он обратился к нью-йоркской элите в её величественном здании, носящем название Купер-Юнион, он никак не улучшил ничьё мнение о себе. Говоря в своей грубой недовольной манере, он предупредил присутствующих, что они ничего нового от него не услышат. Потрясающе.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, ЕСЛИ У ВАС БОЯЗНЬ СЦЕНЫ

Не пытайтесь усмирить себя; напротив, извлеките пользу из своего беспокойства. Помните, что аудитория, как правило, симпатизирует неловкому говорящему, ведь его неловкость – это первоклассная тактическая уязвимость. И пользуйтесь одной-единственной техникой: последовательно повышайте свой голос. Это будет выглядеть так, словно вы набираетесь уверенности от своей правоты. Я сам использовал этот приём (иногда исключительно из боязни сцены) и могу сказать, что он работает.

Что потрясающе? По крайней мере, речь. Она быстро перетекла в первоклассное представление публике проблем страны и способов её решения. Она была рациональна и обстоятельна. Его неловкий старт оживил его взыскательную аудиторию – не только занизив их ожидания

по поводу того, что он произнесёт, но и показав им его абсолютную искренность. Эта речь была прорывом. Без неё Линкольна, скорее всего, «так и не номинировали бы на пост президента в ноябре, и, возможно, даже говорить о нём никто бы не стал», как говорил исследователь жизни и деятельности Линкольна Харольд Хольцер.

Современные исследования убеждения подтверждают теорию неловкости Квинтилиана: умная аудитория, как правило, симпатизирует неловкому говорящему и порой даже помогает ему приводить доводы. *Dubitatio* также занижает чужие запросы относительно вас и вызывает «ошибочную недооценку» вас вашими оппонентами, как предпочитал называть это Джордж Буш-младший, мастер *dubitatio*. За деревенским обликом Линкольна скрывался талантливый политик, который ясно видел проблемы. Его *эмос* заставил аудиторию поверить в его искренность даже несмотря на то, что она сомневалась в его интеллекте – пока он не показал ей свой интеллект.

Вы можете использовать ту же технику, даже если вы не являетесь Линкольном. Когда вы представляете речь группе людей, начинайте её поспешно, а по мере своего разговора становитесь мягче. Говорящие часто думают, что им необходимо завладеть пристальным вниманием аудитории, как только они начинают говорить. Это вовсе не обязательно; чаще всего внимание пробуждается только спустя по крайней мере пять минут после начала. Только ни в коем случае не допускайте излишне продолжительных пауз. Существует легенда, согласно которой президент Дартмутского колледжа, известный своим глубокомысленным молчанием, однажды во время прочтения им лекции в Массачусетском технологическом институте сделал такую долгую паузу, что ведущий почувствовал необходимость как-то растолкать его. Он упал на пол, лишившись опоры в виде кафедры. Он не был задумчив – он был мёртв. А вообще, если у вас и у вашей аудитории есть бьющееся сердце, то тогда медленное начало пройдёт лучше, чем классическая шутка-зачин.

Более мягкую форму *dubitatio* можно использовать в споре тет-а-тет. Работает это так: когда ваш партнёр закончит говорить, посмотрите вниз. Говорите мягко и медленно до тех пор, пока вы не подойдёте к своему главному высказыванию. Затем пристально посмотрите в глаза этого человека. Если вы всё выполните верно, то тогда вы сможете создать впечатление страстной искренности. Мой сын может

подтвердить эффективность этой формы личного *dubitatio*. Я рассказал ему про неё где-то год назад, когда я изучал Квинтилиана, и забыл об этом. Через несколько недель после этого он пришёл из школы с очень довольным видом.

ДЖОРДЖ: Я попробовал проделать то, о чём ты мне рассказал.

Я: Что?

ДЖОРДЖ: Ну то... Я не помню, как ты это назвал. Ну, когда смотришь вниз до тех пор, пока ты не дойдёшь до нужного момента, и потом – бах! – и смотришь ей прямо в глаза.

Я: Её глаза? Что ты ей говорил?

ДЖОРДЖ: Не твоё дело.

Я: Не моё?..

ДЖОРДЖ: Мы политику обсуждали, папа. Не знаю, что ты там себе напридумывал.

В то время как *dubitatio* является не самым бытовым словом, оно очень тесно связано с одним из любимых терминов современных маркетологов – словом «аутентичность». В нашу эпоху отфотошопленных моделей, оттюнингованных исполнителей и компьютерных фильмов аудитория обычно очень высоко ценит любой контент, который выглядит подлинно. Мне довелось вспомнить об этой новой тенденции, когда я начал создавать видео про убеждение на моём сайте ArgueLab.com. Рассудив, что никому не захочется видеть мою физиономию на экране, я нанял Кристину Фокс, яркую молодую женщину, располагавшую актёрским опытом, и предоставил ей читать мои сценарии. Я сам писал саундтрек и аккуратно монтировал видеоролики в сложной программе. Хотя Кристина превосходно сыграла, видео привлекло мало внимания. В раздражении я направил камеру смартфона на самого себя, принялся говорить без подготовки и затем отредактировал всё это дело в программе базового уровня сложности. Это видео привлекло в пять раз больше зрителей, чем мои тщательно проработанные ролики. Я продолжал выпускать такие минималистичные ролики, и моя аудитория продолжала расти. Хотя в этом, возможно, были замешаны и другие факторы, я думаю, что разница в основном объяснялась аутентичностью. Я, очевидно, не готов стать звездой YouTube. В некоторых видео очень ясно видно, что мне не очень комфортно. Камера меня терпеть не может, и я отвечаю ей взаимностью. *Dubitatio* работает вовсю.

В центре риторического образа лежит аутентичность. Аутентичность, как вскорости узнали маркетологи, можно изобразить искусственно. *Этос* лучше всего работает тогда, когда он скрывает самого себя – вплоть до предумышленной нелепости. Приверженцы Демократической партии смеялись над так называемыми бушизмами Джорджа Буша-младшего, и это ещё больше располагало к нему республиканцев. (Вообще, президентская риторика была довольно сложной и состояла далеко не только из синтаксической беспорядочности. Вы убедитесь в этом в следующих главах.) Посмотрите на самых успешных комиков от Вуди Аллена до Луи Си Кея: их высокий интеллект то и дело дополняется полнейшей глупостью. Чтобы ваш *этос* был достойным, ваша аудитория должна не иметь никаких догадок о внутренней работе вашей риторики. Это не значит, что вам нужно исключительно «быть собой». Возможно, это значит обратное. В споре вы не должны опираться на свою личность и свою репутацию, вы должны *исполнять* свою личность и свою репутацию. *Этос* – это не карма; в любом споре вы в любой момент можете начать заново со своими намерениями, умениями и безразличием.

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

БУШ ГОВОРИЛ КАК ГРЕК. Интеллектуальные элиты всех поколений оплакивали падение высокого стиля речи. Однако даже в Древней Греции аудитории больше верили прямым ораторам, чем изощрённым. Они говорили, что вычурная речь походит на «азиатскую», и отдавали предпочтение «чистым» грекам.

Это выглядит аморально? *Этос* тут ни при чём. Внимательное отношение к воззрениям вашей аудитории, разделение с ней её тягот и ценностей делает вас внушительным – и в буквальном, и в переносном смысле. Это не манипуляция... Ну ладно, это манипуляция. Но это также и *безразличие*. В главе 9, которая посвящена *пафосу*, мы разберём безразличие ещё более основательно.

Я имею в виду риторическое безразличие. Как настоящее безразличие – только лучше.

Небезразличие, или «бескорыстие», – это видимость того, что вас интересует исключительно благо вашей аудитории – вплоть до того, что вы готовы жертвовать ради её блага. Вот средства небезразличия:

- **Неохотное заключение.** Ведите себя так, чтобы казалось, что вы пришли к своему мнению лишь из-за того, что оно настолько очевидно правильно, что к нему попросту нельзя не прийти.

- **Личные жертвы.** Заявите, что ваше решение поможет вашей аудитории больше, чем вам самим; более того, давите на ту мысль, что вы даже будете нести лишения из-за этого решения.

- **Dubitatio.** Выкажите сомнение в своих риторических навыках. Простой, видимо, незамысловатый говорящий – это самый что ни на есть хитроумный говорящий, поскольку ему легче всего довериться.

- **Аутентичность.** Пусть ваша аудитория думает, что вы совершенно искренни, что вы являетесь самим собой.

Глава 9

Контролируйте настроение Манёвр Аквинского

Оратор способен направить своих слушателей туда, куда ему угодно, он способен вызвать у них любые чувства: он может разозлить их, ублажить их, рассмешить, огорчить и обратить в рыдания; если ему это угодно, то он может пробудить в них любовь, отвращение и ненависть.

Генри Пичем

Самые убедительные эмоции к вашим услугам

Если вы знаете какого-нибудь несносного ребёнка, то вы поймёте следующие слова. Много лет назад, когда я снимал деньги в одном банке города Хановер, штат Нью-Гэмпшир, моя трёхлетняя дочь решила выкинуть номер и заорать, корчась в конвульсиях на полу, в то время как на неё с отвращением глядела пара очень правильных дам. (Очевидно, их дети были ангелами во плоти.) Я не помню, что послужило причиной припадка Дороти-младшей, сейчас уважаемой медсестры, но я тогда поглядел на неё удручённо и сказал:

– Этот аргумент не сработает, душа моя. Он недостаточно патетичен.

Она пару раз моргнула и встала.

– *Что вы ей только что сказали?* – спросила одна из дам.

Я объяснил, что я был ревностным поборником классической риторики. Дороти с самых ранних лет уяснила, что хороший убедитель не просто выражает свои эмоции – он манипулирует чувствами своей аудитории. То есть моими чувствами.

ЗНАЧЕНИЯ

Пафос значит больше, чем просто «чувства» в смысле эмоций. Он также связан с физическими ощущениями – тем,

что человек чувствует, или, точнее, то, из-за чего он страдает. (Древние греки любили страдание.) Именно от слова «пафос» происходит медицинский термин «патология», означающий изучение заболеваний.

ДАМА: Разве вы не сказали только что, что она недостаточно жалкая?

Я (*по-идиотски*): Это технический термин. Он ведь сработал, видите?

Раньше, когда люди разбирались в риторике, слово «патетичный» было комплиментом; моя дочь знала, что убедитель несёт бремя не только доказательств, но и эмоций. Покуда она пыталась меня в чём-либо убедить, её собственные эмоции никакой роли не играли. Только мои эмоции были важны. Спор не может быть риторически патетичным, если он включает в себя элемент сочувствия.

Сейчас о сочувствии мало говорят. *Эмпатия* предполагает ощущение чувств других людей: пример – Диана Трой, психолог, наполовину человек, наполовину бетазоид, работающий на космическом корабле «Энтерпрайз» в телесериале «Звёздный путь: следующее поколение». Такие эмпаты, как Трой, страдают, когда страдают другие. Вот как раз таки эмпатия сейчас очень актуальна. Недавнее исследование, проведённое организацией Sesame Workshop, стоящей за сериалом «Улица Сезам», показало, что и для родителей, и для преподавателей более важно видеть в детях эмпатию, чем хорошие оценки.

Так в чём же разница между эмпатией и симпатией? Эмпатия – это как «объединение разумов» вулканцев из «Звёздного пути», только вместо разума объединяются эмоции. Симпатия же означает полное понимание эмоций другого человека, но не обязательно их ощущение.

Симпатия ближе к риторике, чем эмпатия. Эмпат чувствует. Человек, способный симпатизировать (чёрт с ним, назовём его *симпатом*), находит способ изменить эмоции другого человека. Или способ использовать их – обычно во благо другого человека. Эмпатия объединяет чувства. Симпатия беспокоится о чувствах. Понятно, что эмпат выглядит более интересно, чем симпат, однако в качестве психотерапевта я бы определённо выбрал симпата. А вы? Разве вы бы не хотели, чтобы ваш терапевт понимал вашу эмоциональную проблему и работал над её решением? Или вы предпочтёте какого-нибудь

полубетазоида, который будет проливать на свою униформу слёзы из-за вас?

И всё же важно помнить, что риторика сложна с этической точки зрения. Если вы собираетесь читать эмоции других людей, то вы должны делать это во благо. Инструменты *пафоса* можно с таким же успехом употребить и в не самых благих целях.

Патетичная шутка Мэтта Дэймона

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

ТЕБЕ СТАНЕТ ЛУЧШЕ, КОГДА Я ПЕРЕСТАНУ ТЕБЯ БИТЬ. Мы сейчас не считаем физическую боль эмоцией, однако многие древние греки думали, что боль была основой всех эмоций. Хорошие чувства вроде удовольствия – это, по их мнению, лишь следствие отсутствия боли. Люди, продвигавшие эту идею, называли себя стойками.

Древние софисты говорили, что если *пафос* действует верно, то он влияет на суждения аудитории. Недавнее неврологическое исследование подтвердило их теорию: основа всех эмоций, лимбическая система, часто берёт верх над более рациональными составляющими мозга. Аристотель говорил, что реальность выглядит по-разному в зависимости от испытываемых эмоций; например, изменения к лучшему могут выглядеть плохо в глазах депрессивного человека. Протагор, знаменитый софист, говорил, что еда противна больному человеку и, наоборот, приятна здоровому. «Доктор лечит лекарствами, – говорил он, – а софист – словами».

Слова действительно могут работать подобно лекарствам, однако, перефразируя Гомера Симпсона, ещё больше подобно лекарствам работают сами лекарства. Аристотель, великий древний титан рационализма, любил модифицировать эмоции людей через их убеждения. Эмоции вообще происходят из убеждений, как он говорил – из того, что мы ценим, из того, что, как мы считаем, мы знаем, из того, чего мы ждём. Аристотель не отделял полностью *пафос* от риторической логики. Возможно, объединение эмоционального и рационального звучит странно, однако риторика занимается именно этим.

Возьмём страх. Предположим, я заставил вас поверить в то, что ваше сердце остановится прямо сейчас, прямо во время прочтения вами этих слов. Это может случиться – у восприимчивой жертвы даже малейший страх может запустить аритмию, которая, в свою очередь, спровоцирует настоящий электрохимический шторм в вашем сердце. Оно может начать биться с диким неправильным ритмом, уничтожая жизненно важную ткань и вызывая вашу смерть.

Это ведь не напугало вас, да? Ваше неверие удержало вас от страха. Эмоции происходят из **опыта** и **ожиданий** – того, что, как полагает ваша аудитория, уже случилось или случится в будущем. Чем ярче будут ощущения, которые вы опишете своей аудитории, тем сильнее будут эмоции, которые вы этим пробудите.

А теперь представим, что вы хотели настроить меня против вашей соседки. Вы могли бы рассказать мне о том, какой она гадкий человек – о том, что она изменяет мужу и смотрит всякий мусор по телевизору. Всё это не смогло бы настроить меня против неё. Вы описываете её личность; вы ничего не говорите об опыте. Чтобы разозлить меня, вы должны дать мне яркое описание какого-то определённого возмутительного обстоятельства.

ВЫ: Она назвала бойскаутов фашистской организацией.

Я: Ну, она преданно относится к своим...

ВЫ: А как она во время Хэллоуина набросилась на моего малыша, одетого в форму брата!

Я: Но откуда вы...

ВЫ: Я там был. И когда он заплакал, она сказала ему: «Если ты окажешься геем, то ты будешь рад, что встретился со мной». Затем она посмотрела прямо мне в лицо и захлопнула дверь.

Вот это уже способно разозлить меня на вашу соседку. Вы воссоздали кинематографическую сцену, заставив меня просмотреть её вашими глазами. Это работает гораздо лучше, чем банальное тыканье пальцами. Вы заставили меня поверить в то, что женщина сделала что-то недоброе в отношении невинного маленького мальчика.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

РАССКАЗЫВАНИЕ. Наилучший способ изменить настроение вашей аудитории. Пусть ваш рассказ будет прямо связан с вами или с вашей аудиторией.

Когда вы хотите изменить чьё-то настроение, расскажите историю. Не переходите на личности. Не ворчите. Аристотель говорил, что один из наиболее эффективных способов изменить настроение – представить детализированный нарратив. Чем ярче будет ваша история, тем больше она будет походить на реально имевший место опыт, тем больше ваша аудитория будет думать, что он может повториться. Вы поделитесь с ней своим опытом и внушите ей мысль о том, что этот опыт может случиться и с ней.

Рассказывание работает со всеми эмоциями, и в том числе и с юмором. Ваша шутка покажется смешнее, если вы создадите такое впечатление, словно вы принимали в ней непосредственное участие. Персонаж Мэтта Дэймона в фильме «Умница Уилл Хантинг» пользуется описываемой техникой, когда он говорит со своим психотерапевтом, роль которого исполнил Робин Уильямс.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ПЕРЕД АУДИТОРИЕЙ

Вы уже знаете, что аудитории обожают анекдоты. Однако, если вы хотите привести их в определённое расположение духа, вам не нужно просто рассказывать какую-нибудь личную историю; расскажите им что-нибудь захватывающе-узнаваемое. Допустим, вы предлагаете проект нового дома престарелых. Пробудите чувство сожаления, рассказав об одинокой родственнице, потерявшей мужа; она умоляет вас посещать её почаще, но у вас большая нагрузка на работе и обязанности дома. Скажите: «Это может быть вам знакомо». Комики постоянно пользуются этой техникой, потому что эмоции тесно связаны с тем, что нам близко.

УИЛЛ: Знаете, вот я был однажды в самолёте. Вот сижу я, и тут капитан устанавливает связь с салоном и говорит: «Мы будем лететь на высоте одиннадцать тысяч километров», произносит свои дежурные фразы и ставит микрофон на место, забыв выключить его. Затем он говорит: «Блин, всё, чего я сейчас хочу, это [вставьте название полового акта] и чашку кофе». И тут одна стюардесса подрывается и бежит к нему в кабину, чтобы сказать ему, что микрофон ещё включён, а один пассажир в хвосте самолёта кричит ей вдогонку: «Не забудьте кофе!»

ШОН: Вы никогда не были в самолёте.

УИЛЛ: Я знаю, но анекдот получается смешнее, если его рассказывать от первого лица.

Как Уэбстер довёл главного судью до слёз

Помимо рассказов, *пафос* ещё держится на **самоконтроле**. Убедитель, видимо старающийся удержать свои эмоции, очевидно, добьётся лучших результатов, чем тот, кто разбрасывается своими эмоциями направо и налево. Выходка моей дочери показала опасность переизбытка эмоций; уже тогда она знала про поучения Цицерона, согласно которым хороший патетичный аргумент не должен быть нарочитым. **Когда вы спорите эмоционально, следите за тем, чтобы ваша речь была простой.** В момент испытания сильных эмоций люди редко говорят сложными фразами. Самые эмоциональные слова обычно состоят из небольшого количества букв. Чем меньше, тем лучше; да и вообще с точки зрения патетики меньше – *значит* больше.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ГРОМКОСТИ.

Вам не нужно видимо усиливать свои эмоции. Пусть это делает за вас ваша аудитория.

Консервативный ведущий ток-шоу в «Симпсонах» допускает риторическую ошибку, когда забывает о патетической регулировке звука во время одного городского собрания:

«БИРЧ» Т. БАРЛОУ: Господин мэр, у меня есть к вам вопрос... Что бы ВЫ сделали, если бы однажды пришли домой и застали свою семью со связанными руками и ногами и с НОСКАМИ во рту? Они кричат. Они хотят войти домой, но дверная ручка вся В КРОВИ!!!!

МЭР КУИМБИ: Так по какой проблеме вы обращаетесь?

«БИРЧ» Т. БАРЛОУ: По проблеме бюджета, сэр.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С ПЛОХИМ СОТРУДНИКОМ

Если вы рассержены на своего подчинённого – скажем, вы подловили его, когда он дурно высказывался о вас некоторым важным лицам, – вызовите этого подчинённого к себе в офис и, когда он придёт, постарайтесь сдержать свой

гнев. Говорите мягче обычного, не делайте ничего руками и выразите свою холодную ярость через глаза. Это может произвести такой эффект, что даже самый искушённый сотрудник будет повержен в ужас.

Вам, пожалуй, лучше взять пример с такого талантливой оратора, как Дэниел Уэбстер. Мы помним его как хвостуна, однако его современники считали его самым внушительным человеком в стране. Он расследовал одно громкое массачусетское дело, когда известного капитана корабля Джозефа Уайта убили в постели, пока тот спал. Это было дело О. Джей Симпсона тех времён. Подозреваемым был обычный паренёк-фермер без какой-либо криминальной истории, и люди тогда диву давались, как такой, казалось бы, благопристойный молодой человек мог совершить такое страшное деяние. Уэбстер стоял перед присяжными с таким видом, словно он едва мог сдержать свой гнев, и рассказывал об убийстве в обычных, повседневных терминах, так что из его слов казалось, будто это преступление было обычным делом для безумца, совершившего его. Похожие события были описаны в романе «Хладнокровное убийство» спустя более ста лет. Присяжные вынесли парню смертный приговор.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ПАТЕТИЧЕСКОЕ ЗАВЕРШЕНИЕ. Эмоции оказывают сильнейшее воздействие в тех случаях, когда они помещены в конец повествования.

Удержание эмоций также даёт вам возможность разумно расходовать их. В начале спора, когда вам нужно заставить аудиторию понять, чего вы хотите, и поверить в ваш образ, *пафос* обычно работает не очень хорошо; начало спора – это зона действия *логоса* и *этоса*. Сделайте лучше так, чтобы эмоции нарастали постепенно. Аристотель говорил, что в случае с большим количеством людей можно выставить максимальное значение громкости; однако в споре «один на один» ваши главные козыри – это, по его словам, *логос* и *этос*. Даже когда вы ведёте политическую конференцию, в которой затрагиваются самые острые и провокационные темы, ваши эмоции лучше всего подавать последовательно увеличивающимися порциями.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Мы живём в очень ироничное время. Я вынужден использовать иронический комментарий, чтобы дистанцироваться от патетического обращения Уэбстера, чтобы вы не подумали, что «маленький колледж» тоже заставляет меня плакать. Это работает только на более пылких дартмутских выпускниках.

Когда вы произносите речь перед малой группой людей – допустим, перед Верховным судом США, – *пафос* может сработать, однако сработает он только в том случае, если вы используете его с умом. Спустя несколько лет после дела капитана Уайта Уэбстер представлял свою альма-матер, Дартмутский колледж, перед Верховным судом в рамках очередного разбирательства. Правительство штата Нью-Гэмпшир хотело захватить власть над этим учебным заведением и преобразовать его в университет. По прошествии двух дней рациональных споров (как раз тогда, когда уже пора было пустить в дело *пафос*) Уэбстер представил своё долгожданное заключение. Едва удерживая слёзы, он обратился к главному судье Джону Маршаллу: «Как я вам говорил, сэр, это всего лишь маленький колледж. – Его голос оборвался на слове «маленький». – И тем не менее многие любят его». Один из очевидцев рассказывал, что глаза самого судьи Маршалла тогда наполнились слезами. Уэбстер выиграл дело. А Дартмутский колледж, член Лиги плюща, располагающий своей бизнес-школой, медицинским и инженерным отделениями, остаётся тем же, чем он и был, – Дартмутским колледжем.

Как это работает в реальной жизни? Допустим, причиной банковской выходки моей дочери было внезапное нестерпимое желание съесть мороженого. Вместо самоуничтожения она могла бы сразу перейти к делу.

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Папочка, купи мне мороженое!

Я: *Можно ли* мне съесть мороженое.

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Можно ли мне съесть мороженое?

Я: Нет.

Даже в том возрасте она достаточно хорошо знала меня и то, какого ответа от меня следует ожидать. Будь она хорошо подготовлена, у неё уже было бы готово её оружие – *тихое* оружие. Она могла бы просто посмотреть на меня и дать слезам сконцентрироваться в её

глазах, что не представляет большой сложности для ребёнка, которому не дают мороженое. И Аристотель, и Цицерон признавали сопереживание полезной эмоцией, и она работает с упрямым отцом не хуже, чем с представителями Верховного суда. Если бы слёзы ей не помогли, она могла бы прибегнуть к юмору, взглянув на меня с широко открытыми глазами, которые мои дети называли «глазами Бэмби». Я каждый раз умирал со смеху. Это стремительно увеличивало шансы получения мороженого.

Теперь уже взрослая Дороти-младшая говорит мне, что мой гнев никогда не работал на ней.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Хотя ораторы призывают начинать разговор тихо и постепенно увеличивать громкость, один ветеран рекламного дела говорил мне, что он делал противоположное: последовательно понижал тон всё больше и больше, так что людям приходилось напрягаться, чтобы услышать его. Заканчивал он свои речи эмоциональными крещендо. Его мягкий голос очень способствовал созданию драматического эффекта в конце, как он говорил.

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Когда ты очень сильно разозлился, ты выглядел довольно потешно.

Я: То есть «потешно»?

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Ты был похож на Йоземит Сэма из «Луни Тюнз».

Я: Ну, знаешь, тебе не помешало бы относиться к своему отцу хотя бы с некоторым...

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ (*смеясь*): Да, вот так! Вот когда ты говорил тихо и делал страшные глаза – вот это было жутко.

Я (*делая страшные глаза*): Вот так?

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Нет, пап. Это убого.

Думаю, она говорила не о патетике, а именно об убожестве.

Иные формы игры на эмоциях

Юмор по своей убедительности занимает лидирующую позицию среди всех эмоций – отчасти из-за того, что он лучше всего улучшает *эмос* говорящего. Чувство юмора не только способно успокаивать людей, но оно к тому же создаёт такое впечатление, словно вы стоите выше низких выяснений отношений. Проблема юмора, однако, состоит в том, что с его помощью совершенно невозможно призвать кого-либо к какому-либо действию. Когда люди смеются, они редко хотят делать что-либо ещё. Юмор может изменять их мысли и их эмоции, однако убеждение не заходит дальше этого.

Аристотель, который был настолько близок к званию психолога, насколько вообще древний грек мог быть близок к этому званию, говорил, что некоторые эмоции – такие как горе, стыд и смирение, – могут вовсе устранять возможность совершения действия. Эти чувства делают людей интроспективными. Под влиянием этих чувств люди набирают себе ванну, включают Билли Холидей и жалеют себя.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Мы уже говорили о страхе ранее, однако Аристотель считал использование его в спорах (подобно палочному аргументу) не самой эффективной тактикой. Страх побуждает людей к действию, однако чувство принуждения лишает их выбора. Тут нет никаких аргументов, никаких раздумий – только чистый инстинкт.

Другие эмоции – такие как удовольствие, любовь, уверенность и сопереживание, – по мнению Аристотеля, работают лучше. Некоторые люди упиваются ими, в то время как другие расходуют их бережливо. Ураганы «Катрина» и «Сэнди» показали силу сострадания, однако нужно признать, что катастрофы содержат в себе больше силы, чем аргументов. Если вы хотите, чтобы за спором последовало какое-нибудь действие, то вы должны прибегнуть к самым полезным эмоциям – таким, которые пробуждают первобытные инстинкты людей, то есть играют на их комплексах относительно того, какое место они занимают в определённой группе и насколько они подходят к ней. В одной из предыдущих глав я упоминал, что вам следует заставить аудиторию отождествить себя с вами и – через вас – с действием, к которому вы клоните. Вот почему Аристотель причислял **гнев, патриотизм и**

подражание к таким эмоциям, которые способны заставить аудиторию подняться со своих мест и совершить то, чего вы от неё хотите.

Человек, желающий чего-то, особенно подвержен **гневу**. Аристотель говорил, что стоит воспрепятствовать возможности какого-либо человека воплотить какое-нибудь своё желание в жизнь – и вот уже вы получаете разгневанного человека. (Попробуйте не дать мороженое обидчивой дочери.) Чем моложе человек, тем у него больше желаний, так что такие люди легче впадают в гневное состояние. То же касается бедных и больных.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ОБВИНЕНИЕ В ПРЕНЕБРЕЖЕНИИ. Покажите своей аудитории, что ваш оппонент считает её желания неважными и пустыми.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ПРОТЕСТА

Если вы хотите взбудоражить массы, то вам не нужно просто продвигать свои цели или набрасываться на тех, кто препятствует достижению этих целей. Вам просто нужно изобразить своего врага как человека, пренебрегающего вашими целями. «Конгресс думает, что мы не видим глобального потепления. Ледники тают! Коралловые рифы умирают! И что же делает президент? Он проводит ещё больше исследований! Он просто смеётся над нами!»

Самый простой способ разгневать человека, продолжал свои рассуждения Аристотель, – это пренебречь этим желанием. Не выпускайте из внимания то обстоятельство, что он жил в такой культуре, которая во многом похожа на современные уличные банды, – культуре мачо, жестокости и трепетного отношения к мелочам. Оскорбите древнего грека или его женщину – и можете сразу же начинать готовиться к полномасштабной войне. А что касается убеждения, тот гнев, что вызывается пренебрежением, особенно удобен и полезен. Если вы хотите, чтобы пациент в больнице подал в суд на доктора, то убедите пациента, что этот врач не отнёсся к его проблеме с должной серьёзностью. Большинство судебных разбирательств происходят именно из этого чувства уязвлённости чьим-то пренебрежением. Это тесно связано с вопросом идентификации: люди,

чувствующие, что они по праву принадлежат к элите, но та их не принимает, готовы пойти на всё, чтобы восстановить свой статус. (Позже вы узнаете, как пренебрежение может заставить людей требовать извинений и почему вам не следует давать им эти извинения.)

Через неделю после написания этой книги я должен посетить законодательное собрание штата Нью-Гэмпшир, где я буду говорить о широкополосном Интернете в сельской местности. У меня есть обыкновение говорить людям, что конверт с посланием может дойти до адресата быстрее, чем электронное письмо, отправленное из нашей местности через удалённый доступ. (Это действительно случилось со мной однажды.) Проблема состоит в телефонной компании, которая занимает в нашем штате монопольную позицию. Её лоббисты активно борются со всяким планом, который может создать им конкуренцию; при этом эта компания ничего не делает, чтобы провести широкополосное соединение в местность, где я живу. Как думаете, какое из следующих двух высказываний скорее заставит власть принудить эту компанию провести широкополосное соединение по всему штату?

Я: Эта компания всем своим видом показывает, что ей нет никакого дела до сельских клиентов вроде меня.

Я: Эта компания годами выставляла себя крайне глупо, обещая: «Конечно, мы проведём вам широкополосное соединение, не беспокойтесь», забывая о своём обещании в тот же момент, как её представители выходили из комнаты.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ НАБОРА ПЕРСОНАЛА

Чтобы убедиться в том, как хорошо Аристотель знал своё ремесло, задумайтесь о технике, которой пользуются менеджеры, чтобы перенять к себе выдающихся сотрудников из конкурирующей компании: «Вы, такой блестящий специалист, соглашаетесь на такую мизерную зарплату?» Или вот ещё: «Если бы вы работали на нас, то у вас уже давно было бы своё отдельное парковочное место». Менеджер вызывает у интересующего его сотрудника чувство гнева, заставляя его поверить в то, что его компания пренебрегает им.

Вообще, обе фразы имеют равные шансы. Но какой аргумент разозлит представителей телефонной компании больше всего? Я ставлю на второй; как сказал бы Аристотель, представители почувствовали бы, что ими пренебрегли.

С другой стороны, я могу в своём заявлении сделать акцент на *пафосе*. Гнев быстрее всего приводит к действию – именно по этой причине подавляющее большинство политических агитаций стремится взбесить вас. Проблема, правда, состоит в том, что, хотя злые люди и не думают долго перед нажатием на курок, они обычно это нажатие не особенно тщательно продумывают. Именно эта проблема и лежит в основе преступлений, совершённых в бездумном порыве. Так что гнев – это не самая лучшая эмоция для осмысленного спора, в котором мы принимаем решения о будущем. Греки оставляли эту эмоцию для судебной риторики – для ситуаций, когда они хотели вздёрнуть кого-нибудь на виселице.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ПАТРИОТИЗМ. Пробудите групповые чувства своей аудитории, показав ей успех враждебной группы или выразив неуважение к её территории или символике.

Патриотизм гораздо лучше работает в вопросах будущего. Такая риторическая групповая лояльность необязательно должна быть связана с институтом государства. Можно быть патриотом старшей школы, английской футбольной команды или (в редких случаях) какой-то определённой компании. Только не путайте это с идеализмом, верой в идею. Это сфера *логоса* – не *пафоса*. Действительно, солдаты жертвовали своей жизнью во имя демократии и свободы, но их патриотизм полыхает за государство, а не за идею, за звёзды и перекладины, а не за Конституцию. Эффективный аргумент против сожжения флага должен быть эмоциональным, потому что он обязательно основывается на душевном рвении за страну. Аргумент же в пользу сожжения флага должен состоять больше из *логоса*, чем из *пафоса*, потому что он больше опирается на идеалы, чем на патриотизм.

Футбольный защитник Колин Каперник попытался воспользоваться патетическим аргументом, когда отказался стоять во время звучания гимна страны. «Я не собираюсь стоять и чествовать

флаг страны, которая притесняет чернокожих и представителей других рас», – сказал он. Вы можете спорить (как очень многие) об эффективности этого протеста. С точки зрения риторического *пафоса*, однако же, можно с полной уверенностью утверждать, что он не сработал. Он проявлял гнев, вызывая при этом чувство патриотизма у своей аудитории.

Немногие колонисты поддерживали демократические воззрения основателей Соединённых Штатов Америки, что с риторической точки зрения вполне понятно. Патриотизм американцев не побуждал их присоединиться к борьбе за независимость до тех пор, пока британцы не начали стремительно захватывать территории. В этом же ключе можно сказать, что «Патриотический акт» мало связан с защитой американских идеалов; он связан с защитой Америки. Это патриотизм – это *пафос*, а не *логос*.

Дартмутский колледж несколько менее радикально выказал свой патриотизм, когда построил свой дорогой лыжный комплекс. Импульс подал Миддлберийский колледж, образовательное учреждение из соседнего штата Вермонт, открывшее свою «снежную чашу». Миддлбери был меньше, чем Дартмут, и, в отличие от Дартмута, не входил в Лигу плюща; разумеется, Дартмут был просто обязан построить лыжный комплекс. Это был акт патриотизма – не столько рациональное решение, сколько эмоциональное.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С ЛЮБЫМ ИНСТИТУТОМ

Когда менеджеры говорят о «гордости», они на самом деле имеют в виду патриотизм, эмоцию, которая по своей природе преимущественно соревновательна. Если вы хотите пробудить ударнические настроения, то сосредоточьтесь на одном противнике: «Их церковь привлекла на двадцать процентов больше пожертвований для пострадавших в катастрофе, чем наша церковь, и они даже не встают на колени во время обрядов!»

Вы можете использовать патриотизм и в своих интересах: покажите своей аудитории, как ваш соперник превосходит вашу собственную группу. Древний феномен стремления жителей пригородных областей не отставать от соседей – это проявление

патриотических чувств; «у них такой крутой автомобиль; а мы ничем не хуже, чем они». У патриотизма есть личная сторона, связанная с соревновательной завистью.

РОДИТЕЛЬ: Я слышал, что Мэри прошла в Гарвард.

РЕБЁНОК: Ага.

РОДИТЕЛЬ: Тебе она не очень нравится, да?

РЕБЁНОК: Она слишком много о себе возомнила.

РОДИТЕЛЬ: Но она умная. Труженица.

РЕБЁНОК: Не такая умная, как я.

РОДИТЕЛЬ: Хмм, ну, может, и нет. Но она труженица.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ПОДРАЖАНИЕ. Возьмите за образец такую ролевую модель, перед которой преклоняется ваша аудитория.

В то время как патриотизм часто приводится в действие чем-то негативным (вы проникаетесь патриотическими чувствами, когда ваша группа находится под угрозой), **подражание** работает обратным образом. Нам трудно считать подражание эмоцией; древние люди вкладывали в имитацию гораздо больше смысла, чем мы. Однако подражание и сейчас выглядит вполне логично, если мы рассматриваем его как эмоциональный ответ на ролевую модель. Ребёнок смотрит по телевизору «Трёх балбесов» и даёт младшему брату щелбан – это подражание. Подражание, кроме прочего, происходит из нашего атавистического стремления быть частью чего-то. К сожалению, родители и дети чаще всего выбирают разные ролевые модели. Чтобы подражание подействовало, вам нужно выбрать такую модель, к которой уже стремится ваша аудитория, а это далеко не всегда достигается просто. Мать хочет, чтобы её дочь подражала манерам высшего общества, в то время как дочь мечтает гонять на мотоцикле Suzuki в кожаной куртке, как её старшая двоюродная сестра. Вообразите девятнадцатилетнего парня, который хочет повидать мир. Он смотрит документальный фильм о теракте 11 сентября и узнаёт, что среди жертв был кандидат в футбольные защитники, учившийся с ним в одной школе. Этот парень, вероятнее всего, запишется на службу в армию.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С ПУБЛИКАЦИЯМИ

Если вы ведёте ленту новостей или занимаетесь веб-сайтом, имеющим читательскую базу, редактируйте всё, что можете и не можете. Люди будут имитировать то, что они видят, и уже скоро вам почти ничего не нужно будет редактировать. Я понял это, когда работал с журналами: когда читатели видят короткие и остроумные письма редактору, они сами пишут такие же письма.

Самые убедительные эмоции – юмор, гнев, патриотизм и подражание – лучше всего работают в групповой обстановке. Телевизионные ситкомы популяризовали закадровый смех, это чудо риторического юмора, именно по этой причине. Аристотель отмечал, что большие группы людей, как правило, ожидают, что речь будет чрезвычайно драматичной.

Однако, когда ваша аудитория состоит из одного человека, вам лучше следить за своим *логосом*. И стараться не переиграть эмоции.

Это столько же касается намёков на них, сколько и их проявлений. Эмоции должны неприметно подкрадываться к людям, особенно когда ваша аудитория не подозревает их существования. Поэтому вам лучше никогда не высказывать своё настроение. Любой человек, хоть раз в жизни шутивший, знает, что юмор шутки не нужно провозглашать заранее. Как говорят преподаватели на уроках по письму: показывайте, но не рассказывайте. И всё равно люди выплёскивают свои эмоции перед их представлением другому. Мой сын однажды провинился в этом, когда он пришёл домой в плохом настроении и застал меня в таком же.

ДЖОРДЖ: Я сегодня услышал кое-что такое, что сильно взбесит тебя.

Я: Нет, не взбесит.

ДЖОРДЖ: Откуда ты знаешь?

Я: Это не может взбесить меня, если я готов к этому.

ДЖОРДЖ: Так ты мне дашь сказать или нет?

Я: Говори. Но беситься я не буду.

ДЖОРДЖ: Да заткнись ты уже!

Я: Тебе не стоит так говорить со своим отцом.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

НЕЖДАННАЯ ЭМОЦИЯ. Не афишируйте настроение. Вызывайте его.

Предупредив меня о своих эмоциях, Джордж оградил меня от них. Но он и сам не был готов к тому, что он взбесится. Манипулировать эмоциями просто поразительно весело.

Старая добрая ностальгия

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

НОСТАЛЬГИЯ. Пообещайте своей аудитории возвращение в идеальное прошлое.

Одна из наиболее вредных эмоций – это **ностальгия**. Она была одним из самых больших факторов, предопределивших выход Великобритании из Евросоюза в 2016 году. Лозунг Трампа «Вернём Америке былое величие» вызывал образы превосходного прошлого, к которому он собирался вернуть страну. Сторона, ратовавшая за выход Великобритании из Евросоюза, придумала слоган «Вернём контроль», предполагавший, что нечто (что-то отдалённо напоминающее власть) было потеряно. Ностальгия – это тоска по потерянному прошлому. Она освещает розоватым светом былые дни, мягко сглаживая все недостатки этого прошлого. Если в приятных воспоминаниях нет ничего плохого, то ностальгия может привести к серьёзным заблуждениям. Это делает её первоклассным тёмным инструментом риторики.

Ни один институт не способен управляться с ностальгией лучше, чем колледж или университет, где студенты вечно молоды, газоны всегда выстрижены для выпускников, а пиво на День святого Патрика всегда зелёное. Мой первый визит в Дартмутский колледж, когда я придумал устроиться на работу, случился во время празднования возвращения выпускников домой. Студенты разожгли огромный костёр, разные почётные лица давали речи. Один из особо выдающихся студентов с носом, покрасневшимся из-за холода, переполнявших его эмоций и, возможно, кое-какой другой причины, был особенно ностальгичен. «Я просто хочу, чтобы все вы, молодые люди, знали, –

говорил он, – что эти четыре года в Дартмуте будут самыми счастливыми в вашей жизни».

Молодой человек, стоявший рядом со мной, вздохнул так, что его отлично слышали те, кто стоял рядом. Мне представилось, что у него были проблемы в личной жизни и в финансах и что он страдал от бессонных ночей, проведённых в раздумьях о том, как ему быть со своей жизнью. Быть может, когда-нибудь время и хорошая выпивка смогут подавить все воспоминания о трудностях и придадут его студенческим годам в Дартмуте красивый оттенок. Эта память, конечно, будет неверной. Но эта ностальгия тем не менее будет хороша для него и для колледжских фандрайзеров.

Ностальгические мероприятия в учебных заведениях называются «возвращением домой» неспроста. Термин *ностальгия* ввёл один шведский врач для описания недомогания, испытываемого швейцарскими наёмниками, когда они были вдали от дома. Это слово составлено из двух греческих: *nostos* (вернуться домой) и *algia* (боль). Добрый доктор описал это состояние как «довольно-таки продолжительные вибрации животного толка, проходящие через те области среднего мозга, в которых запечатлены следы мыслей об Отчизне».

Определение, данное этим врачом, как ни странно, хорошо подходит к современной политике. Многие люди проникнуты мыслями о великолепном прошлом своей страны, каким бы оно на самом деле ни было. Правда, есть одна проблема: ностальгия не только искажает реальность, обращая колледжские годы в безмятежную пору, а шестидесятые – в утопию; эта эмоция к тому же делает акцент на неверном времени. Как говорил Аристотель, политическая речь должна быть сфокусирована на будущем времени, а не на прошлом. Политика должна быть связана с выбором, а выбор должен быть связан с проблемами, с которыми мы сталкиваемся сейчас, которые влияют на нашу жизнь в дальнейшем. Как говорил один мудрец: нельзя оглядываться.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С РОДИТЕЛЕМ

Чтобы заставить предка разрешить вам погулять подольше, напомните ему о его собственной бурной молодости, имевшей место в такую пору, когда мир был полон надежд. Затем приведите ему статистические данные,

доказывающие (а они действительно доказывают это), что криминальная активность в наше время гораздо ниже, чем во времена его молодости. Ещё не забудьте напомнить ему, что вы лучше себя ведёте, чем он, и что ваша успеваемость также лучше, чем у него (если это, конечно, правда).

Существует только один способ использовать ностальгию в осмысленном споре: вызвать минувшее будущее. Один из моих клиентов, представитель аэрокосмической компании, нанял меня, чтобы я сконструировал аргументы в пользу необычайной важности и интересности космической программы, разработанной этой компанией. Одним из предложенных мной аргументов было напоминание американскому народу об эпохе, когда все с нетерпением ждали будущего. Летающие автомобили, автоматизированные двери, наручные часы со встроенными телевизорами и полёты на Луну – все эти вещи болезненно трепещут в последующих ожидаемых годах и десятилетиях. Каждый ребёнок с придыханием ждал будущего. Возрождённая космическая программа с добычей природных ресурсов на других небесных телах и с невесомыми заводами и гостиницами может вернуть будущее, каким его видели раньше. Ну, знаете, такое, которого все с нетерпением дожидались.

Выразите это через цветочную порнографию

Все эти новые патетические средства вовсе не обязательно связаны с удовольствием от эмоциональных страданий. Эмоции также связаны с обольщением. Эмоции помогают вам менять чужое настроение, что, в свою очередь, смазывает патетические шестерни, приводящие в действие механизм изменения чужих мыслей, – иными словами, эмоции можно уподобить ложке сахара, добавленной в вашу логику и сделавшей её более приятной. Эмоциональные приёмы также могут помочь вам выполнить самую сложную задачу – вызвать активное действие. Это именно то, с помощью чего можно заставить лошадь выпить воды.

Так что давайте рассмотрим ещё одно средство: **желание**. Грубые люди на протяжении многих столетий называли его «вождедением». И на то были объективные причины. Поставьте женщину в бикини рядом

с каким-нибудь павильоном программного обеспечения на промышленной выставке, и вы пробудите этим вожделие очень многих гетеросексуальных мужчин к... вовсе не к программному обеспечению. Если эта женщина вдруг окажется разработчиком, написавшим код этого программного обеспечения, то это означает, что мы вызвали самое подходящее желание. Вся суть состоит в том, чтобы приложить эмоцию к нужному вам действию – в данном случае к приобретению определённого продукта.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ЖЕЛАНИЕ. Пробуждение у вашей аудитории похоти к чему-то (к цветам, к бикини) может перевести их от изменения своих мыслей к активным действиям.

Желание вовсе не обязательно связано исключительно с сексом, как мы уже говорили раньше. Некоторые садовники, например, вожделяют безупречно пурпурные розы. Моя жена, например, обожает детективный сериал канала ВВС под названием «Розмари и Тайм», в котором большое внимание уделяется садовому делу и криминалистике. (Честно говоря, я не особо понимаю, о чём этот сериал. Его просмотр вгоняет меня в сон за пять минут.) Одна вещь мне определённо нравится в этом сериале: Дороти называет это «цветочным порно». Одно лишь осознание того, что моя прямая, вся такая светлая и очаровательная жена говорит о просмотре «порно», заставляет меня улыбаться. Мы уже говорили о соблазнении в начале этой книги, когда убедились в том, что еда может быть порнографической. То же, очевидно, относится и к цветам, хотя лично я не очень хорошо улавливаю их привлекательность.

О чём я и говорю. У людей разные желания, а разные желания применяются к разным действиям. Но давайте приостановимся на цветах. Пару недель назад у меня были какие-то авиамили, которые нужно было использовать, пока они не истекли. Землю уже посыпало снегом, солнечный день был депрессивно короток, так что предновогодняя поездка казалась мне хорошей идеей.

– Слетаем-ка на Гавайи, – сказал я. – Мы там никогда не были.

– А за домом кто будет следить?

– Дети. Они в состоянии. – Я прибегнул к одной из любимых тем Дороти: не позволить ничему прогореть понапрасну. – Мили истекут,

если мы ими не воспользуемся сейчас.

Это достаточно поколебало её, чтобы она пересмотрела своё отношение к греху зимнего отдыха.

– Я подумаю. – Перевод: я *подумаю над приличной отговоркой*.

Мы достигли *impasse*. Это французское слово, значащее «тупик», однако я предпочитаю называть это пропастью – пропастью, через которую можно проложить мост. Это проём между изменением мыслей какого-то человека и приведением этого человека к действию. А каков наилучший способ проложить мост между мыслями и действием? Верно: растормошить желание аудитории и наблюдать за тем, как она возьмётся за дело.

В случае с Дороти очевидным желанием была её страсть к цветам – такое желание, которое в зимнее время перерастает в откровенное вожделение. Гавайи и цветы... да, желание было просто нестерпимым.

Тем вечером мы пили коктейль и смотрели фотографии одного курортного места на острове Мауи, который я выбрал. На фотографиях было много цветов.

– Гибискусы, – сладостно говорил я. – Амариллисы. Бугенвиллеи. Райские птицы. – Я выучил список из википедии. Я тогда ещё боялся, что она заметит, что я говорю в алфавитном порядке. Она не заметила.

– Прекрати, – сказала она, улыбаясь.

– Фуксии, – с придыханием говорил я. – Гардении. Ах, гибискусы... – Я повторялся.

– Мауи, – сказала она. В этот момент я понял, что добился своего.

– Завтра забронирую.

Обольщение прошло успешно. Я преодолел пропасть, перебравшись через неё по мосту желаний. Я просто взял и растормошил их. (Мы, кстати, очень хорошо провели там время. Действительно, это был цветочный рай.)

Эта техника работает и в другой области жизни, в том числе и в бизнесе. Значительная часть моей консультативной работы по убеждению связана с нахождением пропастей и заполнением их желанием. Возьмём одного из моих бывших клиентов, компанию Beachbody, создавшую программы P90X и Insanity. Вот покупает клиент программу тренировок. И что дальше? Компания Beachbody стремится к тому, чтобы этот клиент прошёл программу полностью, что означает, что этот клиент, если он захочет пройти её, будет покупать

больше питательных продуктов, DVD-дисков и различного снаряжения, продаваемых этой компанией. Это пропасть убеждения. И какое тут желание можно растормозить? Я помог компании Beachbody увеличить показатели прохождения полных курсов, изучив желания её клиентов: желания привлекательных девушек, желания мужчин, которых они хотят привлечь, и мероприятия наподобие свадеб, на которых эти девушки хотят сиять.

Допустим, клиент выполняет программу, но не приобретает следующую. Это уже вторая пропасть убеждения, которую нужно так же заполнить желанием, правда, на этот раз другим. Им может быть мечта клиента принять участие в благотворительном пятикилометровом забеге. Однако это не совсем вожделение, не так ли? Может быть, истинное желание этого потребителя – стать супергероем, человеком в превосходной физической форме, помогающим людям в беде благодаря своему атлетическому превосходству.

Положим, этот потребитель покупает ещё одну фитнес-программу и успешно пробегает пятикилометровку. Теперь это уже фанат продукта; но у Beachbody есть система, в которой потребители становятся «тренерами», продающими товары компании, комиссия с которых перечисляется ей. Как им убедить этого клиента присоединиться к этой программе и начать продавать для неё? Ещё одна пропасть, через которую нужно проложить очередной мост желания. Может быть, этот клиент вожделеет независимость, возможность работать дома. Может, он вожделеет новый автомобиль.

Каждый чего-нибудь да вожделеет. Если вы можете выявить чьё-то желание, пробудить вожделение, растормозить рвение к чему-то, то это значит, что вы можете проложить мост через пропасть. Я уже говорил о продавце автомобилей, подсунувшем мне кога в мешке, показав могилу Финеаса Тейлора Барнума. Он с ходу увидел моё желание: я горю к американской истории той же страстью, коей моя жена горит к ботанике. Так продавец автомобилей, распознав мою страсть, купил меня с потрохами.

Средства

Считается, что, когда Цицерон выступал, люди говорили: «Какая великолепная речь». Когда выступал страстный афинский оратор

Демосфен, люди говорили: «В бой!» Греческий оратор говорил более патетично, чем римский; разница между согласием с идеей и преданностью ей состоит именно в эмоциях. Используйте средства *пафоса*, чтобы побудить свою аудиторию совершить какое-либо действие.

- **Вера.** Чтобы возбудить эмоцию, обратитесь к тому, **через что уже проходила** ваша аудитория, к тому, что, как она **ожидает**, должно случиться.

- **Рассказывание.** Хорошо преподнесённый нарратив даёт аудитории возможность реально прочувствовать что-то – особенно если этот нарратив вызывает в её памяти прошлый опыт и произносится вами от первого лица.

- **Регулирование громкости.** Часто эмоцию наиболее эффективно можно изобразить только путём её сдерживания, только при видимых усилиях по удержанию контроля над собой. Даже такие кричащие демагоги, как Гитлер, почти всегда начинали свою речь тихо и лишь потом повышали громкость.

- **Простая речь.** Не переходите на вычурный слог, если на вас вдруг нахлынули эмоции. Витиеватая речь принадлежит *эмосу* и *логосу*; простая речь более патетична.

- **Гнев** часто порождается мыслью о том, что вами пренебрегают. Вы можете направить гнев своей аудитории на кого-то, если вы покажете ей, как этого «кого-то» никак не заботят её проблемы.

- **Патриотизм** придаёт чувству групповой идентичности вашей аудитории способность принимать решения. Он также даёт ей выбор. Вы можете взбудоражить патриотическое чувство вашей аудитории, если вы сравните её с более успешным соперником.

- **Подражание** – это эмоциональное следствие существования ролевой модели. Чем лучше ваш *эмос*, тем больше аудитория будет стремиться подражать вам.

- **Нежданная эмоция** помогает вам быстро сообщить своей аудитории определённое настроение. Не пытайтесь предупредить их об этом заранее. Так они не воспримут эмоцию.

- **Ностальгия** обращается к тоске по прошлому – особенно к тому времени, когда будущее казалось светлым.

- **Желание и вождение** помогают перевести аудиторию от решения к действию.

• **Пропасти убеждения.** Выявите их. После этого заполните их желанием.

Глава 10

Сделайте потише Ложь учёного

Даже если вы попытаетесь убедить меня, вы всё равно не сможете меня переубедить.

Аристофан

Трансформация гнева в восприимчивость

Эти разговоры о патетической манипуляции должны привести противников споров в состояние дискомфорта. Эх, вот бы мир жил по формулам и устраивал свои дела научным путём! Однако действительность такова, что даже учёные регулярно прибегают к патетическому трюку. Их письменный стиль основывается на тысячелетней риторической фигуре, обуздывающей страсти, – на **пассивном залоге**. «Эксперимент был проведён над тридцатью одомашненными макаками-резусами», – говорит исследователь, проведший эксперименты над обезьянами. Если задуматься, то приходишь к тому, что учёные как-то по-детски прикидываются, словно их работа случается сама собой. Они похожи на игроков в гольф, которые невинно отводят взгляд в сторону, когда они подталкивают мяч к лунке. Эта техника способна успокаивать эмоции потому, что она обезличивает говорящего и устраняет деятеля, как если бы случившееся было тем, что страховые компании набожно называют «божьей волей». Разумеется, она также может служить политической отговоркой.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ПАССИВНЫЙ ЗАЛОГ. Сделайте вид, словно что-то случилось само собой и вы к этому не причастны. Вы не натаскали землю на пол гостиной. Земля была натаскана на пол гостиной.

Пассивный залог побуждает к пассивности. Он успокаивает аудиторию, что делает его отличным трюком *пафоса*. Это, конечно, не означает, что его использование всегда объективно и не выглядит странно. Однако надо отдать учёным должное за то, что они хотя бы пытаются быть объективными. Наука определяет факты; эмоции в этом случае являются только помехой. Однако, как мы уже могли видеть, у осмысленного спора более близкие отношения с фактами. Когда президент Обама говорил об убийстве беспилотниками невинных граждан на Ближнем Востоке, он риторически переключился на пассивный залог: «Нет никакого сомнения в том, что были убиты ни в чём не повинные гражданские». Похожим образом Дональд Трамп любил распространять слухи о федеральном судье мексиканского происхождения. «Были подняты некоторые вопросы», – говорил Трамп, намекая на неправомерность осуждения таким судьёй Дональда Трампа.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С РАЗГНЕВАННЫМИ КОЛЛЕГАМИ

Пассивный залог может помочь вам описать оплошность друга или коллеги, успокаивая при этом аудиторию. Говорите: «Учётная запись была испорчена», а не «Марсия испортила учётную запись». Только не пользуйтесь пассивным залогом, когда виновником являетесь вы сами. Нельзя допускать, чтобы ваша аудитория увидела ваши уловки, а если это и произойдёт, то она должна думать, что вы всего лишь пытаетесь заступиться за коллегу, а не отвести огонь от себя любимого. Баллотирующиеся на высокий пост люди, говорящие, что «ошибки были допущены», как правило, не набирают нужное количество голосов.

Помимо того что пассивный залог образует пустоту там, где должна располагаться ответственность, эта техника ещё служит устранению эмоций в споре. Ведь это непросто – гневаться на никого. Однако есть более качественные, более активные методы нивелирования гнева.

Гомер против мыслителя

Представим, что ваша аудитория уже приведена в эмоциональное состояние и что этим состоянием оказалась неудержимая ярость – ярость на вас. Пассивного залога тут может быть недостаточно. В этом случае мне нужно на пару тысяч лет отдалиться от Аристотеля и воспользоваться одним инструментом современной нейронауки. Этот инструмент называется «успокоение». Вы, возможно, слышали о нём. Учёные называют это когнитивным покоем. Это такое счастливое состояние, когда мозг стоит на автопилоте и ваша аудитория открыта вашим убеждениям и не собирается ставить ваши слова под сомнение, и главное, в этом состоянии она, скорее всего, спокойна.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

УСПОКОЕНИЕ, ИЛИ «КОГНИТИВНЫЙ ПОКОЙ».

Когда мозг вашей аудитории стоит на автопилоте, он больше подвержен убеждению.

Как оказывается, мозг работает в двух режимах: Системе Один и Системе Два. Система Один работает на автопилоте, функционируя инстинктивно. Я предпочитаю называть это состоянием Гомера Симпсона. Если я скажу: «Два плюс два равно...», вы подумаете: «Четыре», как бы и не думая при этом. Если я в контексте разговора о гостеприимстве скажу: «Хлеб...», вы мысленно продолжите мою фразу словом «соль». Это работает Система Один. Гомер Симпсон.

Система Два – это Мыслитель, тот, кто размышляет, тот, кто разрешает трудные проблемы. Помните, каково было, когда вы писали контрольные по алгебре в старшей школе? Вы были в Системе Два. Система Два задаёт вопросы и решает вещи. Мыслитель очень скептичен. Так что, если вы ищете кого-то покорного и отзывчивого, он не для вас. Но да, Система Два вряд ли станет бить вас по лицу. Она разобьёт вас иными способами.

Хорошо то, что Система Два предпочитает сдерживать себя; она нападает только в случае крайней необходимости. Она стремится экономить ресурсы, потому что сжигает огромные количества глюкозы – энергии человеческого тела. Вот почему вы чувствуете усталость после экзамена – не просто усталость головы, а усталость всего тела. В интересах сохранения энергии люди эволюционировали так, что стали использовать Систему Два, Мыслителя, по возможности мало. Что облегчает вызов Гомера Симпсона в мозгах вашей аудитории.

Самый важный способ использования Системы Один с разгневанным человеком – это **сохранять простоту во всём**. В тот самый момент, когда вы начинаете кого-то пытаться сконфузить, заставить кого-то думать, – в этот же самый момент этот человек ещё больше насупливается, руки скрещиваются, и Система Два начинает разрабатывать план судебного разбирательства. Поэтому вам нужно говорить на простом языке и избегать жаргонных выражений. Если вы письменно отвечаете большой, злой аудитории, то используйте шрифт sans serif, без завитушек. Пишите короткими предложениями. Придерживайтесь простого, выглядящего искренне языка.

Когда вы говорите, постарайтесь передать своей аудитории **такое чувство, будто она сильная, властная**. Дайте ей ощущение самоконтроля. Исследования показывают, что люди, чувствующие себя бессильными, более склонны к всплескам агрессии, а когда они успокаиваются, начинает действовать Система Два, Мыслитель с поддержкой в виде юристов. Позже вы узнаете, как сделать так, чтобы ваша аудитория не чувствовала, будто ею пренебрегают. Сейчас мы просто говорим о регулировании громкости. Допустим, ваш близкий человек приходит домой раздосадованный тем, что перед ним кто-то вклинился в очереди в универмаге. Подавив собственное чувство радостного облегчения, вызванное тем, что ваша супруга злится не на вас, вы придумаете ответ, который одновременно и простой, и воодушевляющий.

НЕПРАВИЛЬНО: Я часто задумываюсь о подобных проблемах и прихожу к тому заключению, что здесь замешано что-то социопатическое. Вот посуди сама: с позиции нарушителя это выглядит так, что, не протиснись он перед тобой в очереди, получилось бы, что он живёт скучной, рутинной жизнью. Я думаю, что нам нужно обсудить вместе эту проблему (если, конечно, она для тебя не слишком сложна) за бокалом «Пино Гриджо».

ПРАВИЛЬНО: Вот урод. Вина не хочешь? Тебе красное или белое?

Обратите внимание, что правильный ответ предоставляет выбор, давая вашей рассерженной аудитории ощущение того, что у неё есть контроль над чем-то. Употребив простоту и воодушевление, попробуйте использовать третий инструмент Системы Один: **улыбку**. Сам факт того, что вы улыбаетесь, активизирует Систему Один. Люди хмурятся, когда они думают. Учёные, на которых были помещены

электроды, сами показали, что хмурое выражение лица помогает людям думать. Так что противоположное выглядит правдиво. Заставьте их улыбаться.

Прекратите, г-н Фрейд, вы меня так убьёте

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Я уделяю юмору больше внимания, чем любой другой эмоцией, потому что Цицерон делал так же. Я пытаюсь практиковать то, что он проповедовал: его книга полна моих попыток состричь. Юмор расслабляет боязливые эмоции и, надеюсь, делает вас менее внимательными к моим аргументам в пользу споров.

Юмор также хорошо умирляет злобу – если вы, конечно, используете верную разновидность юмора. Зигмунд Фрейд говорил, что вызывание смеха у других людей «снимает тревогу», вызывая определённую последовательность импульсов. Умнейшие ораторы знали, что юмору обучить нельзя; Цицерон отмечал, что греки выпустили несколько пособий по юмору, каждое из которых непредумышленно получилось смешным. Фрейду следовало знать это. Если у вас когда-нибудь будет возможность, полистайте его книгу «Шутки» («Der Witz»). В ней просто до смешного много несмешных шуток. («Осуждённый на плахе: «Ну что ж, это неплохое начало недели»».)

Хотя ораторы и считали, что обучать юмору трудно, они отлично справились с его кодификацией. Один вид юмора может работать в определённой ситуации лучше, чем другие.

Изысканный юмор требует образованной аудитории; он прямо зависит от игры слов. Когда английский адмирал Чарльз Нейпир захватил индийскую провинцию Синд в 1843 году, он известил об этом своё начальство телеграммой, состоящей из одного слова: *Pessavi*. Каждый образованный британец знал, что *pessavi* – это латинское слово, означающее «я согрешил». Чудной он, этот Нейпир.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СОБРАНИЯ

Один из способов внедрения изысканного юмора в разговор – это изобретение какого-нибудь такого неологизма, который будет понимать только ваша аудитория. Я сделал так во время одной лекции по политической риторике. Объяснив разницу между осмысленной риторикой и вербальной борьбой, называемой «эристикой», я предложил называть ведущих ток-шоу «эристикократами». Бьюсь об заклад, по крайней мере, два человека улыбнулись тогда.

Изысканный юмор сейчас не так высоко ценится, как прежде. Хороший каламбур сейчас вызывает стоны разочарования. Однако игра слов, как и ум, – это слишком дорогая вещь, чтобы расставаться с ней. Такой юмор нельзя форсировать. Просто ждите удобного случая. Как-то раз, когда моя семья сидела за обеденным столом и обсуждала фильм о транссексуале под названием «Трансамерика», мы пришли к теме того, каких актёров нам хотелось бы больше всего видеть исполняющими роли транссексуалов и согласились ли бы они, по нашему мнению, играть такую роль. На вопрос Дороти-старшей о том, стал ли бы Джон Уэйн исполнять такую роль, я дал тонкий ответ, что он не стал бы, – настолько тонкий, что его даже можно было истолковать, по крайней мере, двумя способами. Это был изысканный юмор, хотя моя семья его и не оценила по достоинству. Это единственный тип юмора, которому можно самостоятельно обучиться. Если вам не хватает чувства юмора в иных смыслах, то изысканная версия выглядит как достойная замена.

Остроумие – это тоже не «ха-ха ржунимагу», а просто умеренно забавный тип юмора. Когда верховный судья Джон Робертс работал при Рональде Рейгане, администрация президента обратилась к нему за советом о том, стоит ли президенту посылать ирландскому послу на День святого Патрика открытку, на которой будет написано: «An Teach Bap» («Белый дом» по-гэльски). Робертс сказал, что с правовой точки зрения он проблемы не видит, но что администрации следует убедиться в том, что надпись на гэльском языке сделана правильно. «А то, насколько мне известно, эта надпись переводится как «Освободить Ирландскую республиканскую армию», – написал он. Не «ха-ха ржунимагу». Но всё же довольно остроумно.

Смешной юмор, на котором основывается большая часть шуток, *нацелен* на то, чтобы вызвать у вас смех. Это его единственное предназначение. На всём протяжении истории ораторы презрительно

относились к такому виду забав. Если ваш *этнос* такой же, как и у Калвина Кулиджа, то ваши шутки могут пробудить у вашей аудитории симпатию к вам – но это только в том случае, если у вас есть специальная команда поддержки, которая была, например, у Лоры Буш во время ужина корреспондентов Белого дома 2005 года, когда она подшутила над своим мужем. Бывший школьный библиотекарь сделал то, что телеканал ABC News назвал «первой публичной шуткой об интимном контакте президента Соединённых Штатов Америки и самца лошади во время гона, когда-либо произнесённой Первой леди». Всё грохотало от хохота, а рейтинги президента возросли.

Шутка может разрядить щекотливый спор, являясь чистейшим отвлечением. Если она достаточно смешна, то люди вовсе забудут, о чём они говорили.

Подкол – это форма нападения и обороны, состоящая из умных оскорблений и острых ответов на них. Традиционная афроамериканская игра остроумия содержит самый соревновательный подкол из всех, что существуют сегодня. Цель игры – оскорбить оппонента сильнее, чем он оскорбляет вас.

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

ЦИЦЕРОН УБИЛ ИХ, И ОНИ ВОЗДАЛИ ДОЛЖОК.

Подкол был любимым видом юмора Цицерона. Хотя, несмотря на то что он был феноменально скор в своих ответах, не все их по достоинству оценивали. Одна из многих жертв его насмешек слишком сильно обозлилась на него. Цицерон буквально доподкалывался до смерти.

Твоя мамаша такая жирная, что она оплачивает два места в транспорте.

Чувак, этот подкол ещё более тухлый, чем твоё дыхание. Твоя мамаша такая уродливая, что на её свидетельстве о рождении написано официальное извинение от компании – производителя презервативов.

Ну, по крайней мере, моя мама не считает, что безопасный секс – это когда закрываешь двери в машине.

Хэй, у меня нет мамы. Мы с моим отцом просто пользуемся твоей.

Но это демонстративная риторика. В осмысленном споре вам, наверное, лучше подкалывать оппонента, делая ему **уступки**, то есть соглашаться с его высказываниями только для того, чтобы использовать

их против него. Цицерон привёл пример во время судебного разбирательства на форуме, когда один дерзкий молодой человек использовал уступку, чтобы опровергнуть одного старца:

СТАРЕЦ: Ты на что твякаешь, щенок?

МОЛОДОЙ ЧЕЛОВЕК: Я вижу вора.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК СО СВОИМИ ДЕТЬМИ

Считается, что хороший подкол через уступку сделать непросто. Мои дети добились на этом поприще значительных успехов (таких больших, что это вызывает беспокойство), практикуясь с телевизором. Мои дети поистине виртуозно пикируются с рекламой и с дикторами.

ДИКТОР: Американская культура основана на вере.

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Ну да. Только вера может заставить человека воспринимать такую макаку, как ты, как сознательное существо.

Молодой человек согласился с утверждением старца: *«Быть может, я действительно являюсь собакой»*. А затем он обратил его против своего оппонента. Это требует определённой сноровки. Во-первых, вам нужно принять утверждение своего противника таким, какое оно есть; затем вам нужно следовать его логике до тех пор, пока вы не придёте к какому-нибудь смехотворному заключению или просто не перевернёте его так, чтобы оно было обращено против этого противника. Дети часто пользуются грубой формой этой уступки: *«Да? Ну, если я [вставьте оскорбление], то ты [вставьте худшее оскорбление]»*.

В осмысленном споре подкол лучше всего работает, если его направлять на оборону, допуская верность утверждения в интересах говорящего.

ЛЕДИ АСТОР: Уинстон, если бы вы были моим мужем, я бы подлила вам яд в кофе.

ЧЕРЧИЛЬ: Мадам, если бы я был вашим мужем, я бы выпил этот кофе.

СОВЕТЫ ОТ ДРЕВНИХ ЛЮДЕЙ

ДВА ТРУПА ЗАХОДЯТ В БАР. Цицерон давал римлянам дельные советы не шутить о страшных преступлениях и несчастных жертвах. Видимо, тогда об этом нужно было говорить особо.

Вы уже знакомы с преимуществами риторического парирования. Добавьте к нему уступку, и у вас получится подкол. Если у вас есть возможность нанести сокрушительный ответный удар, воспользуйтесь ею. Так у вас появится возможность обезоружить оппонента. Только для этого вы должны быть уверены в том, что вы способны к такому юмору быстрого реагирования. Я, честно говоря, такой человек, который обычно бьёт наобум, так что я предпочитаю развлекать свою неблагодарную семью каламбурами.

Либо вы можете оставить подколы для более медленных форм связи, таких, как, например, традиционная бумажная почта, которая даёт возможность тщательно обдумать ответ. Есть один старый анекдот времён «холодной войны», в котором рассказывается, как Советский Союз разместил заказ на двадцать миллионов сорокасантиметровых презервативов с той лишь целью, чтобы надурить американцев. Американцы соглашаются и высылают двадцать миллионов презервативов с маркировкой «малые». Это подкол – не подкол в реальном времени, а подкол по почте.

Дай мне пинка в зад, или я буду шутить

Более рискованная, неявная и гораздо более приятная в использовании техника, по-видимому, работает в противоположном направлении: **нанесите ответный удар**. Арти Фафкин, публицист из фильма «Это Spinal Tap», наносит восхитительный оборонительный удар, когда никто не приходит на автограф-сессию.

АРТИ: Сделай мне одолжение. Просто пни меня в зад, о'кей? Ну, давай, помоги братану, пни меня в зад, я о многом не прошу. Пни меня в зад. Со всей дури. Давай. Нет, я не прошу, я требую. Пни меня в зад.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С КЛИЕНТОМ
ПРЕДОСТЕРЕЖЕНИЕ. Ответный удар работает лучше всего в разговоре один на один с каким-нибудь знакомым вам

и приятным для вас человеком. Незнакомцы могут воспринять ваше драматическое заявление неправильно. Если у вас есть хороший клиент, то воспользуйтесь какой-нибудь оплошностью, чтобы укрепить отношения. Сначала скажите этому клиенту, что именно вы хотели лично сообщить плохие новости. Затем опишите, что вы предприняли, чтобы решить проблему. Наконец покажите, как сильно вы негодуете на самих себя за то, что вы не смогли соответствовать собственным высоким стандартам в этот раз. Если это правильный клиент, то он будет вас оправдывать и вы подниметесь в его глазах.

Ответный удар будит симпатию с помощью механизма *tearful*, который преувеличивает эмоции, испытываемые аудиторией. Он работает почти везде, кроме политики. (Ставка на симпатию поможет вам в политике, возможно, только при том условии, что вы недавно потеряли популярного и всеми любимого супруга.)

На ранней стадии моей издательской карьеры я работал на маленький журнал, в котором не проверялась достоверность публикуемых фактов. Когда произошло первое извержение вулкана Сент-Хеленс, я написал небольшую новостную статью, в которой я по ошибке поместил вулкан в штат Орегон. Я осознал свою ошибку, только когда журнал уже вышел и один читатель указал мне на неё. Я зашёл в офис главного редактора и закрыл за собой дверь.

Я (*с подавленным видом*): У меня плохие новости, Билл. Очень плохие.

БИЛЛ: Что?

Я: Это было глупо и плохо, босс, я обещаю, что такого больше не повторится.

БИЛЛ: Что не повторится?

Я: Я поместил гору Сент-Хеленс не в тот штат.

БИЛЛ: Она в Вашингтоне, ведь так?

Я: Я поместил её в Орегон. Я готов сквозь землю провалиться.

БИЛЛ: Хэй, не ругай себя так. Такое бывает. Просто откорректируй это в следующем выпуске.

Я (*протягивая ему откорректированную версию*): Уже.

Моя жена постоянно пользуется ответным огнём; она обожает излишне симпатизировать моему настроению.

Я (*морщась*): Это бревно тяжелее, чем я думал.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Как спина?

Я: Болит немного. [*Быстро думая.*] Я бы сейчас не отказался от массажа.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Конечно. Давай я тебе сейчас дам ибупрофен, а сама пойду подогрею компресс в микроволновке. Ложись.

Я: Я собирался пойти поплавать.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Ты никуда не пойдёшь с такой спиной!

Я: Я в порядке.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Ты же вроде говорил, что у тебя болит спина.

Я: Она больше не болит.

Если бы она не была таким хорошим человеком, то я бы сказал, что она заговорила меня, чтоб не тереть мне спину.

Пользуйтесь ответным ударом только в том случае, если вы не боитесь зажечь искру, которая рискует перерасти в нечто большее, такое, что вы уже не сможете контролировать. Это такой случай, когда согласие может сыграть с вами злую шутку: попросите кого-нибудь дать вам пинка под зад, и вы создаёте опасность того, что этот человек выполнит вашу просьбу.

Средства

- **Пассивный залог.** Если вы хотите отвратить гнев своей аудитории от кого-то, то предположите, что действие произошло само собой. Говорите «Стул был сломан», а не «Пабло сломал стул».

- **Успокоение.** Также известное как **когнитивный покой**. Держите свою аудиторию в облегчённом, покладистом, инстинктивном состоянии, и тогда ваше убеждение может пройти легче. Успокоение также помогает ответить на гнев или предотвратить его. Чтобы осуществить успокоение, говорите максимально **просто, воодушевляйте** свою аудиторию и попытайтесь вызвать у неё **улыбку**.

- **Юмор.** Смех – это прекрасный инструмент для успокоения, и он также может улучшить ваш *эмос*, если вы употребите его правильно. **Изысканный юмор** основывается на слове или на какой-то определённой части высказывания. **Остроумие** – это ситуативный юмор. **Смешной юмор** – это собственно шутки, относительно слабая

форма убеждения. **Подкол**, юмор острых ответов, лучше всего действует в деле риторической обороны. Он задействует уступку, чтобы обратить аргумент оппонента против него самого.

- **Эмоциональное блокирование.** Когда вас травят или обрывают, не выказывайте эмоции, которых ждёт обидчик. Пробудите симпатию своей аудитории, приняв такой вид, словно вы спокойны и находитесь выше всего этого.

- **Ответный удар.** Вы можете успокоить чью-то эмоцию, если вы сами выразите её в чрезвычайной мере. Это особенно хорошо работает в таких случаях, когда вы совершили оплошность и хотите предотвратить гнев важного лица.

Глава 11

Наберите высоту

Любимая тема Аристотеля

Речь – это владыка всех мыслей и действий.

Исократ

Как использовать точку зрения вашей аудитории

Предупреждение: дальше следует пошлая шутка. Мужчина плохо себя почувствовал и пошёл в поликлинику.

ДОКТОР: У меня для вас хорошая новость и плохая.

МУЖЧИНА: Давайте сначала плохую.

ДОКТОР: У вас редкое неизлечимое заболевание, и вам осталось жить меньше суток.

МУЖЧИНА: Господи! А хорошая новость какая?

ДОКТОР: Помните ту медсестру, которая мерила вам давление, ну, та, с огромными...

МУЖЧИНА: Ну да, и что?

ДОКТОР: Мы встречаемся.

Отличные панибратские манеры, чувак. В них легко читается образ мысли «довольно о тебе, давай лучше поговорим обо мне». Люди часто употребляют в своих выражениях такие аргументы, которые кажутся убедительными им самим, но не их слушателям. Эта риторическая ошибка в некоторых случаях может быть фатальной, потому что сообщения, понятные одному лишь говорящему, имеют свойство возвращаться к нему подобно бумерангу. Вы уже убедились в том, насколько важно понимание в спорах, основанных на эмоциях; то же касается и споров, основанных на логике. В осмысленном споре вам нужно убедить свою аудиторию, что тот выбор, который вы предлагаете, является самым выгодным – самым выгодным для вашей аудитории, а не для вас. Это возвращает нас к вопросу ценностей. Наиболее выгодный исход – это такой исход, который даёт вашей аудитории то, что она считает ценным.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ВЫГОДНОЕ. Сформулируйте свои аргументы так, чтобы они базировались на том, что хорошо для вашей аудитории – не для вас.

Например, если вы убедите двухлетнего ребёнка в том, что есть кашу – это выгодно для него, то он, возможно, даже станет её есть. Допустим, ценностью малыша является наезд на старшего брата.

БЫ: Если ты съешь половину каши, то ты можешь бросить тарелку в голову своего брата.

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

ЕМУ БЫ ПОНРАВИЛОСЬ В ГУАНТАНАМО. На самом деле Аристотель, скорее всего, отшлёпал бы этого ребёнка. Он был верным сторонником телесных наказаний. Он говорил, что признание раба действительно только тогда, когда оно дано под воздействием пыток.

Хотя с моральной точки зрения этот аргумент и вызывает определённые сомнения, а с точки зрения брата и вовсе является оскорбительным – он по крайней мере выполняет то, что должен выполнять аргумент. Аристотель утверждал, что лучше всего об идее может судить тот человек, который испытал на себе её наибольшее влияние. Человек, употребляющий блюдо, больше подходит на роль его судьи, чем его изготовитель, говорил он, что означает, что двухлетний ребёнок риторически перевешивает вас в этом случае. Решение, которое вы примете, зависит от вашей аудитории, и за последствия этого решения отвечаете только вы. Чтобы отстоять свою позицию, начните с чего-нибудь такого, во что ваша аудитория верит, или с того, чего она хочет.

К сожалению, большинство родителей основывают свои аргументы на том, чего *они* хотят – например, на крепких костях и здоровых телах. Для двухлетнего ума это настолько же понятно, насколько двухлетнему уму может быть понятен эсперанто. Вы хотите крепких костей. Ребёнок не хочет. Чего хочет ребёнок? Что выгодно для него? Стоит ли это того, чтобы давиться тарелкой каши? Это всё вопросы *логоса*.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК В ПОЛИТИЧЕСКОМ СПОРЕ

Многие дебаты разделяются на мораль и выгоду. В политике обычно выигрывает выгода (государственное дело – это во многом эгоистичное ремесло). Например, если вы верите в насильственное свержение жестоких диктаторов в вашей стране, то вы, конечно, должны говорить о морали, но всё же больше внимания вам следует уделять разъяснению того, сколько в этом насильственном свержении кроется выгоды для вашей страны. Так вы скорее убедите людей.

У моей знакомой по имени Энни была проблема с *логосом* во время недавней президентской кампании. Энни выросла в штате Огайо, а сейчас живёт на Восточном побережье. Будучи страстным демократом, она обзвонила всех жителей Огайо, которых она знала, чтобы попытаться изменить баланс сил в штате. Её бывший сосед по комнате в колледже оказался для неё тяжелейшим клиентом. После пересудов о погоде и семьях (погода – это тема номер один на Среднем Западе) Энни перешла в политику.

ЭННИ: Ну так что, Кэт, за кого будешь голосовать в ноябре?

КЭТИ: Ох, за Республиканскую партию, я думаю.

ЭННИ: Кэти, тебе следует знать о некоторых причинах, по которым я думаю, что это будет ошибкой.

Она принялась перечислять причины, по которым республиканцы плохи. Энни была хорошо готова к этому разговору: она говорила логично, стройно...

КЭТИ: Я не хочу, чтобы налоги стали ещё выше.

ЭННИ: Но урезание налогов ведёт к страшному дефициту бюджета!

КЭТИ: Я просто не хочу, чтобы мои налоги становились выше.

ЭННИ: Они *не будут* увеличиваться. Единственное, чего добиваются республиканцы, – это увеличить налоги для богатых. Давай начистоту, Кэти: ты замужем за юристом, который получает просто нереальные суммы денег.

КЭТИ (*блестяще изображая непробиваемую стену*): Если победят демократы, то мои налоги вырастут. А я этого не хочу.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

БОЛТОВНЯ. То, что Аристотель называет склонностью говорящего повторяться раз за разом. Так можно попытаться до основы позиции вашей аудитории.

Непоколебимая аудитория склонна повторять одну и ту же мысль снова и снова. Это хорошая мысль? Не важно. Кэти определилась. Её никто не убедит.

Или убедят?

Разбор хороших фраз-клише

Перед тем как вы начнёте спорить, определите, о чём думает ваша аудитория. Вам нужно знать её убеждения и ценности, взгляды, которых она придерживается. Эти соображения вашей аудитории – начало начал, отправной пункт вашего спора. Чтобы сместить точку зрения людей, начните свой разговор, отталкиваясь от их позиции, но не от своей. В риторике это называется **общим местом** – позицией, которую вы разделяете со своей аудиторией. Вы можете использовать этот приём как отправную точку вашего спора или аргумента.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ОБЩЕЕ МЕСТО. Используйте его как отправной пункт вашего спора или аргумента.

ЗНАЧЕНИЯ

Некоторая часть риторической терминологии перекликается с географическими терминами. Например, риторические определения «общих мест» и тем дискуссии восходят к древнегреческому слову «*topos*», которое переводится как «место». Таким образом, у слов «топография» и иногда употребляемого слова «топик» один и тот же корень. Также оба эти слова связаны с точками зрения, пусть и в немного разных смыслах.

Общие места обычно считаются чем-то вроде клише, однако этот термин когда-то имел более широкое значение. Риторическое общее место – это краткая форма выражения здравого смысла или общепринятого мнения. Оно может быть как политическим убеждением (все люди созданы равными), так и практическим

моментом (дешевле покупать оптом). Общие места представляют собой убеждения и общепринятые правила, а не факты. Люди созданы равными только в том случае, если существует согласие в понимании того, что такое «создание» и что такое «равный», да и покупать оптом не всегда дешевле. Однако общее место – это не просто любая вещь, что приходит к нам в голову. «Я голоден» – это не общее место. Однако фразу «Я ем сразу же, как проголодаюсь» можно отнести к категории общих мест, так же как и «Если я голоден, это хорошо; это означает, что я сжигаю жиры». У различных групп людей (например, у тех, кто здорово питается, и у тех, кто сидит на диете) различные общие места. На самом деле люди идентифицируют себя как членов той или иной группы именно через общие места этой группы. Такие установки, убеждения и ценности также определяют самоидентификацию человека: суждения и взгляды на мир, определяющие личность человека. Мы позже подробно разберём различные аспекты личности; а пока давайте лучше рассмотрим общие места как отправной пункт риторической логики.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ЦЕРЕМОНИАЛЬНОЙ РЕЧИ

Предположим, что вы хотите вдохновить студентов элитного частного гуманитарного учебного заведения поступить на службу в армию. Воспользуйтесь общими местами своей аудитории, а не армии. Вместо того чтобы сказать «Сильная нация – это мирная нация», скажите: «Нашим вооружённым силам не помешали бы такие независимые, критические умы, как вы».

Общие места определяют то, как люди воспринимают информацию. Когда вы видите своего товарища Боба, ваша нервная система запускает общие сети синапсов. Этот нервный обходной путь избавляет ваш мозг от необходимости сначала идентифицировать причёску Боба, затем его глаза, после этого его нос и, наконец, рот. Когда поступают сигналы лица Боба, запускается вся сеть нейронов, ассоциирующихся с этим лицом, – разом. Боб! Общие места работают по тому же принципу. Я говорю: «Кто рано встаёт, тому Бог подаёт», и вы сразу знаете, что я отсылаю к привычке просыпаться раньше других. Это обходной путь спора, пропускающий то, что и так является

очевидной истиной: «Люди, просыпающиеся раньше, чем тот-то, обычно более успешны, чем бла-бла».

Однако вы вряд ли будете использовать клише про того, кто рано встаёт, если вы, конечно, не хотите раздражить своих детей. Общему месту не нужны клише. Эта концепция (раннее пробуждение с моральной и с практической точки зрения лучше, чем позднее пробуждение) создаёт общее место сама собой. Когда большинство генеральных директоров компаний обсуждают свой распорядок дня, они больше хвастаются тем, что встают рано, чем тем, что они работают допоздна. Американское общественное мнение отдаёт решительное предпочтение раннему пробуждению, что делает его общим местом американского народа.

Режиссёры используют общие места – будь то клише или другие приёмы, – чтобы представить персонажа без излишних диалогов и экспрессий. Двухдневная щетина и бутылка виски предполагают алкоголика. Герой будет стоически сносить побои, а когда женщина обрабатывает его раны, он будет умиленно улыбаться, – это эффективный способ изобразить мягкую сторону матёрого мужика. Мы часто смеёмся над такими приёмами, они часто выдают лень создателей фильма, однако, обращаясь к общим взглядам на людей и на мир, режиссёр может рисовать картину, не растрчивая наше внимание на ненужные детали.

Диалоговые общие места представляют ту же эффективность; они дают нам возможность перейти сразу к делу и стать ближе к группе, с которой мы взаимодействуем. Например, в моей семье принято допускать ругательства в ограниченном размере – и только если они произносятся умело. Вместо «Хорошо» или «Ну ладно» я елейно говорю своим детям: «Ну да чёрт с ним, делай что хочешь, милая». Мои дети приучены к этому с пелёнок. Это было нашим общим местом, и когда кто-либо выделял подобное, мы все улыбались. Возможно, семье с более традиционными взглядами на вербальные табу это покажется жутким. Разумеется, вне нашей семьи есть противники такого поведения; один из них – воспитатель в детском саду Дороти-младшей, который сообщил мне, что моя дочь ответила на просьбу поделиться игрушкой словами: «Ну да чёрт с ним, делай что хочешь, милая». Это было общее место Хейнриков, но не детского сада.

Далеко не все общие места столь положительны (если вы считаете обучение детей вульгарностям чем-то положительным). У общего места есть стереотипический злобный близнец. Фраза «Три чёрных парня пришли ко мне прошлой ночью» в сознании многих американцев вызовет картину, отличную от той, что вызывается фразой «Три француженки пришли ко мне прошлой ночью». Важно также иметь в виду общие места, которые используют в отношении людей крупные корпорации и политические кампании. Древние ораторы были бы в восторге от большинства ярлыков, которые республиканцы повесили на различные законы и общественные явления: «налоги на смерть» (вместо «налогов на наследство»), «не бросим ни одного ребёнка» (пародия на военную фразу «никого не бросим»), «защита свадьбы», «операция по освобождению Ирака», «культура жизни». Все эти фразы представляют собой заранее сфабрикованные консенсусы. Американская культура обожает идею игровой площадки, где у всех равные права, где каждый ребёнок имеет шанс, например на светлое будущее, так что любой человек, который будет против законопроекта под названием «Не бросим ни одного ребёнка», будет восприниматься как человек, который против самих устоев американской культуры. Кто бы стал возмущаться по поводу свободы? Всё это общие места американской культуры: общие взгляды на то, что для американского общества представляется выгодным. Эти взгляды помогают определить собственно американскую культуру и восприятие американцами самих себя как нации, гордо вступившей в XXI век.

Чтобы убедить аудиторию, вам нужно начать с того, во что она верит, с того, что она ценит, или с того, чего она желает.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ЯРЛЫК ОБЩЕГО МЕСТА. Когда политики говорят о ярлыках, они на самом деле говорят о сообщении свойств общих мест законам, стикерам на бампер и разговорным радио.

Такие же фразы могут не сработать в другой обстановке. Древние спартанцы, практиковавшие детоубийство, могли бы воспринять «Не бросим ни одного ребёнка» не совсем обычным образом. Французы и сейчас могут удивиться тому, что свадьбе вообще может быть нужна

какая-либо защита и что она может быть опасной. Так же и Британская империя во времена своего расцвета могла бы не оценить по достоинству формулировку «освобождение Ирака». Это американские общие места. Они помогают определить именно американцев. Любой американский политик, который не в курсе этих мест, рискует показаться иностранцем.

За последнюю пару десятилетий – по крайней мере, до того, как Дональд Трамп вступил во власть со своей собственной риторикой, – у правых американцев отношения с общими местами были, думается, получше, чем у левых. Например, движение за запрет аборт, использовавшее лозунг «за жизнь», обошло движение «за свободу». Консерваторы инстинктивно знали, что патетическая ценность у «жизни» выше, чем у более тёмного «выбора». (Понятно, что «за аборт» – это вообще гибельный вариант для лозунга.) Однако общие места представляют мнение, а не истину, и у каждого человека, пожалуй, отыщется свой противовес общему месту. У либералов дела были бы гораздо лучше, если бы они отвечали на республиканское вешанье ярлыков. Сравните «культуру жизни» с «культурой свободы», «защитой свадьбы» и «защитой семьи» («потому что у геев тоже есть семьи»). Представьте замену «Патриотического акта» «Актом отваги» («Проявите отвагу, не прячьтесь в укрытии»). Вместо этого либералы придумали неудавшийся «Акт безопасности», решив, что безопасность лучше патриотизма. Общие места могут быть мощным оружием. Не бросайте гранаты себе под ноги.

Однако в последнее время демократы подтянулись. «Акт о защите пациентов и доступном лечении» положил начало их росту, пусть и излишне пафосное и громкое. Республиканцы не могли ответить на этот акт актом «Плати за лечение или сдохни». Вместо этого они назвали более удачно – «Obamacare». Этот акт гордо одобрил сам Обама. Гордость его, правда, окончилась, когда республиканцы начали портить акт взвинчиваньем цен.

У нас тут общие места в Ривер-сити

Если вы собираетесь убедить свою аудиторию в чём-либо, то неплохо бы для начала знать об общих местах, которые она уже использует. Представим, что вы хотите, чтобы группа республиканцев

поддержала удешевление недвижимости в вашем городе. Лозунг «Свадьбам нужна защита» был бы отличным общим местом, на котором можно было бы попытаться выстроить дальнейшую деятельность. Поддержите семью и поспособствуйте формированию культуры владения недвижимостью. (Ещё одно общее место!)

Ищите общие места. Если ваша аудитория называет волонтерскую работу «путешествием», то вы уже можете на основании этого заключить, что ваша аудитория рассматривает базовые человеческие действия как нечто приключенческое и предполагающее рост (и что вашу аудиторию не смутит клише).

Если ваша аудитория говорит о «молодом поколении» в плохом смысле, то она вряд ли любит музыку в жанре рэп.

Если ваша аудитория говорит: «То, что я сейчас скажу, конечно, неполиткорректно, но...», то ей, скорее всего, нет дела до культурных ограничений.

Вы разделяете эти мнения? Если нет, то ни одно риторическое правило не требует, чтобы вы притворялись, будто вы их разделяете. Однако все общие места заключают в себе потенциальный отправной пункт. Профессор Гарольд Хилл стоял на позиции того, какое нынче идёт поколение, продавая музыкальные инструменты в фильме «Музыкант». Играя на обеспокоенности родителей неконтролируемой молодёжью, Хилл придумал слоган: «У нас тут беда в Ривер-Сити».

Общие места аудитории легко опознать, потому что их часто можно услышать. Если кто-то отрицает ваш аргумент, то этот человек, скорее всего, будет отрицать его, пользуясь общим местом. Возьмём, к примеру, Кэти. Её общее место трудно не заметить: демократы повышают налоги. Налоги... налоги... налоги. Она отдаёт предпочтение республиканцам, потому что те обещают их не повышать. Действительно, демократы не обещают не повышать налоги, в отличие от республиканцев (налоги – это одно из политических общих мест). Демократы, скорее всего, найдут, чем мне возразить, но это не имеет значения. Аудитория – Кэти – *верит* в то, что республиканцы не будут повышать налоги, а демократы будут их повышать. Она будет стоять на своём, на своём общем месте. Энни совершила ошибку, начав оспаривать высказывания своего собеседника.

ЭННИ: Республиканцы усугубят дефицит государственного бюджета! Демократы не станут поднимать налоги!

А что, если бы она согласилась со своим собеседником?

ЭННИ: Ох, я понимаю тебя. Эти налоги просто немислимы!

В этом случае она прямо переходит к общему месту, вместо того чтобы отстраниться от него. Далее она расширяет свою аргументативную территорию, добавляя трюизм про то, что все политики похожи друг на друга.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

АНАДИПЛОЗИС («Она будет стоять на своём, на своём...») строит одну мысль поверх другой, беря последнее слово одной мысли и делая его началом другой. Один знаменитый пример употребления анадиплозиса принадлежит Бену Франклину, который сочинил песенку: «Не было подковы – / Лошадь / захромала. / Лошадь захромала – / Командир / убит...» (Пер. С. Я. Маршака.) Этот приём способен обратить аргумент говорящего в несокрушимого логического джаггернаута.

ЭННИ: Хотя знаешь что? Я вот плачу большие налоги, хотя сейчас у власти находятся республиканцы. Все они одинаковые, не так ли, Кэт?

Приведя свой убедительный довод, Энни теперь может оказать некоторое давление.

ЭННИ: Вот что я тебе скажу, Кэти. Ни одна партия не обещает, что она не будет повышать налоги. Я хочу, чтобы ты кое-что сделала для меня. Я отправлю тебе по электронной почте ссылку на один сайт, на котором объясняется, как дефицит государственного бюджета отражается на налогах. Посмотри, когда у тебя будет время, пожалуйста.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ПЕРЕД СОБЕСЕДОВАНИЕМ

Когда будете изучать вашего перспективного работодателя в Интернете, не заикливайтесь исключительно на фактах и истории. Погуглите информацию о главе компании, на которую вы хотите работать, и запишите себе куда-нибудь те слова и выражения, которые он чаще всего употребляет. Высшее лицо в компании чаще всего воплощает

в себе её характеристику, её *этос*. А теперь попробуйте представить себе стикер для автомобиля с какими-нибудь такими словами, которые уже являются общими местами («Hire Mary – высокие корпоративные ценности»). Так вы проникнетесь языком и тоном своей потенциальной будущей работы, пусть даже вы и не будете дословно повторять фразы, которые у неё в ходу.

Сработает ли это? Возможно. Воспользоваться этим в собственных интересах не будет лишним. Может быть, телефонный звонок, совершённый ни с того ни с сего, и не является наилучшим способом запустить политическую дискуссию, но, по крайней мере, это будет *полноценная* политическая дискуссия, а не перепалка, обращающаяся вокруг фраз вроде «да, это так» и «нет, это не так», как у них обычно бывало. Благодаря всего лишь небольшому риторическому приёму они заканчивают свой разговор на доброй ноте.

Общие места – это такие вещи, которые известны всем и каждому. Они превращаются в клише лишь потому, что их все используют до такой степени часто и обильно, что они начинают набивать оскомину. Если вы заметили, что какое-то общее место стало употребляться реже, то это является свидетельством того, что общественное мнение начало меняться. Если вы хотите быть в курсе всех изменений, которые претерпевают максимы, существующие в сфере политики, то вам нужно просто следовать за социальными опросами. После терактов 11 сентября можно было услышать много политических высказываний, включавших в себя такие слова, как «безопасность» и «защита», а во время выборов была распространена особая опасливая максима: «коней на переправе не меняют».

СОВЕТЫ ОТ ДРЕВНИХ ЛЮДЕЙ

ПОЧЕМУ У ДЖЕФФЕРСОНА НЕ БЫЛО СВОЕГО БЛОГА. Начиная с эпохи Возрождения одной из форм общих мест у студентов были книги – коллекции практической мудрости, которыми они пользовались в своих спорах. Ораторы обучали своих учеников тому, как нужно организовывать всевозможный материал, который мог быть как оригинальным, так и скопированным, являясь в последнем случае чужой мудростью. Томас Джефферсон всю

жизнь не расставался с такими «книгами общих мест», и эти книги, между прочим, очень хорошо показывают, каким было настроение умов в его время.

Однако спустя четыре года без каких-либо серьёзных терактов среди американского народа начала всё большее распространение находить максима об ограничении мер безопасности: «У американцев должно быть право на конфиденциальность в своей собственной стране».

Господствующие максимы принимают далеко не все. Почти половина американцев была бы счастлива сменить президента на переправе, а те, кто поддерживает ограничения на въезд жителей стран арабского мира в США, вряд ли станут пользоваться популярным общим местом «мы сами являемся страной иммигрантов».

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С НОВЫМ НАЧАЛЬНИКОМ

Опять же, погуглите информацию о своём начальнике, чтобы ознакомиться с его общими местами. А теперь сопоставьте их с общими местами его предшественника. Сравните, например, лозунг про «высокие корпоративные ценности» с лозунгом про то, как в компании «ценят своих сотрудников». Первая фраза описывает, скорее всего, то, что в компании существует классическая восходяще-нисходящая иерархия, в то время как вторая больший акцент делает на слаженной работе и учёте мнения простых работников. Это сравнение много скажет о том, какие изменения новое начальство планирует провести в ценностях и в имидже компании, а также снабдит вас логическим вооружением для будущих собраний.

И всё же общие места могут значительно облегчить следование трендам в ценностях – таких, как, например, противоборствующие пуританство и либертарианство. С помощью этого ценностного маятника можно настраивать эпохальные часы. Вот вы мне скажите: кто, кроме престарелых хиппи, говорит сейчас «Это твоё дело»? Помните ту песню? «It's your thing / Do what you want to do / I can't tell you who to sock it to».

Эта максима царствовала в Америке несколько десятилетий назад, в эпоху, когда показатели преступности, абортот и разводов резко возросли. К началу 90-х годов, очевидно, дело больше было не твоё. Установка на то, что можно делать что хочешь, больше не была общепринятой мудростью. Вместо этой максимы люди начали использовать противоположную – «дело в ценностях», – означающую «о да, я определённо знаю, как тебе лучше поступать, и я даже лоббирую одну идею, которая сделает незаконным делание не того, что нужно». Либертарианские позиции обрушились, а пуританские, наоборот, поднялись. Затем, в прошлом десятилетии, либертарианство вернулось к жизни, курение конопли и однополые браки легализовались и правительство в целом снизило своё давление на народ. Возможно, так же будет и дальше.

Там, где сталкиваются общие места, начинаются споры.

Средства

Общественное мнение «занимает почётную позицию», как говорил Марк Твен. «Оно всё расставляет по своим местам. Некоторые называют это Гласом Божьим». Первоначальное определение аудитории тоже предполагало некоторое благоговение. Я говорю о слове «аудиенция» в значении «разговор с высокопоставленным лицом или с монархом». Главная аудитория являлась судьёй. Если верить Аристотелю, то это и сейчас так же. Ваша аудитория решает, правильно ли ваше решение.

Но мы сейчас говорим об осмысленном споре, а не о судебных разбирательствах. Так что вовсе не статуты всё решают; это делают убеждения, ценности и откровенное любопытство вашей аудитории. Чтобы убедить её, предложите ей приз: пообещайте, что впереди её ждёт выгода. Ваше обещание можно расценить как обещание того, что ваше решение даст судьям то, что они ценят.

Чтобы убедить аудиторию, вам нужно начать с того, во что она верит, с того, что она ценит, или с того, чего она желает. Иными словами, вам нужно начать с общего места.

- **Выгода.** Это своего рода свертхтема осмысленного спора, это убеждение, которое связано с выборами и с будущим. Другие формы риторики связаны с правильным и неправильным, с хорошим и плохим.

Осмысленный же спор говорит о том, что лучше всего для аудитории. Именно тут начинается убеждение: вы заставляете свою аудиторию поверить в то, что ваш выбор – это выгодный для неё выбор.

- **Общие места.** Любое клише, убеждение или ценность может быть локальной формой общественного мнения – то есть общим мнением вашей аудитории. Это отправной пункт вашего спора, это твёрдая почва под её ногами.

- **Болтовня.** Если ваша аудитория раз за разом повторяет одну и ту же вещь, то это, скорее всего, её общее место.

- **Ярлык общегоста.** Приложите общее место к какой-нибудь идее, к какому-нибудь предложению или какому-нибудь нормативно-правовому акту; любой, кто посмеет оспорить это, скорее всего, будет выглядеть как отступник.

- **Отрицание.** Ещё один хороший индикатор общих мест. Если ваша аудитория каким бы то ни было образом опровергает вас или отказывает вам в чём-либо, то прислушайтесь к её выражениям; вероятнее всего, вы среди них встретите общее место. Воспользуйтесь им, когда спор возобновится.

Глава 12

Убеждайте на своих условиях

Сестрино обрамление

МИСТЕР БЁРНС: Ох, ну прямо расплавление активной зоны ядерного реактора. Вот ведь заладили со своими громкими словами. Мы предпочитаем называть это «непредвиденным чрезмерным расщеплением атомов».

«Симпсоны»

Как обернуть проблему в свою пользу

Удной девушки были серьёзные неприятности с сестрой. Вернувшись из школы домой, она делала себе сэндвич с арахисовой пастой, и тут её старшая сестра влетела на кухню и засверкала глазами на банку: «Ты что, последнюю арахисовую пасту съесть собираешься? Ну ты и свинья!» Старшая сестра принялась рассказывать младшей про то, что она всегда думает лишь о себе и как ей стоит уже наконец повзрослеть, если она, конечно, не хочет умереть в одиночестве. Младшая сестра в конце концов ушла из кухни без сэндвича.

«Что я должна была ей сказать?» – спрашивала она меня потом. Зная, что я интересуюсь риторикой, она хотела, чтобы я поделился с ней стратегией на следующий случай самовозгорания её сестры.

Я, конечно же, откликнулся на её просьбу. Действительно, есть такая стратегия, которая, если б младшая сестра её использовала, обеспечила бы ей возможность спокойно и мирно съесть свой сэндвич, в то время как её сестра рвала бы на себе волосы. Всё замечательно, все довольны. Стратегия эта называется обрамлением. Обрамление помогает разобраться с любым несогласием, выбрав любую тему, какую вы хотите, и поставив оппонента ровно туда, где вам угодно, чтобы он находился. Вы легко сможете обнаружить стратегию обрамления в основе любой качественной предвыборной кампании, в любом маркетинговом проекте, в любом выступлении в суде первой

инстанции, а также в умах властей предержавших. В этой главе вы узнаете, как пользоваться обрамлением, чтобы заручиться контролем над спором и при этом удержать оппонента от усмирения вас.

Только сначала нам, пожалуй, нужно разобраться в том, что такое рамка.

Представьте себе рамку как ящик, в котором заключён спор. Стенки этого ящика являются границами дискуссии. Можно сказать, что в этом вся суть дискуссии.

Каковы рамки в Деле арахисовой пасты? Свинство. Большая сестра влетает в кухню и уличает младшую сестру в том, что та собирается съесть остатки содержимого банки. Однако спор на самом деле связан со свинством младшей сестры. Старшая сестра устроила рамки вокруг проблемы с помощью слов «Ну ты и свинья!». Трудно защититься против обвинения, которое, в общем-то, ты сам подтверждаешь, ты, ненасытный пожиратель арахисовой пасты. Можно отрицать факт того, что ты свинья, но какой в этом толк? Быть может, ты найдёшь ещё одну банку где-нибудь на полке, но это всё равно не освободит тебя от всех предыдущих обвинений в свинстве.

Я сказал младшей сестре, что вместо всего этого она просто может устроить новые рамки вокруг проблемы. Помните: рамки – это вся суть проблемы. Один из прекрасных способов устроения новых рамок – это поставить имеющиеся рамки под сомнение. Вместо занятия оборонительной позиции или голодания младшая сестра могла просто принять сочувственный вид и глубоко заглянуть в глаза своей старшей сестре.

МЛАДШАЯ СЕСТРА: Ты ведь не из-за арахисовой пасты так горячишься. Что у тебя случилось, расскажи?

Внезапно рамки окружают уже не свинью – младшую сестру, – а психологически истощённую старшую сестру. Не ожидайте, что старшая сестра разразится рыданиями и запричитает о том, как её парень обидел её, и как она его больше не любит, и что младшая сестра – это единственный на всём белом свете человек, который понимает её, и что ей так жаль, что она вспыхнула из-за какой-то жалкой арахисовой пасты, и что ей просто очень-очень нужно с кем-нибудь обняться. Куда более вероятно, что старшая сестра просто сама займёт оборонительную позицию, скажет: «Ничего не случилось, просто

прекрати быть такой уродиной» – и сердито уйдёт из кухни. Оставив младшую сестру наедине со своим сэндвичем.

Устроив вокруг проблемы новые рамки, она переместила спор на более устойчивую платформу. Проблема переведена от младшей сестры к старшей простым риторическим вопросом: «*Это правда из-за меня?*» И агрессор вдруг полностью теряет равновесие.

Устроение новых рамок требует отрицания того, как ваш оппонент видит проблему, и установления взамен этого видения своего собственного, нового. Вы обращаете проблему так, как вам угодно, на своих условиях.

Обрамление тесно связано с определениями, а определения тесно связаны с игрой с терминами.

Ядерные общие места

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Я пытаюсь сделать свою проблему, риторику, интересной для настолько широкой аудитории, насколько это возможно. Поэтому, когда я говорю об «определении» и «ярлыках» – о терминах, которые в представлении многих читателей несут несколько негативный смысл, – я говорю о том, что оборона должна превалировать над нападением. Обратите внимание на то, как я употребляю простые, незамысловатые выражения, когда говорю об атаке с помощью слов, относящихся к общим местам. Техническое название этой техники, заключающейся в пропуске неловкой темы разговора, – *метастаз*. Это одна из манипуляционных риторических фигур.

Если вы собираетесь следовать стратегии обрамления, то вам лучше пользоваться такими терминами, которые выставляют вас в лучшем свете, а вашего оппонента – в худшем. Это предполагает использование слов, которые для вашей аудитории уже несут большую эмоциональную нагрузку. Давайте назовём их **общими словами**, или **фразами** – ключевыми словами, формирующими общие места.

Посмотрите на цитату, приведённую в эпиграфе к этой главе. Мистер Бёрнс – владелец атомной электростанции; примерно во время произнесения им процитированных слов на ней произошла авария. Он

пытается определить проблему, заменив «расплавление активной зоны ядерного реактора» «непредвиденным чрезмерным расщеплением атомов». «Расплавление активной зоны ядерного реактора» – это набор слов, формирующих общую фразу, обладающую значительным эмоциональным потенциалом. Бёрнс заменяет их жаргонными терминами, которые не встречаются ни в одном общем месте. У них почти полностью отсутствует эмоциональный подтекст. Хотя мы и можем возмутиться его новыми терминами, его неприязнь к «расплавлению активной зоны ядерного реактора» вполне понятна. Этот термин отягощён таким огромным количеством негатива, что Бёрнс чувствует, что он просто обязан чем-нибудь его заменить. У слов «химикаты» и «лесозаготовки» похожие негативные коннотации – пожалуй, более распространённые, чем хотелось бы. В каком бы состоянии сейчас находилось человечество, если бы не было химикатов и дерева? И тем не менее вам будет непросто сделать эти слова привлекательными для более широкой аудитории, чем той, что состоит исключительно из лесников и химиков.

Ваша задача убедителя состоит в том, чтобы найти общие слова, которые ближе всего вашей аудитории. Если вы подвергаетесь нападению, то вам нужно найти такие общие слова, которые способны оттолкнуть агрессора. Американские политики тестируют такие термины, как «реформы» и «защита», на особых группах людей. Подобные термины близки американскому народу, по крайней мере сейчас. Однако если политики применяют термин «реформа», допустим, к лоббированию местных интересов, то тогда они с досадой для себя обнаружат, что создали новое негативное общее слово. В делах с малыми группами исследования на подопытных группах не нужны. Просто прислушайтесь к выражениям, которые произносят люди, и постарайтесь выявить ключевые убедительные слова.

- Нам нужно быть более *агрессивными*.
- Давайте разработаем более *эффективную* стратегию.
- Добро пожаловать в нашу *команду*.
- Если мы будем *действовать умнее*, то мы *победим*.
- Он мне нравится. У него хорошее *сердце*.
- Нам нужна новая *парадигма*.
- Не могу сказать, что её подход к работе *близок* мне.
- *Намотай это на ус*.

- Он получил *травму* на предыдущей работе.

Все написанные курсивом слова отражают определённые установки и обладают определённым эмоциональным зарядом – во всех случаях, кроме последнего, положительным. Не называйте свой новый план *инновационным*, если вы часто слышите слово «эффективный». Назовите его *эффективным*. Говорите о том, что ваш план является плодом *слаженной коллективной работы*, которая способна *изменить парадигмы*. Разумеется, вы не обязаны говорить как гуманоид, запрограммированный на речь, состоящую из одних клише. Я преувеличиваю для произведения эффекта. Просто не забывайте замечать ключевые слова и использовать их для определения проблемы.

Выбраться из серьёзной неприятности

Слова, которые люди употребляют для общего описания спора, являют собой определение проблемы: «Дело в ценностях», «Дело в добросовестности», «Дело в желании пойти погулять в субботу». Риторическое правило того, что всё двойственно, применимо и к проблемам: для каждой проблемы существует только два определения.

Допустим, вы вернули автомобиль, который взяли напрокат, с большими царапинами на обеих сторонах. (У меня так было в Ницце.) В чём проблема? Агентство наверняка назовёт это «ошибкой оператора». Водитель (я) может попробовать дать проблеме новое определение – «неверное оборудование». О чём компания думала, когда давала мне автомобиль, который слишком велик для узких каменистых улочек Ривьеры? Такое определение проблемы ставило меня в выгодную позицию. (К счастью, мне им пользоваться не пришлось. Работник взглянул на машину один раз, пожал плечами и отпустил меня с миром.)

Рассмотрим другие проблемы и их двойские описания.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ОБРАМЛЕНИЕ – то же, что и определение проблемы.

Найдите общие места аудитории, которую необходимо убедить. Дайте проблеме самое общее определение. Затем коснитесь какой-нибудь частной проблемы, руководствуясь будущим временем.

АБОРТ: Право ребёнка на жизнь или права женщины на своё тело.

ВЛАДЕНИЕ ОРУЖИЕМ: Возмутительно жестокое население США или право граждан на самооборону.

ВОЗМОЖНОСТЬ ОДОЛЖИТЬ МАШИНУ: Привилегия или вопрос справедливости (ты же разрешил старшей сестре взять её на прошлой неделе!).

Консультант, занимающийся обрамлением, скрывается за каждым политическим кандидатом. Это ремесло даже преподаётся в высших учебных заведениях. Вообще говоря, обрамление в целом опирается на те же риторические принципы, что мы уже разобрали ранее.

Для начала вам следует найти наиболее популярные общие места аудитории, которую вы намерены в чём-то убедить. Этими местами могут быть спорные моменты или такие моменты, о которых не установилось единого мнения. Это своеобразная фаза спора, со своими нюансами. Тут, как и во всех остальных случаях, наиболее подверженная убеждению аудитория находится посередине. Если вы высказываетесь против абортов, то самая убеждаемая аудитория для вас будет та, что не стремится ни запретить аборты как таковые, ни разрешить проводить их беспрепятственно. Хороший слоган, поддерживающий возможность выбора, может звучать, например, так: «Яйцо – это не курица»; или так: «За безопасность и редкость абортов». (Хиллари Клинтон и её мужу Биллу наверняка очень понравился бы второй вариант.) Хотя выражение «яйцо – это не курица» и не является расхожей поговоркой, по Аристотелю, оно всё равно является общим местом, потому что оно отсылает к понятной, общей мысли: из курицы нельзя сделать омлет. Этот слоган также сообщает такой образ эмбриона, который больше похож на яйцо, чем на нечто такое, что способно к самостоятельному движению или реакции на внешние раздражители.

После того как вы определитесь с общими местами, вам нужно будет убедиться в том, что проблема охватывает достаточно широкий смысловой диапазон – то есть является интересной для как можно большего числа людей, имеющих самые разнообразные идеологические воззрения и относящихся к самым разнообразным социальным группам.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК НА РАБОТЕ

В политической ситуации широкий смысловой диапазон всегда лучше узкого. (Под политической ситуацией разумеется также и ситуация, связанная с политикой офисной.) Предположим, что руководство вашей компании хочет объединить ваше подразделение с другим объединением, которым руководит знатный болван. Какое определение вы дадите проблеме? Справедливое? Такое, которое охарактеризует компетенцию руководителя? Или же вы будете объяснять руководству, что ваше подразделение будет работать эффективнее, если оно будет работать самостоятельно? Продуктивность – это самая широкая тема из всех предложенных, потому что она непременно заинтересует максимально большое число руководителей компании.

Продолжая тему абортотворцев: движение за жизнь сделало очень грамотный ход, применив к проблеме идею «культуры жизни». Это определение борцов за жизнь означает, что они рады видеть в своём большом идеологическом гнезде вообще любого, кто живой. (Разумеется, это общее место может быть воспринято в штыки такой категорией борцов за жизнь, которая поддерживает смертную казнь. У казни преступников, может быть, и есть свои политические преимущества, но они точно не имеют ничего общего с формированием культуры жизни.)

Сторона, ратующая за сохранение жизни, часто связывает эту проблему с вмешательством государства. Это довольно широкая тема – многие американцы действительно обеспокоены вмешательством государства в их дела, – но не такая широкая, как «культура жизни». К тому же движение против абортов пользуется позитивным определением проблемы – «борьба за жизнь», в то время как сторонники абортов увязли в негативных тонах – «борьба с вмешательством государства в дела народа». В политике преимущества обычно перевешивают недостатки. Вопрос: что же делать в этой ситуации бедному адвокату?

Мудрый адвокат отделил бы ту часть уравнения, в которой говорится про права, от части про аборты. Права – это позитивная вещь, и большая часть населения действительно поддерживает права на аборт. При этом сами аборты – это вещь негативная, и многие

исследования показывают, что большинству людей они не сильно по душе. Так что самый эффективный способ сохранить легальность абортов – это, как ни странно, противостояние им. Так делали Клинтонны со своим слоганом «Аборты должны быть безопасными, легальными и редкими». (Лично я бы убрал часть про легальность, поскольку безопасность уже указывает на легальность. Впрочем, это всё мои придирки.) Так проблема переходит от вмешательства государства к формированию установки на то, что аборты теоретически необязательны. Если ваша аудитория считает, что ваша позиция сделает аборты необязательными, то вы не просто расширили область интересов проблемы – вы решили её.

Пожалуй, замечу, что человеком, перенаправившим проблему абортов, был республиканец. Кандидат в сенат Тодд Акин привлёк к себе значительное внимание, когда заговорил об «откровенном изнасиловании»: «Если женщину откровенно изнасиловали, то существуют средства, позволяющие её телу разобраться с последствиями». Внезапно позиция борьбы за право выбора стала чем-то глубоко личным, перешла в область защиты женского тела от рук преступников. Акин расширил проблему, выведя её за пределы убийства невинных детей и сосредоточив проблему на образе жертвы изнасилования. Это эталонный пример обрамления. Акин сделал это случайно – причём для другой стороны.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ДОМА

Вы легко можете обрамить какую-нибудь семейную проблему, если сыграете на ценностях, которые, как вы точно знаете, разделяют все члены семьи. Если ваши дети упрекают вас за то, что вы слишком часто работаете допоздна, то не говорите им: «Только благодаря этому у вас есть то-то и то-то». Обратную ситуацию – такую, когда у них нет того-то и того-то, – обеспеченным детям трудно представить. Лучше скажите им: «Я работаю допоздна, чтобы мы с вами смогли отправиться в путешествие».

Думаете, я просто говорю, что активисты предают свои принципы в угоду публике? Нет, я говорю, что они способны сагитировать большее число людей в том случае, если они стремятся занять компромиссную позицию. В конце 1990-х годов американское

движение за жизнь полностью забросило свои открытые попытки запретить аборты как таковые; вместо этого оно попыталось несколько смягчить свой подход и перейти к борьбе с абортами, производимыми на поздней стадии беременности, и требованию согласия родителей в случае, если беременная не достигла восемнадцати лет. Борцы за жизнь отталкивались от общего места, гласящего, что аборты – это плохо, и при этом избегали рискованной темы про права. Тем временем одни из самых видных борцов за свободу выбора настаивали на том, что аборт следует расценивать как форму контрацепции. Хотя ни одна сторона коренным образом не меняла свои взгляды – борцы за свободу выбора продолжали бороться с любыми ограничениями абортов, а большинство борцов за жизнь вели деятельность против абортов вообще, – первые изображали себя приверженцами крайних взглядов, а вторые, борцы за жизнь, казались относительно умеренной публикой.

Легко понять, почему на протяжении десяти лет, прошедших между 1995 и 2005 годами, шло стабильное вырождение прав на аборты и по всей стране закрывалось множество специализированных клиник.

А потом пришёл Дональд Трамп, который в дебатах с Хиллари Клинтон говорил об абортах в самых жестоких выражениях: «Если вы поддерживаете Хиллари, то получается, что ребёнка можно вырвать из утробы матери на девятом месяце, то есть его можно убить непосредственно перед его появлением на свет». Хотя эта апокалиптическая речь, описывающая нелегальное детоубийство, вероятно, и понравилась его сторонникам, я сомневаюсь, что Трамп этими своими словами сколько-нибудь расположил к себе тех, кто не определился. Он совсем перегнул палку. Или рамку.

«Облагай налогом и трать» и другие ярлыки

Устроение вокруг проблемы новых рамок далеко не всегда требует изменения терминологии. Вы вполне можете оперировать теми же терминами, что и ваш оппонент.

СУПРУГА: Он у нас довольно-таки смыслённый. Ленивый, правда.

ВЫ: Да, ленивый. И как нам его мотивировать?

Впрочем, можете и изменить термины.

ВЫ: Нет, я бы не сказал, что он ленивый. Ему просто часто бывает скучно.

Или можете дать им новое определение.

ВЫ: Если «ленивый» предполагает упоительный обстрел пришельцев на экране компьютера и постоянную тренировку моторики рук, то да, он ленивый.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

НОВОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ. Вы не обязательно должны принять то значение, которое ваш оппонент привязывает к слову. Дайте ему новое определение, такое, которое нравится вам.

Один из наилучших способов определить термин – это дать ему новое определение. Не принимайте определение оппонента. Придумайте своё. Так вы можете создать впечатление, что вы соглашаетесь с аргументом оппонента, в то время как вы полностью лишили его почвы под ногами. Большинство юристов дают словам и терминам новые определения на инстинктивном уровне. Когда президент Билл Клинтон сказал государственному обвинителю по особо важным преступлениям: «Всё зависит от того, как мы смотрим на вещи», он именно дал термину новое определение – к сожалению, он это сделал с юридической холодной точностью. У Уэйна в фильме «Мир Уэйна» это получается лучше.

УЭЙН: Гарт, вообще-то свадьба в некоторых странах является наказанием за шоплифтинг^[6].

На всякий случай поясню, что, когда я говорю об определении значений терминов, я не имею в виду выбор одного из восьми существующих определений слова «свадьба» в Оксфордском словаре английского языка. Словарь всего-навсего даёт нам буквальное значение этого слова, его определение. Уэйн же делает иное. Он меняет саму *коннотацию* этого слова – мысли, которые оно зажигает на грани сознания. Гарт поддразнил Уэйна, спросив, собирается ли тот вообще жениться на своей девушке; с точки зрения Гарта, коннотацией свадьбы является нечто взрослое и слащавое. Ответ Уэйна полностью стирает все представления Гарта о свадьбе и заменяет их мерами пресечения.

Назначение новых определений хорошо показывает себя в сфере политики, где кандидаты стремятся вешать ярлыки друг на друга.

КОНСЕРВАТОР: Мой оппонент – это очередной либерал, следующий принципу «облагай налогом и трать».

ЛИБЕРАЛ: Слово «либерал» не означает «облагай налогом и трать». Это просто мерзкое клеймо. «Либерал» – значит заботиться о семьях рабочего класса. Мой оппонент – консерватор, что значит, что это человек, обворовывающий рабочий класс и угождающий богачам.

Тактика определений может одинаково хорошо помогать вам как дома, так и в офисе. Эта тактика может помочь вам увернуться от очередного ярлыка – от риторической практики прикрепления уничижительного термина к человеку или к идее. Тактика определения позволяет вам моментально отразить атаку. Вы принимаете определение оппонента или нет?

Вам может даже показаться, что оскорбление, которое вам наносит ваш оппонент, на самом деле выгодно для вас, поскольку оно открывает вам возможность совершить риторическое парирование.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ОПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЕ ПАРИРОВАНИЕ. Примите термин, который употребляет ваш оппонент, и коннотацию этого термина; затем защищайте это всё так, как если бы это было нечто положительное.

БРАТ: Ты говоришь как ботаник.

ВЫ: Да, я говорю как ботаник. Я и *есть* ботаник.

Если это определение не вполне подходит вашему аргументу, то вы можете попробовать изменить его, то есть дать оскорблению новый смысл.

ВЫ: Если говорить как ботаник означает говорить со знанием дела, то да, я говорю как ботаник.

Если вы в ладах с определениями, то вы можете вообще на лету схватить любой ярлык, который в вас швырнули, и кинуть его обратно в оппонента с двойной силой. (Это не работает в таких случаях, когда определение даётся целой проблеме, а не людям или отдельным концепциям.)

Очевидно, вы не хотите, чтобы ваш оппонент обладал совершенно убийственным для вас ярлыком. Убедитесь в том, что те определения, с которыми вы имеете дело, могут быть обращены в вашу пользу. Представим, что вы упрекаете своего брата в том, что он говорит как

ботаник. Дополните свои слова каким-нибудь неотразимым определением.

ВЫ: Ты просто говоришь как ботаник: постоянно пользуешься модными жаргонизмами, чтобы показать всем, какой ты умник.

БРАТ: Так я умник. Слушай, если ты сомневаешься в своём объёме знаний, то не вини в этом меня.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК В ОФИСЕ

Аргументы в спорах вовсе не обязательно предполагают вешанье ярлыков исключительно на людей; они также предполагают вешанье ярлыков на всё, что вы делаете дома или на работе. Если ваш коллега говорит, что вашей идее недостаёт оригинальности, то скажите ему: «Ну да, действительно, она уже использовалась ранее, и использовалась успешно». Лучше идти на уступки – пользоваться языком оппонента, – чем отрицать чужие доводы. «Конечно» работает лучше, чем «нет, ты не прав».

Что же пошло не так? Вы дали хорошее определение ботанику: человек, нарочито употребляющий модные слова. Дело в том, что после этого вы употребили ещё один термин – «умник» – и не дали ему определения. Лучше говорить так:

ВЫ: Ты просто говоришь как ботаник: постоянно выделяешься со своими заумными словечками.

БРАТ: Я не выделяюсь! Я использую слова, которые знает любой образованный человек.

Теперь вы перевели оппонента в оборонительный режим и можете поднажать.

ВЫ: Использование малоизвестных слов не говорит о том, что ты умный.

В такой момент вы уже вполне можете перевести спор в будущее время и нанести сокрушительный удар.

ВЫ: Поэтому давай в простых выражениях обсудим, как мы будем платить за мамину страховку.

Моё слово против их слов

Теперь мы готовы начать давать определения целым проблемам. Это работает так же, как и тактика определений, о которой мы уже говорили, но с той лишь разницей, что в этом случае масштаб становится больше. Определить проблему – значит закрепить за ней некоторые слова, сделать так, чтобы эти слова были неразрывно связаны с проблемой всякий раз, когда она всплывает в сознании вашей аудитории. Одной из излюбленных методик политиков является повторение. В 1980-х годах консерваторы сфабриковали образ «наживающегося на пособиях» – человека, который приписывает себе несуществующих детей и хорошо живёт за счёт этого. Правые муссировали эту идею в своих выступлениях и кампаниях до тех пор, пока американский народ не стал рассматривать пособия исключительно как рассадник подлости и гнусности. В 1990-х годах президент Джордж Герберт Уокер Буш провёл реформу в делах с деликтами путём всего лишь многократного поднятия в своих разговорах темы «необоснованных исков». Противники проведения этой реформы – в частности, Демократическая партия, которая получает значительное финансирование от адвокатов, – оказались в непрестом положении: им нужно было как-нибудь измыслить новое определение проблемы, такое, которое будет постулировать право граждан на проведение одного дня в суде. Это менее яркий ярлык, чем слово «необоснованный». У них получилось бы лучше с «правом на иск на плохих врачей и преступных бизнесменов». Персонализированное определение обычно лучше, чем безличное.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

ПЕРИФРАЗ меняет описание на название. Этот приём может пригодиться в таких случаях, когда нужно повесить ярлык на человека или на проблему. В более широком смысле это называется «иносказание».

И вот ещё один замечательный пример: Барак Обама. Этот человек имеет чутьё на хорошие ярлыки. Во время предвыборной кампании 2012 года он выдал потрясающую фразу.

ОБАМА: Честные люди могут вступить в разногласия на основании дилеммы: передача налоговых поступлений богатейшим американцам или здравоохранение и образование для американских семей. Я готов к таким дебатам.

Какой прозрачно честный участник дебатов, желающий объективно взвесить все «за» и «против» и при этом вешающий просто кричащие ярлыки.

Если вы сами хотите повесить ярлык, то для этого вам нужно дать своей стороне такое определение, которое контрастирует с определением вашего оппонента. Давайте я приведу личный пример.

В данный момент я консультирую издательскую компанию, которая надеется получить привилегию выпуска журнала для самолётов крупной авиакомпании. С моим клиентом конкурируют несколько других издателей; один из них приводит в свою пользу популярный журнал, продающийся в киосках. Его издатели – одни из самых ярких людей в своей отрасли: образованные, креативные, обладающие глубочайшим знанием журналов. А у моего клиента проектом занимаются всего два человека: я и один редактор. Я помогу набрать людей, только если мой клиент оправдает себя.

Представляю себе, как я вхожу в конференц-зал вслед за тем, как хорошо одетая, хорошо говорящая команда противника покинет его, закончив свою великолепную презентацию. Мурашки по коже. Какой риторический приём я могу использовать, чтобы переплюнуть их?

Я могу обратить самые позитивные слова оппонента в негативную сторону. Я не говорю о клевете на них перед представителями авиакомпании, о том, что я собираюсь назвать их претенциозными псевдоинтеллектуалами, или о том, что я собираюсь высмеять их (ужасную) обувь. Я не собираюсь ничего этого делать, равно как я не собираюсь доказывать представителям авиакомпании то, что профессионализм редакторов конкурента оставляет желать лучшего. Моя команда вместо этого просто-напросто будет отталкиваться от одного слова: «забавный». В материалах этой авиакомпании это слово встречается довольно часто. Ей нравится создавать впечатление эгалитарной неформальности. Так что мы вместе с моими клиентами просто будем говорить о забавном журнале – таком, в котором можно встретить много юмора и приятных сюрпризов. Так как эта авиакомпания фильмы своим клиентам не показывает, мы предоставим «кино для читателей»: мелкие изображения, которые превращаются в анимацию, если быстро пролистать правый нижний угол журнала.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ОПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЕ ДЗЮДО. Используйте контрастные термины, которые выставляют вашего оппонента в дурном свете.

Видите, что я делаю? Соперник определяет хороший журнал как «профессиональный» журнал – то есть придерживается выгодного для себя подхода. Однако я даю проблеме новое определение – определение забавности, пользуясь при этом общим местом компании и перемещая спор на ту арену, на которой у меня есть реальные шансы победить; и при всём этом я к тому же обращаю профессионализм своих конкурентов против них самих.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОБРАНИЯ

Если вы хотите незаметно атаковать чью-то репутацию, то просто скажите: «Я здесь не для того, чтобы лично на кого-то нападать, я просто хочу...», а затем упомяните противоположность того, в чём слаб ваш оппонент. Например, если у вас дебаты с профессором колледжа, который склонен излишне увлекаться теоретической частью, то скажите: «Я не собираюсь переходить на личности, я просто хочу поговорить о практической части».

Только представьте, какая в последующие дни среди представителей авиакомпаний разразилась дискуссия по поводу того, кого в конце концов лучше избрать. Они сидят за столом, на котором лежат демонстрационные версии журнала каждого конкурента. «Мне очень понравился профессионализм той команды, у которой вон тот отличный журнал», – говорит один представитель. Все кивают. Тем временем некоторые из них пробегают по нашему журналу и наблюдают, как маленький анимированный цветок выплёвывает пчелу. Они рисуют в специальных рамках, которые мы назвали «соревновательными рисунками». (Автор лучшего рисунка получает приз.) И они беззвучно показывают друг другу наши шуточные краткие обзоры сюжетов фильмов (настоящих фильмов), находящихся сейчас в прокате. В лучшем случае мы сделаем так, что «профессионализм» будет казаться чем-то никчемным и неуместным. И красивый воздушный шар нашего конкурента оглушительно лопнет.

Поможет ли эта техника нам победить? Ну, в наших действиях много деталей, и я рассказал лишь о некоторых. (Обновление: мы победили. Однако все посмеялись над моей идеей с анимированными изображениями. Я повесил хороший ярлык, но плоховато его преподнёс.)

Но вы только поглядите на то, как хорошо определение терминов сработало у Антония в шекспировской трагедии «Юлий Цезарь». В его речи – «Не восхвалять я Цезаря пришёл, / А хоронить»^[7] – Антоний называет Брута «честным человеком» в контексте убийства Цезаря так часто, что слово «честный» начинает звучать как оскорбление. Присутствующие готовы разорвать Брута на части за его честность.

Займите позицию

Я больше не занимаюсь со своим сыном армрестлингом так, как раньше. Я для него слишком слабый соперник, а мне надоедает чувствовать, как моя рука отклоняется в другую сторону и бьётся о стол. Однако вплоть до недавних пор мы были примерно равны, хотя он и стал достаточно сильным уже очень давно. У меня хорошо получалось, потому что я знал правильный захват: достаточно аккуратный, чтобы не показать ему, что я из последних сил давлю на его руку, и достаточно удобный, чтобы были задействованы все необходимые мышцы. Когда он выучил эту технику, я потерял все шансы.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ПОЗИЦИЯ. Техническое название этого приёма – «теория статуса». «*Status*» в латинском означает «позиция, стойка». Это слово первоначально означало позицию, которую борцы занимали перед началом матча. Эта техника – своего рода стратегия отхода: факт, определение, качество, релевантность. Если первое не работает, переходите к следующему – и так далее.

Обрамление работает именно по этому принципу: это риторический метод для установления удобного захвата в споре. В этом разделе вы выучите технику самых выдающихся юристов и

политических стратегов: способность дать терминам и проблеме такое определение, которое укладывает спор в выгодную для вас форму.

Древние люди относили определение к средствам отступления – отступления в случаях, когда факты работают против вас или когда у вас недостаточно сильный захват фактов. Если хотите, можете вообще использовать определение так, чтобы победить в споре вовсе без привлечения каких-либо фактов. Факты и определения – это часть большей общей стратегии под названием *позиция*. Она изначально была разработана для обороны, но и в нападении она работает совсем неплохо. Перед началом спора или в таком случае, когда вас атакуют, займите позицию.

- Если **факты** обещают вам пользу, используйте их. Если же нет (или если вы не знаете, каковы они), то...

- **Дайте терминам новые определения.** Если это не сработает, то примите факты и термины своего оппонента, но при этом...

- Утверждайте, что аргумент вашего оппонента **не так важен, как кажется**. И если даже это не пойдёт вам на пользу, то...

- Заявите, что **дискуссия бессмысленна**.

Используйте факты, определения, качество и релевантность именно в таком порядке. Факты работают лучше всего. Отступайте через определения, качество и релевантность до тех пор, пока что-нибудь не сработает.

Представим, что родитель замечает, как его ребёнок тайком уносит шоколадный батончик в свою комнату до обеда. Ребёнок советуется со мной о мерах обороны. Что мне ему посоветовать?

Факты для него работать не будут. Его поймали с поличным.

Он может попробовать дать проблеме новое определение, сказав, что он не *уносит тайком*, а *прячет* батончик от своего брата, пока тот не схватил его, чтобы съесть на десерт. Но лучше давайте представим, что у ребёнка нет брата. Да и любая идиотская отговорка рискует разозлить родителя. Так что ему ничего не остаётся, кроме как отступить ещё раз.

Качественная оборона допустила бы признание ребёнком того факта, что он пронёс батончик тайком. И тогда ребёнок бы утверждал, что это не так уж страшно, как вы думаете. Может быть, ребёнок давно не ел и умирал с голоду. В наилучших обстоятельствах отец расскажет

ребёнку о правильном питании и не станет его никак наказывать. Качественная оборона может сработать.

Если она не сработает, то для ребёнка всё ещё остаётся последний пункт отступления – релевантность. В настоящем судебном разбирательстве тактика релевантности предполагает заявления о том, что разбираемая проблема не подпадает под юрисдикцию суда. В случае с ребёнком эта тактика предполагает заявления о том, что у отца нет никаких прав, чтобы осуждать ребёнка. Разве ребёнок не замечал, как папа периодически хватает печенье, приходя домой с работы? А его обыденный виски перед обедом *вообще полезный*?

Вы легко можете увидеть, почему релевантность – это последняя позиция. Она несёт в себе большой риск. Обычно вам вообще не придётся отступать так далеко. Чаще всего определение проблемы решает все проблемы. Определение – это на самом деле такое отличное средство, что вы часто будете хотеть пустить его в ход даже тогда, когда факты на вашей стороне.

Теперь перемените время

Когда вы выберете общие места и дадите проблеме такое определение, которое напрямую затрагивает широчайшую аудиторию, – измените время. И вы очень скоро увидите, что общие места связаны с ценностями, а ценности выражаются в настоящем времени. Чтобы принять решение, вашей аудитории нужно переключиться на будущее время. Это не сложно: просто поднимите какой-нибудь частный вопрос. Скажем, вы хотите, чтобы аборты были безопасными и редкими. И что дальше? Если вы политик, то вам, скорее всего, лучше поддержать запрет аборт в третьем триместре и ничего не делать по поводу противозачаточных средств. Но другой политик, борец за жизнь, может инициировать программу по пропаганде абстиненции. Обе позиции касаются частных моментов проблемы, обе предполагают совершение конкретных шагов в сторону её решения, и обе они имеют место в будущем времени.

Те, кто пользуется риторикой так, как должно, то есть те, кто исследует общие места, даёт проблеме широчайшее определение и переходит от ценностей к будущему, – такие люди всегда имеют высокие шансы на победу. Такие люди способны помочь своей стране.

Ораторы, ведомые чистейшим любопытством, неожиданно обнаруживают себя на промежуточной, компромиссной позиции. Внезапно сложнейшая, эмоциональная, преисполненная ценностной нагрузки проблема, такая как аборт, становится практически доступной для спора. Редкие аборт важны для государства, как сказал бы Аристотель. Итак, каковы же наиболее эффективные (и политически популярные) способы сделать аборт редкими? Очень может быть, что ответы могут быть неприятны для обеих крайних сторон: левые, борцы за свободу выбора, должны согласиться в том, что аборт – это грубая форма контрацепции, а правые, борцы за жизнь, должны допустить некоторые аборт.

Они, разумеется, не обязаны ничего принимать. Они могут и дальше упираться. И оставаться неубеждаемыми.

Средства

Определение *терминов* и *проблем* спора – это всё равно что пройти психологический тест на словесные ассоциации наоборот. Вам нужно привязать удобные слова и коннотации к людям и к идеям – провести такую практику, которую политики называют «вешаньем ярлыков». Если вы даёте определение всей проблеме, то это называется «обрамлением» – помещением всего спора в пределы вашей собственной риторической территории.

Вот особые **техники вешанья ярлыков:**

- **Изменение терминологии.** Не принимайте термины, которые использует ваш оппонент. Введите свои собственные.
- **Назначение новых определений.** Примите термины своего оппонента, но измените их коннотацию.
- **Определительное парирование.** Если термины вашего оппонента выгодны для вас, используйте их для атаки.
- **Определительное дзюдо.** Используйте такие термины, которые контрастируют с терминами вашего оппонента. Это создаёт такой контекст, в котором ваш оппонент предстанет в дурном свете.

Вот **техники обрамления:**

- Во-первых, вам нужно найти **общие слова** вашей аудитории, выгодные для вас.

- Далее вам нужно дать проблеме такое определение, которое поместит её в **наиболее широкий контекст** – то есть сделает так, что она будет отвечать ценностям широчайшей аудитории.

- Затем коснитесь **какой-нибудь частной проблемы** или какого-нибудь частного решения, обязательно при этом следя за тем, чтобы разговор шёл в **будущем времени**.

Средства определения подпадают под стратегию **позиции** – ментального места, которое вы занимаете в начале спора. Если факты работают против вас, дайте проблеме определение (или замените существующее). Если это не работает, покажите маловажность предмета спора. Если и это не сработает, покажите маловажность всего спора. В конце концов стратегия позиции (в нисходящем порядке) выглядит вот так:

- **Факты.**
- **Определение.**
- **Качество.**
- **Релевантность.**

Глава 13

Контролируйте спор

Каноны логики Гомера Симпсона

*Изнанка логоса
Болтать и дурак может, а умный –
разговаривает.*

Бен Джонсон

Довольно о заботе об аудитории и о её кормлении. Она уже думает, что вы бойскаут, вы уже прониклись её настроением, привели её в доверчивое состояние, пообещали ей обильные награды и извлекли из её сознания убеждения и желания. Давайте теперь извлечём выгоду из этой аудитории. Пора применить *логос* и достичь ваших целей.

Общее место даёт нам отправной пункт. В речи, которую Гомер Симпсон произносит перед группой австралийцев, он пользуется сразу двумя: ценностью безопасных улиц и предполагаемым пристрастием его аудитории к слабым людям и ботаникам.

ГОМЕР: Мы, американцы, перестали практиковать телесные наказания, и с тех пор наши дела стали как нельзя лучше. Улицы стали безопасными. Старики вальяжно шествуют по самым тёмным переулкам. А всяких слабых людей и ботаников почитают за их способности к программированию. Так позвольте же своим детям нарезать вдоволь, ибо, как говорится в одной поговорке, «позвольте своим детям нарезать вдоволь».

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Я так часто говорю о Гомере Симпсоне, потому что сериал «Симпсоны» блестяще высмеивает социальные недостатки Америки; юмор его основан на искривлении логики. Даже у Платона нет таких выразительных примеров игры с логикой.

Этот пассаж вдвойне примечателен ввиду логического использования в нем общих мест и смелого безразличия к фактам. Если

вы хотите, чтобы ваши улицы были безопасны, а ваших ботаников почитали, то, по версии Гомера, вам просто не нужно бить своих детей. (Действительно ли австралийцы хотят, чтобы их ботаников кто-то почитал, и являются ли безопасные улицы следствием небитых детей – эти вопросы выходят за рамки данной дискуссии.) Гомер потрясывает перед ними Выгодный приз, который, по идее, должен предлагать своей аудитории каждый рациональный убедитель, и уверенно шествует по тёмному переулку собственного невежества.

Для многих из нас одним из самых неприятных свойств спора является ощущение того, что мы недостаточно хорошо знаем проблему. Как бы ни были важны факты, в споре они не всегда вам доступны. В таких ситуациях, когда вы не можете их употребить, вам на помощь приходит *логос*. Он позволяет пропустить факты, если это нужно, и вместо них переключить внимание на рациональную стратегию, определения и прочие тонкие тактики.

Логос также хорошо работает и в интересах обороны, поскольку с ним вам не нужно удостоверяться в достоверности каждого своего аргумента. Что вы будете делать с ребёнком, утверждающим, что он выполнил своё домашнее задание? Как вам отреагировать на телевизионный ролик, который явно направлен против военного прошлого одного политического кандидата? Возможно ли слушать разговорное радио и при этом отличать факты от вымысла? Самые гнусные политические ролики, самые бездарные попытки продвинуть товар и самые глупые человеческие ошибки – всё это происходит исключительно из-за логического невежества.

Скудная логика влечёт за собой бесполезную трату времени и истощение бюджета. Дети используют её, чтобы издеваться над своими родителями: «У всех такое есть, а мне нельзя», «Всем это можно, а мне нельзя». Родители же отвечают на издевательства детей той же скудной логикой: «Если бы твои друзья прыгнули с моста...» Врачи убивают ею своих пациентов: «С вами всё в порядке, однако анализы показали...» Она может сделать вас излишне полным: «Ешь всё и будь благодарен – дети в Африке мечтают о таком». Кандидаты основывают на ней свои политические кампании. (Марко Рубио: «Для Америки пути назад нет».) Мы даже войны ведём на дурной логике: «Если мы прекратим сейчас, то тогда получится, что наши солдаты отдали свои жизни просто так». Убеждающие опросы, состоящие из лживых вопросов и

готовых ответов, являются прямым проявлением дурной логики: «Вы поддерживаете финансируемые государством аборт и право женщины на выбор?» Это не просто логическая педантичность. Тут речь идёт о кредитных линиях и линиях талии, о жизни и смерти, о самом будущем человечества!

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

ГИПЕРБОЛА – это чрезвычайно полезная риторическая фигура (полезная в ситуациях, когда нужно что-нибудь преувеличить); чтобы она лучше воспринималась, начните с малого и идите по возрастающей. Это работает в вопросах бюджета и диеты, жизни и смерти и о будущем человечества. Один из слоганов Лиги плюща – «Бог, люди и Йельский университет» – выстроен в обратном порядке. Но, может быть, его авторы полагали иначе.

Извините меня за мои гиперболы – которые, кстати, не обязательно нелогичны, несмотря на то что школьное образование или «Звёздный путь» вас могли обучить обратному. Моё логическое образование до колледжа полностью основывалось на мистере Споке из вышеупомянутого сериала. Спок научил меня тому, что всё, что мало-мальски отмечено влиянием эмоций или ценностей, является «нелогичным», и то обстоятельство, что я являюсь землянином, мешает мне делать трезвые суждения. Вулканцы могут быть логичными; остальные совершенно безнадёжны. Меня это устраивало, потому что его логика была во многом для меня удобна. Однако в риторике (и в некоторых ответвлениях формальной логики) эмоции далеко не во всех случаях являются вредным излишеством. Мистер Спок, как оказалось, не был никаким философом. Он просто был занудой.

Элементарная логика, которой обучают в образовательных учреждениях, конечно, является шагом вперёд по сравнению со «Звёздным путём», тем не менее даже она не применима ко многим жизненным ситуациям. Одна из причин этого состоит в том, что, в то время как риторика помогает нам понять, как происходит коммуникация между людьми, формальная логика находит в реальной жизни минимальное применение. Исключительно логический, *диалектический* аргумент очень походит на математическую формулу. Хотя диалектика сильно развивает ум и помогает выявлять

несовершенства и обманы, она слишком сильно зависит от правил, чтобы быть использованной в повседневной беседе. Более того, многие аргументы, считающиеся в формальной логике неверными, абсолютно уместны в риторике.

В этой главе мы будем иметь дело с формальной логикой – будем заниматься не разбором математических формул, а рассматривать логику так, чтобы её можно было реально использовать. В главах 14 и 15 мы разберём отдельные неточности и риторические ошибки, портящие аргументы.

Сократ и спорткары

Уже понятно, что *логос* – это больше, чем просто логика. Переводчики Библии интерпретируют его как «слово». Однако древние греки связывали *логос* также и с логикой, беседами, произнесением речей и всеми словами и стратегиями, которые могут быть употреблены в споре и аргументе. Средства *логоса* позволяют применять факты (если таковые имеются), ценности и установки к конкретной проблеме.

Риторическая логика, слава богу, функционирует иначе, чем логика, преподаваемая на уроках философии. Риторика гораздо менее скучна – это во-первых, и во-вторых, она гораздо более убедительна. В то время как философия презирает общественное мнение, в риторике убеждения аудитории по крайней мере настолько же важны, насколько важны факты. В целях убеждения риторика считает то, что ваша аудитория думает по поводу чего-то, настолько же ценным, насколько ценно то, что ваша аудитория знает наверняка. То, что ваша аудитория *считает* правдой, считается тем же, что и сама правда.

Чтобы показать вам, как работает риторическая логика, мне нужно будет сделать краткий – очень краткий – экскурс: общее описание философской логики, начинающееся с одного известного орудия пыток – *силлогизма*. Вам наверняка уже пришлось настрадаться от силлогизмов во время получения образования. Силлогизмы являются широко распространённым введением в логику, и они почти бесполезны в повседневных беседах. Кажется, сам Аристотель преследовал с силлогизмами одну-единственную цель: сделать их предельно скучными. Вот пример того, как он сам иллюстрировал силлогизм:

- Все люди смертны.
- Сократ – человек.
- Следовательно, Сократ смертен.

Многим силлогизмам присуще это свойство «ну, блин, да, действительно», но они выглядят гораздо более внушительно, если их поместить на экран. Маркетологи используют силлогизмы в диаграммах Венна – пересекающихся кругах, которые постоянно встречаются в презентациях, сделанных в пауэрпойнте. Допустим, автомобильные дизайнеры компании Ford огласили планы по производству нового маслкара под названием «Priaric», нацеленного на аудиторию мужчин возраста 25–40 лет, повёрнутых на тестостероне. Каков размер потенциального рынка? Команда маркетологов «Priaric» собирает статистику и оформляет её в виде кругов, которые она демонстрирует на следующем собрании менеджеров. Самый большой круг содержит годовое число покупателей автомобиля, второй круг содержит всех мужчин в возрасте от 25 до 40 лет, третий – число семей с такими доходами, которые могут позволить приобретение модели «Priaric». Цель – наложение слоя молодых мужчин на слой зажиточных семей. Три круга вместе образуют силлогизм: вещи, распределённые по категориям для того, чтобы привести к какому-то заключению.

ЗНАЧЕНИЯ

Евангелие от Иоанна, написанное на древнегреческом языке, начинается со слов: «В начале было слово». В оригинальном варианте слово звучит как *logos*. Это предложение можно также перевести следующим образом: «В начале был замысел». Философ и оратор раннего Возрождения по имени Эразм Роттердамский избрал следующий вариант: «В начале была речь». Эразм, обнаруживший многие произведения Цицерона в старых библиотеках и монастырях, считал совершенно естественной такую ситуацию, в которой Творец уговаривал или даже убеждал мир, чтобы тот появился.

Так же можно и силлогизм Аристотеля про Сократа уложить в диаграмму Венна. Начертите большой круг, изображающий всех смертных людей, поместите внутрь него круг с людьми, а затем поместите Сократа в круг людей. В масштабах рынка смертных людей

Сократ составляет одну единицу. Мастера логики называют такие рассуждения «категоричным» мышлением. Политическое навешивание ярлыков в основном опирается на этот вид логики: политики, по сути, просто пытаются забросить друг друга в дурные круги Вена, словно борцы сумо. Все демократы – это либералы, придерживающиеся принципа «облагай налогом и трать». Мой оппонент – демократ. Следовательно, мой оппонент – либерал, придерживающийся принципа «облагай налогом и трать».

Второй тип силлогизмов происходит от мышления по схеме «если так, то этак»:

- если большинство мужчин от 25 до 40 лет читают мужские журналы и

- если реклама в этих журналах зачастую связана с автомобилями,
- то нам нужно рекламировать «Ford Priaric» в мужских журналах.

Это формальная логика. Начните с чего-нибудь истинного, дополните это ещё одной истиной, и тогда вы придёте к заключению, которое, должно быть, также является правдой. Риторическая версия этого принципа работает несколько иначе, так как в ней вместо «истин» находятся решения и выборы. Установки и убеждения – общие места – работают так же хорошо, как и факты. Наши маркетологи автомобиля «Ford Priaric» могли использовать общее место «Девушкам нравятся мужчины в новейших спорткарах».

- если девушкам нравятся водители «Ford Priaric» и
- если вам нравятся девушки,
- то вам нужно приобрести «Ford Priaric».

Но эта версия рекламы понравится только похотливым профессиональным философам. Даже древние греки находили силлогизмы скучными, потому что мысль, которую они выражают, до боли ясна. Мысль о том, что рынок автомобиля «Ford Priaric» тесно связан с девушками, и так понятна.

Аристотель оживил риторическую логику, преобразив силлогизмы, устранив среднюю строку и избавившись от части про «если так, то этак». В результате получилось замечательное приспособление для споров под названием **энтимема**. Она задействует общее место – убеждение, ценность или установку – и использует его для совершения первого шага на пути к убеждению аудитории.

- Применим энтимему Аристотеля к автомобилю «Ford Priaric».

- Девушкам нравятся владельцы «Ford Priaric».
- Вам нужно приобрести «Ford Priaric».

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ЭНТИМЕМА. Логический сэндвич, в котором на общее место накладывается вывод. *Энтимема* означает «что-то, о чём думается». Она использует общее место – что-то, что думается аудитории, – для того, чтобы поддержать то или иное решение.

Когда реклама автомобиля изображает миловидную девушку, она просто-напросто употребляет энтимему Аристотеля, просто в иных выражениях. Реклама автомобиля, энтимема и надоедливые силлогизмы – всё это относится к **дедуктивной логике**. Она начинается с **предпосылки** – факта или общего места – и далее применяет её к определённому частному моменту, чтобы получилось заключение. «Все люди смертны» – это общая концепция. «Сократ – человек» – это частный момент. Заключение: «Сократ смертен».

Для многих из нас одним из самых неприятных свойств спора является ощущение того, что мы недостаточно хорошо знаем проблему. Как бы ни были важны факты, в споре они не всегда вам доступны.

Индуктивная логика работает обратным образом: она использует частные моменты и использует их для того, чтобы доказать предпосылку или заключение:

- Сократ, Аристотель, Цицерон и все другие люди, родившиеся более чем полтора столетия назад, мертвы.
- Энтимема предполагает пропуск очевидного утверждения «все они являются людьми».
- Следовательно, все люди смертны.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С ПИСЬМЕННОЙ РАБОТОЙ ИЛИ С ЗАМЕТКОЙ

Используйте энтимему, чтобы постановить свой центральный аргумент. Выберите общее место или общепринятую аксиому и свяжите это со своим заключением. «Чтобы наш магазин стал более заметен и привлекал к себе

большую клиентуру, нам нужно упростить логотип». Используйте эту фразу в качестве предисловия к вашей работе или заметке.

Дедукция начинается с общих моментов и развивается в сторону частных: предпосылка доказывает примеры. Индукция начинается с частных моментов и развивается в сторону общих: примеры доказывают предпосылку. Шерлок Холмс, применявший общепринятые принципы – общие места – к своим наблюдениям в знаменитом собрании детективных сочинений, сделал дедукцию обиходным словом. В «Скандале в Богемии» Холмс догадывается, что бедный простодушный доктор Ватсон был под дождём (В Лондоне? Быть такого не может!) и что у него была некомпетентная прислуга.

ХОЛМС: Проще простого! Мои глаза уведомляют меня, что с внутренней стороны вашего левого башмака, как раз там, куда падает свет, на коже видны шесть почти параллельных царапин. Очевидно, царапины были сделаны кем-то, кто очень небрежно обтирал края подошвы, чтобы удалить засохшую грязь. Отсюда я, как видите, делаю двойной вывод, что вы выходили в дурную погоду и что у вас очень скверный образчик лондонской прислуги^[8].

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

Паралипс («умолчание») предполагает упоминание чего-то путём произнесения слов о том, что вы не собираетесь это упоминать. Это не фигура «не говоря уж о», как, например, в «не говоря уж о том, что ты храпишь как бульдозер». Паралипс создаёт мимолётное впечатление того, что вы звучите честнее, чем вы на самом деле являетесь: вы отрицаете то, что вы будете бить лежащего, в то время как вы с размаху бьёте его ботинком по рёбрам.

Умалчивая фетишистский тон этого пассажа, мы видим, что шерлоковская дедукция работает так же, как и энтимема Аристотеля:

- если подошва башмака со следами обтирки означает небрежную обтирку и
- если небрежная обтирка производится некомпетентной прислугой, то

- у господина с небрежно обтёртым башмаком некомпетентная прислуга.

Холмс, так же как и Аристотель, пропускает среднюю строку – небрежная обтирка – это то же, что и некомпетентная прислуга, – потому что его напыщенная викторианская аудитория и так это знает.

Так же и Энни могла использовать дедуктивную логику энтимемы, чтобы склонить Кэти к отдаванию своего голоса за Демократическую партию.

ЭННИ: Все политики схожи в своём отношении к налогам; разница только в том, что республиканцы не признают этого. Если бы мне приходилось выбирать между двумя политиками, я бы проголосовала за честного.

Если эти слова перевести в форму пары силлогизмов, то логика работает следующим образом:

- если политики схожи в своём отношении к налогам и
- налоги – это плохо,
- то тогда получается, что все политики одинаково плохи.

Но:

- если республиканцы лгут о поднятии налогов и
- если ложь – это плохо,
- то республиканцы хуже, чем демократы.

Поскольку Кэти, вероятно, судя по всему, ненавидит и налоги, и ложь, то Энни может пропустить среднюю строку в обоих силлогизмах. Дедукция на самом деле довольно элементарна, как сказал бы наш самодовольный детектив. Примените что-нибудь такое, во что верит ваша аудитория – факт или общее место, – и примените эту предпосылку к решению или заключению, которое вы хотите, чтобы ваша аудитория приняла. Пропустите ту часть, которая сама собою разумеется – налоги плохие, врать плохо, – и вуаля! вы получаете энтимему.

Дедуктивная логика начинается с общей предпосылки и развивается в сторону частных моментов, применяя факт или общее место (все политики похожи) к определённой ситуации (выборы). Предпосылка – это **доказательство**. Решение, которое вы хотите, чтобы ваша аудитория приняла, – это **заключение**. У каждого логического аргумента есть доказательство и заключение.

В осмысленном споре заключение – это *выбор*: вы можете взять свой зонтик или вы можете рискнуть. Убедитель несёт на себе бремя доказательства; он должен оправдать то решение, которое он хочет, чтобы вы приняли. Он может доказать свою мысль двумя способами:

Примеры. В таком типе спора свидетельства ведут либо к предпосылке, либо к заключению. Это *индуктивная логика*. «Девять из десяти стоматологов рекомендуют зубную пасту «Dazzle». Стоматологи – это примеры. Они представляют доказательство. Если они считают, что это работает, то, скорее всего, и вы будете так считать. С другой стороны, если бы в рекламе говорилось: «Девять из десяти беззубых уголовников рекомендуют зубную пасту «Dazzle», то вы бы вряд ли стали её покупать. Доказательство не убедительно.

Предпосылки. Это часть *дедуктивной логики*. Предпосылка – это что-то такое, что аудитория знает или во что она верит.

Это то, что касается доказательств. Заключение же в осмысленном споре – это выбор – решение, которое вы хотите, чтобы ваша аудитория приняла. Хотя иногда сложно отличить доказательство спора от его заключения. Вот два способа обнаружения доказательства.

Если вы уже согласны с частью спора, то эта часть, возможно, содержит в себе и доказательство. Возьмите «ешь фасоль, потому что она полезна». Вы уже знаете, что фасоль полезна, так что это и является доказательством. Выбор – есть фасоль или не есть. Если вы и без того собирались её съесть, то и спора как такового нет.

Ещё один способ обнаружить доказательство – найти слова «потому что». Они обычно ведут к объяснению: «ешь фасоль, «потому что она полезна». Часто аргументы звучат просто как «потому что» без объяснения причин.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ОБНАРУЖИТЕЛЬ ДОКАЗАТЕЛЬСТВ. Доказательство состоит из примеров и предпосылки. Предпосылка обычно начинается со слов «потому что» или подразумевает их.

И ещё способ: «Проголосуй за Республиканскую партию, и налоги не будут расти». Если вам тяжело найти объяснение в этом аргументе, перестройте его так, чтобы посередине располагались слова «потому что». Если предложение с «потому что» теряет смысл, то, возможно, кое-кто не прав. В этом случае, правда, всё хорошо состыковывается:

«Проголосуй за Республиканскую партию, потому что так налоги не будут расти».

Попробую использовать технику «потому что», чтобы поиздеваться над интервьюерами, проводящими социологические опросы.

ИНТЕРВЬЮЕР: Будете ли вы голосовать за Демократическую партию и защищать средний класс?

Это классический пример убеждающего опроса – аргумента, неумело выдаваемого за опрос.

Я: То есть я должен отдать свой голос Демократической партии *по той причине*, что это поможет среднему классу?

ИНТЕРВЬЮЕР: Я не уполномочен отвечать на вопросы.

Я: Я должен ответить на вопросы. Вы ни одного не задали.

ИНТЕРВЬЮЕР: Нет, сэр, задал. Я сказал...

Я: Вы правы. Вы даже два вопроса задали: планирую ли я проголосовать за Демократическую партию и собираюсь ли я помочь среднему классу. На какой из них я должен ответить?

ИНТЕРВЬЮЕР: [Цыкает].

У меня однажды был дедуктивный диалог с одним подписчиком моего блога. Эта женщина по имени Марта возражала против моих обвинений приверженцев идеи разумного замысла в том, что те «похитили Бога и заставили его преподавать биологию».

МАРТА: Чем именно вас не устраивает преподавание *обоих* подходов – и разумного замысла, и эволюции? Разве это не похищение Дарвина и принуждение его к преподаванию биологии? С каких пор здравомыслие предполагает веру в *один-единственный* подход, убеждение, теорию и прочее?

Я: Уж поверьте мне, я полностью поддерживаю преподавание *обоих* вариантов, если таковые имеются. Однако в этом случае – в случае с креационизмом и биологией – мы наталкиваемся на логическое несоответствие. Если люди, поддерживающие разумный замысел, отказываются назвать автора замысла, то их утверждения теряют смысловое содержание – получается диссонанс, к которому известный язычник Аристотель питал откровенное отвращение. Если же они *могут* назвать автора замысла, то тогда они автоматически попадают в область веры, но не в область науки.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК В СВОИХ СОБСТВЕННЫХ СПОРАХ И АРГУМЕНТАХ

Ваши оппоненты часто будут начинать свои аргументы с общих мест, так же как это сделала Марта. Попробуйте использовать уступку, так же как это сделал я. Подумайте, можете ли вы согласиться с общим местом оппонента; затем покажите ему, что это общее место не подходит к его заключению. Преподавание обеих сторон хорошо, с этим я согласен. Но креационизм и биология – это не две стороны. Это сторона яблока и сторона апельсина.

Марта предложила хорошую энтимему: её предпосылка – в каждой проблеме есть две стороны – это общее место, с которым мы с ней согласны. Её заключение состоит в том, что курсы про эволюцию должны также включать в себя и преподавание другой стороны. Однако я воспользовался дедукцией, чтобы доказать, что тут *нет* двух сторон – есть только два отдельных друг от друга аргумента: аргумент науки и аргумент веры. Я дал ей пару энтимем – силлогизмов без средней строки, постулирующей вещи, которые и без того очевидны и понятны.

- если люди, поддерживающие разумный замысел, отказываются назвать автора замысла
- и если допускается, что такие утверждения в логическом споре требуют наличия смысла,
- то разумный замысел – это не логический аргумент.
- если же сторонники разумного замысла называют автора этого замысла
- и если такой метафизический автор должен находиться за пределами области науки,
- то разумный замысел – это не наука.

Увидела ли Марта ошибочность своих взглядов и стала ли она заклятым врагом разумного замысла? Сомневаюсь. Она слишком умна для этого. К тому же она могла ответить мне замечанием того, что не нужно называть автора, чтобы знать, что что-то сделано с участием интеллекта. В данный момент я печатаю на ноутбуке, сделанном людьми с возможной помощью роботов. Иными словами, сделанном с участием интеллекта.

Но я не пытался убедить Марту; моей аудиторией были читатели моего блога – горделивое сообщество повернутых людей, – которые

приходят в экстаз от избалованной ошибки. Странно, однако же, то, что я действительно *убедил* её – не о разумном замысле, а о своём блоге. Она сначала отписалась, но после прочтения моего ответа она передумала.

МАРТА: Это хороший аргумент. Я бы хотела услышать обе стороны... Пожалуйста, восстановите моё членство.

После этого она соблазнила меня – риторически, разумеется, – с помощью лести.

МАРТА: Честно говоря, я больше смеюсь, чем злюсь, когда я получаю вашу ежедневную рассылку про риторические фигуры... Да нет, я не просто смеюсь, а очень сильно смеюсь – так сильно, что моё начальство думает, что я люблю свою работу.

Почти что можно было сказать, что Марта побила меня. Когда я вернул её себе как подписчика, она победила меня, заставив меня пообещать себе впредь дважды думать перед тем, как снова начать разносить интеллектуальные способности людей, верящих в разумный замысел. Видите, сколько может вам дать небольшой компромисс? Я даже начинаю думать про себя: как чудесен этот риторический мир! Ну, по крайней мере я так думаю до тех пор, пока не наткнусь на очередного комментатора в моём блоге, называющего меня «безбожным ублюдком».

Я не безбожный.

Моцарт соблазняет преисподнюю

Риторическая дедукция проходит по следующей схеме: *предпосылка, следовательно, заключение*. Вы верите в это, так что вам нужно делать то-то. Это энтимема. Правда, я боюсь, что в случае с Энни её энтимема о том, что все политики похожи друг на друга, может не сработать. У этой энтимемы проблема с общим местом: Кэти, вероятно, не верит в то, что все политики похожи друг на друга. Она думает, что демократы и республиканцы – это очень разные виды. Энни придётся придумать какое-нибудь более серьёзное доказательство, прежде чем она начнёт сеять сомнения в сознание Кэти.

ЗНАЧЕНИЯ

Если вам трудно запомнить разницу между дедуктивной и индуктивной логикой, то задумайтесь об их корнях. *Индукция* происходит от латинского слова «вызывать», или «влечь за собой». Индуктивная логика следует по определённому маршруту, подбирая определённые мысли и идеи, которые в конце концов приводят к концу аргумента. *Дедукция* (и в смысле риторики, и в смысле расходов) означает «забирать». Дедуктивная логика использует общее место, забирая его с тем, чтобы применить его к какому-нибудь примеру. Если и это не работает, то вообще пропустите эти термины и пользуйтесь теми аргументативными средствами, что вам нравятся.

Аристотель вновь приходит на помощь, на этот раз с братом-близнецом дедукции – индукцией. В риторике индуктивная логика для своих доказательств использует не общие места, а примеры. Индукция отлично помогает в таких случаях, когда общие места вашей аудитории не подходят вам.

В аргументе Энни индукция выглядела бы так:

ЭННИ: Я живу в республиканском штате, и мои налоги всё возрастают. Твой мэр республиканец, и только посмотри на то, как сильно налоги выросли в твоём городе. К тому же конгресс продолжает брать займы. Как, по-твоему, они уменьшат дефицит госбюджета? Из всего этого следует, что обе партии неизбежно поднимут налоги. Демократы просто честны в этом смысле. Если бы мне пришлось выбирать между двумя политиками, я бы предпочла честного.

Это индуктивная логика. Примеры Энни доказывают, что республиканцы поднимают налоги. Следовательно, вам нужно голосовать за ту партию, которая не будет об этом лгать. Разумеется, Энни не доказывает, что республиканцы поднимают налоги так же, как демократы. Но это уже дело Кэти.

Можно скомбинировать дедукцию и индукцию, и тогда получится особенно сильный аргумент. В этом случае ваше доказательство состоит из двух частей: из примеров и из предпосылки. И снова мы обращаемся к логической пиротехнике Гомера Симпсона, дабы показать то, о чём сейчас идёт речь.

ГОМЕР: Я не плохой человек! Я много тружусь, и я люблю своих детей. Так полвоскресенья слушать про то, как я попаду в ад?

ЗНАЧЕНИЯ

Точка зрения, которую вы доказываете, иллюстрируя примерами, технически называется *парадигмой* – правилом, применяемым вами к тому решению, которое вы хотите, чтобы приняла ваша аудитория.

Прекрасный пример использования логической индукции в качестве аргумента.

Примеры Гомера – он много трудится, он любит своих детей – показывают, что он не такой уж и плохой человек. Установив предпосылку, свидетельствующую о том, что он хороший человек, он переходит прямо к заключению: церковь для него – это лишь пустая трата времени. Подтверждаются ли его доводы примерами или нет – это предоставляется суду аудитории. И Бога. Но логика тем не менее работает.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

РИТОРИЧЕСКИЙ ПРИМЕР: факт, сравнение или рассказ.

Гомер в каком-то смысле приводит **факты**. Это один из видов примеров.

Но его примеры – это на самом деле больше **сравнение**, чем факты. Сравнение – это вторая разновидность примеров. Он работает и любит своих детей больше, чем среднестатистический прихожанин.

Есть ещё третий вид примеров – **рассказ**. Он может принимать форму шуток, басен и различных поп-культурных зарисовок. Большинство примеров, приводимых мною в этой книге, относятся именно к категории рассказов.

Давайте воспользуемся всей логикой, которую мы обрели в этой главе. Допустим, я хочу убедить вас пойти сыграть в покер, вместо того чтобы идти на концерт музыки Моцарта, как вы предполагали раньше. Я начинаю с энтимемы:

Я: Ты хочешь расслабиться, ведь так? Ну тогда всё понятно. Будешь играть в покер.

**ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ
ПРЕЗЕНТАЦИИ**

Разработайте логический план. Во-первых, сконструируйте такую энтимему, которая задействует что-то такое, во что верит ваша аудитория. Это как бы даст обзор всей вашей речи. Остальная часть плана строится на индуктивной логике. Перечислите факты, сравните свой аргумент с аргументом оппонента и приведите по крайней мере один анекдот, который иллюстрирует вашу мысль на локальном уровне. Изучите речи Рейгана, и вы обнаружите, что в большей их части используется именно этот логический метод. Или же перейдите прямо к 26-й главе этой книги, где Цицерон покажет вам, как спланировать свою речь.

Это дедуктивная логика. Вы хотите расслабиться. Следовательно, давайте сыграем в покер. Я пропускаю то, что могло бы стать средней строкой силлогизма: покер больше расслабляет, чем Моцарт. Вы это и так знали. Но, опять же, может быть и так, что не знали. Может быть, мне лучше использовать индуктивную логику – факты, сравнения и рассказы, – чтобы утвердить нашу предпосылку о том, что покер расслабляет лучше, чем Моцарт.

ФАКТ:

Я: Ты сам говорил, что ничего так не расслабляет, как хорошая сигара и три туза.

СРАВНЕНИЕ:

Я: А во время концерта музыки Моцарта разрешают пить пиво? А? Разрешают?

РАССКАЗ:

Я: Я знаю одного парня, который ходил на оперу «Дон Жуан» несколько лет назад. Он страдал на протяжении всей оперы, от начала и вплоть до самого конца, когда он схватился за сердце и упал замертво. Последнее, что он увидел перед смертью, – это как Дон Жуана низвергло в ад.

Предлагаю вам воспользоваться похожим аргументом со своим возлюбленным в следующий раз, когда вы соберётесь куда-нибудь пойти. Выявите общие места своего партнёра: сквозит ли в разговорах тема расслабленности, когда вы планируете свидание, или же вновь и вновь слышите, как повторяются упоминания скучности?

А теперь примените общее место к самому аргументу: «Так как [общее место], то нам лучше [ваш выбор]».

Приведите несколько примеров: факт, сравнение, или рассказ, или же всё вместе. Ну и всё. Идите собирайтесь, вам пора выходить.

Средства

Историк Колайер Меривезер писал, что основатели Соединённых Штатов Америки были мастерами риторического *логоса*. «Они знали, как построить аргумент, как возвести логическую крепость; за такими занятиями они справляли досуг с молодых лет. Они выстраивали всевозможные цепи слов, они исследовали прошлое... они это делали годами». Теперь и у вас есть фундамент, на котором вы можете возвести свою собственную логическую крепость. Вообще, лучше возвести что-то вроде логического коттеджа; истинно талантливый убедитель удобно располагается в своих логических чертогах и не боится впустить в них других людей. Не волнуйтесь. Мы разберём ещё множество различных средств, которые помогут вам почувствовать себя в логическом пространстве как дома.

Начали мы с базовых средств *логоса*.

- **Дедукция.** Дедуктивная логика применяет общий принцип к конкретной проблеме. Риторическая дедукция использует общее место, чтобы привести к заключению, интерпретируя обстоятельства через призму убеждений и ценностей.

- **Энтимема.** Логический сэндвич, включающий в себя дедуктивную логику. «Нам нужно [*выбор*], потому что [*общее место*]». Аристотель взял силлогизм из формальной логики, упростил его и перенёс с базы общепринятой истины на базу общего места.

- **Индукция.** В риторике индукция – это аргумент, основанный на примере. Такой вид логики начинается с частного момента и развивается в сторону общих моментов. В то время как дедуктивная логика интерпретирует обстоятельства через существующее убеждение – общее место, – индуктивная логика использует обстоятельства для того, чтобы *создать* убеждение. Она лучше всего работает тогда, когда вы не имеете точного мнения об общих местах вашей аудитории.

- **Факт, сравнение, рассказ.** Три вида примеров, которые можно использовать в индуктивной логике.

Оборона

Глава 14

Выявите ошибки

Семь смертных логических грехов

Случалось ли хоть раз, что тот, кто обладает Истиной, был повержен?

Джон Мильтон

ГОМЕР: Лиза, хочешь пончик?

ЛИЗА: Нет, спасибо. У тебя нет ли фруктов?

ГОМЕР: А вот в этих пончиках вон есть что-то фиолетовое. Фиолетовое – это фрукт.

«Симпсоны»

Способы использования логики в качестве щита

Далеко не все ошибки трудно обнаружить. Ошибка Гомера очевидна: он смешивает цвет предмета с самим предметом. Это такая же ошибка, что и в следующем примере:

Слоны – это животные. Вы – животное. Значит, вы слон.

Но это уже вообще бред; разумеется, невозможно, чтобы кто-то воспринял это всерьёз. Однако самые коварные ошибки, с другой стороны, вовсе не кажутся таковыми до тех пор, пока на них специально не останавливаются.

Существуют десятки логических ошибок. Я собрал те, что наиболее часто встречаются в повседневной жизни, и распределил их по семи логическим грехам. Однако грехи хоть и помогают вам понять, о чём сейчас идёт речь, вам не нужно их запоминать – и уж тем более вам не нужно запоминать формальные названия ошибок (если вы, конечно, не хотите впечатлить (или раздражить) своих друзей).

Все логические ошибки сводятся к... дурной логике. В логике осмысленного спора у вас есть доказательство и выбор. В 13-й главе мы увидели, как работает дедуктивная логика. Она начинается с того, что

ваша аудитория знает или во что она верит, – с общего места, – и применяет это к конкретной ситуации, чтобы доказать ваше заключение. В дедукции в качестве вашего доказательства используется общее место. В индукции же им является набор примеров.

Так что для того, чтобы понять, скрыта ли в споре ошибка, вам нужно задать себе следующие три вопроса:

1. Прочны ли доказательства?
2. Дано ли мне верное количество вариантов?
3. Ведёт ли доказательство к заключению?

Полагаю, мне следует добавить четвёртый вопрос:

4. Кому какое дело?

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Я допустил ошибку, сказав: «Все логические ошибки сводятся к дурной логике». Как вы увидите, в этом заявлении есть *тавтология* – повторение одного и того же, как будто я пытаюсь что-то доказать. Политики обожают этот трюк.

Если честно, то и не нужно, чтобы кому-то было дело, учитывая, что вы сами никогда не попадаетесь на ошибки. Вообще говоря, одно из важнейших отличий формальной логики от искусства убеждения заключается в отношении к правилам. В логике логические ошибки запрещены – и точка. Допустите ошибку – и логика бьёт в гонг, знаменуя ваш уход со сцены. (Не будем обращать внимание на то, что в формальной логике никакой сцены как бы и нет – она существует только в теории.)

В риторике, с другой стороны, практически отсутствуют правила. Вы можете совершать ошибки сколько вашей душе угодно, покуда вам это сходит с рук. Бремя обнаружения ошибок лежит на плечах вашей аудитории; если она вдруг заметит их, то можете распрощаться со своим *эмосом*. Ваша аудитория будет считать вас либо подлецом, либо глупцом. Так что, пока вы не совершили ошибку, вам лучше знать о том, какие они бывают.

К тому же, допуская, что вы наверняка уже попадались на логические трюки, как и большинство людей вообще, эта глава будет полезна как оборонительное средство. (В 15-й главе мы рассмотрим более продвинутую версию логической обороны.) Способность обнаруживать ошибки помогает защищаться – защищаться от

политиков, от торгашей, от книг про диету, от врачей, даже от собственных детей. Всё, что требуется, – это найти слабое доказательство, неверное количество вариантов или несоответствие доказательства заключению.

Слабое доказательство включает в себя три греха: ложное сравнение (сваливание примеров в неподходящие категории), плохой пример и невежество как доказательство (утверждение того, что *недостаток* примеров может служить доказательством чего-то).

Неверное количество вариантов состоит из одного серьёзного греха – ложного выбора: предложения двух вариантов, в то время как доступно большее их количество, или превращения двух или трёх проблем в одну.

Несоответствие доказательства заключению приводит к тавтологии (в которой доказательство и заключение – это одно и то же), увиливанию (неявному отвлечению) или неверному завершению, заключающемуся в том, что доказательство не приводит к выводу.

Я дальше продемонстрирую некоторые ошибки – в том числе и для того, чтобы показать вам, что я знаю, о чём говорю. Семь грехов открывают совершенно поразительное разнообразие способов, с помощью которых люди хитрят, врут и воруют. Вы, главное, не забывайте, что все они сводятся к слабым доказательствам, неверному количеству вариантов или отсутствию связи между доказательством и выводом.

Первый смертный грех: ложное сравнение

Сливы и виноград бывают фиолетовыми, но их цвет не делает фиолетовый цвет тем же, чем является виноград. Вам не нужно быть Аристотелем, чтобы понять это. Однако задумайтесь: сколько потребителей попадались на такую же ошибку?

Полностью из натуральных ингредиентов.

Возможно, это так не выглядит, но утверждение про полную натуральность является той же ошибкой, что и высказывание про то, что «фиолетовый цвет – значит, это фрукт». Если ингредиент относится к той же группе, что хороша для вас (натуральные продукты, свежая фиолетовая еда вроде винограда), то и сам ингредиент должен быть хорош для вас. Однако ботулизм тоже натурален, но он совсем не

хорош для вас. (Стоит ли говорить о различных языковых тонкостях, к которым не переставая прибегают производители. «С натуральными ингредиентами» и «полностью из натуральных ингредиентов» – на первый взгляд эти фразы кажутся очень близкими по смыслу и едва отличимыми друг от друга. Однако первая прямо говорит о том, что что-то тут не то. Добавьте грамм вишневого сока и грамм пшеницы к химической формуле пончика – и вуаля! С натуральными ингредиентами. Даже целых два натуральных ингредиента.)

ЧТО ДЕЛАЕТ ЭТО ГРЕХОМ

Примеры не прочны. Почему? Потому что они помещены в неверную категорию. Представьте пресловутые круги Венна. Фиолетовый цвет – это большой круг. Свежая пицца – это ещё один большой круг. Виноград попадает в область наложения одного круга на другой. Однако фиолетовый цвет всё равно полностью не уместается в свежем круге. Все остальные ошибки, которые я перечисляю в описании этого греха, отличаются той же проблемой.

Ошибка полной натуральности можно обнаружить, если разделить её пополам.

«Внутри этого пончика что-то фиолетовое, фиолетовое – это фрукт, стало быть, вам следует съесть этот пончик». «Фруктовость» фиолетовой начинки являет собой «причину».

Однако фиолетовый цвет – это не фрукт; следовательно, доказательство в этом случае не прочное, а провальное. Если бы я сказал: «В этом пончике содержится начинка из виноградного джема, виноград – это фрукт, так что этот пончик – это фрукт», то тогда доказательство (виноградного джема, виноград) было бы убедительным. Но аргумент всё равно был бы ошибочным. Доказательство – даже корректное – обязано привести к заключению. То обстоятельство, что пончик *содержит в себе* фрукты, не делает его фруктом. Это ложное сравнение.

Маленькие дети, по-видимому, питают страсть к доказательствам, учитывая их любовь к слову «почему».

ЗНАЧЕНИЯ

Одна из категорий ошибок – это *амфиболия*, логическая версия загадок вроде «казнить нельзя помиловать». Сюда же можно отнести и ту неразбериху с натуральными ингредиентами, о которой говорилось выше.

РОДИТЕЛЬ: Не заходи в гостиную.

РЕБЁНОК: Почему?

РОДИТЕЛЬ: Потому что собаку вырвало.

РЕБЁНОК: Почему?

РОДИТЕЛЬ: Потому что твой отец накормил её сосисками.

РЕБЁНОК: Почему?

РОДИТЕЛЬ: Пойди спроси его.

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

ОШИБКА ПОЛНОЙ НАТУРАЛЬНОСТИ.

Предполагается, что у всех членов семьи одинаковые черты.

Это может объяснить их столь же великую любовь к выбору неудачных причин.

РЕБЁНОК: Почему ты не хочешь отвезти меня в школу? Все *другие* родители возят своих детей в школу.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК В АКАДЕМИЧЕСКОМ СООБЩЕСТВЕ

Администрация высших учебных заведений любит говорить о том, как каждое такое заведение уникально, но при этом в действительности ситуация такова, что всё, что они делают, – это подражают друг другу. В 1980-х годах участники Лиги плюща стали больше поощрять таких исследователей, которые сосредоточивались на чём-то конкретном, чем традиционных энциклопедистов, и это быстро вошло в моду. Исследователь, не согласный с такой политикой, может спросить администрацию своей альма-матер, в каких ещё заведениях она практикуется. Если администратор вручит этому исследователю список с умным видом, то исследователь может заявить ему: «Вот знаете, когда мои дети говорят: «Все остальные так делают», я спрашиваю их: «А вы не хотите быть выше других?»»

Другие родители возят своих детей в школу; следовательно, вы должны отвезти своего ребёнка. Ребёнок ошибочно сравнивает своих родителей со всеми остальными родителями. В чём ошибочность? Во-первых, не все родители являются шоферами; какие-то родители наверняка приучают своих детей ездить на автобусе. А что касается других, то родители данного ребёнка, как оказалось, не являются родителями других детей; то, что хорошо для других, не обязательно хорошо для этого ребёнка. Как ответить ребёнку? Во-первых, неплохо было бы поднять самоуверенность ребёнка.

РОДИТЕЛЬ: Счастье моё, да это же энтимема Аристотеля!

А теперь раздавите его.

РОДИТЕЛЬ: Но я вижу Вэня Хо на автобусной остановке каждое утро. Даже если бы все остальные водители подвозили своих детей, то твои доказательства всё равно не поддерживают твой выбор.

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

ОБРАЩЕНИЕ К ПОПУЛЯРНОСТИ. «Если все остальные дети это получают, то и я должен это получить». Предпосылка не подтверждает заключение.

Ребёнок, вероятно, не поймёт ни слова из того, что вы ему сказали, но в какой-то момент он начнёт понимать, и с этого момента будьте строго начеку. Может случиться так, что вы больше не победите ни в одном споре. Тем временем, если вы расположены особенно вредно, назовите ошибку ребёнка: **обращение к популярности**, которое призвано оправдать выбор говорящего (того, кто допустил эту ошибку) тем, что другие тоже сделали этот выбор. Мои дети скорее стерпели бы классическую порку, чем стали слушать, как я даю наименования их ошибкам.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

А как же убеждение, основанное на нраве? Разве обращение к *этосу* не является обращением к популярности? Действительно, является. Это одна из логических ошибок, которые на самом деле поощряются в риторике, как вы сможете увидеть в следующей главе.

Если бы вы просто воспользовались родительским клише вместо логики, то вы сами были бы повинны в совершении похожей ошибки.

РОДИТЕЛЬ: А если бы родители всех других детей сказали им спрыгнуть с моста? Ты бы спрыгнул?

Джон Локк, философ (и профессор риторики!), описавший множество логических ошибок в начале XVIII века, с ходу увидел бы здесь ошибку. Вероятность того, что родители всей школы могли предложить массовое самоубийство, крайне низка, что делает вашу ошибку **reductio ad absurdum** – сведением аргумента к абсурду. Вы ошибочно сравнили поездку до школы с прыжком с моста. Доказательство осыпается, и заключение разваливается.

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

REDUCTIO AD ABSURDUM. Сведение аргумента к абсурду. Приведение неправдоподобной предпосылки.

Логика может избавить вас от необходимости довозить своего ребёнка в школу на автомобиле, и она может больше. Она также может спасти вашу жизнь.

ВОДИТЕЛЬ: Мне не нужно сбавлять скорость. Я ещё ни в одну аварию не попадал.

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

ОШИБОЧНОСТЬ АНТЕЦЕДЕНТА. Раньше этого никогда не происходило – значит, это никогда не произойдёт. Или: это уже случилось однажды – значит, это не повторится. Ещё один ответ ошибочности антецедента: «Со смертью шутки плохи». Или – для определённой аудитории: «Да уж, карма у вас, должно быть, ужасна».

Поскольку никаких примеров здесь нет – только один водитель-охотник до адреналина, – вам нужно найти причину. Он думает, что может безопасно ехать на высокой скорости, потому что у него благополучный водительский стаж. Ведёт ли это доказательство к заключению? Предполагает ли идеальный водительский стаж вашу безопасность? Быть может, он увеличивает вероятность того, что ваша поездка пройдёт без чрезвычайных происшествий, но, честно говоря, если сопоставить эту вероятность с буйным нравом водителя, то

больше хочется поехать на автобусе. Его утверждение – это форма ложного сравнения: поскольку то, что он делал в прошлом, идеально, – значит, и будущее его тоже будет безупречным. Официальное название этой логической ошибки – **ошибочность antecedента**, но вряд ли вы будете беспокоиться о корректности своих терминов на скорости 130 километров в час. Попробуйте лучше уступить ему.

ВЫ: Я нисколько не сомневаюсь в том, что вы превосходный водитель, но я боюсь такой быстрой езды. Хотя тогда мои слова не имеют смысла... Что-то я запутался.

Или, если вас устраивает перспектива разборок на высокой скорости, то можете попробовать дать резкий ответ.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Два раза не умирают, знаете?!

Ещё одно неправильное ложное сравнение – **ложная аналогия** – повсеместно распространено в политической среде Соединённых Штатов.

КАНДИДАТ: Я успешный бизнесмен. Изберите меня в качестве мэра, и тогда я буду успешно управлять городом.

Так, мужик много заработал в бизнесе. Проблема только в том, что мэрия – это не предприятие. Многие предприниматели имеют успешную политическую карьеру, но по крайней мере столько же предпринимателей проваливаются в политике. Предприниматели много раз убеждались, что в государственной службе политические навыки ценятся куда выше, чем навыки ведения бизнеса.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Я проголосую за вас, если вы выделите мне дивиденды и позволите мне продать мою долю города.

Ложные сравнения также вызывают жуткие арифметические просчёты.

ВЫ: Наша прибыль в этом финансовом году выросла на двадцать процентов.

ДРУГ: А в начале года какие показатели были?

ВЫ: Двенадцать процентов до вычета налогов.

ДРУГ: Вау, так тогда твоя прибыль, получается, составляет тридцать два процента!

ЧТО НЕ ТАК С ЭТИМ АРГУМЕНТОМ?

«Моя собака не кусается». Это классическая ошибочность антецедента.

Доказательство состоит в том, что ваша прибыль началась с отметки в двенадцать процентов и выросла на двадцать процентов. Так в чём тогда проблема? Двенадцать плюс двадцать равняется тридцати двум, разве нет?

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

ЛОЖНАЯ АНАЛОГИЯ. Это у меня хорошо получается – значит, я так же хорош и в другом, пусть даже другое не связано с этим.

Эта проблема называется **ошибкой единицы измерения**, заключающейся в принятии одной единицы измерения за другую. В сфере бизнеса эта ошибка допускается постоянно. Чтобы избежать её, постарайтесь постоянно помнить о разнице между куском пирога и всем пирогом. Я даю вам кусок, который равняется восьмой части пирога. Вы говорите, что он маленький. Я даю вам ещё один крохотный кусок, который равняется пятой части того куска, который я вам дал в первый раз. Я ведь не даю вам пятую часть пирога, верно? Процентная доля – это кусок пирога. Процентная доля процентной доли (двадцать процентов двенадцатипроцентной прибыли) – это не часть целого. Если вы всё ещё испытываете затруднения, то просто запомните следующее правило: никогда не считайте проценты без калькулятора.

ЧТО НЕ ТАК С ЭТИМ АРГУМЕНТОМ?

Когда я сказал одной жительнице Нью-Йорка о том, что сам рублю себе дрова, она ужаснулась: «Как у вас это получается?! Деревья ведь иногда издают такой душераздирающий визг, когда их рубишь!» Да, действительно, иногда издают. Но человекоподобный визг не делает деревья подобными людям. Она сделала ложную аналогию под названием «антропоморфизация», также известную как **патетическая ошибка**. Обратный вариант этой ошибки можно увидеть в таких случаях, когда сексуальных маньяков называют «хищниками», а других преступников – «животными». Это ложная аналогия:

поскольку они ведут себя бесчеловечно, то они должны относиться к другому биологическому виду.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Эти двадцать процентов получились без учёта уже имеющейся стопроцентной прибыли. Так что получается так, что у нас прибыль сто двадцать процентов!

Более простая версия ошибки единицы измерения помогает увеличивать прибыль от продаж продуктов для повседневного бытового использования. Эта коробочка стирального порошка стоит меньше, чем коробочка такого же размера, стоящая рядом с ней; однако более дешёвая коробочка по какой-то таинственной причине весит меньше, чем более дорогая. Цена за единицу товара – сумма денег, которую вы платите за грамм порошка, – в случае с «дешёвым» порошком оказывается выше. Продавец надеется на то, что вы этого не заметите, и на то, что вы не обращаете внимания на ценники, вывешенные на полках в магазине. Моя жена знает про этот трюк. Однажды она меня попросила вытащить из багажника огромную коробочку стирального порошка. Эта коробочка была такой большой, что часть порошка нужно было переложить в более маленькую ёмкость, чтобы этим порошком можно было нормально пользоваться.

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

ОШИБКА ЕДИНИЦЫ ИЗМЕРЕНИЯ. Одно яблоко плюс один апельсин равняется двум яблокам.

Я: Зачем ты это купила?

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Это суперэкономичная упаковка. Так дешевле выходит.

Я: Дешевле, чем что?

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Дешевле, чем более маленькие упаковки. Если бы ты почаще закупался, ты бы знал это.

Это меня задело. Я нашёл чек от предыдущего месяца, на котором была пропечатана более маленькая коробочка стирального порошка. Я прошёл в подвал и осмотрел эту коробочку, чтобы посмотреть, сколько порошка в ней было. Затем я взял калькулятор и получил очень интересный результат.

Я: Если в этом месяце не произошло резкого скачка цен, то получается, что суперэкономичная упаковка стоит на семь процентов дороже, чем обычная.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Да, но эта коробка больше, так что получается дешевле.

Я: Нет, милая, коробка большего размера *не означает*, что её содержимое оказывается дешевле. Ты бы сэкономила, купив коробку поменьше.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Ох.

Я: И ты всё ещё считаешь, что твой наезд на меня по поводу того, что я чего-то не знаю, нормален?

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Нет, не считаю. Извини меня, пожалуйста. Видимо, у меня и правда совершенно отсутствуют нужные для закупок математические навыки. Отныне, я думаю, лучше это доверять тебе.

Ох.

Второй смертный грех: плохой пример

Не все доказательства основываются на причине или общем месте. Многие доказательства задействуют примеры – факты, сравнения и анекдоты. Среди плохих примеров (примеров, которые не подтверждают заключение) вы найдёте множество ошибок. К слову, ошибки, заключающиеся в неверном применении примеров, являются главной причиной существования фирм, занимающихся безопасностью.

ПОЧЕМУ ЭТО ГРЕХ

Здесь имеется явное несоответствие между примерами и решением. Хотя примеры вполне могут быть правдивыми и релевантными, они всё же не поддерживают принимаемое решение.

РОДИТЕЛЬ: Когда я вижу по телевизору, сколько сейчас совершается преступлений, мне просто хочется запереть своих детей в комнате и никогда их не выпускать.

Эти примеры не поддерживают заключение, потому что новости местного телевидения – которые существуют за счёт преступлений – неверно представляют уровень преступности. На самом деле в последние годы уровень преступности в США падает, однако

восприимчивость к преступлениям продолжает расти. Иными словами, родитель использует непредставительные примеры, чтобы прийти к своему параноическому заключению. Эта ошибка называется **неверной интерпретацией свидетельств**.

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА
НЕВЕРНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ СВИДЕТЕЛЬСТВ
Примеры, которые не поддерживают заключение.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Правильно! Так на улицах станет на пару потенциальных преступников меньше.

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА
ПОСПЕШНОЕ ОБОБЩЕНИЕ. Аргумент представляет слишком много доказательств определённой мысли.

Одним из проявлений неверной интерпретации свидетельств является **поспешное обобщение**, которое приводит к излишне пространным заключениям со скудной фактической базой.

КОЛЛЕГА: Этот стажёр из Йельского университета был потрясающим. Давай ещё одного выпускника оттуда возьмём.

Это доказательство не прочное. Один пример не может доказать, что следующий выпускник этого университета будет хорошим стажёром. В этом университете пять тысяч триста выпускников, что делает относительный размер образца эксперимента компании со стажёрами всего 0,019 процента от числа всех студентов.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: А разве тот придурок из юридического отдела не учился в Йельском?

Третий смертный грех: невежество как доказательство

Министр обороны Дональд Рамсфельд прославил эту ошибку перед Иракской войной, когда в разговоре о необнаруженном оружии массового поражения Саддама Хусейна сказал: «Отсутствие подтверждения не обязательно является свидетельством отсутствия». По крайней мере, в логическом смысле он был прав.

Учёные и врачи часто совершают тот же грех, утверждая, что их примеры представляют *вообще все существующие* примеры. Эта

ошибка имеет вполне подходящее ей название **ошибки по невежеству**: то, чего мы не можем доказать, не существует.

ВРАЧ: С вами всё в порядке, однако анализы показали наличие проблемы.

- Доказательство. Анализы дали плохие результаты. Так что...
- Заключение. С вами всё в порядке.

Между плохими результатами анализов и идеальным здоровьем лежит логическая бездна. Доказательство не поддерживает заключение. То, что вы от боли согнулись в три погибели и что у вас в глазах искры, не имеет значения; у доктора нет никаких сведений о болезни – значит, вы должны быть в порядке. Кроме рвоты прямо на ботинки врача есть ещё один способ ответить на этот нелогичный аргумент.

ЧТО НЕ ТАК С ЭТИМ АРГУМЕНТОМ?

Один расист сказал мне: «В Нью-Гэмпшире мало чёрных. Ты бы относился к ним по-другому, если бы пожил с ними». Это стандартное поспешное обобщение. Возражение на такие реплики часто начинается со слов «ты не имеешь права жаловаться» и продолжается ошибочными словами «потому что ты не чёрный». Правильный ответ на это заявление: «Да, я не чёрный. Но мы сейчас говорим о расовых отношениях, а не о личностных».

ВЫ: Ну, вы, значит, проверили меня на всё.

ВРАЧ: Ну, не на всё...

ВЫ: Вы меня проверяли на бери-бери?

ВРАЧ: У вас нет бери-бери.

ВЫ: А вы откуда знаете?

ВРАЧ: В США не было зарегистрировано ни одного случая заболевания бери-бери с...

ВЫ: Но вы меня не проверяли на неё. Так что я мог стать первым больным за долгое время.

ВРАЧ: Действительно возможно, хотя и маловероятно, что у вас есть несколько других заболеваний.

ВЫ: Так что нам делать?

ВРАЧ: Я бы посоветовал взять ещё анализы.

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

ОШИБКА ПО НЕВЕЖЕСТВУ. Если мы не можем доказать этого, то это не существует. Или: если мы не можем опровергнуть это, то это существует.

Ненаучные люди часто допускают обратную версию этой ошибки.

ПОЧЕМУ ЭТО ГРЕХ

Опять же, здесь отсутствует связь между доказательством и выбором. Примеры (или их отсутствие) не поддерживают выбор.

ЧЕЛОВЕК, КОТОРЫЙ ВЕРИТ: Чувак, я верю в экстрасенсорные способности и в НЛО, потому что наука никогда не опровергала их существование.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Она также никогда не опровергала способность луны говорить.

ЧЕЛОВЕК, КОТОРЫЙ ВЕРИТ: А что, думаешь, говорит?

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Забей.

Четвёртый смертный грех: тавтология

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

ТАВТОЛОГИЯ. Одна и та же мысль повторяется в разных выражениях. Люди, разбирающиеся в логике, по-разному называют эту ошибку – в том числе уходом от ответа, – но термин «тавтология» характеризует её лучше.

Одна из самых скучных ошибок, **тавтология**, просто предполагает повторение исходной посылки.

ФАНАТ: «Ковбойз» должны победить, поскольку они играют лучше.

Доказательство и заключение идеально согласуются – и в этом-то и состоит проблема. Они согласуются, потому что они являются одним и тем же. Результат – тавтология, излюбленная ошибка политических кампаний.

УЧАСТНИК КАМПАНИИ: Вы можете доверять нашему кандидату, потому что он честный человек.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Я не доверяю вам, и это делает вашего человека вдвойне сомнительным.

Большинство людей воспринимают уход от ответа просто как постановление заключения в обход постановления исходной посылки. Утверждение «Республиканская партия пройдёт в Белый дом в результате следующих выборов» поднимает вопрос того, кто будет выдвинут на пост президента. «Тот, кто победит на этих выборах, станет президентом» – это тавтология.

ПОЧЕМУ ЭТО ГРЕХ

Ещё одно несоответствие. Доказательство не поддерживает выбор, потому что доказательство – *это и есть выбор*.

Тавтология может показаться безобидным, глупым даже грехом, однако она может быть искусно применена, чтобы сбить вас с толку. Однажды я жил в городе, в котором была дорога под названием Виста-Вью^[9]. У этой дороги были виды перспектив: заваленная мусором парковка. Был ли проектировщик недалёким человеком или же он был достаточно хитрым, чтобы спроектировать в вашей голове вид перспектив (очередная тавтология, кстати)? Комик Алан Кинг любил рассказывать про то, как знакомый юрист уговаривал его написать завещание. «Если вы умрёте без завещания, – предупреждал его юрист, – то ведь получится так, что вы никому ничего не оставите!» Кинг не сразу понял, что «никому ничего не оставите» означало «умрёте без завещания». «Иными словами, – сказал комик, – если я умру без завещания, то я умру без завещания. Этот юридический перл стоил мне пятьсот долларов!»

Пятый смертный грех: ложный выбор

Ошибки бывают разными, но у всех один общий изъян: несоответствие доказательства заключению – либо из-за того, что само доказательство оказывается слабым, либо из-за того, что оно не приводит к заключению. Давайте разберём убеждающий опрос, который пытается сыграть на этой неточности.

ИНТЕРВЬЮЕР: Вы поддерживаете финансируемые государством аборты или право женщины на выбор?

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

МНОЖЕСТВО ВОПРОСОВ. Две или более проблемы сливаются в одну, так что одно заключение доказывает другое.

Здесь вы можете увидеть, как одно заключение доказывает другое. Это ошибка вроде «когда вы перестали избивать свою жену?», называемая **множество вопросов**, в которой две или более проблемы объединяются в одну. Если я хочу, чтобы люди думали, что вы избиваете свою жену, я подразумеваю это вопросом про «когда». Я пропускаю первый вопрос и сразу задаю второй. Так же и приведённый выше социальный опрос предполагает один ответ на два вопроса – ответ, предполагающий, что неприятие финансируемых государством абортов обязательно делает вас борцом за жизнь.

ПОЧЕМУ ЭТО ГРЕХ

С доказательством, возможно, всё в порядке, и доказательство, может быть, ведёт к выбору, но проблема, однако, кроется в том, что вам дано неверное количество вариантов выбора.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Я поддерживаю право женщины выбрать финансируемый государством аборт.

Из ложного выбора происходит похожая ошибка. Допустим, ваша компания хочет представить новую линию белья для кошек.

ЧТО НЕ ТАК С ЭТИМ АРГУМЕНТОМ?

«Что знал президент и когда он об этом узнал?» Этот знаменитый вопрос Уотергейтского скандала содержал в себе распространённую ошибку. Вопрос «Когда он об этом узнал?» предполагал вину Никсона, просто исходя из предположения, что он вообще изначально что-то знал об Уотергейте. Здесь подняты две проблемы: во-первых, знал ли президент что-либо, и если он что-то знал, то что именно? Во-вторых, если он что-то знал, то когда он об этом узнал?

ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ: Мы можем заточить это либо под кошатников, либо под обычных потребителей. Поскольку мы целимся на определённую нишу, мне кажется очевидным, что нам нужно сосредоточить продажи на выставках кошек.

- Доказательство. В чём причина? «Мы целимся на кошатников».
- Заключение. Каков выбор? «Нам нужно сосредоточить продажи на выставках кошек».

Причина не доказывает заключение, потому что она не сообщает вам, действительно ли выставки кошек являются наилучшей платформой для того, чтобы целиться на кошатников. Это и есть ошибка **ложной дилеммы**: директор по маркетингу даёт вам два варианта, хотя у вас их на самом деле много. Можно ведь ещё продавать мелкие пропитанные кошачьей мятой пеньюары для кошек и пояса с затяжкой в универмагах в отделе нижнего белья, на eBay или на «квартирниках».

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

ЛОЖНАЯ ДИЛЕММА. Вам дано два выбора, в то время как у вас их много.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: А кошатники вообще делают что-либо, кроме посещений выставок?

ЧТО НЕ ТАК С ЭТИМ АРГУМЕНТОМ?

«Вы можете помочь этому ребёнку, или вы можете просто перевернуть страницу». Эта реклама хорошо помогла благотворительному фонду, однако она представляла ложную дилемму. Ведь очень может быть, что вы уже помогли ребёнку, положив деньги в ящик для пожертвований в церкви.

Ошибкам подвержены не только выборы. Им также подвержены и доказательства.

ЮРИСТ: Шлем моего клиента был бракован, и из-за этого у него теперь тяжелейшие хронические головные боли. Я считаю, что присяжные должны признать виновным производителя этого шлема.

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

КОМПЛЕКСНАЯ ПРИЧИНА. Лишь одна причина вызывает обвинения (или благодарности) за вызывание события, у которого на самом деле много причин.

Доказательство выглядит уместно: шлем бракованный, у парня головная боль. Но стал ли брак шлема *причиной* головной боли? Был ли он *единственной* причиной? Название этой ошибки – **комплексная причина**: вина обусловлена больше чем одной причиной, однако все видят лишь одну.

ЧТО НЕ ТАК С ЭТИМ АРГУМЕНТОМ?

«Если ты такой умный, то почему ты не богат?» Тут может быть великое множество ошибок, в том числе и комплексная причина. Много что может помочь вам разбогатеть, и высокий интеллект – это далеко не самое необходимое условие обретения богатства. По крайней мере, я могу это сказать по своему опыту.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Что, хотите сказать, что на шлеме должна была быть наклейка, предупреждающая об опасности открывания пива и разговора по мобильному телефону на скорости сто шестьдесят километров в час? А то истец делал именно это.

Шестой смертный грех: увиливание

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

УВИЛИВАНИЕ, ТАКЖЕ ИЗВЕСТНОЕ КАК ОБОРОНА ЧУБАККИ. Эта ошибка предполагает смену проблем в процессе спора, дабы сбить аудиторию с толку.

В какой-то определённый неясный момент истории какие-то злодеи предположительно использовали сильно зажаренную сельдь, чтобы сбить нюх собак. Отсюда и происходит [английское] название этой ошибки, предполагающей специальное привлечение говорящим сторонней, не связанной с основной темы. Но поскольку никто толком не понимает аналогии с сельдью, в обиход сейчас входит более понятное название: **оборона Чубакки**. Это название описываемой

мною ошибки взято у одной серии сериала «Южный парк». Лейбл звукозаписи подаёт в суд на одного из персонажей сериала за то, что тот якобы нарушил права лейбла, потребовав, чтобы ему воздали должное за музыкальную композицию, которую лейбл у него, по сути, украл. Компания наняла к себе юриста Джонни Кокрэна, который использовал в разбирательстве тот же аргумент, который, как заявляется в «Южном парке», он использовал в случае с О. Джей Симпсоном.

КОКРЭН: Вот зачем Вуки, Вуки ростом два метра сорок, жить на Эндоре с кучкой мелких метровых Эвоков? Это же *полнейший бред!* У вас наверняка возник сейчас вопрос: а как это связано с нынешним делом? Да никак. Дамы и господа, это никак не связано с этим делом!.. И чтобы вы знали: когда вы сидите в своей совещательной комнате и пыхтите над своей «Прокламацией об освобождении» [*сначала говорит разгорячённо, затем несколько смягчает тон*], это, по-вашему, не бред? Ещё какой бред! Дамы и господа, так называемые присяжные, это *полнейший бред!* Если Чубакка живёт на Эндоре, то вы должны оправдать его! У меня всё.

ПОЧЕМУ ЭТО ГРЕХ

Тут проблема, возможно, состоит вовсе не в доказательстве и не в заключении. Проблема состоит в аргументации, которая является отвлечением от того, на чём нужно сосредоточить внимание.

Сериал высмеивает риторическую жареную сельдь, которой Джонни Кокрэн размахивал перед носами присяжных: перчаткой, которая, как утверждалось в обвинении, была надета на О. Джея, когда тот убил свою жену и её любовника. «Если перчатка мала, то присяжные должны оправдать его!» Отличная оборона Чубакки. Он попытался завладеть всем расследованием убийства и сделать так, чтобы оно обращалось вокруг одной-единственной составляющей, малой частью большого числа аспектов, которые вместе составляли очень большую и очень запутанную базу улики. (Защита Кокрэна из «Южного парка» (и также та, которую Кокрэн использовал в реальной жизни во время разбирательств по делу О. Джей Симпсона) тоже относится к *комплексной причине*.)

Вы наверняка уже могли подумать, что лоббисты все посещают какую-то секретную школу увиливания, потому что они всю свою

карьеру строят исключительно на нём. Возьмите, к примеру, телеиндустрию. За последние семь лет количество откровенных сцен удвоилось, согласно исследованию, проведённому организацией Kaiser Family Foundation, и сейчас на семидесяти процентах всех телепрограмм количество откровенных сцен составляет пять штук в час. Я даже не считаю Netflix. Вместо того чтобы признать, что все каналы превращаются в каналы для взрослых, один видный представитель этой индустрии по имени Джим Дайк, исполнительный директор не совсем корректно названной организации TV Watch, возмущался по поводу вмешательства государства в телевидение.

ДАЙК: Некоторые активисты стремятся поставить правительство на роль родителей. Однако лишь родители лучше всего знают, что их детям можно смотреть, а что нет, и только у них есть нужные средства, чтобы проводить свои решения по этому вопросу в жизнь.

ХИТРАЯ ТАКТИКА

ПАЛОЧНЫЙ ЧЕЛОВЕК. Это один из вариантов ошибки увиливания. Он предполагает предложение новой темы, такой, какую легче оспаривать, взамен основной.

Дайк использует тактику **палочного человека**, которая предполагает игнорирование аргументов оппонента и создание риторического палочного человека – такого аргумента, который легче поддаётся атаке. Темой интервью были отвратительные звёзды телевидения; вместо того чтобы нанять лоббистов, чтобы те боролись с властями, индустрии неплохо бы самой немного обуздать себя. Вместо этого лоббист переводит тему к «государственному вмешательству».

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Можете сказать это, будучи обнажённым?

Седьмой смертный грех: неверное завершение

ЛИБЕРАЛ: Нужно принять меры, потому что студенты сплошь и рядом белые.

Доказательство в порядке: в колледжах и университетах действительно преобладают европеоиды. Но поддерживает ли это доказательство принимаемое в дальнейшем решение? Нет. На самом

деле вопрос в том, возможны ли тут меры. Предпосылка только доказывает существование проблемы – если считать засилье европеоидов в образовательном мире и низкий уровень образованности меньшинств проблемой.

ВОЗМОЖНЫЙ ОТВЕТ: Меры в основном нужны для того, чтобы усмирить угрызения совести.

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

СКОЛЬЗКИЙ ПУТЬ. Если мы допускаем такую разумную вещь, то это означает, что мы обязательно придём к её крайнему проявлению.

Одна из ошибок, объясняющихся неверным завершением, называется **скользящим путём**: если мы сделаем эту разумную вещь, то это приведёт к чему-то кошмарному. В политике такое звучит постоянно. Позвольте нескольким студентам молиться после уроков, и это приведёт к тому, что во главу частных школ в какой-то момент встанут священники. Если конгресс запретит штурмовые винтовки, то тогда довольно скоро федералы начнут со специальных вышек, устроенных в кронах деревьев, отстреливать охотников. Однако политики – это не единственные приверженцы тактики скользкого пути.

ПОЧЕМУ ЭТО ГРЕХ

С доказательством тут, может быть, всё в порядке, однако оно приводит к неверному заключению.

РОДИТЕЛЬ: Если я позволю тебе пропустить обед, то тогда мне придётся и остальным детям разрешить пропустить обед.

Этот аргумент настолько странный, что порой диву даёшься, почему столько родителей его используют. Позволение одному ребёнку пропустить обед *не обязывает* вас прогнать из кухни остальных детей. Какое вообще правило обязывает родителей применять правила одинаково ко всем детям? Ну же, мама с папой, проявите же логику.

Однако самый распространённый вид заблуждения в связи основания и заключения состоит в смешении причины и следствия. Представим, что в вашем городе расходы на образование сократились сильнейшим образом и в следующем за сокращением году успеваемость учеников массово упала.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК В ЛЮБОМ СПОРЕ

Один из лучших ответов на скользком пути – это *уступка*. Создайте такое впечатление, будто вы всерьёз воспринимаете предпосылку оппонента, и затем торжественно выступите против неё. «Я решительно против отстрела охотников с древесных вышек». В скользком пути есть встроенное *reductio ad absurdum*. Оно само себя высмеивает.

ЗАЩИТНИКИ ОБРАЗОВАНИЯ: Урезание бюджета портит наших детей!

Где причина и каково заключение? Узнаем ответ на эти вопросы, вставив слова «потому что»: «Потому что правительство урезало бюджет, наши дети портятся».

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

ОШИБКА ШАНТЕКЛЕРА, ТАКЖЕ ИЗВЕСТНАЯ КАК POST HOC ERGO PROPTER HOC. После этого, следовательно, из-за этого. Причина («это *последовало* за тем») не приводит к заключению («это *вызвало* то»).

Теперь вы знаете причину: правительство урезало бюджет. Доказывается ли заключение причиной? *Вызвано ли* падение успеваемости урезанием бюджета? Никаких доказательств этому не приведено. На самом деле мне кажется сомнительным, что оценки должны были обвалиться так скоро. Защитники образования здесь допускают ту же ошибку, что и Шантеклер, петух из французской басни, думающий, что его кукареканье заставляет солнце всходить. Официальное название этой ошибки – *post hoc ergo propter hoc* – после этого – значит, по причине этого, – однако я предпочитаю называть её **ошибкой Шантеклера**. Вот ещё один пример.

АДМИНИСТРАТОР ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ: Наша новостная рассылка оказалась очень успешной. После того как мы запустили её, нам стало поступать больше пожертвований.

Увеличение количества благотворительных поступлений последовало за запуском новостной рассылки. Значит ли это, что рассылка *вызвала* увеличение количества благотворительных поступлений? Не обязательно. Тем не менее эта ошибка повсеместно

распространена в академической среде, чем и объясняется безудержный поток идиотских рассылок, которые получают бедные выпускники.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Поздравляю! Однако в процентном соотношении количество тех, кто сделал пожертвование, упало. Это тоже вызвано новостной рассылкой?

Младенцы допускают ошибку Шантеклера инстинктивно.

МЛАДЕНЕЦ (*внутренний неразборчивый монолог*): Я покапризничал – и получил молоко! Я покапризничаю ещё – и получу ещё молоко!

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ПЕРЕД ТЕМ, КАК ПРИМЕТЕ КОГО-ТО К СЕБЕ НА РАБОТУ

Проверьте список достижений в резюме на наличие кукареканья Шантеклера; затем проверьте его наличие во время собеседования: «Тут написано, что прибыль вашей компании возросла на сорок восемь процентов спустя год после того, как вы пришли в неё работать. То есть вы хотите сказать, что всё это благодаря вашей работе на складе?»

То же делают и правительства – и результаты иногда чреватые катастрофами.

ПРАВИТЕЛЬСТВО (*внутренний неразборчивый монолог*): Мы увеличили государственный долг, и состояние нашей экономики улучшилось! Мы увеличим долг ещё больше, и наша экономика станет ещё лучше!

Так же делают и суеверные люди.

ИЕРЕМИЯ: Этот ураган уничтожил целый город. Видите, что может случиться, когда легализуют однополые браки?

Кукарекай на здоровье, Шантеклер, наполняй свои лёгкие солнечной благодатью. Только не сходи с ума.

Средства

Сэмюэл Батлер, писатель, живший в XVII веке, не любил ни логику, ни риторику. Он написал поэму, в которой высмеивался воображаемый философ, который был хорош только в одном – в разделении волос.

- «То был выдающийся логик и критик, талантливый аналитик;

- Умел делить, найти и разделить он
- Даже волос меж югом и юго-востоком».

Существует порядочное множество таких ошибок; я сосредоточился на тех, которыми преисполнены политика и наша повседневная жизнь, и распределил их между семью грехами. Мой список из семи логических грехов можно сократить ещё сильнее, сведя его к трём пунктам:

- **Слабое доказательство.**
- **Плохое заключение.**
- **Несоответствие доказательства заключению.**

1. Ложное сравнение. Две вещи похожи между собой – значит, они должны быть одним и тем же. *Ошибка полной натуральности* относится к этому греху: «Некоторые натуральные ингредиенты полезны – значит, всё, что сколько-нибудь относится к натуральному, обязательно полезно». *Обращение к популярности* является очередным ложным сравнением: «Другие дети получают это, так почему я не получаю?» *Reductio ad absurdum* предполагает ложное сравнение во времени: этот момент идентичен с предыдущими моментами. «Я никогда не попадал в аварии – значит, и сейчас не попаду». Близкая по смыслу *ложная аналогия* смешивает яблоки с апельсинами и считает их одним и тем же. «Так как гомосексуальные мужчины испытывают половое влечение к другим мужчинам, их не стоит пускать в класс – они, должно быть, ещё и педофилы». Наконец, *ошибка единицы измерения* предполагает странную арифметику яблок и апельсинов, часто путая часть и целое. «Показатели насильственных преступлений упали на пять процентов в прошлом году и на восемь процентов в этом году; следовательно, в целом они упали на тринадцать процентов». Часть части ошибочно принимается за часть целого.

2. Плохой пример. Пример, который убедитель использует для доказательства своего аргумента, оказывается ложным, неправдоподобным, нерелевантным или неверно интерпретированным. *Поспешное обобщение* предполагает использование чрезмерного количества примеров и излишне широкую их интерпретацию. «Леброн Джеймс носит определённую модель кроссовок; приобретите их, и вы станете профессиональным баскетболистом». С этой ошибкой довольно тесно связана другая, называемая *неверной интерпретацией свидетельств*. Она предполагает, что исключение подтверждает

правило. «Этот парень сбросил вес на сэндвичах из Subway. Если вы будете есть в Subway, то вы сбросите вес!»

3. Невежество как доказательство. В этом случае аргумент утверждает, что *недостаток* примеров свидетельствует о том, что что-то не существует. «Я не вижу ни одного оленя – значит, в этом лесу они не водятся». *Ошибка по невежеству* имеет обратную сторону: «Так как мою теорию ни разу не опровергли, она, должно быть, верна». К этой ошибке относятся практически все суеверия.

4. Тавтология. Логическое излишество, заключающееся в том, что доказательство и заключение – это одно и то же (мы здесь, потому что мы здесь, потому что мы здесь, потому что...). «У нас не будет трудностей в продаже этого продукта, потому что такие продукты легко продавать».

5. Ложный выбор. Количество вариантов, которые вам даны, не является количеством выборов, которые вообще существуют. *Ошибка множества вопросов* – это ложный выбор; она сводит две или более проблемы в одну. «Когда вы перестали избивать свою жену?» Похожая ошибка, *ложная дилемма*, даёт аудитории два выбора, в то время как на самом деле их существует больше.

6. Увиливание. Этот грех отвлекает аудиторию, чтобы заставить её забыть, с чем связана основная проблема. Один из его вариантов – *ошибка палочного человека*, предполагающая постановление более простой проблемы взамен имеющейся. Вы говорите: «Кто выпил весь апельсиновый сок?», и ваша жена отвечает: «А ты мне скажи, почему посуда не вымыта».

7. Неверное завершение. Доказательство не приводит к заключению. К этому греху относится множество ошибок; одна из наиболее распространённых – это *скользкий путь*, который предполагает вытекание череды жутких событий из одного-единственного решения. «Разреши этой детворе слушать рок, и тогда дети начнут устраивать оргии на улицах». Ещё одна – *post hoc ergo propter hoc*, *ошибка Шантеклера*. Она предполагает, что если одна вещь следует за другой, то это значит, что одна вещь вызывает другую.

Глава 15

Засчитайте нарушение

Трюк Никсона

Риторика – это раскрытая длань, диалектика – это сжатый кулак.

Зенон Элейский

Различные коварные ловушки, которые портят аргументы

Мой первый опыт дебатов пришёлся на период моего обучения в средней школе. У нас не было команды дебатов; это больше было похоже на экспромт-клуб весёлых и находчивых. Мы с друзьями сидели в столовой и забавлялись армрестлингом над наполовину растаявшими плитками мороженого; когда нам это наскучивало, мы переходили к другой, настолько же интеллектуальной игре под названием «Если ты сделаешь это». Цель игры состояла в представлении друг другу настолько омерзительных угроз, что после услышанного представлялось довольно трудным закончить трапезу. Это было похоже на одну из типичных мальчишеских игр, целью которых было как можно унижительнее оскорбить противника, – только мы не оскорбляли друг друга. Мы просто вызывали друг у друга чувство отвращения.

Если ты сделаешь это, то я вырву твои глаза и засуну их...

ЗНАЧЕНИЯ

Философы называют манерный диалог, построенный на формальной логике, *диалектикой*. Это как фигуры в фигурном катании: точные, выдержанные и скучные. Зенон Элейский, древнегреческий философ и математик, противопоставлял «сжатый кулак» диалектики «открытой ладони» риторики.

Я прошу прощения, но нет такого способа описать эту игру, чтобы при этом не оттолкнуть читателей (да и самому мне эти подробности не

очень по душе; врать не буду). Суть в том, что мы тогда использовали своё остроумие тринадцатилетних подростков в соревновательных интересах и делали это классически бесполезным и глупым образом. Сами того не зная, мы подражали некоторым ранним софистам, в числе которых были одни из самых подлых ораторов. Они спорили исключительно ради того, чтобы победить в споре, используя при этом всевозможные логические и патетические приёмы, чтобы вить верёвки из своих оппонентов. Отсюда происходит термин «софистика», и именно этому риторика обязана всем, что в ней есть негативного. Этим ребятам интересовало доминирование, а не согласие. В риторике это – перевод спора в агрессию – считается величайшим нарушением.

Агрессивное поведение, оказывается, также является практически *единственным* нарушением, которое можно совершить в риторике. В спорте нарушение засчитывается только тогда, когда арбитр дует в свисток; примерно так же это работает и в споре. Когда кто-то совершает логическую ошибку, указание на неё часто не приносит особого толку. Смысл спора состоит в том, чтобы быть убедительным, а не «правым». Чистая логика работает подобно организованному футболу: она следует жёстким правилам, и в ней никого нельзя увечить. В риторике разрешены перехваты. Вряд ли вы захотели бы оказаться в такой игре, где команда противника могла делать перехваты, в то время как вам можно играть строго без рук. Однако, когда вы применяете логику в повседневном споре, всё происходит именно так: вы играете по правилам, а вашему сопернику можно делать перехваты. Действительно важно уметь обнаружить логическую ошибку и ответить на неё, однако если вы заикнитесь на простом указании на такие ошибки, то ваши оппоненты просто забьют вас. Риторика допускает логические ошибки во всех случаях, кроме одного – такого, при котором они мешают ходу дебатов или переводят их в откровенную агрессию.

Покуда вы придерживаетесь хода спора, делая искренние попытки убедить, а не победить, риторика простит вам множество ошибок, которые формальная логика не допускает. Возьмём, к примеру, следующий стародавний семейный спор.

РОДИТЕЛЬ: Съешь всё, что есть на тарелке, а то в [*вставьте название бедной страны*] дети голодают.

Родитель допускает логический грех неверного завершения: доказательство не приводит к решению. Употребление в пищу всего, что лежит на тарелке, вряд ли положит конец голоду в странах третьего мира; более того, ребёнок может сделать противоположное замечание, которое очень может оказаться верным.

КЛАССИЧЕСКИЙ ОТВЕТ УМНИКА: Слушай, да, ты прав. Давай отошлём им мои овощи. Я оплачу пересылку.

Мои дети обожают вот так хамить – но это я сам виноват. Как бы я ни гордился тем, что мои дети умеют управляться с ошибками, говоря риторически, я был излишне снисходителен к своим детям. Можно делать больше, чем просто замечать ошибки. В риторике даже считается нормальным использование их в своих аргументах.

Как ни странно, в то время как логика запрещает нелогическое мышление, риторика допускает его. К примеру, утверждения про голодающих детей риторически неправильны только тогда, когда они неубедительны. Это потому, что, каким бы бессмысленным этот аргумент ни был в логическом смысле, в эмоциональном смысле он вполне себе нормален. Родитель использует его не для того, чтобы положить конец голоду, а для того, чтобы вызвать у своего ребёнка чувство вины. Так что этот хоть и не является логическим, но зато он является довольно неплохим аргументом патетическим – если, конечно, ребёнок не увидит в нём ошибки.

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

ОШИБКА ВЛАСТИ. Вышестоящий хочет этого – значит, это должно быть чем-то хорошим. Эта логическая ошибка отлично подходит для использования в аргументе.

Вот ещё одна логическая ошибка, которую я специально не стал включать в список семи логических грехов: **ошибка власти.** Суть ошибки в том, что если тот, кто управляет, хочет этого, то это значит, что то, чего он хочет, должно быть хорошим.

КОЛЛЕГА: Хэй, если начальник хочет сделать это, то, я считаю, нам нужно сделать это.

Становится ли это решение хорошим лишь оттого, что начальник его принял? Какие у него могут быть мотивы? Точно сказать нельзя.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Вы принимаете хорошее решение или просто подлизываетесь?

Стоп, попридержите лошадей. Вы уверены, что этот ответ был справедлив? А что, если начальник действительно умный и знает своё дело лучше, чем кто-либо другой? Так ли плохо довериться его решению? Обращение к авторитетности может быть логической ошибкой, но оно при этом является важным инструментом *этоса*. Если ваш начальник считает, что стоит переместить компанию в город Анкоридж, и вы точно знаете, что ваш начальник – мудрый бизнесмен, то вполне возможно, что Анкоридж – это хорошая идея.

В таких моментах чистая логика и риторический *логос* расходятся. В большинстве случаев в споре нет правильных или неправильных вариантов решения; есть только вероятное и маловероятное. Мы вновь возвращаемся в туманное пространство осмысленного спора, где чёрно-белое становится техникolorом вероятностей. Если намерения начальства делают решение более убедительным, – значит, у вашего коллеги есть веская причина опробовать его на вас. В конце концов, он не пытается убедить начальника; он говорит с *вами*.

Логически мыслящие родители (нет, это не оксюморон, они существуют) обычно засчитывают нарушение, когда их ребёнок приводит своего знакомого в качестве авторитетного лица.

РЕБЁНОК: Мой друг Эрик говорит, что мистер ЛаБомба – это злой учитель.

РОДИТЕЛЬ: Если Эрик так говорит, то это не значит, что это на самом деле так.

А тут разве речь идёт о правде? Ребёнок говорит о мнении, а не о факте. Очень может быть так, что Аристотель даже поддержал бы ребёнка, который, согласно стандартам осмысленных споров, скорее всего, прав. Если ребёнок сможет убедить своего родителя, что Эрик – это тончайший психолог, то тогда вероятность того, что мистер ЛаБомба действительно грубый, стремительно возрастает.

РЕБЁНОК: Что, правда? А помнишь, как Эрик сказал, что с мисс Ларсон что-то нечисто, и потом копы поймали её за воровством денег у других учителей, и затем её посадили за это в тюрьму?

Эрик начинает походить на неплохого судебного психолога. Если бы я был родителем, я бы точно стал следить за мистером ЛаБомбой.

Главная разница между формальной логикой и осмысленным спором риторики состоит в том, что, в то время как в логике существует множество правил, в осмысленном споре их совсем немного.

Если честно, в нём всего одно правило, но с несколькими рамификациями. Правило таково: никогда не оспаривайте неоспоримое. Иными словами, не блокируйте спор. Всё, что удерживает спор от достижения благоприятного заключения, считается нарушением.

ЗНАЧЕНИЯ

РАМИФИКАЦИЯ – это эпоним, слово, названное в честь человека. Пьер де ла Раме – французский оратор, живший в XVI веке. Он отделил логику от риторики. Этот принципиальный кальвинист, веривший в то, что нами могут править только Господь и истина, обеднил риторику, разделив её между сомнительными академическими дисциплинами. Короче говоря, Раме *провёл рамификацию*. Французское правительство сожгло его как еретика.

Представьте футбол без правил, в котором у поля нет границ, а касания и перехваты всем разрешены; всё, что нужно сделать в этой игре, – это забить мяч в ворота. Хотя всё грозит перерасти в нечто крайне нехорошее, эта игра тем не менее работает, пока у всех игроков правильный настрой. А что, если игроки пойдут дальше касаний и начнут бить друг друга в пах? Или ещё хуже – достанут смартфоны и начнут строчить эсэмэски друзьям? Тогда игра пойдёт под откос. И ещё: если мяч только один и какой-нибудь игрок решит взять его и уйти, то это означает конец игры. Даже в игре «без правил» есть минимальный набор правил: нужен мяч, нужны ворота, а игроки должны играть.

То же касается и споров – только в случае с ними не предполагается наличие мяча. Требуется, однако, наличие целей, и все должны быть сосредоточены на подлинном убеждении. Всё может перерасти в нечто нехорошее – возможны различные логические грубости, одна-две атаки *ad hominem*, могут иметь место различные сильные эмоции, резкие выражения даже, – но игра всё равно продолжается. Спор достигает завершения, покуда никто не проявляет открытой агрессии и не уводит его в сторону. В риторике агрессия и отвлечение содержат в себе одно и то же нарушение: и та и другая формы поведения предполагают оспаривание неоспоримого.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Мне очень нравится приятная немногочисленность правил в риторике. Она прощает вам ваши логические грехи. Она как бы говорит человечеству: «Никогда не меняйся, ты и так прекрасно». Любой дискурс, предполагающий реформирование человечества, вызывает у меня острое желание запереться в своей будке. Было бы очень неплохо разбить гитары и растоптать цветы идеалистов, начинающих свои предложения со слов «А почему бы нам не...». Я не хочу покупать миру «колу» и жить в безупречной гармонии; гармония означает единодушие, и история не раз показывала нам, что единодушие – это страшное состояние. Мне больше нравится вариант с риторической игрой без правил с несколькими правилами.

Славная никсоновская риторика

В осмысленном споре единственное настоящее нарушение – оспаривание неоспоримого – останавливает спор совсем или переводит его в состояние битвы. Возьмём следующую цитату, в которой, как и в предыдущей, совершается грех неверного окончания: доказательство не приводит к решению.

«Если мы прекратим сейчас, то тогда получится, что наши солдаты отдали свои жизни просто так».

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

ЙОГИИЗМ (игра без правил с несколькими правилами) – это риторическая фигура, являющая собой логическую бессмыслицу, названная в честь бессмертного игрока в бейсбол и менеджера по имени Йоги Берра, сказавшего: «Туда больше никто не ходит. Народу слишком много».

В этом предложении (энтимеме! Помните ведь, что это такое?) доказательство – это предполагаемый конец игры, то есть смерть солдат просто так. (Доказательство можно найти путём подстановки слов «потому что» в энтимему: «Нам не следует прекращать сейчас, потому что тогда получится, что наши солдаты отдали свои жизни просто так».) Варианты решения: прекратить или не прекратить. Однако доказательство не приводит к этим вариантам. У нас тут серьёзная

проблема причины и следствия. Придаст ли продолжение войны дополнительный смысл жертвам солдат? Да, но только в том случае, если продолжение войны приведёт к победе, а эта цитата ничего не говорит о вероятности успеха.

РАСПРОСТРАНЁННАЯ ОШИБКА

ТРАТА ДЕНЕГ ВПУСТУЮ. Попытка исправить ошибку через её продолжение. Это логическая ошибка, однако её можно использовать патетически, не нарушая при этом правила риторики. Эта ошибка относится к одной черте характера, о которой говорят психологи, – к *боязни потери*. Эта черта присуща таким людям, которые готовы прикладывать значительные усилия, чтобы избежать малых потерь, но не рискнуть ради возможности больших приобретений.

Бизнесмены тоже допускают эту ошибку, тратя деньги впустую. Корпорация приобретает полуразрушенную компанию и затем вливает свои средства в акт слияния двух компаний из страха напрасной потери денег, которые уже были потрачены.

Домовладельцы тоже так делают. Возьмите, к примеру, ошибку траты денег впустую, известную в экономике под названием «невозвратных затрат»: мужик приносит домой огромный плазменный телевизор и обнаруживает, что его негде разместить. Так что ему приходится тратить ещё тысячу долларов на полку, сделанную под заказ. Телевизор оказывается бракованным, и он относит его обратно в магазин, в котором он узнаёт, что выпуск этой модели прекращён, а у всех возможных замен другие габариты. Так что он возвращается в мебельный магазин...

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ВСТРЕЧИ

Когда кто-то говорит о проваливающейся инвестиции что-то вроде такого: «После всего, что мы вложили в это, мы не можем отступить», спросите их: «Если бы это была ситуация типа «пан или пропал», как вы думаете, стоило ли бы тогда вообще за это браться?»

Легко понять, почему лучше знать об ошибке, когда с ней сталкиваешься. Прежде всего, важно иметь в виду, что в то время, как ошибки не вяжутся с формальной логикой, в споре они могут вам помочь. А что касается заезженных голодающих детей, то этот приём вы можете использовать как настоящую патетическую уловку. Формальная логика мистера Спока запрещает эмоции, а риторика их, наоборот, приветствует. Большинство людей не приемлют мысль о прекращении войны, в которой гражданские отдали свои жизни. Покуда вы остаётесь в будущем времени и сосредотачиваетесь на высокой вероятности победы, вы всё равно следуете гибким правилам риторики.

Вообще говоря, в хорошем опровержении может применяться то же самое патетическое оружие.

РИТОРИЧЕСКАЯ ВЕРСИЯ ВАС: Даже не думай говорить о напрасной гибели солдат! Благополучно завершив войну, мы *воздадим честь* нашим павшим воинам.

Обратите внимание на то, как я определение «прекратить» переделал из позорного провала в своеобразную победу. У поборника логики случился бы от этого истерический припадок, но нас это не интересует; ведь осмысленный спор, в отличие от логики, не ищет правду – он ищет только наилучший выбор. Если изменение определения помогает вашей аудитории решить, поддерживать войну или нет, то ваша «ошибка» не является нарушением.

Задумайтесь о том эффекте, который может оказать на вашу аудиторию более выверенный, более логически корректный ответ.

ЛОГИЧЕСКАЯ ВЕРСИЯ ВАС: Это ошибка! Если наши военные действия провалятся, то получится так, что ещё больше солдат умрут ни за что.

Твёрдый логичный ответ может выставить вас как холодного и бессердечного человека. Настоящие смерти более мучительны, чем теоретические. Да и к тому же зачтение нарушения здесь – это всё равно что злиться, когда вас кто-то толкает в хоккее. Не ждите извинений.

Спока в президенты

Возьмём на рассмотрение ещё одну логическую ошибку, которая хороша в риторике: обращение к популярности.

РЕБЁНОК: Все другие дети смеются надо мной из-за того, что я езжу на автобусе. Они думают, что я странный.

Вместо *логоса* ребёнок прибегает к патетическим средствам. С некоторыми слепыми родителями такое даже может сработать. Однако риторически подкованный родитель может дать на слова ребёнка несколько холодный ответ.

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Насмешки помогают в формировании личности. Как и автобус.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

В каком-то смысле правильнее было бы поместить ошибки в раздел «Продвинутая оборона». Однако убедитель должен начинать с того, во что верит его аудитория, а для некоторых аудиторий ошибка – это настоящее оскорбление.

Вы только что покинули чистые и благородные просторы *логоса* и перебрались в более неряшливые области *пафоса* и *этоса* – ландшафт эмоциональной манипуляции и атак *ad hominem*, где риторика чувствует себя как дома. Сам по себе *логос* редко вызывает преданность. И такая тактика, которая обеспечивает победу в логическом споре, скорее всего, будет провальной в споре политическом. Майкл Дукакис продемонстрировал этот принцип во время своей предвыборной кампании 1988 года, когда он дал катастрофический ответ на коварный вопрос. Бернард Шоу, обозреватель, попросил Дукакиса представить, как кто-то совершает сексуальное преступление в отношении его жены.

ШОУ: Губернатор, скажите, если бы Китти Дукакис изнасиловали и убили, вы бы поддержали не подлежащий отмене смертный приговор убийце?

ДУКАКИС: Нет, не поддержал бы, да и, я думаю, вы знаете, что я всю жизнь выступал против смертной казни.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

ПАРАПРОСДОКИЯ («планета Вулкан») предполагает прикрепление неожиданного завершения к мысли. Композитор Гарольд Арлен использовал парепросдокию, когда сказал: «Покончить с собой в Буффало – это было бы излишеством».

Да нет, нет, всё нормально, мистер Шоу, спасибо за ваш вопрос... С какой он планеты вообще?

С планеты Вулкан, очевидно. У Дукакиса и так уже была репутация политического мистера Спока, и его спокойный, взвешенный ответ только подтвердил, что он постоянно был в режиме предельного логоса. Вплоть до того момента Дукакис лидировал в гонке. Чистая логика стоила ему президентства.

Так что ему нужно было сказать? Нужно ли ему было разоблачить вопиющую ошибку Шоу? В конце концов, вопрос был типичным *reductio ad absurdum*, потому что вероятность того, что в отношении Китти Дукакис когда-нибудь могло быть совершено подобное преступление, была крайне низка. Однако действия вроде простого выявления ошибки или роботоподобного ответа, который дал Дукакис, не способны убедить публику. Быть может, праведность способна потешить ваше самолюбие, однако риторическую работу способна исполнить только убедительность.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ СПОРА

Когда кто-то оскорбляется тем, что вы говорите, попробуйте сделать следующую прелестную уступку: «Прошу прощения. Как мне лучше следовало выразиться?» Вместо занятия оборонительной позиции вы буквально заставляете собеседника принять ваши слова.

Дукакис выполнил бы гораздо лучшую риторическую работу, разозлившись в стратегических целях.

РИТОРИЧЕСКИЙ ДУКАКИС: Господин Шоу, я считаю ваш вопрос оскорбительным. Это та самая зараза, которая изъедает политику сейчас. Не нужно втягивать в это мою жену. Я требую извинений.

И Шоу бы, скорее всего, извинился. Вы можете счесть тактику Риторического Дукакиса увилыванием, но ей не обязательно быть таковой. Коль скоро он набрал бы моральную высоту, он запросто мог позволить себе дать проблеме такое определение, которое было бы выгодно для него.

РИТОРИЧЕСКИЙ ДУКАКИС: А теперь давайте поговорим о смертной казни без перехода на личности. Смертная казнь не должна быть формой личной мести – она должна быть призвана снизить

уровень преступности. А вы прекрасно знаете, что казнь преступников не уменьшает уровень преступности.

Этот подход выставил бы его как одновременно сильного, страстного и разумного человека – человека, обладающего такой *этнос-трайфектой*.

Во время президентской кампании 2012 года почти все политики – от Ньюта Гингрича до Барака Обамы – высказывали своё сильное возмущение обозревателями. Во время кампании 2016 года Дональд Трамп публиковал серии твитов, которые свидетельствовали о его недовольстве поведением СМИ. Это почти что стало ритуалом. Так мистер Спок в очередной раз проиграл палочному человеку.

Видно, что логические ошибки практически полностью разрешены в риторике. С другой стороны, даже у искусства убеждения есть свои ограничения. Всё, что предполагает оспаривание неоспоримого, считается логическим нарушением. Давайте рассмотрим несколько таких нарушений.

Нарушение: неверное время

ХОРОШИЙ ПОЛИТИК: Нам нужно что-нибудь сделать со стремительно растущими ценами на уход за пожилыми людьми, чтобы будущие поколения имели возможность ухаживать за старшими.

ПЛОХОЙ ПОЛИТИК: Вы набрасываетесь на старших, и это просто возмутительно!

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОБРАНИЯ

Одним из вариантов ответа на высказывание плохого политика – «Это просто возмутительно!» – могут быть следующие слова: «Спасибо, что преподали нам нравственный урок. Только скажите, с каких пор возмутительно направлять средства налогоплательщиков на то, чтобы помочь старшему поколению?» Это ещё одна форма уступки: обозначьте нравственную проблему и переоформите своё предложение в очень нравственное обличье. Это поможет вам перевести дебаты в будущее время: «А теперь

мы можем ненадолго перестать корчить из себя святош и поговорить о решении проблемы?»

Если плохой политик не собирается напрямик вернуться к будущему, то у этого аргумента решительно отсутствуют шансы. Если он всё же перейдёт в будущее время, то он исправит себя в риторическом смысле.

ИСПРАВЛЕННЫЙ ПОЛИТИК: Не стоит говорить о старшем поколении как о чём-то изолированном. Расходы государства должны лежать равным бременем на всех. Так что я хочу предложить более широкое обсуждение проблемы федерального дефицита.

Допустимо использовать приём проповеди, демонстративной риторики, в осмысленном споре, чтобы переманить аудиторию на свою сторону, однако в таком случае вы должны сразу же после употребления этого приёма перейти в будущее время. Это не просто потому, что Аристотель так сказал. Дело просто в том, что трудно использовать настоящее время, чтобы принять решение относительно будущего. Если ваш оппонент настаивает на настоящем или прошлом, засчитайте нарушение.

ВЫ: Давайте отойдём от всех этих обвинений и нравоучений. Эти люди хотят знать, как мы будем решать проблему.

Избегание будущего может очень подпортить вашу семейную жизнь. Например, каждый раз, когда моя жена хочет напомнить мне о том, какой я непутёвый муж, она вспоминает инцидент с вечерними курсами. Много лет назад Дороти-старшая мимоходом упомянула за обедом про то, как её сестра-близнец Джейн училась бальным танцам: муж Джейн записал их вдвоём на занятия. Поняв намёк, я записал и нас с Дороти на вечерние занятия. На вечерние занятия по программированию. Курсы были очень хорошие, и мы оба получили на них отличные отметки, однако в её памяти они оставили далеко не лучшие впечатления.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Я не могу тебе это простить. Романтик несчастный.

Я: Ты ничего не говорила о романтике. Я услышал «вечерние курсы», так что я и записал нас на них.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Ага, вечерние курсы по программированию.

Я: Я неправильно тебя понял. Я извинился тогда и до сих пор сожалею. Ну так что, не хочешь поучиться бальным танцам?

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Ты совсем не понимаешь, да?

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Я пишу в прошедшем времени о том, как моя жена не использовала должным образом будущее время. Это ставит меня в неловкое положение – как в риторическом, так и в супружеском смысле. Но ведь этот диалог случился давно.

Нет, не понимаю. Я не мог понять, потому что она сделала понимание невозможным. В тот момент любое проявление романтики казалось ей неромантичным. К тому же мы тогда находились на неоспариваемой территории. Я попытался перевести разговор в будущее время («Не хочешь поучиться бальным танцам?»), но она тотчас перевела его обратно в нравоучительное настоящее («Ты совсем не понимаешь»).

Похожие обвинения стали слоганом феминистов во время слушаний по утверждению Кларенса Томаса, когда его назначению в Верховный суд угрожало его якобы сексистское прошлое. Феминисты пришли в ярость, когда юридический комитет сената допросил обвинителя Томаса Аниту Хилл, как если бы она была свидетелем обвинения. «Они совсем ничего не понимают» стало чем-то вроде боевого клича, сообщающего многим женщинам ощущение солидарности. Это была отличная демонстративная риторика настоящего времени, которая при всех её достоинствах была неспособна что-либо решить. Это можно сделать только с осмысленным слоганом будущего времени, таким, как, например: «Как нам донести это до них?» Стикер на бампер с такой фразой получился бы не очень хороший, честно говоря, но зато она, эта фраза, вполне может вдохновить женщин на борьбу со всякими негодьями. И в то же время «Ты совсем не понимаешь» моей жены ни к чему не приводит. Как отвечать? Я мог засчитать нарушение.

РИТОРИЧЕСКИЙ Я (ВИДИМО, РАНЕННЫЙ): Ты только что подписалась под тем, что ты вышла за бесчувственного дурака. Что ты с этим намерена делать?

Вау, это слишком. Но я специально так делаю. Преувеличивая её эмоции, я пользуюсь тем же патетическим приёмом, который она часто использует на мне. И это работает.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Ох, ну ты не такой уж и бесчувственный. Мне *очень нравится* быть твоей женой.

Я: Дурак. Я говорю: «Бесчувственный *дурак*».

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Угу.

Я тут провозглашу победу, пусть даже она и могла устроить мне за это сцену. Я, скорее всего, заслуживаю это. Но танцевать мы в любом случае не будем.

Нарушение: «правильный» способ

Это нарушение тесно связано с избеганием будущего, потому что оно привязано к ценностям, то есть связано с вопросами правильного и неправильного, того, кого нужно принимать, и того, кого нужно выдворять, и прочего, а не с главной темой осмысленного спора – выгодой.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С УПРЯМЫМ ОППОНЕНТОМ

Когда кто-то скажет, что «есть правильный способ и неправильный способ», а затем скажет вам, что ваш способ неправильный, приведите примеры того, как способ, предлагаемый вашим оппонентом, провалился, и затем добавьте: «Если это правильный способ, то я, пожалуй, последую неправильному». Назовём это обороной типа «если любить тебя неправильно, то я не хочу быть правильным».

Дороти-старшая вряд ли будет довольна тем, что я это здесь поднимаю, но один из самых продолжительных наших споров случился накануне Рождества из-за консервированных персиков. На протяжении многих лет она настаивала на том, чтобы на нашем рождественском столе были не персики, не какие-то другие консервированные фрукты, а именно *консервированные персики*.

Я: Никто из нас не питает особой любви к консервированным персикам. *Тебе самой* не нравятся консервированные персики.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: У нас всегда они были на Рождество.

Я: Это то, что у *тебя* было в детстве. У нас всегда были сосиски с фасолью, и ты никогда не видела, чтобы я требовал, чтобы в новогодние праздники мы ели исключительно сосиски.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Это традиция, вот и всё.

Я: Почему бы нам тогда не завести новую традицию? Вроде традиции свежих груш или традиции односолодового виски?

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ (*радостно*): Или M&M's!

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Если это новое, то это не значит, что это традиция.

Я: Мы празднуем рождение Иисуса Христа! Христианскую традицию, начавшуюся с... *нового ребёнка*.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Может, просто порадуемся Рождеству, не вступая в перебранку?

«Правильный способ» исключает возможность выбора; без выбора не может быть спора – следовательно, это риторическое нарушение. Когда ваш оппонент совершает такое нарушение, у вас есть несколько вариантов поведения. Вы можете засчитать нарушение.

Я: Было бы правильно выбрать такое блюдо, которое бы нравилось всем. Почему бы нам не завести новую традицию – такую, которую когда-нибудь наши дети смогут использовать, чтобы издеваться над своими супругами?

Либо вы можете привести спор к резкому завершению – забрать мяч, если это вам угодно.

Я: Если мы не можем вести обсуждение, которое нас к чему-нибудь приведёт, то в разговоре с тобой нет никакого смысла.

Либо же вы можете рассудить, что сохранность супружеских отношений важнее, чем постоянное «деланье по-вашему». Я так сделал: я заткнулся и решил есть персики. Что, к моему удивлению, оказалось убедительным. Дороти была настолько тронута тем, что она победила, что на следующее Рождество она подавала персиковый пирог. Это стало новой традицией.

Нарушение: пять хороших причин

Если вы придерживаетесь настоящего времени, когда вам нужно принять решение, или если вы говорите исключительно о правильном и неправильном, когда спор на самом деле должен обращаться вокруг поиска наилучшего выбора, то в таком случае вы совершаете нарушение. Не думайте, что я лицемерю, говоря так. Придерживаться настоящего времени и ценностей – это не неправильно. Просто это

делает осмысленный спор невозможным. Вы так не достигнете консенсуса; вы так только можете организовать племенное образование и покарать неправых.

Ещё один способ нарушить осмысленность – это спор ради унижения оппонента. Это тоже такая риторика, которая демонстративна, которая держится в настоящем времени и предполагает, что вы правы, а ваш оппонент – нет. Вот хороший пример унижения – разумеется, из «Симпсонов».

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С СОФИСТОМ

Когда кто-то пытается отклонить спор оскорблениями, ваш ответ зависит от того, кем является ваша аудитория. Если в споре участвуете только вы со своим оппонентом, то скажите что-то вроде «Нет, я не делаю перерыв – я ухожу» и отойдите. Не пытайтесь никого ни в чём убедить. Если кроме оппонента есть ещё кто-то, то высмейте оскорбление. «Так, ответ Боба на проблему шумового загрязнения в этом городе состоит в том, что я идиот. Это кому-нибудь из вас помогло?» Так вы обратите софизм в подлинный подкол.

ЛЕННИ: И потом я сказал этому копу: «Нет, это *вы* водите в нетрезвом состоянии... Потому что вы дурак!»

И ещё один пример из того же богатого источника:

ШЕФ ВИГГАМ: Позвольте попросить вас кое о чём: заткнитесь.

Чаще всего унижение – это просто подкол без спора. Унижение преследует только одну цель – одержать верх: набрать нужные очки или просто обидеть жертв подкола. Унижение постоянно слышно в разговорах тринадцатилетних мальчиков. Оно, возможно, является неплохой практикой игры слов. (По крайней мере, в случае со мной оно творило чудеса.) Однако унижение редко приводит к решению.

Более неявный вид унижения таится за улыбчивым прикрытием **намёков**. Если вы будете возражать им, то может случиться так, что вы будете выглядеть как дурак.

НАЧАЛЬНИК: Приятно видеть вас в галстук.

Я: Я всегда ношу галстук.

[Многозначительная улыбка от начальника; подобострастное кряхтение подхалимов в комнате.]

ЗНАЧЕНИЯ

Унижение – это одна из форм атаки *ad hominem*, которую формальная логика признаёт ошибкой. Однако в риторике большая часть аргументов *ad hominem* вполне допустима.

Атака на *этос* оппонента в интересах победы в споре – это важная тактика. Она становится нарушением, когда вы оскорбляете кого-то исключительно с той целью, чтобы сразить их, а не для того, чтобы убедить аудиторию.

Такой намёк оскорбителен. Он добавляет к чистой, прозрачной правде совершенно жуткие краски, превращая лестный комментарий в сокрушительный удар. У меня даже был начальник, который любил пользоваться этим намёком. Когда он говорил, что ему нравится, как я одет, он подразумевал, что обычно я так не одеваюсь. Что было неправдой, но возможности оспорить его слова у меня не было. Неоспоримые заявления, видать, были.

Я, впрочем, мог ответить намёком на его намёк.

ЗНАЧЕНИЯ

В латинском языке слово *innuendo* означает «многозначительно кивнуть».

Я: Ну, мне приятно видеть вас не в женском нижнем белье.

Но я не стал так отвечать. Обычно лучше просто подыграть начальнику.

Я: Если только этот галстук способен привлечь ваше внимание, я буду носить его каждый день.

НАЧАЛЬНИК: [*Ещё одна улыбка для скалящихся лизоблюдов.*]

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С ЕХИДНЫМ НАЧАЛЬНИКОМ

Вероятность того, что вы можете набрать очки с таким начальником, как у меня, невелика. Можете успокоить себя тем, что его ровня из других компаний считает его паршивцем. Во время своего следующего собеседования уделите крайне пристальное внимание риторической фигуре под названием *логическое ударение* – своего рода деликатный намёк, указывающий на нечто большее, чем выражают слова.

Интервьюер: «Что вы думаете о своём начальнике?» Вы: «Он очень трепетно относится к одежде».

В политике намёк может быть особенно разрушительным. Классический предвыборный намёк предполагает грубое обвинение оппонента в чём-то путём отрицания его вины. Ричард Никсон сделал так, когда баллотировался в губернаторы в 1962 году, со своим соперником Пэтом Брауном. Он многократно отрицал, что Браун был коммунистом, и это, разумеется, подняло спорный вопрос того, является ли он на самом деле таковым. Браун тоже это отрицал, но его отрицания просто подтверждали намёки Никсона.

Единственный достойный риторический ответ на аргументы Никсона – это согласие с ними.

Даже мой оппонент называет меня антикоммунистом. Если такой человек, как Ричард Никсон, считает, что я против коммунизма, то и вам следует так считать.

(Как оказалось, Брауну не пришлось отвечать Никсону. Бывший вице-президент проиграл в выборах и сделал знаменитое лузерское высказывание: «Дику Никсону больше не придётся меня шпынять». Намёки, видимо, не всегда работают.)

Думаю, вполне ясно, что большинство риторических нарушений связано с ведением разговора в неподходящем времени, с ведением споров о ценностях или обидах вместо споров о решениях, а также с принуждением оппонента выбыть из спора путём унижения. Всё это сводится лишь к одному нарушению – примитивным разговорам, исключающим возможность вести осмысленный спор. Однако не все способы остановки спора настолько же удобны, как намёки. Один из этих способов, **угроза**, доводит примитивизм до самой агрессивной крайности.

Угроза – это буквально необдуманый налёт. Римляне называли это *argumentum ad baculum*, «палочным аргументом». Люси делает так со своим младшим братом Линусом в «Мелочи пузатой». «Даю тебе пять причин», – говорит она, сгибая поочерёдно пальцы руки. «Это хорошие причины», – резонно отвечает Линус. Проблема, однако, в том, что она на самом деле не даёт ему никакого выбора, в то время как споры обязательно предполагают наличие таковых.

Родители нынче не порют своих детей, но они по-прежнему активно пользуются риторическим ремнём. «Ты будешь посещать

музыкальную школу, и тебе это будет нравиться!» Выдаёт ли так говорящий желаемое за действительное, или же он просто применяет палочный аргумент – это определяется интонацией. Обычно это палочный аргумент. И поэтому это является наихудшим риторическим нарушением. Это лишает вашу аудиторию возможности сделать выбор, а без выбора спора быть не может.

Непристойная манера языка нарушений – это более мягкая версия угрозы, подпадающая, впрочем, под ту же категорию примитивных приёмов. С риторической точки зрения не вся непристойность обязательно плоха. Один из персонажей Курта Воннегута, например, однажды озвучил предложение совершить акробатическое соитие с крутящимся пончиком – потрясающий подкол, который в определённом свете вовсе кажется наделённым богатым декорумом. Нью-йоркские водители, по-видимому, считают показывание среднего пальца формой приветствия. Однако всё это трудно представить в осмысленном споре. В худшем случае это является угрозой. Как бы то ни было, единственный достойный ответ на такое – это похожий жест. Советую вам не отвечать совсем.

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

ПОКАЗАТЬ ФИГУ. Согласно одному учёному журналисту по имени Брюс Андерсон, в то время как привычный нам жест с указанием среднего пальца очевидно фаллический, неприличный жест древних римлян изображал женский половой орган. Речь идёт, конечно, о фиге, *mano fico* («фиговой руке») – большом пальце, просунутом между указательным и средним. Приятным дополнительным свойством этого жеста было то, что он являлся сжатым кулаком.

Я должен добавить ещё одно нарушение, которое на самом деле не относится к описываемому выше примитивизму: я хочу поговорить о **предельной тупости**. Как говорится во множестве произведений устного народного творчества, с дураками спорить не следует, если не хочешь сойти за такового. Когда Аристотель говорил, что более хорошее решение легче отстаивать, он, очевидно, не думал о споре с идиотом. Самой распространённой ошибкой споров, помимо бессмысленных и беспричинных оскорблений, является неспособность

спорящего увидеть собственные логические ошибки. Рассмотрим следующую классическую сценку коллектива «Монти Пайтон».

М: Смотри-ка, да это ведь вовсе не спор.

А: Нет, это спор.

М: Нет, это не спор. Это просто противопоставление.

А: Нет, это не противопоставление.

М: Это противопоставление!

А: Нет, не противопоставление.

М: Видишь: ты сейчас противопоставил свои слова моим.

А: Нет, я ничего не противопоставлял.

М: Да противопоставил же!

А: Нет, нет, нет.

М: Вот ты сейчас противопоставляешь.

А: Глупости!

М: Бесплезно с тобой разговаривать!

А: Нет, не бесполезно.

Так же не представляется возможность прийти к успешному заключению в следующем диалоге:

– Это ошибка.

– Нет, это не ошибка.

– Это ошибка. Смотри, твоя предпосылка не приводит к заключению.

– Нет, приводит.

Любой человек, выросший с младшим братом или сестрой, имел обширные возможности познать риторическое нарушение по глупости. Если вы вдруг обнаружите, что вы оказались в пространстве неоспоримого, – уходите оттуда как можно быстрее. Или – если вам четыре года – ударьте оппонента. Да, это, быть может, тоже является нарушением, но вы этим только сделаете ему лучше.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С ИДИОТОМ

Опять же, если вас только двое – просто уйдите. Если же у вас есть аудитория, то попробуйте бросить в своего соперника ошибкой в ответ. «Ясно. То, что фиолетовое, обязательно является свежим продуктом. Так что, поскольку твоя кожа смуглая, ты будешь шортами цвета хаки».

Или, может быть, у вас не было младшего брата или сестры. Если это так и вы не располагаете нужным опытом, то вы просто можете посмотреть предвыборную кампанию в США 2016 года. Дональд Трамп говорил, что президент России Владимир Путин не уважает Хиллари Клинтон. Она не растерялась: «Это потому, что он предпочитает президента-марионетку!»

ТРАМП: Не марионетка! Я не марионетка!

КЛИНТОН: Очевидно, вы не признаёте...

ТРАМП: Вы марионетка. Нет, это вы марионетка!

Серьёзные поклонники формальных дебатов были сильно расстроены этим диалогом. Я тогда ещё купил футболку с принтом: «Вы марионетка».

Нарушение: подобие правды

Я оставил это напоследок, потому что это грубейшее нарушение. Комик Стивен Кольбер придумал определение *подобие правды* для описания нашей склонности верить только тем «фактам», которые кажутся нам правдоподобными. Вместо того чтобы полагаться на такие скучные, устаревшие источники информации, как журналистика, наука или статистика, мы верим только тому, что ощущается как нечто правдоподобное.

ЗНАЧЕНИЯ

На самом деле Оксфордский словарь имеет указания и на слово «правдоподобный» (*truthy*), и на произошедшее от этого слова понятие «подобие правды» (*truthiness*). В общем, Стивен Кольбер не изобрёл это понятие.

Рассмотрим это на примере изменения климата. Данные ясны как день: за время, прошедшее за период между 1880 и 2012 годами, Земля нагрелась, по крайней мере, на 0,85 градуса Цельсия, и этот процесс не прекращается. Самые жаркие года в истории в порядке убывания выглядят так: 2016, 2015, 2014, 2010 и 2013. Данные, подкрепляющие эти факты, исходят от тысяч инструментов для измерения температуры океана и суши, принадлежащих всевозможным правительственным и частным организациям. Согласно ведомству NASA, 97 процентов всех «активно публикующих материалы» учёных-специалистов по климату –

то есть настоящих учёных, проводящих исследования, – говорят, что потепление в последние сто лет вызывается преимущественно людьми. И тем не менее более половины американского населения верит в то, что потепление носит «естественный» характер; треть населения вовсе не верит в то, что температура Земли растёт. Мир, кажется, погружается в состояние всеобщего отрицания потепления. Когда я раньше писал на эту тему, меня упрекнули в леворадикальных настроениях. Однако если большинство консерваторов верят в изменение климата, а большинство либералов не верят в него, то это значит, что левые должны были назвать меня праворадикалом за веру в ту же самую мысль.

Преподам вам небольшой урок истории. Было такое время – не так давно оно было, даже и моё детство захватило, – когда наука не была чем-то таким, во что можно «верить». Наука была наукой.

У нас выработалась схожая установка на правдоподобность по отношению к новостям и трендам. Единственный инцидент, подтверждающий наше убеждение, правдоподобен. Долговременная перспектива, поддерживаемая тщательно собранными статистическими данными, неправдоподобна, если она не подтверждает наше мнение. Несколько лет назад я с несколькими женщинами обедал в ресторанном патио в городе Даллас штата Техас. Пока мы ели наши пиццы и буррито, одна женщина упомянула, что в штате Оклахома по пути в школу была похищена маленькая девочка.

Все встряхнули головами. «Отчасти виноваты её родители», – сказала одна из них.

Я совершил ошибку, сказав, что сейчас уровень преступности на самом деле стал гораздо ниже, чем, например, в 1960-х годах, когда я был маленьким. Никто мне не поверил. История, которую крутили по телевидению, задавливала любую тупую статистику, которую я мог им представить.

Правдоподобность затмевает правду в любой мало-мальски политической теме, и эта проблема поражает как левых, так и правых. Попробуйте сказать противнику частного владения оружием, что количество убийств огнестрельным оружием сейчас наполовину меньше, чем в 1990-х годах. (Это, если что, данные не Стрелковой ассоциации США, а от исследовательского центра «Пью».) Попробуйте сказать фанату оружия, что, если его ствол и убьёт кого, так это будет,

скорее всего, он сам. (Количество самоубийств огнестрельным оружием, согласно «Пью», растёт.)

Ладно, я, кажется, уже начинаю больше походить на кошмарные СМИ, чем на благонадёжного риторического манипулятора. Однако я не просто так поднял вопросы изменения климата, преступности и частного владения оружием. Ранее мы говорили о мысли Аристотеля, гласящей, что *логос* следует за убеждениями и ожиданиями аудитории. Если все разбираются в науке и все сколько-нибудь верят в научный консенсус, то тогда получается так, что у вас есть большая аудитория, верящая в одни и те же вещи и ожидающая одного и того же. И вы можете убедить такую аудиторию с помощью фактов. Проблема подобия правды состоит в том, что его *логос* основывается на *пафосе*, на том, что людям кажется фактами. Мы применяем к реальности те же правила, что мы применяем к одежде, чтобы убедиться, что она соответствует нашим политическим убеждениям.

Хорошая новость для нас, манипуляторов, заключается в том, что подобие правды открывает для нас сезон охоты. Если наш *этнос* достаточно силён, то мы можем придумывать факты на ходу! Дональд Трамп, обладатель мощного *этоса*, сказал, что изменение климата было обычным надувательством, устраиваемым китайцами. Затем он заявил, что не говорил этого. После этого он сказал, что вообще не верит в изменение климата. А потом он сообщил что немного всё-таки верит. Для его благоговейной аудитории всё это звучало довольно-таки правдоподобно. Почти богоподобная сила, ничего не скажешь.

Плохие новости состоят в том, что из-за того, что значительная часть людей вообще не верит «медиа» (к которым и меня в моем «домике писателя» вполне можно отнести), учёным, статистике и вообще любому другому авторитетному лицу или авторитетной организации, чьё мнение неправдоподобно, *всё, что у нас остаётся*, – это риторика.

И это делает детекторы убеждения, приведённые в главе 16, чрезвычайно важными.

Средства

Теперь вы знаете про ошибки формальной логики и про разрушителей риторических споров. Как ни странно, я придумал семь

особых смертных грехов (плюс ещё один, дополнительный). Однако эти риторические нарушения не «неправильны», так как в риторике в принципе нет правил как таковых. Эти нарушения делают возможным осмысленный спор; вот почему я называю их нарушениями – я вкладываю в это такой смысл, что они предполагают ложь, выходящую за рамки допустимого. Игра не может продолжаться, пока вы не вернётесь в нужные рамки. (Извините меня за глуповатую спортивную метафору; я просто давно их не использовал.) Риторика прощает периодические грехи против логики, однако она не допускает оспаривания неоспоримого.

Восемь риторических выходов за рамки таковы:

1. **Смена времени** от будущего к какому-то иному.
2. **Непреклонное настаивание на правилах:** мотивирование своих слов гласом Господа, бряцанье оружием, отказ выслушать мнение другой стороны.
3. **Унижение:** спор, имеющий своей единственной целью сразить кого-то, но не прийти к какому-то решению.
4. **Намёки.**
5. **Угрозы.**
6. **Непристойные выражения или жесты** вроде показывания среднего пальца.
7. **Предельная тупость.**
8. **Подобие правды** – отказ верить в то, что не соответствует вашему мнению.

Глава 16

Знайте, кому доверять

Детекторы убеждения

Добродетельность – это такое состояние личности, при котором она устремлена к принятию решения, ключ к которому лежит где-то посередине.

Аристотель

Ты хочешь правды! Да ты не выдержишь правду! Ты же боишься правды! Ба! Мне смешно от твоих способностей воспринимать правду!

«Симпсоны»

Используйте этос, чтобы распознать манипуляцию

Я очень сожалею, что меня не было рядом, когда моя мать покупала бильярдный стол. Это был худший подарок из всех, что она когда-либо дарила моему отцу. Он терпеть не мог играть в игры и был в некоторой степени скупердяем. Он никогда не тратил время на катанье шаров; для него настоящим весельем было изобретательство. Наш подвал (единственная комната, в которой можно уместить бильярдный стол) вызывал большую зависть у окрестной ребятни. В нём были муляжи пальм, модель вулкана, способная извергаться, и водопад, низвергавшийся в бассейн с настоящими золотыми рыбками. Ещё подвал регулярно подтапливало, и он пах грязной губкой.

Мама наткнулась на этот бильярдный стол в универмаге, куда она пошла, чтобы купить папе рубашку на День отца. Вместо этого она купила бильярдный стол, который она представила ему после обеда, спустив его по крутым ступеням в подвал с закрытыми глазами. Бильярдный стол стоял там, где прежде стоял стол для пинг-понга.

МАМА: Сюрприз!

ПАПА: С какого рожна оно тут?

МАМА: Это бильярдный стол.

Для меня это был лучший День отца из всех возможных. Это было как реалити-шоу. Они не ссорились даже. Они просто вдвоём пребывали в сильнейшем недоумении. Я сидел на ступенях подвала и наслаждался сценой.

ПАПА: Ну ладно, думаю, я смогу это к чему-нибудь приспособить.

МАМА: Да на нём же в бильярд играть надо!

ПАПА: Я *не играю* в бильярд.

На следующий день стола не стало.

Зачем она вообще его купила – этот вопрос оставался тайной долгие годы. Должно быть, продавец попался гениальный. Он сыграл единственно на маминой уязвимости перед хорошо поставленным подходом. Она действительно была слабовата в этом плане: она неизменно соглашалась с тем, кто оставлял за собой последнее слово. Однако мама не была глупой, да и шопоголиком её назвать было нельзя. Спустя несколько лет я спросил её, что тогда случилось.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С ПРОДАВЦАМИ

Доктора утверждают, что множество подарков, которые они получают от фармацевтов, никак на них не отражаются; в действительности же врач, получивший подарок от определённого фармацевта, с вероятностью в четыре раза больше, чем обычно, посоветует вам лекарство от этого самого фармацевта. Эта техника работает следующим образом: фармацевт прямо заявляет, что он ничего взамен не ждёт – для него важны только отношения. Врач думает, что он отделяет подарки от своего выбора лекарств, однако его отношения с фармацевтом делают его более подверженным убеждению «информацией» этого фармацевта. Вы получаете подарки у себя на работе? Не беспокойтесь о подарках. Беспокойтесь об отношениях. Не соглашайтесь на обсуждение деловых вопросов тет-а-тет с тем, кто делает вам подарки. Стойте на том, чтобы вся информация приходила к вам по почте – традиционной и электронной. Эти средства связи более рациональны, чем тет-а-тет, в чём вы сможете убедиться, прочитав следующую главу.

МАМА: Что-то было в этом продавце такое. Он заставил меня поверить в то, что бильярдный стол – это самое то, что нужно твоему отцу.

Я: Но он не знал отца.

МАМА: Казалось, что знал.

Это звучит как какая-то техника *этоса*, поэтому мы сейчас вернёмся к его базовым принципам: **благожелательность, добродетельность и практическая мудрость**. Те же этические средства, которые убедитель использует для того, чтобы повлиять на свою аудиторию, могут также выставить вас в глазах своих слушателей воплощением благонадёжности.

Сердечное желание мамы

Продавец, должно быть, покорила маму своей невероятной благожелательностью. Согласно оратору Кевину Бёрку, *этос* начинается с того, в чём нуждается аудитория. Убедитель заставляет вас поверить в то, что он может ответить этим нуждам лучше, чем кто-либо другой. Маркетологи и продавцы известны созданием нужд там, где их совсем нет, однако это не всегда работает буквально так. В риторике всё действительно начинается с нужд; манипуляционная часть начинается тогда, когда продавец или маркетолог заставляет вас поверить в то, что его решение ответит этим нуждам. Мужчина реагирует на красивую женщину в рекламе автомобиля из-за... ну, из-за своей нужды в женщине. Однако с моей мамой всё было совсем не так. Она просто хотела сделать отцу приятное. И она точно знала, что бильярдный стол – это дело сомнительное.

Я: А что именно сказал продавец?

МАМА: Ничего конкретного я вспомнить не могу. Но говорил он хорошо – это я могу точно сказать. Это я помню.

Я: Ты имеешь в виду, что он смотрелся хорошо?

МАМА: Нет, именно говорил хорошо.

Я: То есть ты не помнишь, что он сказал, но помнишь, что тебе понравилось, как он это сказал?

МАМА: Не знаю. Зачем ты меня обо всём этом спрашиваешь? Я просто почувствовала с ним мгновенную связь: будто он точно знал, что мне нужно.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК НА РАБОТЕ

Понаблюдайте за наилучшими презентациями в своей компании. С какого материала они начинаются, какие ресурсы аудитории они используют? Если разговор по содержанию преимущественно рациональный, то основой его будет то, что аудитория знает и во что она верит. Если же он эмоционален, то разговор начинается с того, чего аудитория ожидает. Если же говорящий полагается на свою харизму, то вы первым делом услышите о нуждах аудитории и о том, как говорящий способен их удовлетворить.

Брендинг – это тоже стратегия *этоса*, основывающаяся на нуждах.

Мы подходим к самой основе. Итак, поскольку продавец понимал, чего хочет мать, ему не было нужды знать, чего хотел *отец*. Он знал, что мать нуждалась в ощущении связи с кем-то, с таким хорошо говорящим, вежливым продавцом, который, казалось, понимал её без слов. Он смог установить с ней соединение, потому что он заставил её почувствовать, что они будто бы являются коллегами Дня отца, у которых совпадают интересы. Я вообще считаю, что папа на время был тогда забыт. Воображаю, что продавец тогда произнёс классические слова: «У меня есть как раз то, что вам нужно». Он, видимо, симпатизировал её нуждам, и он, казалось, знал, как их удовлетворить. И как же узнать, что это проделывают с вами?

Вот секрет, применимый ко всем видам риторической обороны: **ищите несоответствия**. Вы уже могли увидеть, как логическое короткое замыкание помогает обнаружить ошибки. Когда кто-то пытается манипулировать вами через свою благожелательность, ищите короткое замыкание между его нуждами и вашими (или – если подарок покупаете вы – между вашими нуждами и нуждами получателя подарка). В случае с бильярдным столом было тройное несоответствие: желания моей матери отличались от желаний моего отца, а то, чего хотел продавец, отличалось и от того, чего хотела мама, и от того, чего хотел папа. Продавец воспользовался ненадолго установившимися тёплыми отношениями между ним и моей матерью, чтобы скрыть несоответствия их нужд. Ему было по фигу на деньги! Он просто хотел сделать маме – то есть папе! – приятное.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

НЕСООТВЕТСТВИЕ БЛАГОЖЕЛАТЕЛЬНОСТИ.

Между вашими интересами и интересами убедителя есть разрыв? Тогда не доверяйте без проверки.

Благожелательность может просто быть объединителем ваших нужд и нужд убедителя. Допустим, продавец был двоюродным братом моей матери. Тогда у них с мамой действительно могут быть общие нужды – продавец, может быть, и в самом деле благожелателен. Однако если бы он был бывшим парнем моей мамы, то тогда всё могло бы пойти по гораздо более сложному сценарию. Его интересы тогда могли бы разделиться между принесением радости моей маме, получением денег и отмщением моему отцу.

Благожелательность – это один из самых легко выявляемых риторических трюков. Их так легко выявить потому, что чаще всего интерес того, кто производит этот трюк, лежит очень близко к поверхности решения. Политики часто преподносят дерзкую эгоистичность под видом благожелательности. Сенатор из штата Южная Дакота по имени Джон Тьюн проголосовал за проект в пользу железной дороги, которую он лоббировал ещё до того, как его избрали сенатором. Тьюн защитил себя поистине блестящим образом.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, ПЕРЕД ТЕМ КАК ОТДАДИТЕ СВОЙ ГОЛОС

Цицерон бы спросил: «Cui bono?», что переводится как «Кто от этого выиграет?». В современных политических выражениях вопрос можно представить так: этот политик стремится к голосам или к деньгам? Проверьте данные голосований на votesmart.org и доставайте список спонсоров кампаний этого политика на fecinfo.com. Этот политик борется за интересы своих спонсоров? Встаёт ли это в противоречие с общественным мнением? Когда этот политик скажет: «Я не подчиняюсь чьему-то мнению», он на самом деле будет иметь в виду: «Я больше предпочитаю преследовать интересы ограниченных кругов людей, чем интересы избирателей». Я бы проголосовал за оппонента этого политика.

Тьюн: Если вы будете запрещать честным политикам применять свои знания в интересах избирателей, то, боюсь, это сильно повредит представительный образ нашего правительства.

Тут видно увеливание: политик, уличённый в этических грехах, высказывается о теоретическом законе, запрещающем их. Несоответствие *этоса* тоже хорошо различимо. Трудно сказать, хорошо ли продление железной дороги для страны, однако легко увидеть, в чём состоит интерес Тьюна. Он с треском проваливает тест на благожелательность, и это сходит ему с рук. Избиратели, не имеющие определённого представления о том, что такое «благожелательность», едва ли сделают из этого политическую проблему.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, КОГДА БУДЕТЕ ПОКУПАТЬ АВТОМОБИЛЬ

Попросите у продавца контакты предыдущих клиентов. Пока вы будете ждать оформления документов на автомобиль, позвоните одному из клиентов (или сделайте вид, что вы звоните). Если у продавца не будет под рукой списка, можете смело уходить. У продавца, поддерживающего отношения со своими клиентами, есть заинтересованность в долгосрочной прибыли, сдерживающая желание получить быструю наживу.

Риторическая оборона в значительной степени связана с несоответствиями. Если кто-то высказывает логический аргумент, то вам нужно провести быструю ментальную экспертизу, призванную обнаружить короткие замыкания в примерах спора или в его общих местах и вариантах решений. Если аргумент просто разрывает от благожелательности – ваш продавец ведёт себя так, словно его единственная цель в жизни – это сделать приятное вам или вашим близким, – то тогда вам следует поискать несоответствия между вашими желаниями и желаниями продавца.

Если бы моя мама была более риторически подкована, то тогда она бы обнаружила благожелательную хитрость продавца и заявила ему об этом. Давайте начнём их беседу заново.

МАМА: Не подскажите, где здесь мужские рубашки?

ПРОДАВЕЦ: Конечно. Я вас провожу. На День отца закупаетесь?

МАМА: Да. Знаю, что это звучит банально, но моему мужу нужна новая рубашка.

ПРОДАВЕЦ: М-м-м, боюсь, это и правда звучит банально. Помню, как моя мама готовилась ко Дню отца, как к незнакомому чему. Даже его день рождения её так не интересовал.

МАМА: А что она ему дарила?

ПРОДАВЕЦ (*словно ему только что пришла потрясающая идея*): Можно вам кое-что показать?

В этот момент уже можно сказать, что продавец поймал мою мать в уязвимом состоянии. Если бы она не растерялась тогда, то ей следовало сказать себе две вещи:

1. Он продавец.
2. Он что-то хочет мне показать.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

Ранее я упоминал *литоту*, но, думаю, стоит вам показать ещё один пример («редко создаёт условия для благожелательности»). Такое ироничное преуменьшение может выставить вас перед умной аудиторией как интересного и авторитетного человека, а вашего оппонента показать как не очень умного хвастуна.

Эта комбинация редко создаёт условия для благожелательности.

МАМА (*оживлённо*): А что вы хотите мне показать?

ПРОДАВЕЦ: Вон там. Думаю, вам очень понравится.

МАМА: А это для кого?

ПРОДАВЕЦ: Это очень необычный сюрприз на День отца.

МАМА: Так это для моего мужа?

ПРОДАВЕЦ: Ну, вообще, это для всей семьи.

МАМА: Если я посмотрю, то вы проводите меня к отделу с рубашками?

Когда она спрашивает продавца, для кого делается сюрприз, продавец уходит от ответа – явный признак несоответствия благожелательности. Заметив это несоответствие, мама вырезает всякую возможность продажи на корню. Её неспособность перенаправить диалог таким образом вылилась в приобретение бильярдного стола за две тысячи долларов вместо рубашки за тридцать долларов. Знаете, как тяжело вернуть бильярдный стол?

Продавец, лежащий где-то посередине

Вторая составляющая *этоса*, добродетельность, также имеет свои несоответствия, и это делает её особенно хорошим детектором лжи. Аристотель позволяет вам поднять красный флаг даже тогда, когда вы не знаете человека, даже тогда, когда он говорит. Секрет лежит в определении, которое Аристотель дал добродетельности: «Состояние личности, при котором она устремлена к принятию решения, ключ к которому лежит где-то посередине».

Знаю, знаю. Это не похоже ни на какую известную вам форму добродетельности. Но в случае с Аристотелем дело состоит в том, что, поживи вы с его представлениями хоть чуть-чуть, вы обязательно быстро поймёте, насколько это всё логично. И вы сможете использовать это, чтобы улучшить собственную репутацию и при этом оценить харизму другого человека. Давайте посмотрим, как это работает.

Состояние личности означает риторическую добродетельность – не добродетельность как таковую. Она существует только во время спора и адаптируется к ожиданиям аудитории, но не к ожиданиям убедителя. Убедитель может быть лжецом и грабителем, но если вы верите в его добродетельность, то он *действительно* является добродетельным – в риторическом, временном понимании.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ВСТРЕЧИ

Помните логический грех *ложного выбора*? Если кто-то совершает его и вам кажется, что он делает это осмысленно, то, естественно, верить его добродетельности вам не стоит. Его, этого человека, не интересуется разумный спор – это точно.

Таким на некоторое время становится его состояние личности.

Стремление к принятию решения. Аристотель имеет в виду, что добродетельность исходит от тех решений, которые принимает убедитель, либо от тех, к которым он пытается вас склонить. Такому убедителю, который пытается предотвратить принятие решения – путём ли отвлечения, путём ли угроз, либо же путём перевода спора в прошлое или в настоящее время, – явно не хватает риторической добродетельности.

Ключ лежит где-то посередине. Быть может, для вас это звучит как китайская грамота (для меня это именно так поначалу и звучало),

однако эта концепция лежит в самом сердце осмысленной риторики. В представлении Аристотеля оптимальное решение любого вопроса лежит ровно посередине меж двух крайностей. Добродетельный воин – это не вероломный воин, не трусливый воин, а нечто среднее. Он не бросается сломя голову на врага; он стремится прожить как можно дольше, чтобы никогда не прекратить борьбу. Он борец. Добродетельный человек «лежит где-то посередине» между патриотом и циником, алкоголиком и трезвенником, трудоголиком и лентяем, религиозным фанатиком и атеистом. (Если бы Аристотель жил среди нас, то, полагаю, он был бы англиканцем или, быть может, пресвитерианином – то есть приверженцем такой веры, которая лежит где-то посередине между фанатизмом и атеизмом.)

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Здесь я применяю один из вариантов неохотного заключения («для меня это именно так поначалу и звучало»): меня самого это определение поначалу привело в недоумение, однако его ценность убедила меня передумать.

Если человек звучит излишне робко и ничего не может сделать сам, то помните, что осмысленный спор связан с принятием решений, и Аристотель считал самым коротким путём к принятию решения тот путь, что посередине. И эта середина лежит точно посреди ценностей аудитории. Короче говоря, добродетельность – это временное, риторическое состояние – состояние личности, не её перманентное свойство, – и вы можете найти добродетельность посреди мнений вашей аудитории или в срединной позиции меж двумя крайними вариантами решения. Благодетельный выбор – это умеренный, компромиссный, срединный выбор. Тот, кто его делает, обладает добродетельностью.

Как измерить чью-то добродетельность? Один из способов её измерения – это проверить, видит ли этот человек срединную позицию меж крайностями. Например, когда вы приходите в универмаг, чтобы купить что-нибудь на День отца, ваша середина располагается посреди вашего бюджета. Благодетельный продавец спрашивает у вас, сколько вы намереваетесь потратить, и придерживается этой суммы; по-настоящему добродетельный продавец находит срединную позицию, учитывая ваш разброс цен между пятьюдесятью и ста долларами и

находя что-нибудь такое, что стоит ровно семьдесят четыре доллара девяносто девять центов. Продавец, который вообще не спрашивает вас про желаемый ценовой диапазон, или такой продавец, который пытается сместить вашу срединную позицию так, чтобы она располагалась на отметке в две тысячи долларов, которые нужно отдать за бильярдный стол, – такой продавец вовсе не обладает риторической добродетельностью.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

МЕРИЛО ДОБРОДЕТЕЛЬНОСТИ. Выясните, видит ли убедитель срединную позицию меж крайностями ваших ценностей.

Обнаружение недостатка добродетельности там, где нет цифр, является задачей несколько более сложной. Ещё один способ измерения добродетельности убедителя – это вопрос самому себе: «Как он понимает середину?»

Для начала определите срединный путь любого вопроса. Где лежит середина, например, в воспитании детей? Аристотель поместил бы её где-нибудь между жестоким избиением и позволением ребёнку вести беспрепятственную жизнь. Вам же придётся эту середину подогнать сообразно своим собственным представлениям.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Лично я бы не стал слушать ни один совет по воспитанию детей, не начинающийся со слов «зависит от ребёнка». Как вы узнаете в следующей главе, истинно мудрый убедитель использует понимание относительности как личное руководство.

А теперь представьте себя в роли молодого родителя, спрашивающего совета о том, как ему лучше воспитать своего ребёнка. (На самом деле редко приходится просить совета; люди обычно сами напрашиваются.) Ваши советчики будут предлагать вам всевозможную помощь: риталин для профилактики, избегание слова «нет», прослушивание подборок Моцарта для детей, строгая дисциплина, – и если вы совершенно ничего не знаете о детях, то вам, скорее всего, будет непросто ориентироваться в многочисленных

теориях. Чтобы проверить своих советчиков на добродетельность, спросите их о том, что они думают о популярных детских психологах вроде доктора Спока и Т. Берри Бразелтона. Если они ответят вам с употреблением таких крайних выражений, как «радикальный», «жестокий», «непорядочный», то тогда вам нужно быть с этими советами поосторожнее. Они могут не согласиться с преобладающей мудростью (в этом и состоит вся суть убеждения), но если они описывают её как нечто крайнее, то они подписываются под тем, что они сами придерживаются этих же крайностей.

Риторическая добродетельность позволяет вам пользоваться своим знанием, применяя его к тем областям, в которых у вас нет фактов. Это особенно полезно в политических вопросах, в которых всякие эксперты и политиканы разбираются значительно лучше, чем я или вы. Политики часто используют свои аргументы как срединное решение между двумя крайностями – даже в нынешнее поляризованное время. Они делают это, создавая такое впечатление, словно их оппоненты отстают от середины дальше, чем на самом деле. Консерваторы не могут произносить словосочетание «окружающая среда», не сопровождая его словом «радикал»; и из-за этого создаётся такое впечатление, что любой человек, имеющий хотя бы малый интерес к окружающей среде, выглядит как законченный радикал.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ДЕТЕКТОР ЭКСТРЕМИЗМА. Экстремист опишет умеренное решение как крайнее.

КОНСЕРВАТОР: Экстремисты, борющиеся за сохранение окружающей среды, хотят воспрепятствовать проведению разумной энергетической политики – поэтому они стремятся заблокировать осторожное, бережное по отношению к природе бурение скважин в Арктическом национальном заповеднике дикой природы.

Когда вы услышите слово «экстремист» или выражение «особые интересы», пересмотрите свои интересы. Вам нравится идея бурения скважин в нетронутых местах? Если она вам не нравится, то становитесь ли вы от этого экстремистом? Советую также приглядеться к результатам опросов и голосований. Большинство американцев не приветствуют бурение скважин в этом заповеднике. Следовательно,

группа людей, выступающая против бурения, по определению не является экстремистской.

Итак, а если вы поддерживаете бурение, вы становитесь человеком крайне правых взглядов?

БОРЕЦ ЗА СОХРАНЕНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ: Он относится к той категории крайних консерваторов, которая поддерживает бурение в Аляске, чтобы была возможность рассекать на джипах.

Вы часто можете встретить такие ситуации, при которых люди проделывают обратную версию обвинения в экстремистских взглядах, описывая крайний вариант решения как умеренный. Кто-то предлагает нацелить ваш продукт на подростковый рынок. Вы знаете подростковый рынок, и вы также прекрасно осознаёте, что нацеливать на него продукты – это большой риск. Однако тот, кто предлагает вам это сделать, описывает своё предложение в умеренных выражениях, демонстрируя свою нехватку риторической благодетельности. Когда этот человек предложит вашей компании расширить рекламную деятельность до такой степени, чтобы она включала в себя телевидение, вы можете быть уверены, что это решение было бы не менее радикальным. Иными словами, верить этому человеку вам не следует. Однако тут следует заметить, что в нынешнем агрессивном политическом климате власти умудряются сделать так, что слово «умеренный» звучит как что-то дурное.

Как любили говорить софисты, в любом вопросе есть две стороны. Нахождение на одной или на другой стороне не делает человека экстремистом. Больше скажу: на самом деле ни один риторический свод правил не возбраняет использование экстремистских или умеренных ярлыков в качестве техники убеждения. Если ваше мнение не соответствует срединному мнению публики, то вы можете описать эту самую середину как крайность. Или вы можете описать свою позицию как умеренную. Однако эта техника не очень проста. Большинству аудиторий не нравится, когда их признают экстремистами. Чаще всего происходит так, что, когда убедитель заявляет, что его оппонент придерживается крайних взглядов, просто потому, что убедитель не согласен со своим оппонентом, – в таком случае сам убедитель, скорее всего, является приверженцем крайних взглядов. Такой добродетельности доверять точно не следует.

Либералы и консерваторы постоянно так набрасываются друг на друга.

ЛИБЕРАЛ: Крайние правые христиане хотят разрешить молиться в школах, чтобы навязать свою религию другим.

Опять же: в чём заключаются ваши интересы? Что хорошо для страны? Является ли полноценным навязыванием разрешение молиться в школе? Да и вообще, если учесть существование других, куда более животрепещущих вопросов, стоит ли уделять какое-либо внимание теме молений в школах?

КОРРЕКТНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ОТВЕТ: Большинство людей поддерживают моление в школе. Если вам это кажется крайностью, то вы тогда к чему сами относитесь?

Старое выражение «в умеренности мудрость» будто бы происходит прямо от Аристотеля. Добродетельность – это состояние личности, при котором она устремлена к принятию решения, ключ к которому лежит где-то посередине. Когда сторонники умеренных взглядов испытывают на себе презрение крайних левых и крайних правых, то к чему это может привести? Можно быть одновременно и демократом, и здравомыслящим человеком, имея при себе готовый ответ на всякий случай: «Я знаю разумных людей, которые считают так же. Так кто же тогда экстремист?»

Средства

«В конце концов, что такое ложь? – вопрошал лорд Байрон в своей поэме «Дон Жуан». – Простой ответ: / Не более как правда в полумаске. / Юрист, герой, историк и поэт / Её употребляют для подкраски»^[10]. Байрон, быть может, преувеличивает, однако правду в споре трудно выяснить. Риторика позволяет вам опустить эту проблему и сосредоточиться собственно на человеке и на том, что он говорит. Иными словами, *этос* даёт вам... не столько детектор лжи, сколько детектор *лжецов*: он даёт вам базовые средства для понимания того, стоит ли верить искренности и благонадёжности того или иного человека.

1. **Проведите тест на нужды (на благожелательность).** Нужды убедителя такие же, как и ваши? Чьи нужды стремится удовлетворить этот человек?

2. Проверьте крайности (добродетельность). Как этот человек воспринимает мнение, противоречащее его собственному? Как далеко его «срединный путь» отстоит от вашего?

Глава 17

Найдите золотую середину

Ещё больше детекторов убеждения

Убедительные слова собеседника являются эффективными.

Гомер

Оборонительные средства практической мудрости

Впредыдущей главе мы рассмотрели необыкновенно умное определение добродетельности, данное Аристотелем: состояние личности, при котором она устремлена к принятию решения, ключ к которому лежит где-то посередине. Практическая мудрость, так же как и добродетельность, лежит где-то посередине – вернее говоря, она зависит от способности убедителя найти золотую середину. В ваши интересы по отношению к убедителю входит не только выяснение того, насколько этот убедитель добродетелен, но также и оценка его способности принять хорошее решение – такое, которое уместно в данной ситуации. Мы говорим о *фронезисе*, или практической мудрости Аристотеля. Он предполагает выявление золотой середины, исходя из обстоятельств или свойств аудитории. Если бы моя мать выбирала дом, то тогда золотая середина выходила бы за пределы стоимость бильярдного стола на пару сотен тысяч долларов. Этот принцип становится более тонким, когда речь заходит о политике или о бизнесе (или о воспитании детей). В таких случаях вам нужно знать каждую деталь *фронезиса* убедителя. Постарайтесь прислушаться и обнаружить две вещи.

Во-первых, вам нужно услышать слова «это зависит». Практически мудрый человек перед решением проблемы оценивает её. Для начала ваш советчик должен разузнать у вас про различные обстоятельства. Если советчик выдаёт вам теорию, не имея никакого понятия о вашей проблеме, то вам не следует доверять его суждениям.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

«ЭТО ЗАВИСИТ». Благоннадёжный убедитель, вместо того чтобы сгребать всё в одну кучу, соотносит свой совет с конкретными обстоятельствами.

МОЛОДОЙ РОДИТЕЛЬ: Я натываюсь на разноречивые советы по приучению к горшку. С какого возраста лучше начать отучать ребёнка от подгузников?

НЕМУДРЫЙ ОТВЕТ: Я не верю в приучение к горшку. Пусть ребёнок сам решает, когда он готов.

ЕЩЁ МЕНЕЕ МУДРЫЙ ОТВЕТ: Не раньше двух лет.

ПРАКТИЧЕСКИ МУДРЫЙ ОТВЕТ: Это зависит от ребёнка. Он проявляет интерес к приучению к горшку? Вы готовы приложить к этому усилия? Подгузники вызывают у вас какие-либо трудности?

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, ЕСЛИ ВЫ ЭКСПЕРТ

Исследования показывают, что эксперты, работающие в телевидении, являются довольно плохими предсказателями; на самом деле закономерность такова, что чем больше этот эксперт знает, тем хуже его предсказания. Риторика подсказывает нам причину этого: эксперты чересчур склонны перекладывать свой опыт на отдельные ситуации. Решение, которое не сделает вас звездой ток-шоу, но всё же улучшит ваше положение, – это сделать то же, что делают профессиональные аналитики: описать вероятный исход с учётом изменения условий. Плохой эксперт: «К концу этого столетия Китай станет самым могущественным государством». Практически мудрый эксперт: «Если мы продолжим занимать у Китая деньги, то их экономика задавит нашу военную мощь. Если мы справимся с дефицитом государственного бюджета, то мы сильно увеличим себе шансы остаться лидерами».

Я говорю даже не сугубо риторически. Дороти-младшая, наш первенец, стала невольной жертвой многочисленных книг про воспитание детей. К счастью, она не помнит нашу бездарность, исходящую исключительно из добрых побуждений и включавшую в

себя использование всяких горшков и волнительных посещений туалета. Это было ужасно. Спустя несколько месяцев она сама ко всему приучилась. Теперь, когда наши дети уже взрослые, разные молодые родители стали считать, что мы с моей женой что-то знаем о детях. Мы действительно что-то знаем о детях – о наших детях. Мы, например, очень хорошо знаем, что то, что работало с Дороти-младшей, с Джорджем часто оборачивалось катастрофой. Так что, когда кто-нибудь подходит ко мне с типичной просьбой о совете, я всегда отвечаю: «Не слушайте никаких советов».

Я не делаю исключений, что, если задуматься, не очень практично с моей стороны. Вот мой друг Дик в этом плане куда мудрее меня. Когда мои дети были маленькими, Дик со своей женой Нэнси уехал жить в другую страну. Их, родителей, благополучно поднявших своих детей и давших им образование, ничего не удерживало на месте. Мы с Дороти навестили эту пару, когда ездили на отдых в Европу, и я помню, как сидел на балконе их квартиры и признавался Дикю в своём ужасе относительно того, что я понятия не имею, что мне делать как отцу.

Я: Похоже, что как только я наконец нахожу подход к своему ребёнку, он уже переходит на новую стадию развития; а то, что работает с одним ребёнком, не работает с другим. Я иногда задаюсь вопросом, стоило ли мне вообще за всё это браться.

ДИК: Я понимаю тебя. Я сам задаюсь теми же вопросами.

Это была самая мудрая, самая успокоительная поддержка, которую я когда-либо получал как родитель.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Не являются ли колеблющиеся избиратели по определению сторонниками умеренных взглядов? То, что я назвал Брайера «либералом», а О'Коннор – «консерватором», преувеличивает мою мысль об их практической мудрости.

Фронезис разделяет людей, строго следующих правилам, и импровизаторов и помогает нам понимать нынешнюю политику. Соединённым Штатам катастрофически не хватает ясности в понимании отношения к правилам и импровизации. Не случайно два недавних колеблющихся избирателя из Верховного суда – Стивен Брайер и Сандра Дэй О'Коннор, либеральный демократ и

консервативный республиканец соответственно, – были единственными судьями с реальной политической историей. Они были сознательными людьми, у них был сильнейший *фронезис*. В их письменных высказываниях было больше будущего времени, чем у других, и они уделяли значительное внимание выгоде – преобладающей теме осмысленных диалогов и споров. Верховный судья Джон Робертс, у которого тоже есть политическая история, время от времени создаёт вспышку *фронезиса*, как, например, он сделал в тот момент, когда принял решение поддержать программу *Обамасаре*. Его бывшие союзники с правого фланга подвергли его за это резкой критике, обозвав «политиком». Они были абсолютно правы в своих ошибках. Практическая мудрость – это качество хороших политиков, обладающее высокой убедительной силой.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

У меня тут хороший *фронезис* или вы замечаете несоответствие в сделанной мною аналогии? Насколько на самом деле президентство схоже с супружеской связью? Эта аналогия, пожалуй, больше подойдёт к Верховному суду, в котором судьи проводят десятилетия бок о бок друг с другом.

Если задуматься, то выбор судьи в Верховный суд или президента мало отличается от выбора супруга или супруги. Присмотритесь к благожелательности, добродетельности и *фронезису* кандидата – его участливости, его преданности правому делу и его умениям, – и вы сможете сделать взвешенное заключение о том, как он будет справляться со своей должностью.

Фронезис – это больше чем хорошие суждения; он также подразумевает наличие опыта в данной проблеме. Итак, **после слов «это зависит» вы должны услышать рассказ о сопоставимом опыте.** Допустим, моя мать начала думать, что рубашка – это не такая уж и хорошая идея, а бильярдный стол – это слишком дорого.

МАМА: А сколько стоит тот набор для игры в бочке?

ПРАКТИЧЕСКИ МУДРЫЙ ПРОДАВЕЦ: Это зависит от вашего газона. У меня был такой же набор, и могу вам сказать, что мячи будут разлетаться во все стороны, если у вас есть какие-либо ухабы или камни.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО
СОПОСТАВИМЫЙ ОПЫТ. Практически мудрый
убедитель приводит примеры из собственной жизни.

Практически мудрый продавец также понял бы, для кого на самом деле выбирается подарок. День отца вполне может оказаться поводом для мамы купить себе игрушку. И тогда продажа значительно упрощается.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО
ВЫЯСНИТЬ, В ЧЁМ НА САМОМ ДЕЛЕ СОСТОИТ
ПРОБЛЕМА. Благонадёжный убедитель видит ваши
настоящие нужды, даже если вы ничего не говорили о них.

Фронезис – это особенно хороший детектор убеждения для таких ситуаций, когда вы не знаете, где находится золотая середина – когда вы знаете о проблеме слишком мало, или, например, когда вы не имеете никакого понятия о том, сколько вам лучше потратить. Чтобы решить, можете ли вы верить суждениям говорящего, спросите себя: этот человек понял, каковы мои нужды, мои реальные нужды? Одно из самых важных свойств практической мудрости – это умение «выяснить», то есть определять, в чём на самом деле состоит проблема. В идеале вам нужен кто-то вроде Грега Хауса, лучшего врача в истории телевидения с худшими врачебными манерами в истории телевидения. Хаус обнаруживает истинную причину недуга пациента, и делает он это с таким непогрешимым изяществом, которое могут дать человеку только сценаристы. В одной серии к нему приходит пациент с ярко-оранжевой кожей и жалуется на спазмы спины.

ХАУС: К сожалению, ваша проблема гораздо глубже. Ваша жена вам изменяет.

ОРАНЖЕВЫЙ ПАРЕНЬ: Что?

ХАУС: Вы оранжевый, господи! Одно дело – это когда вы этого не замечаете, но если ваша жена не заметила, что её муж изменился в цвете, то это означает только то, что она не обращает на вас внимания. Кстати, скажите мне: вы употребляете колоссальное количество моркови и невероятные объемы витаминов?

[Парень кивает.]

ХАУС: Морковь окрашивает вас в жёлтый, а ниацин – в красный. Наведите уже порядок в своей жизни, не знаю, запишитесь на курсы по рисованию. И найдите себе хорошего адвоката.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, КОГДА БУДЕТЕ СОСТАВЛЯТЬ МНЕНИЕ О КАНДИДАТЕ В ПРЕЗИДЕНТЫ

Если кандидат хвастается неуместным опытом и проводит аналогии между этим опытом и президентством, то отдайте свой голос за кого-нибудь другого. Авраам Линкольн часто говорил о сельской жизни, но он не сравнивал Белый дом с деревянной избой. И он не рассматривал роль президента как роль корпоративного юриста. Его опыт составлял его практическую мудрость; он не определял его решения.

Пациент определяет свою проблему как спазмы спины от травмы, полученной во время игры в гольф. Хаус создаёт большую проблему: любая жена, которая не замечает то, что её муж превратился в морковь, скорее всего, изменяет ему. Хотя Американская медицинская ассоциация, возможно, и не питает особой любви к шерлоковской дедукции, Хаус тем не менее демонстрирует величайший *фронеzis*, каким только может обладать убедитель: он, Хаус, способен понять, чего именно хочет аудитория и в чём именно заключается проблема.

Правильные люди

Даже если вы ничего не покупаете и ни с кем не спорите, принципы *этоса* могут оказаться полезными для вас, если вы захотите, например, оценить незнакомца. Предположим, что вы присматриваетесь к кандидату на роль менеджера. Воспользуйтесь тем, что вы узнали в предыдущей главе, и тем, что вы узнаете в этой; если благожелательность, добродетельность и знание дела этого кандидата в порядке, то, скорее всего, перед вами нужный человек.

Благожелательность (участливость). Этот человек должен говорить о том, что он может сделать для вашей компании, а не о том, что ваша компания может сделать для него.

Добродетельность (приверженность правому делу). Этот человек должен попасть в самую середину требований к своей должности: он должен быть агрессивным, но не чересчур, должен быть достаточно независимым, но не настолько, чтобы не уметь принимать указания. И решения, принимаемые этим человеком, также должны лежать где-то посередине, как сказал бы Аристотель. Иными словами, личность этого человека должна воплощать личность компании; это как раз часть про приверженность. Как этот человек описывает будущее вашей компании? Лежит ли его собственная стратегия в той же золотой середине, в которой лежит стратегия вашей компании: рисковать, но не чересчур? Креативно, но практично?

Практическая мудрость (умения). У любого кандидата на такую должность должен быть подходящий опыт; не нужно быть мастером риторики, чтобы понимать это. Но как этот человек применит свой опыт? Застрял ли этот человек в собственном прошлом? Допустим, этот человек – выдающийся продавец, который в предыдущей компании едва ли не стал вице-президентом; его агрессивный, вероломный стиль ведения дел, обеспечивший ему такое высокое положение в предыдущей компании, может помешать ему в менеджменте в новой, вашей компании, где ему нужно будет побудить людей к командной, слаженной работе.

Члены приёмной комиссии колледжей могут использовать те же критерии, чтобы оценивать молодых абитуриентов. Подумайте о том, какая комбинация участливости, приверженности правому делу и высоких умений создаёт идеального студента-гуманитария. Этот студент отражает ценности образовательного учреждения, или он слишком фанатично их лелеет? Какое образование полностью раскроет его потенциал и сделает его полезным?

Теперь давайте поговорим об отношениях. Знаете такие ванильные журнальные тесты, измеряющие вашу совместимость с любимым человеком? Так вот: *этос* справляется с этим гораздо лучше.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Как вам понять, что мне, автору, можно доверять? Что, если я просто раскидываюсь всеми этими принципами так, чтобы выглядеть благонадёжно? Если вы действительно сомневаетесь, то я вынужден признать: вы требовательны.

Для вас в конце книги есть список литературы для дальнейшего чтения.

Участливость. У вас одни и те же нужды? Вы их интерпретируете одинаково? Превосходно. Но считает ли ваш возлюбленный ваше счастье вторичным по сравнению со своим? Тогда у вас серьёзная проблема с благожелательностью. Партнёры могут быть благожелательны только в том случае, если они готовы пожертвовать собственными нуждами в угоду отношениям – иными словами, если стабильность отношений ценится выше, чем личные нужды. Часто можно услышать про территориальные проблемы новобрачных. Это просто иной способ сказать, что их участливость никуда не годится.

Приверженность правому делу. У вас одинаковые ценности? Подумайте о тех ценностях, на которых будет сосредоточиваться внимание в большинстве ваших споров. И что вы со своим любимым человеком подразумеваете под «умеренным» поведением? Что кажется «крайним» в любом аспекте ваших отношений? В фильме «Энни Холл» Вуди Аллен и Дайан Китон обращаются к разным аналитикам и общаются с ними о своих отношениях. Каждый аналитик спрашивает их про то, как часто они занимаются сексом.

ОН: Очень редко. Где-то три раза в неделю.

ОНА: Постоянно. Где-то три раза в неделю.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Не должны ли составляющие *этоса* создать впечатление того, что вы благонадёжны? Риторически – да. Однако мы сейчас говорим об обороне, и наша задача заключается в том, чтобы определить разрыв между риторическими способностями вашего любимого человека и тем, насколько вы можете ему доверять.

Это не просто коммуникативная проблема – это риторическая проблема, вопрос добродетельности. Их золотые середины слишком отдалены друг от друга. Понимание добродетельности Аристотеля (стремление к принятию решения, ключ к которому лежит где-то посередине) здесь приходится очень кстати. Середина, о которой он говорил, – это ваше понимание золотой середины в любом вопросе.

Умения. Аристотель говорил, что *фронезис* – это умение управляться с вероятностью – с тем, что, скорее всего, случится, и с тем, какое решение лучше всего принять при определённых обстоятельствах. Это предполагает два навыка: способность предсказывать, основываясь на свидетельствах, и способность принимать решения, которые создают наибольшую вероятность благополучного исхода. Партнёру не следует действовать исключительно спонтанно, равно как и строго следовать правилам во всех без исключения случаях. Обратите внимание на то, как ваш любимый человек реагирует на проблему, с которой вы вместе с ним столкнулись. Применяет ли ваш любимый человек правила ко всему? Считает ли он, что любое решение должно приниматься исходя из ценностных установок? Если ваш любимый человек спрашивает, что сделал бы Иисус по поводу того, чей сейчас черёд готовить, то у вас, скорее всего, есть серьёзные проблемы. (Насколько нам известно, Иисус не оставил потомкам никаких рецептов приготовления блюд.)

Могу привести личный пример. Когда мы с женой решили завести детей, мы встали перед классическим выбором работающих пар: кому из нас придётся остаться дома, и придётся ли? У меня была фантазия превращения в домашнего отца, заботящегося о теоретических детях и пишущего свою писанину, в то время как дети всё спят да спят. Моя жена была лучше организована, её социальные навыки были лучше моих, и она получала больше, чем я, будучи фандрайзером; я рассудил, что она бы заработала больше, чем я мог заработать. Проблема заключалась в том, что и по бытовой части у Дороти всё было лучше, чем у меня. Мои представления о приготовлении пищи сводились к забрасыванию сырого фарша в кастрюлю с налитым в неё консервированным супом. Другая проблема заключалась в том, что моя жена терпеть не могла свою работу.

Всё разрешилось в одно утро довольно-таки поразительным (по крайней мере для меня) образом, когда Дороти зашла в кухню.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Я ненавижу просить у людей деньги.

Я: Да уж, не повезло тебе тогда с работой.

Я тогда ещё не выпил свой кофе. Если б я его тогда выпил, я бы на том и заткнулся. Вместо этого я задал то, что мне казалось тогда риторическим вопросом.

Я: Почему бы тебе не бросить?

Она бросилась обнимать меня и в тот же самый день подала заявление. Спустя две недели наш семейный бюджет упал более чем на пятьдесят процентов. Дороти мой вопрос не показался риторическим. На протяжении последующих двадцати лет она не находила работу, а я не писал на постоянной основе. (Сейчас она снова занялась фандрайзингом, и ей это очень нравится.)

Мой ответ жене можно расценить и как победу, и как провал практической мудрости. Положительная сторона такова: я применил нашу общую ценность (заклучавшуюся в том, что люди, ненавидящие свою работу, не обязаны оставаться на ней, если у них есть возможность не оставаться) к конкретной ситуации. С другой стороны, мы тогда особо не размышляли над принятым нами тогда решением; а одним из главных признаков *фронезиса* является возможность размышлять – учитывать обе стороны вопроса.

Возможно, дело тогда было в том, что у Дороти не было особой веры в моё ремесло, хотя она и отрицает это. Может быть, она знала, что нам обоим было бы лучше, если бы я полноценно работал, а она занималась детьми. Она, конечно же, была права. К тому же она не только получила то, что хотела, но и дала мне удовольствие осознания того, что это предложил именно я. Если она это сделала специально, то это была испытанная временем техника: она заставила меня поверить в то, что её выбор на самом деле был моим.

Средства

Добродетельность (приверженность правому делу) и благожелательность (участливость) – это два столпа, на которых держится *эмос*. Кандидат на должность мэра вашего города может быть самым благочестивым, добросердечным и самоотверженным человеком из всех людей, что когда-либо претендовали на эту роль, однако этот человек будет дурным мэром, если он не сможет залатать дыры. Практическую мудрость (умения) человека можно оценить следующим образом:

- **Фильтр «это зависит».** Хочет ли убедитель узнать точную природу вашей проблемы? Или же он всё сгребает в одну кучу?
- **Сопоставимый опыт.** Это может казаться до боли очевидным, но почему-то это регулярно ускользает от внимания избирателей.

Сколько уже было случаев, когда вместо человека, который действительно занимался прежде политикой, выбирали богача? Сопоставимый опыт не так заметен, когда кто-то пытается вам что-то продать. Встаёт вопрос: откуда они черпают эту информацию? Из собственного опыта использования этого продукта или из поучений компании?

- **Возможность «выяснить».** Может ли убедитель сразу перейти к сути проблемы?

Глава 18

Разберитесь с тем, кто занимается травлей Улыбка Сократа

*Мы решительно самый нечестивый народ из
всех существующих – цивилизованных и диких.*

Аристотель

Разрушительная сила приемлемости

Хамы есть везде, и даже в неожиданных местах вроде инстаграма и обеденного стола на День благодарения. Есть традиционные задиры, отнимающие у детей карманные деньги и вклинивающиеся в очередь в столовой. Затем есть ещё хамы в Сети: грубые девочки, фанаты-мальчики и различные геймеры, которые превращают в кошмар жизнь любого несчастливца, который не соответствует их строжайшим групповым критериям; назовём этих хамов примитивными хамами. Мерзкие близкие родственники наших примитивных друзей – это хамы, занимающиеся бодишеймингом и размещающие в Сети фотографии людей, страдающих ожирением. С этими хамами близко связаны хамы-вигиланты, люди, которые прежде занимались линчеванием, а теперь преследуют и наказывают всех, кто, по их мнению, заслуживает наказания: видимо, беззаботных матерей, непатриотичных спортсменов, нерелигиозных звёзд-исполнителей музыки в жанре кантри, людей, обвиняемых в совершении преступлений. Хамы на работе подначивают своих коллег и подчинённых, чтобы те высмеивали уязвимых коллег за их одежду, манеру речи или взгляды. Есть, разумеется, и деспотичные хамы, одержимые властью главы государств, вроде сирийского президента Башара аль-Ассада, сбрасывавшего бочковые бомбы на свой же народ. Наконец, есть ещё менее очевидные хамы: заезжие дяди и тётки, которые не переставая говорят о политкорректности и спустя мгновение возвращаются к своим всегдашним несмешным шуткам про слабые меньшинства.

Хотя анонимность Интернета может навести на мысли о том, что сейчас бушует настоящая эпидемия хамов, я не считаю, что это так. Очень может быть так, что травля – это неотъемлемая часть нашего естества, что оно существует у нас в крови – только затем, чтобы сбалансировать наши положительные свойства. Мне не трудно представить, как грубый, агрессивный представитель рода Homo sapiens наезжает на бедного неандертальца – на чувствительное, творческое существо, как показывают недавние исследования, – и принижает беднягу до такой степени, что он и все его сородичи массово вымирают. («Чё?! Флейта из кости? Идиот. Смотри: это оружие!»)

Однако в нынешнее относительно цивилизованное время власти стремятся обуздать травлю путём введения жёстких образовательных уставов, обновляемых сетевых алгоритмов и даже через судебные преследования. Когда я писал эти слова, Playmate-2015 по имени Дани Матерс были предъявлены обвинения за съемку семидесятилетней женщины в одной лос-анджелесской раздевалке и размещение этой фотографии в инстаграме с подписью: «Если я не могу это “развидеть”, то и вы не сможете». Психологи и эксперты по защите от травли регулярно проводят мастер-классы. Организация Объединённых Наций даже объявила 4 мая Днём борьбы с буллингом. Всё это положительные явления. Однако человеческая натура остаётся неизменной: в нас, видно, мало неандертальской крови, и задиры, хамы и так называемые булли, скорее всего, никогда никуда не денутся. Всегда, когда мы останавливаем одного, его место тотчас занимает другой.

Тут к делу приступает риторика. С помощью средств убеждения вы можете сделать травлю чуть более терпимой или даже частично остановить её. Эта глава даже покажет вам, каким образом при определённых обстоятельствах можно получить выгоду от хама.

Начнём с низшего подвида людей – крикунов. Мы можем многое узнать о том, как нужно себя вести с хамами, наблюдая за тем, как комики и политики ведут себя со своими громкоговорящими недоброжелателями.

Техника Эми Шумер

На протяжении этой книги много говорится о необходимости *обнаружить такую аудиторию, которую можно убедить*. В разгаре

конфронтации мы часто по ошибке стремимся разобраться с тем, кто говорит (или кричит). Чаще всего этот человек оказывается наиболее упорным и непоколебимым в своих взглядах человеком из всех, кто присутствует при этой конфронтации.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ТЩАТЕЛЬНЫЙ ОТБОР АУДИТОРИИ. Искусный убедитель должен обладать хорошим периферийным зрением. Когда вас травят или открыто высмеивают, попробуйте выявить среди присутствующих таких людей, которые могут вам симпатизировать. Эти люди и будут вашей настоящей аудиторией.

Помните, как во второй главе мы рассмотрели, как в начале спора нужно *ставить цель*? Мы редко побеждаем, набирая нужные очки; и даже если это вдруг случается, убедить оппонента в том, что мы победили, представляется непосильной задачей. («Ах, боже мой! Мне так неловко за себя! Ваша неотразимая логика и ваш великолепный *эмос* показали мне, как я был не прав!») Часто более благополучным последствием несогласия являются усовершенствованные отношения – если не с вашим оппонентом, то хотя бы с присутствующими.

В том, как мастерски Эми Шумер управляет с крикунами, можно рассмотреть обе техники – и тщательный отбор аудитории, и постановление целей. В конце концов, крикун – это разновидность хамов. Крикун мешает исполнителю, пытается сбить его с толку перед аудиторией и высмеять его. Крикун захватывает всеобщее внимание. Шумер, внешность которой явно не вписывается в канон шоу-бизнеса, на протяжении своей карьеры приходилось сталкиваться с великим множеством грубых аудиторий. И, как и любой профессионал, она научилась с ними справляться. Во время своего выступления в Стокгольме в 2016 году она прямо-таки блеснула своими навыками. Прямо посреди её выступления кто-то закричал ей, чтобы она обнажила грудь. (Он, разумеется, выразил свою просьбу иными словами.) У Шумер было несколько вариантов поведения. Она просто могла попросить охрану выдворить этого человека. Она могла наорать на него и затем прочитать своей аудитории лекцию про сексизм. Вместо этого она приняла крайне дружелюбный вид. Прервав свою речь, она прищурилась, когда свет прожектора направили на грубияна. Делая

такой вид, словно она хочет познакомиться с этим человеком, она спросила его, чем он занимается по жизни. Он сказал, что занят в сфере продаж.

«В сфере продаж? – повторила Шумер. – И как ваши успехи? А то тут они оставляют желать лучшего». Не самая лучшая шутка, но её спонтанность вызвала у аудитории смех. Что более важно: Шумер взяла контроль над ситуацией, вырвав его у крикуна. Её целью было развлечь аудиторию, а не выразить свою боль. Когда этот придурок продолжил издеваться над ней, она по-прежнему не переменяла свой тон. Сначала она предложила своей аудитории голосование. Аудитория очень это одобрила. Когда охрана наконец выпроводила этого человека, Шумер сказала: «Я уже скучаю!»

Дональд Трамп избрал иной подход, вопя на своих охранников, чтобы те выставили протестующих, и тоскуя по дням, когда охранникам разрешалось избивать людей. Его аудитория обожала его за это. Тем временем куда большая аудитория социальных сетей и телевидения (многие участники которой были неопределившимися избирателями) видели человека, который очень походил на хама. Хотя, как оказалось, многие и хотели, чтобы их президентом был хам, для нас с вами такой *эмос* является не самым лучшим. Лучше вести себя как Шумер и делать вид, что нам очень нравятся такие придурки, как стокгольмский крикун.

А что на самом деле даёт создание вида, что нам нравится тот или иной придурок? Сообщит ли это крикуну чувство стыда, заставит ли это его пересмотреть свои взгляды? Вряд ли. Но помните одно: когда кто-то кого-то травит, внимание не должно быть сосредоточено на том, кто травит. Это именно то, чего он хочет. Внимание должно принадлежать аудитории. Хам же может помочь вам улучшить свой *эмос* в глазах вашей аудитории.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ИРОНИЧНАЯ БЛАГОРАСПОЛОЖЕННОСТЬ. Хам хочет, чтобы вы замялись, раскраснелись и ушли в униженном состоянии. Если вы хотите отвратить его нападки, попробуйте изобразить глубокую благорасположенность с малейшей долей жалости.

Ещё один ветеран публичных выступлений, сталкивавшийся с громадным количеством крикунов, – это бывший вице-президент США Джо Байден, который показал своё мастерство во время предвыборной гонки в США в 2016 году. Когда протестующий прервал его, Байден не просто решил не расправляться с ним; он предложил ему провести с ним личную беседу после своего выступления. Байден с уважением отнёсся к протестующему даже при том, что он в этот момент возвращал себе контроль над ситуацией. Он поступил грамотно и умно. Так же получилось и тогда, когда Обама произнёс одну из лучших фраз своей предвыборной кампании в ответ на то, что его сторонники зашумели на протестующих: «Не шумите. Голосуйте!»

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ДОБРОДЕТЕЛЬНАЯ ПОЗИЦИЯ. Чтобы расположить к себе аудиторию, покажите ей, что вы лучше, чем тот, кто вам хамит. Ответьте на выкрики нахала спокойным предложением побеседовать как-нибудь попозже (даже если вы хотите его убить).

Всё это подсказывает прекрасную цель (или стратегию) поведения по отношению к хаму: будьте лучше, чем он. Хамы – это не самые лучшие представители человечества, и по крайней мере некоторые члены вашей аудитории должны понимать это. Сделайте это ещё более понятным, занизив свой *пафос* и повысив свой *эмос*. Вообще, вы должны показать свою добродетельность. Решив разобраться с хамом спокойно, вы показываете свою харизму и – стоит надеяться – помещаете себя аккурат в середину симпатий вашей аудитории. Предложите хаму поговорить с вами после. (Не говорите ему, как сильно вы хотите его избить, как неудачно сделал Байден с Трампом во время предвыборной кампании. *Эмос* старика Джо тогда был далеко не лучшим.)

Политический дядя

Семейный эквивалент крикуна – это родственник, захламляющий вашу ленту обновлений в социальной сети политическими постами. «[Вставьте политика] РАЗНОСИТ [вставьте оппонента] своими [вставьте тупое лживое видео]». Или этакий образец американской

демократии, политический дядя: член семьи, читающий за обеденным столом лекции о политике. В действительности политическому дяде даже не надо быть дядей и даже мужчиной – политическим дядей может быть любой человек со стойкими убеждениями и неспособностью удержать их в себе.

ПОЛЕЗНЫЙ ТРОП

«Политический дядя», как вы могли заметить, является *синекдой* – то есть один человек представляет целое множество дурных дядь.

Последнее время я часто вижу в своих разговорах по скайпу с учениками, которые читают эту книгу, подобия политических дядь в основном мужского пола. Их вопросы часто звучат как типичные кликбейт-заголовки: «Как мне с помощью риторики сокрушить своего одноклассника?» Мой ответ обычно такой: «Никак». Риторика не этим занимается. Риторика занимается уклонением и склонением, а не сокрушением. Риторика занимается убеждениями и ожиданиями вашей аудитории, не стремясь подорвать их.

Что неизбежно приводит к следующему вопросу от другого ученика: «Что мне сказать человеку, который постоянно навязывает мне своё мнение?» Это будущий член Будущих политических дядь Америки, сам об этом не знающий. На самом деле трудно придумать ответ, когда на вас кто-то орёт с мнением, которое вас раздражает. Это более мягкая, более патриотичная разновидность хамства. Она расшатывает социальные ситуации и несёт в себе раздражительную силу – как и крикуны. К сожалению, вы не можете быть Дональдом Трампом и выкинуть мужика из комнаты вам нельзя. Этот мужик, возможно, женат на любимой сестре вашей матери. Бараком Обамой, который говорит людям не шуметь, вы тоже не можете быть. Другие члены вашей семьи, может быть, закатывают глаза, но они не шумят. Вы, впрочем, можете быть Хиллари Клинтон, и вы можете скрипеть зубами и терпеть. Однако существует более удобный способ ответить политическому хаму. Я называю это **агрессивным интересом**.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

АГРЕССИВНЫЙ ИНТЕРЕС. Ответьте политическому хаму, изобразив искреннее любопытство и задавая

многочисленные вопросы об определениях, подробностях и источниках.

Допустим, дядя Берти говорит: «Я думаю, что нам действительно нужно построить эту стену у мексиканской границы. И заставить мексиканцев платить за постройку!» В то время как все сидящие за столом внезапно начнут проявлять усиленный интерес к картофельному пюре с чесноком, вы проявите усиленный интерес к потрясающему мнению дяди Берти. Ваш первый вопрос должен заставить его *дать понятиям определения*.

ВЫ: Расскажите мне про эту стену, дядя Берти. Что вы имеете в виду, говоря о стене?

БЕРТИ: А что, вы не знаете, что такое стена? Я говорю о стене. Одиннадцать метров высотой вроде, сделанной из... э-э-э... пуленепробиваемого материала.

Затем спросите его про *подробности*.

ВЫ: Прямо вдоль всей границы? Это было бы потрясающе! А сейчас там, выходит, нет стены?

БЕРТИ: Ну, это не очень хорошая стена. И она идёт не по всей границе. Так что да, стена должна проходить по всей границе. Нельзя позволять мексиканцам проходить через места, в которых нет стены.

ВЫ: А как выглядят эти части, где нет стены? Как ровная легкопроходимая пустыня? Или там горы? А погодите-ка, там разве не протекает река?

БЕРТИ: Река Рио-Гранде. И стена строится не *на* реке. Она строится около реки.

ВЫ: С мексиканской стороны?

БЕРТИ: Нет, наверное, на нашей.

ВЫ: Значит, это всё общественная территория? Или же кто-то ею владеет? Если часть этой территории частная, то государство что, просто забирает эту часть?

БЕРТИ (*нервически*): Посмотрите в Интернете.

К этому моменту все ваши родственники уже сбегут на кухню, где они будут бороться за право сделать кофе. Настало время для третьей части агрессивного интереса: спросите дядю про *источники*.

ВЫ: А какие карты владений вы смогли найти, дядя Берти? И не знаете ли вы способа узнать, сколько мексиканцев въезжают в Соединённые Штаты, а сколько выезжает? Ну, то есть разве

значительная часть нелегалов не приезжает сюда в качестве сезонных рабочих? Когда они захотят вернуться домой, им придётся перелезть через стену?

Какую пользу принесёт этот бесконечный диалог? Ну, с одной стороны, вы доставите себе удовольствие вывести из себя политического дядю. К тому же некоторые нейронаучные исследования показывают, что подробности спора часто вызывают у спорящих желание умерить своё мнение. Необдуманные убеждения, как правило, отличаются тем, что они близки к крайностям.

Если задуматься, то всё выглядит вполне логично. Было весело кричать «Посадить её!» во время митинга в поддержку Дональда Трампа. Попробуйте предложить тем же протестующим нести транспаранты с надписью: «Следует перепроверить данные о владении Хиллари Клинтон частным сервером электронной почты, содержащей засекреченные документы, который, возможно, был взломан, а возможно, не был взломан; а также следует выяснить, знала ли вообще Хиллари Клинтон о существовании этого сервера; если же в процессе расследования обнаружится, что Хиллари Клинтон нарушила закон, то ей следует предстать перед судом присяжных, выбранных из числа людей, равных ей по своему статусу, которые приговорят её к наказанию, соразмерному тяжести её преступлений, и наказаниям, вынесенным за подобные преступления в прошлом!» Помимо того, что текст этого транспаранта трудно скандировать, он может заставить людей усомниться, стоит ли вообще Хиллари Клинтон куда-либо сажать. Они поневоле зададутся вопросом: «Кого ещё раньше сажали за владение частным сервером электронной почты с засекреченной информацией и какому наказанию подвергали этих людей?»

Агрессивный интерес работает с хамами всех политических сортов: как с левыми, которые не переставая говорят о войне против среднего класса, с либертарианцами, которые утверждают, что налоги лишают нас свободы, и даже с фанатами «Звёздного пути», которые стоят на том, что только первая версия сериала передаёт истинный дух вселенной «Звёздного пути». Не сдавайтесь. Продолжайте задавать вопросы. Настаивайте на том, чтобы докопаться до значений («Определите «Звёздный путь»»), подробностей и источников. И попробуйте побороть своего хамящего оппонента. Если у вас это

получится – если он в раздражении отступится, то, несмотря на всё то, что я писал раньше... вы победили.

Любите как философ

Средства агрессивного интереса и ироничной любви изобретены не мной. Я украл их у Сократа. Он ходил по Афинам с широкой улыбкой и выражением великой любознательности и переворачивал умы граждан вверх дном, задавая им свои нескончаемые любезные вопросы. Большая часть этих вопросов сводилась к определениям. Сократ всегда стремился прийти к подлинному смыслу слов, рассудив однажды, что истина кроется в значениях. К этому и сводится метод Сократа. Это познавательное упражнение, построенное на различных вариациях одного вопроса: «Что это означает?»

Почему я привёл Сократа в главе, посвящённой травле? Потому что огромная часть травли связана со следующими суждениями, но не со значениями:

- Все республиканцы расисты.
- Все демократы хотят лишить людей оружия.
- Все мусульмане втайне (или открыто) поддерживают терроризм; так сказано в Коране.
- Все игроки в лакросс неприятные.
- У геев есть свой особый план.
- Транссексуалы подглядывают за другими в туалете.
- Индустрия добычи нефти – это чистое зло.

Эти вещи говорят хорошие люди. Ни одна из этих вещей не правдива. Когда люди пытаются сделать мир лучше, затравливая своих противников, единственный практический ответ им – это приведение их к пересмотру своих взглядов. Не бейте их в ответ. Подорвите их мнения, заставив их задуматься о том, какими значениями они наделяют свои заявления. Что такое терроризм? Кто такой мусульманин? Что такое особый план? Связана ли индустрия добычи нефти исключительно с нефтью или же она занимается и другими делами?

Чтобы эффективно задать эти вопросы, вам нужно заставить своего оппонента поверить в то, что вы говорите открыто и уважительно. Помните, что самые ненавистные мнения принадлежат

самым хорошим людям. Задавайте свои вопросы по-дружески. Любовь – даже притворная риторическая любовь – властна надо всем. По меньшей мере, вы сможете сделать удобные мнения людей чуть менее удобными, пробив маленькую дыру в их обширной, красивой, проплаченной мексиканским правительством стене мнений. В лучшем случае ваши приемлемые взгляды помогут вам достичь nirваны споров – они помогут вам достичь согласия.

Но это ещё не всё. Как только вы возьмёте за обыкновение задавать вопросы в стиле Сократа, вы наверняка начнёте ставить под сомнение свои собственные определения. Как учил Сократ, самый мудрый человек меньше всего уверен в себе.

Средства

Хамы – это проверка риторики на прочность. Они проверяют ваш *эмос*, они пытаются завладеть вашей аудиторией, забросать вас злобными мнениями, и они вносят беспорядок в приятный семейный обед. Вашей главной стратегией должен быть не ответный удар, но своеобразное принятие мнения хама. Если это невозможно, то вы должны обратиться к присутствующим. Это работает как в реальной жизни, так и в Сети.

- **Тщательный отбор аудитории.** Когда вы подвергаетесь атаке, постарайтесь обнаружить аудиторию, которую вы сможете убедить. Направьте свой ответ на эту аудиторию, даже если вы говорите с хамом.

- **Ироничная благорасположенность.** Такая ирония лучше всего работает в таких случаях, когда ваша аудитория видит её. Хаму очень трудно ответить на любезную, совсем немного сочувственную улыбку.

- **Добродетельная позиция.** Покажите себя как лучшего человека. Сделайте это, выказав немного негативных эмоций. Предложите хаму пообщаться и покажите, что вы немного расстроены его отказом. Разумеется, вы, скорее всего, действительно являетесь лучшим человеком. В таком случае не нужно занимать никаких позиций. Просто будьте собой.

- **Агрессивный интерес.** Самое лучшее средство против политических хамов. Напустите на себя вид усиленного любопытства и расспросите хама про определения, подробности и источники. Как

доказал сам Сократ, просьба об информации, сопровождаемая улыбкой, является сильной формой лести.

Продвинутая оборона

Глава 19

Моментально обретите облик интеллектуала Сокровищница остроумия Монти Пайтон

Они подобны путеводным звёздам, подобны целебным снадобьям, сладкой гармонии, сочувственному преломлению действительности, способному возбудить самые горестные страсти, они подобны ярчайшим краскам, способным вдохнуть в любую идею великий смысл.

Генри Пичем

Фигуры речи и прочие заготовленные хитрости

ЗНАЧЕНИЯ

Термины «*L'esprit de l'escalier*» и «*Stehrwitt*» переводятся как «лестничный ум» и означают внезапную мысль, которая посещает нас, когда мы выходим из квартиры.

Знаете такое чувство, когда никак не получается придумать достойный ответ до тех пор, пока не стало слишком поздно? Французы и немцы, знатоки унижения, придумали для этого названия: «*l'esprit de l'escalier* и *Stehrwitt*».

БЕССТЫЖАЯ РЕКЛАМА

Я написал целую книгу про фигуры речи и тропы – «*Word Hero*».

Риторика изобрела фигуры речи как спасение от этих запоздалых мыслей; эти фигуры вооружают вас системным мышлением и заготовленным остроумием, так что вы больше никогда не окажетесь в проигрыше. Фигуры помогают стать лучше в игре слов; они делают так, что клише кажутся умными, и они могут сообщить беседе дополнительный ритм и придать ей остроту.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

В выражении «Современная наука не опровергла такую-то теорию» можно увидеть ошибку по невежеству; согласно этой ошибке, если что-то не опровергалось, то это значит, что это является правдой. Мы, однако же, точно сказать не можем, так что тут я сделаю себе скидку.

Вплоть до сего дня ораторы верили в то, что фигуры речи способны оказывать психотропный эффект на человеческий мозг, вызывая в нём образы и эмоции, которые делают человека более восприимчивым к убеждению. Судя по всему, они действительно оказывают такой эффект – современная наука никогда не опровергала эту теорию. По крайней мере, фигуры речи добавляют ей сложности. Они могут делать человека привлекательным (как минимум в глазах того, кто считает умного человека сексуальным). Лучше всего то, что они составляют наилучший двигатель убеждения, способный стремительно разогнать вашу аудиторию и привести её к вашим целям с ветерком.

Так давайте же прокачаем вашу риторическую тачку.

Эти умники греки

Древние греки называли их «схемами» – более подходящим словом, чем «фигуры», потому что эти средства являются трюками убеждения и общепринятыми правилами. Хотя Шекспиру пришлось выучить в школе около двухсот таких фигур, основные фигуры выучить совершенно не трудно. К тому же вы уже используете немалое их количество; например, аналогию («Она как будто ангел»), оксюмороны («военная разумность»), риторические вопросы (эту фигуру вообще нужно объяснять?) и гиперболы (лучшая фигура из всех существующих).

Мы постоянно выдаём фигуры, сами того не зная. Например:

ВЫ: Ох, ну не стоило же.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

СКРОМНОСТЬ. Фигура речи, лежащая в основе таких фраз, как «Ох, ну не стоило же». Формальное название – *accismus*.

Если вы действительно это имеете в виду – имеете в виду, что если этот человек подарит вам ещё один такой уродливый, плохо сидящий на вас свитер, то вы убьёте его, – то это не фигура речи. Однако если подарком являются новые часы Apple Watch и вы едва удерживаетесь от того, чтобы прямо сейчас оторваться от всех дел и приняться возиться с этими часами, то тогда ваше «ох, не стоило» является собой фигуру речи под названием **скромность**. Всякие жмоты, которые любят, когда за них расплачиваются, часто используют фигуру скромности.

ЖМОТ: Да давай я... Серьёзно? Ты расплатишься?

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

ДИАЛОГ. Формальное название – *dialogismus*. Используйте её, чтобы добавить своему повествованию реализма.

Подростки особенно любят фигуру под названием **диалог**, которая предполагает повторение беседы в целях оказания риторического эффекта. Замечательный пример этого есть в первом фильме про Остина Пауэрса, когда Доктор Зло спрашивает своего сына, как у него дела.

СКОТТ ЗЛО: Ну, мы, значит, с моим другом Свит Джем, типа, пошли поиграть в игровые автоматы, а там по-английски никто не говорит, а Джей там с кем-то поругался, и он такой: «Хэй, отвалите от меня, я не говорю по-французски!» или что-то такое. И потом там кто-то сказал что-то на парижском, и я такой: «Да пошёл ты!» И они такие: «Пошли вон отсюда!» И мы такие: «А вы заставьте нас!» Было круто.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

ИНЫЕ ВЫРАЖЕНИЯ. Использование описаний вместо названий. Формальное название этой фигуры – *перифраз*. Другое обозначение, «околичности», чаще используется в народе, чем среди ораторов. «Перифраз» же – термин более специфический.

Когда персонаж Джона Мортимера, судья Бэйли, говорит о своей жене как о «той, кому нужно подчиняться» и когда преподаватели из Хогвартса говорят о «том, кого нельзя называть», все они используют **иные выражения**, фигуру речи, которая является описанием,

заменяющим собой название. Принц Чарльз умело употребил эту фигуру, когда говорил о главах Китая как об «отвратительных старых восковых фигурах». Мужчина, который хочет казаться мачо, пользуется иными выражениями, когда он говорит о женщинах как о «бабах».

Позвольте мне здесь сделать отступление (что, кстати, само по себе является отдельной фигурой). Оратор, читающий это, возможно, поморщится на то, как я *dialogismus* и перифраз называю «диалогом» и «иными выражениями». Однако, когда древние греки изобрели скромность, они её так и называли – скромностью, а не каким-то непроизносимым словом, но древнегреческие термины, к сожалению, являются не самыми удачными. К началу XVII века риторика уже начала тонуть из-за собственного веса; всё было настолько плохо, что Сэмюэл Батлер написал:

Все правила оратора Сводятся к названиям.

Я здесь привожу всевозможные названия, однако в конце книги вас не ждёт заключительный экзамен. (Ну, там всё же есть проверочный тест, но вы не обязаны его проходить, если вас не заставит это сделать учитель.) В этой главе говорится о принципах, лежащих в основе фигур речи, так что запоминать вам ничего не придётся. Просто используйте ту тактику, которая вам больше всего нравится.

И бог сказал, в переносном смысле...

Фигуры бывают трёх видов: фигуры речи, фигуры мысли и тропы.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Не обращали ли вы внимание на то, как большинство людей, связанных с политикой, часто начинают свои предложения со слова «и»? Многие используют его как замену «эм» или «а», когда они думают, что им сказать дальше. «И» придаёт вербальной речи живости и связности. Однако если вы будете говорить так слишком часто, то вас сочтут за маниакального пророка.

Фигуры речи изменяют обычную речь через повторения, замены, звуки и игру слов. Они подразумевают различные манипуляции со

словами: их пропуск, замену и придание им такого облика, при котором они будут восприниматься иначе.

В Библии короля Якова каждый новый стих первой Книги Бытия после слов «В начале Бог создал небо и землю» начинается со слова «и».

И земля не имела формы – была одна пустота, была одна бездна тьмы. И Дух Божий наполнял воды.

И Бог сказал: Да будет свет, – И появился свет.

И Бог увидел свет, увидел его благо, и Бог отделил свет от тьмы.

Эта техника – фигура **повторяемых первых слов**. Она используется в священном писании фильма «Монти Пайтон и Священный Грааль», Священной книге оружия.

БРАТ: И Святой Аттила высоко поднял свою гранату, произнеся: «Господи, благослови эту священную гранату, чтобы она разнесла врагов в клочья! Аминь». И Спаситель улыбнулся, и люди устроили пир из агнцев, ленивцев, карпов, анчоусов, орангутангов, кукурузных хлопьев, летучих мышей и больших...

МЭЙНАРД: Пропусти эту часть, Брат.

БРАТ: И изрёк Спаситель: «Спервоначала тебе, сын мой, нужно вынуть Священную чеку...»

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

ПОВТОРЯЕМЫЕ ПЕРВЫЕ СЛОВА. Формальное название – *анафора*.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ РЕЧИ

Анафора лучше всего работает в эмоциональных обращениях к большим скоплениям людей. «Настало время действовать. Настало время показать, на что мы способны. Настало время исправить то, что неправильно!»

Ещё одна фигура речи подразумевает объединение целого ряда глаголов в одном существительном. Хоккейные комментаторы часто используют эту фигуру, **неоднородное перемешивание**.

КОММЕНТАТОР: Ламобье забирает шайбу, обходит двух защитников, удар... промах... ещё удар... гол!

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

НЕОДНОРОДНОЕ ПЕРЕМЕШИВАНИЕ. Фигура, используемая, например, спортивными комментаторами. Формальное название – *диазевзма*.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ СПОРА ОДИН НА ОДИН

Многokратное перемешивание позволяет быстро произносить логический аргумент, подавляя этим оппонента и поражая аудиторию. «Вы так и не ответили на вопрос, допустили целую череду ошибок, несколько фактов вы вообще, кажется, выдумали; а о грамматической составляющей ваших слов я вообще молчу».

Одна из самых распространённых фигур речи, **идиома**, комбинирует слова в неразделимые структуры, имеющие своё особое значение. «Полным-полно» – это, например, идиома. Идиома может звучать для вас как *китайская грамота* (вот вам ещё идиома). *Среднестатистический Ванька* не имеет даже *смутного представления* о том, к чему человек клонит, однако если он будет относиться к этому с *известной долей скептицизма*, то *дело в шляпе*. *Врубаетесь?* Внимательно прислушивайтесь к идиомам во время разговора; из них порой составляются просто жуткие кодовые фразы и всевозможные шифры. «Китайская грамота» в её английском выражении происходит от Шекспира; ею пользуются больше выпускники колледжей, чем обычные люди. Если вы услышите фразу «я в расколе», означающую «я в затруднении», то этот человек, скорее всего, из Среднего Запада, где эта идиома всё ещё в ходу. Если кто-то предлагает вам как-нибудь после вместе «преломить хлеб», то высока вероятность того, что этот человек христианин. Если кто-то предупреждает вас о том, что «коней на переправе не меняют» – произносит идиому, которая помогла Джорджу Бушу-младшему повторно избраться на пост президента в 2004 году, то этот человек вряд ли является большим любителем идти на риск. Хороший продавец обычно прислушивается к идиомам и использует их на вас. Если вы, например, скажете, что не хотите автомобиль, который будет вам «не по карману», то продавец, скорее всего, повторит это же выражение. Не оставляйте хорошую технику торгашам; воспользуйтесь ею сами, когда захотите кого-нибудь в чём-нибудь убедить. Это одна из самых простых фигур для повседневной жизни.

В то время как фигуры речи проводят различные манипуляции со словами, *фигуры мысли* – это различные логические и эмоциональные тактики, готовые схемы для использования *логоса и пафоса* на лету. Большинство средств, которые вы можете видеть в различных главах этой книги – от уступки какому-нибудь высказыванию до раскрытия какого-нибудь своего милого недостатка – считаются фигурами мысли.

Одной из таких фигур является риторический вопрос. Вот ещё одна: если вы задаёте риторический вопрос и отвечаете на него, то это означает, что вы употребляете **вопрос, отвечающий сам на себя**. Протестующие постоянно так делают. («Чего мы хотим? Справедливости! Когда мы этого хотим? Прямо сейчас!») Как и Трусливый Лев из «Волшебника страны Оз».

- *Что отличает короля от раба?*
- *Храбрость.*
- *Что заставляет флаг веять над волнами?*
- *Храбрость.*
- *Что заставляет слона идти вперёд и вперёд, невзирая на опасность?*
- *Храбрость.*
- *Что заставляет крысу выйти из норы?*
- *Храбрость.*
- *Что делает сфинкса седьмым чудом света?*
- *Храбрость.*
- *Что заставляет рассвет наступать словно ураган?*
- *Храбрость.*

ЗНАЧЕНИЯ

Понятия синекдохи и метонимии трудно не только выговаривать, но и отличать друг от друга. Если мы называем пожилого человека «седовласым», то «седовласый» – это метонимия (седые волосы как характеристика) или синекдоха (волосы олицетворяют всего человека)? Мне нравится объединять оба понятия в то, что я называю «тропом принадлежности». Возьмите что-нибудь такое, что чему-то принадлежит, и сделайте так, чтобы оно олицетворяло то, чему оно принадлежит, – и вы получите троп принадлежности.

Тропы призваны заменить один образ или концепцию на другой образ или концепцию. Само понятие «тропа», конечно, немного слишком профессионально, но это не отменяет того, что мы постоянно употребляем их в своей речи. **Метафора** – это троп: она делает так, что одна вещь изображает другую («Луна – это шар на небе»). **Ирония** – это тоже троп, потому что она заменяет вероятное значение настоящим. **Синекдоха** заменяет ряд вещей одной вещью («Белый дом») или обозначает целую группу через её представителя («одинокая мать»). **Метонимия** делает так, что характеристика чего-то описывает целый предмет (обозначение человека с рыжими волосами словом «рыжий»). Вы увидите другие тропы в главе 20.

Короче говоря, фигуры речи играют со словами, фигуры мысли являются мини-тактиками, которые можно употреблять в спорах, а тропы делают так, что слово представляет нечто такое, что отличается от привычного значения. Я бы хотел не просто перечислить средства, которыми вы сможете пользоваться, а показать вам несколько способов, с помощью которых вы сможете применять фигуры в различных жизненных ситуациях.

Берите клише и выворачивайте

Если ваш оппонент использует идиому или клише (а идиома и клише – это закадычные друзья (очередное клише)), то вы можете расположить к себе интеллектуальную аудиторию, **вывернув выражение оппонента**. Очень многие люди страшатся клише, как заразы, хотя клише и являются замечательным ресурсом, на котором стоит весь риторический мир; однако они столь полезны лишь в том случае, если вы преобразуете их своим мгновенным остроумием. Это легче, чем вам может показаться. К примеру, можете сделать так: возьмите клише оппонента и сопроводите его **неожиданной концовкой**.

ЛЮБИМЫЙ ЧЕЛОВЕК: Я хочу выглядеть как она. Её будто налили в платье.

ВЫ: Ага, слегка перелив через край.

Должен признаться, я адаптировал (практически украл) эти слова у Пелама Гренвилла Вудхауса. Ну я тогда по ходу дела украду ещё немного слов у Роуз Маколей.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

МЕТОНИМИЯ. Использование характеристики для описания чего-то целого.

ДРУГ: Эта книга отлично подходит, чтобы убить время.

ВЫ: Конечно подходит, если ты предпочитаешь, чтобы время было убито.

Вам не обязательно ждать клише, чтобы испортить его. Можете сами его произнести.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

СИНЕКДОХА. Замена ряда вещей одной вещью.

ОСКАР УАЙЛЬД: Нужно иметь каменное сердце, чтобы, читая о смерти маленькой Нелл, не рассмеяться.

ЗНАЧЕНИЯ

Вы можете решить, что все слова – это своеобразные тропы, заменяющие вещи, о которых мы говорим, звуками и знаками. Примерно так решил Платон. Он считал наше видение реальности своего рода тропом – рядом образов, которые заменяют собой истинный предмет.

Ну, понятно, что трём самым остроумным людям всех времён – Уайльду, Маколей и Вудхаусу – всё это даётся довольно просто. Однако вот вам секрет того, как заставить клише практически родиться заново: **воспримите его буквально.**

ОППОНЕНТ: Давайте не будем бежать впереди паровоза.

ВЫ: Давайте. Давайте бежать впереди самолёта.

Или:

ОППОНЕНТ: Меня туда калачом не заманишь.

ВЫ: А что, думаете, станут заманивать?

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ПЕРЕВОРОТ КЛИШЕ. Уступите клише вашего оппонента, а затем хитро исказите его.

Эти слова я тоже позаимствовал у Пелама Гренвилла Вудхауса, мастера витиеватых клише.

Большинство клише сами по себе являются фигурами или тропами. Бежать впереди паровоза – это, например, метафора. Если вы вдруг забудете клише и будете рассматривать фразу такой, какая она есть, то вы придёте в недоумение от её логики.

ОППОНЕНТ: Давайте не будем после купания выплёскивать ребёнка вместе с водой.

ВЫ: Нет, давайте лучше вынем затычку.

Клише про выплёскивание ребёнка может показаться довольно странным, если о нём подумать хорошенько. Отвечая на него буквально, вы соглашаетесь со своим оппонентом даже несмотря на то, что вы в этот момент опровергаете его слова. Хорошее парирование.

Представим, что администрация вашего города решает построить новые корты для ракетбола и нанимает архитектора, чтобы тот их спроектировал. Расчёты показывают, что эти корты обойдутся в два раза дороже, чем предполагалось изначально. Городской совет устраивает совещание, и вы вдруг вступаете в спор с фанатом ракетбола.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, ЕСЛИ ОКАЖЕТЕСЬ В ЯЗВИТЕЛЬНОМ НАСТРОЕНИИ

Просто постарайтесь подобрать у себя в голове какие-нибудь подходящие клише и переверните их, чтобы посмотреть, будут ли они так выглядеть логично. У меня, к примеру, чаще всего получается логично. Вот пример сплетен о трофейной жене неприятного знакомого, который для нас с моим собеседником общий:

Я: В этом случае действительно получилось так, что Богу подали за то, что он встал рано.

ДРУГ: Думаю, она тоже в этом поучаствовала.

Я: Мне от этого странно. Я бы хотел, чтобы мозги пораскинулись.

Большинство клише превращаются в сущий абсурд, если их воспринимать буквально, – и это открывает замечательные возможности для проявления остроумия.

ОППОНЕНТ: Кто рано встаёт, тому Бог подаёт.

ВЫ: Ну и пусть подаёт, нам-то что.

Техника Йоды

Вы также можете преобразовать банальную идиому, заменив в ней некоторые слова.

ОСКАР УАЙЛЬД: Труд – проклятие пьющего класса.

Это напоминает мне о том, как один неназванный человек использовал теорию Торстейна Веблена о праздных классах, чтобы раскритиковать преподавательский состав одного факультета: «Праздность научного класса».

Замена слов работает далеко не только с клише. Один из самых эффективных приёмов способен преобразовать почти любое предложение. Вы с ним уже встречались – это могучий **хиазм**. Как я уже говорил прежде, это моя любимая фигура – отчасти потому, что она звучит совершенно жутко, особенно в формальной речи, но также потому, что она довольно убедительна. Хиазм представляет собой зеркальное отражение концепции, отвечающее высказываниям оппонента, обращая их вспять. Кеннеди взял общее место – «Что страна может сделать для вас» – и перевернул его для своего хиазма. Его речь не была бы столь эффектной, если бы не этот хиазм.

БЕЗ ХИАЗМА: Вместо того чтобы искать помощь правительства, вам лучше самим оказать ему помощь.

С ХИАЗМОМ: Не спрашивайте себя, что страна может сделать для вас, – спрашивайте себя, что вы можете сделать для страны.

Хиазм позволяет вам перевернуть вверх тормашками аргумент оппонента. Представьте себе, что вы представляете корпорацию, ведущую опасную игру с налоговыми льготами; один из членов конгресса даже сделал заявление о том, что ваша компания обманывает правительство. Вы можете обороняться без фигур.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Бизнес-клише представляют множество возможностей для употребления фигур. Чтобы сделать эффектное высказывание, выберите такое клише, которое направлено против вас, и переверните его так, чтобы оно стало хиазмом: «Давайте не будем плыть по течению. Пусть течение идёт за нами – не мы за ним».

ВЫ: Всякие следователи и бюрократы, преследуя свои корыстные цели, обвиняют нас в том, чего мы не совершали.

Или вы можете вкрапить в свои слова хиазм.

ВЫ: Вопрос состоит не в том, обманываем мы правительство или нет. Он состоит в том, обманывает ли правительство нас самих.

Когда я писал это, ко мне с понурым видом зашёл мой сын. Я заботливо сделал его ещё более жалким с помощью хиазма.

ДЖОРДЖ: Мои друзья никогда не звонят мне.

Я: А ты когда-нибудь звонишь своим друзьям?

Конечно же, он звонит им. Мой ответ был предельно глуп, но я не смог сдержаться. Хиазм не только позволяет вам отвлечь аргумент оппонента – он также даёт возможность изменить само значение слов. Просто разверните мысль задом наперёд.

КНУТ РОКНЕ: Когда жизнь становится суровой, мы сами должны стать суровыми.

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

ОБОРОНА ФИГУР РЕЧИ. Человека, которому приписывается изобретение фигур речи, звали Горгием (это не вполне правильно, но я предпочитаю называть его «Горджес», что звучит как английское слово «великолепный»). Он однажды изобразил защиту Елены Прекрасной, беглой невесты, чьё одно лицо подняло в поход тысячу кораблей. Горгий признал Елену невинной, объяснив её невинность фигурами: мол, сладкоречивый Парис использовал фигуры, чтобы «одурманить её» с целью побега с ним – следовательно, за свои действия она не отвечала. Что показывает нам, что даже у ораторов есть свои фантазии.

Это трудно сделать спонтанно, но вы тем не менее можете привнести немного юмора в то, что вы пишете, если, допустим, вернёте в хиазм каламбур. Предположим, вы устроили внезапную вечеринку для вашего друга, которому исполнилось сорок лет. Мать этого мужика даёт вам его детские фотографии, среди которых есть фото, на котором он запечатлён в возрасте двух лет, купающийся в детской ванночке, совершенно голый. (Или, как сейчас нормально говорить, «голозадый», что, в общем-то, не совсем корректно, но более логично.) Какая фраза, комбинирующая невинную наготу и день

рождения, может прийти на ум? В чём мать родила! Здесь есть каламбур? Ну да, есть. «В чём мать родила» может быть хорошим ответом на вопрос о том, что лучше надеть. Итак, давайте изготовим открытку с хиазмом.

ФРОНТАЛЬНАЯ СТРАНИЦА С КРАСИВОЙ НЕДАВНЕЙ ФОТОГРАФИЕЙ БОБА: Какой костюм подходит Бобу на день рождения?

ВНУТРЕННЯЯ СТРАНИЦА С ГОЛЫМ ДВУХЛЕТНИМ БОБОМ: Тот, в котором его мать родила.

Можно было ещё сказать: «Приходи на внезапную вечеринку Боба таким, какой ты есть». Признаю, этот хиазм далёк от совершенства. Как и открытка. Ну, а что, вы думаете, что у вас лучше получится? Ну ладно, сдаюсь. Может, и получится.

Как Черчилль поймал ритм

Когда у вас серьёзный спор, ваше остроумие и ваши подколы вас далеко не уведут. Те фигуры, что будут нужны вам в таком случае, – это самые простые фигуры мысли. Самые простые – те, которые чаще всего используют авторы речей, – предполагают сопоставление двух мыслей или высказываний. Вы с нами или вы против нас. Или, как сказал бы Джордж Буш-младший, «вы с нами или вы с террористами». Официальное название этой «и/или» фигуры, предполагающей лаконичное сопоставление двух аргументов, – **диализ**. Вы – либо это, либо то.

РОДИТЕЛЬ: Можешь сделать свою домашнюю работу сейчас и пойти в кино либо сделать её позже с няней.

Близкий родственник диализа – **антитеза**. Никакая другая фигура не справляется с подчёркиванием различий так хорошо.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

ДИАЛИЗ. Диализ даёт чёткий выбор: либо делаем это, либо делаем то.

БАРАК ОБАМА: Успех нашей экономики всегда зависел не только от объёма нашего внутреннего валового продукта, но также от нашего уровня жизни.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

АНТИТЕЗА. Антитеза подразумевает сопоставление одного аргумента с другим.

Обратите внимание на то, как мои примеры склоняются к повторению и параллельным структурам (фразам с одинаковым ритмом), создающим впечатление, будто говорящий сравнивает пару слив – одну спелую, одну нет. Эта схема может прояснить некоторые моменты как в семейной, так и в профессиональной жизни.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ФОРМАЛЬНЫХ ДЕБАТОВ

Попробуйте во время организованного спора или большого собрания воспользоваться комбинацией парирования и антитезы, повторив выражение вашего оппонента и изменив его форму. «Власть не была слабой до тех пор, пока ваша администрация не ослабила её». На самом деле так получается ещё одна фигура – *антистазис*.

ЧЕЛОВЕК, ВЫСТУПАЮЩИЙ С ПРЕЗЕНТАЦИЕЙ: Наши конкуренты произвели кадровое сокращение в своём колл-центре, сэкономили 20 процентов и потеряли 10 процентов клиентуры; мы же старались действовать по старинке и при этом смогли повысить свою долю на рынке и вырваться вперёд.

ВУДИ АЛЛЕН: Те, кто не может делать, пусть учат, как делать. Те, кто не может учить, как делать, пусть учатся учить, как делать.

Каждый пример успешно осуществляет то, что почти ни у кого не получается осуществить во время спора: он представляет быстрый обзор того, кто какую сторону занимает. Однако такие сопоставительные фигуры можно использовать не только в благих целях. Советую вам избегать их, если у вас больше чем два выбора. А то получится, что вы ведёте нечестную игру (ну, если вас, конечно, за этим поймают).

Скажите одновременно и «да», и «нет»

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

ФИГУРА КОРРЕКЦИИ. Формальное название – *эпергезис*, означающее «пояснение».

Антитеза особенно эффективна в таких случаях, когда она создаёт впечатление того, что вы рассуждаете объективно. Вы аккуратно взвешиваете оба предмета, изучаете результаты и на основании этого делаете адекватное заключение – по крайней мере, так считает ваша аудитория. Ещё один способ достижения этой риторической версии объективности – **пояснение своих слов**. Перебейте самого себя, сделайте вид, что вы не находите, что сказать, или исправьте какую-нибудь часть своих слов прямо посреди своей реплики. Бармен Мо делает так в «Симпсонах».

МО: Я лучше, чем грязь. Ну, лучше, чем нормальная, обычная грязь, а не та крутая ухоженная грязь... С той грязью мне не потягаться.

Впрочем, давайте не будем рассматривать пример с Мо. Вместо этого обратимся к следующим двум способам отчитывания любимого человека.

(Без фигуры коррекции) Мне никогда за тебя не было так стыдно, как вчера на вечеринке.

(С фигурой коррекции) Мне никогда не было так стыдно, как вчера. Ну, впрочем, было – когда мы с тобой до этого ходили на вечеринку.

Поправление самого себя заставляет вашу аудиторию поверить в то, что вы горячо стремитесь к честности и точности даже во время нагромождения обвинений. Тот пример, что я привёл, не очень хорош для поддержания отношений, ну да ладно. По крайней мере, постарайтесь говорить красноречиво, если вы собираетесь кого-то осудить.

В одной из предыдущих глав мы говорили о том, как дать проблеме новое определение во время спора.

ДАНИЭЛЬ БУН: Я никогда не был потерян, однако признаю, что я определённо был в недоумении на протяжении нескольких недель.

Одна из отличных фигур мысли для назначения проблеме нового определения – это предложение «нет-да».

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА
ПРЕДЛОЖЕНИЕ «НЕТ-ДА». Формальное название – *диализ*.

ЛЮБИМЫЙ ЧЕЛОВЕК: Что-то ты сегодня не расположен ко мне.

ВЫ: Не расположен – да. Зол – нет.

Предложение «нет-да» даёт вам отличные возможности для употребления иронии. Замените всего одно слово, и ваша аудитория станет думать, что у вас есть неисчерпаемые запасы жёсткого остроумия.

ДРУГ: Слушай, а он ведь неплохой парень. Прямой.

ВЫ: Прямой – да. Неплохой – нет.

Или:

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Да, я оборонительно отстаиваю свои интеллектуальные способности. Письмо – это далеко не самый удобный способ преподавать риторику; даже «Риторика» Аристотеля воспринималась бы проще, если бы он читал её в классе (желательно не по-древнегречески).

КОЛЛЕГА: Она говорит, что они используют новую систему.

ВЫ: Новую – да. Но только то, что они используют, – не система.

Смешно – нет. Остроумно – да, особенно если это говорится спонтанно. Помните: многие вещи звучат гораздо умнее, будучи произнесёнными вслух, а не написанными на бумаге.

Мы не недовольны

Антитезы и фигуры коррекции по большей части лежат на территории *логоса*. Однако самые эффективные фигуры «мысли» связаны с эмоциями. Вы можете использовать их, чтобы повысить или понизить громкость спора. **Литота** – это одно из самых популярных успокоительных. Она делает заявление путём отрицания противоположности этого заявления; результат этого – ироничное преуменьшение и корректный ответ на глупый вопрос. Когда репортёры спросили О. Джей Симпсона, зачем он пришёл на выставку комиксов в жанре ужасов, он ответил литотой.

СИМПСОН: Ну, не в оздоровительных целях – это точно.

При тех обстоятельствах лучшей литотой было бы следующее высказывание: «Не из хорошего вкуса». Как бы то ни было, посетить

выставку комиксов в жанре ужасов после получения обвинений в двойном убийстве – это не очень здорово.

Литота может выставить вас как более рассудительного человека, чем ваш оппонент, особенно сейчас, когда все используют одну-единственную фигуру – гиперболу... Ну, согласитесь, преуменьшение сейчас не очень популярно.

ДОЧЬ: Я пошла в школу. Пока.

ОТЕЦ, БЕЗ ЛИТОТЫ: В таком виде ты никуда не пойдёшь.

ОТЕЦ, С ЛИТОТОЙ: Ты, мне кажется, не самым подобающим образом одета.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ВСТРЕЧИ

В начале литот очень часто можно услышать слова «не особо», которые почти что превращают литоту в клише. Попробуйте вместо этих слов произнести слова «не думаю» или скажите «надеюсь». Мы с моей женой ходили на балет; там танцор-мужчина исполнял менуэт, в то время как две женщины крутились и метались вокруг него. «Надеюсь, он не растянет себе чего», – сказала Дороти, немного переборщив с громкостью. Для слишком большого количества людей это стало одним из запоминающихся моментов того вечера.

В наши многословные, экспрессивные времена, когда спор, казалось бы, должен состоять исключительно из оскорблений и преувеличений, литота, можно сказать, идёт против течения. Тем не менее в отдельных случаях повышать громкость – это совсем не плохо. Наши предки очень любили, например, «амплификацию» – фигуры, которые раздувают аргумент до такой степени, что он кажется чем-то большим, чем сама жизнь. Особенно эффективная фигура такого рода упорядочивает ваши высказывания и мысли таким образом, что они постепенно нагнетаются вплоть до кульминации. Эта фигура, называемая (внимание!) **кульминацией**, использует последнюю часть одной мысли, чтобы начать следующую.

БЕН ФРАНКЛИН: Небольшая халатность может повлечь за собой великие несчастья... не было подковы – лошадь захромала. Лошадь захромала – командир убит.

Структура кульминации подобна пирамиде, каждая часть которой наслаивается на предыдущую. Она способна сообщить полному логике повествованию немного недоброго *пафоса*: случилось это, что привело к тому, что привело к сему. Кульминация также потрясающе рисует сюжеты.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

КУЛЬМИНАЦИЯ. Формальное название – *анадиплозис*, что значит «высшая точка».

ХОАКИН ФЕНИКС В ФИЛЬМЕ «ГЛАДИАТОР»: Они взывают к вам, к генералу, ставшему рабом; к рабу, ставшему гладиатором; к гладиатору, отвергнувшему самого императора. Поразительная история.

Кульминацию также можно использовать для сравнения, распределяя мысли в том или ином порядке. Хамфри Богарт в фильме «Восстание Кейна», например, выбрал порядок от большего к меньшему.

КАПИТАН КВИГ: На моём корабле превосходные результаты – это норма. Нормальные результаты – это неудовлетворительно. Неудовлетворительные результаты недопустимы. Я вас предупредил.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, ЕСЛИ ВЫ ЗДЕСЬ ГЛАВНЫЙ

Кульминация может быть одновременно как драматичной, так и тихой и спокойной, что делает её идеальной для использования в контексте бизнеса. «Свяжитесь с подразделениями и сформируйте команды. Команды повышают креативность. Креативность повышает продуктивность. А продуктивность – это для нас самое главное».

Кульминация задаёт ритм, который подхватывает ваша аудитория – даже если она не согласна с вами. Слушатель мысленно продолжает ваши высказывания. Это работает столь хорошо, что с помощью этого можно эффективно манипулировать людьми; кульминация может шаг за шагом привести ничего не подозревающую аудиторию к ошибке скользкого пути. Один из судей Верховного суда США по имени

Кларенс Томас однажды попробовал сделать так во время своей речи перед студентами юридического факультета одного учебного заведения.

ТОМАС: Если вы врѐте, то это считается подлостью; подлость – это форма воровства; воровство – форма убийства.

Поступайте с этим риторическим средством так же, как и с любым другим: относитесь к нему бережно, используйте его с умом и попытайтесь никому не причинить вреда.

Положительные свойства слов-паразитов

Теперь начинается веселье, которое я оставлял напоследок. Мы охватили некоторые базовые техники употребления фигур и тропов. На протяжении остатка этой главы мы будем нарушать правила. Начнём с использования фигуры речи для изобретения новых слов. Это опасно в старшей школе или каком-нибудь правительственном агентстве, где вербальная оригинальность оперативно преследуется. Вы также, скорее всего, подвергнетесь осуждению людей, которые считают использование новообразований в речи признаком языковой бедности. Однако новые слова всё равно будут возникать – неважно, хотим мы этого или нет. Лучше уж мы с вами их изобретём, чем их изобретёт какая-нибудь мелочь на улице или – ещё хуже – какая-нибудь мелочь за компьютером.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

НЕОЛОГИЗМЕР? Это неологизм – я только что его придумал. Я называю *антимерию* «глагольность», потому что её так принято называть в некоторых областях. Эта фигура касается далеко не только глаголов, но вообще любого необычного употребления одних частей речи взамен других: существительного взамен глагола, глагола взамен существительного, существительного взамен прилагательного и так далее. Мне нравится «неологизмер». Очень неологичное слово.

Фигура, о которой я говорю, называется **глагольностью**. Лингвистические консерваторы, которые жаждут перекрыть наши языковые границы, терпеть не могут эту фигуру, потому что она является поистине потрясающим неологизмером. Кельвин из комикса

«Кельвин и Хоббс» любит *антимерию* за её разрушительные свойства. «Глагольность делает язык странным», – замечает он одобрительно.

Действительно, она делает язык странным. Но на самом деле нашему языку эта странность часто идёт только на пользу. Она освежает. Шекспир бы согласился со мной в этом. Для создания таких слов и выражений, как «поручиться», «скомпрометировать», «одурманил», «вести переговоры», «тошнить», «отвоевать», «пытать», «раздевать» и многих других, он использовал именно глагольность. Он создавал и другие слова, делая из глаголов существительные, а из существительных – прилагательные. Во времена, когда словарный запас среднестатистического человека составлял семьсот слов (сегодня у учеников колледжей его объём составляет около трёх тысяч слов), запас Шекспира составлял где-то двадцать одну тысячу слов. Он набирал, пополнял его, привнося дополнительную странность в язык. Если всякие языковые странности приводили его в восторг (если ему нравилась *антимерия*), то меня это вовсе поражает.

Вы тоже можете сшекспирничать, просто сделав из существительного глагол или наоборот. Я не сижу за столом. Я *стольничаю*. Как и любая игра слов, глагольность может отвлечь, вместо того чтобы убедить. Однако если вы хотите разбудить внимательность в вашей аудитории, то для этого глагольность очень удобна.

ВЫ: На следующих слайдах детально изображена наша стратегия – настолько детально, что некоторые таблицы вам будет тяжело прочесть. Не заостряйте на них особого внимания. Я просто вставил их для того, чтобы показать вам общую картину. Это такая специальная техника, которую я называю пауэрпойнтилизмом.

В нашей речи то и дело образуется вакуум, и глагольность позволяет его заполнить. На протяжении многих лет грамотеи возмущались из-за употребления слова «связаться» в значении «установить контакт», как, например, в предложении «Я попрошу своего админа связаться с вашим админом». Слова иногда принимают новые формы по необходимости, а не по глупости. Слово «связаться» короче, чем фраза «установить контакт», и носит более общий характер, чем слова «позвонить», «написать», «встретиться» или «потревожить». Если вам всё равно, как секретари общаются между собой (допустим,

езде по-прежнему есть свои админы), то пусть они свяжутся между собой.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Очень может быть, что слово «пауэрпойнтизм» уже существует; правда, в Интернете я его найти пока не могу. Поверьте, я не раздумывал над этим словом. Возможно, многие поморщились бы, если бы я во время встречи выдал это, но глубоко внутри они бы думали, что я неплохо сострил. Даже самые истасканные фигуры могут показаться необыкновенно умными, если их произнести спонтанно.

Использование английского слова «удар» в качестве глагола тоже не всем нравится. Метеорит ударяется о землю. Защитник ударяется о квотербека. Я бы даже смирился с ударом повышения налогов об экономику – с тем, как она воздействует на внутренний валовой продукт. Однако, когда люди слишком увлекаются использованием «удара» в значении «принести вред», меня это самого время от времени раздражает. «Эбола сильнее всего ударила по Западной Африке». Это худшая метафоризация из всех возможных. Вирус может ударить что-нибудь мизерное, подобно тому как, например, сперматозоиды могут как бы удариться о яйцеклетку. Но, вы уж меня извините, микроскопические вирусы не бьют по Африке.

У глагольности есть подвид (технически называющийся словом-паразитом): слово или выражение, которое лишается своего значения и используется для заполнения пустоты. «Это самое» – это один из примеров; не самый лучший. «Это самое» означает ну, это самое. Ну, оно означает «ну».

Слово «так», используемое там, где не нужно, также является примером неверного употребления *антимерии*:

ОН: Так когда ты придёшь?

ОНА: Ну, так я же собиралась прийти сегодня вечером.

ОН: Так ты приведёшь с собой Ламара?

ОНА: Так кто спрашивает?

Это безвкусная, пустая беседа, сводящаяся, в общем-то, к этим «такам».

В большинстве случаев «такой» является равносильным преступлением. Даже самые умные ученики колледжей то и дело

говорят «такой», и в этот момент они похожи на людей, страдающих хроническими заболеваниями и посыпающих при этом солью свой промасленный картофель фри. Это нездорово. Это влияет на благосостояние языка. Однако не стоит полностью казнить заполняющее пустоту слово «такой». Давайте лучше назовём это *риторическим «таким»*. Если риторического «такого» использовать с умом, то он может оказаться очень полезным. Вам, быть может, не очень придётся по душе следующий пример, но вы потерпите, прошу вас:

**НЕ ОЧЕНЬ ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА
ФИГУРА «ТАКОЙ».** Излишество. Формальное название
– слово-паразит.

ОНА: Я сказала ему, что встречаюсь с Хоакином, и он такой: «Ты что?»»

В этом случае «такой» как бы предупреждает о точности следующих далее слов. («Следующая цитата приблизительно, исключительно приблизительно, повествует о риторической эякуляции моего парня».) Молодые люди, следуя этой моде на ироничность, часто используют «такого». Это у них значит: «Да, он так как бы сказал, но как бы и нет». Это также выражает иронические границы. («Взгляды, выраженные моим бывшим парнем, не обязательно являются теми взглядами, которых придерживаюсь я сама».) Идём далее.

ОН: И она такая: «Ты чё, гонишь?»»

Даже у меня от этого зубы болят. Но это слово «такая» на самом деле выполняет функцию – и даже не одну. Оно вставляет паузу, как своего рода затишье в музыке, чтобы сделать больший акцент на ключевом слове предложения – «гонишь». Оно также даёт слову «гонишь» более широкую коннотацию: «Ты делаешь то, говоря о чём обычно употребляют слово «гонишь»?»

Мы приходим к следующему выводу: даже у бессмысленных слов есть смысл. Заполнители пустот обычно меняются от поколения к поколению. В моё время говорили «это самое», а «такой» – это заполнитель пустот, выбранный нынешним молодым поколением. Как объяснить эту эволюцию? Вероятно, моё поколение испытывало (справедливые) сомнения в своей способности к коммуникации. «Это самое» означало: «Ты следишь? Ты понимаешь, о чём я говорю?»

«Такой», с другой стороны, отражает группу, которая слишком неустойчива, чтобы твёрдо стоять на какой-либо стороне. Современное поколение слишком неоднозначно, что с риторической точки зрения отнюдь не плохо. Однако если вы хотите консенсуса, то всё-таки в какой-то момент ирония должна уступить место преданности. В противном случае получится, типа, чёрт-те что.

Средства

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

АСИНДЕТОН. Устраняет союзы между фразами для создания поэтического или эмоционального эффекта.

Не похоже, чтобы Уильяму Шекспиру нравился бесконечный список фигур, который ему пришлось вы зубрить в стратфордской «грамматической школе». В его пьесах есть многочисленные нелестные отсылки следующего содержания: «Довольно шелком слов лелеять слух; / Гипербол бархатных с меня довольно, / Сравнений книжных: как от песьих мух, / Язык от них во рту распух невольню» («Бесплодные усилия любви»)^[11]. И тем не менее Шекспиру удавалось встраивать фигуры в свою речь лучше, чем кому-либо другому. Его невольное риторическое образование придало его композициям много ритма и цвета. Он высмеивал своё образование и при этом являлся эталоном образованности.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

METALLAGE. Предполагает использование слова или фразы в качестве дополнения в предложении («Я уже наслушался этих твоих «нет»»).

Целью этой главы не является обрушение на вас атмосферы жуткой стратфордской «грамматической школы» и погребение вас под лавиной фигур. Если захотите, в конце этой книги вы сможете найти расширенный список фигур, упражнения с которыми размещены в Лаборатории аргументов. Теперь, когда вы уже узнали о том, как заранее приготовленные приёмы работают в речи, вы начнёте замечать фигуры везде и всюду, и, как я надеюсь, вы также разнообразите ими свой язык.

- **Выверните клише.** Клише приводят мир в движение, и ваша задача – изломать их орбиту. Существуют следующие способы разноса клише: **буквальное их восприятие** и доведение их до состояния абсурда, прикрепление к ним **неожиданной концовки и замена слов**.

- **Измените порядок слов.** Сделав так, вы можете не только испортить клише, но также употребить мою любимую фигуру, **хиазм**, создающий перекрёстное предложение.

- **Сопоставьте обе стороны.** Эта категория фигур предполагает краткий обзор противоречащих мнений и их сопоставление или противопоставление. Фигура **и/или** (диализ) даёт выбор – обычно с очевидным ответом. **Контрастирующая** фигура (антитеза), с другой стороны, может быть более беспристрастной. Эти сопоставительные фигуры дают такой обзор спора, который угоден вам, и позволяют вам определить суть проблемы.

- **Исправьтесь вслух.** **Откорректировав самого себя** посреди своей реплики, вы сможете усилить свой аргумент, выглядя при этом как честный и точный человек. Ещё одна фигура исправления называется **переопределитель** (*поправка*). Она предполагает повторение выражений оппонента и последующее их исправление.

- **Понизьте громкость.** Ироническое преуменьшение называется **литотой**. Употребив её, вы будете выглядеть круче, чем ваш оппонент.

- **Повысьте громкость.** **Кульминация** использует наслаивающиеся слова в последовательных фразах для создания риторического крещендо.

- **Придумайте новые слова.** Это легко делается путём **глагольности** (*антимерии*) – превращения существительного в глагол или наоборот. Фигура **«такой»** (*parelcon*) также преобразовывает функциональное значение слов, чаще всего через лишение их смысла и использование в качестве риторической версии музыкального затишья.

Глава 20

Измените реальность

Полный мешок глазных яблок

Посудите сами, что можно ответить, когда вас ни с того ни с сего спрашивают, не думаете ли вы, что звёзды – это гирлянда из маргариток, сотворённая Всевышним?

Пелам Гренвилл Вудхаус

Откройте силу тропов, способную менять сознание

Вы знаете, как использовать фигуры и тропы так, чтобы они изменяли настроение и приносили остроты в вашу речь. Теперь настало время настоящего волшебства. Тропы не только придают пронзительности вашим поэмам, превращают кампании в путешествия и болезни – в вооружённые столкновения. Если их употребить правильно, то они могут переместить вашу аудиторию в альтернативную вселенную вашего авторства. И вот что самое лучшее (или самое худшее, если вы испытываете особую гордость за то, что вы способны манипулировать людьми): вы можете перетянуть их в эту вашу самодельную вселенную без их ведома. Итак, начнём. У нас есть работа. Вселенную сразу не построишь.

Для начала давайте рассмотрим все виды тропов. Некоторые из них мы изучили в главе 19.

- **Метафора**, троп притворства. *Моя тачка – зверь.* (На самом деле это машина, но я метафорически сделаю вид, что это зверь.)

- **Синекдоха**, троп преобразования. *Белый дом озвучил такой-то план.* (Гм, здания не разговаривают.)

- **Метонимия**, троп перемен. *Он взялся за бутылку.* Вместо того чтобы сказать «он стал алкоголиком», мы делаем так, что бутылка олицетворяет алкоголь, находящийся в ней, а алкоголь, в свою очередь, олицетворяет заболевание.

Метонимия и синекдоха – это сложные вещи, однако, однажды овладев ими, вы обретёте необычайно великую силу. Обе эти вещи мы рассмотрим в этой главе.

Метафора, синекдоха и метонимия – это три больших тропа. Однако я считаю, что стоит упомянуть ещё несколько:

- **Гипербола**, троп увеличения. *Он был не просто большим, он был размером с планету. Вокруг него нельзя было просто ходить; вокруг него можно было только вращаться по орбите.* Хотя я и назвал гиперболу фигурой мысли в главе 19, она также может выступать как троп. И подобно другим тропам, гипербола преобразует реальность так, как вам угодно. В отличие от скрытых синекдохи и метонимии, гиперболу достаточно легко заметить. И всё же нередко можно видеть, как люди покупаются на уловки политиков, использующих этот троп. Дональд Трамп – это ходячая гипербола. (То, что я его так называю – справедливо это или нет, – считается метонимией. Не волнуйтесь, мы позже подойдём к этому.)

- **Профанация**, троп отрицания существования Бога. Слова проклятий – это волшебные слова. Они способны низвергнуть гнев Божий и поднять давление родителей скорее, чем обед в Макдоналдсе.

И наконец:

- **Ирония**, троп актёрства. *Отличная попытка, приятель.* (Это была ужасная попытка. И ты мне не приятель.) Иронию также можно назвать тропом подставы: вы будто бы отклоняетесь в одну сторону, хотя на самом деле оказывается, что вы поворачиваетесь в другую. Чуть позже ирония будет рассмотрена тщательнее.

Сейчас я соберу конференц-зал, набитый тропами, и помещу вас посередине. Советую взяться за голову. Будет жарко.

Метонимия: выпейте изображение

Я выдул «Рэд булл», расправился со всей банкой. Храбрость в жидком виде. Настало время попытать себя в роли важной шишки. Девушка на ресепшн смотрит на меня с каким-то кисловатым выражением – значит, пора. Мои слайды уже растянуты на стене, и полный зал строгих костюмов поднимает лица, будто бы в надежде получить пауэрпойнтовский загар. Чувствуя оживление и радость звёздного часа, я запрыгиваю с ходу. «Дамы, господа, социальная

стратегия, которую я вам сегодня представлю, – это больше, чем просто собирание глазных яблок. Больше, чем скучная аналитика и кликбейт-контент. Больше, чем краудсорсинговая безделица. То, что я вам представлю, – это настоящая революция в маркетинге!»

Должно быть, вашу первую мысль можно выразить так: «Это тропы или тупой жаргон?» Хороший вопрос. Я вам вот что скажу: на самом деле большая часть жаргона происходит от тропов. Жаргон придаёт драматический эффект таким скучным вещам, как лайки в Фейсбуке и различные заголовки, состоящие сплошь из клише. Жаргон способен из прозаической рекламной кампании сделать настоящее потребительское путешествие. (Да, это реально существующий термин маркетинга.) В наших интересах жаргон изображает, какую значительную работу выполняют тропы. Давайте разорвём эту гадкую презентацию на части. Что мы в ней найдём? Целый сундук сокровищ метонимии.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

«Значительную работу выполняют тропы» – это фигура мысли под названием ОЛИЦЕТВОРЕНИЕ. Она обращает неодушевлённые предметы и выражения в живых трудолюбивых людей. Можно сказать, что олицетворение – это отдельный троп, некое подобие метафоры.

Стоп, ещё раз, что такое метонимия? Это такой троп, который делает так, что определённая характеристика, ёмкость, действие, знак или материал (и многое другое) отражает некую большую реальность. Да, всё это сложно и понятно очень немногим людям. Однако именно эта неудобоваримость наделяет метонимию скрытой силой. Так что, пожалуйста, постарайтесь последить за моими дальнейшими словами. Предлагаю вам сначала посмотреть на то, как я её по-разному употребляю в конференц-зале. Затем мы увидим, как её можно использовать в других, менее неприятных целях.

Выдул «Рэд булл». Это целая пара метонимий, заключённая в одной фразе. Слово «выдул» намекает на акт стремительного выдувания воздуха. Метонимия может переносить намёк на сам акт. Когда кто-то протягивает вам бутылку с каким-нибудь напитком и говорит: «На, дунь-ка немного», этот человек предлагает вам и напиться, и метонимию. Когда вы «дунете», вы будете выглядеть, будто

вы используете бутылку, как какой-то духовой инструмент. Хотя вы пьёте. Странно. Ну, метонимия сама по себе вещь странная. Просто задумайтесь над тем, что на самом деле значит «выпить «Рэд булл». Метонимия превращает искусно изображённую картину (изображение красного быка на банке «Рэд булла») в выдуваемую жидкость.

Расправился со всей банкой. Если бы я действительно проглотил всю банку, то вместо конференц-зала я бы отправился в реанимацию. Банка – это метонимия, ёмкость, изображающая своё собственное содержимое. Раньше люди говорили про алкоголиков, что они «брались за бутылку», что означало употребление грандиозных объёмов алкоголя. Бутылка – это метонимия. «Братся» – тоже; в том же смысле, что и выдувание «Рэд булла». Не обратили ли вы внимание на то, что «расправился» – это тоже метонимия? Она берёт последствие совершения действия – питья – и делает так, что это последствие совершения действия представляет само действие.

Храбрость в жидком виде. Энергетический напиток даёт мне дополнительную храбрость, но я об этом не говорю. Я говорю, что *сам напиток* является храбростью. Результат – храбрость – представлен напитком, дающим храбрость. Это метонимия.

Важной шишки. Важная шишка здесь означает вовсе не то, что можно встретить на опушке в лесу, а высокопоставленное лицо – в данном случае это высокопоставленное лицо предприятия. Вальхалла офисных зданий, в которой располагаются важнейшие шишки, обычно располагается на самых верхних этажах. Эти этажи занимают главный исполнительный директор, главный директор по маркетингу, главный финансовый директор и многие другие. Целая опушка шишек.

Смотрит на меня с каким-то кисловатым выражением. Взгляд девушки на ресепшн представляет общее выражение её лица. Которое кажется кислым. Бездарные авторы детективных произведений любят наделять девушек на ресепшне «нежно-голубым взглядом»: получается, что цвет органов зрения представляет читателю сами органы зрения. Когда вы рассуждаете о каком-то элементе чего-то, о некоем качестве или о какой-то характеристике (вроде кисловатого выражения), вы выстреливаете целую очередь метонимий.

Мои слайды уже растянуты на стене. Если вам меньше тридцати, то вы, наверное, ни разу в жизни не держали в руках настоящий слайд: обращаемую или позитивную фотоплёнку,

окружённую картонной рамкой. Возможно, вы видели слайд в сериале «Безумцы» канала АМС. В пауэрпойнте для имитации этих устаревших предметов используется цифровой код. Так как прямоугольные поля на экране выглядят как слайды, мы называем их слайдами. Поэтому это метонимия. А так как растягивать, получается, нечего, слово «растянуты» отправляется в область тропов или, если говорить точно, в область метонимии. Троп может делать так, что подобие действия изображает само действие.

Полный зал строгих костюмов. Костюм, который носит тот или иной главный директор, изображает мужчину или женщину. Метонимия делает так, что ёмкость (костюм) превращается в своё собственное содержимое (в главного директора).

Общение лицом к лицу. Я трачу время вовсе не с лицами. Всего лишь с мощным залом костюмов.

Собирание глазных яблок. Фу. Привлечение людей к просмотру онлайн-видео превращается в фильм ужасов. Глазные яблоки представляют акт просмотра: инструмент (глаза) изображает действие (просмотр). Поэтому это метонимия. Можно также сказать, что «собрание», изображающее сбор данных об этих смотрящих, считается отдельной метонимией.

В этой грустной корпоративной повести есть и другие метонимии. Как их найти? Подсказка: слова «лица», «оживление» и даже «слайд» можно в данном случае считать метонимиями.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

АЛЛИТЕРАЦИЯ. Повторение первой буквы или звука последовательного ряда слов. Хотя писатели часто ошибочно используют её в своих попытках казаться умнее, мои слова «хоть Луиза, хоть Лурд, хоть Линда» указывают на то, что я охватываю некий спектр женских имён. Аллитерация – это неплохая синекдоха.

Когда вы овладеете метонимией, вы наверняка начнёте замечать потенциальную силу тропов. Вообще говоря, я убеждён в том, что в метонимии из всех тропов сильнее всего представлен элемент чёрной магии. Метонимия окрашивает реальность – часто в буквальном смысле. Например, если человек с каштановыми волосами получает неизбежное прозвище «рыжий», то весь его *этнос* окрашивается в

рыжий оттенок. Её именем может быть хоть Луиза, хоть Лурд, хоть Линда – всё равно из-за метонимии люди будут видеть рыжий цвет. Метонимия меняет ваше сознание сильнее, чем любой другой троп. Древние греки понимали это. Поэтому они и дали тропам определения. Слово «троп», используемое ныне, происходит от их слова «*tropos*», означающего «обратить». В то время как фигуры могут обращать фразы в ту или иную сторону или форму, тропы могут исказить наше восприятие, изображая нам реальность под непривычным углом.

ЗНАЧЕНИЯ

Как ни странно, слово «гринго», которым большинство латиноамериканцев обозначают англоговорящих американцев, вероятнее всего, происходит от испанского слова «*griego*», значащего «грек» или «иностранец». Однако, согласно одной легенде, слово «гринго» происходит из песни. Во время Испано-американской войны у американцев был один популярный напев – «Зелёный дикий камыш» (*Green Grow the Rushes, O*). Это, скорее всего, неправда, но тем не менее такое мнение получило значительное распространение.

Ни один троп не справляется с этим столь виртуозно – ни в благих, ни в порочных целях. Тропы часто применяются для того, чтобы переменить наше представление о целых группах людей. Возьмём слово «варвар». Оно происходит от древнегреческого слова «*barbaros*», значащего «иностранец». В древнем санскрите, языке, на котором давно говорили на Индийском субконтиненте, слово «*barbaras*» означает «заика». Нетрудно уследить в этих интересных фактах для филологов-энтузиастов метонимическую повесть: «цивилизованные» люди слышали речь иностранцев и воспринимали её как бессвязный поток из звуков вроде «вар-вар-вар-вар»... Звук используется для изображения говорящих. Это метонимия.

Это напоминает мне о том, как один парень, узнав о том, что я лечу в Италию, спросил меня, говорю ли я на макаронном. Прекрасная метонимия. И хотя я сам не говорю на макаронном, я очень глубоко уважаю макаронцев. Среди них очень мало варваров.

Самостоятельное употребление метонимий требует практики. Вам нужно извлечь характеристику, действие, знак, инструмент или материал из того, что вы хотите выразить; эти критерии далеко не

всегда легко воспринимаются и осознаются. Зато дети очень часто метонимизируют инстинктивно – особенно когда они уродуют язык. Моя подруга по имени Гейл рассказывала третьеклассникам про синонимы и попросила детей придумать различные слова для обозначения женщин.

– Бамы, – ответил один маленький мальчик.

– Бамы?

– Мой папа их так зовёт, – сказал он.

Гейл внезапно поняла: *бабы*. Так сложилось, что это одна из сексистских метонимий. Мальчик по детскому невинному незнанию придумал метонимию метонимии – не особенно добрую.

У моей дочери, Дороти-младшей, в раннем детстве была одна любимая плюшевая игрушка. Она была белая в крапинку и называлась аппалузой. Дороти называла её «Эплл джуса», путая её с яблочным соком. Это была не просто ошибка в произношении. Эта лошадь и яблочный сок были её любимыми вещами. У них была общая черта: способность возбуждать прилив нежнейших, восторженных чувств. Дети постоянно метонимизируют, они не могут без этого. Они обязательно создают «гав-гавов», «му-му» и «кря-кря». Когда Дороти-младшей было два года, она увидела у дороги бегуна и назвала его «топ-топ», в честь звука, производимого его шагами при ударе об асфальт.

Если ребёнок может создавать метонимии, то вы и подавно можете. В моём рассказе про конференц-зал фигурировали «костюмы». Одежда действительно составляет всё существо людей, когда дело касается метонимии. Представители вашингтонской прессы любят называть улицу Кей-стрит, где расположены офисы многих лоббистов и юристов, «Ущельем Gucci». Благодаря метонимии целый проспект столицы государства стал называться в честь ботинка. Ваш офис может с таким успехом оказаться Birkenstock'ом или Timberland'ом. Неформально одетых людей можно назвать «распущенными». Или сейчас все распущены? Сейчас, слава богу, женщин стали редко называть «юбками». Однако с 2016 года иногда можно рискнуть упомянуть метонимию «брючного костюма».

Из запаха может получиться замечательная ароматическая метонимия. Группа сильно надушенных мужчин может быть колоньями; или, если вы хотите звучать формально, господами Колонь. То же и со

звуками. Скучный человек – это храп; метонимия происходит не от звука, который он производит, а от усыпляющего эффекта, который он оказывает на свою аудиторию. Женщина, беспрестанно жалеющая себя, – это вздох. Злобный политик – это рычание.

Ёмкости предоставляют значительное множество метонимических возможностей. Чего стоит хотя бы мужицкая пещера, комната, полная мебели «Ногехайд» и всевозможной электроники.

Попробуйте открыть банку пиндюлей. Это выражение указывает на то, что оппонент нарывается на проблемы, как бы открывая ящик Пандоры. Вы что угодно можете так упаковать, если вы хотите создать такой же заготовленный, в каком-то смысле искусственный образ. Кандидат может представлять упакованные семейные ценности или упакованную налоговую политику. А вы можете сказать, что я похож на морозильник, переполненный замороженными идиотскими идеями.

Материал работает так же, как контейнеры. Я недавно видел вывеску магазина одежды в самом скрипучем районе Америки, Вермонте, гласившую: «Льняные изделия». Веганов штата Вермонт можно звать льняными. (Льняные звали более традиционных жителей Вермонта «эмметами», что является оскорбительным обозначением жителя сельской местности.)

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Не обратили ли вы внимание на то, что слово «скрипучий», которым я охарактеризовал штат Вермонт, является метонимией? Стереотипический веган ест древесные ветки, кору и всякие хрустящие мюсли, издавая ртом характерные звуки, – это по словам ненавистников веганов. Этот звук передает акт употребления пищи, определённую диету, человека, несправедливо представляющего целый штат Вермонт! Если задуматься, то само название штата Вермонт, происходящее из французского языка и значащее «зелёная гора», тоже является метонимией. Это самый распространённый и при этом невидимый троп.

Чуть сложнее такая метонимия, которая отсылает к инструментам или орудиям – вроде «первой скрипки». Такой писатель, как я, – это не совсем клавиатура, хотя, живи я раньше, меня бы, наверное, прозвали

кляксой. Но врач вполне может быть стетоскопом. А хмурого фармацевта точно можно назвать пилюлей.

Если вы озадачены всем, что я наговорил выше, то просто попробуйте наострить своё внимание так, чтобы оно было направлено на слова, которые употреблены не совсем логично. Скорее всего, вам попадётся троп. И чаще всего он будет метонимией.

Синекдоха: не будьте такой кхалиси

Мы уделили метонимии так много внимания по той причине, что она является сложнейшим тропом, а также самым распространённым и самым мощным. Синекдоха несколько проще. Помните: этот троп делает так, что один человек представляет целую группу или наоборот. Если я говорю, что синий кит находится под угрозой исчезновения, то я говорю о двадцати пяти тысячах оставшихся синих китов. Один кит представляет целый вид.

Синекдоха так же работает и в обратном направлении. В заявлении «Америка совершила полёт на Луну» на самом деле говорится о малой группе астронавтов. Когда Чикаго наконец победил в 10-м иннинге седьмой игры чемпионата мира 2016 года, каждый житель Чикаго, должно быть, чувствовал, что он лично победил в игре; в действительности же было так, что «Чикаго» – это очередная синекдоха, набор игроков в мяч, к которым обращаются как к городу.

Это напоминает мне о том времени, когда я учился в колледже и мать одного моего знакомого предложила мне договориться для меня о собеседовании в газете *Wall Street Journal*. Я тогда не знал об этой газете и вежливо отказался от её предложения. Зачем такому амбициозному молодому человеку, как я, заниматься одной-единственной улицей? (Эта история основана на реальных событиях, что очень красноречиво свидетельствует о том, каким глупым и амбициозным молодым человеком я был.) *Wall Street* – это синекдоха, несколько кварталов, представляющих финансовую империю, которая на самом деле географически неоднородна. Коллега улицы Уолл-стрит, соседствующая с ней Мэйн-стрит, облюбована политиками. Она навевает образ уличных лавок, сберегательных и кредитных учреждений, чинно расхаживающих полицейских, касающихся своей шляпы в знак уважения при виде женщин, и изо всех сил горбятящихся

представителей среднего класса, кем бы *они* на самом деле ни являлись... И как много мест так выглядят? Обе улицы демонстрируют нам то, как эффективно тропы способны отвлечь наши головы от суровой реальности.

Синекдохи поначалу могут казаться безобидными, но они на самом деле способны принести немало ущерба и уязвить чувства. Синекдохи создали мелочного еврея, ворующего индийца, ленивого чернокожего и апокрифическую одинокую мать – индивидуальных персонажей, созданных только для того, чтобы представлять целые группы.

Погодите-ка. А метонимия разве не совершает то же преступление? Что насчёт, например, краснокожих? Разве это не характеристика, представляющая всех коренных американцев (а не только одноимённую футбольную команду)? Да, так и есть. Чернокожий, раз уж на то пошло, – это тоже метонимия. То же с названием пожилых женщин «седовласыми».

На самом деле синекдоха и метонимия – это очень близкие родственники; особенно это заметно в более тёмной стороне тёмного искусства. Если вы назовёте кого-то Поллианной, Бетти или, не знаю, кхалиси, то вы будете обращаться к определённому типу? Тогда это метонимия. Кхалиси – это Мать драконов. Это метонимия, потому что даже в «Игре престолов» девушка не может снести драконьи яйца, а называть её Приёмной матерью драконов – это идиотизм. Вот если бы её последователи называли её Матерью дракона, то это было бы синекдохой, потому что она оберегает больше чем одного дракона. Требование Бейонсе, чтобы её любимый «надел кольцо», большинство ораторов считают синекдохой. Кольцо – это часть целого свадебного индустриального комплекса. Однако это также можно посчитать и метонимией, потому что кольцо – это знак помолвки.

Знаю, знаю. Всё слишком мутно. На протяжении многих столетий ораторы напрасно расходовали чернила, тщетно силясь выяснить, что есть что. Вот почему я люблю сбивать метонимию и синекдоху воедино и называть их «тропами принадлежности». Они делают так, что что-то, относящееся к кому-либо или чему-либо, представляет нечто большее. Или наоборот.

Допуская, что вы вряд ли планируете стать великим теоретиком риторики, сделаю вывод о том, что для вас не так важно прилепить ярлык к тропу, чем понять, как эти тропы работают. Когда вы

приближаете объектив мысленной камеры вашей аудитории и затем заставляете её подумать о том самом человеке, том самом предмете одежды, той самой части тела, том самом цвете кожи или том самом действии, то вы не просто показываете ей, как вы умны или поэтичны. Вы, вероятно, преобразуете сами установки своей аудитории.

Например, вы с друзьями замечаете группу мужчин в превосходной физической форме и впоследствии берёте за правило называть таких людей кубиками: эта метонимия (или это всё-таки синекдоха?) определяет этих мужчин. У вас не возникает мысли о том, что один из них может оказаться будущим раввином, а другой – выдающимся рэп-исполнителем. Они кубики. Все они. Эта сила и это потенциальное зло вызывают определённый восторг.

Не знаю, какая часть риторики лучше демонстрирует моральную расплывчатость этого искусства.

Гипербола: от кротовин до луны

Признаюсь решительно и всецело: я обожаю преувеличивать. Мне кажется, что я самый большой энтузиаст сгущения красок в мире, преувеличивший миллионы миллионов раз. Я обращаю кротовины в Эвересты – нет, во все Гималаи. Если бы я был планетой, я был бы газовым гигантом. Мои друзья, сидя в баре, серьёзно озаботились вычислением масштабов моей склонности к преувеличению в любой возможной ситуации. Они изобрели Фактор преувеличения Хейнрикса, который, как они заключили, равен ровно 30. Они сказали, что я беру какой-нибудь факт и неизменно умножаю его на 30. Я сказал им, что это самая возмутительная ложь, которую я когда-либо слышал, и что они сказали её только потому, что выпили по шестьдесят кружек пива.

Хотя я действительно преувеличиваю, эта моя склонность приобщает меня к славной американской традиции, восходящей от Дональда Трампа к Мухаммеду Али, от Мухаммеда Али к Полю Баньяну, от Поля Баньяна к Джону Хенри и дальше ко всему штату Техас. Знаете, что говорят, что в Техасе всё больше, чем в других местах? Это по большей части гипербола. Я довольно много времени провёл в Техасе, где я столкнулся с немалым количеством мелочных разговоров и мелких объёмов выпивки. Техас – это то место, где вы встретите пятигалонных мужчин в десятигалонных шляпах, или, говоря

иначе, пустомель. И тем не менее техасцы будут вам говорить, что они самые американские американцы, и именно поэтому они так сильно любят самый американский из всех тропов – гиперболу. Есть один пошлый анекдот про техасцев (который, я надеюсь, вы поймёте только в том случае, если вы в достаточном возрасте). Итак, двое техасцев стоят на мосту и справляют малую нужду в бегущую вниз реку. Один из них устался на другого и сказал:

– А водица-то внизу холодная должна быть.

– Ага, – отвечает другой. – Да и глубоко там, наверное.

Разумеется, если бы вы были третьим лицом в этой беседе, вы могли бы сказать: «Это всё изменение климата», а затем рассказать про то, как уровень воды в мире повышается в связи с... Ладно, не важно.

Гипербола – это самый лучший после иронии троп в смысле юмора. Ещё одна техасская история: фермер хвастается перед незнакомцем в баре: «Мои владения можно объехать только аж за три часа». Незнакомец понимающе кивает и отвечает: «У меня тоже когда-то была такая медленная колымага».

Эти шутки помогают донести до вас, почему я считаю, что гипербола относится именно к тропам. Гипербола так же, как и её сёстры – метафора, метонимия и синекдоха, – играет с реальностью. Эти три тропа либо раздувают вещи, либо сжимают их. Однако гиперболу, в отличие от её более скрытных сестёр, легче заметить, если быть внимательным. Когда кто-то говорит, что дождь льёт как из ведра, вам не нужно поднимать голову вверх и отыскивать на небе здоровенное ведро. Даже когда противник иммиграции говорит, что иностранцы «просто затопляют нашу страну», вы можете быть уверены, что слышите троп. Массы людей не пересекают границу одновременно. Да и человека довольно трудно представить затопляющим что-то. Он не жидкость – он скомканный.

ПОЛЕЗНЫЙ ТРОП

На самом деле фраза «просто затопляют нашу страну» содержит в себе и метонимию, и гиперболу. Сравнение с потопом указывает на явление массовой иммиграции.

Помимо искажения реальности гипербола может указывать на возможности, приободряя нас, вдохновляя нас на новые свершения. Слово «гипербола» происходит из древнегреческого языка (как всегда!),

в котором оно означало «избыток, преувеличение». Оно растягивает наше сознание, а мы уже сами можем решить, подчиняться этому или нет. Это наш троповый полёт на луну, звёздный зонд веры. Вы можете использовать гиперболы так, чтобы заговорить себя до такого состояния, что вы станете больше, быстрее, сильнее и богаче, что сделает вас счастливее и прекраснее, чем вы когда-либо могли представить!

Только разделите моё обещание на 30. Оно, я думаю, всё равно получится неплохим.

Профанация: как завалить экзамен в Хогвартсе

Много лет назад, когда я работал в Дартмутском колледже, я пригласил семью пообедать с молодыми студентами в Охотничьем домике в ущелье, большой избе у подножья горы. Мы сидели на лавках за длинным столом с Дороти-младшей. Крепкий молодой человек подле нее, как и другие молодые студенты, зверски изголодался после двух дней походов в горах Нью-Гэмпшира. В порыве отправить ножку жареной курицы себе в рот он уронил эту ножку себе на колени и выругался себе под нос. Ругательство указывало на интимную связь. Поглядев на своего маленького соседа с хвостиками, он смутился на самого себя и затем перевёл взгляд на меня. «Извините», – сказал он.

Я: Ничего страшного. Дороти-младшая, расскажешь молодому человеку про происхождение этого выражения?

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Это изначально было крестьянским словом. Оно означало «пахать».

Бедный парень смотрел на мою дочь и её отца, не умея ничего вымолвить. К тому моменту Дороти-младшая уже обладала внушительными этимологическими познаниями в области профанации. Рассудив, что мои дети были самыми лучшими подопытными крысами (это метафора), я хотел проверить, как аналитический подход отразится на восприятии детьми «плохих» слов, сделает ли он их менее привлекательными, и снизит ли он вероятность того, что они, дети, будут использовать их втайне от взрослых. (Их мать, не питавшая особой любви к этому эксперименту, особенно заметила детям, чтобы те не употребляли такие слова в школе.) Если честно, я не уверен, работал ли эксперимент так, как я изначально предполагал. Ни один из

детей не вырос с более грубой речью, чем в среднем в их поколении. Но они и не гнушаются профанацией время от времени. С другой стороны, я предпочитаю думать, что у Дороти и Джорджа более «клиническое» отношение к ругательствам, чем у большинства людей. И (не подумайте, что я хвастаюсь) они определённо немало знают о ругательствах.

Признаюсь решительно и всецело: я обожаю преувеличивать. Мне кажется, что я самый большой энтузиаст сгущения красок в мире, преувеличивший миллионы миллионов раз.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

ЛИТОТА. Фигура преуменьшения. Вы заметили её в словах «не питавшая особой любви»?

«Ругательства». В то время как тропы обращаются к методам магии, слова профанации *являются* магическими словами. Тут и далее идёт странная часть. Изначально ругательствами были проклятия. Давным-давно, во времена старых добрых религий вроде поклонения быкам или зороастризма, проклятие было чем-то вроде запроса: *Многоуважаемый жуткий звероподобный человекобог, выглядящий как плод работы очень бездарного таксидермиста и обитающий в моём любимом дереве, пожалуйста, ниспошли девушке, бросившей меня, проклятие дней плохих волос, которое будет продолжаться до конца её дней.* Проклятия такого рода в том или ином виде присутствуют и в современных религиях. Мольба за то, чтобы ваша футбольная команда выиграла, предполагает, что вы также молитесь за то, чтобы другая команда проиграла. Хотите вы этого или нет, но вы следуете старинной практике наложения проклятия на команду противника.

Однако на всём протяжении существования религий боги, священники и пророки этих религий накладывали всевозможные нормы и ограничения на проклятия. Возьмите Десять заповедей хотя бы. Вторая заповедь (или третья, в зависимости от ветви христианства, к которой вы принадлежите) гласит: «Не поминай имени Господа твоего всуе». И тем не менее даже самая мягкая форма профанации занимается именно этим. Чего стоят хотя бы такие выкрики и присказки, как «Боже» или «Господи Иисусе». «Чёртов» отсылает нас к врагам Божьим. «Богом клянусь» – туда же. Это сильные выражения;

это магические слова, лишённые своей былой магии лишь потому, что мы забыли их этимологию. Услышав эти слова и выражения, Моисей бы пришёл во вполне закономерный ужас – как потому, что имя Господа его поминалось всуе, так и потому, что эти слова и выражения утратили своё первоначальное значение.

С другой стороны, на Скрижалях Завета ничего не говорилось о поминании всуе частей тела, пищеварительных функций или крестьянской терминологии. И тем не менее такие слова и выражения считаются одними из самых оскорбительных. Во времена, предшествующие набегу римлян на Британию, самые благовоспитанные жители этого острова широко использовали такое страшное обозначение влагалища, что я его не могу использовать в этой книге (оно состоит из пяти букв и начинается с буквы «п»). Обозначение женщины этим словом является худшей синекдохой из всех возможных синекдох, которые к ней можно применить.

Это и делает профанацию очередным тропом. Профанация обращает силы, которых мы больше всего опасаемся, против людей и вещей, которые мы ненавидим. Проклятие способно преобразовать свою жертву в нашем сознании. В давние времена, когда все страшились Господа, худшие проклятия поминали его имя всуе. Сейчас мы, кажется, больше боимся секса, чем Бога, так что превращение женщины в часть тела стало куда более мощным и оскорбительным проклятием. Оно покрывает свою жертву грязью, потому что мы считаем секс чем-то грязным. На протяжении истории значительная часть чёрной магии обращалась вокруг «ложных» и «нечистых» вещей и существ вроде запрещённой пищи, менструации и созданий с врождёнными дефектами, а также вокруг просто неприятных вещей и существ вроде летучих мышей и насекомых в «Гарри Поттере» и в котлах ведьм.

Однако одни из величайших наших страхов лежат в примитивной градации нашего общества. Худшая современная профанация связана со старыми прозвищами групп людей. Возьмём оскорбительное обозначение негров. Оно происходит от латинского слова «negro», значащего «чёрный». Почему это слово так оскорбительно сегодня? Не так давно оно не было таким уж оскорбительным. Гекльберри Финн употреблял его. Великий писатель Джозеф Конрад использовал его в названии романа, выпущенного в 1897 году. И конечно же, вы очень

часто можете услышать это слово в рэп-песнях, что вызывает недоумение у большого количества белых людей. Почему афроамериканцам можно это слово использовать, а остальным нельзя?

Вот вам риторический ответ: когда белые люди произносят это слово, то это считается тропом. Когда чёрные рэперы используют это слово, то это не считается тропом. Помните: троп преобразует наше сознание, искажая реальность. Троп обязательно имеет некое магическое свойство – иначе это не троп. Так что слово является проклятием, только если проклятье работает – если магия производит какой-нибудь эффект. Использование этого слова белым человеком вызывает страх расового неравенства (не говоря уже о воспоминаниях об очень нехорошем прошлом).

Вот почему люди, говорящие о «политкорректности» оратору, могут показаться довольно недалёкими. Никто из нас вполне не защищён от воздействия силы магических слов и жестов. Консерваторы были шокированы, когда квотербек команды «Сан-Франциско Форти Найнерс» Колин Каперник не встал во время гимна, выражая этим протест против расового неравенства. Многие американцы расценили этот акт как проклятие американского флага и предъявили требования наказать Каперника или даже исключить его. Иными словами, отказ встать был расценен как оскорбительный жест. Как профанация. Полагаю, многие эти шокированные американцы не были так шокированы, когда Дональд Трамп говорил о хватании женщин за... ну, по крайней мере, он не произнёс слово на букву «п». А сжигание флага? Дональд Трамп написал в Твиттере, что это было достаточно оскорбительно (если угодно, считайте это проклятием), чтобы лишить человека гражданства.

Здесь мы подбираемся к самому сердцу риторики. Слова по-разному осуществляют свою магию в зависимости от аудитории. Если вы одинаково будете говорить со всеми, то магия не будет одинаково работать. Вы тогда будете выглядеть как бедный Невилл Долгопупс, студент Хогвартса, плавающий котлы и падающий с летающих метел. Профанация так же, как и Долгопупс, показывает, где магия работает, а где она совершенно бездейственна.

Однако все тропы – и метафора, и метонимия, и синекдоха, и гиперболы, и профанация, и ирония – несут в себе некоторую магию. В последующих главах вы узнаете, как ирония может помочь вам

говорить на особом секретном кодовом языке. Владение собственным особым языком – это тоже форма магии.

Средства

Слово «магия» происходит от древнегреческого слова «*magike*», которое произошло от обозначения волхвов, таинственных жрецов Персии, Халдейской земли и Вавилона. Некоторые лингвисты полагают, что это слово восходит к индоевропейскому слову «*magh*», означающему «силу» или «способность». Когда-то давно одно лишь произнесение магического слова могло запустить магический процесс – как хороший, так и дурной. Упоминание определённого демона означало вызов этого демона; просто произнесите имя этого демона, и уже через мгновение он склонится над вашей постелью. И сегодня слова приносят силу веры, надежды и самоопределения вашей аудитории. Используйте их осторожно, чтобы магия не обратилась против вас самих.

- **Метонимия**, первый «троп принадлежности». Он делает так, что характеристика, ёмкость, действие, знак, материал или качество означают некое единое целое.

- **Синекдоха**, второй троп принадлежности. Этот троп делает так, что часть чего-то или член чего-то представляет единое целое или единую группу. Или наоборот.

- **Гипербола**. Если бы гипербола могла говорить, она бы рассказала вам о том, что она является самым потрясающим и великолепным тропом из всех. У него, как и у тропов принадлежности, есть суперспособность сжимать или расширять всё на свете.

- **Профанация**, троп проклятия, низвергает гнев Вола-де-Мортов, социального неравенства и богов на людей и вещи, которые мы ненавидим – даже на молоток, который только что атаковал наш большой палец.

Глава 21

Говорите на языке своей аудитории

Риторическая макака

КАРЛ: Давай сделаем литеру из литературы!

ЛЕННИ: Это было слишком умно для тебя! Ты один из них! [Бьёт его]

«Симпсоны»

Используйте слова для того, чтобы собрать вокруг себя группу людей

Хотя ораторы любят относить фигуры и тропы к категории *пафоса* (потому что они изменяют настроение людей), нам уже пора вернуться к чёрному искусству *этоса*, искусству, связанному с людьми и вещами, с которыми ваша аудитория отождествляет себя. В этой главе, а также в последующих двух мы углубимся в **стратегию идентичности**. Она начинается с принуждения членов аудитории к объединению друг с другом и признанию вас своим идеальным лидером. Если вы умело проведёте эту стратегию, то она заставит вашу аудиторию считать ваши решения выражением интересов их группы. Любой, кто не согласится с этим, будет подвержен риску изгнания из стаи.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

СТРАТЕГИЯ ИДЕНТИФИКАЦИИ. Заставьте свою аудиторию идентифицироваться с вашими решениями.

Короче говоря, ваши слова – это их узы.

Я хочу быть прям как ты

То, что люди делают со словами, шимпанзе делают со вшами. Согласно наблюдениям этологов, после каждого значительного диспута из-за еды или секса шимпанзе уделяют особое время копанию в голове

друг у друга. После внутренней битвы они усаживаются и восстанавливают отношения. Продолжительные сеансы расчёсывания помогают животным наладить социальные связи.

Вместо ковырянья в голове люди используют демонстративную риторику настоящего времени, убеждение, сводящее нас вместе и выделяющее нас среди групп. Демонстративная риторика играет на нашем инстинкте формирования племенных образований и различных противоборствующих группировок, а также на нашем страхе стать изгоем. Чем острее люди чувствуют разделение, тем больше сил они вкладывают в демонстративные жесты, которые призваны сплотить их: они принимают произносить великие пассажи вроде Геттисбергской речи или писать любовные письма, в которых они изливают свои чувства обделённости. Это может также выразиться в форме песни вроде, например, солдатского напева или в форме лайков в Фейсбуке. Даже общий диалект – сленг, жаргон или политический кодовый язык – даёт людям возможность продемонстрировать свою сплочённость.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

КОДОВОЕ РАСЧЁСЫВАНИЕ. Использование особого уникального языка с целью заставить аудиторию идентифицироваться с говорящим и его идеей.

Этим можно объяснить всем известную напасть отвратительного почерка врачей и их отказ перейти на электронные средства. Ни один убедительный медицинский довод не даёт внятных объяснений их почерку; этот почерк буквально является кодом. Возможно, врач озвучит вам, что он вам выписывает, но эта его манера письма делает то же, что когда-то обращение на латинском делало для медицинского сообщества, отделяя иллюминатов от дремучих обывателей. Письменные рецепты от врача – это своего рода социальное расчёсывание, что-то вроде ковырянья в голове, которым шимпанзе занимаются, чтобы сделать друг другу приятно. Назовём это **кодовым расчёсыванием**. Это будет наш эксклюзивный термин.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Вы можете интерпретировать моё использование риторических терминов в этой книге как форму кодового расчёсывания, приобщения вас к элитной группе. Как ни

странно, греки воспринимали свою риторическую терминологию как обычный язык. Перекрестный хиазм, например, у них был «фигурой Х». Фигуру преуменьшенной иронии, литоту, они называли «простой фигурой». *Litotes* по-гречески значит «простота». Мы с вами будем называть это литотой. Почему? Потому что мы крутые.

Политические консультанты и эксперты для обозначения чего-то подобного используют выражение «собачий свисток». Политик произносит фразы в библейском стиле – и это замечают только христиане. Ещё один политик говорит о заговоре международных банкиров, и только антисемиты слышат в этом те же обвинения, что когда-то выдвигали нацисты. Как собачий свисток может производить звук, который слышат только собаки, так же и эти скрытые сообщения посылаются для того, чтобы наострить уши определённого разряда избирателей. Но я всё равно больше предпочитаю своё кодовое расчёсывание. Всё это касается не только видов тайной связи. Это именно расчёсывание: это язык, который способен сплотить то или иное племя и сообщить его членам ощущение своей уникальности.

Даже профессионалы связей с общественностью используют кодовое расчёсывание, руководствуясь языком и системой знаков, понятными только им. Мужчины и женщины, посвятившие свои жизни ясности, настолько же повинны в занятии кодовым расчёсыванием, как и их врачи, выписывающие им рецепты. У редакторов журналов, например, есть свои, понятные им обозначения начала статей словом «lede», текстовых вставок под иллюстрациями термином «cutline» и прочего. Это их объединяет. Они пишут «ТК», имея этим в виду: «Вставьте здесь факт». Они также допускают различные нелепые ошибки в нужных местах (например, пишут «придти» вместо «прийти»), чтобы корректорам проще было их заметить.

Дети используют кодовое расчёсывание в своих переписках. Посмотрите, как быстро они печатают – у некоторых печать идёт расторопнее, чем мысль. А почему всё пишется строчными буквами? Наверняка они знают, как пишутся прописные буквы, в пунктуации они, вероятно, тоже более-менее разбираются; они, быть может, даже полные слова смогли бы писать, если бы хотели. Что они говорят? Вы понятия не имеете, потому что все эти странные аббревиатуры, акронимы, смайлики и «нипанятные» слова затем отчасти и пишутся,

чтобы вы их не понимали. Зачем они вообще переписываются? Оратор Кеннет Бёрк наверняка бы расценил это так: подростки чувствуют своё невысокое положение в обществе, и поэтому они отчаянно расчёсывают друг друга.

С точки зрения родителей, это лучше, чем физические проявления расчёсывания.

Слышать своё видение

Однако во владении кодовой речью подростки и в подмётки не годятся политикам. Становление президентом Соединённых Штатов Америки далеко не всегда требует превосходного навыка ведения формальных, рациональных дебатов. Посты президентов уже давно заполняются (и несомненно будут заполняться) людьми, чьи откровенно слабые речи обращались через риторическую алхимию в орудия политического доминирования. Сорок третий президент США Джордж Буш-младший заслуживает отдельного места в риторическом пантеоне за свой великий талант кодового расчёсывания. Многие кандидаты, следовавшие за ним, выражались много лучше, чем он, но им всё равно многому можно поучиться у него. Эксперты обожали рассуждать о христианской роли Буша, однако религия была только частью его языка расчёсывания. У него также был мужской код, женский код и военный код. Буш говорил на чистом демонстративном языке идентичности, отдавая предпочтение настоящему времени и употребляя термины, вызывающие резонанс в определённой обстановке. Например, когда он обращался к верующим, он больше говорил «Я верю», чем «Я думаю». Летом 2001 года он использовал слово «верю» в качестве некоей фуги.

БУШ: Я знаю, во что я верю. Я продолжу выражать то, во что я верю. И я верю в то, что то, во что я верю, правильно.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СОБРАНИЯ

Один из лучших способов сплотить группу – это произнести шутку, которую поймут только её члены. Стив Мартин утверждал, что он произнёс одну такую шутку во время конференции сантехников. Шутка заканчивалась

панчлайном «Там написано «розетка», а не «пипетка»! Я попробовал проделать нечто подобное много лет назад, когда произносил речь перед группой людей, занятых в лесной промышленности. «Что на один разряд ниже, чем балансовая древесина третьего класса? – спросил я и ответил сам себе: – Морковь». Они так и покатались со смеху.

Поверьте в это. Его кодовый язык распространялся и на женщин. Перед вторым избранием Буш начинал свои обращения к женщинам со слов «Я понимаю», а дальнейшую речь выстраивал так, что в ней находилось место для большого количества слов «мир», «безопасность» и «защита». В своих обращениях к военным он использовал такие выражения, как «никогда не сдаваться», «любой ценой», «мягкость недопустима» и «через мой труп». Общаясь с христианами, он начинал свои предложения со слова «и» – прям как в Библии.

БУШ: И впредь мы можем быть уверены, что Его замысел справедлив и истинен.

Разговаривая с мужчинами, он использовал лихой юмор, указывавший на то, что он лично заведовал военными вопросами.

БУШ: Когда я примусь за дело, я не собираюсь растрачивать двухмиллионные ракеты на десятидолларовую пустую палатку, задевая разве что верблюда. Я буду рассудителен.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Я это всё не выдумываю, как вы могли бы подумать. Немало политиков совершают множество ошибок, которые сильно бьют по ним же. Чего стоят хотя бы многочисленные промахи Джо Байдена. Они просто невероятны. Вот один из них, известный.

БАЙДЕН: Господа, уверяю вас, я знал восемь президентов, причём трёх из них довольно близко.

И что? Все политики пользуются кодовыми словами и фразами. Однако Буша отличало то, как он мастерски использовал кодовые слова, не нарушая при этом логику. Он говорил короткими предложениями, повторяя кодовые фразы в эффективном, пусть даже и иногда иррациональном порядке. «Видите ли, моя работа требует, чтобы я раз за разом повторял различные вещи. Только так можно подчеркнуть

правду и тем самым как бы катапультировать пропаганду», – сказал он однажды.

Но он не только просто повторял вещи раз за разом. Он катапультировал свои сообщения, лишая их логики. Результатом явилось то, что Роберт Фрост называл «гласом рассудка» – значением, которое вы интуитивно извлекаете из слов людей, переговаривающихся в смежной с вашей комнате. Вы воспринимаете значение слов из ритма и интонации говорящих и изредка проскакивающих ключевых слов. Если вы когда-либо играли в «Симс», то вы понимаете, о чём я говорю. Персонажи этой игры говорят на языке симлиш, белиберде, с ходу придуманной парой шутников. (Рассерженный персонаж восклицает что-то вроде «Фраббиди!».) Значительную часть того, что эти персонажи говорят, вы понимаете по их интонации. Странное утверждение Буша «Семья – это место, где наша нация обретает надежду, где мечты окрыляются» почти что поэтично. У него есть *глас*, или *отголосок* смысла. Он очень искусно умел комбинировать повторения, интонацию и кодовые слова независимо от контекста.

Бушизмы, с другой стороны, являют яркий пример кодового расчленивания в политике, потому что нелогичность Буша делала демонстративный язык чересчур заметным. Его неуклюжая риторика оказалась совсем незначительным препятствием на выборах; на самом деле очень вероятно, что бушизмы, сделав его речи бесхитростными и позволив ему повторять раз за разом кодовые слова, помогли ему стать президентом.

БУШ: Мы очень хотим услышать ваше видение, так что мы сможем более лучше выполнять свою работу.

Это классический бушизм – изломанный синтаксис, произошедший, должно быть, из короткого замыкания в языковом центре его мозга. Но вы ведь поняли его, разве нет? Если бы вы услышали это, а не прочитали, то вы, наверное, пропустили бы часть про «услышать ваше видение» и приняли бы в расчёт слова «очень хотим», «услышать», «видение» и «выполнять свою работу». Эти слова вместе составляют в сообщении, которое говорит об оптимизме, слушании и долге.

Очевидно, Буш не практиковал своё бушимистическое искусство. Однако он никаких мер по исправлению своего синтаксиса тоже не принимал – отчасти потому, что ему от этого было только лучше. Речь,

лишённая логики, выделяла курсивом те слова его речей, которые он хотел врезать в наши головы. Когда он сказал: «Мы будем великой страной, сотканной из групп и центров любви», он не рисовал сколько-нибудь реалистическую картину Америки. Он и не собирался этого делать. Эта техника не столько импрессионистская, сколько пуантилистская: она предполагает выкладывание риторического пунктира ценностей для того, чтобы создать особую групповую идентичность. Как однажды лаконически выразился Буш: «Иногда риторика переходит в чистую политику». Из своих риторических высказываний он извлекал всё лишнее, оставляя только политически полезные принципы. «Я горжусь тем, что я нация, основанная на чудесных ценностях», – говорил он.

ЧТО СКАЗАЛ БУШ: Часть фактов состоит в понимании того, что у нас есть проблема, другая их часть – это то, что вы собираетесь делать по этому поводу.

ЧТО ВРЕЗАЛОСЬ В СОЗНАНИЕ ЛЮДЕЙ:... факты... понимание... проблема... факты.

У невнимательного слушателя составилось бы мнение о Буше как о мудром, преданном своему делу лидере.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

ПОЛИСИНДЕТОН. Делает фигуру из сложного предложения, связывая его части повторяющимися союзами. Здесь я использую эту фигуру для того, чтобы создать ощущение смысловой перегрузки.

Что, вы скептически на это всё смотрите? Не забывайте, что вы воспринимаете этот аргумент в печатном виде, в логической среде. Хороший читатель впитывает целые абзацы, а не отдельные слова и фразы. Представьте себе, что вы слышите бушизм по телевизору, в то время как вы готовите обед, а собака лает, а дети спорят по поводу того, кто в последний раз играл в приставку, а вы думаете, пора ли закупиться подсолнечным маслом.

Хорошие бушизмы – это произведения искусства: они являлись не точным отображением реальности, а лишь набором впечатлений, которые сближали Буша с той группой, с которой он хотел сблизиться.

ЧТО СКАЗАЛ БУШ: Я верю в то, что мы призваны трудиться для того, чтобы сделать наш народ и наше качество жизни лучшим местом.

ЧТО ВРЕЗАЛОСЬ В СОЗНАНИЕ ЛЮДЕЙ:... верю... призваны... трудиться... народ... качество жизни... лучшим местом.

Буш привлекал демократические штаты через усиление акцента на усиленном труде, качестве жизни и превращении народа в лучшее место. Он также вклинил в своё высказывание христианские слова «верю» и «призваны» (христианин призван самим Богом исполнить свою роль на Земле). Он умело использовал эти кодовые слова и сделал это с такой краткостью, которая невозможна в логически верных предложениях.

А теперь вы так попробуйте. Сами проведите эксперимент. Возьмите рациональные, совершенно выраженные мысли и доведите их до состояния невнятного набора ценностей.

- **РАЦИОНАЛЬНАЯ МЫСЛЬ:** Ребята, у нас есть реальные шансы на победу. Нас больше, чем их, у нас больше практики, и у нас более совершенный план.

- **ЦЕННОСТИ, ЛИШЁННЫЕ ЛОГИКИ:** Мужики, уходите отсюда. Будьте большими. Будьте жёсткими. Работайте по плану. Победите в этой игре.

- **РАЦИОНАЛЬНАЯ МЫСЛЬ:** Не бойся. Под кроватью нет никаких чудовищ.

- **ЦЕННОСТИ, ЛИШЁННЫЕ ЛОГИКИ:** Ты в безопасности. Я буду здесь, буду защищать тебя в твоей тёплой кровати.

Избегайте чудовищ

Стремлюсь ли я всех призвать говорить как Буш? Вовсе нет. Вероятно, даже Буш не имел особого намерения говорить как Буш. На самом деле вам не стоит избавляться от логики совсем, пусть даже она и влияет на ваши кодовые слова благотворно. Кодовые слова хорошо укладываются в демонстративную риторику настоящего времени. Если вы хотите добиться своего в осмысленном споре, то вам обычно необходима здоровая доза логики, увенчанная ценностями. Аристотель использовал общее место в качестве осевого стержня дедуктивной логики, а не в качестве замены всей этой логики. Общие слова и кодовые слова часто оказываются одним и тем же.

Сильно отклоняясь от Аристотеля, Буш брал кодовые слова и повторял их как политическую мантру, до такой степени, что они

уподоблялись привязчивой песне, которую никак не получается выкинуть из головы. Однако именно эта назойливая техника может помочь вам сплотить вместе целое племя. Повторение действует подобно футбольным кричалкам, припевам песен или протестным выкрикам, заставляя людей ощущать себя частью группы – группы, возглавляемой вами. Именно так Буш связал себя прочными узами со своей аудиторией. Чем больше у вас таких уз, тем лучше для вас.

Чтобы говорить бушизмами или любым другим успешным кодовым языком, выбирайте такие слова, которые доказали свою работоспособность, и избегайте слов-отрицаний, потому что они обычно вызывают негативную реакцию. Если вы скажете: «Не бойся», то ребёнок, вероятно, услышит «бойся». Если вы скажете: «Под кроватью нет никаких чудовищ», то ребёнок услышит «чудовищ». Избегание опасных слов особенно важно в таких случаях, когда вы пытаетесь отразить обвинения. Если вы повторите обвинение («Я не мошенник»), то может получиться так, что вы только усилите его в сознании вашей аудитории.

На самом деле обратная ситуация тоже имеет место. Через отрицание вы можете выразить полную противоположность того, что вы говорите, как сделал Буш, когда рассказывал о том, как жители Ирака встречали американских пехотинцев.

ЧТО СКАЗАЛ БУШ: Думаю, нам действительно оказали приём. Просто не самый тёплый.

ЧТО ВРЕЗАЛОСЬ В СОЗНАНИЕ ЛЮДЕЙ:... оказали приём... самый тёплый.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ОБРАТНЫЕ СЛОВА. Повторяйте слова, выражающие противоположность вашей слабости или противоположность позиции вашего оппонента.

Я называю эту технику **обратными словами**. Она предполагает повторение слов, которые указывают на противоположность того, что идёт вопреки вашим интересам. Вместо того чтобы сказать: «Мы не ожидали жестокой реакции на вторжение», Буш сказал: «Нам оказали приём. Просто не самый тёплый». Он преобразовал жестокую реакцию в тёплый приём, к которому по чистой случайности затесались слова «не самый».

Вы можете прибегать к той же технике, когда спор или аргумент обращается против вас. Уступите мысли вашего оппонента, подтвердив, что эта точка зрения не является своей противоположностью. Королева Виктория в своём знаменитом преуменьшении сказала: «Нас это не забавляет». Она не стала говорить: «Мы потрясены».

ОППОНЕНТ: Ваше подразделение не выполняет норму.

НЕПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ: Ну, не совсем.

ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ: Ну, рекордов мы не бьём.

ЛЮБИМЫЙ ЧЕЛОВЕК (*выгляда полным*): Меня это полнит?

НЕПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ: Нет, совсем не так уж сильно.

ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ: Ну, тонкой точно не делает.

Такие слова и выражения, как «не выполняет» и «полнит», обычно не очень хорошо укладываются в роль кодовых слов. А вот про рекорды и про тонкость – это очень хорошо.

Кодовое расчёсывание заставляет вашу аудиторию идентифицироваться с вами. Современные ораторы говорят, что в человеческом обществе риторика выполняет функцию некоего подобия социального клея. Стратегия идентичности может сделать больше, чем просто заставить вашу аудиторию идентифицироваться с вами. В следующей главе вы узнаете о том, как заставить их идентифицироваться с вашими *решениями*. Вы не просто будете обретать друзей. Вы будете по-настоящему влиять на них.

Средства

На Земле на данный момент разговаривают примерно на двадцати восьми тысячах языков, дополняющихся примерно семью или восемью тысячами диалектов. Диалекты можно дальше подразделять на региональные акценты, профессиональный жаргон, религиозные и политические стили речи и всевозможные кодовые языки. А эти группы, в свою очередь, могут разделяться на личные шутки и секретные слова семей, друзей и влюблённых пар. Если вы хотите дать определение группе людей или если вы хотите увидеть, как люди определяют самих себя, то вам нужно определить тот язык, который наиболее комфортен для них. Кодовый язык определяет, кто входит в ваши круги Венна, а кто находится за их пределами. Он определяет то, что для нас ценно.

В коде мы выражаем чистейший вид демонстративной риторики настоящего времени, употребляя слова, которые являются общими в наших группах. Вот отдельные средства:

- **Кодовое расчѣсывание.** Пользуйтесь таким языком, который уникален для определённой группы, и, покуда вы употребляете его с учётом декорума, у вас с вашей аудиторией всё будет идти хорошо.

- **Ценности, лишѣнные логики.** Безупречно рациональная речь не только может оттолкнуть некоторые аудитории, но она даже может отвлечь их от ценностной составляющей вашего сообщения. Это одна из причин, по которым Аристотель говорил, что *логос* лучше работает в контексте близкой беседы, чем в контексте речи перед большим скоплением людей. Сосредоточьтесь на отдельных ценностных словах, чтобы сплотить группу и заставить её идентифицироваться с вами.

- **Повторяющиеся кодовые слова.** Найдите особые общие термины, способные объединить ту или иную группу, и повторяйте их раз за разом.

- **Обратные слова.** Найдите такие слова, которые являют противоположность тому, о чём говорит ваш оппонент. Постарайтесь не повторять выражения вашего оппонента, если вы стремитесь их отрицать.

Глава 22

Заставьте их идентифицироваться с вашими решениями

Уловка тёщи

Риторика занимается тем, что случилось после падения Вавилонской башни.

Кеннет Бёрк

Самое магнетическое средство искусства убеждения: идентичность

Научившись выявлять и понимать коды ваших аудиторий, вы вскоре сможете обрести их доверие. Более того, вы даже сможете заставить их идентифицироваться с вашим решением или выбором. Если они согласны, то они с вами. Если они против, то они не с вами. Всё просто.

Предназначение главы в этом и состоит, а именно в возведении **стратегии идентичности** на новый уровень. Мы воспользуемся различными серьёзными видами осмысленной и демонстративной риторики, призванными заставить вашу аудиторию поверить в то, что ваш выбор критически важен для ваших с ней отношений. Они будут идентифицироваться с тем, с чем вы захотите, чтобы они идентифицировались. Альтернативный вариант, тот, который вы отвергаете, они будут воспринимать как нечто злобное и портящее ваши с ней отношения.

Иногда установление идентичности вовсе является единственной целью спора. При этом далеко не многие из нас, будучи поставленными в формальные, организованные обстоятельства, выстраивают свои аргументы так, как их выстраивают президенты. Наши аргументы часто просто приходят и уходят, не принося никакого ощутимого результата.

ОН: Так ты считаешь, что нам нужно повесить налоги только для богатых? Это классовая война.

ОНА: Что ты имеешь в виду, говоря «классовая война»? Ты...

[Звонит телефон. Она отвечает на звонок и через некоторое время возвращается к своему собеседнику.]

ОН: Кто это был?

ОНА: Моя мать.

ОН: Ты ведь ей сказала, что мы не приедем на День благодарения, да?

ОНА: Ну, я...

ОН: Ты не сказала? Я думал, что мы договорились один раз провести этот день дома.

Таким образом, военные дебаты обратились в выяснение отношений, вызванное семейными выходными. Люди часто спорят именно так: скатываясь в разбор точек зрения, в перебивание друг друга, в перемену тем разговора, и иногда они при всём этом полностью теряют сколько-нибудь оформленную логическую последовательность. Как тут оставаться на одной теме?

Часто никак. Множество споров (вероятно, подавляющее их большинство) начинается вовсе не затем, чтобы принять рациональное решение; но это, нужно заметить, не всегда и плохо. Помимо того что спор может помочь вам решить, что делать, он также может укрепить ваши отношения. Или ослабить их. Разница определяется тем, как вы используете кодовое расчѐсывание.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ПУБЛИЧНЫХ ДЕБАТОВ

Когда выяснилось, что американцы пытаются пленных в Ираке и в Гуантанамо, самым эффективным аргументом против этого был демонстративный язык идентичности: «Американцы не пытаются людей. Мы не такие, мы не можем так поступать». Когда группа налогоплательщиков выступила против повышения ставок преподавателей в одном зажиточном университетском городке неподалёку от нас, утверждая, что муниципалитет и так выплачивал преподавателям зарплату на сорок процентов большую, чем в среднем по стране, сильный ответ на это возмущение также был бы демонстративным: «Заработная плата конкретно показывает, что наше население считает ценным. Косметический хирург в местной клинике, к примеру,

зарабатывает в пять раз больше, чем средний учитель». После этого ещё можно дать проблеме новое определение, выразив его в осмысленном высказывании: «Мы не должны прежде всего заботиться о том, сколько мы платим учителям. Мы должны заботиться о том, чего мы требуем от них. Давайте лучше повысим их зарплаты и сделаем так, чтобы они нашли способ повысить успеваемость учеников».

В этом случае пара, видимо, уже приняла определённое решение: оба человека согласились остаться дома на День благодарения (по крайней мере, эта договорённость имела силу до тех пор, пока женщине не пришлось сказать своей бедной матери, что они с мужем решили бросить её в этом году). Настоящее и будущее времена перемешиваются между собой. Мужчине нужно найти баланс между тяготами поездки (назовём это невыгодами) и укреплением отношений с женой, которое определённо имело бы место, если бы он великодушно уступил. Представим всё это в виде осмысленного спора: какой выбор наиболее выгоден для семьи?

Однако их спор обращается далеко не только вокруг выгоды, ведь так? Он также обращается вокруг обязанностей, вокруг долга перед племенем. Это племенной подход, это язык демонстративной риторики настоящего времени, которая имеет своей главной темой вовсе не выгоды, а то, что для нас ценно. Мужчина вполне мог вклинить в спор сильную демонстрацию ценностей.

ОН: Хэй, если я даю слово, то я и сдерживаю его. Я не передумываю из-за того, что голос моей матери вызывает у меня чувство стыда.

А затем он мог нанести осмысленный нокаутирующий удар, подчёркивающий недостатки поездки.

ОН: Но ты только представь себе перелёт в худший день в году, когда мы запросто можем пропустить пересадку и оказаться вынужденными есть обед на День благодарения в T.G.I. Friday's в аэропорту.

Он также мог бы подкинуть какие-нибудь логические осколочные гранаты, подмешать немного *пафоса*, связанного с его зашкаливающими уровнями стресса на работе, присовокупить немного *эмоса*, связанного с тем, сколько лишений он претерпел для семьи за все эти годы, нарисовать чарующую картину счастливого, тихого Дня

благодарения, проведённого дома, и окончательно сразить женщину своим пронзительным убеждением. Это даже могло бы обеспечить ему победу и возможность остаться дома. Однако конечный результат, вероятнее всего, был бы в таком случае пирровой победой. Победив в споре, он бы рисковал ослабить семейные узы. Вероятно, ему бы после этого пришлось биться над восстановлением семейных отношений на протяжении нескольких месяцев, а его брачная жизнь могла бы докатиться до такого бедственного состояния, что ночь в канун Рождества он бы провёл в свободной комнате своей тещи на неудобной мелкой кровати.

Что бы вы предпочли: призыв семейных дебатов или святость брака? Иногда победа в споре отнюдь не является тем, к чему нужно стремиться. Отношения и ценности часто одерживают верх над выгодами и рациональностью. Но, в конце-то концов, неужто не существует какого-нибудь более щадящего по отношению к мужчине варианта? Может быть. Очень может быть, что такой вариант действительно существует. Этот вариант – стратегия идентичности. Ему нужно убедить свою жену в том, что пребывание дома усилит семью, а перелёт на День благодарения только ослабит её.

Предупреждение: сейчас мы углубимся в тактику, которая завязана на возмутительной и непростительной игре на чувствах жены. Если мужчина правильно употребит эту тактику, то он, возможно, даже сможет убедить свою жену в том, что лишение её матери удовольствия провести с ними время в День благодарения хорошо для всех – и даже для самой её матери. Всё это может показаться очень неправильным, но я не просто так это всё пишу: стратегия идентичности – это один из основных способов, с помощью которых маркетологи, политики, продавцы и вообще любой зловредный элемент нашего общества манипулирует нами. Я вручаю вам оружие, чтобы мы вместе разобрали его, разобрались в принципе его работы и знали, когда мы становимся жертвами этого оружия.

В стратегии идентичности *логос* может только отвлекать. Мы в этом уже убедились, когда рассматривали бушизмы. Язык идентификации вместо того, чтобы взвешивать предпосылки и разъяснять убедительные причины, просто берёт и тесно связывает вашу аудиторию с вашими решениями, да делает это так, что все остаются довольны. Давайте возобновим спор.

ОН: Я думал, что мы договорились один раз провести этот день дома.

ОНА: Тебе стоило послушать её голос. Она очень хочет увидеть меня, увидеть нас.

Ещё муж просто мог подобрать мяч и уйти с ним прочь.

МУЖ (*с обиженным видом*): Было бы неплохо, если бы я тоже считался членом семьи.

Но это было бы слишком просто, да и к тому же отношениям это бы мало помогло. Давайте лучше заставим мужа употребить демонстративную риторику. Не обращая внимания на недоразумения, он деликатно подражает своей тёще, южной женщине с кентуккийскими корнями, восходящими к временам Даниэля Буна.

ОН: Ну, мил-чка, ты ж приедешь на День благодарения, а, золтка моё? Когда у малых шхола заканчивается?

Подражая эксцентричному говору своей тёщи, муж использует испытанную временем технику, которая приближает аудиторию к шутке и при этом отдаляет жертву. Жена смеётся; ей приятно, что её муж знает её мать так хорошо, что он способен с ходу изобразить её манеру и сделать это мягко. Это сближает пару, сужая круг, в который они заключены. И это побуждает жену неосознанно оставить свою мать вне этого круга.

ОН (*с серьёзным видом*): Ну что, ты серьёзно хочешь ехать?

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Как Вергилий сопровождал Данте по аду, так же и я хочу быть вашим надёжным спутником в преисподней убеждения. Так что для защиты своего *этоса* я довожу до вашего сведения, что я бы никогда и ни в коем случае не поступил так со своей тёщей, которая, я уверен, будет читать эту книгу.

Он хитрит, играя на чувстве вины своей жены. Она не хочет никуда ехать, но знает, что должна.

ОНА: Ну, не знаю...

Теперь он взял моральный верх, и он может воспользоваться своим положением, чтобы расчесать свою жену.

ОН: Ты же знаешь, что я люблю твою мать. Я поддерживаю любое твоё решение.

«Любовь» и «поддержка» – это превосходные кодовые слова, которые не раз доказывали свою действенность среди избирателей женского пола (да, я понимаю, как по-сексистски я сейчас звучу); хотя, надо признать, использовать эти слова на своей жене – это немного рискованно, особенно если эта жена имеет стабильный заработок. Однако наш мужчина, обратившись таким образом к матери своей жены, создаёт всепрощающую обстановку, сближающую его с женой в счастье, любви, гармонии и бесстыжей манипуляции.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК В ОФИСЕ

Вы можете употребить негативную версию стратегии идентичности, сделав умышленно дурное одобрение. Предположим, что ваш начальник навязывает вам решение, с которым вы не согласны. Вместо того чтобы оспаривать это решение, вы можете просто использовать презренного предшественника вашего начальника в качестве оружия. Вы невинно говорите: «Ларри бы был в восторге от этой идеи!» Однако дурное одобрение представляет серьёзный риск. Оно может повредить ваш *этнос*, связав вас не с тем человеком.

ОНА: Давай просто останемся дома. Я возьму больничный в ноябре и полечу к ней сама.

Для мужчины это точно обернётся парой вечностей, проведённых в чистилище, но, по крайней мере, ему не придётся преодолевать тысячу километров на День благодарения.

Ловля кода

У кодового расчёсывания есть тёмная сторона. То, что объединяет одну группу, выдворяет из неё других. В конце концов, исключительность – это одна из важнейших составляющих любого объединения. Мы, любители языка, не любим признавать это, но часть нашей страсти к «корректной» грамматике вызывается тем импульсом, который мало отличается от любви белых подростков к текстам хип-хоп-композиций: мы, грамотеи, знаем код, и это отличает нас от других. Когда язык меняется и нам трудно за ним поспевать, мы чувствуем некоторое ослабление наших социальных связей. Мы чувствуем, что нас как бы чешут против шерсти.

Каждый день все кому не лень разбивают моё грамматическое сердце. Например, путём коверканья косвенного падежа. И при этом в нашем непоследовательном, причудливом языке нет ни одной логической причины употреблять косвенный падеж именно так, а не как-то по-другому. Правильная грамматика – это элитная, а не «хорошая» грамматика. И тем не менее изучение её помогает тем, кому не гарантирована работа в офисе. Любому человеку, претендующему на должность менеджера в компании, входящей в список Fortune Global 500, знание корпоративного кода очень может сыграть на руку во время собеседования. Это знание оставляет непривилегированных людей в хвосте. С другой стороны, если афроамериканский ребёнок из города Уоттс получит качественное образование, то он окажется в более выгодном положении, чем привилегированный белый ребёнок из Гринвича – не потому, что ребёнок из Уоттса знает меньше (вполне возможно, что он знает много больше, чем белый ребёнок), и не потому, что то, что он знает, менее важно, но потому, что темнокожий ребёнок может овладеть языком, которым белый уже владеет.

ЗНАЧЕНИЯ

Люди, допускающие нелепые грамматические ошибки и использующие заумные слова в своих попытках казаться умнее, вот уже на протяжении тысячи лет составляют одну из больных тем шуток различных умников. В шекспировской «Двенадцатой ночи» шут выдаёт следующее: «Дай тебе бог, сударь, скоропостижно состариться и стать полезным / дураком»^[12]. Древние люди называли такой изысканный провал словом *sacozelia*, которое можно перевести как «обезьянничанье».

В риторике убедитель говорит на языке аудитории. Это может оказаться очень непростым делом. Белый ботаник, криво изъясняющийся на местном наречии в гетто («Йоу, чувак, ну, чё, как у тебя?»), – это общее место подростковых фильмов, что-то вроде фишки из «Деревенщины из Беверли-Хиллз»: два абсолютно разных племени встречаются и коверкают код, как деревенщины в Лос-Анджелесе.

Вашим племенем может быть ваша семья, ваша половая группа, вероисповедание, социально-экономическая страта – словом, что угодно, что объединяет вас с вашими словами и взглядами. Когда

Джордж Бернارد Шоу выразился об Америке и Англии как о «двух странах, разделённых общим языком», он высказал хорошую риторическую мысль: один и тот же язык, наделённый определёнными вариациями там, где нужно, может разделять и исключать людей.

Одна из этих вариаций (являющаяся также эффективным средством кодового расчёсывания) – это **ирония**, техника, предполагающая произнесение одних слов по отношению к людям извне, а других – по отношению к своим. Уэйн Кэмпбелл, персонаж Майка Майерса в фильме «Мир Уэйна», использует иронию на одном бестолковом изобретателе, который появляется на шоу Уэйна со своим изобретением под названием «Сосущая стрижка» – специальным устройством для придания волосам формы, которое, как выражается автор, «сосёт и стрижёт». Уэйн соглашается: «Ну да, действительно сосёт».

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ИРОНИЯ: Объединяйтесь с людьми, используя скрытый язык.

Когда видишь иронию, используемую для кодового расчёсывания, то становится совершенно ясно, что время глубокой социальной дифференциации должно быть особенно ироничным. Чувствуя социальную напряжённость, люди используют иронию с остервенением буйных шимпанзе. Они хотят знать, кто свой, а кто нет, и ирония позволяет им сыграть двойной аккорд, использующий одновременно два диалекта. Таким образом, ирония является идеальной риторической фигурой. Ирония наряжается в платье и задирает его вверх. Являясь чем-то вроде паролка наоборот, она охотно приветствует любого члена аудитории, который «шарит».

Ирония лучше всего работает тогда, когда некоторые люди её *не* понимают. Несколько лет назад мы с моей дочерью пошли в кино на фильм «Адаптация», в котором есть сцена, просто переполненная иронией. Один из персонажей произносит полнейшую ахиною, которую аудитория не должна воспринимать всерьёз. Предполагается, что то, что он говорит, смешно. Но одна женщина средних лет, сидевшая позади нас, сказала: «А ведь *так и есть*». Мы с Дороти переглянулись, с трудом сдерживая смех. Я благодарен этой женщине. Она сблизила отца с дочерью.

Иронию также можно использовать для того, чтобы смягчить свои обращения к детям, даже к очень маленьким.

ВЫ: Ну что ты сделал со своей комнатой?

РЕБЁНОК: Это не я.

ВЫ: Нет, это просто *потрясающе*. Мне очень нравится твой импрессионистский стиль. Моя грязная одежда очень хорошо будет с этим сочетаться, если разбросать её по полу. погоди, сейчас принесу...

Ну, это *может* сработать. Как бы то ни было, смех вызвать точно может – у вашей супруги, не у вашего ребёнка. Только не забывайте, что, когда вы используете иронию, она работает с той аудиторией, которую вы сами выберете. Если вы говорите: «Это шутка», то сама шутка теряет свою юмористическую составляющую. Однажды я провёл ночь в доме рабочей пары, родителей трёх детей. Когда Сюзан препроводила меня до спальни, она извинилась за беспорядок. Рассудив, что она догадывается, какие низкие у меня стандарты в хозяйстве, я ответил иронично: «Ну, знаешь, Сюзан, я считаю, что чистый дом создаёт благоприятный моральный климат для детей. В чистом доме – чистый разум».

НЕ ПРОБУЙТЕ ДЕЛАТЬ ТАК В ОФИСЕ

Хотя ирония и является прекрасным демонстративным орудием, способным сплотить вместе ту или иную группу, она может также затруднить процесс принятия решения. Действие требует преданности, что, в свою очередь, требует больше эмоциональной энергии, чем способна дать ирония. Именно поэтому среди главных исполнительных директоров не очень много ироничных людей. Оставьте иронию для людей своего уровня.

Гробовая тишина. Сюзан молча повернулась к дверному проёму и проследовала вниз по лестнице. «Это шутка!» – как бы извиняясь, проговорил я.

Нет, это не было шуткой.

Кодовое расчёсывание может отлично работать, когда вы хотите восстановить отношения или заставить свою аудиторию синхронизироваться с вашими настроением и *этосом*. Однако стратегия идентичности настолько же способна навредить группе, насколько она способна помочь ей. С одной стороны, чрезмерное

употребление идентичности приводит к возникновению группового сознания, в котором решения принимаются не с расчётом на выгоду, а лишь ввиду самого факта существования группы. В этом и состоит опасность демонстративных споров настоящего времени. Если целью является идентичность, то весь смысл беседы сводится к принуждению всех присутствующих проникнуться желанием принадлежать к чему-то, к созданию армии (или отряда) покорных подданных. К тому же, как вы уже могли увидеть, кодовое расчёсывание способно производить скрытые манипуляции. Так что я могу вам посоветовать пристально следить за отдельными кодами, которые близки тем группам, с которыми вы себя отождествляете, – группам половой принадлежности, политических склонностей, возраста, внешности, хобби и степени оптимизма в отношении к миру.

- образованный;
- чуткий;
- мыслящий;
- необыкновенный;
- изощрённый;
- космополитичный;
- опытный.

Маркетологи разделяют демографические и психологические группы во всё уменьшающихся пропорциях. Стоит им только узнать достаточно о ваших предпочтениях и привычках, и они уже могут с впечатляющей точностью предсказать ваше поведение. Если американец приобретает компьютер от компании Apple, то он, скорее всего, голосует за Демократическую партию. Если у американца орёл над дверью, то он вряд ли пьёт односолодовый шотландский виски. Люди, выбирающиеся на пробежку по три раза в неделю, выделяют относительно малую долю своих средств на одежду. Все эти привычки сопровождаются особым кодовым языком – словами, которые вызывают эмоциональный отклик.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

КODOВАЯ ВАКЦИНАЦИЯ. Составьте перечень кодовых слов, которые по тому или иному критерию важны для вас, чтобы быть готовым к той ситуации, когда убедитель воспользуется ими.

Чтобы выстроить риторическую линию обороны против маркетологов, составьте список слов, которые льстят вашему самолюбию. Например:

Если в рекламе фигурирует одно из ваших слов, то я поздравляю вас: маркетологи положили глаз на вашу группу.

- «McSpoot. Скотч для образованных».
- «Jaguar Peripatetic. Для необыкновенных водителей».
- «Грейпфрутовый сок. Напиток для мыслящих».

То обстоятельство, что я не вижу в рекламе таких слов, как «необыкновенный», должно быть, относит меня к необычайно малому сегменту маркетинга. Или к необычайно дешёвому сегменту. Я предпочитаю считать свою группу «уникальной» или «высокого сорта» – прямо как читателя этой книги. Я вас правильно расчёсываю?

Средства

Словом «идеология» когда-то обозначалась наука об идеях; сейчас же это слово означает некое общее убеждение. Идеи превращаются в убеждения, когда люди идентифицируются с ними – когда они помогают определить саму группу. Было бы непросто объяснить, чем американцы отличаются от других людей, не говоря при этом, например, о том, что американцы находят ценным, и о том, каковы их убеждения. Чтобы превратить идею в убеждение, следующие инструменты заставят вашу аудиторию идентифицироваться как с вами, так и с вашей идеей:

- **Стратегия идентичности.** Самый действенный способ заставить аудиторию совершить некое действие – это заставить их идентифицироваться с этим действием, заставить их признать, что решение, которое вы выдвигаете, благостно влияет на группу, которую образует ваша аудитория.

- Сопутствующим результатом стратегии идентичности является **ирония**: произнесение определённых слов, значение которых понятно только вашей группе, по отношению к людям извне.

- **Кодовая вакцинация.** Будьте в курсе слов, определяющих группы, к которым вы принадлежите, и смотрите в оба, когда убедитель употребляет эти слова.

Глава 23

Восстановитесь после провала

Падение Apple

Я всегда рад видеть любую ошибку, потому что я знаю, что она наполнена семенами будущих свершений, призванных исправить её.

Вильфредо Парето

Используйте такие средства, которые более эффективны, чем слова извинения

Теперь, когда вы уже вполне познали добродетельность добродетельности, пора вернуться к обороне. Не вся риторическая оборона предполагает, что вы обязательно должны отбиваться от умных людей или парировать атаки, производимые нравом оппонента. Вы уже овладели достаточным количеством навыков, чтобы успешно руководить типичными диспутами. Но что вы будете делать, если вина падёт на вас? Что вы будете делать, если вас будут обвинять в том, что вы или ваш начальник действительно совершили? Именно об этом и будет идти речь в этой главе – о том, как правильно проваливаться. Ну или о том, как устранять последствия провала.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Зачем я поместил главу о восстановлении после провала в раздел «Продвинутая оборона»? Затем, что я так делаю своего рода риторическое заявление в духе «лучшая оборона – это нападение». Идеальное восстановление означает не просто восстановление вашей репутации; с помощью приведённых здесь приёмов вы сможете довести свою репутацию вовсе до небывалого блеска. Это противоположность оборонного поведения.

Вы узнаете, когда вам следует просить прощения, а когда нет. Мы узнаем о совершенно новом приёме, который способен успокоить вашу аудиторию. И самое главное, вы узнаете, как восстановить свой *эмос*, причём до такой степени, что он придёт в лучшее состояние, чем когда-либо прежде. Представим вашу миссию следующим образом: восстановиться с таким изяществом, что вы даже будете рады тому, что вы изначально облажались. Не чудесна ли мысль о том, что всякий раз, когда ваш начальник или ваша компания совершили какую-нибудь нелепую ошибку, вы сможете сказать: «Ну что, пора пустить в дело мою магию!»? Или представьте такую ситуацию: вы сделали что-то возмутительно глупое, например по отношению к своему любимому человеку. И вы сможете сказать себе: «Да это же только очередной шанс, чтобы мы стали ближе друг к другу».

Впрочем, признаю: я ставлю излишне трудные задачи. Но, по крайней мере, я надеюсь показать, как риторические приёмы могут помочь вам эффектно восстановиться после провала.

Можете мне в этом доверять. Я, как оказывается, являюсь экспертом в провалах, имеющим огромный опыт в этом деле – как в профессиональном, так и в личном смысле. Возможно, эпитафия на моём надгробии будет содержать ошибки – такой я мастер провалов.

Как украсть вулкан

Я однажды поместил гору Сент-Хеленс не в тот штат. В свою защиту скажу, что она практически находится в штате Орегон – прямо на границе Вашингтона. Но для властей точность в соблюдении границ обычно очень важна.

Когда журнал, на который я работал, опубликовал мою небольшую статью про эту гору, она только начинала дымиться. Ничего серьёзного это собой не представляло, однако эта статья стала одной из первых вещей моего авторства, которые были опубликованы, когда я был начинающим редактором, только что окончившим колледж. Я узнал о своей ошибке, когда нашёл в своём почтовом ящике конверт от правительства штата Вашингтон. (В настоящем почтовом ящике, не в виртуальном.) Внутри конверта было письмо, подписанное губернатором Дикси Ли Рэй, требующей вернуть ей её вулкан.

Чёрт побери. Только начал карьеру в журналистике – и уже случайно сдвинул целый вулкан. Мне нужно было в срочном порядке сделать выбор: приняться за написание нового резюме для приёма на работу или же придумать какой-нибудь план. Я выбрал второй вариант. Я сел за стол и задумался на пять минут. Затем я взял письмо и отнёс его в офис своего начальника. Сказав ему, что я очень сильно влип, протянул ему письмо.

– У меня есть план, – сказал я. – Что, если я куплю вулкан и передам его губернатору?

– Вы хотите передать ей вулкан?

– Ну, не настоящий. Бронзовый или, может, гипсовый. Так мы сможем вернуть ей её вулкан. Это будет хорошим инфоповодом как для неё, так и для нас.

– Такая ошибка не даёт вам возможность отправиться в турне на Запад, – ответил мне начальник. – Можете, впрочем, отправить вулкан почтой.

Что я и сделал. Я нашёл неплохой пластиковый вулкан и отправил его почтой губернатору вместе с запиской, на которой я выразил благодарность за позволение нам одолжить его. Спустя несколько дней я получил фотографию, подписанную губернатором. На фотографии была губернатор, с улыбкой держащая вулкан и тот самый журнал. В следующем выпуске мы вместе с исправлениями опубликовали и эту фотографию. Мой начальник был так рад тому, как всё обернулось, что, когда вулкан начал извергаться, он послал меня прямо к месту событий, чтобы я собрал материал.

Так как моя ошибка с размещением вулкана относится к убеждению? Ну, могу только сказать вам, что она к нему относится самым непосредственным образом. Эта ошибка показывает, какое великое количество принципов мы уже успели рассмотреть в этой книге. Рассмотрим имеющиеся способы решения данной проблемы.

Поставить цели. Когда мы проваливаемся, наш первый позыв – броситься защищаться что есть сил. Нас переполняет желание откопать какое-нибудь оправдание, какой-нибудь пример того, как облажался наш коллега, или, что хуже всего, мы пытаемся создать козла отпущения. Но мы способны на лучшее. Мы способны не стремиться исключительно набрать нужное количество очков во что бы то ни стало. Мы способны одержать более масштабную победу. В моём

случае моей целью было обеспечение гарантии своей занятости. И я пришёл к тому, что мои рабочие дела стали лучше, чем прежде, губернатор была всем довольна, а о радости моего начальника и говорить нечего.

Быть первым вестником. Скоро вы узнаете о *кайросе*, риторическом искусстве угадывания времени. В данном случае *кайрос* предполагает стремление озвучить ту или иную новость раньше других. Мне очень повезло, что губернатор написала мне, а не главному редактору. Это дало мне возможность представить плохие новости так, как это было угодно мне, и затем быстро...

Перейти в будущее время. Именно поэтому перед тем, как представить новости, вам нужно обзавестись планом. «Я облажался, но вот что мы можем сделать с этим». Помните: в будущем лежит риторика выбора, в то время как в прошлом мы имеем дело с обвинениями. Вот почему мой сын, зажавший зубную пасту, сказал: «Дело в том, как мы собираемся впредь не допускать такого». Он перешёл в будущее время. И кто лучше всех способен принести счастливое будущее? Правильно, вы! Что приводит нас к способам...

Улучшить свой *эмос*. Вообще, это одна из основных проблем, связанных с провалами. Они портят ваш *эмос*. Говоря риторически, ваша проблема лежит не просто в восстановлении вашей репутации, но в её улучшении. Ваша работа состоит в том, чтобы выпутаться из проблемы так, чтобы ваш образ был лучше и благонадёжнее, чем до того, как вы облажались. Помните, что *эмос* состоит из умений (практической мудрости), участливости (благожелательности) и приверженности благому делу (добродетельности). Ничего так хорошо не демонстрирует эти три базовых приёма имиджмейкинга, как ваша реакция на вашу же собственную оплошность.

Чтобы улучшить свои показатели практической мудрости, покажите, что вы знаете, как всё исправить. Важный элемент практической мудрости – это **адаптивность**, способность понимать, что делать в различных обстоятельствах. Как-то раз я сделал презентацию о вирусном видео, в котором рассказывалось про одного африканского военного, известного своей чрезвычайной жестокостью. Я создал блестящую презентацию, разбив видео на короткие отрывки и вставив в промежутки риторические уроки. Когда я вошёл в аудиторию, то осознал, что я не сохранил видео так, чтобы они воспроизводились

на другом компьютере. Я понял, что мне предстоит прочитать лекцию о видео, которое я не смогу показать своим слушателям. Так что я решил извлечь максимальную пользу и спросил аудиторию: «Кто видел это видео больше, чем один раз?» Человек пять подняли руки. «Хорошо, – сказал я. – Вам нужно будет воссоздать некоторые части этого видео». Каждому человеку я назначил определённую сцену. Они блестяще их отыграли, все засмеялись, и лекция благополучно продолжилась. Хотя аудитория не была особенно впечатлена моими техническими навыками, по аплодисментам было видно, что им понравилась моя адаптивность. Я произносил ту же лекцию с уже рабочим видеорядом ещё несколько раз, и реакция в этих случаях была далеко не такой восторженной. Так и работает практическая мудрость. Никаких извинений не требуется.

Можно подумать, что благожелательность, напротив, требует извинений. Благожелательность ведь показывает, что вам не всё равно, верно? Однако благожелательность не может работать независимо от практической мудрости. Вы должны показать не только то, что вам не только не всё равно, но что вы также способны исправить проблему. Так что если вы отреагируете на свою ошибку тем, что вы покажете, как вам не всё равно, и решите проблему, то это будет считаться благожелательной реакцией. Компания Southwest Airlines, один из моих клиентов, однажды пострадала от ошибки на её сайте. Ошибка приводила к тому, что любой откликнувшийся на её промоакцию, гарантирующую дешёвый перелёт, заказывал два билета вместо одного. Авиакомпания разослала всем жертвам электронные письма, в которых говорилось, что она «прикладывает максимальные усилия» к решению проблемы. Это как раз благожелательная часть. *Мы всё бросили, чтобы устранить неполадки.* Вот что вам нужно сделать: покажите, что вы готовы сделать всё, что бы ни потребовалось. Опять же, никаких извинений не требуется.

Что не означает, что вы должны скрывать свои чувства. Если вы чувствуете себя гадко, то покажите это. Только не пытайтесь выразить эти чувства в форме извинения. Лучше скажите о своих собственных высоких надеждах.

ВЫ: Для меня не может быть ничего хуже, чем не соответствовать моим высоким стандартам. Поэтому я собираюсь сделать всё возможное...

И кстати, это покрывает третью составляющую *этоса* – благожелательность, желание постоять за какое-нибудь правое дело или некие высокие ценности. Хотя люди по-разному понимают «высокие стандарты», они всё же безраздельно верят в стандарты. Соответствуя вашим ценностям, вы показываете, что вы в общем, хороший человек. Если вы им не соответствуете, то, (некоторое время) чувствуете себя гадко, а затем сразу же вновь устремляетесь к своим высоким ценностям. Никаких извинений не требуется.

Эта тавтология могла раздражить вас. Прошу прощения.

Нет, ну правда, я изо всех сил стараюсь писать хорошую прозу, и впредь я намерен делать всё возможное, чтобы моя проза не сбавляла в качестве.

Но пока мы здесь, в настоящем...

Помните, что злоба происходит от пренебрежения. Оплешность может разозлить людей, если они почувствуют, что вам просто-напросто не было никакого дела до того, чтобы сделать всё правильно. Ещё сильнее они гневаются, если вы дурно реагируете. А каков самый дурной способ отреагировать? Вот какой: сделать такой вид, словно ущерб, который вы принесли, не представляет собой ничего серьёзного. Или что этот ущерб вовсе смешон. Иными словами, худший способ отреагировать на свою оплешность – это заставить аудиторию почувствовать, что вы ею пренебрегли. Аудитория, которая почувствует, что вы ею пренебрегли, попытается отомстить вам, сжав вас в размерах или увеличившись так, что ваши размеры станут ничтожны. Если вашей аудиторией является ваш супруг или ваша супруга, то всё очень плохо.

ЗНАЧЕНИЯ

Английский вариант слова «извинение» происходит из древнегреческого языка, где он значит «оборонительная речь». Первые извинения произносились древними греками, защищавшимися в суде. Никакого самоуничижения тут нет. Но и никакого перехода в будущее тут тоже нет. Судебные тяжбы – это сплошная судебная риторика, которая, как вы знаете, связана с прошлым временем.

Каким образом жертва пытается сжать своего оппонента? Путём требования извинений. Это означает признание вины, напоминание

всем о том, что вы дурно поступили и что вам совестно, – это означает, что вы сами сжимаете себя у них на глазах. Видели когда-нибудь, как маленький ребёнок извиняется? Кажется, что он физически уменьшается, сводя плечи и подгибая колени. Его тело выражает то, что мы чувствуем, когда мы просим прощения. Мы чувствуем себя меньше, чем мы есть на самом деле.

Вы не обращали внимания на то, насколько более трудным представляется дело принуждения к извинению мужчины, чем женщины? Аристотель, этот старый мудрец, замечал, что мужчины особенно склонны к беспокойству о габаритах. Я часто выступаю перед корпорациями и профсоюзами с презентацией под названием «Как облажаться», и каждый раз после презентации ко мне подходят женщины и говорят, как они слишком много извиняются, а их мужчины – вообще никогда. Почему? Потому что мужчинам особенно противна мысль о сжатии. Однако это не значит, что мужчины должны извиняться чаще. Вообще...

Не извиняйтесь никогда. Проблема извинения состоит в том, что оно уменьшает вас и при этом не увеличивает вашу аудиторию. Преуменьшение самого себя не преувеличивает жертву. Именно поэтому извинения не работают. Они редко выглядят достаточно искренними или достаточно отчаянными. И многие – и особенно мужчины – стремятся выразить свои извинения так, чтобы при этом не преуменьшить самих себя: «Мне правда очень жаль, что ты так себя чувствуешь». Такие извинения только усиливают ощущение пренебрежения, как бы намекая: «Лучше б ты не была такой неженкой». Попробуйте это как-нибудь. Сожмите свою аудиторию до размеров травинки и понаблюдайте за тем, как будет возрастать её гнев.

Вау, погодите-ка. А не слишком ли мы глубоко подаёмся? Неужели то, как я сказал своему начальнику о том, как мне стыдно за то, что я поместил вулкан не в том месте, – неужели то не было извинением? Нет, не было. Присмотритесь – и вы увидите критическое отличие. Когда вы признаёте в том, что не оправдали свои ожидания, вы этим делаете акцент на своих высоких стандартах. Сосредоточьтесь на стандартах, и тогда ваш *этнос* возрастёт в представлении вашей аудитории. Извинитесь, и тогда вы сожмётесь.

Всё ещё не убеждены? Хорошо. Представьте два следующих заявления начальнику:

ВЫ: Начальник, вы ведь знаете, какой я обычно скрупулёзный. Однако в этом случае я этой своей репутации не совсем соответствую. Моя ошибка заставляет меня рвать на себе волосы; впредь я буду ещё более внимательно относиться к мелочам.

ВЫ: Начальник, я облажался, признаюсь. Мне очень-очень жаль, и я обещаю, что это не повторится.

Как вы думаете, какой в каждом из этих случаев будет ваша стойка? Куда будет направлен ваш взгляд? Полагаю, в первом случае вы будете стоять более прямо, а во втором вы потупите взгляд. Первая версия подчёркивает ваши умения и вашу преданность делу. Версия два завязана на участливости; ваше извинение призвано восстановить ваши отношения, поставив вас ниже уровня жертвы. Но даже искреннее, сердечное, изощрённое извинение не сделает того, что нужно. Оно не только сосредоточивается на постыдном прошлом; оно также отсрочивает решение проблемы. Акт самоуничужения делает вас менее способным помочь другому человеку. А помощь жертве – исправление ошибок, наделение силой того, что бессильно, – приводит к долгосрочному взаимному счастью.

Разумеется, неплохо, если ваш начальник спутает первую версию с извинением. Но пока начальник будет искать вашего раскаяния, вы сможете переместить проблему в яркое будущее с хорошим *эмосом*.

Картограф, картограф, скопируй мне приложение

Иногда вам придётся устранять последствия чужих ошибок. Чаще всего такое происходит на работе, и это может очень сильно вас взбесить. Однако заметная ошибка, сделанная вашим начальником или вашей компанией, даёт вам шанс показать, на что вы способны, улучшив репутацию не только вашего начальства, но и вашу. Итак, что делать, когда ошибка происходит на работе? Употреблять те же средства, о которых вы прочли выше.

Давайте рассмотрим одну особенно выдающуюся трагедию – локаут судей Национальной футбольной лиги осенью 2012 года. Всё было в основном завязано на деньгах. Судьи хотели больше денег, а владельцы команд, представленные уполномоченным Национальной футбольной лиги Роджером Гуделлом, не хотели платить им больше денег. Вместо того чтобы остановить сезон и потерять весь доход,

Национальная футбольная лига отстранила от дел всех старых судей и временно заменила их. Для того, кто не является болельщиком, эта ситуация была уморительной. Для болельщиков она была трагичной: проваленные матчи, совершенно жуткие промахи, постоянные ошибки судей. Это всё равно что на Хэллоуин нарядиться в чёрно-белые полосатые одеяния и клоунские парики.

Профессиональные судьи в конце концов победили, в общем, добившись желаемого повышения. Однако лига всё же умудрилась завалить некоторые матчи и сильно испортить свои дела. Что бы вы сделали на месте уполномоченного Гуделла? Я скажу вам, чего уполномоченный *не* сделал. Он не извинился. «Мы с нетерпением ждём возвращения наших талантливых судей», – сказал он. (Не замечаете будущее время?) Он добавил: «Хочу выразить особую благодарность всем болельщикам Национальной футбольной лиги за угрозы расправы».

Вообще, он поблагодарил их «за страсть». Что, в общем-то, одно и то же.

Эксперты подвергли Гуделла резкой критике за то, что он не попросил прощения. Но вы уже видели, что делает извинение: будучи формой самоуничтожения, извинение сжимает извиняющегося. Вместо этого Гуделл сосредоточился на своих целях. Было ли его целью стать самым популярным уполномоченным Национальной футбольной лиги в истории? Вряд ли. Его настоящей целью было заработать побольше денег. Когда локаут закончился, наплыв посетителей и зрителей вырос по сравнению с предыдущим годом. Эти цифры получились не вопреки отсутствию извинения, но скорее *из-за* его отсутствия. По риторической теории вовсе выходит, что извинение могло бы нанести некоторый ущерб. Как? Сосредоточившись на прошедшем времени, где сконцентрированы обвинения, и выставив Национальную футбольную лигу как нечто слабое. Футбол и слабость не очень хорошо сочетаются. К тому же, резко переместившись в будущее, Гуделл сосредоточил внимание на самих судьях. Камеры показали ветеранов, возвращающихся на поле под громогласные овации тысяч людей. Болельщики держали транспаранты (выпущенные самой Национальной футбольной лигой), говоря: «С возвращением, судьи Национальной футбольной лиги». Могли ли вы представить, что болельщики будут держать в руках транспаранты, *приветствующие* судей? Этот момент

не только улучшил репутацию судей, но и репутацию самого этого вида спорта. Что, думаете, Гуделл лил слёзы над своей пивной кружкой, сокрушаясь из-за того, что он не попросил прощения? (Это, если что, риторический вопрос.)

С другой стороны, многие люди ошибочно высказывали одобрение, когда главный исполнительный директор Apple Тим Кук извинился за неудачное приложение Apple Maps. Вместе с телефоном iPhone 5 компания также выпустила новую операционную систему, включавшую в себя интересное картографическое приложение, которое должно было конкурировать с вездесущим приложением от Google. Представитель Apple, показавший новые карты, Скотт Форстолл, хвастался их прекрасной графикой, 3D-обзором и голосовым управлением. У них был только один недостаток: им нельзя было доверить сопровождение вас в пункт назначения.

Я не пытаюсь сказать, что просить прощения всегда неправильно. Люди ожидают этого, и само слово, быть может, и не причинит вам никакого вреда. Только не надейтесь на то, что извинение сделает что-нибудь большее, чем просто оправдывает ожидания вежливости. Я часто прошу прощения у своей жены. Обычно я делаю это искренне. Но если останавливаться на этом, то это получается то же, что вручать обёрточную бумагу без подарка. В мире бизнеса просьба о прощении, не сопровождаемая остальным набором восстановления после провала, может стоить миллиарды. Кук положился на свои извинения. Это было большой ошибкой.

В провалах крупных корпораций меня больше всего радует то, какое сильное влияние они оказывают на нашу жизнь в социальных сетях. Я, например, видел, как в Фейсбуке люди размещают фотографии обросшего волосами Тома Хэнкса из фильма «Изгой» с подписью: «Купи iPhone 5, говорили они. Там есть карты, говорили они». Были ещё изображения из телесериала «Остаться в живых» с подписью: «Команда разработчиков карт Apple». Этот мемовый шейминг работал много лучше, чем целый макбук извинений.

И тем не менее Тим Кук попросил прощения. «Мы стремимся выпускать продукцию мирового уровня, – начал он. – Запуск нашего нового приложения Apple Maps на прошлой неделе не оправдал этого нашего стремления». Это было неплохим началом, которое оказало благотворное влияние на преданность благому делу или

добродетельность компании: Apple стремится быть компанией мирового уровня. Если бы он воспользовался нашими средствами устранения последствий провала, то всё, быть может, обошлось бы. Он бы сразу же перешёл в будущее время и принялся развивать мысль об участливости и умениях компании Apple.

- БУДУЩЕЕ: В самом ближайшем будущем вы увидите самую лучшую навигацию для смартфонов, какую только можно представить.

- БЛАГОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ: Мы прикладываем к этому максимальные усилия и делаем всё возможное, чтобы обеспечить наших клиентов самой лучшей продукцией.

- ПРАКТИЧЕСКАЯ МУДРОСТЬ: Наши инженеры уже разобрались в проблеме, и сейчас они усиленно работают над тем, чтобы значительно улучшить карты по сравнению с тем, что имеется сейчас.

Но ничего из этого Кук не сказал. Признавшись, что его компания совершила оплошность, он попросил прощения.

КУК: Мы очень сожалеем за те неудобства, что мы доставили нашим клиентам...

Если быть честным, то стоит всё-таки признать, что он сказал: «Мы делаем всё, что в наших силах, чтобы приложение Apple Maps стало лучше». Однако этот слабый переход в будущее время сделал так, что компания Apple из-за него стала выглядеть ещё более слабой. Не «наши люди мирового уровня уже работают над решением проблемы, и вскоре они представят вам готовый продукт», а «Мы делаем всё, что в наших силах». Не «чтобы представить вам лучшие карты в истории», а вялое «чтобы приложение Apple Maps стало лучше».

Эх.

Многие любители и знатоки фирмы Apple даже хвалили Кука за его извинения. Это была новая компания Apple! Более добрая, более мягкая, свободная от высокомерия и неприступности предшественника Кука – Стива Джобса. Однако дела Apple вовсе не находились в плохом состоянии при Джобсе. Высокомерие – это лишь чуть более тёмная форма дерзости, а неприступность ведёт к таинственности. Это извинение сжало Apple до таких мизерных размеров, что на фоне размеров компании Джобса она вовсе меркла.

Кук только усилил общее унижение, уволив Скотта Форстолла, человека, руководившего проектом карт, предположительно за то, что

он отказался подписаться под извинением. (Полагаю, что тут было замешано и само фиаско с картами.) Форстолл предпочёл увольнение сжатию. Как бы то ни было, ни извинение, ни выбрасывание Форстолла за пределы радара не спасло положение Apple. Акции компании всё равно обрушились тогда.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Отличная ошибка! Вы не заметили её? Извинения коррелируют – случаются одновременно – с этими примерами успехов и неудач в бизнесе. Однако корреляция вовсе не указывает на наличие причинности. Там, где есть дым, должен быть огонь. Однако дым редко вызывает огонь. Это ошибка Шантеклера, *post hoc ergo propter hoc*.

Один парень не просит прощения, и бизнес растёт. Другой парень просит прощения, и акции обваливаются.

Отсутствие извинения не обязательно ставит вас в неловкое положение. Вместо того чтобы извиниться, лучше покажите свою заинтересованность, говорите о высоких стандартах и исправляйте проблему. Когда можете, будьте первым вестником и первым представляйте другим свой план. Переходите в будущее время. Идите дальше.

Провальное воспитание детей

Что делать, когда ошибки допускаются не вашим начальником, а вашим близким, – скажем, вашим ребёнком? Верьте не верьте, но к главному исполнительному директору крупной корпорации и к семилетнему ребёнку применяются одни и те же правила.

Учитывая провалы, имеющие место в крупных корпорациях в последнее время, вам, вероятно, даже не составит труда поверить в это моё сравнение.

Когда Дороти-младшей было пять лет, у неё была вся непростительная энергичность Скотта Форстолла вкупе со значительной свободой действий (она знала, что её позиция старшего ребёнка была вполне безопасна). После одного особо вопиющего случая с её двухлетним братом Дороти-старшая послала её сидеть в

комнате до тех пор, пока она не попросит прощения. Она ушла с уверенным видом. Я обратился к Дороти-старшей:

Я: Мне кажется, ты сейчас саму себя загнала в угол. Через несколько часов тебе придётся выбрать между тем, чтобы поддаться ей, и тем, чтобы заморить её голодом до смерти.

ДОРОТИ (в отчаянии): Можешь помочь мне и придумать какое-нибудь другое наказание.

Я: Торговое эмбарго?

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Ей нужно научиться просить прощения. Это важный навык. Каждый цивилизованный человек должен им владеть.

Я: Почему?

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Чтобы она не выросла такой, как ты – спрашивающей почему. И никогда не просящей прощения.

Дороти-младшая так и не попросила прощения. Она сидела в своей комнате до тех пор, пока мать не освободила её, голодную и победоносную, после обеда. На тот момент я ещё не провёл связь между вновь выученной мной риторикой и искусством добродетели; иначе я бы заметил, что требование извинений помогло формированию идентичности Дороти-младшей. Люди часто способны пойти на край света – лишь бы защитить то, чем они являются. И если задумаешься, то приходишь к выводу: Дороти-младшая находилась тогда в том же положении, что и Скотт Форстолл. Извинение перед младшим братом стало бы актом самоуничтожения, который сжал бы её до его размеров. И тогда её положение старшей сестры со всеми его правами и привилегиями оказалось бы под серьёзной угрозой.

А что, если бы мы вместо извинений обучили её навыкам исправления неудач? Я могу представить что-нибудь подобное.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Ты изрисовала весь любимый грузовик Джорджа своими рожицами. Лучше бы ты мне рассказала об этом, чем Джордж. Тогда бы ты смогла предложить, как исправить это. Но теперь это буду решать я. Пойди на улицу и покажи ему, как построить гараж из досок. Доски там уже лежат, ты их увидишь. А за краску, нужную для восстановления грузовика Джорджа, ты заплатишь из своих карманных денег. И пообещай мне, что ты будешь спрашивать разрешения у Джорджа, перед тем как будешь брать его игрушки.

Высока вероятность того, что вместо ультиматума всё бы перешло в состояние переговоров. Дороти-младшая попыталась уговорить маму,

чтобы та разрешила ей не платить за краску, они бы с матерью договорились о том, что Дороти-младшая поможет Джорджу починить грузовик, и дети бы пошли на улицу строить гараж. Мир воцарился бы на целые десять минут – до следующего конфликта. Вдобавок Дороти-младшая выучила бы уроки исправления неудач: будь первым докладчиком, располагай планом, переключайся на будущее время.

Всегда, когда я преподаю провалы взрослым людям, они выдвигают те или иные возражения. Слова извинения – это моральное благо. Это что-то такое, что вы кому-то должны, – это долг, который вы обязаны вернуть. Люди, ожидающие извинений, сердятся ещё больше, когда они эти извинения не получают. Бывает даже такое, как со Скоттом Форстоллом: если вы не извинитесь, то вы можете лишиться работы.

Мне очень нравится, когда люди высказывают сомнения в эффективности извинений. Получаются интересные, весёлые дебаты. Скажу вам честно (я сейчас обращаюсь исключительно к мужской аудитории): простое «извини» иногда может служить как короткая дорога к возвращению женщины в благое расположение духа. *Туалетное сиденье поднято? Извини. Впредь буду опускать.* Бам. Готово. Очень надеюсь, что эта глава показала вам манипуляционную красоту риторики. Вы можете сделать так, чтобы все остались довольны. Вы можете решать настоящие проблемы, принимать настоящие решения. Вы можете сделать так, что ваши карты будут работать, а ваши болельщики будут чувствовать судей. Вы можете сделать так, что ваши дети будут играть вместе, хоть и недолго, но зато счастливо. Если вы всё ещё думаете, что риторика – это плохо, то я не хочу, чтобы вы подходили к моему игрушечному грузовику.

Средства

Ошибки – это естественно; а вот уметь извлекать пользу из ошибок – это удел ораторов. Следуйте таким правилам:

- Сразу после того, как совершите оплошность, наметьте цели.
- Будьте первым вестником.
- Сразу же переходите в будущее время.
- Постарайтесь не принижать жертву.

- Не полагайтесь на слова извинений. Лучше выразите свои чувства по поводу того, что вы не смогли прийти в соответствие своим высоким стандартам.

Глава 24

Возьмите ситуацию в свои руки Секрет тайминга Сталина

...Время раздирать, и время сшивать; время молчать, и время говорить...

Книга Экклесиаста

Обнаруживайте и используйте самые убедительные моменты

Насколько мне известно, моя мать за всю свою жизнь выдала только одну полноценную шутку. Она сделала это для того, чтобы проучить моего отца, хотя никто – ни мать, ни отец – не говорил мне, что такого натворил мой отец. Должно быть, это было что-то вопиющее; моя мать не отличалась особой шутливостью. У неё было прекрасное чувство юмора, но оно не требовало наличия жертвы – во всяком случае, оно не требовало жертвы во всех случаях, кроме того, о котором я сейчас рассказываю. Казалось, что она выжидала всю жизнь, чтобы произнести одну шутку и затем триумфально уйти в отставку. Шутка была следующая.

Отец приходит домой одним пятничным вечером и обнаруживает маску для ныряния, дыхательную трубку, ласты и маленькие плавки, аккуратно разложенные на кровати.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Почему я ни с того ни с сего использую настоящее время? По той же причине, по которой это часто делается в шутках. Настоящее время вызывает ощущение того, что вы находитесь прямо здесь прямо сейчас. Это чувство обозначается словом *enargeia*.

ОТЕЦ: А это зачем?

МАТЬ: Это для вечеринки.

ОТЕЦ: Я думал, что это будет просто ужин.

МАТЬ: Нет, это маскарадная вечеринка.

ОТЕЦ: Зачем?

МАТЬ: Женщины просто решили, что будет весело, если мужчины нарядятся во что-нибудь дикое.

ОТЕЦ: А где твой костюм?

МАТЬ: Я буду в платье. Женщины не будут носить костюмы.

Вы, должно быть, думаете: какой болван бы купился на это? Однако мысль о том, что мама способна пошутить, пусть даже она и очень этого хочет, представлялась совершенно фантастической. Это было беспрецедентным случаем, и именно поэтому отец купился тогда. Так что он напялил плавки, взял в шкафу плащ и повёз маму на вечеринку. Там он ответственно снимает с себя плащ и нацепляет на себя инвентарь для ныряния, а затем шлёпает к двери организатора вечеринки и нажимает на кнопку дверного звонка.

ОТЕЦ: А что другие носят?

МАТЬ: Нельзя говорить. Это сюрприз.

ОТЕЦ: То есть?..

Дверь открывается и являет взору собрание серьёзных женщин в платьях и, конечно же, серьёзных мужчин в галстуках. Позже отец рассказывал мне, что ему было слишком страшно для того, чтобы разозлиться. Надо ведь признать, что его жена проявила великое терпение и великое мастерство тайминга, чтобы выставить его как идиота. Не знаю, что он там сделал ей, чтобы понести такое тяжёлое наказание, но я готов побиться об заклад, что он больше так не делал.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

КАЙРОС. Риторический тайминг, способность угадать убедительный момент.

Ораторы бы несомненно высоко оценили мастерское владение временем и ситуацией, проявленное моей матерью. У древних людей было специальное название для этого – *кайрос*: искусство выбора идеального мгновения для убеждения. Как у педагогов есть «преподавательский момент» – возможность донести ту или иную мысль до учеников, – так же и у убедителей есть свой убедительный момент. Человек, владеющий *кайросом*, знает, как обнаружить момент, когда аудитория наиболее подвержена влиянию его мысли, и умеет

пользоваться этой возможностью. Когда кто-то видит, как вы красиво наряжены, и спрашивает, по какому поводу вы так красиво оделись, этот человек задаёт вам вопрос, относящийся к *кайросу*: какое стечение обстоятельств и времени требует такого внешнего вида? Экипировка для ныряния на коктейльной вечеринке – это плохой *кайрос*. Уметь угадать идеальный момент, чтобы заставить своего мужа напялить на себя экипировку для плавания, – вот это хороший *кайрос*.

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ
МОЖЕМ НАЗВАТЬ ЕГО «ПОСЛЕДНИМ
МОМЕНТОМ». Древние греки сделали из *кайроса* бога, скульптуры которого показывали человека атлетического телосложения, красивого спереди и с лысиной сзади. Сделано это было для того, чтобы показать скоротечность убедительного момента. Римляне изменили его имя на Окказио, что можно понять как «случай, случайность». Он остался в истории с выражением: «У фортуны сзади лысина».

Водитель гоночного автомобиля, обладающий *кайросом*, знает, как вовремя обогнать впереди идущий автомобиль. (Древние говорили о колесницах. Но это всё одно.) Ребёнок, владеющий *кайросом*, знает точно, когда его отец больше всего подвержен приобретению мороженого. Короче говоря, *кайрос* означает умение делать то, что нужно: задействовать декорум, предлагать идеальный вариант и делать блестящее заявление – и делать это тогда, когда это нужно. Древние придавали *кайросу* огромное значение, потому что такие ускользающие моменты играют чрезвычайно важную роль в деле изменения строя мысли аудитории.

Многие аргументы проваливаются просто-напросто из-за плохого тайминга. Муж хочет уговорить жену приобрести часы Apple Watch, но находит её счета – следовательно, это не самый лучший момент, чтобы говорить о трате денег. Или же он подходит к ней с какой-то своей прихотью прямо в тот момент, когда она рыдает над романом, который держит в руках. Или он лезет к кому-то с разговорами о выборах прямо в тот момент, когда этот человек уходит с работы или направляется забрать ребёнка из школы. У вас может быть лучший аргумент в мире, но он вам ничего не даст с такой аудиторией. Не в такой момент.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С НОВОЙ ИДЕЕЙ

Вы привыкли к составлению планов. Вы можете исследовать ту или иную идею. И (вероятно, не без помощи этой книги) вы знаете, как представить эту идею. Но знаете ли вы, как вести себя в той или иной ситуации? В следующий раз, когда вы решите сделать какое-нибудь предложение дома или на работе, попробуйте составить ситуационный план, включающий в себя (1) каждого отдельного человека, которого предполагается убедить, (2) наилучшее время (год, неделю или день) и (3) наилучшие обстоятельства (ресторан, офис, домашнее застолье) для убеждения.

Иосиф Сталин был мастером *кайроса* ещё до того, как он стал во главе Советского Союза. Согласно биографу Алану Баллоку, Сталин молча сидел на заседаниях Политбюро до самого конца. Если в конце концов назревали какие-либо возражения, то он принимал одну или другую сторону и решал вопрос. Он делал это так часто, что к концу каждого заседания его товарищи обращались к нему в ожидании его заключений. В партии равных он был более равным, чем другие, несмотря на то что он был грубым, дурно одетым крестьянином по сравнению со своим аристократическим окружением. Сталин был Эминемом *кайроса*, человеком, использующим свой *кайрос* для того, чтобы убедить такую аудиторию, убеждение которой представлялось едва возможным.

Если это работало у кровожадного диктатора, то это сработает и у вас. Так давайте же поищем ответы на ваши вопросы по *кайросу*. Во время тех собраний, на которых вы сами присутствуете, когда вам лучше начать говорить, а когда вам лучше замолчать? Когда лучше прокрастинировать с электронными письмами? Когда лучше коснуться какого-нибудь болезненного места в семье? И наконец, может ли *кайрос* улучшить вашу сексуальную жизнь? (Конечно, может!)

Когда общее место встаёт и уходит

Если ваша аудитория самодостаточна и единодушна и вполне довольна своим имеющимся мнением, то это означает, что вы не

поймали убедительный момент. По мере изменения обстоятельств в уверенности вашей аудитории обычно появляются разломы.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ОБНАРУЖИТЕЛЬ МОМЕНТОВ. Неопределённые настроения и убеждения, когда мысли аудитории уже начинают меняться, являются признаком наступления убедительного момента.

Убедительный момент легко распознать, когда проявляется некоторая неопределённость, его легко увидеть, когда начинаются перемены, когда проявляются какие-либо нужды или когда меняется настроение. К концу своего второго срока Барак Обама уже был относительно популярным президентом. Экономика постепенно улучшалась, показатели насильственной преступности были минимальными, а владельцам оружия было разрешено не расставаться со своими любимцами.

И тем не менее американцы чувствовали себя скверно. Расстроенное правительство, казалось, не было способно к принятию каких-либо серьёзных решений. Так что статус-кво отнюдь не представлялся чем-то хорошим. Половина имеющих право голоса избирателей вовсе не явилась на выборы, а другая половина отдала свой голос за человека, который обещал радикальную встряску. Дональд Трамп выбрал убедительный момент для вступления в президентскую гонку.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ГОРОДСКОГО СОБРАНИЯ

Почему тот, кто оставляет за собой последнее слово, обладает убедительным преимуществом? (Дабы вы не сомневались, говорю, что это подтверждено исследованиями.) Вот одна причина: те, кто говорит первым, могут вызвать смещение мнений. Попробуйте извлечь из этого выгоду, повторив мнения тех, кто говорил до вас, – в том числе ваших оппонентов. Неуверенная аудитория может быть настолько же уязвимой, насколько уязвима наполовину убеждённая аудитория.

Некоторые возможности могут возникать перед вами прямо посреди встречи. Когда люди попросту устают болтать, убеждения могут начать смещаться. Подумайте о следующем сценарии: образовательное учреждение решает изменить порядок организации питания и следует в этом академической традиции организации особых совещаний, в которых принимает участие каждая общность этого образовательного учреждения. Вы соглашаетесь поучаствовать в таком совещании, потому что еда на вкус отвратительна, и при этом она на порядок дороже, чем у конкурентов. Собрание начинается с высказывания вашей точки зрения, что выходит довольно дурно.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С НОВОЙ ИДЕЕЙ ДЛЯ БИЗНЕСА

Ваша идея требует инвестиций или же она сразу же сохраняет средства? Если она требует вложений, то не торопитесь предлагать её до конца успешного финансового года, когда в бюджете будет что-то оставаться и прогноз на следующий год будет выглядеть обнадеживающе. Если ваше предложение сохраняет средства, то в таком случае я советую вам отложить его до середины финансового года. Примерно в это время высшие лица компаний обычно начинают особенно печься о цифрах.

ШТАТНЫЙ ПРОФЕССОР: Думаю, нам следует оставить то, что есть. Наше предприятие питания приложило столько усилий на празднование Дня Мартина Лютера Кинга: духовная пицца, плакаты в столовых...

МОЛОДОЙ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ: Мне кажется, это всё было довольно унижительно. Ну сами посудите: курица в панировке и листовая капуста!

ШТАТНЫЙ ПРОФЕССОР: Это было вполне правильно...

МОЛОДОЙ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ: А в День Колумба подают спагетти?

ШТАТНЫЙ ПРОФЕССОР: Я отвергаю вашу аналогию. Итальянские американцы не представляют собой сплочённого культурного меньшинства.

ДЕКАН: А мы и не празднуем День Колумба. Коренные американцы...

УЧЁНЫЙ СЕКРЕТАРЬ: Что, вы хотите сказать, что коренные американцы не составляют культурный пласт?

Народ? Народ! А может быть, поговорим о еде? Желание вернуть собрание в изначальное русло просто невыносимо. Однако у вас есть намерение пустить в дело свой *кайрос*, и то, что происходит, не очень похоже на убедительный момент. *Кайрос* требует ожидания возможности, а не просто захвата её. Так что вам нужно вести себя риторически правильно: с умным видом рисовать в своём блокноте. Председатель впоследствии сам всё сделает.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ: Действительно, важно учитывать различные мнения при принятии окончательного решения. Какие ещё проблемы нам нужно взять в расчёт?

ГЛАВНЫЙ БУХГАЛТЕР: У нас четыре кандидата на замену, и один из них предлагает на 20 процентов более низкие...

ШТАТНЫЙ ПРОФЕССОР: Местное. Мы должны пользоваться местной продукцией.

УЧЁНЫЙ СЕКРЕТАРЬ: И органической, конечно.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ: Так, хорошо, органическая и местная...

ГЛАВНЫЙ БУХГАЛТЕР: Всё-таки мне кажется, что цена тоже...

А затем единственный находящийся в помещении студент поднимает вопрос качества.

СТУДЕНТ: Еда отстойная. Какое-то непонятное размороженное мясо с рисовыми опарышами в подливке. Или телятина с пармезаном, которая похожа на слоновьи стручья...

УЧЁНЫЙ СЕКРЕТАРЬ: О, спасибо, что рассказали нам.

СТУДЕНТ: Извините меня. Но когда я вижу это, я готов пойти куда угодно, лишь бы не к нам в столовую. Ларёк с хот-догами. Пицца хат. Что угодно, мне всё равно.

Это напоминает декану о том случае, когда во время одного обеда десертом было растаявшее фруктовое мороженое на палочке. Учёный секретарь спрашивает, почему подаётся так мало зелени. Профессор начинает рыться в бумагах, а преподаватель косится на часы. Настал ваш убедительный момент. Культурные проблемы на время отходят на задний план, а нынешнее питание выглядит совсем скверно. Единственный, кто ещё ничего не сказал, – это вы.

ВЫ: Вот как я это всё вижу.

Хорошее начало! Теперь вы можете выразить консенсус своими словами.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ЕЩЁ ОДИН ОБНАРУЖИТЕЛЬ МОМЕНТОВ. Спорящие начинают выдыхаться? Значит, вам пора подвести итог и выразить прозвучавшие мнения так, чтобы они согласовывались с вашим мнением.

ВЫ: Мы – это то, что мы едим, что, исходя из ваших описаний [*бросая взор на студента*], не является особо приятным зрелищем. Давайте начнём с самого выгодного предложения. [*Главный бухгалтер с любовью смотрит на вас.*] Посмотрим, что за еду они предлагают. Если всё хорошо, то мы попробуем договориться насчёт культурных мероприятий и местной продукции. Если что-то пойдёт не так, то мы перейдём к следующему предложению.

Председатель записывает это всё, совещание на этом заканчивается, и спустя много-много месяцев вы получаете более качественное питание. Вы показали первоклассный *логос*: вы дали проблеме определение, вы уступили мыслям присутствующих, вы говорили в будущем времени... вы даже общее место употребили. «Ты – это то, что ты ешь» – это больше чем просто клише, если выразительное описание студента задержится в сознании людей. *Кайрос* ваш тоже был превосходен: вы дождались того момента, когда мнение присутствующих начало смещаться.

Дождитесь момента, когда они загорятся

Пафосная сторона убедительного момента похожа на его *логос*-составляющую: вы можете понять, что время настало, когда обстоятельства начинают менять настроение вашей аудитории. Муж, чья жена плачет над романом, должен произвести основательную диагностику, прежде чем он примется за сексуальное лечение. Слезы происходят от неизбежной части каждого тупого романа, где герой и героиня навсегда расстаются? Или от той части, где неизбежный мерзавец относится к женщине со стереотипической для его пола грубостью? Лучше этого не выяснять. Отступите. Оставьте её в покое, а

затем мягко проверьте её через полчаса. Слёз нет? Значит, сейчас пора сесть около неё и спросить: «У тебя всё хорошо?»

ОНА: А что?

ОН: Ты выглядела грустно вот только что.

ОНА: А, это всё из-за этой тупой книги. Тот, в кого влюблена героиня, случайно убивает её брата. [*Едва заметная смущённая улыбка.*] Всё это очень грустно.

ОН (*подавляя в себе порыв сказать: «А разве в том мюзикле не было в точности так же?»*): Именно это я в тебе и люблю.

ОНА:...

ОН: Ты пережила схватки без каких-либо лекарств дважды и не пролила ни единой слезы. [*Ошибка! Упоминание родов не совсем уместно в этой ситуации!*] А из-за сентиментального романа рыдаешь.

ОНА: Ты вообще не любишь это во мне. Тебя это бесит.

ОН: Ты рыдала, даже когда мы смотрели фильм про Супермена!

ОНА: Его родители были вынуждены отправить его на другую планету, когда он был младенцем. А тебе от этого было смешно!

ОН:...

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК ВО ВРЕМЯ ВСТРЕЧИ

Дождитесь окончания встречи; затем заговорите так, как если бы вы неохотно делали заключение (подразумевая, что вами руководит исключительно логика, а не личный интерес). Так вы будете выглядеть не как адвокат, а как судья.

Ему не следовало переводить разговор в прошедшее время: «Ты рыдала, даже когда мы смотрели фильм про Супермена! – А тебе от этого было смешно!» Когда несогласие наступает в прошедшем или настоящем времени, то это значит, что данный момент не является убедительным. Вам нужно будущее время.

Мужчина также допустил ошибку, произнеся эти сомнительные слова про то, что он любит в своей жене. Он потерял её доверие. Муж мог бы попробовать употребить следующий подход.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК С ВАЖНЫМ ЭЛЕКТРОННЫМ ПИСЬМОМ

Большинство людей посылают важные электронные письма – большие анонсы, серьёзные идеи и предложения – в конце дня. А офисные работники обычно читают электронные письма в начале или в конце дня в режиме многозадачности. Во время обеда, когда использование Интернета стремительно растёт, люди обычно перебирают свои последние письма.

ОН: Ну, знаешь, раньше меня твои слёзы правда бесили.

ОНА: А сейчас разве не бесят?

ОН: Нет. Не бесят. Ты сама родила ребёнка. [*Да чтоб тебя! Опять роды!*] Да и у меня было множество других возможностей убедиться в том, что ты не неженка. Ты не сентиментальна. Ты эмпат. Ты любящая.

ОНА: Ты что-то пытаешься мне сказать?

Вы можете и лучше. Мужчину, возможно, подводит не аргумент, а момент. Если бы она была в подходящем месте книги – в том моменте, где мужчина с женщиной после разлуки длиной в 422 страницы наконец воссоединились, – то тогда муж мог бы поймать очень убедительный момент. Она могла бы приласкать его ещё до того, как он успел бы открыть рот. В сексе, как и в комедиях, тайминг решает всё.

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

«ВРЕМЯ СПАТЬ» – ЭТО ЕЩЁ ОДНА ПОЭМА КАЙРОСА. Ветхозаветная Книга Экклесиаста – «Время то-то, и время то-то...» – это поэма *кайроса*. На иврите название этой книги можно интерпретировать как «политик» или «оратор». Эта книга, действие которой происходит в настоящем времени, является наглядным примером демонстративной риторики, языка ценностей.

Но довольно о сексе. Я хочу часы Apple Watch. (То, что я их упомянул раньше, было не просто так.) У моей жены стабильный заработок, и я считаю, что не будет лишним получить её согласие. Но когда я подступаю к ней с этим разговором, то обнаруживаю её, сидящую на полу и перебирающую счета. Очевидно, настроение царит не то. Вместо того чтобы дожидаться убедительного момента, я пытаюсь сам создать такой момент. Направившись на кухню, я сварганил там сэндвичи с плавленым сыром и суп, её любимое блюдо.

(Она со Среднего Запада.) Я жду того момента, когда её привлечёт запах, и ослабляю огонь. Она с нетерпением ждёт пять минут, пока я не поддеваю сэндвичи лопаткой. И *затем* я начинаю свой разговор о часах Apple Watch. Её настроение уже должно было переместиться от раздражённой бережливости к голоду. Мою логику могут подтвердить исследования. Исследования потребительских привычек показывают, что люди тратят гораздо больше денег, когда они голодны, – не только на еду, но и на другие товары, такие как электроника. Как бы то ни было, она, вероятно, на время забыла о счетах.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК СО СВОИМ ТВОРЧЕСТВОМ

Как вы уже могли увидеть в предыдущих главах, убеждения и надежды способны задать или изменить настроение. Повара придумали закуски как усилители *кайроса*, которые способны вызвать рефлекс, подобные рефлексам собаки Павлова, и создать идеальный момент, чтобы приняться за еду. Вы можете сделать то же самое со своей работой: представьте свою идею коллегам, осторожно следя за тем, чтобы они узнали лишь о части того, что грядёт. Подобные закуски я использовал на своём сайте, постепенно выкладывая туда свою книгу, что чем-то напоминало обратный стриптиз. Статистические данные продаж в Интернете свидетельствуют о том, что большие дозы закусок увеличивают продажи книг, а длинные трейлеры привлекают больше зрителей к просмотру фильма, для которого выпущены эти трейлеры, чем короткие трейлеры.

Я (*как бы невзначай*): Знаешь, эти новые часы от Apple, Apple Watch, – это просто потрясающая вещь. И для такой вещи они совсем недорогие.

ДОРОТИ (*не обращая особого внимания*): М-м-м.

Я: Ну так я вот думал: может, купим пару, чтобы мы могли оставаться на связи?

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Мы и так на связи. У нас есть телефоны.

Я: Но телефоны не показывают твоё сердцебиение и не показывают, сколько километров ты пробежала!

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Я не бегаю.

Я решил не останавливаться и продолжить добиваться своей пользы. Без стремления к извлечению пользы *кайрос* не будет работать. Я попытался ещё раз.

Я: А знаешь, что есть в этих часах?

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: М-м-м?

Я: Прогноз погоды. Круглосуточный. Прямо у тебя на запястье.

Вот это я понимаю! Дороти, выходец из Среднего Запада, находит погоду бесконечно захватывающей темой. Её родители, образованные, успешные люди, могут сидеть и смотреть телеканал, посвящённый исключительно погоде, Weather Channel, порой по целому часу без перерыва. Они готовы забросить «Друзей», «Сайнфелд» и даже передачи Службы общественного вещания, чтобы с упоением смотреть про погодные фронты и засуху на юге Флориды. Мысль о том, что канал Weather Channel можно провести на кухню, была слишком привлекательна для Дороти.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Значит, ты хочешь часы Apple Watch.

Я: Нет, я... я думал, что *мы*...

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: И поэтому ты приготовил поесть?

Ну да. Но за тридцать пять лет совместной жизни Дороти научилась видеть меня насквозь. Она знает, что, когда речь заходит о крутых гаджетах, я совершенно теряю всякую благожелательность, которая необходима благонадёжному убедителю. Никакой *кайрос* такого не выдерживает. Кстати, я всё-таки собираюсь купить эти часы, используя нериторический метод, который издавна излюблен мужчинами: я куплю их нам с Дороти на Рождество.

Пусть ваш *кайрос* приведёт в порядок ваш *эмос*.

Истинные гении *кайроса*, коим я вовсе не являюсь, способны обращать свои затруднения, связанные с *эмосом*, в преимущества. Во времена, когда Мартина Лютера Кинга посадили в тюрьму, сесть в тюрьму считалось скандалом, а не честью, как это иногда выглядит сейчас. Однако у него было невероятное чутьё *кайроса*, и он знал, что белая Америка (ну или, по крайней мере, значительная её часть) была готова признать чёрного человека в тюрьме кем-то вроде мученика. Кассиус Клей проявил схожую ловкость рук (или ловкость *кайроса*), когда он заявил во всеуслышание, что белые дети начинают всё больше и больше слушать чёрных музыкантов, что пропасть между поколениями всё разрастается и что мир декорума, созданный Эмили

Пост и Джоном Уэйном, вот-вот изменится. Настало время для Мухаммеда Али, чрезвычайно сексуального, самодовлеющего хвастуна, оригинального оратора, не лезущего за словом в карман, бойца, ставшего активистом борьбы за мир, первого (и, возможно, единственного) ироничного боксёра в мире. Мухаммед Али был мастером насмехательства над почти всяким элементом декора среднего класса 1960-х годов. Он был успешен, потому что у него был тайминг боксёра и декорум актёра. Он начинал как необразованный негр из Кентукки и стал самым крутым человеком на Земле, расположившимся в самом центре нового декора.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК В ПОЛИТИКЕ

Как-то раз я, решив провести ненаучное исследование, изучил предвыборные кампании с 1960 по 2016 год. Мне была интересна корреляция между степенью улыбчивого оптимизма кандидатов от каждой партии и царившими во время каждой предвыборной кампании настроениями в стране. Я обнаружил, что, когда избиратели думают, что страна движется не в том направлении, демократы обычно выдвигают солнечных кандидатов (Хамфри, Билл Клинтон), в то время как республиканцы избирают для предвыборной гонки более мрачных лиц (Никсон, Доул, Трамп). Следовательно, когда избиратели, в общем, довольны курсом страны, ситуация складывается ровно обратная: демократы выдвигают всяких сумрачных типов (Мондейл, Керри), а республиканцы отбирают оптимистов (Буш и Буш-младший). То же самое было и в 2008 году, когда избиратели в отвратительном расположении духа выбрали для предвыборного противостояния преисполненного надежд Обаму и мрачного, героического МакКейна. (Во время выборов 2012 года, когда страна уже несколько восстановилась, кандидатами были менее улыбчивый Обама против нейтрально настроенного Ромни.)

Я как-то раз видел, как Билл Клинтон (не на столь высоком уровне) беседовал с группой демократов из Нью-Гэмпшира в Белом доме. Он относился к ним как к своим важнейшим политическим союзникам, и он почтительно говорил о первых праймериз штата за всю историю,

проведённых в 1992 году. Но он проиграл эти праймериз. Демократы Нью-Гэмпшира отвергли кандидатуру Клинтона и избрали малоизвестного сенатора из Массачусетса по имени Пол Цонгас. Не растерявшись, Клинтон вскарабкался обратно наверх по шкале опросов общественных мнений и выиграл последующие праймериз. Он называл себя «возвращенцем». На Нью-Гэмпшир он смотрел как на тот штат, с которого всё началось. Это не просто позитивный настрой – это настрой настолько позитивный, что он доходит до заблуждения. Но суть урока *кайроса* лежит в конце всей этой истории: если решение направлено против ваших интересов, вы можете попытаться избрать иной убедительный момент.

Можно также сказать, что Клинтон просто-напросто сменил аудиторию с предрассудочных янки на более податливых его харизме людей. Его кампания оказалась успешной. Куда шли праймериз, туда шёл и Клинтон, а после Нью-Гэмпшира праймериз отправились на юг. Перемена аудитории может сменить неубедительный момент на убедительный. Маркетологи тратят миллионы на поиск таких аудиторий, которые подвержены таким вот моментам.

К несчастью, мы с вами не всегда располагаем такой роскошью. Если чей-то любимый человек не в духе, то чаще всего не стоит искать более податливую аудиторию по соседству. В основном вам нужно мириться с имеющейся аудиторией, и если вы хотите убедить её в чём-то, то вам обычно необходимо ждать подходящего случая. Но не всегда. *Кайрос* – это искусство контролирования ситуации, а тайминг – это только половина ситуации. В чём же состоит её вторая половина? В среде. Ей посвящена следующая глава.

Средства

Чтобы ничего не ускользнуло:

- Изменение обстоятельств или настроений часто служит свидетельством наступления **убедительного момента**.
- Вы можете создать убедительный момент, **изменив имеющуюся аудиторию или отобрав нужную**.

Глава 25

Используйте правильную среду Ошибка большого экрана

Я из тех, кто хочет выстирать флаг, вместо того чтобы сжечь его.

Норман Томас

Как правильная среда может помочь вам донести свои мысли до адресата

Большинство мужчин (но не все) знают, что делать предложение во время бейсбольного матча – это плохая идея. Попросить женщину выйти за вас через большой экран стадиона – эта задача требует наличия у вас причудливого сочетания застенчивости и эксгибиционизма. Если ваше предложение требует какого-либо убеждения, то тогда всё может закончиться тем, что вы будете неловко стоять перед тысячами замороженных болельщиков. В общем, вы выбрали не ту среду. Среда способна создать или сломать убедительный момент. Скажите то, что нужно, когда нужно, и скажите это через правильный канал – и тогда весь риторический мир будет в ваших руках.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Поглядите на мою стратегию *логоса* здесь. Я использую примеры крайнего толка, чтобы доказать своё заключение: правильная среда критически важна для вашего *кайроса*. Половина этих примеров личные, потому что мой опыт является подспорьем для моего практического *этоса*.

Вы знаете, чем чреватые ошибочные слова и попытки убеждения, делаемые не вовремя. Часто бывает не менее важно соблюсти правильную среду. Один парень у меня на работе высказал некоторые свои соображения по поводу интимной связи одной пары наших коллег,

написав то, что, как он считал, было личным электронным письмом другу. В конце концов вышло так, что он по ошибке разослал это письмо всей компании. Он больше там не работает. Ещё один парень, с которым я знаком, как-то раз с энтузиазмом прокомментировал достоинства груди одной заводской работницы, не зная, что его интерком включён. Он тоже после этого был вынужден разорвать связи со своей компанией. Дядя Уип, ведущий одной популярной детской радиопередачи, транслировавшейся на волне филадельфийского радио WIP, заработал себе худшее бессмертие из всех возможных, сказав, будучи уверенным, что трансляция окончена: «Это должно усмирить маленьких ублюдков». А потом ещё «разговор в раздевалке» Дональда Трампа.

В каждом случае рассматриваемый человек выступал перед непредвиденной, но очень внимательной аудиторией. Ничего нового в этом нет. Испокон веков личные письма перехватывались, а разговоры подслушивались; просто сейчас с развитием технологий стало гораздо проще обратиться не к тем людям, позвонить не по тому номеру или обратиться к тем людям и позвонить по тому номеру, но не вовремя.

Как бы вы предпочли сделать предложение: тет-а-тет? молча протянете кольцо? напишете письмо? бумажное? электронное? СМС? пост в блоге? презентация в пауэрпойнте? напишете самолётом на небе? объявите свои намерения во время матча? бросите кирпич в окно? подарите открытку? («Наша свадьба определённо будет красивой. Всего наилучшего».)

Выбор кажется достаточно очевидным, но, видимо, не для всех. Подход тет-а-тет работает лучше всего, потому что в нём задействованы все три необходимые составляющие: логика, нрав и эмоции. Надпись на небе и гигантский экран стадиона не настолько патетичны. Да и если вы не будете присутствовать при собственном предложении, то *этоса* тут явно мало будет.

Вам следует рассматривать несколько факторов при выборе среды: тайминг, форма подхода (*этос*, *пафос* или *логос*) и форма жестов, которые вы хотите произвести.

Что такое тайминг? Иными словами: насколько быстрого ответа ожидает ваша аудитория? Какой должна быть длительность сообщения? Дональду Трампу, наверное, было бы гораздо приятнее, если бы звуковые инженеры не сохраняли его записи в архиве.

Какая комбинация этоса, пафоса и логоса наиболее убедительна? В любой среде какой-то один из этих подходов выглядит предпочтительнее других двух.

Какие жесты помогут вашему подходу? Я имею в виду жесты как в буквальном, так и в переносном смысле этого слова. В риторике жестами может считаться всё, от пожатия плечами до вручения премиальных. Улыбка, марш протеста, лихая попытка начальника облачиться в гавайскую рубашку на кэжуал-пятницу и иные, более тонкие проявления работы языка тела – всё это считается жестами. Ораторы XVIII и XIX веков, когда в обществе царили просветительские настроения, были без ума от жестов. Старые социальные структуры постепенно разрушались, и происхождение начинало играть всё меньшую и меньшую роль в аристократии. Теперь образование реально могло обеспечить доступ ко двору. Однако необходим был также и декорум – правильные манеры господина или дамы. Можете представить, каким был спрос на книги, которые учили, как должен вести себя дворянин. Возник целый жанр книг-бестселлеров, учивший культуре поведения и речи. В 1829 году преподаватель культуры речи Гарварда, например, прославился преподаванием «взрывных» согласных и изобретением специальной бамбуковой сферы для практики жестикуляции. Эта сфера мучила студентов до тех пор, пока её не вывесили во дворе университета. Как бы то ни было, издатели в огромных количествах выпускали книги, в которых были показаны жесты, охватывающие, кажется, все возможные эмоции.

Чутьё на убеждение

Какое это всё имеет отношение к среде, которую вы выберете для передачи своего сообщения? Самое прямое. У каждого вида чувств есть своё убедительное качество, и среда, связанная с этим видом чувств, носит в себе тот же убедительный потенциал.

- **Слух** – это самое рациональное ощущение. Оно связано с голосом говорящего (хотя в голосе и может заключаться значительный объём этоса). Если звуком является музыка, то преобладает пафос.

- **Обоняние** – это самое патетичное ощущение. Капля духов, чуть заметный запах пороха или вонь грязного подгузника – всё это может вызвать сильный эмоциональный отклик.

- **Зрение** склоняется к патетике, потому что мы обычно верим в то, что мы видим; и, как говорил Аристотель, то, что мы видим, определяет то, что мы чувствуем. Однако вид становится сугубо логическим, если он сводится к тексту на бумаге.

- **Осязание** – это, конечно же, *пафос*. Буквально то, что мы чувствуем.

- **Вкус** – это тоже *пафос*, разумеется.

Не находите ли вы любопытным то, что голос говорящего относится к рациональной среде? Телевидение часто перевирает вещи, потому что изображение там преобладает над звуком; следовательно, телевидение больше склоняется к патетике. Риторика отдаёт предпочтение логическому подходу; именно поэтому убедители стремятся производить наглядную демонстрацию: поскольку вид часто преобладает над звуком – *пафос* часто преобладает над *логосом*. Радиокорреспонденты были на передовой во время войны во Вьетнаме, и кто о них помнит? Ту войну закончило именно телевидение – в эмоциональном смысле.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, КОГДА БУДЕТЕ ПРОДАВАТЬ ДОМ

Риелтор советует вам испечь хлеб и выложить коричневые палочки в тёплой печи перед продажей дома. Это не для маскировки плохих запахов; это патетический жест, который выгодно пользуется близостью рецепторов запаха к той области мозга, которая отвечает за память. Запахи выпечки вызывают у потенциальных покупателей приятное чувство, которое они испытывали в детстве (или которое они думают, что испытывали).

Хорошо, а что с чтением текста? Это связано со зрением, разве нет? Нет. Ну да, тут, конечно, нужны глаза, но сам акт чтения – это больше звук, чем вид: вы воспринимаете голоса, а не просто текст.

Если вы хотите, чтобы ваш *кайрос* работал исправно, то вам нужно знать о риторических качествах каждой среды. Возьмём, к примеру, электронную почту. Будучи текстовой средой, она по большей части задействует *логос* и – в небольшой степени – *эмос*. Поэтому она очень плохо подходит для выражения эмоций. Так как ваша аудитория не видит ваше лицо и не слышит ваш голос, ваши чувства теряются. Если

вы хотите выразить хоть малейшее сочувствие, то вам, следовательно, лучше избегать электронной почты. Руководство компании RadioShack, видимо, не знало этого простого правила, когда оно уволило четыреста сотрудников по электронной почте. Часть сообщения гласила следующее: «В данный момент идёт сокращение персонала. К сожалению, ваша позиция попала в список сокращения». Эта среда вкуче с этой подачей, основанной на безличном стиле пассивного залога, создала впечатление, будто рабочих увольняет робот RadioShack. Что и могло выглядеть довольно интересно, если бы люди не потеряли свою работу.

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

В МЕТРО ИХ БЫ ОЧЕНЬ ЛЮБИЛИ. Древние греки и римляне всегда читали вслух, даже когда никого рядом не было. У них не возникало мысли о том, что можно читать молча. Слова на странице воспринимались ими как своего рода записанное звуковое послание; задачей читателя было воспроизвести это послание своим голосом. Группа читателей, должно быть, походила на сегодняшней первый класс школы. Неудивительно, что у них были очень трудные отношения с письменностью.

С другой стороны, эмоции могут выйти из-под контроля, когда они выходят за границы сиюминутных чувств. Задумайтесь о странном тайминге электронных писем, который в одно и то же время и моментален, и потенциально перманентен. Письмо лежит в папке «Входящие» адресата в застывшем злобном состоянии до тех пор, пока этот адресат его не откроет. К тому моменту, как это произойдёт, вы, скорее всего, уже давно будете спокойны. Юмор электронных писем по той же причине иногда бывает довольно непростым. Секрет комедии состоит в тайминге, не так ли? А у электронных писем отсутствует тайминг как таковой. Помните ли вы про проблему непредвиденной аудитории? (Если у вас есть какие-то вопросы по этому поводу, то задайте их Хиллари Клинтон.)

Вообще, вам следует избегать передавать по электронной почте любое сообщение, содержащее *пафос*. Как вы думаете, почему большинство людей не молятся по электронной почте? Они, возможно, получают молитвы, да. Но почему они не обращаются к Господу с

просьбами прощения и уничтожения команды «Даллас Ковбойз» в следующее воскресенье? Потому что у Бога нет интернет-провайдера? Нет. Потому что молитва – это *пафос* с небольшой долей *этоса*, а электронное письмо – это преимущественно *логос*.

СДЕЛАТЬ ТАК СО СВОИМИ ОФИСНЫМИ ЭЛЕКТРОННЫМИ ПИСЬМАМИ

Хотите обеспечить себе своими письменными обращениями респектабельный *этос*? Пусть они будут коротки, когда вы обращаетесь к людям своего уровня или к тем, кто находится уровнем ниже. Только не будьте чересчур немногословными. Высшие лица компаний любят писать короткие электронные письма, как бы показывая этим, что они не обязаны ни перед кем оправдываться. (Электронные письма Бога были бы очень-очень короткими. Они бы в основном выглядели примерно следующим образом: «Хватит».)

Вы, должно быть, рассчитываете, что я скажу, что электронная почта – это также не самый удачный способ совершения жестов. Однако если вы взглянете на это в широчайшем, риторическом смысле, то вы увидите, что длина ваших письменных обращений – это и есть своего рода жест. Чем длиннее ваша запись, тем больше в ней *логоса*. Чем короче она, тем насыщеннее становится *этос*. Как заметил Цицерон, жесты помогают определить ваш декорум. Чем менее выраженный характер носят ваши жесты, тем выше ваше положение в обществе. Эта мысль несколько не устарела, как показывают деловые электронные письма.

Вы могли бы подумать, что СМС-сообщения работают похожим образом, но это не так. Причины тому две: моментальность и эфемерность. СМС-сообщение является более моментальным, чем электронное письмо, и оно очень мало связано с тем, что цивилизованный мир называет «письмом». К тому же СМС-сообщение, если вы, конечно, не представляете особого интереса для спецслужб, является эфемерным. Его продолжительность жизни (и интеллектуальное содержание) равна таковым у отрыжки. И тем не менее средой СМС-сообщений является текст. Степень *пафоса* в среде СМС-сообщений крайне низка. Будь она высока, не было бы этих

непонятных смайликов и тупых выражений вроде «ЛОЛ». Это не смех – это текстовое сообщение про смех. Или – хуже – GIF-изображение со смехом. Итак, что остаётся у СМС-общения, когда там нет ни *логоса*, ни *пафоса*? *Этос*. Сплошной *этос* и ничего больше. СМС-сообщения в основном выражают идентичность. Они почти всегда лежат в настоящем времени, а язык их преисполнен кодового расчѣсывания. СМС-сообщение по сравнению с нормальным письменным текстом – это всё равно что послание по радиации по сравнению с речью оратора. На самом деле среда СМС-сообщений *является* своего рода радиацией – в том смысле, что она предполагает высокую скорость общения, используется преимущественно для того, чтобы узнать, как у людей дела и всё ли у них в порядке, а также в ней по большей части используется кодовый язык, имхо (от английского «In my humble opinion», что значит «по моему личному мнению»). Вы можете использовать СМС для того, чтобы узнать, где кто-то находится и готов ли этот человек прийти на обед. Самыми яркими поклонниками СМС-общения являются подростки – люди, которые, кажется, живут ради демонстративной риторики, ради постоянной подачи сигналов о том, кто с ними, а кто против них.

Можете смеяться над подростками сколько вам угодно, но многим из нас, наверное, не помешало бы умение делать такие дружелюбные жесты. Взрослые утратили что-то такое, что было нормой в Викторианскую эпоху, когда дворяне и знать общались между собой с помощью коротких записок, состоящих в большинстве случаев из одного лишь имени адресанта. Я не могу привести хороший современный пример. Может быть, подойдут короткие голосовые сообщения после сигнала. Ну, или переписки подростков, конечно.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК СО СВОИМИ ДЕТЬМИ

Советую вам настоять на том, чтобы вы были в списке друзей у своих детей в Фейсбуке. Подпишитесь на них в Инстаграме. Пишите им, когда вас нет рядом. Эти связи вызовут у ваших детей ощущение вашего присутствия. Моим детям, по-видимому, это нравится.

Мгновенные свойства Интернета объясняют, почему он не стал великим чаном демократии, которым он должен был стать согласно

надеждам его создателей и Эла Гора. Если какой-то аспект Интернета и мог впитать в себя демократию, то может показаться, что блогосфера, эгалитарная вселенная голосов, должна бы встать в самом центре демократического движения. Однако блог, подобно моментальному сообщению, всего-навсего сводит вместе аналогично мыслящих людей. Неважно, какое у сетевого лога содержание, – составлен ли он ужасно прыщавым шестнадцатилетним человеком, ведётся ли он сетевыми журналистами, – он в любом случае является дневником. Это не мореходный журнал, являющийся перманентной записью плаваний корабля. Блог – это преимущественно эфемерное отражение событий в жизни, профессии и сфере интересов данного человека. Блоги предоставляют демократическую возможность обрести славу исключительно благодаря писательскому таланту; *Wonkblog* Эрзы Кляйна сделал его одним из самых видных экспертов Вашингтона, когда ему было едва за двадцать. Однако блогов, занимающихся осмысленным дискурсом, не так уж и много; их главное предназначение – это объединять, а не принимать решения. Даже *Allvoices.com*, сайт, посвящённый поощрению молодых экспертов, облюбовала аудитория левого толка, а популярные блогеры, связанные с этим сайтом, привлекают схожих по духу комментаторов.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК, КОГДА СОБЕРЁТЕСЬ ЧТО-ТО ПРОДАТЬ

Чтобы проверить новый продукт, создайте блог и вставьте в него ссылки на нужные страницы в Википедии. Так вы сможете собрать сообщества из нескольких сотен подписчиков всего за несколько недель. Можете поделиться с ними своим продуктом или попросить у них совета по поводу продвижения этого продукта на рынке. Я так сделал со своим блогом по риторике, и таким образом у меня появилось преданное сообщество из тысяч подписчиков, которые дали мне множество советов по написанию этой книги.

Твиттер? Это как блоги, только короче.

Будучи блогером, я сам узнал про демонстративные качества этой среды. На сайте *Figarospeech.com* я собираю различные высказывания из области политики, спорта или развлечений и анализирую их как фигуры речи, выявляя различные риторические трюки и изъяны. Я

думал, что мой блог, так же как и эта книга, обучит людей множеству чудес риторики, о которых я сам узнавал. И я предпочитаю думать, что он действительно обучает людей этому хотя бы немного. Но мои коллеги-«фигаристы», как я их называю, считают себя сообществом. Ответом одного подписчика на один мой совершенно безобидный пост были слова благодарности за «борьбу за правое дело». Это чисто демонстративный язык, и это показывает, почему Интернет не смог объединить всех под своей большой благодушной блогосферной крышей.

Логический телефон

Это что касается Всемирной племенной паутины. Теперь же давайте рассмотрим более традиционные сферы. Такие, как, например, телефонные звонки. В предыдущие эпохи голосовой вид коммуникации превалировал над всеми другими; звук – это самое логоцентричное ощущение. Вот почему конференц-звонок – это столь тяжёлое рациональное упражнение. По этой же причине бизнесмены и тратят миллионы на то, чтобы, избежав этих конференц-звонков, сесть на самолёт и добраться куда нужно. Если бы человеческая коммуникация была исключительно логической, то крупные авиалинии разорились бы. Телефон сводит риторику только к одному подходу – к *логосу*. А чтобы сформировать команду и поддержать отношения, людям нужны дозы *этоса* и *пафоса*.

Хорошо, а зачем тогда телекоммуникации продают телефоны с помощью таких патетических реклам, в которых молодая мать держит телефон у уха младенца, чтобы бабушка услышала его? Потому что зрелище аристотелевских дебатов не обеспечило бы продаж телефонов. К тому же реклама телефонов не использует телефоны как среду. Она использует телевидение, журналы, газеты и Интернет – такие среды, в которых объединены все три подхода и особый акцент делается на *пафосе* (бабушка) и *этосе* (прекрасный актёр, вертящий телефон в руках).

**ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК СО СВОЕЙ
ВСТРЕЧЕЙ**

Если вы не хотите, чтобы кто-либо чувствовал себя чужим, то постарайтесь не собираться в конференц-зале, если, конечно, это позволяют обстоятельства. Если не позволяют, то вы можете организовать конференц-звонок, к которому все подключатся. Так вы сможете удержать встречу на прочном логическом фундаменте. Те, кто не смог прийти на встречу, но всё же принял участие в конференц-звонке, увидят многозначительные взгляды, которыми обмениваются присутствующие, и, возможно, почувствуют, что их не принимают за своих.

Является ли телефон такой уж рациональной средой? Об этом особо задумываешься, когда видишь, как подросток звонит другу. Действительно, каждая среда может быть использована для *этоса* – то есть быть использована для быстрой и короткой связи. Вы когда-нибудь видели, как девушка или парень звонит своей первой любви? Удивительная часть состоит не в том, что они друг другу говорят; она кроется в долгих промежутках тишины, когда никто ничего не говорит. Телефонный звонок – это соединение, а не беседа. Телефонный звонок – это даже не совсем звонок, а вовсе среда иного порядка – электронное соединение. Этим и объясняется то, что интернет-переписки вытеснили звонки: Интернет позволяет подросткам соединиться с целой сетью, а не с одним-единственным человеком. И этим же объясняется то, как молодые любовники скайпят друг с другом. У них там чистый *этос* с жестами: никакие разговоры не нужны! Один долгий томный взгляд заменяет собой слова. Телефонный звонок по-прежнему считается одной из самых рациональных сред (я имею в виду настоящий телефонный звонок, при котором люди разговаривают друг с другом, а не пялятся друг на друга).

Вы могли бы подумать, что газетные статьи, находящиеся под критической угрозой вымирания, более рациональны, но на самом деле это не так. Действительно, текст на бумаге по большей части выдержан на *логосе*. Однако периодическая печать менее рациональна, чем кажется. В случае с периодической печатью есть кое-что более важное, чем логика, стоящая за сообщением; этим более важным элементом является автор этого сообщения: политический эксперт, журналист, специализирующийся на шоу-бизнесе, сам редактор газеты или же некто «сверху». Современная страница периодической печати серьёзно

отличается от своих старых предшественниц. Мэдисон и Гамильтон публиковали свои эссе, ставшие впоследствии «Записками федералиста», как статьи в нью-йоркских газетах. Но в те времена эссеисты были анонимными. Ныне же писари газет жирно подписываются под каждым своим произведением, что даёт им готовый *эмос* и избавляет их от необходимости проявлять свой *эмос* через письмо.

Кстати говоря, о Гамильтоне: одноимённое бродвейское шоу наглядно демонстрирует множественные проявления риторики во всевозможных средах современной жизни и культуры. Музыка – это сплошной *пафос*. Сюжет? *Эмос*. («Как мог бастард, приёмный, сын блудницы, / Шотландец, волею судьбы / Зброшенный невесть куда на Карибские острова, / Живущий жалко и нище, / Стать героем и учёным?») И затем ещё рэп-партии: превосходный *логос*. Рэп-формат позволил сценаристу Лин-Мануэль Миранде уместить в мюзикле более двадцати тысяч слов. Сравните это с мюзиклом «Оклахома!», в котором всего 4300 слов. Высокоскоростная речь даже позволяет сделать дебаты о государственной задолженности – тему, которую в иных обстоятельствах не стал бы рассматривать никто, кроме экономистов, – ключевым моментом шоу. Безупречная смесь *эмоса*, *пафоса* и *логоса*.

Все остальные среды следуют той же схеме *эмос* – *пафос* – *логос*, в зависимости от того, какие органы чувств задействованы при взаимодействии с этими средами. Бумажные письма? Рациональное. Дарение подарков? Очень эмоциональное, если подарок – это не чек, а нечто более необычное. Подарки также несут в себе немало *эмоса* ввиду того, что они упрочняют отношения и выражают намерения тех, кто дарит эти подарки. Иными словами, дарение подарка – это сильнейший жест. Дымовые сигналы? Голоса – рациональное. Духи? А вы как думаете?

Чувства и их убедительные составляющие показывают, почему вы можете произнести безупречно рациональную речь, просто встав и заговорив. Однако если вы хотите убедить группу людей, то, как вы увидите в 26-й главе, вам нужно использовать больше чем просто свой голос.

Средства

Когда вы берёте ситуацию под свой контроль, убедитесь в том, что вы используете **правильную среду** для своего аргумента – такую среду, в которой верно распределён баланс между *этосом*, *пафосом* и *логосом*. Вам также обязательно нужно верно угадать время для употребления аргумента.

Чтобы оценить риторический состав среды, вам нужно спросить себя, на каких чувствах основана эта среда.

- **Зрение** – это преимущественно *пафос* и *этос*.
- **Слух** – это самое **логическое** чувство.
- **Обоняние, вкус и осязание** – это почти исключительно **эмоциональные** чувства.

Продвинутое согласие

Глава 26

Произнесите убедительную речь Древнейшее изобретение

Величайшие общественные блага скопляются у ног успешного оратора. Вся другая слава меркнет на его фоне. Ему принадлежит всё.

Ральф Уолдо Эмерсон

Пять канонов убеждения по Цицерону

Теперь, когда вы уже владеете основами нападения и обороны, настало время перейти к тяжёлой артиллерии, пяти канонам убеждения по Цицерону: **изобретению, распределению, стилю, памяти и подаче**. Хотя он предназначал их для формальных речей, они также прекрасно работают в менее формальной обстановке, такой, как, например, презентация перед начальством или перед книжным клубом. С помощью этих пяти канонов мы скомпонуем нашу собственную речь. Затем, в 27-й главе, мы рассмотрим двух непохожих друг на друга мастеров – Барака Обаму и Дональда Трампа – в действии.

Цицерон разложил свои каноны в определённом порядке – изобретение, распределение, стиль, память и подача – не просто так. При составлении речи вам нужно руководствоваться именно этим порядком. Сначала изобретите то, что вы намереваетесь сказать. Затем решите, в каком порядке вы хотите это сказать, выберите такой стиль, чтобы он подходил конкретно вашей аудитории, и сохраните всё это у себя в голове или в компьютере. Наконец, встаньте и поразите свою аудиторию.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Назовём эту технику «кратким неймдроппингом». Я ссылаюсь на авторитетный источник, чтобы вы были уверены в моём знании, а затем скромно спрашиваю, кто я такой, чтобы поставить под сомнение такой-то авторитет. Самое

лучшее хвастовство обычно скрывается в обличье скромности.

Я – это, пожалуй, последний человек, который мог бы подвергнуть сомнению Цицерона, так что мы начнём с изобретения нашей речи. Допустим, я хочу предложить урегулирование шумового загрязнения нашего города, которое низвергнет пневмомашину для сдувания листьев и их недалёких, растрачивающих даром топливо и наводящих ненужный шум владельцев на самый дальний круг ада, где им и место.

Отлично. Теперь мне лучше.

Предположим, что городские власти организовали специальное собрание и члены специально созванной по этому случаю комиссии дали мне пятнадцать минут на изложение проблемы. Затем такое же время будет выделено противнику урегулирования шумового загрязнения. После этого аудитория может задавать нам вопросы и высказывать свои мнения. В конце концов будет проведено общегородское голосование по поводу того, нужно ли будет включать в повестку следующего весеннего городского собрания проблему урегулирования шумового загрязнения.

Изобретение

Вместо того чтобы сесть и приняться за написание речи, я выхожу на улицу, брожу по опавшей листве и размышляю на тему того, кто что хочет, и в первую очередь чего хочу я. Это первая часть изобретения: ответ на вопрос о том, чего я хочу. Является ли моей целью изменение настроения аудитории, её мыслей или её готовности к совершению того или иного действия?

Ну, то, чего я на самом деле хочу, – это чтобы горожане восстали и уничтожили все до единой машины для сдувания листьев; но от своей речи я хочу того, чтобы она изменила мысли моей аудитории: чтобы она убедила моих земляков, что нам необходимо урегулирование шумового загрязнения. Какой тип риторики мне для этого нужен: прошедший (правопорядок), настоящий (ценности) или будущий (решения)? Здесь мы говорим о будущем, о совершении выбора, – так что риторика нам нужна осмысленная. Я привнесу сюда и ценности, но только те,

которые уже имеются у моей аудитории. Винить я никого за шум не буду.

Решив, чего я хочу от аудитории, я затем определяю саму проблему. Цицерон рекомендует мне выяснить, простая у меня проблема или сложная. Если она сложная, то мне следует разбить вопрос на более мелкие составляющие. Однако в моём случае проблема оказывается очень простой. Город либо хочет урегулирования шумового загрязнения, либо нет.

Цицерон говорит, что мне следует быть готовым к рассмотрению обеих сторон вопроса, берущих своё начало в высказываниях моего оппонента. Это значит, что мне нужно уделить некоторое время на составление приблизительного представления о том, что этот оппонент скажет. Полагаю, он много будет говорить о ценностях – о правах и свободах, которые будут оттеснены урегулированием шумового загрязнения. Эти небольшие дебаты в моей голове помогают мне определить самую суть спора – решение, которое нужно принять. О чём этот спор? Почему я вообще решил предложить введение урегулирования шумового загрязнения? Это связано с шумом вообще или только с машинами для сдувания листьев? Думаю, это связано с шумом вообще; машины для сдувания просто-напросто явились последней каплей, которой предшествовали мотоциклы, огнестрельное оружие, подростки, визжащие своими шинами, и многие другие акустические пытки, неизбежно сопутствующие жизни в современной Америке.

Взглянув на частный самолёт, пролетающий у меня над головой, я задумываюсь, не связано ли это всё с нашим стремлением забаррикадироваться в своих домах, закупорив окна и усадив детей к их игровым приставкам. Не стремимся ли мы из настоящей общины превратиться в кучу бункеров?

Нет, эти мои слова про изоляцию чересчур мутные. Всё дело просто в шуме.

ЗНАЧЕНИЯ

Риторическое изобретение – это не совсем изобретение в привычном смысле. Латинское слово *inventio* кроме привычного нам современного понятия изобретения означает «открытие». Вашей задачей на этой стадии формирования

речи является обнаружение (или изобретение) «доступных средств убеждения», как выразался Аристотель.

Я определился с целью и проблемой, и теперь мне нужно подумать о ценностях моей аудитории. В прошлом году мы ратифицировали постановление о миссии нашего города. (Да, теперь даже у городов должны быть свои миссии. Очевидно, недостаточно того, что предназначением города Ориндж штата Нью-Гэмпшир является существование.) Постановление о нашей миссии включает в себя «тихую, умиротворённую обстановку нашего города» в числе ценностей. С другой стороны, одним из общих мест в этой части нашей миссии являются высказывания вроде «У человека есть право распоряжаться своей собственностью так, как он считает нужным». Надпись, которую можно часто увидеть на номерных знаках нашего штата, гласящая «Живи свободно или не живи вовсе», вполне красноречиво демонстрирует наш общий настрой.

Следовательно, когда я придумаю свой центральный аргументативный набор (энтимему Аристотеля), станет ясно, что мне нужно говорить не о тишине, а о правах; я уже буду знать, что мой оппонент будет уделять основное внимание правам, и благодаря этому знанию смогу выбить почву у него из-под ног. Так что мой аргументативный набор будет выглядеть примерно так: «Нам нужно умерить шум, потому что он лишает нас возможности вдоволь насладиться нашей собственностью». Это что касается дедуктивной логики. Затем я буду говорить о том, как олени, кажется, стали более пугливыми и что миссис Фёрсон, живущая чуть поодаль, в тёплое время года не может спать в своём гамаке, как раньше. Далее я могу изложить причины и последствия, описав, что произойдёт, если мы ничего не сделаем с нарастающим шумом: нарисовать кошмарную картину целого поселения глухонемых или затворников, живущих в местности, которая некогда славилась своими богатыми возможностями для отдыха на открытом воздухе. Это что касается наслаждения горожанами своей собственностью (если, конечно, все вдруг не захотят соревноваться в громкости машин). Я могу окончательно утвердить свои мысли, предложив поднять руки тех, кто считает, что неуклонное возрастание шума от пневмомашин для сдувания листьев и другого громкого оборудования не даст людям наслаждаться своей собственностью.

Распределение

После того как я изобрету базовый аргумент, мне нужно будет упорядочить его. Ораторы придумали множество форм организации речи, однако основы этих форм оставались неизменными на протяжении тысяч лет. Всё, в общем, сводится к следующему правилу: в первую очередь идёт *эмос*, затем – *логос*, после него – *пафос*.

Начните с расположения аудитории к себе. Постарайтесь понравиться ей тем, что вы разделяете её ценности, прельстите её своей высокой чуткостью и стремлением защитить её интересы. Заставьте её идентифицироваться с вами. Тут применимы все приёмы *эмоса*.

После этого вы можете уже пустить в ход аргумент, приводя факты, поясняя суть проблемы, логически доказывая вашу мысль и разнося аргументы оппонента.

Завершите дело приведением аудитории в разгорячённое состояние с помощью патриотизма, злобы или любой другой эмоции, которая способна побудить людей к действию.

Если вы очень хотите следовать некоему классическому плану, то вот вам структура для вашей речи:

- **Вступление.** Это часть, в которой преимущественно проявляется ваш *эмос*, что обеспечивает вам «интерес и благоговение аудитории», как говорит Цицерон. (Он называет эту часть словом *exordium*.)

- **Повествование**, или приведение фактов. Расскажите историю проблемы или перечислите факты и фигуры на ваш выбор. Если у вас есть время, то сделайте и то, и другое. Эта часть должна быть короткой, ясной и правдоподобной. Не повторяйтесь. Приводите факты в хронологическом порядке, но только не начинайте с самого начала – просто с самой ранней части того промежутка времени, который важен для данного спора. Не тревожьте свою аудиторию фактами из серии «хотите – верьте, хотите – нет»: эта часть должна быть предсказуемой. То, что услышит ваша аудитория, должно быть обычным, ожидаемым и естественным.

- **Разделение.** Перечислите моменты, в которых вы соглашаетесь со своим оппонентом и в которых не соглашаетесь. В этой части вы можете также перейти к определениям. «Это биологическая проблема». «Это этическая проблема». «Это правовая проблема». «Это

практическая проблема» («Что принесёт наибольшую пользу нашему обществу?»). «Это проблема справедливости».

- **Доказательство.** В этой части вы начинаете сам аргумент, раскрывая свой аргументативный набор («Нам нужно сделать это, потому что то-то») и приводя примеры.

- **Опровержение.** Тут вы уничтожаете аргументы оппонента.

- **Заключение.** Повторите свои наилучшие высказывания и, если хотите, проявите немного эмоций.

Всё это довольно легко укладывается в пятнадцать минут; в принципе, вы можете сделать это и за две минуты. Вступлением должно быть какое-нибудь юмористическое замечание о высоте микрофона или быстрая благодарность организаторам или аудитории за предоставленную возможность говорить. Факты занимают одну или две минуты, равно как и разделение – моменты согласия и несогласия. В кратком разговоре больше всего времени занимает доказательство, потому что в этой части нужно уместить максимально возможное количество примеров, предпосылок, причин и последствий. В части опровержения часто бывает достаточно обращения одного какого-нибудь заявления, которое оппонент сделал или собирается сделать. Заключение часто может состоять из всего одного предложения.

Аплодисменты. Присаживайтесь.

В моём случае имеется небольшая проблема с выражением *этоса* перед другими жителями моего города. В Новой Англии вы считаетесь приезжим, если вы родились не в том населённом пункте, в котором проживаете. Я переехал в Ориндж сравнительно недавно, хотя до этого много лет прожил в Нью-Гэмпшире. Так что о себе мне долго рассказывать не нужно. Я заявляюсь одетый так, как одета большая часть моей аудитории: фланелевая рубашка и рабочие брюки. Я слежу за тем, чтобы не говорить чересчур вычурно; это немного вредит той части моей речи, что основана на *этосе*. Я благодарю за предоставленную возможность говорить и сразу же принимаюсь приводить факты: согласно исследованиям моего несколько повёрнутого на всём исследовательском знакомом, уровень шума стабильно растёт.

Что касается части разделения, то в ней я перечисляю возможные варианты поведения, в которые входит не совершение вообще никаких действий по отношению к проблеме. Мой оппонент соглашается с

возрастанием уровня шумового загрязнения, но мы расходимся во мнениях о важности этой проблемы и в вопросе того, насколько сильно урегулирование уровня шумового загрязнения ущемляет наши личные права.

Разделение может даже помочь вашему *эмосу*, если вы будете использовать **неохотное заключение**: когда аудитория выглядит настроенной против вас, сделайте вид, что вы пришли к своему мнению вопреки личному желанию. Расскажите о своей глубокой вере в право на собственность, а затем дайте этим правам более широкое определение, чем определение, данное вашим оппонентом. Право на получение наслаждения от собственности также может включать в себя право на тишину и покой.

Затем следует доказательство, где я запускаю свой аргументативный набор.

Я: Большинство из нас живёт здесь потому, что Ориндж – это особенное место. Особенным делает его «тихая, умиротворённая обстановка», о которой говорится в нашем городском плане. Понимаете сами – обстановка не будет ни тихой, ни умиротворённой, если мы станем импортировать огромное количество всяких новых развлекательных устройств и машин.

Затем моё опровержение выступит против того, что скажет мой оппонент.

Я: Билл скажет вам, что это вопрос о наших правах. И я с ним соглашусь. Это *действительно* вопрос о наших правах: о нашем праве наслаждаться нашей собственностью, о противостоянии права наслаждаться пешими прогулками, рубкой дерева, наблюдением за бобрами против права домовладельца делать то, что он хочет, со *своей* землёй. Однако когда дело доходит до его игр со своей громкой техникой, то его права задавливают мои права и к тому же вредят имиджу нашего города.

И, наконец, заключение. Я повторяю свои наилучшие высказывания и затем описываю, каким будет наш город с введённой регуляцией уровня шумового загрязнения, при которой горожане спокойно могут использовать бензопилы для рубки деревьев и наслаждаться своими квадроциклами и снегоходами сколько им угодно, но в определённых временных пределах. Остальное же время мы можем жить в городе, который мы любим, и наслаждаться тем, что мы

любим в нём: красотой природы, тишиной и вообще всем, что отличает нас от жителей крупных городов и их пригородов. Поскольку это земля янки, мне здесь нельзя слишком расчувствоваться. У нас это не принято. Однако ничего плохого в проявлении чувства гордости тут нет. Так что и в том, что я напоминаю моей аудитории о том, что делает нас особенными и отделяет от остальной части американского народа, тоже нет ничего дурного.

ХИТЫ

ОХ УЖ ЭТИ РИТОРИЧЕСКИЕ УЧЁНЫЕ. Статьи в современных исследовательских журналах следуют строгому порядку, установленному Цицероном: теория (*exordium*), методика (повествование), дискуссия (доказательство и разделение) и заключение.

Ораторы обычно не уделяют особого внимания распределению, хотя сегодня оно особенно важно. Большинство наших споров (даже личного характера) происходят в моменты некоего разъединения, в различных местах, в различных средах. Когда нужно сосредоточиваться на нраве, на харизме? Когда – на логике? Когда – на страсти? Вы можете увидеть, что некоторые принципы распределения работают даже в таких случаях, когда вы не произносите речь. Помните: *эмос*, *логос* и *пафос* лучше всего работают именно в том порядке, в котором я их сейчас записал. Начните со своих козырей: с фактов или с логики. Вообще, старайтесь сильнейшие средства направлять в начало и в конец речи.

Стиль

Теперь, когда я изобрёл и распределил свои мысли, мне нужно решить, какими словами я хочу их выразить: мне нужно выбрать стиль, который я буду использовать. Риторический стиль связан с тем, как мы говорим или пишем, – как и литературный стиль. Однако, в то время как в современной литературе всячески поощряется самовыражение, в риторике больше поощряется выражение *аудитории*. Стиль убедителя, так же как и шекспировский Просперо, доносит до аудитории значение слов и «даёт знание вещей». Современное понятие стиля предполагает выделение из толпы; риторическое же его понимание, наоборот,

предполагает слияние с толпой. Древние люди сформулировали множество признаков хорошего и дурного стиля, и это поможет мне на этом городском собрании.

ЗНАЧЕНИЯ

Слово «стиль» происходит от латинского слова «*stilus*», означавшего стилос, острый стержень, который древние римляне использовали для письма. Это слово вернулось в обиход только в эпоху Возрождения, когда риторика стала одной из форм утончённого искусства написания писем.

Итак, первый признак хорошего стиля – это **правильная речь**, слова, которые подходят данной ситуации и данной аудитории. В моём случае это означает исключение из речи любых иностранных заимствований и излишне броских слов. Я хочу следовать принципу, изложенному оратором Кристофом Мартином Виландом, жившим в XVIII веке: «Избегание красноречия – это проявление красноречивости». Аристотель говорил, что необразованные люди изъясняются в простых выражениях, благодаря чему «люди необразованные в глазах толпы кажутся более убедительными, чем образованные».

НЕПРАВИЛЬНО: В числе собравшихся здесь людей есть такие, которые тишине предпочитают рёв двигателей внутреннего сгорания и эхо, разносимое им по окрестным холмам. Наряду с ними есть те, кто стремится к тишине в поисках духовной гармонии подобно Одиссею, покорившемуся тихой бесконечности океанских просторов.

ПРАВИЛЬНО: Кому-то нравится использовать землю, чтобы рассекать по ней на квадроциклах и снегоходах, а кому-то по душе более тихие занятия.

Второй признак – **ясность** – вполне очевиден, как мне кажется. Алан Гринспен звучал как дельфийский оракул, когда он был председателем Федерального резерва, и для него это работало. Для меня это не может сработать.

НЕПРАВИЛЬНО: Квазиконституционный аргумент моего оппонента содержит в себе внутреннее противоречие, на которое можно пролить свет, применив к его высказыванию принцип «стояния на решённом».

ПРАВИЛЬНО: Есть ли у города право ограничить шум? Да, у него есть это право.

Третий признак, **выразительность**, является чуть более сложным и чуть более крутым. Он предполагает способность говорящего создать особую риторическую реальность прямо на глазах у аудитории. Словом древних греков, коим обозначается то, о чём я говорю, является «*enargeia*», что переводится как «видимость, наглядность». *Enargeia* лучше всего работает в повествовательной части вашей речи, в которой вы рассказываете историю и приводите факты.

НЕПРАВИЛЬНО: Весь этот шум приносит вред людям.

ПРАВИЛЬНО: Миссис Рид рассказывала мне, что, когда она ходит к бобровой колонии вниз по ручью, бобры не всегда к ней выплывают. Она далеко, на километр, уходит от дома – вы знаете, где там бобры, – с яблоком в каждой руке и свистит. Когда вокруг тихо, они показываются. Некоторые из вас наверняка видели, как бобры едят из руки миссис Рид. Но когда бобры слышат, как мимо проносится квадроцикл, они прячут хвосты в воду и прячутся в своих постройках.

Четвёртый признак наиболее важен: это **декорум**, искусство соответствия. Мой акцент чересчур срединно-атлантический для слуха янки, но я постараюсь не адаптировать его к громким «махшынам», гоняющим по местным горным дорогам. Неудачная попытка соответствия может развеселить вашу аудиторию, но убедительным она вас не сделает. Я лучше буду не веселить её, а говорить о тех же вещах, о каких говорит она.

НЕПРАВИЛЬНО: Я не собираюсь говорить вам, чё вы можете делать, а чё не можете. Нет, ни в коем разе! А чё, я сам деревья порубливаю и тоже ту ещё шумиху развожу, а!

ПРАВИЛЬНО: Да, я тоже шумлю. Только за эту осень я заполнил семь поленниц, работая двумя бензопилами, и, не сомневаюсь, это было отлично слышно вплоть до самого пруда Ориндж.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК СО СВОИМИ ЗАПИСЯМИ

Попробуйте применить к своему письму «стилевой фильтр», руководствуясь списком признаков хорошего стиля, по Цицерону:

(1) *Правильная речь.* Ваше письмо подходит уровню понимания вашей аудитории?

(2) *Ясность*. Поймёт ли его наименее осведомлённый читатель?

(3) *Выразительность*. Задействуют ли приведённые вами примеры все чувства читателей?

(4) *Декорум*. Употреблённые вами слова подходят аудитории? Есть ли среди них какие-нибудь анахронизмы, сексистские выражения или какая-нибудь компьютерная терминология, которая является чем-то чуждым в глазах читателя?

(5) *Орнамент*. Хорошо ли это звучит, если это прочесть вслух?

Пятый, и последний признак, **орнамент**, связан с ритмом вашего голоса и изысканностью ваших слов. В моём случае лучше всего работает речь без лишних прикрас, но, быть может, я всё же смогу вклинить ближе к концу небольшой хиазм.

Я: Всё сводится вот к чему: либо мы контролируем шум, либо мы позволяем шуму контролировать нас.

Это может сработать. Однако замысловатую речь порой трудно запомнить. Но древние люди знали, как решить и эту проблему.

Память

Цицерон называл память «сокровищницей идей, порождённых различными находками и открытиями». У него, как и у других ораторов, были свои методы формирования инвентаря идей и выработки способов выражения этих идей. У наших далёких предков было великое множество представлений о памяти, многие из которых были довольно смелыми и включали в себя порнографию, классическую архитектуру, примитивную семиотику, жестокие методы преподавания и упражнения, которые ораторы выполняли на протяжении всей своей жизни.

Вот так они это преподносили: каждый человек, желающий изучить риторику, должен построить воображаемый дом с множеством пустот, которые предполагалось заполнить идеями. Один оратор даже проговорил все подробности:

Фон не должен быть ни чересчур ярким, ни излишне тусклым: тени не должны обволакивать собой всё пространство, но и ослепляющий блеск тоже не нужен. Полагаю, что интервалы, на которых виден фон, должны иметь умеренные масштабы и в длину составлять примерно десять метров. Я считаю, что это нужно для того, чтобы показать, что как внутренний, так и внешний взор мысли ослабевают, когда рассматриваемый ею, мыслью, предмет находится слишком близко или слишком далеко.

На постройку частного дома воспоминаний или на формирование своего собственного ландшафта воспоминаний может уйти не один год, однако получившаяся в результате мнемоническая структура может прослужить вам всю жизнь. Раньше ученики сами создавали ментальные образы для заполнения ими всех пустот. Каждый образ отражал ту или иную концепцию, идею, общее место или фигуру речи. Представьте себе здание торгового центра, в котором продаются фигуры, общие места, определённые концепции и стратегии споров. В некоторых магазинах ассортимент никогда не меняется, в то время как другие магазины предлагают такие идеи, которые могут пригодиться в некоей конкретной речи. Вы должны распределить магазины согласно классическому порядку произнесения речи: в этом торговом центре будут располагаться сначала товары, которые могут помочь вам в составлении вступления, затем там будут те товары, которые помогут вам произнести хорошую повествовательную часть, после – те, которые помогут вам привести факты, затем будут следовать товары для разделения, доказательства, опровержения и заключения. Например, в отделе товаров для вступления будут находиться все приёмы *этоса*. Один из них, «трюк сомнения» (*dubitatio*) – трюк, основанный на том, что тот, кто производит этот трюк, притворяется, что он не знает, с чего начать, – может быть зеркалом в форме вопросительного знака. Другой приём, который состоит в том, что вы делаете вид, что вы, после того как обдумали все аргументы оппонента, пришли к своему, сами того не очень желая, – этот приём может быть представлен в виде следующего товара: картины, выполненной на двух сторонах холста. На одной стороне холста изображён один аргумент, на другой – противоположный. Если бы мы очень хотели во всём следовать античным практикам, мы бы сделали эту картину порнографической; а в некоторых наших историях обязательно фигурировали бы

обнажённые мужчины и женщины, вытворяющие очень интересные вещи. Преподаватели риторики считали, что их ученики – исключительно молодые мужчины – очень хорошо запоминали такие образы.

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

МЫ ПРОСТО ДУМАЕМ О БЕЙСБОЛЕ. Древние люди были просто помешаны на своей памяти. Один оратор, например, говорил, что в памяти можно уместить целое судебное дело в форме всего лишь одного образа: «Например, прокурор сказал, что обвиняемый отравил человека ядом, заключил, что мотивом преступления были интересы на наследство, и заявил, что у этого акта было множество свидетелей и соучастников... Нам следует представить себе жертву, лежащую больную в постели... а у постели нам следует представить обвиняемого, держащего в своей правой руке чашку, а в левой – таблетки, и при этом на безымянном пальце левой руки он удерживает бараньи тестикулы...» Наверное, римляне что-то в этом видели.

Добропорядочный древнеримский джентльмен должен был посещать свою «виллу памяти», по крайней мере, один раз в день, осматривать каждый её раздел и сохранять в голове образы, и он был обязан делать это всё даже в такие дни, когда ему не нужно было произносить никаких речей. Это давало ему возможность просто заглянуть в свою виллу и быстро найти нужное ему отделение, когда возникала необходимость произнесения речи. Вместо того чтобы, как мы, запоминать план и отдельные фразы, он просто мог запомнить маршрут определённого вида речи с некоторым количеством новых образов, которые, конечно же, располагались в определённых местах, и употребить это всё – этот маршрут и эти новые образы – для произнесения нужной речи.

Каким бы это странным нам ни казалось, но даже сегодня у нас есть нечто похожее на эту архитектурную память. Возьмём, к примеру, пауэрпойнт. Часто на каждом слайде располагается изображение – картинка, таблица или диаграмма, – которое относится к определённой концепции. Смотря на слайд и на свою аудиторию, говорящий может вспомнить, что ему нужно говорить. В моём случае, поскольку моя речь

ограничена всего пятнадцатью минутами и поскольку я собираюсь выдержать её в простых выражениях, я могу обойтись без письменных подсказок и прочей риторической мнемоники. Однако римляне говорили часами, и их аудитория постоянно их перебывала. И они могли в мгновение ока очутиться в своём доме памяти и найти там что-нибудь, кхм, запоминающееся.

Подача

Если с изобретением, распределением, стилем и памятью я всё сделал правильно, то пятая часть должна пойти как по маслу. Эта часть – подача (или *actio*, как её звали римляне), акт преподнесения речи. подача тесно связана с телесным языком, а также с голосом, ритмами и дыханием.

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

МАГАЗИН ЧУДЕС ПОЯВИЛСЯ ПОЗЖЕ. После открытия Нового Света зажиточные семьи использовали риторическую память при создании «комнат чудес», заполненных сувенирами («предметами памяти») из чужих земель. Впоследствии эти комнаты превратились в современные музеи. В древней мифологии музы были дочерьми Мнемосины, персонифицированной Памяти.

Во времена Возрождения и раннего Просвещения подача была необычайно популярна. На полках библиотеки Дартмутского колледжа я как-то раз нашёл один из бестселлеров того времени, «Хирологию» Джона Бульвера. В ней есть иллюстрации, поясняющие сочетания различных жестов ладонями, руками и пальцами с определёнными выражениями лица и риторическими эмоциями. Например, для того, чтобы выразить своё почтение, вам нужно было выставить руку внутренней стороной ладони вверх со сложенными вместе пальцами. Теперь расставьте пальцы и вскиньте руку вверх перед своей аудиторией. Почтение! Простой народ изучал такие книги, чтобы научиться эффектно подражать манерам высшей знати. Будешь вести себя как знать, – может, тогда и станешь знатью. Однако Томас Джефферсон, когда стал президентом, поступал ровно наоборот. Он носил вельветовые брюки и ездил верхом на лошади, вместо того чтобы

брать карету. Это был риторический жест, подчёркивающий простоту Америки, отличающуюся от Европы.

ЗНАЧЕНИЯ

Древнегреческое обозначение подачи – *hypokrisis*. Ввиду исторически обусловленной неприязни к убеждению, это слово легло в основу современного английского слова «лицемерие».

Однако изначальная идея подачи была связана именно с произнесением речей, а не с политическим символизмом. Начнём с голоса. Идеальный голос обладает правильными **громкостью, стабильностью и гибкостью**. Громкость – это ваша способность проецировать свои мысли. Стабильность – это выносливость, терпение. Если вы произносите долгую речь, то постарайтесь в её начале говорить спокойно, а на её протяжении не говорить пронзительно. Что же касается гибкости, то она предполагает вашу способность менять свой тон в зависимости от ситуации. Ораторы вывели множество тонов: возвышенный, выразительный, повествовательный, шутливый; также они вывели особые тона для бесед, дебатов и особых случаев, – но сегодня мы говорим преимущественно в стиле беседы.

И всё же изменение голоса может помочь мне. Я могу облегчить свою речь мягкими тонами, и благодаря этому мне будет очень легко вызвать чувство *enargeia* лесной тишины. К концу речи я могу заговорить чуть громче. Мне также следует ускоряться и замедляться в зависимости от мыслей и образов, которые я выражаю: опять же, медленно – в части про леса, быстро – в части про вездеходный транспорт.

ЗНАЧЕНИЯ

То, что мы называем театральным актёрством, в XVII веке называлось игрой. Актёрством тогда занимались ораторы.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК В БОЛЬШОМ ПОМЕЩЕНИИ

Когда одного преподавателя театральных дисциплин Дартмута в 1960-х годах попросили дать наилучший совет начинающему актёру, он сказал: «Говорите громче». Это

особенно хорошо работает в таких ситуациях, когда вы нервничаете. Сосредоточьтесь на том, чтобы говорить громко (заранее отрегулировав громкость микрофона, чтобы ваш голос не звучал чересчур оглушительно), и тогда ваш голос автоматически приобретёт уверенный тон и ритм.

Что же касается физического движения, ораторы советуют мне не привлекать особого внимания к моей жестикуляции. Чтобы сделать акцент на какой-нибудь мысли, мне следует, например, немного повести плечами. Скажу вам, лучше избегать жестов совсем, чем делать ошибочные движения. Так что я сосредоточусь на выражении своего лица, опять же следуя в этом за Цицероном, говорившим: «Глаза – это зеркало души». Глаза производят самые красноречивые жесты, а моим-то глазам и вовсе в этом очень помогают мои мохнатые брови.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК НА ЛЮДЯХ

Автор речей Рональда Рейгана, Мартин Андерсон, говорил президенту, чтобы тот стоял ровно, руки несколько скруглил, а большие пальцы держал примерно в области швов брюк. Президент признавался, что это не очень удобно, но зато создаёт вид расслабленности.

О'кей, я готов. Я захожу в зал с белыми стенами, и половицы уведомляют всех о моём появлении громким скрипом. Жители Новой Англии обычно являются не самой приветливой аудиторией, но, по крайней мере, эти люди выглядят заинтересованно. Я окидываю взглядом сорок или пятьдесят лиц, находящихся в зале, и чувствую мгновенный прилив ужаса. Он быстро сглаживается, когда я вспоминаю о своей внушительной амуниции: придуманном мною аргументе, чувстве правильного стиля и тона, плане, который я знаю наизусть, потому что я следую ему в каждой своей речи (вступление, повествование, разделение, доказательство, опровержение и заключение), и уверенности в том, что если я буду говорить громко, то буду чувствовать себя уверенно. Но самое главное то, что я обладаю поддержкой самого Цицерона. И меня поддерживает не теория Цицерона, а именно он сам. Однажды во время одного важного судебного разбирательства, происходившего на римском форуме, он остановился в ужасе, окоченев от приступа боязни сцены. А потом он

взял и ушёл. Он, величайший оратор в истории, человек настолько храбрый, что способен отстоять Республику перед самим Юлием Цезарем, – взял и ушёл. Как бы ужасающе неловко это ни было, он этим привнёс один из самых больших вкладов в риторику, потому что с тех пор любой человек может успокоить себя мыслью о том, что даже величайшего оратора в истории настиг страх в решающую минуту.

Теперь, когда вы увидели, как я произношу речь, настало время посмотреть на мастера в деле. Читайте дальше.

А с конференцией TED это работает?

Ораторское искусство далеко не мертво. Посмотрите хотя бы на TED, международную организацию, занимающуюся созданием условий для произнесения восемнадцатиминутных речей. Этот акроним расшифровывается как Technology Entertainment Design (Технологии, Развлечения, Дизайн), однако со времён основания компании количество тем значительно расширилось, и теперь во время конференции люди говорят чуть ли не обо всём. Первая такая конференция была проведена в 2006 году; спустя шесть лет уже праздновали миллиардный просмотр в Интернете. Любой человек, обладающий «идеей, достойной быть услышанной», как выражаются главари TED, хочет произнести речь на главной сцене. Или, если на главной сцене выступить не получается, на одном из мероприятий TED, которые проводятся в различных странах мира.

Как создать отличную речь для TED? Нужно следовать правилам выстраивания и произнесения речи. Цицерон бы просто разнёс эту конференцию. У него было для этого всё, что нужно: от изобретения до подачи.

Как создать отличную речь для TED? Нужно следовать правилам выстраивания и произнесения речи, изложенным в этой главе. Цицерон бы просто *разнёс* эту конференцию. У него было для этого всё, что нужно: от изобретения до подачи. Изучив сотни речей, произнесённых на мероприятиях TED, я смог выявить технику, которая используется во всех самых популярных речах. Эта техника заключается в том, что

говорящий превращает свою речь в настоящее путешествие в неизведанные края.

Хотя нас в школе и учили сначала делать заявление, а потом доказывать его, большая часть речей TED работает наоборот: сначала идёт доказательство, а потом – заключение. Иными словами, образовательная система учит нас руководствоваться дедуктивной логикой во время произнесения аргументов. В TED же используется индуктивная логика. (Если вам нужно освежить знания в этой области, вернитесь к 13-й главе.) Разместив доказательство перед заключением, вы превращаете свой аргумент в увлекательную историю, в которой вы заново открываете свою мысль вместе с аудиторией.

Представим, что вы хотите смастерить речь для TED, в которой вы расскажете о том, что манипулирование людьми – это на самом деле хорошо. Вы можете привлечь всеобщее внимание, сказав: «Если вы хотите мира на Земле, то вам нужно овладеть тёмным искусством манипуляции». Но большинство членов аудитории в этот момент подумают: «Стоп. Я ненавижу манипуляцию. Я не хочу, чтобы этот гад склонил меня к тому, что я захочу это сделать во благо человечества». Вот вам дедуктивная логика.

Вместо этого вы можете испробовать индуктивный подход, в котором вы будете совместно со своей аудиторией открывать улики. Начните с личной истории о том, как вы «просветили» одного несчастного невежественного человека и показали ему, что нужно заботиться о бедных.

ВЫ: Я использовал самую великолепную логику, показывая, как забота о бедных помогает экономике, препятствует распространению заболеваний и в целом является моральным благодеянием. И тем не менее все мои безупречные аргументы решительно ни к чему не привели. Почему? Потому что мой друг не был *противником* заботы о бедных. Он просто был противником траты *своих* заработанных потом и кровью денег на эту заботу. Он сказал, что пособия ставят бедных людей в зависимость и являются первым шагом на пути к возникновению дурных привычек и патологической лени. Я разгорячился и начал упрекать своего друга в том, что он мыслит стереотипно и стриждёт всех бедных людей под одну гребёнку. Я привёл статистические данные, наглядно демонстрирующие, что бедные люди не более ленивы, чем остальные. Потом всё пришло к тому, что мы уже

оба были разгорячённые. Итак, какую безупречную логику и какие правдивые факты я тогда ни использовал, я ничего не добился. К концу разговора мой друг уже был готов начать *отнимать* деньги у бедных людей.

Теперь вы можете сделать небольшой намёк на своё будущее заключение.

ВЫ: А что, если существует нечто иное, некая техника, которая могла бы убедить тогда моего друга? И что, если это нечто отличное от холодных фактов и жёсткой логики?

После этого вы приводите ещё один пример, в котором рассказываете про то, как вы пытались уговорить своего стареющего отца перестать водить машину. Вы снова устраиваете ракетный обстрел фактов и логики, и ракеты снова отскакивают от цели. Но посреди разговора вы слышите, как он произносит слово «отказаться».

ВЫ: Он сказал мне, что отказаться от вождения – это всё равно что отказаться от жизни. И тут я внезапно осознал, что мой отец считает, что с того момента, когда он начнёт просить своих друзей, чтобы те его подвезли, или когда он начнёт пользоваться каршерингом – с этого момента начнётся закат его жизни. Он считает, что это первый шаг на пути к смерти. А он ещё не готов совершить этот шаг. Я понял, что это не имеет никакого отношения ни к логике, ни к фактам. Это имеет отношение к душе моего отца. Его душа настроена на жизнь, на отчаянную борьбу с её затиханием. И я подумал тогда: а что, если я помещу отказ от вождения на сторону жизни? Что, если я смогу убедить его в том, что каршеринг поможет ему стать более независимым? Для этого мне нужно переменить условия моего аргумента: мне нужно заменить мои факты и мою логику на его убеждения и его надежды. Это предполагает, что я даже должен примешать ко всему такое чувство, как любовь, которое, как известно, может быть очень сильным орудием убеждения. Так что я и сказал ему, что я его люблю и что он мой герой, потому что он никогда не сдаётся. Однако переход на более современные способы перемещения – такие, которые предполагают участие друзей и семьи, – это отнюдь не значит отказаться от жизни, – сказал я ему. Это проявление решимости к преодолению новых испытаний. Вместо того чтобы уговаривать его выбросить водительские права, я предложил ему провести неделю,

перемещаясь только с помощью приложений Lyft и Uber. Я загрузил эти приложения на его смартфон и завёл для него учётные записи.

Теперь вы расширяете свой разговор так, что он начинает захватывать различные области политики, мировой экономики и будущего человечества. Вы показываете, как этот вид манипуляции помог при создании этой несовершенной, прекрасной страны – Соединённых Штатов Америки. И вы оставляете своей аудитории небольшое домашнее задание.

ВЫ: В следующий раз, когда вы почувствуете, что с кем-то не согласны, попробуйте использовать убеждения, ожидания и желания своего оппонента в качестве инструмента, с помощью которого вы переманите этого человека на свою сторону. А затем задайте себе вопрос: теперь стало лучше? Хуже?

Завершите всё следующим образом.

ВЫ: Если вас всё ещё беспокоит этика, то сделайте вот что: после того как вы произведёте манипуляцию над кем-то, дайте это понять своей жертве. Она, скорее всего, не станет злиться. И вы обнаружите, что она, даже зная о том, что вы её надули, будет вам благодарна за то, что вы беспокоитесь о её убеждениях, о её ожиданиях и надеждах. Да, это манипуляция. А ещё это прекрасный акт сочувствия.

Средства

Бедный Эдвард Эверетт. Он составил настоящую Геттисбергскую речь, и никто не помнит его. Но в то время люди не пришли в особый восторг от опуса Линкольна, состоящего из 268 слов. Для тех времён он был чересчур прост, а высокий гудящий голос Линкольна утопал в обстановке кладбища и был едва слышен. А вот Эверетт тогда представлял главный интерес публики. Этот блестящий оратор, государственный секретарь США, преемник Дэниела Уэбстера, мог держать людей в очарованном состоянии по несколько часов – и в день произнесения Геттисбергской речи он сделал то же самое. (Эту речь стоит прочитать. Описанные им батальные сцены по своей красочности не уступают кинофильмам.) Эверетт, убеждённый последователь Цицерона, как и Уэбстер, сознательно использовал пять канонов. Так что и нам с вами в любой речи и в любой презентации тоже следует придерживаться пяти канонов.

- **Изобретение.** Соберите материал для своей речи. (Английское слово «изобретение» («*invention*») происходит от латинского «*invenire*», означающего «найти».) Сюда относятся почти все логические техники, приведённые в этой книге. Отдельные средства *логоса* вы найдёте в приложении.

- **Распределение.** Введение (в котором вам следует опираться на *эмос*), повествование, разделение, доказательство, опровержение (эти четыре промежуточных элемента должны быть сосредоточены на *логосе*) и заключение (в котором вы можете картинно расчувствоваться, если хотите).

- **Стиль.** Пять признаков хорошего стиля: правильная речь, ясность, выразительность, декорум и орнамент.

- **Память.** Этот канон труднее всего применить в условиях современной речи. Люди античных времён начинали обучать людей выполнять различные упражнения по усилению памяти ещё в самом детстве, так что, уже будучи взрослыми, они могли выстроить свои «виллы памяти», комнаты которых были заполнены различными темами и приёмами. К счастью, у нас сейчас есть пауэрпойнт, который во многом работает так же, как и вилла памяти.

- **Подача.** Здесь вы исполняете театральный акт и акт в смысле деяния. Следите за своим голосом («Я достаточно громко говорю; меня хорошо слышно в этой аудитории?») и за своей жестикуляцией. Цицерон считал, что глаза (как выражение глаз, так и визуальный контакт) являются аспектом жестикуляции. Уверенный голос и уверенные жесты, начинающиеся с глаз, – вот что является главным секретом хорошей подачи, *actio*.

- **Индуктивная логика.** Когда вы формулируете речь в стиле TED, попытайтесь расположить доказательство перед заключением.

Глава 27

Захватите свою аудиторию

Период Трампа

Я сразил всех наповал.

Марк Туллий Цицерон

Украдите трюки успешных ораторов

Тем, кто думает, что высокое ораторское искусство уже давно изжило себя, следовало бы не спать 27 июля 2004 года, когда была произнесена речь, которая самым буквальным образом изменила ход истории.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Я выступаю против оппонирующего мнения не просто приводя опровергающие аргументы, но указывая на то, что сторонники противоположного мнения просто не понимают чего-то. Вот владей они теми фактами, что имеются у меня, – они бы непременно согласились!

«Барак кто?» – спрашивали разные люди, когда кандидат в сенат вышел на подиум во время съезда Демократической партии США как основной докладчик. Когда этот человек приветствовал взмахом руки аудиторию, телерепортёры читали на листовках: трижды сенатор штата Иллинойс, первый афроамериканец, ставший президентом журнала *Harvard Law Review*, автор книги «Мечты моего отца». Четырьмя годами ранее предпринял безуспешную попытку попасть в палату представителей США и даже не сумел получить специальный пропуск на конвенцию 2000 года. Недавно победил в праймериз Демократической партии, пройдя в сенат. Его оппонент-республиканец был дискредитирован секс-скандалом. Барак Обама неожиданно стал восходящей звездой.

Последний раз, когда речь, произнесённая относительно неизвестным человеком, привела его к посту президента США, был в 1860 году, когда провинциальный юрист из штата Иллинойс по имени Авраам Линкольн привёл в неистовый восторг элитную нью-йоркскую аудиторию, произнеся своё знаменитое обращение в Купер-Юнионе. Линкольну нужно было убедить относительно небольшую группу скептиков в том, что он обладал должными познаниями и умениями, чтобы быть президентом. Обама нужно было доказать, что он был политической рок-звездой. Оба человека достигли своих целей.

Речь Обамы сделала его книгу внезапным бестселлером и обеспечила ему армию преданных фанатов. В одночасье он из политического новичка превратился в кандидата в президенты. В следующий раз произносил речь на этом же съезде в 2008 году, уже будучи выдвинутым в качестве кандидата от партии на должность президента.

Я тогда не считал нужным тратить время на просмотр первой речи Обамы. Ну кому могло бы быть интересно смотреть на мутную речь какого-то безвестного человека перед сборищем верещащих придурковатых демократов? Это были ошибочные суждения с моей стороны. Он показал, какой великой мощью может обладать риторика. В его случае это была риторика старого, классического образца. Эта глава покажет вам, как Обама употребил демонстративную риторику так, что она обеспечила ему миллионы поклонников и сделала его лидером. Да, Аристотель хотел, чтобы политическая речь была осмысленной: обращалась в значительной степени вокруг выборов и решений, проходила преимущественно в будущем времени и рассказывала аудитории о том, что для неё лучше всего. Большая часть этой книги имеет дело с осмысленным подходом – со спорами, имеющими своей целью принятие решения. Однако, если вы произносите речь для того, чтобы сплотить людей, вам нужно быть демонстративным. Изучите демонстративную риторику, и тогда вы не только будете знать, чего нужно остерегаться в речи, что в ней нужно стараться выявить и что в ней нужно критиковать, – изучив её, вы также сможете стать выдающимся оратором.

Так давайте же начнём со знаменитой речи Обамы, затем рассмотрим его более поздние выступления и, наконец, выясним, какие демонстративные методы стоят за всей этой магией. После

рассмотрения Обамы мы перейдём к одному особому климатическому приёму под названием *период*, изобретённому тысячи лет назад и использованному Дональдом Трампом, чтобы пробраться в Белый дом. Что бы вы ни думали об этих президентах, они оба могут многому вас научить. Это уже настоящая риторика в своей первозданной, античной форме. И она, очевидно, работает до сих пор.

Скопируйте план Цицерона

Вы могли бы подумать, что Обама посещал некую специальную риторическую школу. Он старательно следует учению Цицерона, устраивая свои речи по классическому образцу: вступление, повествование, разделение, доказательство, опровержение и заключение.

Вступление. Как истинный последователь Цицерона, Обама устанавливает свой образ прямо в самом начале своей речи на конвенции: «Вообще удивительно то, что я стою на этой сцене». Хорошая уловка, показывающая его скромность и позволяющая ему плавно перейти к повествованию.

Повествование. Он рассказывает историю своих родителей – о пастухе, который отправился на учёбу в Америку, и о женщине, «родившейся на другом конце света, в Канзасе», – и подытоживает её моралистическим умозаключением, которое приводит его образ в соответствие с американским мировоззрением: «Я стою здесь и понимаю, что моя история – это только часть общей истории Америки, – говорит он. – В этом и состоит истинный гений Америки: в вере в простые мечты её народа».

Разделение. Хороший оратор использует разделение для того, чтобы представить обе стороны: свою – в самых светлых выражениях и враждебную... Впрочем, вам точно не следует слишком нарочито опускать своего соперника. Будет гораздо лучше, если вы выкажете свою глубокую горечь по поводу того, как сильно заблуждается ваш оппонент. Именно этот подход использует Обама: «Вот что я вам хочу нынче сказать: нам есть над чем поработать». Вот что он действительно имеет в виду: «После четырёх лет правления администрации Буша и Чейни нам нужно очень многое привести в порядок». Используйте

разделение для того, чтобы звучать более резонно, чем противная сторона, подразумевая, что вы – это тот, кто прав.

Доказательство. Чтобы подтвердить своё высказывание по поводу объёмов предстоящей работы, Обама использует классический риторический приём – каталог: мол, в стране имеет место отток ценных кадров, нефтедобывающие компании держат Америку в заложниках, народ вынужден жертвовать своей свободой во имя безопасности, религия «стремится разделить народ», войны, в которых погрязла страна, сильно вредят ей и т. д. и т. д.

Опровержение. Вот тут уже начинается веселье: полномасштабный налёт на противника. Обама здесь немного отходит от правил Цицерона. Вместо того чтобы напрямую наброситься на республиканцев, он накидывается на «отдельных заинтересованных лиц», стремящихся вселить раздор в американский народ. После этого он произносит самое громкое заявление из всех, что прозвучали в тот день. Вплоть до момента произнесения этих слов он выдерживал свой голос в ровном, взвешенном и твёрдом состоянии. Теперь же он набирает громкость и нагнетается так, что начинает походить на молотящего по кафедре министра: «Так вот что я этим лицам хочу сказать: у нас нет либеральной Америки и нет консервативной Америки, у нас есть Соединённые Штаты Америки!» Эти слова прокатились волной по всему миру.

Заключение. Окончание качественной речи выполняет двойную функцию: оно подытоживает всё, что прозвучало ранее, и призывает к действию. «Вот для чего, в конце концов, нужны эти выборы. Мы должны решить, что мы поддерживаем: политику цинизма или политику надежды». («Надежды!» – выкрикивают делегаты, счастливо отвечая на риторический вопрос Обамы.) Теперь, когда Обама разобрался со всем, что связано с *логосом*, он может оседлать волну аплодисментов, на которой он выдаст череду высказываний, начинающихся со слова «и». Он призывает свою аудиторию к действию, описывая счастливое будущее: «... и Джон Керри станет президентом, и Джон Эдвардс станет вице-президентом, и наша страна наконец выйдет из затяжного политического мрака...» Каждое новое дополнение вызывает у аудитории новый прилив восторга, присутствующие шумят всё громче и громче, так что к концу выступления в зале стоит такой оглушительный грохот, что дежурные

слова Обамы – «Всем спасибо, да благословит вас Господь» – приходится читать по губам.

Хотя Керри впоследствии и не стал президентом, эта речь всё же принесла Обаме громогласный успех. Цицерон бы гордился им.

Используйте демонстративную риторику, для того чтобы сплотить людей

Давайте рассмотрим другие блестящие примеры ораторского искусства Обамы. Начнём с его первой инаугурационной речи. Помните: демонстративная риторика связана с ценностями. Она сосредоточена на настоящем времени, и она определяет, что хорошо, а что плохо, что правильно, а что неправильно. Один из лучших способов поговорить о ценностях – это сопоставить их с ценностями противника.

ОБАМА: Мы не собираемся просить прощения за наш образ жизни, и мы намерены непоколебимо его отстаивать. А всем тем, кто стремится удовлетворить собственные интересы через террор и расправу над невинными людьми, – этим людям мы заявляем прямо и открыто: наш дух силён и он не будет сломлен; вам нас не побороть. Мы всё равно в конце концов восторжествуем.

Здесь вы можете разглядеть очередной приём: *прозопопею*, которая предполагает разговор от чужого лица (в данном случае разговор ведётся с неким абстрактным чужим лицом). (Прозопопея вообще в значительной степени связана с притворством.)

Ничто не способно так сплотить людей, как осознание существования общего врага. Если же вы хотите изобразить себя как лидера «хорошей» стороны, то для этого вам нужно вынести «нехорошей» стороне строгое предупреждение. Обама на самом деле, конечно же, не говорит со своими соперниками. Он говорит с избирателями. Вместо того чтобы предлагать слушателям набраться терпения (а такое предложение, сделанное гражданам страны, известной своей резкостью, может обернуться чем-то очень нехорошим), он рассказывает о последствиях: о том, как слушатели восторжествуют, потому что они сильные.

Обратите проблему в риторику идентичности

Несмотря на убеждение слишком большого числа послеобеденных говорунов, в человеке, как правило, очень трудно пробудить живой интерес к выполнению предстоящих задач, просто сказав ему, что проблема таит в себе те или иные возможности. Да и если вы будете

называть проблему «вызовом» или «испытанием», это вас вряд ли к чему-то приведёт (хотя даже сам Обама периодически употреблял это клише). Лучше скажите своей аудитории, что ей дан шанс проявить свои способности. Он именно так сказал в своей первой инаугурационной речи. Расстроенную экономику он обратил в испытание стойкости.

ОБАМА: Пусть наши внуки, вспоминая о нынешних временах, будут говорить, что, несмотря на все трудности, мы не сдались, что мы не струсил и не предали самих себя; что мы, благословлённые Богом, устремившись на горизонт, уверенно несли вперёд великое знамя свободы, которое мы с гордостью передали потомкам.

Не забывайте, что его аудитория считает мужчин и женщин, заставших Вторую мировую войну, «величайшим поколением». У меня, например, есть знакомые, которые по-настоящему сетуют, что они не жили во времена этой войны. Они не могут назвать себя представителями величайшего поколения в истории. Да уж, люди порой готовы пойти на очень многое ради того, чтобы доказать свою добродетельность, – даже если для этого нужно рисковать собственной жизнью.

Сделайте наставление своей аудитории в форме лест

В главе, посвящённой ошибкам, я советовал вам не полагаться на извинения и говорил, что будет лучше, если вы будете говорить про то, как вы расстроены из-за того, что вы не смогли ответить собственным высоким стандартам. Та же техника работает в случаях, когда вы говорите с каким-то человеком о его оплошности или об оплошности, которую вы совершили с ним вдвоём. Эта форма демонстративной риторики легче всего приводит к осмысленному решению: используя её, вы усиливаете уверенность своей аудитории, напоминая ей при этом о ценностях, которые вы с ней разделяете.

ОБАМА: Америка, американский народ, услышь меня. Мы гораздо лучше, чем то, какими мы себя выставляли на протяжении последних восьми лет. Мы лучше, чем это.

Каждый родитель с риторическим чутьём знает об этой технике. Вместо того чтобы сказать своему маленькому негодяю, что он плохой ребёнок, потому что он измазал всю стену детским питанием, скажите лучше ему, что он ведёт себя негоже.

ВЫ: Ох, Сэди! Ну зачем ты это сделала?.. Ты же хорошая девочка.

Во время съезда Демократической партии в 2008 году Обама проделал в точности то же самое, сказав в своей торжественной речи, что Америка «лучше», чем то, чем она была на протяжении последних восьми лет. Но только в случае Обамы упрёк делался не дочери, а оппонентам.

Используйте театральные техники, чтобы напустить драматичности

Это чистейшее *enargeia*, как сказали бы древние греки. Говорящий выстраивает сцену прямо на глазах у аудитории.

ОБАМА: Один марш протеста был разогнан полицией с применением огнестрельного оружия и слезоточивого газа. Когда дым разошёлся, обнаружилось, что 280 человек были арестованы, 60 – ранены, а один шестнадцатилетний ребёнок вовсе погиб.

Хотя Обама говорит о прошедших событиях, он использует историю в русле демонстративной риторики. Этот краткий экскурс в историю изобразил события времён одной Конвенции о труде, проведённой ещё во времена, когда Обама был сенатором. Секрет этого экскурса заключается в кинематографическом развитии событий: речь Обамы в этом случае подобна широкоугольному кадру, постепенно сужающемуся. Сначала вы видите марш протеста и стягивающиеся к месту событий силы полиции. Затем мы приближаемся чуть ближе, и в наше поле зрения постепенно входят дымовые завесы и перестрелка. Ещё более сильное приближение являет взору неопознанные тела. Максимальное приближение сосредоточивается на безжизненном лице юной жертвы. Душераздирающее зрелище. Оно сплотило аудиторию, изобразив ей движение за защиту прав трудящихся как что-то благородное и драматичное. Это всё демонстративная риторика.

Сделайте сложное простым с помощью балансирующих фигур

Весной 2008 года гонка праймериз Демократической партии США свелась к тому, что за кандидатуру тесно боролись двое: Обама и Хиллари Клинтон. Произойди на чьей-нибудь стороне скандал – и баланс бы тут же сместился в ту или иную сторону. И именно в это время ролики, в которых бывший пастор Барака Обамы, Джереми Райт, проклинал Америку, заполнили ютуб. К тому моменту расовая принадлежность уже не играла сколько-нибудь серьёзной роли в политике; никто уже не мог использовать её для извлечения выгоды.

В данном случае Обаме ничего не оставалось, кроме как ответить проповеднику. Однако, вместо того чтобы уйти на безопасное расстояние от огнедышащего горнила проблемы, сенатор смело обратился к расовой проблеме напрямую. Получилось так, что он разбитую машину превратил в космический корабль.

ОБАМА: В церкви объединяются истовая доброта и жестокость, непостижимая образованность и поразительное невежество, тяготы и успехи, любовь и, увы, печали и неприязнь, коими преисполнена жизнь чёрного населения Америки.

Обама попытался показать, что экстремистские взгляды пастора были лишь одной стороной очень большой и сложной истории. Но как рассказать очень сложную историю, не выражаясь при этом... сложно? Нужно пользоваться специальной фигурой речи под названием *антитеза*, которая выводит пары противоположностей в возрастающей последовательности. Эта фигура позволяет ему показать своей аудитории светлую сторону запятнанной монеты, подчеркнув, что преподобный Райт на самом деле благословляет Америку (когда он прокликает её).

Так что же на самом деле делает Обама? Он использует демонстративную риторику, чтобы показать, что ценности чёрных американцев – и в том числе этой церкви – соотносятся со многими ценностями самой Америки: трудностями и успехами, любовью и неприязнью.

Чтобы сделать акцент на той или иной мысли, начните новое предложение, не успев закончить текущее

ОБАМА: Быть может, с испытаниями, выпавшими на нашу долю, никому до нас не приходилось сталкиваться. Быть может, средства, с помощью которых мы эти испытания преодолеваем, никто до нас не использовал. Но те ценности, от которых всецело зависит наш успех, – порядочность и трудолюбие, храбрость и честность, толерантность и любознательность, лояльность и патриотизм, – эти ценности стары как мир.

Почему он просто не сказал: «Такие-то и такие-то ценности стары как мир»? Это было бы более ёмко и красиво. Однако вклинив в конец предложения дополнительную морфологическую единицу, Обама делает моментальную паузу, а затем возобновляет речь, делая особый акцент на последних словах: «Эти. Ценности. Стары. Как. Мир».

Обратите также внимание на то, что пять последних слов завершают долгое монотонное перечисление. Давление всё нарастает и нарастает до тех пор, пока оно резко не спускается в последней части предложения. Огромное количество речей не произвело на меня сколько-нибудь заметного впечатления, однако эти слова Обамы прогнали мне мороз по коже.

Я включил сюда этот пример, чтобы показать, насколько эффективными в ораторском деле могут быть фигуры речи. Перечитайте главу про фигуры, а затем посмотрите, сможете ли вы их выявить в отдельных великолепных выступлениях. Когда будете работать над своей речью или презентацией, выявите самые плоские и скучные предложения и подумайте над тем, какую фигуру можно использовать, чтобы исправить их.

Свяжите сильно отличающиеся друг от друга вещи с помощью аллитерации

ОБАМА: Таковы цена и перспективы гражданского общества.

Коллективное самопожертвование, совместное преодоление трудностей – это стандартные темы инаугурационных речей, и речь Обамы тут не стала исключением. В таких речах есть один крайне неловкий момент. На протяжении всей предвыборной кампании Обама всячески потакал своим поклонникам, утверждая, что бесплатный обед – не миф. *Я наведу порядок в здравоохранении, поправлю дела в оборонном комплексе, произведу денежные вливания в сферу образования и снижу ваши налоги. И я не только отменю гравитацию, но даже сделаю так, что конгресс примет соответствующий закон!* Но как только Обама успешно преодолел черту выборов, он уже мог напомнить людям, что за гражданское общество нужно платить. Но постойте: он говорит, что плата и воздаяние – это родственные понятия. Чтобы связать их вместе, Обама искусно использует созвучные слова: «*price*» («цена») и «*promise*» («перспективы»).

Вообще, советую вам следить за такими нагромождениями созвучных слов; они могут ввести в заблуждение. Однако пара букв «р», расположившаяся посреди предложения, может сблизить очень дальних риторических родственников. Опять фигуры. Если вы хотите говорить демонстративно (или если вы хотите выразить почтение технике оппонента) – ищите фигуры.

Заставьте свою аудиторию запомнить одну вещь, выразив её в одном слове

ОБАМА: *Виргиния, у меня для вас только одно слово, всего одно слово. Завтра. Завтра.*

Произнеся эти слова за день до выборов, Обама уподобился одному неприятному пареньку из фильма «Выпускник», который говорит: «У меня для вас только одно слово, всего одно слово... Пластик». Неприятный, да, но зато запоминающийся. Обама мог бы сказать: «Вся эта кампания наконец пришла к своему логическому завершению: ко дню выборов!» Но вместо этого он использовал повторение и однословное заключение, чтобы завтрашний день показался чем-то вроде оси, от которой зависит судьба всего человечества. К тому же он сделал замечательную отсылку к поп-культуре. Это часто делается в демонстративных обращениях. Одно ключевое слово подчёркивает нужную часть вашей речи, делая её запоминающейся.

Создайте такой этос, при котором ваш образ будет лучшим из всех возможных

Во время президентской кампании Обама произнёс свою первую речь в баптистской церкви Авен-Езер Мартина Лютера Кинга. Обама случайно допустил неуклюжую аритмию, скатившись до кривых фраз вроде «дефицит эмпатии», но он сумел выправить ситуацию, обратившись к образам и фигурам речи, которыми пользовался сам Мартин Лютер Кинг. В итоге присутствующие кричали: «Аминь!» – таков был их восторг.

ОБАМА: Мы не можем поодиночке вести борьбу за мир и справедливость. Мы не можем поодиночке вести борьбу за возможности и равенство. Мы не можем поодиночке вести борьбу за нашу страну и наш мир.

Повторяя начало предложений (если вам важны технические детали, то эта фигура называется *symploce*), он произнёс своего рода гимн. Этот гимн явился более изящным и более патетическим способом сказать: «Во мне живёт вера, так же как и в вас, и я несу тот факел, который однажды нёс преподобный Кинг».

Если вам когда-нибудь придётся произнести речь по поводу отставки или похорон какого-нибудь хорошего человека, любимого семьёй и друзьями, попытайтесь воспринять ритм, манеру разговора и

выражений виновника событий. Так вы не только с лёгкостью сыщете расположение аудитории, но также воздадите этому человеку честь, как бы показав, что его дело ещё живёт.

Впоследствии переключитесь на будущее время

Сразу же после того, как Обама принял присягу, он в своём инаугурационном обращении постарался, кроме прочего, передать дух ещё одного из своих политических героев – Джона Кеннеди.

ОБАМА: Испытания, выпавшие на нашу долю, абсолютно реальны. Они серьёзны, и их немало. Их нельзя преодолеть с лёгкостью и в короткие сроки. Но я прошу вас, американский народ, запомнить: они будут преодолены.

Эти четыре предложения следуют особой «нарративной линией», как любят выражаться писатели. Сначала нам говорят, что проблемы (извините, «испытания») – это серьёзно. Затем нам говорят, что мы пройдем долгий трудный путь до самого конца. В конце мы получаем хеппи-энд. Обама риторически переиначивает классический героический эпос: герой получает задание, встречает на своём пути препятствия и в конце концов побеждает. И кто является героем в этой моралистической пьесе? Мы! На мгновение аудитория обольщается настолько, что почти начинает радоваться тому, какие замечательные испытания ей предстоит преодолеть. Ну а как ещё нам проявить храбрость?

Более важно то, что речь Обамы переходит из демонстративной риторики, – из речи, произносимой в настоящем времени, призванной сплотить слушателей, – переходит в осмысленную риторику решений. Из настоящего в будущее.

Опишите последствия принятых вами решений как мечту

ОБАМА: Что, если бы получить книгу было бы настолько же просто, как взять DVD-диск напрокат или купить еды в Макдоналдсе? Что, если бы в каждом хеппи-миле вместо игрушки лежала книга? Что, если бы по паркам рассекали мобильные библиотеки, подобно тому как по ним ездят фургоны с мороженым? Или если бы в магазинах устанавливались специальные киоски, где можно было бы взять книгу на время? Что, если бы летом, когда дети утрачивают большую часть прочитанного за школьный год, у каждого ребёнка был список книг для чтения и обсуждения и приглашение в летний читательский клуб в местной библиотеке?

Эта речь, произнесённая Обамой на конвенции библиотекарей, должно быть, перенесла слушателей в книжный Эдем. Ну, хорошо, допустим, это не самая запоминающаяся речь про «мечту» из всех подобных речей, что произносились афроамериканскими лидерами. Но Обама пошёл дальше банального описания утопии; он изобразил сценарий, явившийся плацдармом для донесения до аудитории различных идей: поющих фургонов с книгами, библиотек в магазинах и всего такого прочего. Хотите звучать как визионер? Выразите свои предложения в форме некоего подобия провидения.

Вы прошли от наилучшей демонстративной риторики к наилучшей осмысленной риторике. Вы достигли вершины ораторского искусства.

Дышите как Дональд

Обама являет собой безупречное изображение классического оратора: красивая речь, изысканный ритм, умелое использование этоса, кинематографичные повествования.

Теперь же давайте рассмотрим стиль Дональда Трампа. Иногда, если нужно, он может прочитать приличное, заранее приготовленное предложение на телесуфлёре, ненавистном устройстве, которое он однажды уничтожил буквально голыми руками. Трамп с телесуфлёром – это как младенец, поедающий лимонную кожуру. Так и встаёт перед глазами картина того, как его помощники боязливо подвигают по столу листы с напечатанным на них текстом обращения, боясь за свою жизнь больше, чем люди, кормящие акул. «Вот, держите, мистер Трамп. Умоляю вас, не сердитесь на меня».

Нет, чтецом Трампа уж точно не назовёшь. Он предпочитает придерживаться стиля комиков и проповедников старого толка: он говорит экспромтом. Это слово, «экспромт», сидит на Трампе как безупречный костюм от Vivoni. Слово «экспромт» происходит от латинского слова «*promere*», означающего «выдать» или «вынуть». Чтобы представить это наглядно, вспомните о том, как фокусники достают из кармана невероятно длинные платки.

Магия Трампа кроется не в длине его речей (которая порой бывает очень большой), а в мелких вставках, коими он их усеивает. Подобно стендап-комику, он говорит короткими очередями, неизбежно

оканчивающимися панчлайнами, которые он усиливает через повторение или с помощью своей любимой фразы: «Поверьте». Никогда нельзя предсказать, будет ли новая очередь логически или тематически связана с предыдущей. Как комик постоянно перебегает от темы к теме, в одну секунду говоря о загадке потерянных носков в сушилке для одежды, а в другую уже жалуясь на чудовищный храп своей жены, так же и темы речей Трампа, произносимых им в течение предвыборной кампании, переходили от размера его аудитории к вопиющей клевете СМИ, а от клеветы СМИ – к иммиграции. Часто эти переходы были бессвязными.

Однако за всем этим видимым безумием стоит один древний метод. Как-то раз, просматривая одну из этих речей Трампа, я решил измерить длину каждой очереди. Она всегда составляла около 12 секунд.

Интересно.

Затем я зашёл на ютуб с целью произвести схожий анализ речей, фигурирующих в различных фильмах: от «Храброго сердца» до «Команды из штата Индиана». Я просмотрел множество таких видео, отмеряя на секундомере в моём смартфоне время, проходящее с момента нагнетания саундтрека (ведущего к кульминационному моменту речи) до окончания речи. В среднем я получил те же 12 секунд. В редких случаях – больше тринадцати или меньше одиннадцати.

Очень интересно.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ПЕРИОД. Кульминационный момент речи, длящийся примерно столько же, сколько длится человеческий выдох, – около 12 секунд.

Почему? Потому что 12 секунд – это примерная продолжительность человеческого выдоха. Попробуйте сами. Сделайте глубокий вдох и прочитайте громко вслух текст, который вы видите на этой странице, пока у вас не истечёт дыхание. В античное время люди считали, что этот тайминг в значительной степени определял само развитие нашего мозга. Сколько времени у аудитории уйдёт на то, чтобы воспринять эту мысль? Примерно столько же, сколько у оратора уходит на выдох в процессе произнесения речи. Ораторы называли этот

промежуток времени *периодом* (если вы очень хотите придерживаться оригинала и звучать как грек, то вот как они это звали: *periodos*).

Все выдающиеся ораторы пользуются периодом в заключительной части своих речей или в моментах их эмоциональной кульминации. Барак Обама использовал период в речи, произнесённой им во время Общенационального съезда Демократической партии в 2004 году:

«У нас нет либеральной Америки и нет консервативной Америки, у нас есть Соединённые Штаты Америки. У нас нет чёрной, белой или азиатской Америки – у нас есть Соединённые Штаты Америки».

Когда будете читать эту цитату, засекайте время и посмотрите, как близко вы подойдёте к ритму Обамы. У него на это высказывание ушло ровно 12 секунд. Он сразил всех – так же как и Цицерон.

У Трампа подход совсем другой. Он использует период подобно тому, как комик использует остроты, посылая своей аудитории особый двенадцатисекундный мыслительный импульс. Такие импульсы особенно хорошо подходят соцсетям, где всё обычно происходит очень быстро и где редко можно остановить на чём-то взгляд больше чем на двенадцать секунд. Эти же импульсы позволяют собравшимся людям каждые двенадцать секунд делать всякие выкрики, как бы выражая этим свою причастность к общему делу.

А вам как лучше использовать период? Ну, если вы не произносите речь перед своими разъярёнными почитателями, вооружёнными транспарантами, плакатами и ещё бог знает чем, то вы можете придерживаться традиционной схемы. Период можно использовать не только для того, чтобы зажечь аудиторию; его также можно использовать в качестве самого костяка всей речи или презентации. Вместо того чтобы сразу прямо выкладывать все свои мысли, попробуйте лучше придумать около сорока вдохновляющих слов. Вы хотите вызвать у них ожесточённое стремление поспособствовать усовершенствованию экологического законодательства в вашем регионе? Хотите склонить их к членству в вашей организации? Или, может быть, вы хотите сообщить им какую-нибудь важную, по вашему мнению, идею? Подумайте хорошенько, каков истинный смысл вашей речи, – он и будет определять ваши рамки. Разработанный вами период объёмом в сорок слов образует особенно красивую рамку. Если вы не знаете, с чего начать, то попробуйте первым делом произнести что-нибудь вроде: «Я хочу рассказать вам про...» или «То, что я вам сейчас

скажу, – это *то-то* и *то-то*» и т. д. Потом вы уже сможете подобрать какие-нибудь более подходящие слова по данной теме или случаю. Однако фразы, подобные тем, что я привёл выше, позволяют вам сразу перейти к теме и различным нюансам, которые могут заинтересовать аудиторию. Вы даже можете прибегнуть к какой-нибудь неплохой антитезе, как это сделал Обама: «То, что я вам сейчас скажу, – это не какое-нибудь противопоставление либералов и консерваторов и т. д.».

Допустим, вы хотите произнести речь в стиле TED про современную форму рабства, имеющую место в американских тюрьмах. Вы сообщаете своей аудитории, что Тринадцатая поправка к Конституции США, отменившая рабство, приводит одно исключение по отношению к людям, осуждённым за совершение преступлений. Затем вы произносите следующий период:

«Это не какая-нибудь там метафора. Я говорю не только о заключённых афроамериканцах. Я говорю о буквальном, санкционированном рабстве! Разрешённом самой Конституцией США! Это, мне кажется, очень наглядно показывает нам, кто мы на самом деле такие».

Можно ещё вообразить ситуацию, в которой вы представляете некую консалтинговую группу. Вы делаете презентацию, в которой вы предлагаете одному большому ритейлеру провести у себя программу, которая увеличит лояльность сотрудников. Вы демонстрируете отличные слайды, рассказываете руководителям компании о том, какое вы ей благодеяние намереваетесь оказать, и переходите к периоду.

ВЫ: Я говорю о чём-то большем, чем лояльность. Я говорю о доступности: о доступности для вас финансовой экспертизы, сетевых каналов и различных подспудных моментов. О доступности, которую обычно воспринимают как должное. О доступности, которая вызывает у нас ощущение причастности к чему-то большему.

Я однажды произнёс подобный период во время настоящей презентации; мы тогда победили. Эти сорок слов прозвучали ближе к концу моих речей. Однако, когда я готовил презентацию (вёл долгий, утомительный, сложный и преисполненный прокрастинации процесс, включавший в себя игру в баскетбол, писанину в блокноте и долгие часы прогулок по близлежащей лужайке), я начал именно с периода.

В древности эта жемчужина кульминации воспринималась как буквальное выражение вдохновения, приносимого музами. Вообще,

английское слово «вдохновение» («*inspiration*») восходит к латинскому слову *spirare*, означающему «дыхание». Хотя я и сомневаюсь в том, что моё эпическое изречение о лояльности сотрудников имеет божественное происхождение, я всё же должен признать, что в этой связи лёгких и мозга, мысли и дыхания – что-то в этой связи явно есть.

Продолжаем путешествие по вершинам ораторского искусства.

Средства

Вскоре после вступления в обязанности Обама приглушил свою демонстративную риторику, посвятив себя прагматическим делам в промежутке между предвыборными кампаниями. Некоторые его фанаты, являющиеся, видимо, любителями риторики, были огорчены этим, – но он-то понимал, что его сила основывалась прежде всего на компетенции и вовсе не на речах. И тем не менее всякий раз, когда страна сталкивалась с каким-нибудь кризисом или серьёзной проблемой, он снова брался за демонстративные средства.

На втором сроке Обама начинал говорить демонстративно, когда ему нужно было склонить на свою сторону общественное мнение и тем самым побудить ленивый конгресс обратить внимание на такие проблемы, как иммиграция, контроль за обращением оружия и изменение климата. Тедди Рузвельт не просто так называл Белый дом трибуной. Лидеры оставляют свои наилучшие речи для проповедей, для напоминания нам о важных ценностях. Вот почему Обама использовал такое большое количество средств идентичности наряду с первоклассными фигурами речи и мысли.

- **План Цицерона.** Вступление, повествование, разделение, доказательство, опровержение, заключение.

- **Стратегия идентичности.** Проведите чёткую грань между вашей аудиторией и «чужими». Затем заставьте свою аудиторию поверить в то, что они станут лучше, если они будут делать то, что вы хотите, чтобы они делали.

- **Enargeia.** Изобразите своё решение так, чтобы аудитория видела его как реализацию некоей прекрасной мечты. Напустите на своё повествование драматичности с помощью кинематографических техник.

- **Фигуры речи.** Балансирующие фигуры позволяют преподносить сложные вещи как нечто простое. Сделайте акцент на какой-нибудь

мысли, выразив её в одном слове («Пластик!») или начав новое предложение, не закончив текущее. Используйте аллитерацию, чтобы связывать сильно отличающиеся друг от друга вещи.

- **Фигуры мысли.** Сделайте так, чтобы что-то казалось вашей аудитории невозможным, соединив это ещё с чем-нибудь невозможным. Хотите показать, как вы рьяно стремитесь к чему-то? Следуйте специальной схеме, делая безошибочные короткие высказывания.

- **Направление.** Проассоциируйте себя с героями своей аудитории. Можете не только восхвалять этих героев, но ещё *звучать* так же, как они.

- **Период.** Создайте особый моральный центр, увенчав свою речь 12-секундным приливом вдохновения.

Глава 28

Напишите убедительное эссе Французский эксперимент

Высказывая свою точку зрения, я даю лишь свой взгляд на вещи, а не изображаю их дословно.

Мишель де Монтень

Письменные труды, меняющие мир

Зимой 1571 года, на свой тридцать восьмой день рождения, один из самых оригинальных умов в истории удалился в башню своего замка. Мишель де Монтень славился как успешный дипломат и бизнесмен. У него было своё винодельческое хозяйство, Шато д'Икем, которое до сих пор выпускает дорогой сотерн. Теперь, прожив уже более половины жизни, Монтень уединился со своими полутора тысячами книг, кошкой и собакой и начал работу над серией экспериментов, получившей название «Опыты» (по-французски – *essais*). Это было тонким обращением к металлургии: в металлургии подобные *essais* проводятся с целью выявления состава и ценности различных металлов. Однако это слово имеет ещё одно значение – «попытка». Опыты Монтеня также являлись экспериментом, который он ставил над самим собой. Они ментально взвешивали, переплавляли и определяли ценность его собственной жизни. Никто до него не проводил таких экспериментов, и – что немаловажно – его «опыты» в какой-то степени изменили мир. Работы Монтеня положили начало эпохе Просвещения, помогли христианскому миру оправиться от тяжёлых последствий религиозных войн и стали одним из главных источников вдохновения Томаса Джефферсона.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Почему я начал главу, посвящённую написанию эссе, с рассказа о человеке, который изобрёл эссе более пяти столетий назад? Потому что я так практикую то, что

намереваюсь до вас донести. Самые лучшие эссе, как правило, имеют довольно ярко выраженный элемент рассказа. Рассказ не просто развлекает, он вводит читателя в когнитивный покой – состояние наибольшей подверженности убеждению.

Так Монтень изобрёл эссе – литературный жанр, использовавшийся в основном для попыток учеников многих поколений. Когда в первый раз читаешь работы этого юморного, похабного, словоохотливого, остроумного человека, складывается такое ощущение, словно ты повстречался с наилучшим родным дядей, какого только можно представить. Наполовину даже ожидаешь, что вот он сейчас аккуратно уберёт кошку со стула и предложит вам присесть. Он наливает вам бокал сладкого золотистого вина и рассказывает вам о том случае, когда он смог отговориться от группы бандитов, взявшей его в заложники. Однако большинство читателей даже не догадываются, что Монтень сделал нечто куда более мощное, чем просто изобретение нового способа писательства. В различных его эссе приводится один из самых эффективных аргументов из всех существующих. В мире, разрываемом на части разноречивыми вечными истинами, Монтень призывал к кроткому, научному, толерантно-любопытному взгляду на человечество. Каждая его книга предварялась знаменитым эпиграфом: *Que sais-je* («Что знаю я?»).

Во времена, когда вокруг конфликтующих воззрений формируются гневные племена, такой вид убеждения, который предлагал Монтень, предлагает более чем прекрасный способ прокачать писательский навык. Этот вид убеждения может повысить вашу самооценку и даже привести в порядок какое-нибудь общество. Так давайте же проанализируем жизнь через эссе. В то время как другие книги будут посвящать вас в различные технические нюансы написания эссе, в этой книге мы сосредоточимся на трёх средствах убеждения: *этосе*, *пафосе* и *логосе*. Звучит знакомо?

Когда мы рассмотрим все техники написания эссе с помощью Трёх Больших инструментов, мы увидим, как эти техники объединяются в одном эссе для поступления в колледж. Так получилось, что это эссе написано моим сыном Джорджем.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

ПАРАДОКС сводит вместе две противоположности, а именно две конфликтующие истины. Поскольку парадокс как бы формирует некую нестабильную реальность, его можно назвать тропом. Некоторые ораторы говорят, что он является своего рода иронией. Куда бы парадокс ни относился, Монтень его безраздельно обожал. Он жил во времена, когда католики и протестанты убивали друг друга из-за непримиримых идеологий. Для него парадокс был не просто интеллектуальным экзерсисом: он видел в нём путь к спасению мира.

Самый убедительный тип эссе – это личное эссе. Его привлекательность проистекает из отношений, которые оно помогает установить между рассказчиком и аудиторией. Заручившись расположением и доверием читателей, вы можете также заставить их согласиться с теми мыслями, что вы выдвигаете в своём эссе, – с моралью вашей истории.

Но как бы много ваше эссе ни рассказывало о вас, как бы много интимных деталей вы в него ни вносили, личное эссе всё равно рассказывает не совсем о вас. Это стоит особенно отметить, потому что это центральная мантра риторики: *даже если вы говорите о себе, вы на самом деле говорите не совсем о себе.*

Когда вы вкладываете себя в страницы текста, вы рисуете пример человека. Эссе в этом смысле подобно лабораторному эксперименту. Во времена, когда я изучал биологию в старшей школе, каждый ученик должен был произвести вскрытие лягушки – пройти практику, которая сейчас уже не является обязательной в большинстве школ. Смысл этой практики состоял не в том, чтобы изучить мою конкретную лягушку; он состоял в том, чтобы изучить лягушек вообще. Моя жертва, отдавшая свою жизнь во благо науки, должна была показать мне, как выглядит изнутри любая другая лягушка. (Кстати, моя лягушка, видимо, была принесена откуда-то из космоса, потому что ни один из её органов даже отдалённо не был похож на то, что было нарисовано в учебнике.)

Вписывание себя в эссе создаёт такой персонаж, который во многом подобен лабораторной лягушке. Выставив напоказ свои лоснящиеся, несовершенные внутренности, вы как бы преподаёте урок о человеке. Монтень определённо рассуждал примерно так же. Его анализы собственной жизни основывались на той теории, что гласит, что чем больше он изучит самого себя, тем больше он узнает о людях в целом. Особенно прекрасно во всей этой ситуации то, что Монтень писал это всё в особенно бесчеловечную пору, когда по всей Европе религиозные фанатики вели непрекращающуюся резню. Написав эссе о таком персонаже, который был достаточно благонадёжен и приятен – о себе, – он показал другим людям, что они не были такими уж плохими существами. Монтень убедительнейшим образом приложил руку к созданию гуманизма – веры в то, что люди могут, объединившись, совместными усилиями улучшить общество.

Как он описывал себя? Он рассказывал обо всех своих достоинствах и недостатках. Его «не самая приятная» сторона обычно составляет наилучшую часть его эссе. Он, например, радостно сообщает, что является ленивым учеником. «Если книга мне не нравится, то я просто отставляю её и берусь за другую», – говорит он. Он дополняет, что вообще ничего не начинает читать до тех пор, пока «ничего не сделано не надоедает» ему. Очень неожиданное признание от человека, свободно владеющего латинским языком.

Монтень использует инструмент, который я ввёл в шестой главе, – тактическую уязвимость. Она, напомню, позволяет расположить к себе аудиторию, показав ей определённый свой недостаток. Во время речи, например, ваше беспокойство может сойти за уязвимость. Отличный способ изобразить уязвимость в эссе – это воспользоваться самоуничижительным юмором; самые очаровательные моменты трудов Монтеня – это его подколы самого себя. Одно из препятствий, с которыми в процессе работы сталкивается Монтень, – это его собака. Он пишет, что не боится сознаться в том, что его натура «настолько мягка», что он не может «устоять перед требованиями» его собаки, чтобы он с ней поиграл, – неважно, насколько не вовремя раздаются эти требования.

Он произносит это признание не просто для того, чтобы сойти за обычного человека. Он этим показывает, как много у него общих черт с другими людьми. После того как он рассуждает о своей собаке в эссе

под названием «О жестокости», он перечисляет различные способы, по которым другие культуры так или иначе оберегали животных. У турок были особые больницы для зверей, пишет он. Римский народ платил особый налог, который перечислялся на кормление гусей. У афинян был отдельный храм, в котором мул всегда мог вдоволь насытиться. Древние египтяне хоронили животных с почестями и оплакивали их уход на тот свет. Иными словами, Монтень показывает нам, что его любовь к животным не была чем-то уникальным или выходящим из ряда вон. Его недостаток – это и наш недостаток. Он подобен комику, который говорит о том, как он тысячу раз обещал себе сесть на диету и тысячу раз нарушал это обещание, и получает понимающий смех одобрения от аудитории, состоящей из таких же людей, пытающихся сесть на диету и никогда на неё не садящихся. У нас, лягушек, одни и те же внутренности.

ПОПРОБУЙТЕ СДЕЛАТЬ ТАК СО СВОИМ ЭССЕ

Не позволяйте хорошей аналогии остаться незамеченной. Уже проведя однажды аналогию между «анализами» Монтеня и лабораторными лягушками, я снова упомянул этих земноводных – в этот раз я приравнял к ним всё человечество. Повторение аналогии усиливает её и иногда вызывает у аудитории одобрительную улыбку.

Иногда трудно говорить о себе в выражениях, не выставляющих говорящего в наилучшем свете. («Я такой умный, что учусь на одни пятёрки!») Однако если вы будете говорить с должной степенью внимания к подробностям и со значительной долей юмора, то вы сможете провернуть величайший трюк *этоса* – декорум. Вы можете заставить свою аудиторию решить, что вы непосредственно относитесь к ней, что вы такой же, как и она. Если высокородный винодел / дипломат Мишель де Монтень способен на это, то вы уж и подавно способны.

Каждый месяц я пытаюсь следовать Монтеню в регулярных личных эссе из трехсот слов, которые пишу для одного журнала. Каждое эссе деликатно пытается в чём-то убедить читателя; чтобы уластить свои слова, я использую приём тактической уязвимости. Хотя я уже написал более ста двадцати таких эссе, у меня по-прежнему

остаётся немало материала. Я имею в виду свои недостатки, которые нужны для успешного произведения трюка тактической уязвимости.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

Помните *argumentum a fortiori* – «довод, убедительный тем более»? Если этот непростой манёвр реален, то и более простой должен быть осуществим. Богатый, знатный человек доводит себя до уровня простого человека. Значит, и мы, простой люд, тоже так можем.

Вот одно из таких эссе, в котором я пишу о важности благодарить людей. Я мог бы просто закатить проповедь: «Мир был бы гораздо лучше, если бы мы не ленились благодарить друг друга чуть чаще». Но где тут *эмос*? Вместо этого я (честно) описываю себя как неблагодарного супруга, пытающегося не отставать от своей лучшей половины. Обратите внимание на часть про посуду и стирку – камень преткновения почти всех супружеских пар. Описывая свои недостатки, я описываю почти половину человечества.

В последнее время значительное внимание стало уделяться благодарности. Многие люди стали считать её формой взаимопомощи. Действительно, если вы будете благодарить, то, как правило, с носом не останетесь. Однако моя жена, Дороти, возводит благодарность на новый уровень. Она использует её для манипуляции своим мужем.

Всё началось, когда она вернулась на работу спустя двадцать лет, посвящённых детям. Я оставался дома, писал книгу (об убеждении, как ни иронично) и занимался делами по дому. Вернувшись домой в конце своего первого рабочего дня, Дороти сказала: «Спасибо, что постирал».

Тогда же я осознал, что я никогда её не благодарил за это. Так что с того момента я полностью взял стирку на себя.

Потом ещё была посуда. Лично я предпочитаю скапливать её на протяжении одного-двух дней: так эффективнее. Однако я, зная о том, что ей приятнее видеть пустую раковину, поддался её желанию. Она поблагодарила меня в первый раз, и я впоследствии стал заведовать и посудой.

Впоследствии я осознал, что она вообще постоянно меня благодарила: то за то, что я читал детям книжки каждый вечер, то

за то, что я благосклонно относился к её родственникам, то за работу на нашем участке. И каждый раз после того, как она благодарила меня за что-то, я делал это с ещё большим усердием.

В какой-то момент я понял, что в этой игре могут быть и два участника. Я начал благодарить её за получение зарплаты, за периодическую готовку, за разжигание огня в камине и за позволение мне приобрести какой-нибудь очередной гаджет без необходимости выслушивать её язвительные замечания.

Это была не совсем гонка благодарственных вооружений. Я считаю, что она искренне благодарила меня. Что же касается меня, то, по мере того как я пытался не отставать от неё, я начал замечать, как она делает для меня всё больше.

Этой весной мы празднуем тридцать пятую годовщину нашей свадьбы. Нет таких слов, которые могли бы в полной мере выразить мою благодарность ей.

Вот несколько подсказок по написанию эссе, которые я сам выработал в процессе их написания:

Постановите тему с самого начала. Каждое эссе исследует некую тему. Ваш читатель будет раздражён и бросит чтиво, если он сразу же не сможет понять, о чём оно. Особенно важно чётко определять свой подход в коротких эссе, не оставляющих возможности страдать чепухой. Обязательно назначьте тему в первом или втором предложении.

Попробуйте как-нибудь интересно завернуть свою тему. Благодарность – это хорошо. Ага. Спасибо, что поделились этим со мной. Я бы никогда не догадался. Любое, абсолютно любое эссе, даже самое политическое, даже такое, которое написано в духе «человечество находится на краю гибели», должно быть интересным. Скучная мысль, которую люди без конца слышат с незапамятных времён и вплоть до сего дня, может обеспечить вам похвалу вашей матери – но читателя вы потеряете. Моё эссе начинается с умозаключения о том, что благодарность ныне имеет место, однако потом оно перетекает в обзор благодарности как способа убеждения. (Вы, те, кто читает эту книгу, вряд ли будете сильно удивлены этим неожиданным переходом к убеждению, однако большинство аудиторий не будут к этому готовы.) Моя надежда состоит в том, что моему

читателю будет интересно, во что в конце концов выльется вся эта тема с циничной благодарностью.

Попробуйте создать впечатление озарения. Вместо того чтобы тупо демонстрировать аудитории свои мысли такими, какие они есть, попробуйте лучше показать, как вы к ним пришли. Как речь в стиле TED предполагает употребление индуктивной логики (см. главу 26), так же и качественное эссе может работать по тому же принципу.

Покажите свои изъяны. Я не благодарил Дороти, не торопился мыть посуду и превратил её искреннюю благодарность в гонку вооружений. Но я уповаю на милость читателя и очень надеюсь, что он простит мне это, увидев, как я сам заметил свои изъяны и попытался исправиться.

В идеале к концу эссе читатель должен заключить, что если благодарность помогает этому подонку удержать свою супругу, то, быть может, и нам она может чем-нибудь помочь. Убеждение произведено успешно.

Пафос: сейте любовь

Пафос и *эмос* иногда непросто разглядеть в эссе. И то и другое стремится вызвать у вас некие эмоции по отношению к персонажу. И то и другое также стремится пробудить у вас сочувствие к различным элементам человечества – особенно к таким, которые недооценены. Я полагаю, что в этом и состоит одна из причин, по которым Аристотель считал *эмос* частью *пафоса*. Ваш образ неразрывно связан с тем, как аудитория относится к вам, что она чувствует к вам, какие эмоции вы у неё вызываете.

Вот ещё одно из убедительных эссе, которые я писал в последние месяцы для того же журнала. Недооценённой группой людей, к которым я пытался пробудить сочувствие, были мужчины – гетеросексуальные рабочие белые мужчины, если быть точным. Скорее всего, вам покажется, что этой части человечества ну точно никакая защита и поддержка не нужна. Однако одной из целей, которые я ставлю перед собой, когда пишу эссе, является улучшение отношения моих читателей к людям в целом. То эссе, о котором я говорю сейчас, было ответом на дурное поведение некоторых белых мужчин во время предвыборной кампании 2016 года, которое привело к тому, что почти

на всех белых мужчин стали смотреть как на гнусный сброд. Так что я написал патетическую историю, основанную на реальных событиях, с тем чтобы показать людям, каково это – быть белым человеком, испытывающим постоянное давление с нескольких сторон.

Да и наша с Дороти тридцать пятая годовщина была тогда на носу, и я сам очень остро испытывал сильное давление.

35 лет назад одно слово навсегда изменило мою жизнь.

Я не заслуживал этого. Вообще весь тот день был довольно скверным. То был канун Рождества; я повёл одну женщину в её первый горнолыжный поход. Как только подъёмник тронулся, она начала плакать. Тогда я узнал, что она боится высоты. И тем не менее она отважно выстояла поездку на канатной дороге и целый день боязливого спуска на лыжах.

Тем вечером я открыл у себя дома бутылку редкого чилийского вина, несколькими годами ранее подаренного мне моим лучшим другом. Он сказал мне, когда мне нужно откупорить его, и этот момент настал.

Мы чокнулись, пригубили вино и чуть не выплюнули его тут же. Чистый уксус. За несколько лет неправильных условий хранения в холостяцкой квартире оно испортилось. Я всё равно выпил его до дна, потому что оно было особенным. Затем я открыл бутылку шампанского.

Она развернула подарок. В маленькой коробке лежало огромное кольцо. Мужское кольцо, золотое, с аккуратно расположенным посередине бриллиантом.

Вино так сильно помутило меня, что мне было непросто встать на колени. Проклиная себя за свою нетрезвость и неподготовленность, я настолько выразительно, насколько мог, сказал ей, что нашёл его в закромах у себя дома и что намеревался использовать его как обручальное кольцо, но слишком долго тянул, а ещё местный ювелир был слишком загружен работой, и с ним ничего не получилось, да и вообще, как бы то ни было, кольцо у меня было, и значит, наверное, всё не так плохо, ну и вообще, она выйдет за меня?

«Да», – сказала она.

Это эссе рассказывает историю, следуя нарративной линии. (Обама использовал эту линию в 27-й главе.) Нарративная линия начинается с того, как герой вынужден покинуть свою зону комфорта из-за какого-

нибудь несчастья или из-за какой-нибудь трудности. Но здесь, в коротком эссе, я решил создать некоторое ощущение саспенса, наделив какое-то одно слово чем-то вроде магических свойств. Это слово, впрочем, в каком-то смысле действительно было магическим.

В героической линии главный персонаж преодолевает череду препятствий и старательно следует к своей цели, а в кульминационном моменте побеждает. Так как на всю историю у меня есть только 300 слов, я быстро проношусь по линии и делаю кульминацией одно слово «да» в самом конце истории. Но эта кульминация, конечно же, предварительно нагнетается специальным растянутым предложением, следующим за этим «да». Многие учителя наставляют своих учеников, чтобы те избегали подобных предложений. Но в этом случае я хотел наглядно изобразить не совсем трезвое отчаянное стремление объяснить, почему я подарил своей возлюбленной мужское кольцо. Неловкий тон как бы передаёт неловкость всей ситуации, разрешённой одним словом «да», произнесённым Дороти.

Так, а в чём я там убеждал читателя? В том, что мужчины могут быть счастливо-бессильными и что, даже когда они ведут себя как идиоты, это может быть от наилучших намерений. Иными словами, мы тоже люди. Как и Монтень.

Логос: проберитесь к ним в голову

Ничто не говорит «Это не про вас» так хорошо, как средства *логоса*. Когда вы хотите склонить любимого человека или клиента к какому-либо решению, вы должны рассказать о том, какая выгода последует затем для вашей аудитории. Вы должны сказать своей аудитории, что то решение, к которому вы стремитесь, – это решение, отвечающее интересам вашей аудитории, а не вашим интересам. Когда пишешь убедительное эссе, техники могут быть и более тонкими. Люди редко читают эссе с надеждой быть убеждёнными в чём-то. Они, скорее всего, не состоят с вами в любовных отношениях и не хотят ничего у вас купить. Самое большее, чего они могут хотеть, – это получить удовольствие от чтения. Так что вы будете воздействовать на их сознание, а не на их готовность купить ваш продукт или одолжить вам свою машину. Чтобы изменить мысли людей, чтобы оказать на них

влияние, вам нужно отталкиваться от убеждений и чаяний вашей аудитории.

Если вы ищете, где бы почерпнуть вдохновение для такого чтения мыслей, – почитайте эссе Монтеня. Он сумел вгрызться в головы древних философов, королей и королев, воров и убийц, детей и женщин, даже животных. В особенности животных. «Когда я играю со своей кошкой, – писал он, – как знать, кто кого на самом деле развлекает: я – её или она – меня?» *Я её хозяин или она – мой?* Помните: это всё было задолго до видео с котами и психологии домашних животных. После Монтеня *логос* уже стал актом симпатии.

Я размышлял над этим подходом, когда делал наброски над очередным эссе из трёхсот слов – на этот раз о еде. Родители (по крайней мере, та их часть, которая одержима стремлением дать достойное образование своим детям и имеет полноценную работу) в последнее время стали особенно истерически относиться к воспитанию детей. Родители обязаны быть безупречными, и доказательство тому лежит в их отпрысках. Если ребёнок не получился безупречным, то это означает, что родители не справились со своей задачей.

Лично я на своём собственном опыте убедился в том, что ребёнок, которому повезло родиться с моими генами, просто не может быть безупречным. Многие родители, видимо, буквально воспринимают расхожую мысль о том, что мы – это то, что мы едим, и поэтому каждый приём пищи у них превращается в некую проверку на благопристойность. Хотя я и порывался написать: «Хэй, вы там, не загоняйтесь так! Выпейте мартини и дайте своему чадо печенье», это бы не убедило особенно маниакальных родителей; из этого бы просто получилось изложение моих собственных убеждений. Вместо этого я решил начать с убеждения, которое, как я считал, должны были разделять работающие родители: я решил начать с ценности независимой женщины. Так что я обратил нежелание готовить в акт женской независимости.

Кто-то однажды спросил нищую янки-вдову, как ей удавалось прокормить десятерых детей. Она ответила: «Я знаю, что им не нравится, и даю им ровно столько, сколько они хотят».

Она напоминает мне о моей матери, земля ей пухом. Хотя моя мама не была ни нищей, ни вдовой, она точно так же гордилась своими ужасными навыками приготовления пищи.

Моя мама не была каким-нибудь там радикалом. Она произносила молитву перед едой и носила элегантные перчатки даже на седьмом десятке. Котлеты мамы выглядели так, словно они только что извлечены из ядерного реактора. При взгляде на её варёные овощи складывалось впечатление, словно они никогда нигде и не росли.

Как-то раз я, третьеклассник, пришёл домой, свирепствуя из-за того, какую пастушью запеканку нам подавали в школе. Никому эта запеканка не понравилась. А когда другие дети увидели, как я жадно съел свою запеканку и начал клянчить у других детей, чтобы они мне дали свои нетронутые тарелки, они начали смеяться надо мной. Я рассказал об этом своей маме, и она торжествующе рассмеялась, как если бы мои слова полностью оправдали её. Я был живым примером того, что она сильно отличалась от «идеальных» мамочек из «Приключений Оззи и Харриет» и «Отец знает лучше».

Нынче еда является одной из многих вещей, из-за которых родители часто испытывают угрызения совести. Понятно, что здоровое и сбалансированное питание – это очень важно, но неплохо также и время от времени баловать своего ребёнка, и самые добропорядочные родители обычно стремятся примирить эти два противоборствующих начала. Однако в подходе моей матери есть одна чрезвычайно важная особенность. Она, эта особенность, прямо указывает на то, что небольшой недостаток в детстве влечёт за собой очень весомые преимущества во взрослой жизни. Я действительно обожал еду в колледже, а от воспоминаний о каждом ресторанном блюде у меня прямо-таки слюнки текут.

В то время как я унаследовал мамино безразличие к кулинарным изысканиям, мои дети восприняли гурманские гены своей матери и выросли людьми, умеющими прекрасно готовить. Мне почти жалко своих будущих внуков. Им точно не достанутся низкие стандарты, которые внушила мне мать.

Спасибо тебе, мама.

Было ли это в самом деле эссе про мою мать? Ну да, разумеется. Но это также было рассуждение на тему материнства в целом. Идеальные мамы обычно закладываются в рабство безупречности. А рабство – это, как водится, плохо.

Сведите это вместе в эссе для поступления в колледж

Убедительное личное эссе обращает *эмос*, *пафос* и *логос* в песнь для других людей, песнь, всколыхивающую в них, в читателях, знакомое чувство проникновенного понимания чужих причуд, трудностей и общих убеждений. А вы-то думали, что эссе – это всего-то навсего надоедливое упражнение. Я не могу обещать вам, что те примеры, которые я только что здесь изобразил, обязательно заставят всех читателей тут же уволиться со своих работ и посвятить себя служению благотворительности и работе в банках продовольствия. Однако лично про себя я должен сказать, что написание эссе действительно произвело на меня некоторый эффект. Мои эссе *улучшили* моё отношение к людям. Полагаю, что и работы Монтеня сделали его значительно более гуманной и достойной персоной, чем он уже был, когда начал создавать эти работы.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

В этой книге вы видели большое количество *литот* («не могу обещать вам, что те примеры, которые я только что здесь изобразил, обязательно заставят всех читателей тут же уволиться со своих работ»), потому что это одна из моих любимых фигур. Отрицая некую крайность, эта фигура выставляет вас как рассудительного человека. Можно считать эту фигуру антигиперболой.

Однако если обстоятельства сложились так, что вы учитесь в старшей школе или знаете кого-то, кто там учится, то для таких людей написание эссе может иметь более явный, практический эффект: оно может помочь им поступить в желаемое учебное заведение. Когда Джордж учился в старшей школе, он, бывало, обращался ко мне за помощью в написании эссе. Я согласился проконсультировать его на двух условиях: во-первых, я даю ему конструктивную критику на каждый черновой вариант эссе, который он пишет, но не помогаю ему писать его, и во-вторых, он должен быть готовым к тому, что ему придётся писать много, очень много черновых вариантов. Я пообещал ему, что его лето будет полным боли, и я выполнил это обещание. Однако он до сих пор говорит, что эта боль была оправданной. Этот опыт для него обернулся наилучшим курсом по письму из всех возможных. Вот с каких принципов мы с ним начали. Все они исключительно риторичны.

Чем ты можешь зацепить?

Хотя самые престижные учебные заведения ждут, что абитуриенты будут предоставлять им высококачественные работы, для них гораздо более важен образ поступающего. Ваши баллы покажут им, какой вы умный, а ваши оценки дадут им понять, что вы усердно занимаетесь своим делом. Приёмная комиссия также ожидает принять в своё заведение такого ученика, который сможет что-нибудь привнести в это заведение. Спросите их про самый последний поток поступивших, и вы поймёте, о чём я говорю: «У нас учится публикуемый писатель, олимпийский бобслеист и скульптор, изготовивший монументальное изваяние из мармеладных конфет». Именно это я и имею в виду, говоря о том, чем вы можете «зацепить» своих читателей. Цепкость – это такая своеобразная характеристика, которая соответствует вере вашей аудитории в существование идеальных образовательных учреждений, ученики которых являются исключительно состоятельными и успешными людьми.

Не переживайте, если вашему эссе недостаёт цепкости. Вот Джордж, например, решил написать о головной боли. (Да, о головной боли.) Но всё-таки ярко выраженная цепкость способна оказать вам существенную помощь. У моей подруги Алекс есть чёрный пояс второго разряда по дзюдо. Она подумывала написать эссе по своему любимому комиксу «Кельвин и Хоббс». Как вы думаете, какой совет я дал ей? Найти какое-нибудь проявление цепкости и развить его.

Не проявляй себя

Эссе для поступления – это акт убеждения. Ваша задача – уговорить приёмную комиссию одобрить вашу заявку. «Мне осточертело читать про мёртвых бабушек», – говорил мне как-то раз один бывший член приёмной комиссии. Так что важно понимать, что эссе не должно быть для вас возможностью сбросить какой-нибудь эмоциональный груз с плеч, как-нибудь развлечь себя или сымитировать своего любимого писателя. Ваши учителя переборщили с убеждением вас в необходимости выражать себя. Чтобы убедить кого-то, вам нужно выразить мысли и желания своих читателей и показать им, как вы эти мысли и желания воплощаете. Задумайтесь: вот будь вы сами членом приёмной комиссии, чего бы вы искали, скажем, в самих себе?

Ах да, ещё кое-что: развеите их скуку. Поймите, что члены приёмной комиссии читают тысячи эссе в год. Ваше эссе не обязательно должно быть самым креативным; оно просто должно быть приятным для чтения. И как же вам написать такое чудо? Вот как: вам нужно рассказать своим читателям историю.

Качественное эссе рассказывает историю, и оно напрямую связано с откровениями и озарениями

В вашем эссе должны быть: главный персонаж – вероятно, вы, – обстановка (место действия), некий конфликт и саспенс. И не забывайте показать путь, который прошёл ваш герой. Люди из приёмки обычно ждут учеников, способных к обучению и росту, – так что и ваше эссе должно показать, как вы обучались и росли. Развиваете ли вы свою цепкость, пишете ли вы о своей головной боли – вам нужно не просто бахвалиться и описывать. В вашем эссе должен присутствовать некий момент откровения: что вы почерпнули из своего опыта? Как этот опыт сделал вас такой мыслящей, чуткой, храброй и сильной личностью, коей вы являетесь ныне (или, по крайней мере, коей вас должны считать члены приёмной комиссии)? Изобразите свой процесс обучения и напишите про момент откровения.

Любое высказывание является в известном смысле аргументом – аргументом, призванным «ублажить, наставить или обрадовать» аудиторию, как считал Цицерон.

Покажи себя превосходным и несчастным

Джордж в итоге написал свыше тридцати черновых эссе, проведя всё лето за письмом в моменты, когда он не был занят работой или отдыхом на свежем воздухе. Это было одним из труднейших его испытаний, и это сделало его несчастным. В общем, он почувствовал себя писателем!

Джордж писал о том, как у него возникла хроническая головная боль в начале седьмого класса, когда его семья переехала из штата Нью-Мексико в штат Коннектикут и он начал обучение в городской старшей школе. Этот синдром вызывается деятельностью вируса, и в личностях типа альфа он вызывает своеобразный порочный круг негативной обратной связи: головная боль вызывает стресс, и сам факт этого только усугубляет головную боль. Мы с матерью Джорджа без

конца водили его по врачам. Все безраздельно выписывали ему лекарства, которые превратили бы его в зомби. Наконец мы сумели найти одного психиатра, доктора Кравитца, который был экспертом по техникам биологической обратной связи. Доктор Кравитц соединил Джорджа со специальной машиной, которая измеряла его мозговые волны. У машины был монитор, на котором изображался спектр красных полос. Задачей Джорджа было сделать их зелёными.

– А как мне это сделать? – спросил Джордж.

– Ты должен научиться осознавать пределы своих возможностей, – сказал доктор Кравитц, – уметь отпустить беспокойство. Ты должен постараться не переусердствовать так, как ты это обычно делаешь.

Будучи целеустремлённым человеком, Джордж сидит у машины и *давит* на свой мозг. «Укккхххххх!» Он *силой* перекрасит эти полосы в зелёный. (Обратите внимание на то, как я переключился на настоящее время. Именно это и сделал Джордж. Так история выглядит более доступно. Если вы умеете управляться с этим непростым временем, то рассмотрите возможность применения его в своём эссе.)

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Вот ещё один случай, когда я переключаюсь с прошлого времени на настоящее. Это как крупный план в кинофильмах: я таким образом как бы приближаю читателя к описываемым событиям. Многие учат строго придерживаться одного и того же времени, но я нахожу, что это правило лучше нарушать время от времени.

Смотря на красные полосы, Джордж думает о себе: о сорока почётных значках, которые он заработал, стремясь получить статус скаута, о том, как он сильно любит соревновательное нордическое катание на лыжах, о том, как он покори́л сорок восемь высочайших вершин Нью-Гэмпшира, когда ему ещё не было десяти лет, – он думает о том, как вся его личность сводится к достижению высоких целей. Дальше я передаю слово своему сыну:

Я отвожу взгляд от экрана компьютера и сквозь слёзы вижу картину на стене. Она выполнена большими, размашистыми мазками на мягких зелёных полях. Густые, богатые листвой ветви дуба нависли над старой каменной хижинкой пастуха. Лёгкий ветерок бежит по луговым травам.

Что-то заставляет меня перевести взгляд обратно на компьютер. Одна полоса стала зелёной.

Как у меня это получилось? Я ничего не сделал. Ничего не бывает так просто. Потребовалось два года походов к терапевту просто для того, чтобы люди начали понимать меня; до восьми лет я даже шнурки завязывать не умел. Как эта полоса может быть зелёной? Это должно быть как-то связано с картиной. Я пытаюсь представить себя под этим дубом. Я вижу неуклюжего мальчишку с толстыми блондинистыми взъерошенными волосами и сутулыми плечами.

Я снова смотрю на экран. Все полосы красные. Ну почему я?! Чем я это заслужил?

Я думаю об Иове, любимом библейском персонаже моего отца. Бог и все ангелы, в числе которых есть и Сатана, встречаются в раю. Бог хвастается Иовом, рассказывает о его преданной и непоколебимой вере. «Это потому что ты добр к нему, – говорит Сатана. – Попытайся проявить к нему грубость, и он проклянёт тебя». И тогда Бог проверяет Иова на верность, покрывая его тело язвами, уничтожая его семью и лишая его всех земных благ. Сначала Иов громко сетует, но потом он смиряется со своей судьбой. «Я знаю, что ты способен на всё». Бог моментально возвращает всё в былой вид: возвращает Иову всю собственность, семью и чистую кожу.

Что, если я поведу себя как Иов? Моя жизнь вернётся ко мне? Может быть, именно это и значит стараться не переусердствовать. Возможно, мне нужно не стараться во что бы то ни стало поместить себя на поле, а просто оставить всё как есть.

Одна полоса становится зелёной.

О'кей, одна полоса позеленела. Я начинаю понимать, к чему клонит доктор, но мне это не особо нравится. Что, это, получается, станет одной из многочисленных жизненных трудностей? Мне придётся провести всю свою жизнь, стараясь не переусердствовать? Мне придётся изменить свою сущность?

Мой мир расширился, и я больше не стою в его центре. Да, действительно, я не могу всё изменить. И суть всего заключается в одной простой вещи: я всегда буду вероломным и упорным. И всё же, когда я смотрю на эту картину, она меня успокаивает. Она безупречна и умиротворена даже без меня. Она красива сама по себе. Мне не

нужно ничего делать. Принимать то, что вне меня, успокаивать себя мыслью о чём-то таком, что существует независимо от меня и моих действий, – не это ли вера?

Все полосы становятся зелёными.

В этом эссе есть все необходимые составляющие истории: **образ**, **конфликт** (ребёнок типа альфа ведёт борьбу со своей альфа-типичностью, руководствуясь методами типа альфа), **саспенс** (его головная боль пройдёт или нет?) и **откровение** (его открытие природы веры). Он показал себя как мыслящую личность, способную к росту. Он показал свои изъяны, и он рассказал историю грациозно и с юмором, рисуя тот самый образ разумной, зрелой души, который так любят члены приёмной комиссии. (Хэй, вы там про меня-то не забывайте. Я, в конце концов, его отец.)

Эссе Джорджа помогло ему поступить в очень элитное первоклассное учебное заведение, Миддлбери-колледж. Во время посвящения в студенты его эссе было признано одной из десяти лучших работ, общее число которых составляло 850 штук. «Непосредственно перед моим эссе зачитывали эссе одного палестинца, который писал о том, как он прикрыл своим телом своего младшего брата, когда на их дом упала израильская бомба, – сказал мне потом Джордж. – «А, класс, – подумал я. – Сейчас будут читать про мою головную боль».

Вы не представляете, как я им горжусь. А вы только представьте, что вы можете изобразить из своих трудностей!

Средства

Для риторика всё риторично. И я искренне верю, что ораторы в этом очень правы. Существует мнение, что любое высказывание является в известном смысле аргументом – аргументом, призванным «ублажить, наставить или обрадовать» аудиторию, как считал Цицерон; ну или призванным убедить приёмную комиссию в том, что вы являетесь идеальным учеником. Однако, как доказал нам Монтень, личное эссе представляет собой наилучшую форму убеждения, основанную на аргументах, которые вы произносите в отношении самого себя. Когда вы пишете эссе, вы превращаете неловкие ситуации в увлекательные истории, свои недостатки вы превращаете в

общечеловеческие черты, а личные уроки – в мораль, которую вы стремитесь донести до других. Хорошее эссе приближает вас к другим людям. Как бы ни было трудно написать хорошее эссе, я нахожу великое удовольствие в этом занятии.

- **Тактическая уязвимость.** Расположите читателя к себе, указав ему на какой-нибудь свой изъян.

- **Заворот темы.** Заставьте свою аудиторию поверить в то, что вы всего-навсего повторяете общеизвестную, набившую уже всем оскомину мудрость; затем представьте небольшой взгляд с другой стороны. Благодарность – это для вас, может, и хорошо, а вот моя жена использует её только для того, чтобы манипулировать мной.

- **Откровение.** Вместо того чтобы читать своему читателю нравоучения, расскажите ему, как вы приходите к какому-то такому открытию, которое вы хотите совершить вместе с ним.

- **Нарративная линия.** Этот план рассказа предполагает выход героя из зоны комфорта, посвящение себя достижению какой-то определённой цели, преодоление видимо непреодолимых препятствий и победу в кульминационный момент. Вы как бы заставляете свою аудиторию вместе с вами прокладывать путь к вашему успеху.

Глава 29

Используйте правильные средства Фактор Брэда Питта

Стал бык огромный на язык – не сдвинешь.

Эсхил

Средства для любых ситуаций

Вы уже вплотную подобрались к тому моменту, когда сможете с уверенностью звать себя экспертом в спорах и аргументах, обладающим целым набором приёмов и приспособлений для убеждения. Теперь мы стоим перед проблемой того, какие средства в каких ситуациях нужно употреблять. Эта глава поможет вам в этом, прогнав вас по нескольким ситуациям, связанным с повышением на работе, продажей идей и взаимодействием с неприятным человеком.

Вы, уже познакомившиеся со значительным количеством риторических техник, сейчас наверняка чувствуете себя как начинающий лыжник, которому дают слишком много советов: «Подогни колени, держи руки выше поясницы, аккуратно держи наклон и обязательно следи за тем, чтобы твои плечи постоянно располагались параллельно лыжам!» Во время спора у вас может возникнуть схожее ощущение неразберихи и хаоса. Быстро: что вам использовать в первую очередь – стратегию назначения нового определения или кодовое расчёсывание? Вам нужно сделать упор на вашем образе или на эмоциях? Какие вам в данном случае подходят общие места?

Один из хороших способов научиться ориентироваться в аргументативных средствах – это наблюдение за спорами, происходящими вокруг вас, и попытки определить техники, используемые в этих спорах (вы часто будете ошибаться в определениях, и в этом совсем нет ничего страшного). Дороти-старшая, например, очень любит, вернувшись домой, рассказывать мне о каком-нибудь риторическом пассаже, который она услышала на волнах Национального общественного радио.

АРГУМЕНТАТИВНОЕ СРЕДСТВО

ПРИЁМ ЭДДИ ХАСКЕЛЛА. Когда начинает казаться, что решение точно не будет таким, как это угодно вам, преподнесите это решение как доказательство вашей благожелательности и добродетельности. Так как этот приём лишён черт откровенного подхалимажа, он является величайшей техникой подлизывания из всех существующих.

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Генеральный прокурор выдал совершенно безупречный приём Эдди Хаскелла, и интервьюер даже не заметил хитрости!

Вы, в отличие от Дороти, конечно же, не изучали вместе со мной это искусство на протяжении двадцати с лишним лет. (Благодарите судьбу.) Вряд ли вы всегда ищете приём Эдди Хаскелла и постоянно помните о нём. Ничего страшного. Даже если вы не помните названий всех средств, вы всё равно сможете их обнаружить.

Давайте для облегчения нашей жизни распределим более сотни средств убеждения, встречающихся в этой книге, в несколько лёгких для запоминания групп.

- **Цели**
- *Этос*
- *Пафос*
- *Логос*
- *Кайрос*

В приложении есть шпаргалка, в которой средства убеждения распределены по вышеперечисленным категориям. Но вы наверняка уже сейчас знаете, как на ходу произвести базовый риторический анализ, и умеете это делать без подглядывания. Когда вы слышите аргумент, задайте себе следующие вопросы:

- **Цели.** Ради чего убедитель приводит этот аргумент? Он пытается изменить настроение аудитории или её мысли, или, может быть, он хочет, чтобы аудитория сделала что-то? Он вешает обвинения? Объединяет племя, говоря о ценностях? Рассуждает по поводу какого-то решения?

- **Этос, пафос, логос.** На каком подходе убедитель делает акцент: на нраве, на эмоциях или на логике?

- **Кайрос.** С таймингом у убедителя всё в порядке?

В продажах традиционно используется широчайший ассортимент таких навыков. Я имею в виду продажи в широчайшем смысле этого слова: в том смысле, что вы заставляете свою аудиторию возжелать его настолько сильно, чтобы этого было достаточно, чтобы сделать что-то по этому поводу. Этим продуктом может быть какая-нибудь вещь, идея или вы сами. Если у вас есть работа, или если вы живёте с кем-то, или если вы принадлежите к человеческому роду – то вы точно провели внушительную часть жизни, занимаясь продажами. Вопрос в том, насколько вы хороши в этом, насколько это комфортно для вас, и хотите ли вы дальше развиваться в этом направлении.

Как правильно подлизываться

Начнём с продажи *вас*. Допустим, ваш непосредственный начальник по какой-нибудь причине покидает компанию, в которой вы работаете, и вы хотите попытаться занять освободившееся место, не возбуждая при этом зависти в своих коллегах. Ваша цель проста: заставить высшего начальника дать вам желаемую работу. Это осмысленный аргумент, поскольку ваша цель связана с решением. Язык ценностей может помочь вам с аргументацией, а если вы один из тех людей, которые для достижения своих целей готовы идти по головам, то вы можете пустить в ход немного судебного языка, чтобы оклеветать своих конкурентов. Однако вам лучше говорить преимущественно в будущем времени и делать акцент на том, что вы можете сделать полезного для вашей компании или организации.

Итак, на какое из трёх качеств, выделенных Аристотелем, вам нужно делать упор: на *эмос*, на *пафос* или на *логос*? *Пафос* сразу же отпадает: сильнейшие убедительные эмоции, такие как гнев и патриотизм, в офисе практически не работают. Какую бы эмоцию вы ни собирались вызвать, лучше всего будет, если вы оставите её на потом – на такой момент, когда начальник будет готов принять окончательное решение.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Действительно ли в этой ситуации работают аргументативные средства? Ну, по крайней мере, у Дороти-старшей они сработали. Я написал этот сценарий,

отталкиваясь от произошедших событий. Спустя меньше года после того, как она вернулась на работу, её начальник подал в отставку по причине проблем со здоровьем. Рассмотрев различных претендентов на новое место со всей страны, её работодатель остановил выбор на внутреннем кандидате – на Дороти. Она стала вице-президентом. За свой успех она прежде всего благодарит риторику.

Так *эмос* или *логос*? Поскольку начальник присматривается к вам, вы должны главный акцент делать на своём образе, на том, какое впечатление вы создаёте. Логика определённо может вам помочь. Вы можете написать какой-нибудь потрясающий очерк про то, как вы предполагаете улучшить ту работу, которой вы предполагаете заняться. Но даже это будет создавать некий образ, показывая ваши обильные запасы практической мудрости.

Помните три качества *этоса*? Приверженность благому делу, участливость и умения? Добродетельность, благожелательность и практическая мудрость? Вы проявите добродетельность, приведя себя в соответствие с ценностями вашей компании. Опишите, как вы сэкономите её деньги или как вы улучшите её дела, расширите её сотрудничество, – словом, расскажите, как вы превосходно выполните то, что ваша компания ценит больше всего.

Что же касается благожелательности, то подумайте о своей аудитории, которой в данном случае является всего лишь один человек – ваш начальник. Одна из наилучших «участливых» фраз, которые можно использовать по отношению к вышестоящему лицу, – это «Вам что-нибудь нужно?». Как бы просто эта фраза ни звучала, за те годы, которые я провёл, занимаясь менеджментом, в непосредственных беседах со своими подчинёнными я эту фразу слышал довольно редко. Дороти-старшая говорит, что это наилучший из всех советов, которые я ей дал, когда она вернулась на работу. Она спросила меня, что ей следует помнить, когда она приходит на еженедельные встречи с начальником. «Когда закончишь посвящать его в последние известия, спроси его, не нужно ли ему чего», – сказал я. За пару недель она стала незаменимым сотрудником. (Она, кстати, действительно выполняла то, что было нужно её начальнику, что у меня на работе происходило довольно редко.)

Как Джордж Герберт Уокер Буш стал президентом

Ещё один до смешного простой совет по выказыванию своих наилучших намерений: благодарите людей письменно. Поздравляйте их письменно. Сочувствуйте им письменно. Пишите что-нибудь: электронные письма, бумажные открытки – что бы ни было приличным и уместным. Джордж Герберт Уокер Буш славился своими глубокомысленными письмами, которые он набирал на своей печатной машине. Один из моих стажёров, который не отличался особенной любовью к Республиканской партии, однажды написал статью, в которой упоминался этот президент. Ему пришло короткое письмо от самого Буша, в котором он одобрительно высказывался о его слоге (и оспаривал один момент статьи). Этот стажёр стал одним из моих настоящих поклонников. Буш стал каким-то ангелом открытости и теплоты, потратив своё драгоценное время на написание письма какому-то молодому неизвестному человеку. Возьмите письмо себе за привычку и используйте ее, чтобы решать всевозможные дела у себя на работе.

Если вы уже зарекомендовали себя как такого же ангела, то вы наверняка уже расположили к себе начальника. Хорошо, в таком случае вам нужно написать детализированное стратегическое письмо, чтобы выказать свою практическую мудрость и доказать, что в вас больше добродетельности (в риторическом смысле), чем у любого другого кандидата. Тут, кстати, в дело вступает *кайрос*. Чтобы показать свой навык быстрого реагирования, напишите письмо максимально быстро и ловко и отправьте его так скоро, как сможете.

Но сначала вам всё же не помешает подумать о том, как вы хотите преподнести это письмо. Должно ли оно быть распечатано и вручено начальнику в прозрачном файле или отправлено по электронной почте? Если ваш начальник не любит долгие письменные изъяснения, то не позволит ли он вам сделать презентацию или отослать её ему по электронной почте? Это всё вопросы *кайроса*: тайминг и среда.

Пока вы ждёте ответа от начальника, какое ещё средство улучшения *этоса* может повысить ваши шансы? Декорум! Если вы ещё не одеваетесь так, как подобает одеваться там, куда вы стремитесь попасть, – то начните уже сейчас. Используйте кодовое расчёсывание, воспринимая жаргонизмы и общие места, которые использует глава

компании. Можете ещё попробовать употребить стратегию идентичности. Как заставить начальника идентифицироваться с идеей вашего повышения? Один из самых простых способов – это заставить его идентифицироваться с *вами*: заставить его увидеть в вас молодую версию самого себя, как это произошло с Робертом Редфордом и Бредом Питтом в фильме «Там, где течёт река». Социологи, исследующие сферу бизнеса, говорят, что начальники часто стремятся нанимать людей, личностные качества которых близки к их собственным.

Некоторые ваши коллеги могут увидеть в вашей тактике идентичности первоклассное подлизывание, так что ваш декорум должен работать во всех направлениях. Если вы хотите подлизаться к начальнику, то вам в то же самое время необходимо подлизаться к тем, кто стоит с вами наравне. Уделите внимание общению с ними в этот спорный период. Потратьте на них своё время. Можете петь им дифирамбы, если считаете нужным.

Теперь представим, что ваша стратегия настолько действенна, что начальник всё-таки вызывает вас к себе на собеседование. Вам не нужно идти к нему с вызубренным сценарием и фигурами речи, отскакивающими от зубов. Просто сосредоточьтесь на своей стратегии *этоса*: умениях (вы знаете, что нужно делать, чтобы ваша компания процветала, и у вас есть такие навыки, которые позволяют делать это), приверженности правому делу (вы разделяете ценности своей компании и сделаете всё от вас зависящее, чтобы поддержать эти ценности) и участливость (вы верны своему начальнику и хотите облегчить его работу). Не забывайте о своём декоруме: оденьтесь подобающе (то есть так, как подобает одеваться тому, кем вы намереваетесь стать), а во время собеседования используйте такой кодовый язык, который будет приятен вашему начальнику.

Давайте попробуем прогнать эту стратегию по какому-нибудь диалогу и посмотрим, что из этого выйдет.

НАЧАЛЬНИК: Почему вы хотите заниматься этой работой?

ВЫ: Потому что я вижу, что вы являетесь учителем для многих людей, и мне очень хочется делать нечто подобное и помогать людям в их карьере.

Отлично! Я полагаю, что начальник действительно особое внимание уделяет учительству и часто использует общее место,

звучащее как «опыт обучения». Ваш ответ просто сияет благожелательным энтузиазмом и добродетельностью. Вы также использовали замечательную тактику этического ответного удара, выставив слабость как силу. Но, к сожалению, ваш начальник замечает это.

НАЧАЛЬНИК: Вы считаете, что готовы наставлять других? Ваше резюме показывает, что у вас не очень большой опыт в этой области.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Кого вообще волнует, обращался ли кто-нибудь к вам за советом? Тут вы просто используете рискованную, но полезную технику: вы делаете неподтверждённое заявление так, как если бы оно было несомненным. Техника является рискованной потому, что ваш начальник может придрататься к вам и потребовать серьёзных доказательств.

Это может прозвучать как вопрос *этоса*, однако для убеждения начальника может понадобиться некоторая доля логики. Как вам проявить навык наставничества, когда вы с ним одни в комнате? Один из способов – это придумать примеры, то есть прибегнуть к индуктивной логике. Но может быть и такое, что у вас вовсе нет никакого опыта в наставничестве. Однако не стоит забывать, что факты – это только один из трёх видов примеров; остальные два – это сравнение и истории. Что же, давайте расскажем историю!

ВЫ: Ну, другие сотрудники нашей компании обращаются ко мне за советом не просто так – у этого есть причина. Вот вам один пример: у Джейми из финансового отдела как-то раз возникла одна довольно сомнительная идея по поводу введения «маркетинга из уст в уста». Я дал ему слово не разглашать подробностей, так что и вам я их разглашать, увы, не могу. Он попросил у меня совета по поводу того, как ему подойти с этим к вам, я рекомендовал ему сделать небольшую презентацию и выбрать свободное место в вашем графике. В следующий вторник вы, по идее, увидите с Джейми.

Превосходно. Рассказав историю, вы как бы дали начальнику возможность побыть в вашей шкуре. Всякий раз, когда вы даёте своей аудитории посмотреть на что-то вашими глазами или получить тот опыт, который получили вы сами, – всякий раз вы при этом повергаете их в восприимчивое состояние. Начальник говорит о стратегии,

которую вы изложили в своём письме, вы проходите по отдельным своим сильным сторонам – и уже после всего этого вам пора закругляться.

НАЧАЛЬНИК: Вы хотите что-нибудь добавить?

ВЫ: Да, есть ещё кое-что. Не сомневаюсь, у вас есть и другие превосходные кандидаты на эту должность. Но, уверяю вас, никто не вложит в это дело столько души, сколько вложил в него я. Дайте мне шанс, и я оправдаю все ваши ожидания и даже превзойду их. Я очень хочу этого.

Хорошая кульминация. Вы покидаете комнату явно на эмоциях. Скажу сразу: некоторым начальникам нравятся такие выходки; другие же предпочитают таких кандидатов, которые изображают некоторую неприступность. Но вообще небольшой объём эмоций в конце собеседования обычно не вредит. Это ещё Цицерон вывел (он тогда говорил о произнесении речи, но тут принципы те же). Сами понимаете: я никогда не ставлю Цицерона под сомнение.

Руководство книжным клубом

При продаже идей в основном используются те же средства. Представим, что вы так горите риторикой, что вы хотите, чтобы ваш книжный клуб прочитал эту книгу. В этом случае стоит вопрос приведения клуба к принятию решения – не к совершению действия. Следовательно, тут эмоции не так важны.

Ещё одно отличие от собеседования: *этос* вашего продукта здесь даже более важен, чем ваш собственный *этос* (за исключением тех случаев, когда ваш клуб был безраздельно доволен каждой книгой, которую вы ему рекомендовали прочитать). Но давайте лучше представим, что это первая книга, которую вы советуете прочитать своему клубу. С чего лучше начать?

ВЫ: У меня есть книга, которая удивит многих из вас. По крайней мере, *меня* она удивила.

Эм, ну хорошо. И что дальше?

ВЫ: Я её подобрал в книжном магазине, потому что меня заинтересовало её название (*поднимая книгу*). Когда я узнал, что в ней рассказывается о ведении спора, я сразу же решил положить её обратно.

А, понял. Неохотное заключение. Неплохо, неплохо. Вы подчёркиваете свою благожелательность и показываете аудитории свои мотивы.

ВЫ: Но затем я всё-таки решил её открыть. Позвольте зачитать вам, что я увидел. (*Читая пассаж из Введения, в котором рассказывается про мой риторический день.*) Это не перегруженная научная монография, и это не заурядная книга о бизнесе. Она интересна, местами даже забавна, и она учит вас тому, как правильно спорить и аргументировать свою позицию. Но это вовсе не главная причина, по которой я предлагаю нам вместе прочесть её. Эта книга предлагает даже больше.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Должен здесь сознаться. Я не только привожу свою же книгу в качестве примера, но я даже делаю так, что вы одобрительно о ней высказываетесь. Я так использую стратегию идентичности. На протяжении всей этой книги я предпринимал попытки дать вам почувствовать себя в моей шкуре, приводя вам различные диалоги, выигрывая и проигрывая споры, – и всё это в надежде, что мне сойдут с рук эти возмутительные манипуляции.

Батюшки, да это же *dirimens copulatio*, фигура, говорящая аудитории: «Постойте, я ещё не всё сказал!» Вы прямо-таки блистаете. Вы используете индуктивную логику, читая пример; вы прибегаете к стратегии назначения определения: «это не научный труд, и это не книга про бизнес»; и вы обещаете нечто лучшее. Ваша группа напряжённо ожидает того, что вы ей будете говорить далее.

ВЫ: Она показывает вам, что споры ведутся вовсе не ради того, чтобы одна сторона подавила другую. Понятно, что они ведутся для того, чтобы получить что-то. Но важно другое: важно то, что настоящий спор даёт вам возможность избегать всяких неприятностей вроде агрессии, ссор и прочего как в политике, так и дома или на работе. В этом клубе ведь принято разбирать серьёзную литературу, которая помогает изменить жизнь людей к лучшему. Ну да, признаю: в этой книге слишком много юмора, чтобы называть её совершенно серьёзной; но всё же предназначение у неё более чем серьёзное. Оно состоит в

том, чтобы вернуть нас к тому, что её автор называет «риторическими истоками».

Очень хорошо. Вы упоминаете главные ценности клуба и показываете, как эта книга соответствует им, – это один из способов изобразить её риторическую благодетельность. Вы даже переключаетесь на будущее время в конце.

ОДИН ИЗ ЧЛЕНОВ КЛУБА: А автор книги является экспертом в области риторики (как их там называют?..)?

ВЫ: Оратором.

Ну нет, это же вопрос про практическую мудрость. Так у автора есть какое-нибудь представление о своём предмете или нет?

ВЫ: Нет, он не академист.

Прекрасный пример употребления тактики назначения нового определения. Член клуба спросил вас про то, является ли автор экспертом; про академизм он ничего не говорил. Клуб избегает разбора научных трудов. И всё же вы по-прежнему не разрешили проблему практической мудрости. Что вы будете делать?

ВЫ: Но он на протяжении многих лет трудился в области издательского дела, где он был менеджером и консультантом; а ещё он журналист (не говоря уж о том, что он к тому же является мужем и отцом), так что он определённо способен приложить риторику к жизненным ситуациям.

Истинное воплощение практической мудрости! Даже я бы не смог это выразить лучше. Переходите прямоком к подытоживающей кульминации, и дело в шляпе.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

ИДИОМА. Определённая комбинация слов, несущая какое-то особое значение. Будучи близкими родственниками клише, идиомы являются богатым источником общих мест. В этом случае я употребил идиому «дело в шляпе» не просто так – я сделал это для создания впечатления лёгкого тона разговора. Дело в том, что по-английски она звучит как «Боб – ваш дядя» (Bob's your uncle). «Боб» – это Роберт, маркиз Солсбери, премьер-министр Великобритании, поспособствовавший повышению по службе своего племянника в 1887 году.

ВЫ: Я не могу даже представить лучшей книги для нашего клуба. Она рассказывает нам личную историю, развивая при этом у нас полезные социальные и интеллектуальные навыки, которым нас не обучили в колледже. Если у вас остаются сомнения, то я с радостью прочитаю ещё несколько пассажей.

ЛИДЕР КНИЖНОГО КЛУБА: Не думаю, что в этом есть необходимость. А вы как считаете, господа? Ну, хорошо, давайте проголосуем!

Поздравляю. Вы победили, представив блестящую аргументацию: вы употребили *этос* книги так, чтобы она выглядела достойно, вы воспользовались индуктивной логикой и стратегией назначения нового определения, и вы заставили группу идентифицироваться с вашим решением, заговорив на языке ценностей. И да, спасибо вам большое.

Очаруйте капиталистов и всяких негодяев

В то время как произнести заранее подготовленную речь не составляет особого труда (эту речь для книжного клуба можно и выучить наизусть, если есть желание), вам может быть гораздо труднее сохранять риторическую ловкость, когда вам предъявляют возражения. Возьмём какую-нибудь идею и поставим её (вас) в неловкую ситуацию.

Вам нужно привлечь средства на организацию сети мини-гостиниц, и вы делаете отвратительную пауэрпойнтовскую презентацию перед представителями одной венчурной фирмы. Предлагаемая вами сеть под названием *Bed & Breakfast & Beyond* («Номер, завтрак и даже больше») несёт в себе всё очарование, комфорт и ценность обычных мини-гостиниц и к тому же предлагает своим клиентам качественный бренд и различные гарантии. «Мы – это «Старбакс» среди мини-гостиниц, – говорите вы. – Качественное обслуживание и надёжный бренд».

Стоп.

У одного из венчурных партнёров озадаченный вид. Всё плохо.

ВЕНЧУРНЫЙ ИНВЕСТОР: Стандартизированные мини-гостиницы? Это что, оксюморон?

ВЫ: Ну, настолько же, насколько и «венчурный капитал».

Отличный колкий ответ! Но не забыли ли вы о такой вещи, как декорум? Ваша задача – заставить аудиторию идентифицироваться с

вами и вашим решением, и высмеивание профессии вашей аудитории не является проявлением хорошего декорума. Попробуйте ещё раз.

ВЫ: Это скорее парадокс.

Второй удар. Господин В. И., очевидно, обожает показывать свою эрудицию, так что спор о терминологических нюансах не очень хорош в плане декорума. Ещё раз.

ВЫ: Прекрасное замечание! Оно, кстати, и выражает всю гениальность В&В&В: в уже зрелой отрасли создаётся целая новая категория – категория гарантированной уникальности. Это, может быть, и выглядит как оксюморон, но на самом деле эта задумка устраняет недостатки целых двух зрелых рынков: рынка стандартных сетей гостиниц и рынка независимых мини-гостиниц. Посетителю гарантируются уникальный опыт (ни одна гостиница не будет похожа на другую) и высокое качество. Такой выборочный брендинг должен обеспечить окупаемость инвестиций объёмом свыше восьмидесяти процентов всего за пять лет!

Вот это уже другое дело. Вы пользуетесь кодовым языком венчурных инвесторов («зрелая отрасль», «окупаемость инвестиций» и прочее), чтобы показать, что вы понимаете мир венчурного капитала. Вы также ссылаетесь на любимое общее место этой венчурной фирмы – прибыльный риск. Запомните эту тактику: если вы вдруг окажетесь в беде, то вы часто сможете выиграть время, заговорив на правильном кодовом языке.

Уступка – это ещё более хороший мгновенный отклик, – особенно если ваша аудитория и ваш оппонент – это один человек. Ваш ответ господину В. И. («Прекрасное замечание!») является замечательной уступкой, хорошим приёмом парирования, обращающим враждебный вопрос в вашу пользу.

Могу ли я ожидать, что у вас всегда будет наготове такой острый ответ? Нет. Уступка не обязательно должна быть острой. Если вы ничего не можете придумать – просто согласитесь со своим оппонентом. Как и тактика кодового расчёсывания, уступка даёт вам возможность выиграть время. Если вы не можете придумать достойную реплику парирования, с помощью которой можно обратить аргументы оппонента против него самого, то вы по крайней мере можете переключиться на будущее время и перевести тему на вопрос выгоды.

Сейчас я снова помещу вас на передовую. Вы хотите продать ещё одну идею; на этот раз ею является политическое мнение.

ВЫ: Я думаю, что нам нужно увеличить бюджет дошкольного образования. Треть детей в нашей стране живёт за чертой бедности, и если мы не дадим этим детям нормальный завтрак и раннее образование, то мы сами напросимся на проблемы, которые непременно нагрянут, когда эти дети вырастут.

ОППОНЕНТ: Я думаю обратное. Мне кажется, что нам нужно урезать объемы поддержки нищих семей. Матери, живущие на пособия, известны своей ленью, и вообще они являются паразитами нашего общества.

Как вам отреагировать на это? Можете, конечно, назвать его мракобесом, но тогда на этом ваш спор и закончится. Можете попробовать урезонить его, приведя ему макроэкономические структурные объяснения и затем прибегнув к *пафосу* – эмоциональным примерам матерей, трудящихся в поте лица за жалкие шесть долларов в час. Если ваша настоящая аудитория – это группа либеральных интеллектуалов, то этот ответ вполне может сработать, хотя вашего оппонента он вряд ли убедит. Да и к тому же такой ответ – практически полноценную речь – крайне трудно выдать с ходу. Альтернатива? Когда вы сомневаетесь, уступите.

ВЫ: Ну да, я не сомневаюсь, что среди людей, живущих на пособие, есть и лентяи.

Самая лучшая уступка меняет определение проблемы так, чтобы изменение было незаметно. Вот здесь, например, вы из многочисленных «матерей, живущих на пособие» сделали немногочисленных «лентяев». К тому же вы деперсонализировали тех, кто во всей этой истории выставляется как «плохой» персонаж. «Мать, живущая на пособие» – образ наркоманки, колющейся и путающейся в беспорядочных половых отношениях, в то время как её дети разносят вдребезги весь район. «Ленивые люди» – это более размытый, менее разборчивый образ.

И всё же одной лишь уступкой спор выиграть нельзя, так что вы вслед за ней производите перемену времени и проблемы.

ВЫ: Но вопрос состоит вот в чём: как нам минимизировать затраты в долговременной перспективе? Сами ведь понимаете: если человек в детстве будет посещать детский сад и школу, то вероятность

того, что он, повзрослев, окажется в тюрьме, ниже. Мне кажется, гораздо выгоднее дать этому человеку работу, чем поддерживать его за решёткой.

Изменив время, вы переводите разговор из состояния примитивной перепалки в нечто более разумное. К тому же вы употребляете консервативное общее место – «минимизировать затраты». Сработает ли ваш аргумент? Он может сработать, особенно если ваша аудитория – это не только ваш оппонент. Выгода – это сильная тема.

Он даже может сработать во время выборов, если у вас есть подходящая, сведущая аудитория. Представим, что ваши риторические амбиции разгораются настолько неистово, что вы решаете поступить на работу в местное правительство. Во время публичных дебатов нынешний глава показывает всем фотографию, на которой изображены вы в молодости, одетые в футболку с наркоманским принтом.

НЫНЕШНИЙ ГЛАВА: Мой оппонент употреблял наркотики. Наркоманам не место в правительстве!

Ух. Все разворачиваются в вашу сторону и уставляют на вас свои взгляды. Что вам делать? У вас есть несколько вариантов:

1. Отрицайте, что вы когда-либо курили что-либо нелегальное. Скажите, что вы купили эту футболку у одного реабилитирующегося наркомана, которому нужны были деньги на церковное пожертвование.
2. Скажите, что вы не вдыхали.
3. Набросьтесь на оппонента.

ВЫ: У моего оппонента на момент вступления в брак уже было три ребёнка. Семейные ценности – это я понимаю, это славно. Ценностей у этого человека, правда, не очень много, но зато у него с семейной частью всё в порядке!

Что ж, у атаки на чужой образ есть своя степень добродетельности (в риторическом смысле), но разве вы для этого стремитесь попасть в правительство? Ради того, чтобы высмеивать других людей? Лучше остановиться на отрицании того, что вы курили или вдыхали. Даже если вы и в самом деле никогда не курили и носили эту футболку в старшей школе просто для того, чтобы прикрыть своё несоответствие тенденциям, – если вы будете отрицать обвинение, то вы только укрепите аудиторию в уверенности в том, в чём она вас обвиняет. (Вспомните стиль речи, лишённый логики и основанный на ценностях,

который я изобразил в 21-й главе. Ценностные выражения обычно оказывают более осязаемый эффект, чем логичные заявления.)

Нет, вместо атаки попробуйте уступить оппоненту.

ВЫ: Врать не буду. Я действительно носил такую футболку в старшей школе. И носил эту жуткую причёску.

Чудно. Вы прибегли к юмору, чтобы немного приподнять настроение аудитории. Что дальше?

ВЫ: И я баловался всякой растительностью, когда я был мелким. Сейчас, уже будучи ответственным мужчиной и отцом, воспитывающим детей, я сожалею об этих своих шалостях. Ну так что сейчас-то; вы хотите обсуждать мою старую футболку или обсудить, как залатать ту здоровенную дыру, через которую мы все перешагивали, уходя с парковки?

Существует ещё множество подобных вариантов ответа, и, быть может, какие-то другие альтернативы лучше сработают с определёнными группами людей. Однако любой компромисс, переключающий время от прошлого (обвинение) и настоящего (примитивные толки в духе первобытных племён) на будущее (выгода), обеспечит вам пристальное внимание аудитории.

– Ага, – возразит мне читатель, сытый по горло массмедиа, рекламой, политикой и всей грязью, сопутствующей этим областям жизни. – А вы с какой планеты?

Это не планета – это страна. Когда-то это была страна ораторов. Она снова может стать такой.

Средства

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Я тут использую фигуру коррекции («это не планета – это страна»), повторяя выражение моего (воображаемого) оппонента и заменяя его на другое. Наилучшая коррекция выставляет вас более добродетельным человеком, чем ваш оппонент. Это достигается путём выбора таких выражений, которые ваша аудитория ценит больше, чем выражения вашего оппонента.

В этой главе был задействован весь арсенал риторического оружия.

- Для **нападения** вам нужно помнить о вашей цели и знать о ценностях и общих местах вашей аудитории. После того как вы выстроите план, основанный на вышеперечисленных параметрах, можете воспользоваться *этосом*, *пафосом* и *логосом* – обязательно в том порядке, в котором они здесь указаны.

- Для **обороны** вам нужно попытаться сначала уступить оппоненту, а затем переиначить условия примирения (это в том случае, если вы не знаете, что сказать). («Ну да, можно сказать, что это шпинат. Но другие скажут, что это брокколи».) После этого вам обязательно нужно переключиться на будущее время. («Но вопрос, однако же, заключается в том, как нам заставить тебя съесть эти овощи».)

Отдельные аргументативные средства вы найдёте в Приложении II.

Глава 30

Правьте приемлемой страной

Возрождение риторики

Там, где есть сильное желание узнавать новое, обязательно происходит множество споров... ибо само знание составляется из мнений различных славных людей.

Джон Мильтон

Спор, ведущийся ради спора

«А знаешь, почему американцы такие жирные? Они пьют слишком много воды».

Итальянская Ривьера была плотно накрыта пологом ночи. Я обедал с двумя местными предпринимателями, Джанни и Карло, в красивом приморском городке под названием Сестри-Леванте. Мы уже провели дебаты на тему политики, состояния образовательной сферы и даже популяции рыб в Средиземном море (мы были в рыбном ресторане, и к нам присоединился его владелец).

Джанни затронул тему воды спустя пару часов злоупотребления вином. «В прошлом месяце я летал в Америку, и я заметил, что там все ходят с бутылками воды. И, – он многозначительно перегнулся всем корпусом через стол, – там все жирные». Это спровоцировало спор, на который ушли ещё одна-две бутылки (не вызывающего ожирение) вина. Это была не особенно возвышенная беседа, да и, честно говоря, я сомневаюсь, что сам Джанни верил в то, что он говорил. Он просто следовал старинному европейскому обычаю, предполагающему, что спор – это акт сближения людей.

Если бы не вино, то я бы не выдержал неловкости. Люди, сидевшие за другими столами, все смотрели на нас, и они явно смеялись. Скорее всего, они смеялись не над нами, а с нами, но тем не менее. Тут, в Штатах, несогласными могут быть только грубые или безумные люди или политики.

Да и неприязнь к спорам – это ведь наша традиция, не так ли? Со второй половины XIX века – это уж точно. Зато европейцы, посещавшие нашу страну до второй половины XIX века, всегда отмечали, какими мы *были* замечательными спорщиками. Что же случилось?

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Я выстроил эту главу так, чтобы она шла подобно речи Цицерона. Эта часть – это классическое *exordium*, или вступление: здесь работает *эмос*, и здесь проблеме даётся определение.

Случилось то, что мы потеряли способность вести споры. Когда-то давно риторика являлась центральным элементом образования – особенно в колледжах. В XIX веке, когда античные мастера утратили былую популярность и когда даже академическое сообщество забыло, для чего нужны гуманитарные науки (для подготовки элиты к управлению государством), риторика постепенно сошла на нет.

Вы уже видели, насколько сильно это искусство, если использовать его в личных целях, и вы, несомненно, понимаете, почему сотни поколений изучали его как искусство лидерства. Однако риторика оставляет свою величайшую силу для государства – и это ставит передо мной важную задачу: донести до вас главную мысль этой, последней в этой книге главы: *риторика способна помочь нам выкарабкаться из политической ямы.*

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Первую часть этой главы я заканчиваю небольшим эпизодом самоуничижения, с тем чтобы сгладить свой несколько высокопарный (кто-то бы сказал «претенциозный») тон. Дело в том, что в начальной части этой «речи» мне нужно немного блеснуть *эмосом*. К тому же сам Цицерон говорил, что в хорошей речи переход между частями должен проходить плавно. Упоминание семьи обеспечивает мягкий переход к следующей части, в которой фигурирует моя семья.

Я хочу показать вам незаменимую роль, которую риторика сыграла в основании Американской республики, а также то, как вымирание

риторики лишило нас ценного демократического инструментария. В самом конце я изображу гипотетическое риторическое общество, в котором люди счастливо манипулируют друг другом, виртуозно уворачиваются от манипуляции и с умом используют аргументы. Это будет не так сложно, как кажется. Я сам со своей семьёй практикую это уже на протяжении нескольких лет.

Мой большой риторический Джонс

Мои дети говорят, что я похож на отца из фильма «Моя большая греческая свадьба». Как отец беспрестанно говорил, что греки изобрели всё на свете, так же и я известен своей неприятной привычкой во всём усматривать риторику. Помню один случай в церкви: моей жене пришлось зашущукать меня, когда я, наклонившись, принялся разъяснять ей происхождение мессы.

Я: Она восходит к одному упражнению, которое выполняли в риторических школах. Оно называется «хрия».

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Ш-ш-ш-ш.

Я: Ученики воспроизводили какое-нибудь важное историческое событие и изображали его главных героев.

ДЖОРДЖ: А кто играет Иуду?

ДОРОТИ-СТАРШАЯ: Может, замолчишь уже?

КАКОЙ-ТО ПРИХОЖАНИН: Ш-ш-ш-ш.

В другой раз я объяснял Дороти-младшей этимологию её любимых медицинских терминов.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

К слову, о претенциозности: мне нужен такой приём, который позволит сообщить вам какие-нибудь ещё крутые риторические факты и при этом не оттолкнуть вас. Так что я опять прибегаю к самоуничижению: я, как ботаник, привожу риторические факты в форме диалога, в котором привожу риторические факты, как ботаник. Ух, странности-то какие.

Я: Диализ – это такая фигура речи.

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Это хорошо.

Я: Это когда говорящий сопоставляет обе стороны проблемы в одном предложении. Это как сокращение сердечной мышцы: туда-сюда,

понимаешь?

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Пап, я...

Я: Во времена, когда статус риторики был выше, чем у медицины, ораторы украли у врачей некоторые термины и привязали их к фигурам: метастаз, антистазис, эпитазис, металеписис...

ДОРОТИ-МЛАДШАЯ: Папа, мне всё равно!

Помнится ещё один случай: я возвращался из Северной Каролины, куда я ездил по консалтинговому делу, и по пути обратно я читал лекции своему недоумевающему соседу, молодой женщине, которая только что выучилась на журналиста.

ПОЛЕЗНАЯ РИТОРИЧЕСКАЯ ФИГУРА

МЕТАНОЙЯ. Фигура, предполагающая поправление говорящим самого себя: она корректирует одну из прозвучавших ранее фраз, чтобы как бы усилить общий эффект произносимой речи. Это довольно тонкий и ироничный способ приукрасить какое-нибудь клише – такое, как, например: «Не вынуждайте меня».

Я: А вас всё ещё учат при написании газетных статей следить за тем, чтобы на вопросы «кто?», «что?», «где?», «как?», «зачем?» и «почему?» обязательно был ответ?

СОСЕД: Да, учат.

Я: Этот метод журналистика позаимствовала у классической риторики. Вы знаете, кто такой Цицерон?

СОСЕД: Э-э, думаю, я...

Я: Он говорил, что оратор должен пройти по всем этим вопросам в начальной, «повествовательной» части своей речи.

СОСЕД (с ледяной улыбкой):...

И пожалуйста, не принуждайте меня распространяться про зарождение Американской республики. Хотя нет, знаете что: принуждайте меня.

Продолжение дела Цицерона

Часто можно услышать про то, что Америка была основана как «христианское государство», однако её государственная система гораздо больше обязана риторике, чем христианству, – хотя

риторическое искусство и находилось на спаде ещё со времён, предшествовавших революции. В XVII веке Лондонское королевское общество по развитию знаний о природе, куда входили ведущие учёные, призвало к «точному, прямому и естественному стилю речи», который будет воплощать в себе «математическую простоту». Это общество выпустило манифест, в котором оно призывало всех англоговорящих людей «избавиться от всех ухищрений, отступлений и излишеств в речи; вернуться к первоизданной чистоте и краткости – к такой речи, которая способна выразить суть явления одним-двумя словами». Идеал Королевского общества, сводящийся к тому, что одно слово означает один предмет, пожалуй, ни разу не достигался ещё с тех времён, когда люди покинули пещеры; тем не менее их призыв помог убрать излишнее напыление, покрывавшее тогдашнюю крайне вычурную речь.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Сейчас мы говорим о *повествовании*: о постановлении фактов путём рассказывания. Вы можете превратить концепцию в персонажа вашей истории, введя в неё идеи, противоположные тем, которых придерживаетесь вы, и изобразив приверженцев этих противоположных идей как злодеев. Ох уж это гадкое Королевское общество!

Разумеется, среди тех, кто любил употреблять ухищрения, отступления и излишества в речи, были Кристофер Марло и Уильям Шекспир. Однако важно понимать, что в каждом движении всегда есть свои жертвы.

И тем не менее чистейшая академическая инерция позволила риторике сохранить полноценное присутствие в сфере высшего образования вплоть до самого конца XVIII века – так что каждый член Филадельфийского конвента отлично в ней разбирался. Джон Локк, один из более современных философов, который более чем кто-либо другой вдохновлял основателей Американской республики, заведовал риторикой в Оксфорде. В свои поздние годы Джефферсон выразил слова признательности Локку, а также Цицерону, Аристотелю и Монтеню за то, что те вдохновили его к работе над Декларацией независимости США.

Основатели американского государства были ярыми фанатами Древней Греции и Древнего Рима. Они жили в пародиях на древние храмы, писали друг к другу на латинском языке и платили художникам, чтобы те изобразили их одетыми в тоги. Однако основатели не просто подражали античным людям; они буквально продолжили дело своих республиканских праотцов. Поклонники Джорджа Вашингтона называли его «Катоном» в честь Марка Порция Катона, великого консула Римской республики. Когда его поклонники присвоили ему прозвище «Отец нашей страны», они на самом деле процитировали Катона, который называл Цицерона отцом своей страны.

Казалось, будто все рьяно стремились войти в роль величайшего оратора Древнего Рима. Едкий, остроумный Джон Адамс любил называть себя реинкарнацией остроумного, едкого Марка Туллия Цицерона. Адамс даже зачитывал изречения этого римского оратора каждый день, что чем-то походило на утреннюю зарядку. «Я считаю это благородным Экзерсисом, – поделился он со своим дневником. – Я так развиваю Лёгкие, поднимаю Дух, усиливаю свои Голосовые связки и ускоряю Кровообращение – так что всё это упрочивает моё здоровье во всех смыслах». Александр Гамильтон имел обыкновение подписывать свои анонимные эссе именем Цицерона – Туллим. Вольтер называл правителя Пенсильвании Джона Дикинсона Цицероном. Джон Маршалл звал Вашингтона Цицероном. Некоторые люди даже считали, что Патрик Генри, который свободно изъяснялся на латинском языке, был Цицероном всех Цицеронов (ну, кроме изначального Цицерона, конечно). Современники говорят, что когда он вскричал: «Дайте мне волю или дайте мне смерть!», он притворился мёртвым на мгновение. Это сразило всех наповал.

КЛАССИЧЕСКИЕ ХИТЫ

РАБЫ СДЕЛАЛИ ИЗ НИХ ЛИБЕРАЛОВ. Хотя некоторые основатели негативно относились к рабству, почти все они терпели его, потому что оно служило тому, что они называли высшим предназначением. В классическом смысле рабство вполне соответствовало республиканским ценностям; да и к тому же оно было широко представлено во всех существовавших ранее республиках. У римлян были рабы. Равно как и у греков. Немаловажно и то, что рабы были частью агрокультурной экономики древних времён; они

давали своим хозяевам возможность жить свободно, не вынашивая никаких намерений, или, как они выражались о таком образе жизни, «либерально». Как бы иронично это ни звучало, но главная порочная составляющая рабства стала политической явью только тогда, когда ослабла установка на благожелательность.

Во времена Американской революции особой популярностью пользовался суперхит Джозефа Аддисона «Катон». Его сюжет (благородный демократ борется за спасение республики от тирании) был во многом схож с тем, что происходило со зрителями в жизни. Катоноподобный Джордж Вашингтон неоднократно посещал этот спектакль, и он даже распорядился, чтобы постановку организовали в Вэлли-Фордж, чем он надеялся поднять дух военных. Когда его офицеры пригрозили Вашингтону мятежом, он сымитировал риторические техники, которые использовал Катон в спектакле для ликвидации восстания. Патрик Генри взял свою фразу про волю или смерть прямо из сценария Аддисона. А Натан Хейл, американский шпион, перед тем как его повесили англичане, написал следующую эпитафию: «Я лишь сожалею о том, что у меня всего одна жизнь, которую я могу отдать за свою страну», – которая была интерпретацией слов Аддисона: «Как горестно, / Что мы можем пасть за свою страну лишь раз!»

Трагедия Римской республики обусловила возникновение спонтанного чувства дежавю. Прочитав биографию Цицерона в 1805 году, Джон Адамс написал: «Такое ощущение, словно я только что прочитал историю всех времён и народов, и особенно нашей страны, на протяжении последних сорока лет. Просто поменяйте некоторые названия, и всё, что там изложено, будет точно про нас».

Это было сильное заявление. «Катон» был трагедией, равно как и падение Римской республики. Катон покончил с собой в конце спектакля (и в конце своей жизни), а спустя несколько лет злодеи расправились с Цицероном. Однако у всей этой классической ностальгии было серьёзное предназначение. Американская государственная машина была не просто экспериментом в политической теории; она также была самой амбициозной переменной в истории человечества. Американская революция позволила истории повторить саму себя – но со значительными улучшениями.

Самым главным усовершенствованием было введение антидота фракционности. Основатели верили, что демократию Древней Греции и Римской республики погубил именно конфликт между экономическим и социальным классами. Фракционность вызывала у американцев ещё более сильный ужас, чем монархия. Так что основатели Американской республики установили систему сдержек и противовесов. Сенат воплощал собой аристократию, избранную законодательными органами. Плебеи, как простой народ назывался у римлян, через голосование формировали палату представителей. И та и другая группа выбирала президента. Одна фракция уравнивала другую.

Что неизбежно вызывает вопрос: как с этими сдержками и противовесами можно было что-либо осуществить? Ответ кроется в риторике. Новая система была призвана «улучшить и расширить» общественное мнение, как сказал Гамильтон, «усилиями особой организации людей». Этой организацией были риторически подкованные граждане. Основатели американского государства рассудили, что эта натуральная аристократия должна состоять из людей, имеющих наилучшее гуманитарное образование. Гуманитарное образование называлось «либеральным», то бишь ни от кого не зависящим. Гуманитарные науки назывались «либеральными искусстваами», в которых, конечно же, особое место занимала риторика. Эти искусства готовили учеников к занятию высших мест в обществе. Те благородные риторические мужи, что овладевали этими искусствами, образовывали особые неформальные организации политически нейтральных судей. Как говорил Гамильтон, эти люди были призваны служить в качестве коллективного «беспристрастного посредника» во взаимодействии между различными классами.

Основатели не смотрели на своё детище через розовые очки. Они прекрасно понимали, что в конце концов на поверхность неизбежно всплывёт какая-нибудь гадость. Гамильтон даже понимал, что политические партии (которые основатели приравнивали к фракциям) когда-нибудь «заполонят» республику. Но он и его коллеги верили в то, что симптомы можно несколько облегчить с помощью особой комбинации сдержек и противовесов, а также с помощью «спокойного, объективного» общения с образованным классом, имеющим гуманитарное образование. Конгресс был как бы «сознательным

центром» в представлении Гамильтона. Ораторы были в меньшинстве, но пока они вообще существовали, в их немногочисленности ничего страшного не было; поскольку они были по определению нейтральны, то и не могли никуда деться.

Страна в ту пору не испытывала нехватки риторически подкованных кандидатов на роль правителя. Это и понятно: для поступления в Гарвард в XVIII веке абитуриенты должны были проявить своё мастерство владения трудами Цицерона. Джону Джею пришлось прочитать три речи Цицерона при поступлении в Королевский колледж (ныне Колумбийский университет). Ученики колледжей всех колоний разыгрывали дебаты, в которых они изображали английских вигов, дебатирующих в духе древних греков и римлян. Джон Уизерспун, перед тем как он возглавил делегацию Нью-Джерси на Континентальных конгрессах в Филадельфии, был профессором риторики. Одним из его учеников был Джеймс Мэдисон.

К сожалению, классическое образование основателей не подготовило их к величайшей политической иронии: те самые лидеры, которые, по идее, должны были послужить противовесом политическим партиям, в итоге стали теми людьми, которые основали эти самые партии. Обе партии – Федералистская и Республиканская – возникли только затем, чтобы препятствовать возвышению друг друга. Каждая из этих партий отрицала свою причастность к какой-либо фракции; каждая клялась в том, что она *предотвращает* образование фракций. Гамильтон был убеждён в том, что он защищал риторическую республику от джефферсонцев, склонявшихся к демократии и, как думал Гамильтон, неизбежно долженствующих поддержать усугубление фракционности и помешать победе на выборах аристократии, имеющей гуманитарное образование. Джефферсонцы горячо отстаивали сельское хозяйство, которое в Античности считалось залогом личной свободы. В своей борьбе с тем, что федералиты и республиканцы считали угрозой благожелательному правительству – демократией и коммерцией, – обе группы сформировали две группы интересов, находящиеся в вечном конфликте.

Гамильтон изначально задумал Американскую республику как эксперимент, который должен был проверить гипотезу: способны ли люди «организовать хороший аппарат управления, исходя из рефлексии и свободного выбора», или политики обречены вечно полагаться на

«случайность и насилие». В 1807 году, когда стало ясно, что страна уже необратимо катится в пучину фракционности, он признался в том, что его эксперимент провалился.

Политическое дробление принесло за собой шокирующее падение цивилизованности. Газетные заголовки XIX века пестрели упоминаниями насильственных преступлений и политических секс-скандалов; редакторы даже совершали нападки на таких благородных людей, как Бен Франклин и Джордж Вашингтон. Кошмарные «случайность и насилие», рисовавшиеся Гамильтону, а также диатрибы и изобличения заняли место осмысленности. Политики увязли в примитивных выражениях и стали руководителями глубокого национального конфликта – не конфликта между классами, как в Риме, а конфликта между комплексами глубоких убеждений и ценностей.

Современный политик почувствовал бы себя в такой обстановке как у себя дома.

Хорошую риторику не задавишь

На протяжении истории нашей страны «ценности» неоднократно ложились в основу различных эксцессов политических дебатов, при которых жители страны ополчались друг против друга, группируясь вокруг своих идеалов и образуя таким образом непримиримые лагеря.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Продолжая свою речь, я перехожу к части, посвящённой *доказательствам*. Некоторые ораторы утверждают, что доказательство можно объединить с *разделением*. Я это и сделал.

Хотя нынешний конфликт ценностей далеко не так глубок, враждующие лагеря всё равно образуются. В 2005 году репортёр, связанный с газетой *Austin American-Statesman*, Билл Бишоп, обнаружил, что количество «принципиальных областей» (регионы страны, в которых более 60 процентов населения голосует за одну и ту же партию во время президентских выборов) увеличилось вдвое по сравнению с количеством 1976 года. В 2010 году уже большинство американцев было распределено по таким идеологическим пузырям. С

тех пор этот процесс только усугублялся. Во время выборов 2016 года принципиальные области составляли 60 процентов всей страны.

Когда люди разделяются на враждующие лагеря, даже реальность приобретает лагерный оттенок. Многие хорошо информированные люди были глубоко поражены, когда начали раздаваться известия о «поддельных новостях»: всюду был замешан некий компромат, якобы подброшенный российским правительством. Как бы эти известия ни были страшны, в нашей политике в последнее время стала проступать ещё одна зловещая тенденция. Всё больше и больше людей начинают доверять только тем фактам, которые исходят от той политической стороны, которую они поддерживают. Тем же фактам, которые происходят от того издания или института, которому они не доверяют, они не верят вовсе.

«Вы это на Fox News услышали? – процеживает сторонник Берни Сандерса. – Ну тогда это неправда».

«Это в CNN сказали? Мейнстримные медиа всегда врут».

Журналистика как таковая сейчас претерпевает беспрецедентную атаку, обусловленную тем, что обе политические стороны резко отвергают её. Вот вам одно яркое подтверждение моих слов: раньше медиа воспринимались в стране как нечто множественное. Сейчас же медиа в головах американцев – это какой-то огромный корпоративный / либеральный / элитный / предательский чан, в котором клопочет несусветное варево.

Но ведь не может быть, чтобы всё было так плохо. Не все же факты происходят от новостей, не так ли? Всегда есть наука. А большинство статистических данных об экономике и социальных условиях происходит от правительственных агентств.

Ой.

Наука в последнее время подвергается таким нападкам, что сейчас почти все учёные, занимающиеся изучением климата, говорят, что они «верят» в изменение климата, а специалисты в области биологии говорят, что они «верят» в эволюцию. Всё это относит науку о климате и генетику к той же основанной на вере категории, к которой относятся, например, ангелы. (Кстати, опрос, проведённый агентством Associated Press в 2011 году, показал, что 77 процентов американцев верят в ангелов – то есть верят в то, что несколько тяжело проверить фактически.) Представьте, что вы используете статистику ФБР,

свидетельствующую о неуклонно понижающемся уровне преступности, чтобы убедить родителя отпускать ребёнка одного в школу. ФБР? Вы шутите, что ли?

Итак, мы выясняем, что три столпа, подпирающих факты в современном обществе – журнализм, наука и правительство, – все эти столпы рушатся. Некоторые специалисты заявляют, что мы сейчас входим в эру «постправды». Оксфордский словарь даже назвал «постправду» словом 2016 года.

Но мы не живём в эру постправды. Правда будет всегда. Мы просто можем не знать её. К тому же существует ещё правда с большой буквы – истина, истина убеждений и ценностей.

Более точным заявлением будет провозглашение наступления эры *постфактов*. Потеряв доверие к источникам фактов, мы потеряли всю реальность, на которой можно основываться в дебатах. В обществе, основанном на фактах, мы могли бы начать с суждения о том, что температура Земли повышается. Об этом свидетельствуют большие объёмы статистических данных, собранных при поддержке правительства, и годы научных исследований. Теперь давайте проведём спор на тему того, что нам делать с этим. Стоит ли нам рискнуть нанесением ущерба экономике, жёстко ограничив выбросы углеродных соединений, или же нам лучше вложить средства в подготовку к неизбежным наводнениям и необратимым климатическим изменениям? Или же я вовсе неверно обрисовал всю проблему? Ведь без фактов мы вовсе не можем дебатировать на эту тему.

Не так уж много людей вовсе заинтересованы в ведении каких бы то ни было дебатов. Наши современные установки, чем-то напоминающие установки первобытных племён, почти уничтожили ту толику веры, которая у нас была к осмысленным дебатам. Даже по отдельности мы так неприязненно относимся к спорам, что вовсе отменяем их прочь, как что-то ненужное. Обязанности по несогласию мы делегируем профессионалам: передаём свои аргументы юристам, партийным плутам, радиоведущим, отдела кадров и начальникам. Мы выражаем расхождения во мнениях социопатическим путём, через гнев и различные инсинуации, через экстремизм и догматизм. Низкая цивилизованность окружает нас повсеместно: по дороге на работу, в супермаркете, в том, как начальство увольняет своих сотрудников; она

господствует на радио и на телевидении, и даже на Капитолийском холме.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Здесь представлена довольно неформальная форма *опровержения*, при которой я произношу аргумент своего оппонента или ожидаемое возражение моей аудитории – и опровергаю это.

Но, как вы уж знаете, называть «спором» каждую словесную перепалку – это не совсем корректно. В перебранках на самом деле *недостаёт* элемента спора: они отличаются полным отсутствием веры в силу убеждения и в возможность достижения консенсуса.

То, что республиканская и демократическая части населения Америки вступили в конфликт именно тогда, когда в политических компаниях моральные вопросы стали превалирующими, – не случайность. Разумеется, демонстративный язык (кодовое расчѣсывание и сосредоточение внимания на ценностях) нацелен на то, чтобы сплотить аудиторию и заставить её идентифицироваться с вами и вашей точкой зрения. Однако впоследствии осмысленный спор всё-таки должен стать... ну, осмысленным. Политические вопросы, такие как исследование стволовых клеток, аборты и однополые браки, – все эти проблемы связаны с «чѣрным и белым», что прямо относится к категориям истины. Эти проблемы не связаны с «серым», который является компромиссным оттенком, достигаемым путѣм спора. Даже изменение климата почти перестало быть проблемой, когда Эл Гор провозгласил его «моральной проблемой». До того как Гор коснулся этой темы, огромное количество республиканцев признавало истинность проблемы антропогенного потепления; после того как Гор начал говорить об этой проблеме, почти все республиканские лидеры стали решительно отрицать существование проблемы изменения климата.

Когда политики начинают политизировать мораль и морализировать политику, достойных споров уже не остаѣтся. Остаются племена. И точка.

С другой стороны, осмысленный спор обладает величайшей силой притяжения, стягивающей к себе политиков, – силой, которая притягивает радикальные элементы к своей скромной, уравновешенной

орбите. Хитрость этого магнетизма состоит в том, что она позволяет убедительно овладеть общими местами политиков, этими Центральными парками убеждений, и сделать из них свою собственную территорию. Вы не сможете склонить людей к своей точке зрения, пока вы не проникнете в самое сердце их убеждений. Если вам это не удастся, то вам необходимо изменить свою цель: предложить какое-нибудь такое мнение, которое лежит ещё дальше на их территории; ещё вы можете предложить какое-нибудь такое действие, которое не является таким серьёзным шагом.

Иными словами, вам необходимо быть *добродетельными*.

Великая привлекательность

Вспомните добродетельности по Аристотелю: «Состояние личности, при котором она устремлена к принятию решения, ключ к которому лежит где-то посередине».

У таких людей, которые в относительно большей степени, чем другие, подвержены убеждению, точка зрения обычно лежит близко к идеологическому центру. Идеологов по определению нельзя ни в чём убедить. Но что произойдёт, когда страна окажется разделена идеологическими барьерами, а всеобщее благоволение перейдёт на политиков, которые проповедуют всякие ценности и гнут свою линию во что бы то ни стало? Что произойдёт, когда мы совершенно позабудем риторику и само определение добродетельности станет противоположным тому, которое ей дал Аристотель? Произойдёт становление антириторического государства, подобного тому, в котором мы живём сейчас.

Настала пора возродить изначальный республиканский эксперимент основателей и создать новую прослойку риторически образованных граждан. Но мы, конечно же, должны превзойти основателей. В XVIII веке образование было сравнительно редкой роскошью; ныне же мы можем позволить себе дать всему населению страны качественное риторическое образование.

Если я начинаю казаться вам риторической Поллианной, то просто взгляните на программу обучения в старшей школе и в колледже. Педагоги начинают вводить риторику во всё большее и большее число курсов. В экзамене по английскому языку сейчас даже есть один

риторический компонент. Колледжи, подведомственные университетам, дотированным государством, также играют во всём этом свою роль: риторика сейчас стала самой быстрорастущей дисциплиной в высшем образовании. Студенты и профессора, занимающиеся риторикой, не похожи на своих академических собратьев, специализирующихся в других областях. Они как минимум выделяются тем, что их нельзя просто так оскорбить. Как по мне, так на лесть их взять не менее трудно. Десяткам из них я отдавал рукопись этой книги на проверку; их комментарии были самыми жёсткими из всех, что я видел, и меня постоянно от них передёргивало.

И они всегда были правы и попадали точно в цель. Мне жаль любого политика, который осмелится появиться перед такой аудиторией. Что, если бы мы воспитали ещё несколько миллионов таких достойных граждан, а остальное население продолжило бы всесторонне изучать риторическое искусство?

Ну, у нас бы, естественно, сформировалась риторическая культура; произошёл бы массовый отток избирателей, которые перестали бы поддерживать какую-либо из существующих партий, потому что политика в духе первобытно-общинного строя стала бы казаться чем-то очень недостойным.

Политики бы начали изо всех сил соревноваться в том, кто из них более благожелателен и бескорыстен. Кандидаты на какую-либо высокую роль в политике были бы вынуждены говорить изящно – так, как говорят в риторически просвещённой Великобритании. Никаких финансовых реформ в политических кампаниях не пришлось бы проводить, потому что избиратели всё равно бы ясно увидели всё, что стоит за агитационной и пропагандистской деятельностью. Наиболее выдающиеся ораторы боролись бы за право выступить в самом популярном телешоу Америки – «Американский оратор». Продавцам автомобилей стало бы невыразимо трудно сбыть свой товар. Мы, возможно, начали бы наконец говорить друг с другом и даже слышать друг друга. И американцы смогли бы отстоять свою честь перед утопающими в вине итальянцами.

Поблагодарите детей за то, что они спорят

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УБЕЖДЕНИИ

Теперь мы подошли к *заключительной* части, которая может быть несколько эмоциональной. Классический финал должен представлять взгляд в будущее. Мартин Лютер Кинг сделал так в своей речи под названием «У меня есть мечта».

Ну, хорошо, сейчас я уже действительно говорю как Поллианна. И всё же я призываю вас принять участие в деле великого возрождения риторики.

Когда вы будете говорить о политике (и я искренне надеюсь, что вы будете о ней говорить), используйте все те трюки, что встретились вам в этой книге: кодовый язык, эмоциональные приспособления и многие другие хитрости; но главное – сосредоточивайтесь на будущем. Настаивайте на том, чтобы кандидаты на управленческие должности апеллировали прежде всего соображениями выгоды в своих доводах. Что лучше всего для людей? – вот этот вопрос должен проходить красной нитью по всей их деятельности. Изничтожьте любого кандидата, который утверждает, что ему нет дела до общественного мнения. Он, конечно, не обязан рабски следить за ним, но ему всё-таки следует понимать, что общественное мнение – это верховная глава демократии. Спросите любого кандидата, который излишне гордится своей непоколебимостью и принципиальностью: «А как это поможет устранить проблемы, изъедающие наше общество, или дать образование нашим детям?» Отдавайте предпочтение тем добродетельным (риторически добродетельным) лидерам, которые больше склоняются к тому, чтобы во всех спорных ситуациях искать золотую середину, а не стремиться провести свою, пусть даже и ошибочную, политику.

ЗНАЧЕНИЯ

У древних греков было особое слово для обозначения тех, кто не голосует: «*idiotes*» («идиот»). Человек, живущий исключительно личной жизнью, – это, по мнению Аристотеля, либо зверь, либо бог.

Если вы являетесь родителем, то постарайтесь убедить руководство школы, которую посещает ваш ребёнок, ввести предмет риторики с седьмого класса. (Римляне, понятно, начинали изучать её ещё раньше.) Последуйте примеру многих читателей и приносите

копии этой книги учителям английского в вашей школе. И постарайтесь воспитать своих детей в риторическом духе.

Когда я сам впервые углубился в изучение риторики, то нелепо начал конструировать риторическую обстановку у себя дома – даже когда мои дети были ещё совсем маленькими. Я не умолкая болтал об Аристотеле, Цицероне и фигурах речи, а за обеденным столом я обязательно выявлял и выставлял те риторические трюки, которые использовали члены моей семьи. Время от времени я позволял своим детям выигрывать споры, что будило в них стремление стать ещё более отъявленными спорщиками. Вообще, они у меня выросли такими преданными любителями дебатов, что, когда бы мы ни останавливались в каких-нибудь гостиницах, где они усаживались смотреть телевизор, – они всегда в таких ситуациях принимались дебатировать. Нет, они не вели дебаты *про* телевизор – они дебатировали с самим телевизором.

«Зачем мне есть сладости, которые *умеют говорить?*»

«Уверен, эта игрушка не такая крутая в жизни».

«Кукла, которая умеет ходить в туалет? Зачем она мне, когда у меня есть брат?»

Похоже, я на самом раннем этапе их жизни сделал им прививку от рекламы. Когда речь заходила о новостях и программировании, мне вовсе приходилось просить их чуть притихнуть – так они расходились. Да и до сих пор приходится. По мере взросления мои дети становятся более изощрёнными и убедительными спорщиками, и я начинаю проигрывать им всё больше и больше споров. С ума сойти. Я бесконечно горжусь ими.

Приложения

Приложение I

Лаборатория аргументов

Авторы Джей Хейнрикс и Дэвид Лэндис

Добро пожаловать в лабораторию аргументов! Идея поместить этот раздел в новое издание книги принадлежит Дэвиду Лэндису, специалисту по риторике, работающему в Американском университете в Дубае. Читатели часто говорят мне, что им не терпится поразмять свои риторические мускулы. Для этого и создана Лаборатория аргументов. Здесь происходит практика аргументов и споров.

Но мы создали эту лабораторию не просто для упражнений. Если вы отнесётесь к ней серьёзно, то она может преобразить вашу жизнь. Риторика дарует интеллектуальную свободу: свободу от предрассудков и ограниченности скудоумия и первобытных инстинктов. Вот почему она относится к «либеральным искусствам». Она освобождает.

Мы разбили Лабораторию на четыре раздела. Такую структуру обычно ожидаешь увидеть в какой-нибудь очень интересной и очень опасной химической лаборатории.

ПОСТОЙТЕ, ЭТО ЕЩЁ НЕ ВСЁ!

Если вы хотите увидеть ещё больше упражнений и пояснений, а также если вам интересно побеседовать с другими членами Братии спорщиков, то посетите сайт ArgueLab.com.

1. Практикуйте свои привычки ведения спора.
2. Проверьте свои знания.
3. Экспериментируйте.
4. Играйте.

Практикуйте привычки

Во-первых, давайте эту привычку выработаем. Задумайтесь о заведении специального дневника или портфолио, в котором вы будете фиксировать свои споры. (Подсказки по оформлению таких дневников

или портфолио можно найти на сайте ArgueLab.com.) Начните с перечисления своих целей. Вы хотите обрести друзей или оказать влияние на людей? Улучшить свои успехи в бизнесе? Развить свои писательские или ораторские навыки? Иметь большой успех у противоположного пола? Или, может, вы хотите избежать стычек с подростками? Сосредоточьтесь на тех средствах и приёмах, которые лучше всего подходят именно вам. Например, навыки *этоса* лучше всего работают в делах, связанных с отношениями. Фигуры и тропы могут оказать значительную помощь в развитии письма и речи. Обольщение? Для обольщения вам потребуются остроумие, *пафос* и огромная доза уступок. Берите инструменты и принимайтесь за практику. Нижеследующие упражнения должны помочь вам в этом.

Давайте начнём прямо сейчас. Начнём с дисциплины, которую практиковали все ученики риторики в античные времена. Она называется *dissoi logoi* – двойные аргументы.

Dissoi logoi (двойные аргументы)

Это скорее целая отдельная дисциплина, чем какое-то средство. Это также можно охарактеризовать как комплекс установок по отношению к жизни.

ЗНАЧЕНИЯ

Дисциплина *dissoi logoi* (древнегреческое понятие, означающее «различающиеся мысли» или «различающиеся аргументы») практиковалась древними греками как своего рода вербальный теннис: упражнения этой дисциплины имели похожий характер, предполагавший перебрасывание от одного оппонента к другому.

Греки были неутомимы в своём стремлении везде и всюду искать обратную сторону. Они могли вести дебаты на такие будничные темы, как еда (хорошо или плохо?), напитки (хорошо или плохо?) и секс (хорошо или отвратительно?). У всего, да, у *всего* есть обратная сторона. Смерть? Чаще всего плохо для тех, кто умирает, и почти всегда хорошо для похоронных бюро и могильщиков. Да что уж там говорить, даже инцест в Персии считался вполне допустимым и нормальным явлением, если верить словам одного софиста (который, скорее всего, никогда в своей жизни не видел ни одного перса). На случай, если вы начнёте думать, что риторика ведёт к релятивизму (вере в то, что

абсолютной истины, точного воплощения «правильного» и «неправильного» не существует), скажу вам сразу: у софистов был аргумент и против релятивизма. (Хорошее лучше, чем плохое. В противном случае получалось бы так, что они являются одним и тем же, и, следовательно, необходимость в существовании понятий «хорошего» и «плохого» сама собой бы отпала. И всё это значит, что релятивизм – это ложное убеждение.)

Хотя такое отношение к вещам и напоминает чем-то чрезвычайно надоедливого соседа по комнате, который никогда не перестаёт впаривать вам свои странные теории и концепции, оно, это отношение, то есть эта привычка к двойным аргументам, может освободить ваше сознание, разрушив или значительно раздвинув рамки, сковывающие его. Такое отношение к жизни, предполагающее наличие у всех предметов и явлений некоей оборотной стороны, может сделать жизнь значительно более интересной. Попробуйте приложить фразу «С другой стороны...» к любому клише, умозаключению, заявлению или ещё чему-нибудь такому. Про себя, разумеется. Каждый раз, когда вы обнаружите, что вы киваете головой в знак согласия, обратитесь к своему ментальному «я». *С другой стороны...*

Боль – это плохо.

С другой стороны, боль служит в качестве спасительного индикатора, предупреждающего об опасности.

Вы *хотите* чувствовать боль, когда вы прикасаетесь к раскалённой плите.

Правительствам следует рассчитывать свой бюджет так же, как это делают домашние хозяйства.

С другой стороны, правительства очень сильно отличаются во многих смыслах от домашних хозяйств. У мужей и жён как минимум нет возможности выпускать валюту.

Собака – это лучший друг человека.

С другой стороны, некоторые собаки довольно неприятны. Да и к тому же разве не должен супруг или супруга быть лучшим другом человека?

Если у вас есть здоровье, то это значит, что у вас есть всё.

С другой стороны, что, если ваш любимый не здоров?

Лгать – это нехорошо.

С другой стороны, великий греческий драматург Эсхил говорил, что «даже сам Господь способен оправдать ложь, если она произносится во имя справедливости». Ха! Попалось, ментальное «я»!

Выработайте у себя такую привычку. Ваш мир внезапно обзаведётся такими гранями и углами, о которых вы и догадываться не могли. Ниже представлены одно-два *dissoi logoi*-упражнения. Однако стоит помнить, что двойные аргументы – это не просто упражнение. Это стиль жизни.

Упражнение «с другой стороны»

Дополните следующие аргументы, приставив к ним умозаключение, начинающееся со слов «С другой стороны». Особое внимание уделите тем утверждениям, с которыми вы согласны.

- Бережёного Бог бережёт.
- Возлюби ближнего своего.
- Наркотики должны быть категорически запрещены в старших школах.
- Владелец недвижимости имеет право защищать её любыми средствами.
- Война – это всегда плохо.
- Кошки – это более грубые животные, чем собаки.
- Детям не стоит носить приспущенные штаны.
- Женщины менее жестоки, чем мужчины.
- Демократия – это лучше, чем монархия.

Ещё одно упражнение «с другой стороны»

А теперь заходите дальше. Продолжайте аргументативную цепь, ответив заявлением, начинающимся со слов «с другой стороны», на своё аналогичное заявление, которое вам предлагалось сделать в предыдущем упражнении.

► ПРИМЕР

- Бережёного Бог бережёт.

С другой стороны, жизнь, проведённая в постоянном уклонении от рисков, не принесёт ничего, кроме нескончаемого сожаления.

Но ещё с другой стороны, стоит ли думать о нескончаемом сожалении, когда подрезаешь фуру на высокоскоростной автомагистрали?

Аргументативный волейбол

Сыграйте в своего рода риторический волейбол, где мячом будут фразы, начинающиеся со слов «с другой стороны», со своим близким человеком или со своей семьёй за обеденным столом.

ВЫ: Я начну. Дети должны исполнять заповеди, предписывающие им уважать своих родителей.

РЕБЁНОК: Я не хочу их исполнять.

ВЫ: Разве то, что ты говоришь, – это не аргумент, основанный на примере? Ты должен сказать: «С другой стороны». С другой стороны, исполнение того, что ты не хочешь исполнять, может быть замечательным способом проявить уважение к родителям.

РЕБЁНОК: А можно мне просто...

ВЫ: «С другой стороны...»

РЕБЁНОК (*закатывая глаза*): С другой стороны, можно отойти?

ВЫ: С другой стороны, «Можно мне отойти» – это приемлемая реплика.

РЕБЁНОК: С другой стороны, можно мне отойти?

ВЫ: Нет.

РЕБЁНОК: Ха! Ты не сказал: «С другой стороны»!

Ну да, это не всегда проходит гладко. Нужна практика.

Упражнение по обрамлению

Это упражнение во многом похоже на *dissoi logoi* и упражнения «с другой стороны», но в случае с упражнением по обрамлению вам вместо перебрасывания аргументов из стороны в сторону нужно предпринимать попытки по заключению всего диалога в новые границы. Просто останавливайтесь на каждом звучащем заявлении и старайтесь загнать его в новые рамки, говоря что-нибудь вроде: «А это связано с тем-то или вот с этим-то?» Возьмём утверждение «Каждому мальчику нужно играть в футбол – это нужно, чтобы у него сформировался характер». Можно заключить это заявление в новые рамки, сказав: «Это связано с характером мальчика или с вашей личной любовью к футболу?» Вот вам для начала несколько заявлений. Можете придумать свои, если хотите.

- Мне нужно, чтобы ты застелил свою кровать.
- Выходить на улицу одному небезопасно.
- Нам нужно опередить конкурентов.
- Новым сотрудникам следует молчать во время собраний.

- Вам предъявлено официальное требование снести постройки и отстроить их заново. Правила есть правила.
- Эта музыка аморальна.
- Человеку нельзя любить кого угодно.
- Деньги – это корень зла.

Троповое блюдо

Усадьтесь за еду (или сделайте вид, что вы усаживаетесь за еду) с партнёром. Попробуйте использовать максимально большое количество тропов для описания еды и процесса употребления пищи и напитков. У меня, например, есть друг, который любит предлагать «прикусить напитка». Это метонимия: акт употребления напитка имеет общие черты с откусыванием куска пищи. «Возьми орех», – можете сказать вы своему партнёру, предлагая ему на самом деле целую тарелку орехов. Это синекдоха: один орех представляет целое множество орехов. «Хочешь слоновью шкуру?» – говорите вы, подвигая тарелку телятины в пармезане. (Извините.) Это метафора. Если вы чувствуете себя особо амбициозно, можете попробовать описать целую сцену обеда, состоящую по большей части из тропов. Если вы провернёте это правильно, то ваши читатели определённо оценят это.

Аргумент дурака на холме

Попробуйте подробно разобрать какую-нибудь из следующих кажущихся безумными позиций:

- Лучше никогда не чистить зубы.
- Букву «е» следует убрать из алфавита.
- Человеческому роду лучше вымереть.
- Образование должно быть доступно только лицам женского пола.
- Крикет – это истинно американский вид спорта.
- Женские усы: следующий сексуальный тренд.

Упражнение по приемлемости

Поговорите с человеком, чьё мнение вы не переносите. Попробуйте сделать так, чтобы он несколько усовершенствовал свои позиции. Воспользуйтесь *агрессивным интересом*: попросите его (а) дать определение каждому термину и (б) представить подробности (лучше всего – статистику и какие-нибудь сведения, указывающие на тренды), а также (с) предоставить вам источники, из которых он получил такую информацию. При этом постарайтесь не выглядеть саркастично. Изобразите подлинное любопытство. Затем запишите

результаты. Не отступился ли этот человек хоть немного от своих убеждений? Вы узнали что-нибудь новое? Стал ли он вам больше нравиться?

Документальное упражнение

Посмотрите документальный фильм. Какой аргумент в нём продвигается? Попробуйте выразить этот аргумент в одном предложении. Затем перечислите риторические приёмы, которыми пользовался режиссёр при продвижении этого аргумента. Если вы не ищете лёгких путей, спросите себя: могу ли я в отдельных эпизодах фильма увидеть фигуры речи? Может ли отдельная сцена этого фильма быть своего рода тропом, таким как синекдоха или метонимия?

Рекламное упражнение

Посмотрите рекламный ролик по телевизору или в Интернете. Отличное место для поиска последней рекламы – это блог сайта *Adweek.com* под названием *Adfreak*. Там есть опция подписки на регулярную рассылку, в которую включаются лучшие рекламные ролики и кампании. Чистейшее манипуляционное веселье! Выбрав ролик, опишите, какой аргумент он продвигает. Кто является его целевой аудиторией? Как в этом ролике используются *эмос*, *пафос* и *логос*?

Попробуйте проделать то же самое с Фейсбуком, Инстаграмом или любой другой социальной сетью. Проанализируйте аргумент, выдвигаемый изображением или текстом песни.

Подбор средств

Перечислите аргументативные средства, которые лучше всего подходят для следующих ситуаций.

- Вы заказываете еду, и вы не довольны тем, что вам привезли.
- Вы – ученик, требующий лучшей оценки, чем та, что ему поставили.
- Вы предлагаете свою идею некоей комиссии.
- Вы пытаетесь сделать так, чтобы провайдер услуг кабельного телевидения устранил неполадки, из-за которых вы не можете нормально посмотреть телевизор.

- Священник
- Судья
- Младенец
- Полицейский
- Артист
- Глава государства
- Подросток
- Главный исполнительный директор
- Заключённый

- Вы со своим другом философствуете о мире и вдруг осознаёте, что у вас с ним абсолютно разные взгляды на жизнь.

- Вы едете по высокоскоростной автомагистрали на переднем пассажирском сиденье. Водитель едет со скоростью, далеко не дотягивающей до предельно допустимой. По встречной полосе.

- Вы пишете своей подруге сообщение, в котором пытаетесь отговорить её идти туда, куда она собиралась пойти сегодня вечером.

Подбор ценностей

Перечислите две или три главные ценности, которые, вероятнее всего, должны присутствовать у каждого участника вышеперечисленных аудиторий. Чем каждый из них готов пожертвовать, чтобы прийти в соответствие с наилучшим представлением о самом себе? (Пример: судья, вероятно, превыше всего ценит справедливость, и во имя её он даже готов пожертвовать своей популярностью, оправдав невинного человека.)

Дебаты лжецов

Найдите какого-нибудь партнёра и попросите его солгать вам. Он может придумать какие-нибудь ложные заявления из области политики или науки либо соврать по поводу чего-то такого, что хорошо знакомо вам обоим. Постарайтесь сделать так, чтобы аудитория поверила вашей правде, а не лжи вашего оппонента. Руководствуйтесь *логосом*, но не забывайте про правдоподобные средства и приёмы *этоса*. Затем обсудите, почему победа в споре оказывается непростой задачей в таких ситуациях, когда у людей имеются расхождения во взгляде на простые факты.

Заключительный период

Представьте, что вы являетесь героем какого-нибудь кинофильма, произносящим речь. Напишите примерно 40 слов, которые будут составлять кульминацию вашей речи. Затем выучите их и продекламируйте их в двенадцатисекундном потоке красноречия. Если

вы состоите в некоей группе людей, предложите попробовать проделать это всем остальным её членам. Посмотрите, кто вызовет наиболее бурные овации. Если вы одни, то попробуйте писать по одному заключительному периоду каждые один-два дня и практиковать их перед зеркалом. Это увеличит ваши шансы стать президентом примерно на три тысячи процентов.

Тест на критическое обрывание

Это упражнение лучше всего работает в классе. Встаньте перед группой людей (учеников) и выберите человека, который должен будет оборвать ваши слова своим критическим замечанием. Пусть другие рассудят, насколько хорошо вы справились и как остроумен был тот, кто вас оборвал.

Проверьте свои знания

Теперь, когда у вас уже установился аргументативный строй мыслей, настала пора проверить, что вы извлекли из этой книги. Ясно ведь, что перед тем, как пустить новообретённые средства в ход, вам нужно будет убедиться, что вы хорошо владеете ими.

Тест лампочки

Произнесите известную шутку про лампочку, чтобы показать своё знание риторических приёмов и терминов. Чтобы вы не слишком растерялись, первые несколько шуток мы снабдили ответами. Можете смело придумать свои оригинальные вопросы про лампочку и прислать их Джею на ArgueLab.com.

Поменяйте лампочку, используя теорию обрамления. А: *Вы уверены, что проблема состоит в лампочке?*

- Сколько канонов Цицерона нужно, чтобы вкрутить лампочку?
- Поменяйте лампочку (или устраните её необходимость) с помощью метонимии.
- Сколько ироничных ораторов нужно, чтобы вкрутить лампочку?
- Разберитесь с погасшей лампочкой с помощью судебной риторики.
- Разберитесь с погасшей лампочкой с помощью демонстративной риторики.
- Разберитесь с погасшей лампочкой с помощью уступок.
- Поменяйте лампочку с помощью приёма Эдди Хаскелла.

- Воспользуйтесь стратегией идентичности, чтобы заставить других поменять лампочку.

- Воспользуйтесь неохотным заключением, чтобы заставить других поменять лампочку.

Выберите правильный ответ

Ответы помещены на 546-й странице. Если вы предпочитаете проверить себя более простым способом, то заходите на ArgueLab.com. Мы автоматизировали тест и (педагоги, возьмите это себе на заметку!) поместили туда же несколько других подобных тестов. На сайте вы найдёте подробные пояснения к каждому ответу, а также сможете указать нам на *наши* ошибки.

1. Вы совершенно точно угодили в спор, когда:

- a) На вас кто-то кричит.
- b) Люди «соглашаются не соглашаться».
- c) Вы с оппонентом пытаетесь оказать друг на друга влияние.
- d) Ваш оппонент сжимает кулаки.

2. Кто создаёт аргументы?

- a) Педагоги.
- b) Врачи.
- c) Каменщики.
- d) Кошка Джея.
- e) Все вышеперечисленные.
- f) Никто из вышеперечисленных.

3. Какое из приведённых ниже высказываний можно счесть за аргумент?

- a) «Ты никогда не опускаешь крышку туалета! Ты чёртов неряха!»
- b) «Вы только что допустили ошибку. Хотя вы её и не могли заметить, что уж там».

Обвинения

Ценности

Решение

Будущее

Прошедшее

Настоящее

Прошедшее

Настоящее

Будущее

Осмысленная

Судебная

Демонстративная

- a) Логика.
- b) Сила.
- c) Харизма.
- d) Эмоции.

- c) «Извинись!»
- d) «Потому что я так сказал. Вот почему».
- e) «Мы собираемся избить вас, потому что вы лузеры».
- f) Всё вышеперечисленное.
- g) Ничего из вышеперечисленного.

4. Что такое консенсус?

- a) Компромисс с компенсацией.
- b) Условия согласия, устраивающие обе стороны.
- c) Противоестественный акт.
- d) Универсальная мудрость.

5. Какая из приведённых ниже фраз *не является argumentum a fortiori*, «доводом убедительным тем более»?

- a) «Если пещерные люди могут делать это, то и ты можешь».
- b) «Уберись в комнате или останешься без обеда».

c) «Вон тот фургон проехал через тоннель. Значит, и мы поместимся».

d) «Этот законопроект по охране окружающей среды вовсе не является радикальным. Многие консерваторы поддерживают его».

6. Ваш аргумент должен быть нацелен на изменение чьего-то или чьих-то:

- a) Характера, отношений или привычек.
- b) Настроения, мыслей или готовности к совершению действий.
- c) Поведения, установок или имущества.

d) Кровяного давления, уровня кортизола или вспышек уровня допамина.

7. Соотнесите риторическую проблему с подходящим ей временем:

8. Соотнесите время с подходящим ему видом риторики:

9. Три базовых средства («подхода») по отношению к аудитории:

- a) Ублажение, устрашение, потакание.
- b) Нрав, эмоции, логика.
- c) Подкуп, подарки, одолжения.

d) Юмор, драма, спектакль.

10. Каково самое мощное средство убеждения по Аристотелю?

11. Как узнать, что можно, а что нельзя говорить во время спора?

a) Нужно вести себя так же, как ведёт себя аудитория.

b) Нужно вести себя так, как ваша аудитория ожидает, что вы будете себя вести.

c) Нужно просто быть собой.

d) Нужно говорить от чистого сердца.

a) Участвительность.

c) Бездействие.

b) Умения.

d) Приверженность благому делу.

a) Участвительность.

c) Бездействие.

b) Умения.

d) Покой.

a) Общий покой.

c) Общие ценности.

b) Общая любовь.

d) Общие проблемы.

a) Рассказы.

c) Общие места.

b) Факты.

d) Сравнения.

12. Какое слово или выражение лучше всего описывает *фронезис*, или практическую мудрость?

13. Какое слово лучше всего описывает благожелательность?

14. Какое слово лучше всего описывает *arête*, или добродетельность?

15. Чтобы привести людей в состояние подверженности убеждению, нужно выстроить аргумент, отталкиваясь от:

a) Любимых селебрити этих людей.

b) Общеизвестных истин, которые они считают корректными.

c) Технического жаргона, который выставляет вашу речь более сложной и заумной.

d) Вашего чувства юмора.

16. Расположите следующие оборонительные средства в убывающем порядке по степени эффективности:

a) Факты, которые аудитория считает верными.

b) Термины и выражения, которые несут в себе выгоду для вас.

c) Описание последствий.

d) Утверждение о том, что обвинение является неверным.

17. Из чего состоит аргументативный набор под названием *энтимема*?

a) Из эмоций и фактов.

b) Из общих мест и заключений.

c) Из силлогизма и ценностей.

d) Из чего-то такого, что можно найти только в Интернете.

18. Что *не* относится к индуктивной логике?

19. Энтимема (дедукция) или примеры (индукция)?

a) «Он плачет. Я должен помочь ему».

b) «Ну ты только посмотри на этих раздолбаев. Это, должно быть, какая-то хипстерская точка».

c) «Ну конечно тебе нужно пойти учиться в колледж! Так ты сможешь больше зарабатывать в будущем».

d) «Дети всё больше и больше теряют интерес к книгам. Они сейчас читают на 10 процентов меньше, чем в 2006 году».

e) «Наш народ нездоров. $\frac{2}{3}$ населения имеют лишний вес».

f) «Он очень старательный работник. Он подолгу работает».

g) «Здесь нет персонажей женского пола. Автор – сексист».

h) «Среди гостей были пьянчуга, мужлан и педантичный профессор. Ну и как, по-вашему, прошла вечеринка?»

i) «Погляди на тучи. Скоро пойдёт дождь».

a) Невежество как доказательство.

f) Ошибка Шантеклера.

b) Ложный выбор.

g) Обращение к популярности.

c) Тавтология.

h) *Reductio ad absurdum*.

d) Увиливание.

i) Ошибочность антецедента.

e) Скользкий путь.

j) Ложная аналогия.

20. Соотнесите каждое утверждение с ошибкой, которая в нём допущена.

11. Либо вы с нами, либо вы против нас.
12. Я заслуживаю оценку «5+», потому что я учусь на одни пятёрки.
13. У преступников обычно низкий IQ – значит, причиной, стоящей за преступлениями, является человеческая глупость.
14. Если ты сделаешь татуировку, то ты вскоре забеременеешь.
15. Элвис был прекрасным артистом – пятьдесят миллионов человек не могут ошибаться.
16. Можешь мне доверять. Я прыгаю из самолётов уже много лет.
17. Тебе нравится поэзия? Считаешь ли ты, что звёзды – это гирлянда из маргариток, сотворённая Всевышним?
18. Ты не можешь быть частично ирландцем. Я не знаю ни одного твоего родственника ирландского происхождения.
19. Ну конечно это безопасно! Отпускается без рецепта, кстати.
10. Я не крал твои носки. А ещё твои ботинки выглядят тупо.

21. Какая из следующих тем меньше всего подходит для спора (если вы будете вести спор на одну из следующих тем, то в каком случае труднее всего будет изменить мысли оппонента за один спор?)

- a) Политика.
- b) Планы на отпуск.
- c) Необходимость того, чтобы дети слушались своих родителей.
- d) Подсказки по вождению.

22. Что из перечисленного является риторическим нарушением, жестом, который способен нейтрализовать последствия осмысленного спора? (Не забывайте, что логическая ошибка не является риторическим нарушением, если она способна убедить вашего оппонента.)

- a) Уступка какому-либо высказыванию.
- b) Произнесение шутки.
- c) Разговор исключительно в прошедшем времени.
- d) Нападки на благонадёжность оппонента.

23. Теория позиций в споре предполагает самооборону, осуществляемую через череду отступлений, начинающуюся с фактов. Если факты не работают вам на пользу, то какова ваша следующая позиция?

- a) Определение терминов проблемы.

b) «Качество», или обстоятельства.

c) Релевантность.

d) Ad hominem.

24. Что из перечисленного является риторическим нарушением?

a) Лесть.

b) Угрозы.

c) Грамматические, речевые, орфографические и прочие ошибки.

d) Преобразование проблемы.

a) Намёк.

c) Грустный вид.

b) Неправильный выбор одежды.

d) Вызов свидетелей.

a) Логики и эмоций.

c) Примеров и рассказа.

b) Тайминга и среды.

d) Цели и аудитории.

25. Что из перечисленного является риторическим нарушением?

26. Что вернее всего свидетельствует о том, что человек – экстремист?

a) У него легко вызвать приступ гнева.

b) Он произносит оскорбительные шутки.

c) Он считает общепринятое мнение чем-то радикальным.

d) Он владеет оружием.

27. Что является признаком наличия *фронезиса*, или практической мудрости, в говорящем?

a) Если его спрашивают о точке зрения, то он начинает свой ответ со слов: «Это зависит».

b) Он говорит о каком-то сопоставимом опыте.

c) Он заостряет внимание на настоящей, а не мнимой проблеме.

d) Ничего из вышеперечисленного.

e) Всё вышеперечисленное.

28. Какое высказывание лучше всего иллюстрирует добродетельные намерения?

a) «Это так скучно».

b) «Он решителен, но он всё же сохраняет известную степень осторожности».

c) «Она хранит свою девственность до тех пор, пока ей не встретится истинная любовь».

29. Найдите логическое несоответствие в следующем высказывании: «Сейчас я тебе скажу, почему ты должна купить мне эту юбку, мам. Видишь ли, мальчики говорят мне, что я очень хороша».

- a) Несоответствие между юбкой и внешними качествами девушки.
- b) Несоответствие между девушкой и мальчиками.
- c) Несоответствие между интересами девушки и её матери.
- d) Несоответствие между шопингом и внешними качествами девушки.

30. Что из перечисленного является фигурой речи?

- a) Можешь съесть волка или дать волку съесть тебя.
- b) Альпий рассвет.
- c) Кошка ест.
- d) Всё вышеперечисленное.
- e) Ничего из вышеперечисленного.

31. Что из перечисленного является тропом?

a) Нам нужно чем-нибудь подкрепить этот план – не то мы провалимся.

b) Кандидат снискал особую поддержку среди матерей-домохозяек и татуированных людей.

c) Не хочешь дунуть? (О напитке.)

d) Всё вышеперечисленное.

e) Ничего из вышеперечисленного.

32. *Кайрос*, или взятие ситуации в свои руки, состоит из:

33. Какой момент наиболее убедителен?

a) Когда человек отвлечён.

b) Когда настроение меняется.

c) Когда в помещении никого нет.

a) Слух.

b) Обоняние.

c) Зрение.

d) Осязание.

e) Вкус.

a) Изобретение.

b) Распределение.

c) Аудитория.

d) Память.

e) Подача.

- a) *Пафос*, затем *логос*, затем *эмос*. c) *Эмос*, затем *логос*, затем *пафос*.
b) *Логос*, затем *эмос*, затем *пафос*. d) *Логос*, затем *пафос*, затем *эмос*.

34. Соотнесите каждое чувство со следующими подходами: *эмос*, *пафос* и *логос*.

35. Что из перечисленного *не относится* к канонам Цицерона?

36. Каков наилучший порядок подходов для произнесения речи?

37. Каков наилучший расклад срединной части речи?

- a) Доказательство, опровержение, повествование, разделение.
b) Повествование, разделение, доказательство, опровержение.
c) Разделение, опровержение, доказательство, повествование.

Ответы вы найдёте на 546-й странице. Обязательно посетите ArgueLab.com, если хотите увидеть подобные тесты.

Экспериментируйте колкие ответы

Что ты сказал?

► ВЫБЕРИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТНОГО УДАРА

Представьте, что вам говорят то, что вы увидите ниже. Выберите наилучшие ответы на эти высказывания. Мы здесь приводим подсказки, которые должны помочь вам выбрать отдельные аргументативные средства, а на 547-й странице мы помещаем предполагаемые варианты ответов, но это всё вовсе не означает, что мы правы. Более детальные пояснения и большее количество аргументов вы можете найти на сайте ArgueLab.com.

1. «Нет, ты не можешь взять машину».

Подсказка: попробуйте выказать свою благожелательность, или участливость.

- a) А что, если мы поедem вместе, но за рулём буду я?
b) Что, предпочтёшь, чтобы я пошёл ночью по небезопасному району?
c) Если я не могу воспользоваться твоей машиной, то я просто найду такую, которой мне можно воспользоваться.
d) Но я собирался за продуктами заехать заодно.

2. «Я владелец этого дома, поэтому ты должен следовать тем правилам, которые устанавливаю я».

Подсказка: тут может сработать уступка, а также сосредоточение внимания на проблеме.

а) А сам дом тоже должен следовать этим правилам?

б) Но ты также являешься владельцем собаки, а она твоим правилам следовать точно не будет.

в) Понял. Но мне кажется, что это правило не очень логично.

г) Я буду следовать твоим правилам, но я не буду следовать тебе.

д) Вообще-то банк владеет этим домом. Может, мне нужно следовать правилам банка?

3. «Ну оставил я крышку унитаза открытой, ну велика беда. Остынь!»

Подсказка: можете дать всей проблеме новое определение?

а) «Остынь» – хорошее слово. Вода там как раз стылая.

б) То есть ты пытаешься сказать, что твоя бестолковость – это ничего страшного.

в) Круто! Пойду-ка я исцарапаю ключом твой спорткар и посмотрю, как ты остынешь.

г) Я установила скрытую камеру. Твоя мелкая ошибка теперь бороздит просторы Интернета.

4. «Ты знаешь, в чём твоя проблема?»

Подсказка: сместите центр внимания так, чтобы он приходился на будущее время.

а) Какая?

б) Очевидная нехватка людей вроде тебя, желающих напомнить мне?

в) Ты можешь мне что-то предложить?

г) Разумеется! Я люблю практиковать свои навыки разрешения проблем.

д) Это зависит от того, кто спрашивает и как он может помочь.

5. Начальник: «Приношу извинения, но в этом году премиальные вам выплачены не будут».

Подсказка: задумайтесь о стратегии идентичности, о возможности сыграть на честности начальника.

а) Почему? Вы уже потратили все деньги, которые могли бы стать моими премиальными?

b) Вы не понимаете. Мне правда очень нужны эти деньги.

c) Зная вас, могу посудить, что вы наверняка придумали, чем меня задобрить. Вы собираетесь увеличить мне отпуск?

d) Да, я понимаю, это был непростой год. Но я в последнее время занимался разработкой плана, который, как мне кажется, должен помочь нам увеличить прибыль.

6. Друг: «Я хочу отдать голос за кандидата из сторонней партии».

Подсказка: чаще всего невозможно отговорить убеждённого человека за одну беседу. Вместо того чтобы отговаривать его, попробуйте уделить особое внимание своему этосу.

a) Какого? За какого кандидата, за того, который подорвёт позиции республиканцев или демократов?

b) Вот в этом-то и есть твоя проблема. Ты никогда ничего не делаешь как нормальные люди.

c) Расскажи-ка поподробнее.

d) Я и сам думал об этом, но, честно говоря, мне кажется, что наша страна ещё не готова к третьей партии.

e) Наша страна настолько сильно раздроблена, что это то же самое, что голосовать за невинного прохожего.

7. Женщина, которая выглядит по-идиотски в этом платье: «Я не выгляжу по-идиотски в этом платье?»

Подсказка: обязательно имейте в виду цель аргумента, который вы собираетесь произнести.

a) Что ты, вовсе нет. Я, однако, не уверен, что это платье в полной мере подчёркивает твою красоту.

b) В каком месте?

c) В синем ты выглядела ещё более потрясающе.

d) Не так по-идиотски, как ты выглядишь вне его.

8. Председатель скучной, тупой комиссии по планированию вечеринки: «Мы бы хотели, чтобы вы вошли в комиссию по планированию вечеринки».

Подсказка: попробуйте сбежать от ответственности и при этом улучшить вашу благожелательность, или участливость.

a) Вау, интересно. Стойте! Мне кажется, или тут дымом запахло?

b) Извините. Я уже состою в комиссии по плевкам в потолок.

c) Я бы с радостью, но я сейчас слишком занят подведением итогов финансового года. Может, в следующем году?

d) Боюсь, я совершенно не подхожу для такого. В прошлом месяце жена попросила меня купить немного канapé, и в итоге я вернулся домой с тремя большими тентами.

9. Незнакомец в ресторане: «Вы сейчас едите экологически неустойчивую рыбу».

Подсказка: не забывайте о своей настоящей аудитории – о людях, которые сидят с вами за одним столом. Поддерживайте свой декорум в приличном виде.

a) Ну, хорошо, что я сейчас ем неустойчивую рыбу, а устойчивая живёт себе припеваючи!

b) Ну, сейчас я не ем, а с вами говорю.

c) Может быть. Но даже это не способно оправдать ваш выбор одежды.

d) Ну просто экологически неустойчивая курица у них закончилась – вот я и ем рыбу.

e) Ох, я не знал. Не подскажите сайт, где я мог бы изучить это поподробнее?

10. Агент с пропускного пункта в аэропорту: «Вы восьмые в списке... а в самолёте мест осталось только семь».

Подсказка: задумайтесь об участливости и попробуйте употребить стратегию идентичности.

a) А семь людей передо мной – кто? Ваши родственники?

b) Ох, а я так надеялся. Я не вижусь со своей семьёй вот уже как несколько месяцев...

c) Должно быть, тяжело говорить людям такое. Вы выглядите как человек, который предпочитает сообщать благие вести.

d) Это недопустимо. Позовите менеджера.

Тест действий

Чтобы убедиться в том, что люди действительно делают то, о чём вы их просите, – в том, что они *желают* делать это, – создайте «шкалу отзывчивости»: разделите количество раз, когда они выполняют вашу просьбу, на количество раз, когда они отлынивают, говоря фразы вроде «ладно» и «да, конечно». За три дня у меня получилось 70 процентов – это проходной балл. (Если у вас нет детей, то у вас, скорее всего, получится лучше.)

Времена

Помните:

- Прошедшее (судебная риторика) связано с обвинениями и наказаниями.

- Настоящее (демонстративное) связано с ценностями – с тем, что хорошо, и тем, что плохо.

- Будущее (осмысленное) связано с решениями и выборами – с тем, что несёт в себе выгоду для вашей аудитории.

► АРГУМЕНТ ВРЕМЕНИ

Выберите одну из следующих тем, займите определённую позицию и отстаивайте её по правилам прошедшего, настоящего и будущего времён. Можете проделать это с другом или просто наедине с самим собой вообразить, как вы бы повели себя в споре. Вообразите свою аудиторию. Какое время с наибольшей вероятностью изменит их мысли?

- После того как сконструируете аргумент, измените свою позицию на противоположную.

- Развод Брэда Питта и Анджелины Джоли.

- Запрещённые вещества.

- Аборт.

- Способность Демократической или Республиканской партии улучшить экономическое положение США.

- Гражданская война: какую роль в ней играло рабство?

- Особое предназначение Америки.

- Фейсбук: за и против.

- Америка как свободная страна.

- Электромобили.

- Кто более разговорчив: девочки или мальчики?

► РАЗБИРАТЕЛЬСТВО В НАСТОЯЩЕ-БУДУЩЕМ ВРЕМЕНИ

Попробуйте оспорить какое-нибудь решение (например, о планах на отпуск или о вашем увольнении), не прибегая к будущему времени.

Логос

► ОБЩЕЕ МЕСТО ОХОТА НА ОБЩИЕ МЕСТА

Найдите общие места в шутках, политических речах, рекламах или повседневных разговорах. Помните, что общее место – это убеждение, или комплекс установок, который разделяют между собой члены вашей аудитории, и может быть так, что оно не выражено явно. Пример: «Subway. Ешьте свежее». Общее место тут состоит в том, что свежая пища лучше, чем полуфабрикаты. Слоган Apple «Сила в

превосходстве» играет на общем месте, предполагающем, что технология способна сообщить своим владельцам особую силу.

Попробуйте на протяжении одного-двух дней собирать список таких общих мест. Можете посоревноваться с друзьями, кто соберёт больше.

Энтимема

► СОЗДАНИЕ ЭНТИМЕМЫ

Выберите несколько из тех общих мест, что представлены ниже, и дополните каждое из них заключением. Это дедуктивная логика; а именно одна из её составляющих – энтимема.

Пример. Ваш аргумент для общего места «удача приходит к тому, кто стремится к ней» должен выглядеть примерно так: «Удача приходит к тому, кто стремится к ней. Значит, тебе нужно изучить эту компанию лучше, чем все конкуренты, которые хотят устроиться туда на ту же должность, что и ты».

- Современные дети отличаются от тех, какие были раньше.
- Америка – самая лучшая страна в мире.
- Холодные руки, тёплое сердце.
- Детям нужно выплёскивать излишки энергии.
- Глаза – зеркало души.
- Работа ради зарплаты – это просто аренда собственной жизни.
- Покажите мне семилетнего ребёнка, и я покажу вам, кем он вырастет.
- Холодная ночь – значит, крепкий сон.
- Истинный лидер не командует – он направляет.
- Злопамятствовать – дьявольское дело.
- Между гением и сумасшедшим есть чёткая грань.

► ДЕДУКТИВНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

Перепишите популярные слоганы сначала так, чтобы из них получились силлогизмы, а потом – энтимемы.

Уступка

► ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЭКСПЕРИМЕНТ «БЕЗ ВСЯКИХ «НО»

Политика является отличным плацдармом для проведения теста уступок – отчасти потому, что эта тактика очень освежает, обновляет то, к чему она применяется. Попробуйте провести целый диалог, ни разу не выказывая явного несогласия с оппонентом.

ОНА: Я держу дома оружие, чтобы защитить свою десятилетнюю дочь.

ВЫ: Это точно остановит всяких негодяев! А вы прячете оружие?

ОНА: Конечно! Не стоит десятилетнего ребёнка дразнить оружием.

ВЫ: Ну и правильно! А патроны?

ОНА: Я держу их отдельно от оружия. Это ещё одно моё правило безопасности.

ВЫ: Значит, если к вам кто-то проникнет в дом, то вы пойдёте возьмёте оружие, снимете его с предохранителя, достанете патроны и зарядите оружие.

ОНА: Ну...

ВЫ: Ваша дочь, конечно же, справится с этим быстрее.

► ВЫБЕРИТЕ СРЕДСТВО

Когда вы в следующий раз окажетесь в ситуации, что вы не согласны с кем-то, воспользуйтесь, по крайней мере, одним из представленных ниже средств уступки. Самый простой способ – это заранее выбрать какое-нибудь средство и просто дожидаться, когда случится такая ситуация. Не волнуйтесь: долго ждать не придётся.

Вложите свои аргументы в чужие уста. *«А ты бы как это выразил?»*

Сделайте вид, что вы просто проверяете план, а не принимаете окончательное решение. *«Ну хорошо, давайте попробуем».*

Признайте свою правоту, чтобы достичь некоей большей цели или переключиться на будущее время. *«Хорошо, ты победил. Ну так как насчёт...»*

Предвидьте возражения собеседника и частично согласитесь с ними. *«Вы, должно быть, думаете, что моя идея непрактична».*

Не следуя какой-то определённой цели или сценарию, просто устремите своё внимание на вашу цель в споре – и при этом соглашайтесь с каждым высказыванием оппонента. Трудно? Тогда попрактикуйте то, что делают стендаперы: начинайте все свои ответы со слов: *«Да, и...»*

Воспользуйтесь уступкой, чтобы подколоть противника. *«Значит, я свинья. Ну, наверное, я с тобой потому и общаюсь: ты мне близок по духу».*

Согласитесь с общим местом оппонента, а затем покажите, что его заключение не соответствует общей мысли. «Да, дом мужчины – это его замок. Но у многих ли замков в древности были дорогие автоматические охранные системы?»

Попробуйте воспользоваться словами оппонента, чтобы доказать ваше собственное заключение. «Да, новый парк увеличит стоимость недвижимости в этом районе. Но он не повысит ваши налоги. Он снизит их».

Уступите сопернику, чтобы дать проблеме новое определение. «Да, карабканье по деревьям действительно несёт в себе некоторый риск. Однако ребёнку нужно научиться понимать, что такое риск».

► ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПАРИРОВАНИЕ

Практикуйте свою риторическую ловкость, обыгрывая риторический вопрос: «Кому нужны враги, когда есть такие друзья?»

ОППОНЕНТ: Демократы – это реформаторская партия.

ВЫ: Кому нужны всякие прохиндеи, когда есть такие реформаторы?

► КАК ИРОНИЧНО

Ответьте на аргументы скользкого пути, представленные ниже, с помощью ироничной уступки.

Один из отличных способов ответить на эту ошибку – это совершить похожую ошибку – *reductio ad absurdum*. Согласитесь с какой-нибудь особо смешной частью высказывания оппонента.

Пример. Ваш оппонент говорит: «Если мы запретим частное владение огнестрельным оружием, то уже скоро люди с погонями заявятся на наших порогах, куда они придут, чтобы отнять наше оружие». Вы отвечаете: «Ужасно! А зачем бюрократам погоны?»

«Если я дам тебе займы свои носки, то уже скоро ты захочешь одолжить моё нижнее бельё».

«Поддержка общественного транспорта – это поддержка Америки будущего, в которой не будет частных автомобилей».

«Не трогай этот пончик! А то увлечёшься и съешь с десятков, и всё закончится диабетом».

«Дайте ребёнку смартфон, и он больше никогда в своей жизни не притронется ни к одной книге, конечно же, не пойдёт учиться в колледж и кончит тем, что будет работать на заправке в каком-нибудь захолустном городишке».

«Нет, тебе нельзя присоединяться к этой велосипедной команде. Либо ты будешь там хуже всех, либо тебя в какой-нибудь момент арестуют за стероиды».

«Ни в коем случае нельзя допускать открытие ресторана McDonald's в нашем маленьком городке! Вслед за ним тут же понастроят супермаркеты, все книжные лавки разорятся, и единственным жизнеспособным малым бизнесом будут тату-салоны и свадебные агентства!»

Назначение нового определения

Самый простой способ дать проблеме новое определение – это замена терминов и выражений оппонента на те, что предпочитаете вы.

► AD NAUSEAM

Дайте новое определение терминам маркетинга – особенно тем, которые относятся к продуктам, которые вам не нравятся. Попробуйте найти эвфемизмы и заменить их на нелестные слова.

Пример: *«Это не энергетический напиток. Это калорийный напиток».*

► ПЕРЕВОРАЧИВАНИЕ СЛОВ

Преобразуйте следующие слова и словосочетания по образцу.

Пример. *«Роскошный автомобиль / Дорогой автомобиль».*

- Базовые курсы.
- Углублённые курсы.
- Болезненный опыт.
- Получил травму в первый рабочий день.
- Уволен с работы.
- Победитель.
- Свобода.
- Свежая еда.
- Заплесневелая еда.
- Вырвало.
- Создатель рабочих мест.
- Рабочий класс.
- Пациент, получающий услуги по косметической хирургии.
- Престижная недвижимость.
- Высокая кухня.
- Время Miller.
- Приют для животных.

► ДОПОЛНИТЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ

• Аборт – это не _____. Аборт – это _____.

• Большинство людей думает, что любовь – это _____, но на самом деле любовь – это _____.

► ЭКСПЕРИМЕНТ КИРПИЧНОЙ СТЕНЫ

Выберите из нижеприведённых предложений несколько таких, в которых вы бы хотели подробно разобрать каждое слово, кирпич за кирпичом, как стену. (Очень приветствуются дополнительные сведения о происхождении этих слов!)

• То, что холостому мужчине с таким состоянием нужна жена, является общеизвестной истиной.

• Все счастливые семьи счастливы одинаково, но каждая несчастливая семья несчастлива по-своему.

• Везде хорошо, где нас нет.

• У большинства милостивых девушек уродливые ступни.

• То, чем наша страна являлась в прошлом, – это совершенно другое государство, не имеющее ничего общего с тем, что есть сейчас.

• Из всех многочисленных причин, побуждающих мужчин податься в море, одной из самых распространённых, как я выяснил, являются женщины.

• Физика даёт возможность узнать цвет времени. Он синий.

• Время – это не линия, а измерение. Что-то вроде пространства.

• Говорят, что нужно сплотить ряды во времена беды. Белые люди так и сделали.

Обратные слова

С помощью обратных слов можно поменять термины, которые не нравятся вашей аудитории, на те, которые ей нравятся. Эта техника лучше работает в обороне, чем в нападении, так что для того, чтобы воспользоваться ею, вам нужно будет дождаться того момента, когда ваша аудитория обвинит вас в чём-нибудь.

КОЛЛЕГА: Опять казённое имущество таскаешь? Да это же воровство!

ВЫ: Я передаю его детям, так что я больше Робин Гуд, чем вор.

Попробуйте воспользоваться обратными словами в литоте (о литоте подробно говорится в главе 19).

- Ложная аналогия.
- Обращение к популярности.
- *Reductio ad absurdum*.
- Ошибочность антецедента.
- Ошибка единицы измерения.
- Поспешное обобщение.
- Ошибка по невежеству.
- Тавтология.
- Ложная дилемма.
- Увиливание.
- Палочный человек.
- Скользкий путь.
- Post hoc ergo propter hoc, или ошибка Шантеклера.

ДРУГ: Не могу поверить в то, как ты по-сексистски обошёл с той женщиной.

ВЫ: Ну да, я говорил точно не по-феминистски.

► ОБРАТНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ

Выслушайте обвинение и отрицайте его противоположность. Вы ели как свинья? Сознаться в том, что ваши манеры поведения за столом были в этом случае не особо изысканными. Вы, наверное, могли заметить, что обратные слова являются формой *уступки*.

Ошибки

Большинство ошибок допустимы в риторике, однако важно учитывать, что некоторые ошибки работают лучше, чем другие. Если ваша аудитория разбирается в логике, то ваша ошибочная логика быстро потеряет всякий вес. И всё же вам следует попрактиковаться в допущении ошибок. Это один из наилучших способов научиться их замечать.

► ДУРНАЯ ЛОГИКА

Напишите короткий аргумент, используя по крайней мере три из представленных ниже ошибок. Попробуйте сделать его убедительным. (Чтобы освежить свои умения и познания в этой области, обратитесь к 14-й главе.)

► ОБНАРУЖЬТЕ ЭТУ ОШИБКУ!

Найдите какого-нибудь человека, который согласится выслушать аргумент, который вы записали, выполняя предыдущий аргумент. Проверьте, увидит ли этот человек ваши ошибки.

Пафос

Фигуры

Два замечательных метода практики фигур речи – это употребление хиазмов (зеркальных отражений) и переверотов клише.

► ЗЕРКАЛЬНОЕ РЕМЕСЛО

Хиазм, или фигура зеркального отражения, лучше всего работает в качестве ответа или контратаки, то есть когда слова оппонента используются против него самого. Можно, например, представить такую ситуацию, когда ваш коллега ставит под сомнение ваше предложение использовать флешмобы для продвижения новой доменной интернет-услуги, предоставляемой вашей компанией.

КОЛЛЕГА: Это техническое предложение, а не реалити-шоу. Прислушаться к вашей идее – это всё равно что прыгнуть через акулу.

ВЫ: А ничего, что наш конкурент использует супермоделей как «технических» специалистов? Тут либо мы прыгаем через акулу, либо позволяем акуле прыгнуть через нас.

Признаю: такую контратаку иногда может быть трудно придумать с ходу. Но если вы будете практиковаться, то в какой-то момент вы сами себя удивите. Да и к тому же вы всегда можете подбросить очередной хиазм в электронном письме, следующем за корпоративным собранием. Только выпейте предварительно чашку хорошего кофе, чтобы расшевелить свою смекалку.

А теперь придумайте по одному хиазму, которым можно ответить на каждое из представленных ниже утверждений.

Пример:

ГРАЖДАНИН: Нельзя урезать расходы старших школ на футбол.

Футбол – это жизнь.

ВЫ: Если **футбол – это жизнь**, то, будьте добры, объясните, какая из составляющих **моей жизни является футболом.**

- Налоги – это просто форма воровства.
- Дети сейчас совершенно разучились уважать старших.
- Скажи, что ты сожалеешь, что оскорбил её чувства.
- Я ни разу не встречала такого мужчину, который бы мне не понравился.
- Любовь – это никогда не испытывать необходимости попросить прощения.

► ПЕРЕВОРОТ КЛИШЕ

Перед тем как начнёте проводить различные манипуляции с клише, убедитесь в том, что вы умеете их узнавать. В нашей культуре люди непростого склада обычно шарахаются от них, как от... ну, словом, они их избегают. Так что вы можете попробовать просто завести какую-нибудь тетрадь, куда вы будете записывать клише, которые вы слышите

в течение дня. Не проводите с ними никаких манипуляций поначалу. Просто собирайте их. Это упражнение на самом деле не такое рутинное, как может показаться. Клише не будут вас раздражать, если вы будете понимать, что каждое новое клише является ценным пополнением в вашем арсенале.

Спустя неделю коллекционирования клише попробуйте выявить такие клише, которые мелькают наиболее часто (в том числе и те, которые используете вы сами). Перепишите их. Первым делом выберите какое-нибудь клише и запишите какой-нибудь остроумный ответ на него. Затем возьмите какое-нибудь клише и поменяйте в нём слова местами или вовсе замените их на новые, чтобы придать этому клише эффектности. Это как взять один из множества лимонов, которые не устаёт подкидывать нам жизнь, и сделать из него водку с лимонадом.

► СОЗДАНИЕ КОНТРАСТОВ

Одна из фигур, которые досконально знает любой автор политических речей, – это контрастность, сопоставление друг с другом контрастирующих идей и образов. Контрасты дают вам возможность установить такой ритм, от которого вашей аудитории сносит голову, и при этом занять такую позицию, которая противоположна позиции ваших оппонентов. *Диализ* и *антитеза*, описанные в 19-й главе, дают отличное представление о контрастирующих фигурах.

Попробуйте написать короткую речь, которая будет доказывать, что вы занимаете какую-то определённую позицию; это может быть как политическая позиция, так и ваше мнение относительно того, стоит ли Кэти Перри перестать перекрашивать волосы. Запишите несколько несложных предложений и постарайтесь выдержать их в одном ритме. Вот пример:

- Кошки ласковы, а собаки наглы.
- Кошки сами очищают себя, а собак надо мыть.
- Кошки аккуратно едят, а собаки булькают и громко чавкают...

Если даже с этими контрастами вы не звучите как Черчилль – не переживайте. Попробуйте вставить такой пассаж в речь, которую вы будете произносить перед кошатниками, – и вы точно расположите их к себе. Да и к тому же, когда вы приносите к контрастирующим фигурам, вы сможете составлять более звучные и красивые предложения.

► ФЕСТИВАЛЬ ГЛАГОЛЬНОСТИ

Найдите какую-нибудь подругу, обожающую неологизмы, и закатите особое ралли глагольности. Придумайте какое-нибудь крутое новое слово и напишите его ей в чате. После этого настанет её черёд отправить вам новое слово. Или попробуйте размещать в Фейсбуке по одному новому слову в день: из существительных делайте глаголы, из глаголов – существительные, из существительных – прилагательные и т. д. Можете ещё попробовать объединить два слова так, чтобы из них получилось одно. *Необукинг? Лицология?* Ладно, я лучше вам это предоставляю. Придумывайте сами.

Тропы

Ограничимся тремя тропами: метафорой, метонимией и синекдой. Нет, давайте сделаем ещё проще. Объединим метонимию и синекдоху в один троп – троп принадлежности. Возьмите часть чего-либо, характеристику, свидетельство или ёмкость и сделайте так, чтобы это олицетворяло некое единое целое. Это и есть троп принадлежности.

► ТРОПИЧЕСКИЙ УДАР

Определите, что из представленного ниже списка является метафорой, а что – тропом принадлежности.

Примеры. Ноги – это *ходули* (метафора) и *колени* (троп принадлежности). Автомобиль – это *мечта* (метафора) и *колёса* (троп принадлежности).

- Гавайи.
- Облако.
- Налоги.
- Младенцы.
- Твиттер.
- Эволюция.
- Пневмомашинa для сдувания листьев.
- Солнце.
- Конгресс.
- Свадьба.
- «Танцы со звёздами».
- Спаржа.
- «Рэд булл».
- Волосатые ноги.
- Такса.

- Ваш начальник или преподаватель.

Этос

Кодовое расчѣсывание

► ПОДКИДЫВАНИЕ СЛОВ

Выберите какое-нибудь такое слово, которое вы бы хотели поместить в голове жертвы. Простите, в головах аудитории. Митт Ромни любил употреблять слово «тонкий», когда он претендовал на пост президента. Ну и чёрт с ним, давайте использовать слово «тонкий».

ВЫ: Это мягкая проблема. Давайте разберѣмся с ней по-тонкому. Мои чувства к вам являются мягкими и утончѣнными, так что пусть между нами всё так и останется утончѣнным.

В реальной жизни вам, пожалуй, лучше чем-нибудь разбавлять этот поток одинаковых слов, а то о вас подумают, что у вас крыша едет. Цель подкидывания слов состоит в том, чтобы создать у аудитории некое впечатление, а не в том, чтобы проявить какой-то риторический нервный тик.

А теперь подберите ещё какой-нибудь термин – такой, который, как вы чувствуете, близок тому, кому вы хотите подкинуть этот термин. «Народ» – для сторонника Демократической партии, «ответственность» – для республиканца, «рост» – для преподавателя или инвестора...

Неохотное заключение

Помимо того что неохотное заключение является одним из наиболее эффективных средств убеждения – средством, которое выставляет вас как необыкновенно бескорыстного человека, – оно также позволяет вам размять ваши мускулы, отвечающие за *dissoi logoi*. Попробуйте отнестись к этому как к ментальному упражнению во время поездки куда-либо или ожидания в очереди. Вот как оно работает: любое мнение, которого вы придерживаетесь в политике, гастрономии, литературе – всё равно в чём, – любое своё мнение вы превращаете в неохотное заключение. Сделайте так, чтобы противоположная сторона выглядела привлекательно; затем задумайтесь о том, почему вы пришли к тому мнению, которого вы ныне придерживаетесь.

Пример. Такому человеку, как я, должно нравиться всё, что связано с Тейлор Свифт. Она прекрасный автор песен, в своём творчестве она

умело комбинирует жанры фолк и кантри, и у неё голос как у ангела. Однако её последние треки с автотюном и грохочущим битом в стиле диско делают её песни похожими на очень многие другие.

► ВЫСОКОЕ МАСТЕРСТВО НЕОХОТНОСТИ

Придайте своему неохотному заключению немного *dissoi logoi*. Создайте такой аргумент, который показывает, с каким энтузиазмом вы поддерживаете свою позицию. Затем неохотно покажите, как различные обстоятельства, и в том числе ваша собственная объективность, принуждают вас поддерживать противоположную позицию – хотя обычно вы бы даже и не стали вставать на противоположную позицию.

Пример. Я терпеть не могу музыку в жанре кантри и её поддельную сентиментальность. Особенно сильно меня раздражает такая кантри-музыка, которая изначально создаётся исключительно ради продаж, изобилует автотюном и звучит скверно. Однако глубокие тексты Тейлор Свифт и её прекрасный голос заманивают меня против моей воли.

Приём Эдди Хаскелла

► ЭКСПЕРИМЕНТ УЧАСТЛИВОСТИ

Выберите какого-нибудь человека, участвующего в вашей жизни, например учителя, родителя, супруга, супругу, ребёнка, начальника, коллегу, друга. Подумайте, какое такое решение, чтобы оно обернулось выгодой для вас, этот человек мог бы принять. А теперь оспорьте собственное решение, как бы выказывая заботу об интересах собеседника. К этому моменту потоки бескорыстности уже должны будут стать явно ощутимыми.

Кодовая вакцинация

Хотите защититься от кодовых слов? Сделайте понурый вид. Учёные-специалисты в области нейронауки утверждают, что угрюмый вид способен прямо влиять на ваше настроение и отношение к вещам и людям.

► ПРОЦЕДУРА ВАКЦИНАЦИИ

Составьте список вещей, которые вызывают у вас позитивные чувства. Я серьёзно; набросайте такой список на бумаге или в смартфоне. Каждый раз, когда вы услышите какое-нибудь приятное для вас слово, вносите его в этот список. Затем постарайтесь научиться

хмуриться каждый раз, когда вы услышите такое слово. «Путешествие»? Нахмурьтесь. «Мечта»? Нахмурьтесь.

Я не говорю, что вам нужно избегать путешествий. Да и мечты свои можете лелеять сколько влезет. Просто вот эта сумрачность помогает вам защититься от кодового расчёсывания в маркетинге и в личных беседах.

Кайрос

Не забывайте: *кайрос* не столько связан с таймингом, сколько с удачно подобранным *случаем*. То есть он состоит не только из времени, но также из места и среды.

► МАНЁВР ДЛЯ ОТПУСКА

Придумайте какой-нибудь вариант проведения следующего отпуска. Будет очень интересно, если ваше видение отпуска отличается от видения отпуска вашего компаньона. Вам нужно разработать особый план, следуя которому вы точно сможете угадать такие время, место и среду, которые будут хорошо подходить для того, чтобы вы сделали предложение об отпуске. Ваш план должен состоять из ответов на следующие вопросы: кого нужно убедить? Когда лучше всего совершить манёвр? Какие место и среда больше всего подходят для этого? (Рэп-композиция? Кофейня? Тихая прогулка в лесу?) Главное тут – действовать вовремя, в правильном месте в правильное время.

► СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ

Выберите тему для спора: законы о владении оружием, превосходство кошек над собаками, лучшая актриса Голливуда – всё равно. А теперь вступите в спор, как если бы он проходил:

- В твиттере.
- По телефону (не по видеочату!).
- Перед аудиторией, которая измотана и утомлена.
- Когда у вас ларингит.

► СПОРИТЬ / НЕ СПОРИТЬ

Решите, какие из представленных ниже ситуаций располагают к ведению спора. А если пока что не особо располагают, то как сделать так, чтобы располагали? В каких из этих спорных ситуаций вы были бы слишком смущены, чтобы вести спор? Считаете ли вы, что после прочтения этой книги вы с большей вероятностью станете вступать в спор?

- На пассажирском сиденье в автомобиле, управляемом начинающим водителем, во время сильно оживлённого движения на дороге.

- На третьем свидании.
- Во время собрания, в котором вы ни с кем не согласны.
- Во время новогодней вечеринки.
- Перед приёмом кофе.
- Наедине с возражающим человеком.
- Во время прочтения раздражающего поста в Фейсбуке.
- Видя человека, который вот-вот прыгнет с моста.
- Обсуждая кинофильм с профессионалом в области кинематографа.

Провалы

Корректный эксперимент с провалом подразумевает не столько сам акт провала, сколько восстановление после него.

► КОРПОРАТИВНАЯ ЧАШКА ПЕТРИ

Выберите один из представленных ниже примеров реально имевших место корпоративных провалов и, основываясь на нём, покажите, как улучшить ваш *этнос*, а также *этнос* вашей компании. Как бы вы преподнесли вести? Какой язык, какие выражения вы бы предпочли использовать вместо извинений? Какой план вы бы представили? Как бы вы переключились на будущее время? Как бы вы выразили практическую мудрость, благожелательность и добродетельность своей компании? (Не корите себя, если вы выбрали садомазохистское отступление. Большая часть моей аудитории выбирает именно его.)

Брошюры об экономии денег для сокращённых сотрудников. Несколько лет назад авиакомпания Northwest Airlines начала проводить массовые сокращения, в результате которых были уволены тысячи сотрудников. Начала компания с выпуска полезного пособия – «101 способ сэкономить деньги». В брошюре, кроме прочего, был следующий совет: «Не стесняйтесь достать из мусорного бака то, что вам нравится».

Садомазохистское отступление. Компания Alarm One проводила упражнения по коллективной работе, выполняя которые сотрудники должны были есть детское питание и носить подгузники. Ещё их отшлёпывали логотипами одной конкурирующей компании. Суд города

Фресно штата Калифорния возместил одной из уволившихся сотрудниц компании Alarm One 1,7 миллиона долларов.

Сонный мастер. Один ремонтный мастер компании Comcast однажды уснул на диване своего клиента во время вызова. Владелец дома записал это на видео и выложил в Интернет, добавив к видеозаписи замечательный музыкальный аккомпанемент и комментарий о том, какая Comcast непутёвая компания. Видео стало вирусным, а Comcast уволила этого мастера. Позже СМИ сообщили, что бедный мастер уснул после того, как его, позвонившего в Comcast за помощью в устранении неполадки у клиента, вынудили на протяжении целого часа висеть «на линии».

Обучите свою замену. В результате аутсорсинга, проведённого компанией Bank of America, 100 мест специалистов техподдержки достались Индии. Американским работникам было велено обучить тех, кто пришёл им на смену, чтобы благополучно покинуть компанию. На фоне этих событий слоган компании – «Банк возможностей» – стал выглядеть довольно иронично.

Создание речи

► ИЗОБРЕТЕНИЕ

Первая ваша задача в изобретении (или, как бы выразились греки, в открытии) вашего аргумента – это постановка цели. Какое именно влияние вы хотите оказать на вашу аудиторию? Вы хотите изменить её настроение, её мысли или её готовность к некоему действию? Вы хотите произвести некую перемену в политике, получить разрешение на дорогое приобретение или же продать какой-то продукт или какую-то идею? Ответив на эти вопросы, можете двигаться дальше. Дальше всё следует сообразно вашей цели.

► СООТВЕТСТВИЕ ЦЕЛИ И ВРЕМЕНИ

Поставьте себе три цели убеждения, которые вы бы хотели реализовать в своей частной и публичной жизни. Подумайте об аудиториях, связанных с каждой из этих целей. Теперь решите для себя, какой тип риторики вы хотите использовать для достижения отдельных целей: где вы хотите использовать судебную риторику, где демонстративную, а где осмысленную. Помните: если идеальным результатом для вас является создание сплочённой команды или установление крепких отношений, то тогда вам лучше всего подходит

демонстративная риторика. Воспользуйтесь осмысленным аргументом, если вы хотите изменить мысли своей аудитории.

► РАСПРЕДЕЛЕНИЕ

Один из наилучших способов зубрёжки плана Цицерона – это создание крайне короткой речи, включающей в себя все элементы классической структуры.

► 60-СЕКУНДНАЯ РЕЧЬ

Подготовьте речь, произнесите её так, чтобы она укладывалась в одну минуту, запишите это на видео, загрузите видео на ютуб и отправьте ссылку на ArgueLab.com. Используйте все плановые элементы, которым учил Цицерон (см. главу 26): вступление, повествование, разделение, доказательство, опровержение и заключение. Если вы разбираетесь в программах для видеомонтажа, то обозначьте как-нибудь каждый из элементов. О чём вам говорить? О чём хотите: можете рассказать об аргументе, который можно предъявить родителю; можете представить глубокий анализ распространения оружия в США.

► СТИЛЬ

Стиль – это форма ролевой игры; это определённый голос, которым вы говорите в определённой речи или в определённом письменном произведении. Сравните Мерил Стрип, которая меняет стиль от фильма к фильму, с каким-нибудь таким актёром, который во всех фильмах звучит одинаково. Вам нужно тщательно продумать различных персонажей, которых вы играете, когда вы говорите или пишете о чём-то.

► ЭКСПЕРИМЕНТ ФИЛЬТРАЦИИ

Возьмите какую-нибудь свою запись и проверьте её на наличие пяти признаков хорошего стиля (см. главу 26): на наличие правильной речи, ясности, выразительности, декорума и орнамента.

Память

Современные соревновательные запоминальщики любят разрабатывать свои версии вилл памяти (см. главу 26). Вы же можете воспользоваться программными средствами и практикой, если хотите.

► ПАУЭРПОЙНТОВСКАЯ НАСТОЛЬНАЯ ИГРА

Запишите все свои мысли, касающиеся презентации, которую вы собираетесь представить. Отведите по одному слайду на каждую мысль. Найдите оформление для каждого слайда или создайте его самостоятельно. Распечатайте каждый слайд в виде превью и вырежьте

его ножницами. Теперь создайте некое подобие настольной игры, что-то вроде «змей и лестниц». Игра должна предполагать, что вы следуете по некоей дороге через своего рода ландшафт, сталкиваясь по пути со слайдами. Разместите слайды в любом порядке, с тем только условием, что первым должно быть вступление, а последним – заключение. Проведите со своей «настольной игрой» час-другой, сосредоточиваясь на изображениях (текст вы всё равно не разберёте). Сможете ли вы произнести речь без заметок и слайдов? Римляне-то ничем не пользовались. У них всё в голове было.

Подача

Ваши выражения лица, тоны голоса и жесты могут производить самые разные настроения – даже когда вы произносите одни и те же слова.

- Радость.
- Тоска.
- Гнев.
- Неохота.
- Патриотизм.
- Юмор.
- Зависть.
- Вожделение.
- Облегчение.

- Резиновый мяч.
- Ящерица.
- Лунная порода.
- Украденная копия Великой хартии вольностей.

- Игрушечная пружина.
- Видеочасы Дика Трэиси.
- Фея.
- «Алка-Зельтцер».
- Ваш любимый питомец в детстве.

► ПАФОС НАИМЕНОВАНИЙ

Возьмите какую-нибудь старую телефонную книгу (или новую, если они ещё существуют). Прочитайте название какого-нибудь контакта с особым эмоциональным оттенком. Если вы войдёте во вкус, читайте дальше. При прочтении названий контактов следуйте представленному ниже списку эмоций. Можете придумать свои.

► СДЕЛАЙТЕ ЛИНКОЛЬНА

Прочитайте первую часть Геттисбергской речи четыре раза. (Если вы не из тех стариков, кого заставляли учить её наизусть в школе, то погуглите.) Используйте жесты, выразительность, паузы и тоны.

- Сначала прочитайте её так, чтобы заинтересовать аудиторию.

- Затем прочтите её так, чтобы вызвать сильный эмоциональный отклик у аудитории.

- В третий раз прочтите её так, чтобы аудитория пришла в меланхоличное состояние.

- В четвёртый раз заставьте аудиторию смеяться.

Enargeia

Используйте риторические спецэффекты, чтобы создавать новые предметы. Попробуйте провести следующий эксперимент.

► НЕ «ПОКАЖИ И РАССКАЖИ»

Представьте, что вам нужно представить вашей аудитории одну из следующих вещей. Проблема только в том, что вы забыли взять её с собой. Спроецируйте этот предмет подобно голограмме, используя только *enargeia*, навык наглядных описаний, с помощью которого можно сделать так, что сцена развернётся прямо на глазах у вашей аудитории.

Прозопопея

Люди, изучающие риторику, не предпринимали попытки осуществить приём под названием *прозопопея*, предполагающий разговор как бы от имени знаменитого оратора или великолепного персонажа, до тех пор, пока они не достигали высокой степени риторического мастерства. И у этого была уважительная причина: представьте себе, каково это – пытаться симитировать Роджера Федерера спустя всего лишь пару уроков игры в теннис. Однако, если вы чувствуете, что готовы, можете веселиться на здоровье. Возьмите сигару и станьте на минуту Уинстоном Черчиллем. Или можете отыграть Жанну д'Арк, отстаивающую свою жизнь на суде за ересь. Вспомните кого-нибудь такого, о ком вы много знаете. Станьте им. Не стремитесь безусловно копировать этого человека. Это никакая не историческая инсценировка, и вы вовсе не являетесь имперсонатором в комедийном клубе. Вы просто практикуете речь от другого лица.

В общем, лейте видео на ютуб и шлите нам ссылку!

► КАНАЛ СЛАВЫ

Выберите какой-нибудь персонаж из истории, литературы или поп-культуры. Произнесите трёхминутную речь, как если бы вы были этим человеком. Представьте себя в такой ситуации, в которой оказывался

этот персонаж: например, в такой ситуации, когда Джордж Вашингтон столкнулся с мятежными офицерами.

► ИСКРИВЛЕНИЕ ВРЕМЕНИ

Выберите какой-нибудь персонаж из истории или культуры и представьте его в какой-нибудь современной ситуации; можете, например, представить, как Джордж Вашингтон отстаивает универсальное здравоохранение, или торгуется с продавцом, или требует возврата денег в ресторане, или заставляет племянников делать домашние задания.

► ИНТЕРВЬЮ С МЕРТВЕЦОМ

Выберите какую-нибудь актуальную проблему вроде налоговой политики, частного владения оружием, прав геев, легализации курения конопли или размеров вооружённых сил. А теперь выберите какой-нибудь всеми горячо любимый, активно разбираемый на цитаты исторический персонаж и сделайте так, чтобы он отстаивал одну (или обе!) стороны проблемы. Вам не нужно придумывать, что бы этот человек сказал. Можете взять цитаты прямо из Интернета.

Пример:

ИНТЕРВЬЮЕР: Президент Вашингтон, что вы думаете по поводу разделения церкви и государства? Означает ли это полное отсутствие упоминаний религии в государственных делах?

ВЫ КАК ВАШИНГТОН: Не поддавайтесь иллюзии, будто нравственность возможна без религии. В пользу того, что всенародная нравственность не может существовать в условиях отсутствия религии, говорит как здравый смысл, так и исторический опыт.

Написание эссе

В основе самых убедительных эссе лежат истории. Мишель де Монтень, создатель жанра эссе, ставил себя в роль главного персонажа во многих своих эссе. Вы, впрочем, не обязаны писать о себе. Можете найти какого-нибудь такого человека, который лучше всего подходит для того, чтобы продемонстрировать ту мысль, что вы хотите выразить. Пишете в поддержку частного владения оружием? Напишите расследование какого-нибудь трагического случая, в котором по ошибке был застрелен ребёнок. Пишете против частного владения оружием? Найдите такого человека, который использовал оружие для самообороны. Убеждение начинается с нрава, харизмы – не забывайте

это. Следовательно, хорошее, убедительное эссе почти всегда отличается особой харизмой.

► ПУТЬ ГЕРОЯ

Пересмотрите любимый фильм. Набросайте план путешествия какого-нибудь героя оттуда: покидание зоны комфорта, столкновение с трудностями, посвящение себя стремлению к достижению цели, попадание в такие обстоятельства, при которых шансы на победу стремятся к нулю, и, наконец, триумфальная победа. Теперь попробуйте набросать план путешествий героев в рекламных роликах, комиксах, политических кампаниях и исторических фигурах.

► ИСТОРИЯ ЦЕПКОСТИ

Планируете вы написать сочинение для поступления в колледж или нет – всё равно попробуйте написать такую историю, которая усиливает ваш этос. Задумайтесь: какое у вас есть качество или навык, выгодно выделяющее вас из толпы? Постарайтесь вспомнить какой-нибудь такой случай, когда эта особая ваша черта подверглась испытанию. Попробуйте написать по одной цепкой истории на различные случаи. Будьте готовы представить их устно.

- Эссе для поступления в колледж.
- Собеседование для приёма на работу.
- Свидание с привлекательным человеком.
- Кампания, в которой вы претендуете на работу в местном правительстве.
- История у костра.
- История в баре.

► ЭЗОПОВА МОРАЛЬ

Эзоп, древнегреческий баснописец, любил все свои басни заканчивать моралью: «Нужда – мать изобретений», «Внешность обманчива», «Один хороший поворот заслуживает другого». Хотя нам эта древняя мораль может показаться чем-то вроде клише, в Эзоповы времена она, должно быть, звучала восхитительно. При написании эссе попробуйте сначала разработать особую моральную концепцию. После этого расскажите какую-нибудь хорошую историю о реальном интересном персонаже (таком, как, например, вы) и в самом конце поместите мораль. Когда вы записываете аргумент в форме морали, ваша мысль кажется незыблемой истиной.

► ИГРАЙТЕ

Вот вам способы сделать так, чтобы утомительная поездка на машине стала быстрее, а неловкий обед – более терпимым. Хотя эта книга ни в коем случае не пропагандирует употребление алкоголя, вы, скорее всего, увидите в некоторых из представленных ниже игр огромный потенциал для проведения какой-нибудь питейной игры, особенно если вы являетесь взрослым человеком подходящего возраста.

Не стесняйтесь играть в это перед смартфоном. Когда вы загрузите видео на ютуб, пожалуйста, отправьте его нам на ArgueLab.com.

► ЗАПОЛНИТЕ ПРОПУСКИ

Проверьте, как далеко вы можете уйти от очевидного. Это хороший способ поразмять мышцы, отвечающие за разгром клише; да и к тому же после одного-двух бокалов вина вы будете звучать чрезвычайно весело.

Пример. Можете загадывать желание по падающим звёздам. *Пусть даже это и самолёт.*

- Ты – это то, что ты _____.
- Чем больше случается перемен, _____ получает тот, кто терпелив.
- Сила в _____.
- Картина стоит _____.
- Глаза – это зеркало _____.
- _____ – это хорошие соседи.
- Два сапога пара _____.
- В старости самое лучшее – это _____.
- Моим отчеством должно было быть _____.
- Если вы думаете, что вы утка, то _____.
- Жизнь – это _____.
- Из крошечных желудей вырастают могучие _____.
- Если это слишком хорошо, чтобы быть правдой, то _____.

► СОБИРАТЕЛЬСТВО

Ищите нижеследующее в новостях, соцсетях, литературе, искусстве и поп-культуре. Или прислушивайтесь к этому по пути куда-нибудь, если вы водитель.

- Аргумент (разберите, какая часть слов, которые вы слышите, является аргументом, а какая нет).
- Троп.

- Энтимема.
- Кодовое расчѣсывание.
- Ошибка.

► УПРАЖНЕНИЕ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ СПАСАТЕЛЬНОЙ ШЛЮПКИ: АКАДЕМИЧЕСКАЯ ВЕРСИЯ

Вот как вы можете попрактиковать свои риторические навыки, не заходя в опасно личную или политическую область. Вы садитесь в шлюпку, сходя с корабля, который тонет посреди океана. Если бы у вас была возможность выбрать себе в спутники профессора из любой области, то кого бы вы выбрали?

Сначала попробуйте аргументировать свою позицию, отталкиваясь исключительно от чистого *логоса*, представляя рациональные аргументы. После этого попробуйте отталкиваться от одного лишь *пафоса*, пробудив эмоции аудитории каким-нибудь трогательным анекдотом. Если вы особенно амбициозны, то можете попробовать воспользоваться стратегией идентичности, связав ваше решение с ценностями аудитории.

► УПРАЖНЕНИЕ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ СПАСАТЕЛЬНОЙ ШЛЮПКИ: ЧЕЛОВЕЧЕСКАЯ ВЕРСИЯ

Каких трёх человек из представленных ниже вы бы взяли с собой и почему? По каким соображениям вы их выбираете? Здесь вы тоже можете попробовать подходы, основанные на *логосе*, *пафосе* и стратегии идентичности.

- Менеджер ресторана, 44 года, женат, 2 ребёнка.
- Студент первого курса медицинского факультета из Хорватии, 23 года, немного говорит по-английски.
- Мать-одиночка, 34 года, 3 ребёнка.
- Девочка-младенец, 8 месяцев, прекрасно себя ведёт.
- Бухгалтер, 58 лет, триатлонист-любитель.
- Выпускник старшей школы, 18 лет, отправляется в армию.
- Ветеран корейской войны, Бронзовая звезда, 73 года, вечно угрюмый.
- Девушка-модель, 25 лет, выросла на ферме.
- Комик, 38 лет, чуткий.
- Поэт, 64 года, всемирно известный.
- Бездомный, 40 лет, отчислен из Гарвардского университета.

- Успешный предприниматель, 49 лет, имеются хронические заболевания.

- Олимпийский пловец из Бразилии, 21 год, совсем не говорит по-английски.

- Дочь миллиардера, 6 лет, подтверждённый гений.

- Вы.

► НЕОБИТАЕМЫЙ ОСТРОВ

Вы попали на необитаемый остров, и вы можете выбрать одного человека себе в напарники. Кого бы вы выбрали? Постройте аргументированный ответ. Отстаивая свою позицию, отталкивайтесь от следующих сценариев:

- Скрепка.
- Карандаш.
- Подушка.
- Выключатель.
- Зубная щётка.
- Пульт от телевизора.
- Айфон.
- Ноутбук.
- Человеческий рот.
- Ваши уши.

Пример:

- Пиво.
- Пивчик.
- Пивас.
- Бухлишко.
- Холодненькое.
- Ядовитый забродивший напиток.
- Бутыль.
- Хмельное.
- Спиртное.
- Выпивка.

- Вам необходимо придумать, как выжить на этом острове.

- Совершенно ясно, что вы выживете и вам не нужно задумываться о выживании.

- Этот остров для вас что-то вроде рая.

Если бы каждый сценарий к тому же предполагал, что вы можете выбрать себе любой один предмет, то что бы это было? Воспользуйтесь *epargeia*, чтобы описать, как этот предмет будет выглядеть и использоваться в условиях необитаемого острова.

► ЕЩЁ БОЛЕЕ ХОРОШАЯ ИГРА

Возьмите какой-нибудь предмет, книгу или ещё что-нибудь и подержите это в руке. Объясните, как этот предмет мог бы быть «ещё лучше». Постарайтесь при этом звучать так, будто вы искренне любите

этот предмет, пусть даже и предлагаете его полную перемену. Это отличная практика искусства – располагать к себе аудиторию.

Пример. «Ну вы только посмотрите на этот стакан воды. Не потрясающий ли? Такой... чистый. И он вмещает в себя воду! Было бы гораздо лучше, если бы от него не запотевал весь мой стол. Непотеющий стакан: платонический идеал ёмкостей для воды!»

► КОНКУРЕНЦИЯ В ТОРГОВЛЕ

Это лучше всего проделывать в группе. Раздайте предметы одинаковой ценности и игровые деньги в объёме, соответствующем количеству предметов. Каждый игрок получает деньги и предмет. Теперь торгуйтесь. (Не рассказывайте игрокам про то, что ценность предметов одинакова.) Побеждает тот, у кого больше всего средств – либо в деньгах, либо в предметах.

► ЭТОС СИНОНИМОВ

Придумайте как можно больше синонимов того или иного предмета. Какие синонимы наводят на мысли о том, что этот предмет полезен и хорош? Какие выставляют его в наилучшем свете, как бы показывая его «участие»? А какие синонимы иллюстрируют добродетельность, то есть общие ценности?

► ИГРА В ПАКЕТИКИ ЧАЯ

Чтобы узнать, как работает *пафос* в условиях отсутствия логики, разыграйте некое подобие авангардного спектакля. Каждому актёру дайте монополию на какую-то одну эмоцию (гнев, радость, сарказм, патриотизм и пр.). Читайте по очереди вместе с ними текст с чайных пакетиков или любой другой поверхности с нанесённым на неё текстом. Ведите себя так, как если бы эти случайные фразы были реальной частью сценария. Постарайтесь продержаться целых пять минут, не умерев от смеха. Обратите внимание на то, какой эффект сие действие производит на любого присутствующего. После этого попрактикуйте это перед зеркалом, как актёр. Так вы сможете довести свою способность регулировать тон в зависимости от эмоций (это ключевой аспект *actio*, актёрской составляющей риторики) до такого уровня мастерства, которого достигали только древние ораторы.

Предмет

1. Булавка.
2. Клубок ниток.
3. 100 зубочисток.
4. Клей-карандаш.
5. Пачка бумаги.
6. Козлёнок.

Аудитория

1. Охранник с семьёй.
2. Дети.
3. Тревожный подросток.
4. Престарелый священник.
5. Ваш начальник.
6. Турист, впервые посещающий Америку.

► ТАБУ

Наложите запрет на определённые слова и выражения, такие как «типа» и «это самое», и попробуйте на протяжении трёх минут рассуждать на какую-нибудь убедительную тему. Теперь начните сначала, уже наложив дополнительный запрет на одно или два слова или выражения, которые вы произносили чаще всего. С помощью этого упражнения можно легко сделать мозг более активным, а мысль более острой, всё благодаря борьбе с дурными привычками. Короче говоря, это упражнение поможет вам стать более красноречивыми – то есть развить в себе ключевое качество убеждения.

► ДА, НО

Это циклическая диалоговая игра. Сначала кто-то произносит какое-то умозаключение. Затем ему кто-то отвечает: «Да, но...», и так далее. Вместо того чтобы буквально возражать: «Да, но...», вы можете попробовать дать такой ответ, который создавал бы впечатление того, что вы соглашаетесь с тем, кому вы отвечаете, хотя на самом деле вы оспариваете его утверждение.

► ИГРА В КОСТИ

Продайте предмет некоей определённой аудитории. Бросьте пару костей, чтобы выбрать предмет и аудиторию. Выберите такой подход, который будет соответствовать ценностям, нуждам и идентичности вашей аудитории.

Пример. Брошенные вами кости остановились на числах 2 и 5. Вам нужно продать клубок ниток начальнику. Что же, удачи!

► АРГУМЕНТАТИВНЫЙ ВОЛЕЙБОЛ

Продельвайте бампы, сеты и спайки с аргументами так, как если бы вы продельвали их с мячом, играя в волейбол. Найдите себе партнёра для игры или, что ещё лучше, несколько человек, из которых можно будет сформировать команды. Каждая сторона должна сделать

бамп (повторить позицию противоположной стороны), сет (опровергнуть эту позицию) и спайк (подтвердить опровержение). Продолжайте так до тех пор, пока какая-нибудь сторона не «уронит мяч», то есть не сорвёт мягкое течение спора и не проиграет.

Пример:

Сторона 1: Людям не стоит заниматься йогой. Она слишком травмоопасна.

Сторона 2: Вы пытаетесь мне сказать, что людям стоит избегать занятий йогой, потому что быть жирным, ленивым и негибким лучше, чем подвергаться слабому риску получения травмы. Я, напротив, считаю, что занятие йогой надо всячески поощрять, а не порицать. Любое упражнение несёт в себе тот риск, о котором вы говорите. Однако риск ухудшения здоровья равен 100 процентам, когда вы не делаете никаких упражнений. И кстати, йога, если её упражнения выполняются правильно, является одним из относительно безопасных видов занятий.

Сторона 3: Вы отстаиваете йогу, сравнивая её со всеми остальными занятиями. Занятия йогой нужно поощрять, потому что выполнение упражнений содержит в себе меньше риска, чем невыполнение упражнений. Но вы не приводите никаких статистических данных. А если посмотреть на статистику получения травм во время занятий йогой, становится страшновато. Упражнения – это хорошо. Но только йога не является хорошим упражнением.

► ОТВЕТЫ НА ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Если вы хотите прочитать объяснения ответов или оспорить их, посетите ArgueLab.com. Если вы пройдёте тест онлайн, то объяснения ответов будут всплывать прямо на странице.

11 (c) 2 (e) 3 (g) 4 (b) 5 (b) 6 (b)

17 Обвинения-Прошедшее, Ценности-Настоящее, Решение-Будущее

18 Прошедшее-Судебная, Настоящее-Демонстративная, Будущее-Осмысленная

19 (b) 10 (c) 11 (b) 12 (b) 13 (a) 14 (c) 15 (b)

16 (a, b, c, d) 17 (b) 18 (c)

19 Энтимемы: (a, c, f, g, i). Примеры: (b, d, e, h)

20 (1-b, 2-c, 3-f, 4-e, 5-g, 6-i, 7-h, 8-a, 9-j, 10-d)

21 (c) 22 (c) 23 (a) 24 (b) 25 (a) 26 (c) 27 (d) 28 (b) 29 (c)

39 (e) 31 (d) 32 (b) 33 (b)

34 а-логос, в-пафос, с-этос, d-пафос, е-пафос

35 (c) 36 (c) 37 (b)

► ОТВЕТЫ НА ЗАДАНИЯ ПО ВЫБОРУ ПРАВИЛЬНОГО
ВАРИАНТА ОТВЕТНОГО УДАРА

1 (d) 2 (c) 3 (b) 4 (c) 5 (c) 6 (c) 7 (c) 8 (c) 9 (e) 10 (c)

Приложение II

Средства

Я распределил риторические техники и концепции по таким категориям, которые наверняка очень пригодятся вам при составлении повседневных аргументов или при ведении споров. Вам не придётся выучивать наизусть множество десятков терминов и аргументативных средств; просто помните, что вам нужно:

- Ставить **цели**, а также соблюдать подходящее **время** в своих аргументах.

- Решить для себя, на чём вы хотите сделать акцент: на **нраве**, **логике** или **эмоциях**.

- Быть уверенным, что **время** и **среда** располагают к убеждению.

- Когда будете готовить речь или презентацию, держите где-нибудь под рукой или в голове план Цицерона:

- Вступление.

- Повествование.

- Разделение.

- Доказательство.

- Опровержение.

- Заключение.

Если вы ещё не читали эту книгу, то этот текст, скорее всего, покажется вам полной неразберихой. Если же вы её прочитали и всё равно испытываете трудности в ориентировании среди терминов, то тогда могу посоветовать вам обратиться к глоссарию, который вы найдёте чуть далее. Если даже после этого мои слова будут казаться вам чушью или если вы захотите дальше углубиться в искусство убеждения, то тогда прочитайте какие-нибудь работы, которые я привёл в Приложении V.

Цели

ЛИЧНАЯ ЦЕЛЬ: То, чего вы хотите от аудитории.

Цели аудитории

НАСТРОЕНИЕ: Это меняется проще всего.

МЫСЛИ: Изменение их представляется на порядок сложнее, чем изменение настроения.

ГОТОВНОСТЬ К СОВЕРШЕНИЮ ДЕЙСТВИЙ: Это самое трудное, потому что это требует наличия сильных эмоций и идентификации с действием.

КОНТРОЛЬ НАД ПРОБЛЕМАМИ: Мастерское владение главными темами спора.

ОБВИНЕНИЯ: Они связаны с событиями, имевшими место в прошлом. Аристотель называл споры, основанные на обвинениях, *судебными* спорами. Главными темами таких споров являются *вина* и *невинность*.

ЦЕННОСТИ: О них спорят в настоящем времени. Это *демонстративная* или, в отдельных случаях, *племенная* риторика. Главные темы: *похвала* и *обвинения*.

РЕШЕНИЕ: Оно, конечно же, принимается насчёт будущего времени. Это осмысленный спор, политическая риторика. В ней темы в основном затрагивают вопросы *выгоды* – того, что повлечёт за собой наилучший исход для аудитории.

Этос

Этос – это аргумент или спор, основанный на нраве. Он предполагает использование вашей или чьей-то ещё репутации в качестве основы аргумента. Когда будете произносить речь, войдите в свою роль (или в ту, которую вы хотите изобразить перед своей аудиторией). Тремя главными аспектами *этоса* являются *добродетельность*, *практическая мудрость* и *благожелательность*.

ДЕКОРУМ. Ваша способность соответствовать тем ожиданиям, которые ваша аудитория возлагает на добропорядочного лидера.

КОДОВОЕ РАСЧЁСЫВАНИЕ. Использование такого языка, который характерен для данной аудитории.

СТРАТЕГИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ. Создание таких условий, при которых аудитория станет идентифицироваться с неким действием. Если вы будете правильно следовать этой стратегии, то тогда ваша аудитория также будет считать ваше решение именно тем, что помогает ей сохранить свою групповую целостность.

ИРОНИЯ. Произнесение в отношении «чужих» людей таких слов, которые понятны только вашей группе.

ДОБРОДЕТЕЛЬНОСТЬ ИЛИ ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ПРАВОВОМУ ДЕЛУ. Создание такого впечатления, словно вы соответствуете ценностям своей аудитории.

ХВАСТОВСТВО. Самый прямолинейный и наименее эффективный способ усилить свою добродетельность.

ЧЬИ-ТО ХВАЛЕБНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ ПРО ВАС. Чьи-то чужие лестные слова. Чем больше этот человек бескорыстен, тем лучше.

ТАКТИЧЕСКАЯ УЯЗВИМОСТЬ. Дефект или ошибка, которую вы специально выказали, чтобы показать свою риторическую добродетельность.

ПЕРЕМЕНА СТОРОН. Создание такой видимости, что вы с самого начала поддерживали выигрывающую сторону.

ПРИЁМ ЭДДИ ХАСКЕЛЛА. Этот приём предполагает, что вы поняли неизбежный исход дела и решили поддержать его. Делается это всё, конечно же, для того, чтобы выказать добродетельность (о приёме Эдди Хаскелла в работах по риторике не говорится ни слова, но сама концепция всплывает довольно часто).

ЦЕННОСТИ, ЛИШЁННЫЕ ЛОГИКИ. Сосредоточение на отдельных ценностных словах и общих местах, призванных сплотить группу и заставить её идентифицироваться с вами.

ИДЕНТИЧНОСТЬ. Пусть люди опишут себя. Чаще всего самое первое, что они говорят о себе, наиболее точно отражает то, что они о себе думают. Многие готовы пойти на любые жертвы, лишь бы соответствовать этому образу.

ПРАКТИЧЕСКАЯ МУДРОСТЬ, ИЛИ УМЕНИЯ. Аристотель назвал это мастерство *фронезисом*.

- Упоминание своего опыта.
- Нарушение правил.
- Создание видимости занятия средней позиции.

БЛАГОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ, ИЛИ УЧАСТЛИВОСТЬ. Аристотель называл это *eunoia*. Под этим он понимал явное стремление принести в жертву собственные интересы ради благой цели.

НЕОХОТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Ведите себя так, чтобы казалось, что вы пришли к своему мнению лишь из-за того, что оно настолько очевидно правильно, что к нему попросту нельзя не прийти.

ЛИЧНЫЕ ЖЕРТВЫ. Заявите, что ваше решение поможет вашей аудитории больше, чем вам самим; более того, давите на ту мысль, что вы даже будете нести лишения из-за этого решения.

DUBITATIO. Выкажите сомнение в своих риторических навыках.

ДЕТЕКТОР ЛЖЕЦОВ. Техники, с помощью которых можно оценить достоверность сведений, предоставляемых людьми.

ПРОВЕРКА НА НУЖДЫ. Чаяния убедителя совпадают с вашими собственными?

СОПОСТАВИМЫЙ ОПЫТ. Убедитель вообще делал что-нибудь из того, о чём он говорит?

ОТКЛОНЁННЫЙ ВОПРОС. Спросите, кому выгодно принимаемое решение. Если вам не дают прямого ответа, то вам не стоит верить бескорыстности этого человека.

ФИЛЬТР «ЭТО ЗАВИСИТ». Вместо некоего универсального ответа убедитель представляет такое решение, которое заточено специально под вас.

ВОЗМОЖНОСТЬ «ВЫЯСНЯТЬ». Убедитель сразу переходит к сути проблемы.

КРАЙНОСТИ. Как убедитель воспринимает мнение, противоречащее его собственному? Как далеко его «срединный путь» отстоит от вашего?

ДЕТЕКТОР ЭКСТРЕМИСТОВ. Экстремист опишет умеренный выбор как нечто крайнее.

МЕРИЛО ДОБРОДЕТЕЛЬНОСТИ. Видит ли убедитель срединную позицию меж крайностями ваших ценностей?

КОДОВАЯ ВАКЦИНАЦИЯ. Будьте бдительны и старайтесь иметь в виду те термины, которые характерны для групп, к которым вы принадлежите. Так вы сможете заметить, когда их будет употреблять убедитель.

ВОССТАНОВЛЕНИЕ ПОСЛЕ ПРОВАЛА. Улучшение вашего этоса через ваши же ошибки.

- Наметьте цели сразу же после того, как совершите оплошность.
- Будьте первым вестником.
- Сразу же переключайтесь на будущее время.
- Постарайтесь не вызывать у жертвы ощущение, что ею пренебрегают или что её принижают.
- Не извиняйтесь. Лучше покажите, как вы чувствуете себя из-за того, что вы не смогли привести себя в соответствие своим высоким стандартам.

Пафос

Аргумент или спор, основанный на эмоциях, – это часть риторики, связанная с соблазнением. *Пафос* может вызвать перемену настроения, привести аудиторию в состояние особой восприимчивости к вашей логике и вызвать у них сильную эмоциональную связь с вашими целями.

СОПЕРЕЖИВАНИЕ. Проявление внимания к эмоциям аудитории.

ЧРЕЗМЕРНОЕ СОПЕРЕЖИВАНИЕ. Излишне навязчивое сопереживание может вызвать у вашей аудитории чувство стыда за ту эмоцию, которую вы пытаетесь изменить.

ВЕРА. Аристотель говорил, что она является ключом к эмоциям.

ОПЫТ. Сошлитесь на опыт вашей аудитории или заставьте её думать, что у неё есть такой опыт. Это как бы вера в прошедшем времени.

РАССКАЗЫ. С помощью них вы сможете представить своей аудитории конкретный опыт.

ОЖИДАНИЯ. Сделайте так, чтобы ваша аудитория ожидала чего-нибудь хорошего или плохого. Это вызовет у неё соответствующий эмоциональный отклик.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ГРОМКОСТИ. Подавление эмоции или постепенное её усиление, производимое для того, чтобы аудитория ощутила эту эмоцию вместе с вами.

ПРОСТАЯ РЕЧЬ. Не используйте вычурные выражения, когда говорите эмоционально.

НЕЖДАННАЯ ЭМОЦИЯ. Сообщая своей аудитории некое настроение, постарайтесь не вызвать у неё никаких подозрений. Не то она будет противиться вашим манипуляциям.

ПАССИВНЫЙ ЗАЛОГ. Если вы хотите отвратить от кого-то чей-то гнев, создайте такое впечатление, что некое действие произошло само собой, говорите: «Стул был сломан», а не: «Пабло сломал стул».

ОТВЕТНЫЙ УДАР. Вы можете заранее успокоить чью-то эмоцию, выразив её с особой силой самостоятельно. Это особенно хорошо работает в таких ситуациях, когда вы допустили какую-то оплошность и хотите предотвратить гнев вышестоящего лица.

► **УБЕДИТЕЛЬНЫЕ ЭМОЦИИ**

ГНЕВ. Один из самых эффективных способов побуждения аудитории к действию. Однако будьте осторожны: эта эмоция

скоротечна.

ОБВИНЕНИЕ В ПРЕНЕБРЕЖЕНИИ. Покажите своей аудитории, что ваш оппонент считает её желания неважными и пустыми. Согласно Аристотелю, аудитория, которой пренебрегли, – это злая аудитория.

ПАТРИОТИЗМ. Придаёт чувству групповой идентичности вашей аудитории способность принимать решения. Он также даёт ей выбор.

ПОДРАЖАНИЕ. Эмоциональный отклик на ролевую модель. Чем лучше ваш *эмос*, тем больше ваша аудитория будет стремиться подражать вам.

ЮМОР. Отличный успокоительный приём, с помощью которого вы можете улучшить свой *эмос*.

Изысканный юмор. Игра на каком-нибудь слове или на какой-нибудь части речи.

Остроумие. Ситуационный юмор.

Смешной юмор. Произнесение шуток. Относительно малоэффективная форма убеждения.

Подкол. Колкие ответы. Лучше всего работают в обороне.

ФИГУРЫ РЕЧИ. Отдельные фигуры вы найдёте в глоссарии. А пока что держите основные способы создания собственных фигур.

ПЕРЕВОРОТ КЛИШЕ. Использование заезженных фраз себе на пользу.

Буквальная интерпретация. Доведение клише до абсурда через его буквальную трактовку.

Неожиданная концовка. Произнесение клише так, чтобы вначале оно звучало как обычно, а заканчивалось неожиданно.

Переработка. Перестановка слов в клише.

ЗАМЕНА СЛОВ. Изменение нормального порядка слов или структуры предложения ради произведения эффекта.

Хиазм. Создание перекрёстного предложения.

ВЗВЕШИВАНИЕ ОБЕИХ СТОРОН. Сравнение или противопоставление мнений, выполняемое для того, чтобы дать проблеме определение.

Фигура и / или (диализ). Равносильное взвешивание обеих сторон.

Фигура контрастов (антитеза). Предпочтение какой-то одной стороны.

Фигура изменения значения (антισταзис). Повторение слова так, что оно приобретает новое значение.

КОРРЕКТИРОВАНИЕ ВСЛУХ. Перебивание самого себя или оппонента для того, чтобы что-то исправить.

Фигура исправления себя (метанойя). Позволяет тому, кто использует её, усилить свой аргумент, выглядя при этом справедливо и умно.

Назначение нового определения (correctio). Повторение выражений оппонента с их последующим исправлением.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ГРОМКОСТИ. Усиление или усмирение речи с помощью фигур.

Литота. Ироническое преуменьшение. Используя эту фигуру, вы выглядите круче, чем ваш оппонент.

Кульминация. Использование наслаивающихся слов в особой прогрессирующей последовательности – своего рода риторическое крещендо.

ИЗОБРЕТЕНИЕ НОВЫХ СЛОВ. Фигуры помогают вам изобретать новые слова или находить новые значения старых слов. Они также делают так, что, применяя их, вы выглядите умнее.

Глагольность (антимерия). Превращение одной части речи в другую.

Фигура «такой» (parelcon). Лишение слова его значений и использование его для создания паузы или логического ударения.

Логос

Спор или аргумент, основанный на логике. Люди часто полагают, что аргументы должны состоять *исключительно* из логики; однако Аристотель утверждал, что, когда дело доходит до убеждения, помимо рациональной речи требуются ещё эмоции и нрав.

ДЕДУКЦИЯ. Применение общих принципов к частной проблеме.

ЭНТИМЕМА. Логический сэндвич, содержащий дедукцию. «Нам нужно [решение], потому что [общее место]». Аристотель преобразовывал силлогизмы формальной логики, перенося их с фундамента вселенских истин на фундамент общих мест.

ОБНАРУЖИТЕЛЬ ДОКАЗАТЕЛЬСТВ. Доказательство состоит из примеров и предпосылки. Предпосылка обычно начинается со слов «потому что» или чего-нибудь подобного.

ОБЩЕЕ МЕСТО. Любое клише, убеждение или комплекс ценностей, которое выступает как выражение сконцентрированного общественного мнения вашей аудитории. Это отправной пункт вашего аргумента.

Болтовня. Многократное повторение вашей аудиторией некоего слова или некоей идеи. Болтовня часто выявляет общие места.

Отрицание. Ещё один хороший индикатор общих мест. Аудитория часто начинает использовать общие места, когда она отрицает аргументы убедителя.

Ярлык общего места. Применение общего места к какой-нибудь идее, предложению или нормативно-правовому акту как часть стратегии назначения определений.

ИНДУКЦИЯ. Аргумент, основанный на примере. Начинается с частного и движется в сторону общего.

ФАКТ, СРАВНЕНИЕ, ИСТОРИЯ. Три типа примеров, которые можно использовать в индуктивных рассуждениях.

УСТУПКА. Использование аргумента оппонента для извлечения личной выгоды.

ОБРАМЛЕНИЕ. Оформление границ спора. Это относительно современный убедительный термин; в классической риторике он не встречается.

СТРАТЕГИЯ ОБРАМЛЕНИЯ

1. Найдите общие места своей аудитории.
2. Дайте проблеме широкое определение, учитывающее ценности широчайшей аудитории.
3. Разберитесь с конкретной проблемой или решением, используя будущее время.

СТРАТЕГИЯ НАЗНАЧЕНИЯ ОПРЕДЕЛЕНИЙ. Контроль над используемой в споре лексикой.

ИЗМЕНЕНИЕ ТЕРМИНОЛОГИИ. Замена лексики оппонента вашей собственной.

НАЗНАЧЕНИЕ НОВЫХ ОПРЕДЕЛЕНИЙ. Принятие терминов оппонента, сопровождаемое, однако, изменением их значения.

ОПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЕ ПАРИРОВАНИЕ. Использование лексики оппонента для атаки, направленной на него.

ОПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЕ ДЗЮДО. Использование таких терминов, которые разительно отличаются от терминов вашего оппонента. Это

создаёт такое контекстное пространство, в котором ваш оппонент предстаёт в дурном свете.

ЛОГИЧЕСКИЕ ОШИБКИ. Важно уметь обнаруживать их, так же как и важно уметь обнаруживать вообще любую убедительную тактику, используемую против вас. Ещё одна причина понимать ошибочную логику: вы, вероятно, сами захотите ею воспользоваться.

СЛАБОЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО. Либо общее место аргумента или его принцип совершенно недопустим, либо примеры неуместны.

Ложное сравнение. Две вещи похожи между собой – значит, они являются одним и тем же.

Ошибка полной натуральности. Натуральные ингредиенты полезны – значит, всё, что обозначается как «натуральное», является полезным. Также называется *ошибкой ассоциации*.

Обращение к популярности. «Другим детям это можно, так почему мне нельзя?»

Поспешное обобщение. Чрезмерное употребление примеров и излишне широкая их интерпретация.

Неверная интерпретация свидетельств. Утверждение о том, что исключение доказывает правило.

Ошибка единицы измерения. Странные вычисления с яблоками и апельсинами, в которых часть ошибочно принимается за целое.

Ошибка по невежеству. Утверждение о том, что если что-то не доказано, то это не может существовать.

ПЛОХОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Нам либо дано слишком много вариантов на выбор, либо слишком мало, либо доказательство не соответствует сути спора.

Множество вопросов. Объединение двух и более проблем в одну.

Ложная дилемма. Предложение аудитории всего лишь двух вариантов на выбор, хотя их существует больше.

Ошибочность антецедента. Заключение о том, что данный момент абсолютно идентичен похожим моментам из прошлого.

Увиливание. Введение в спор некоей сторонней, не относящейся к сути дела проблемы, с тем чтобы отвлечь или смутить аудиторию.

Палочный человек. Постановление новой проблемы, такой, о которой легче спорить.

НЕСООТВЕТСТВИЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВА ЗАКЛЮЧЕНИЮ. Доказательство само по себе выглядит нормально, но, увы, к

заклучению оно не приводит.

Тавтология. Логическое излишество; доказательство и заключение – это одно и то же.

Reductio ad absurdum. Решение, поддерживаемое оппонентом, доводится до абсурда.

Скользкий путь. Предсказание череды неблагоприятных событий, происходящей от одного решения.

Post hoc ergo propter hoc. Суждение о том, что если одна вещь следует за другой, то вторая по счёту вещь обязательно должна быть вызвана первой. Я называю это *ошибкой Шантеклера*.

РИТОРИЧЕСКИЕ ОШИБКИ. Ошибки или предумышленные оскорбления, которые останавливают спор или лишают его возможности достичь консенсуса.

ПЕРЕВОД ВРЕМЕНИ С БУДУЩЕГО НА КАКОЕ-ТО ДРУГОЕ. Ничего страшного в использовании прошедшего или настоящего времени нет, однако осмысленный спор требует перехода на будущее время в какой-то момент.

- Вступление.
- Повествование.
- Доказательство.
- Опровержение.
- Заключение.
- Красивая речь.
- Ясность.
- Выразительность.
- Декорум.
- Орнамент.

ТВЁРДОЕ СЛЕДОВАНИЕ ПРАВИЛАМ. Мотивирование своих слов Гласом Божьим, принципиальное стояние на своём, отказ от выслушивания доводов противоположной стороны.

НАМЁК. Форма иронии, используемая для изобличения. Часто она работает следующим образом: идея как бы навязывается аудитории через отрицание этой идеи.

УГРОЗА. Ораторы называют это *argumentum ad baculum*, «палочным аргументом». Угроза отказывает аудитории в выборе.

НЕПРИСТОЙНЫЕ ВЫРАЖЕНИЯ И ЗНАКИ.

ПРЕДЕЛЬНАЯ ТУПОСТЬ.

Кайрос

Древние римляне называли это «*окказио*», словом, обозначающим искусство взятия ситуации в свои руки. *Кайрос* всецело зависит от *тайминга* и *среды*.

УБЕДИТЕЛЬНЫЙ МОМЕНТ. Момент, когда аудитория больше всего готова к выслушиванию вашего аргумента.

ОБНАРУЖИТЕЛЬ МОМЕНТОВ. Неопределённые настроения и убеждения – моменты, когда мысли людей уже начинают меняться, – являются сигналом наступления убедительного момента.

ИДЕАЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ. Восприимчивая, внимательная и благосклонно расположенная к вам.

СМЕНА АУДИТОРИИ. Если ваша нынешняя аудитория не готова к убеждению, поищите другую. Исследования рынка в основном только в этом и состоят.

ЧУВСТВА. Пять чувств – это ключ к правильной среде.

ЗРЕНИЕ. Преимущественно *пафос* и *эмос*.

СЛУХ. Самое логическое чувство.

ОБОНЯНИЕ, ВКУС И ОСЯЗАНИЕ. Почти полностью основываются на эмоциях.

Создание речи

ИЗОБРЕТЕНИЕ. Подготовительный этап речи. Средства изобретения – это средства *логоса*.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ. Организация речи.

СТИЛЬ. Выбор таких слов, которые делают речь привлекательной для слушателя. Пять признаков хорошего стиля:

ПАМЯТЬ. Способность говорить, никуда не подглядывая.

ПОДАЧА. Акт произнесения речи.

ГОЛОС. Должен быть достаточно громким, чтобы все находящиеся в помещении люди могли вас хорошо слышать.

ЖЕСТЫ. Глаза – это ключевой элемент вашего поведения, потому что они отвечают за остальные лицевые мышцы. При произнесении формальной речи можете производить некоторые жесты руками.

Приложение III

Глоссарий

АНАДИПЛОЗИС. Фигура, строящая одну мысль поверх другой, беря последнее слово одной мысли и делая его началом другой.

АНАФОРА. Фигура, предполагающая повторение одного и того же слова в начале последовательно выстроенных фраз. Лучше всего работает в эмоциональных обращениях к группам людей.

АНТИТЕЗА. Фигура контрастирующих идей.

АНТРОПОМОРФИЗАЦИЯ. Логическая ошибка, придающая человеческие черты животному или предмету. Особо распространена среди владельцев домашних животных.

АПОРИЯ. Сомнение или невежество (притворное или подлинное), используемое как риторический приём.

БЛАГОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ. Отсутствие особых интересов. (Техническое название – «*eunoia*».) Одно из трёх проявлений *этоса*. (Остальные два – это *практическая мудрость и добродетельность*.)

БУШИЗМ. Изломанный синтаксис и обилие кодовых слов.

ГИПОФОРА. Фигура, задающая риторический вопрос и тут же дающая на него ответ. Гипофора позволяет вам предупредить скептицизм своей аудитории и устранить его на самой начальной стадии.

ГОМЕРИЗМ. Невозмутимое произнесение нелогичных суждений. Названо в честь бессмертного персонажа из мультсериала под названием «Симпсоны».

ДЕМОНСТРАТИВНАЯ РИТОРИКА. Убеждение, связанное с ценностями, связывающими вместе членов группы. Обычно она заостряет своё внимание на вопросах настоящего времени, а главной её темой является противостояние правильного и неправильного. Большинство проповедей (и чрезвычайно большое количество политических речей) являются демонстративными. (Другие два вида риторики – это *осмысленная и судебная* риторика.)

ДИАЗЕВГМА. Фигура спортивных комментаторов. Позволяет использовать одну тему для произнесения целой последовательности глаголов.

ДИАЛЕКТИКА. Исключительно логические дебаты философов. Их предназначение – прийти в процессе диалога к некоей истине. Логические ошибки запрещены в диалектике. Риторика их допускает.

ДИАЛИЗ. Фигура «это, а не то». («Обувь не покупайте. Покупайте цвета».) Люди будут серьёзнее относиться к вашей мудрости, если вы будете представлять им её в зашифрованном виде. Это подход учёного-идиота.

ИЕРЕМИАДА. Катастрофическое пророчество; также иногда называется «*cataplexis*».

ИНОСКАЗАНИЕ. Риторический обходной манёвр. Разговор о проблеме, ведущийся для того, чтобы избежать перехода к сути проблемы.

ЙОГИИЗМ. Фигура учёного-идиота, названная в честь знаменитого бейсболиста Йоги Берра. Внешне высказывание может показаться нелогичным, однако оно странным образом кажется нормальным и вполне приемлемым («Многое можно увидеть, всего лишь присмотревшись»; «Туда больше никто не ходит. Народу слишком много»).

КАЙРОС. Риторическое искусство взятия ситуации в свои руки. Неразрывно связано с таймингом и правильно подобранной средой.

ЛИТОТА. Фигура иронического преуменьшения, обычно негативного толка («Нас это не забавляет»).

ЛОГИЧЕСКОЕ УДАРЕНИЕ. Мягкая форма намёка, подразумевающая больше, чем высказывает говорящий. «Он уделяет большое внимание мелочам», – скажете вы про нерешительного тряпку.

ЛОГОС. Аргумент или спор, основанный на логике, один из трёх «подходов»; другие два: аргумент или спор, основанный на эмоциях (*пафос*), и аргумент или спор, основанный на нраве (*эмос*).

МЕТАНОЙЯ. Фигура исправления самого себя. Предполагает остановку речи, совершаемую для того, чтобы говорящий мог исправить самого себя, усилив тем самым общий эффект своих слов.

МЕТАСТАЗ. Фигура мысли, пропускающая неловкую ситуацию. «Пробка была ужасная. Чуть было в аварию не попал, ну да ничего страшного. Зато я тебе рубашку привёз».

МЕТАФОРА. Фигура, с помощью которой можно добиться того, что один предмет будет представлять другой («Луна – это шар»).

МЕТОНИМИЯ. Этот троп принадлежности делает так, что характеристика («рыжие волосы») представляет то, к чему она принадлежит («рыжий»). Сюда же относятся такие ситуации, когда люди произносят действие, подразумевая при этом последствия, а также когда люди произносят название ёмкости, имея в виду её содержимое («Я выпил целую бутылку»). Метонимия – это один из фундаментальных тропов наряду с *метафорой* и *синекдой*.

НАМЁК. Техника помещения негативных мыслей в головы членов аудитории.

НЕЛОГИЧНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Фигура нерелевантности, мысль, не связанная с той мыслью, что предшествовала ей. («Знаешь, что с тобой не так? Вау! Ты видел ту машину?»)

НЕОДНОЗНАЧНОСТЬ. Языковая маска. Из слов говорящего кажется одно, хотя он на самом деле подразумевает совсем другое. Иезуиты делали так, чтобы перехитрить инквизицию и при этом не оскорбить её верования.

НЕОЛОГИЗМ. Вновь изобретённое слово.

ОНОМАТОПЕЯ. Шумящая фигура. Эта фигура подражает звуку, чтобы произвести звук («Ба-бах!»).

ОСМЫСЛЕННАЯ РИТОРИКА. Один из трёх типов риторического убеждения (другие два – это *судебная* и *демонстративная* риторика). Осмысленная риторика связана со спорами, ведущимися для принятия некоего решения. Интерес в ней представляют вопросы будущего; её главной целью, согласно Аристотелю, является «выгода» – то, что лучше всего для аудитории, семьи, компании, общины или страны. Без осмысленной риторики демократия, например, не может существовать.

ОШИБКА ОБОБЩЕНИЯ. Логическая ошибка, заключающаяся в использовании плохого примера при обобщении.

ОШИБКА ПАЛОЧНОГО ЧЕЛОВЕКА. Вместо того чтобы разбираться с главной проблемой, эта ошибка перенаправляет внимание на более слабые составляющие спора.

ПАРАДИГМА. Правило, формирующееся из примеров («Посмотри: все клёны цвет поменяли. Осень наступает»).

ПАРАДОКС. Фигура противоречий, невозможных пар («Нам пришлось уничтожить деревню, чтобы спасти её»). Значение этого термина сейчас уже не то, каким оно было в древности. Тогда, в давние

времена, оно означало нечто такое, что противоречит общественному мнению или убеждению.

ПАРАЛИПС. Фигура, в которой вы упоминаете что-то, говоря, что вы не собираетесь говорить об этом. Таким образом вы создаёте впечатление честности и порядочности.

ПАРАПРОСДОКИЯ. Эта фигура придаёт мысли неожиданную концовку.

ПАФОС. Аргумент или спор, основанный на эмоциях, один из трёх «подходов» убеждения; остальные два: аргумент или спор, основанный на логике (*логос*), и аргумент или спор, основанный на нраве (*эмос*).

ПЕРИФРАЗ. Фигура иных выражений. Она использует описание в качестве названия. Также известна как *околичности*.

ПОДМЕНА ТЕЗИСА. Ошибка, заключающаяся в том, что говорящий доказывает неверное заключение.

ПОЛИСИНДЕТОН. Фигура, связывающая части сложного предложения повторяющимися союзами.

ПРАКТИЧЕСКАЯ МУДРОСТЬ. См. *фронезис*.

ПРИМЕР. В классической риторике он называется «*exemplum*». Основа индуктивной логики. Аристотель выделял три вида примеров: факт, сопоставление и «басня» (или история).

ПРОЗОПОПЕЯ. Фигура персонификации. Древние учителя риторики использовали это слово для обозначения таких школьных упражнений, выполняя которые ученики должны были подражать настоящим историческим ораторам или вымышленным мастерам риторического искусства.

ПРОЛЕПСИС. Фигура мысли, предполагающая предвидение возражений оппонента или аудитории.

РИТОРИКА. Искусство убеждения. Аристотель выделял три вида риторики: *судебная* (официальная), которая стремится доказать чью-то вину или невинность; *демонстративная*, которая заставляет людей поверить в некие общие ценности; и *осмысленная*. В этой книге основное внимание уделяется осмысленной риторике, языку политического убеждения; главной темой такой риторики является «выгода» – то, что лучше для аудитории, сообщества или целого государства.

РИТОРИКА ТИПА EPIDEICTIC. Epideictic – название, которое Аристотель дал *демонстративной риторике*, – риторике, связанной с ценностями.

СИНЕКДОХА. Троп принадлежности наряду с *метонимией*. Синекдоха заменяет всю группу на лишь одного её представителя, целое – на часть целого, род – на вид («седовласые» и пр.).

СКОЛЬЗКИЙ ПУТЬ. Ошибка страшных последствий. Она предполагает, что один выбор неизбежно должен привести к целой череде дурных решений.

СОЛЕЦИЗМ. Фигура невежества; стандартный термин для обозначения нелогичных суждений, искажённой грамматики или ошибочного синтаксиса.

СУДЕБНАЯ (ОФИЦИАЛЬНАЯ) РИТОРИКА. Лежит в основе спора, определяющего чью-то вину или невинность. Такая риторика сосредоточивается на прошлом. (Остальные два вида риторики: *осмысленная и демонстративная риторика*.)

ТАВТОЛОГИЯ. Многословие. Часто используется в политике для дезориентации. Также известна как *petitio principii*.

УВЁРТКИ. Использование осторожных выражений для скрытия некоей мысли («Всё зависит от того, как мы смотрим на вещи»). Риторический термин – «*leptologia*».

УВИЛИВАНИЕ. Ошибка отвлечения.

ФРОНЕЗИС. Практическая мудрость, жизненные навыки. Одно из трёх проявлений *этоса* (по Аристотелю), или аргумента, или спора, основанного на нраве. (Остальные два: *благожелательность и добродетельность*.)

ХИАЗМ. Перекрёстная фигура («Не спрашивайте, что страна может сделать для вас, – спросите, что вы можете сделать для своей страны»).

ЭНТИМЕМА. Риторическая версия силлогизма. Энтимема проверяет утверждение, а затем устанавливает его на фундамент общественного мнения. Эта небольшая порция логики способна придать особый заряд энергии спору, перенасыщенному эмоциями.

ЭПЕРГЕЗИС. Фигура коррекции.

ЭРИСТИКА. Соревновательный спор, ведущийся исключительно ради самого процесса.

ЭТОС. Аргумент, основанный на нраве, один из трёх «подходов»; остальные два: *пафос* (аргумент, основанный на эмоциях) и *логос* (аргумент, основанный на логике).

A FORTIORI. Аргумент в духе «Майки одобряет!». Если что-то маловероятное имеет место, то это значит, что нечто более вероятное также обязательно должно иметь место. Сюда же относятся суждения о том, что если вы справились с чем-то сложным, то это значит, что вы обязательно справитесь и с чем-то лёгким.

ACCISMUS. Фигура скромности («Ох, ну не стоило же»).

AD HOMINEM. Атака, основанная на нраве. Приверженцы логических суждений и противники споров считают её чем-то зазорным, однако в риторике она является необходимостью. *Этос*, обращение к харизме, требует опровержения в реальном споре.

ADIANOETA. Фигура скрытого смысла («Я уверен, что ты хотел сделать это наихудшим образом»).

CONCESSIO. Уступка, фигура парирования. Вы видимо соглашаетесь с аргументом оппонента, но делаете это только для того, чтобы извлечь из всего дела пользу для себя.

DIALOGISMUS. Диалоговая фигура. Предполагает приведение диалога в качестве цитаты.

DUBITATIO. Притворное сомнение в собственной способности хорошо выразить свои мысли. Это личная форма *апории*.

ENARGEIA. Спецэффекты фигур. *Enargeia* – это яркое и доходчивое описание, которое вызывает у аудитории такое ощущение, словно то, что описывается, происходит прямо у неё на глазах.

EUNOIA. Слово, которое использовал Аристотель для обозначения благожелательности. Одна из трёх характеристик *этоса*, или аргумента, основанного на нраве. (Остальные два его проявления: *практическая мудрость и добродетельность*.)

LEPTOLOGIA. См. *увёртки*.

PETITIO PRINCIPII. Ошибка циклического аргумента.

POST HOC ERGO PROPTER HOC. Ошибка Шантеклера. Б следует за А; следовательно, А является причиной Б («Мой крик заставляет солнце всходить»).

REDUCTIO AD ABSURDUM. Доведение аргумента оппонента до нелогического завершения. В формальной логике это считается ошибкой. В риторике это является замечательным приёмом.

SYNCRISIS. Фигура, заключающая спор в новые границы, давая ему новое определение («Не манипуляция – *инструкция*»).

Приложение IV

Хронология

► ДО Н. Э.

425 г. – Горгий, странствующий софист, или профессиональный оратор, поражает Афины своими речами.

385 г. – Платон публикует диалог под названием «Горгий». Диалог носит антириторический характер. Написан он высоким риторическим слогом.

332 г. – Аристотель публикует «Риторику», величайший риторический труд в истории.

106 г. – Рождение Марка Туллия Цицерона.

100 г. – Публикация «Риторики для Геренния», произведения, ставшего самым популярным учебником по риторике в Средневековье и эпоху Возрождения. Люди приписывали этот труд Цицерону (некоторые до сих пор приписывают), однако во время публикации этого произведения он был ещё совсем ребёнком.

75 г. – Цицерон входит в римский сенат.

63 г. – Цицерон, будучи консулом, разоблачает масштабный заговор аристократа по имени Катилина.

59 г. – Юлий Цезарь становится римским консулом.

55 г. – Цицерон публикует шедевр «Об ораторе».

48 г. – Цезарь становится римским диктатором.

46 г. – Марк Порций Катон кончает жизнь самоубийством; мысль об этом впоследствии будет сильно поражать основателей Америки.

44 г. – Цезарь убит.

43 г. – Цицерон убит.

► Н. Э.

93 г. – Испанец по имени Квинтилиан пишет книгу по риторике, которая будет использоваться при Шекспире.

426 г. – Августин, рано бросивший свою карьеру профессора риторики, пишет книгу «Христианская наука». В ней риторика критикуется с помощью её же принципов.

524 г. – Бозций пишет «Утешение Философией» во время ожидания казни за измену. Эта книга, прославляющая христианство с

помощью классических риторических методов, становится самой популярной книгой в Европе.

630 г. – Исидор Севильский, величайший европейский учёный Средневековья, пишет «Этимологии», первую в мире энциклопедию. Он представляет своей стране Аристотеля и вносит свою лепту в создание зачатков представительного правительства.

782 г. – Алкуин обучает риторике Карла Великого.

1444 г. – Георгий Трапезундский пишет книгу по риторике и представляет Европе античность. Начало эпохи Возрождения.

1512 г. – Эразм Роттердамский, один из величайших учёных всех времён, пишет произведение «Об изобилии слов и предметов», в котором он восхваляет богатство языка. За свою жизнь Эразм обнаружил многочисленные древние риторические рукописи.

1555 г. – Пьер де ла Раме, французский учёный, отделяет логический аргумент от риторики, сводя последнюю исключительно к вопросам стиля. Основатели Гарвардского университета были последователями Пьера де ла Раме, которого сожгли заживо как еретика.

1577 г. – Генри Пичем публикует книгу «Сад красноречия», которая становится стандартным учебником по фигурам речи. Её и сегодня можно приобрести.

1776 г. – Томас Джефферсон, обладающий риторическим образованием, готовит Декларацию независимости США.

1787 г. – Александр Гамильтон, Джеймс Мэдисон и Джон Джей пишут серию писем в нью-йоркские газеты, в которых они высказываются в поддержку ратификации Конституции. Письма, называемые сейчас «Записками федералиста», являются образцом риторических принципов.

1806 г. – Джон Куинси Адамс, молодой американский сенатор, становится главой Бойстонской кафедры риторики и ораторского искусства Гарвардского университета. Сейчас эту должность занимает поэт Джори Грэм.

1826 г. – Молодой массачусетский конгрессмен по имени Дэниел Уэбстер представляет панегирик Томасу Джефферсону и Джону Адамсу. Эта речь делает Уэбстера риторической суперзвездой.

1860 г. – Авраам Линкольн в Купер-Юнионе, в Нью-Йорке, произносит речь, благодаря которой он становится президентом.

1950 г. – Оратор и литературный критик Кеннет Бёрк публикует книгу «Риторика мотивов», которая, пожалуй, является лучшей работой по искусству убеждения, написанной в тот период. Бёрк вводит идею идентичности как центральное средство убеждения.

1958 г. – Хаим Перельман, бельгийский учёный, еврей, переживший холокост, поднимает перед человечеством грандиозный вопрос: как люди могут управлять сами собой, если господствующие интеллектуальные средства времён Перельмана, а именно наука, логика и современное право, не смогли предотвратить войну и холокост? Ища ответа на этот вопрос в искусстве убеждения, он пишет свой замечательный труд под названием «Новая риторика: Трактат по аргументации».

1962 г. – Маршалл Маклюэн публикует книгу «Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего». Этот канадский оратор вводит такие общие места, как «среда – это послание» и «глобальная деревня». Маклюэн был одним из людей, приложивших руку к возрождению риторики в академическом мире. (Кстати, лично мне его книга показалась совершенно нечитаемой.)

1963 г. – Мартин Лютер Кинг произносит свою знаменитую речь «У меня есть мечта», в которой он блестяще объединяет проповедническую риторику настоящего времени с волнующим видением будущего.

2012 г. – Риторическое общество США насчитывает 1200 членов.

Приложение V

Дальнейшее чтение

Тем, кто хочет совсем погрузиться в риторику, античные работы покажутся на удивление доступными, хотя и в некоторых местах скучными. Современные пособия – это нечто совершенно иное; собственно говоря, именно отсутствие достойных пособий и явилось изначальным импульсом, побудившим меня написать эту книгу.

На самом деле одним из лучших современных ресурсов является вовсе не книга, а веб-сайт rhetoric.byu.edu, торжественно названный *Silva Rhetoricae* («Риторический лес»). Рискну переборщить с саморекламой и приведу здесь же свой сайт, figarospeech.com. В нём показывается, как риторика работает в политике и СМИ.

Среди нескольких сотен книг по риторике, которые я прочитал за множество лет, те, которые я приведу далее, кажутся мне самыми приятными для чтения и полезными.

«Энциклопедия риторических терминов» Ричарда А. Лэнхэма. Отлично составленная и интересно написанная «Энциклопедия» Лэнхэма делает для риторики то же, что «Элементы стиля» Странка и Уайта сделали для грамматики. Если у вас на книжной полке не очень много места, то можете забыть про произведение Странка и Уайта, но «Энциклопедию» я всё же настоятельно рекомендую вам приобрести. Очень уж она полезна.

«Энциклопедия риторики». Стоит того, чтобы полистать её в библиотеке, если, конечно, руководство этой библиотеки достаточно умно, чтобы поместить у себя эту книгу. В ней помещено множество статей, связанных со всеми аспектами античной и современной риторики и всем, что с ними связано. Особенно хочу отметить материал по шекспировской риторике: он превосходен.

«Классическая риторика для современного студента» авторства Эдварда Патрика Джозефа Корбетта. Это единственный современный углублённый учебник по риторике. Он страдает от академического безразличия ко всему практическому (Корбетт подробно изложил композицию аргументов, но почти никак не коснулся вопросов риторической «подачи» и реальных споров), но, надо отдать должное,

автор этой книги ответственно проводит читателей по всем базовым риторическим принципам.

«Риторика» Аристотеля. Эта книга положила начало всем остальным подобным работам. Она до сих пор остаётся фундаментальным учебным пособием по риторике. Каждый раз, когда я вновь обращаюсь к этой книге и перечитываю пассажи, которые кажутся бессмысленными и не имеющими никакого отношения к современной жизни, я обнаруживаю, что вина в этом моя, а не Аристотеля. Эта книга была его величайшим шедевром, написанным им на закате жизни как апогей всего его политического и психологического знания. Плохо в ней только то, что она вряд ли покажется вам сколько-нибудь захватывающей. Некоторые учёные считают, что «Риторика» Аристотеля есть не более чем коллекция его лекционных заметок и, следовательно, эту книгу так и стоит читать – как коллекцию заметок. Тем не менее эта работа является во многих смыслах потрясающей, подлинным классическим шедевром.

«Цицерон» Энтони Эверета. Величайший оратор в истории не очень подходит для большого кино. По крайней мере, Рассел Кроу его никогда не сыграет. Нельзя не упомянуть, что Цицерон отличался особой трусливостью. Имя его на латинском означало «зерно репы». Он также не смог остановить тиранию в Риме. Однако он был центральной фигурой в одном из самых интересных исторических событий, величайшим оратором в истории и одним из величайших теоретиков риторики. Эверет написал самую популярную биографию этого оратора. Он умело воссоздаёт трудные времена Римской империи и делает это с высоким изяществом. Он также помогает нам понять, почему римляне считали риторику высшим проявлением гуманитарных наук.

«Основатели и классики» Карла Джей Ричарда. Тем читателям, которых больше интересует история, чем теория (особенно тем, которые считают те исторические сведения, что я привожу в этой книге, неправдоподобными), следует приобрести эту книгу. Этот краткий и удобно читаемый обзор образования основателей Америки лучше, чем какая-либо другая работа, показывает, какую страсть они питали к античным мастерам и их работам.

«Риторика мотивов» Кеннета Бёрка. Эта восхитительная, насыщенная книга рекомендуется только самым заядлым фанатам

риторики. Бёрк признан одним из интереснейших философов и литературных критиков XX столетия. Не будет преувеличением назвать его величайшим теоретиком риторики со времён Блаженного Августина. Однако предупрежу сразу, что непосвящённому эта книга покажется не очень интересной.

Не будет ли чересчур наглым привести здесь книгу «The Word Hero» Джея Хейнрикса? Эта книга легко, мягко знакомит читателей с фигурами речи и тропами. Она является продолжением книги «Убеди меня, если сможешь».

Благодарности

Хотя анекдоты, представленные в этой книге, являются «почти правдой», как выразился бы Гек Финн, истории про мою семью уже совсем не соответствуют действительности. Что, конечно же, очень хорошо. Те дети, о которых я пишу как об озорной детворе и саркастичных подростках, сейчас уже являются состоятельными людьми с постоянной работой и всем прочим. Дороти-младшая сейчас работает в Вашингтоне медсестрой, ухаживающей за пациентами, перенёвшими операцию по трансплантации органов. Джордж преподаёт историю и дебаты (!) в частной школе. Оба моих ребёнка смешат меня так же, как и прежде, и я по-прежнему благодарен им за риторические уроки, которые они мне преподают.

Моя жена Дороти-старшая всё ещё работает фандрайзером, правда, уже не в юридической школе. Вдобавок к этому она является одним из трёх выборных лиц, управляющих нашим городком. На протяжении этой книги я беспрестанно захваливал её, но во всём этом не было ни капли лести. Когда я сказал Дороти, что хочу уволиться и написать серьёзную книгу по риторике, она ответила без всякой иронии: «Я верю в тебя». Какими бы страшными мои следующие слова ни показались, но без веры Дороти, её стабильной заработной платы и её конструктивной критики моих черновиков эта книга никогда бы не увидела свет. Да и я бы был совсем не в таком положении, как сейчас.

Хотя первоначально я писал эту книгу, удобно укрывшись в домике писателя, сейчас мне приходится часто выезжать из моего любимого Нью-Гэмпшира, чтобы проводить мастер-классы и делать презентации по искусству убеждения. Особенно хочу поблагодарить своих друзей из компаний Pace Communications и Southwest Airlines, а именно Крэйга Уоллера, Бонни МакЭлвин-Хантер, Дебби Данкин, Тодда Пейнтера, Кевина де Миранда и Джей Кей Никкелла.

Синтия Кеннел, мой агент, вот уже на протяжении почти десяти лет каждые несколько месяцев звонит мне, спрашивая, готов ли я написать новую книгу. Каждый раз она поступала неизменно благодетельно и успешно продавала мою книгу издателям. Она помогла мне издать её на итальянском, польском, чешском, корейском, турецком,

китайском, русском, испанском, немецком и британском английском языках.

Мой редактор Рик Хорган с завидной периодичностью подкидывал мне остроумные идеи и вдохновлял меня так, как никого никогда никакой редактор не вдохновлял. Джулиан Павиа и Натан Робертсон предоставляли мне блестящую подробнейшую обратную связь и рассуждали на тему высоких философских проблем в ужасающе умно составленных электронных письмах.

Писатели Джим Коллинс, Кристен Коллинс-Лейн, Лиза Дэвис, Питер Хеллер, Юджени Шилдс и Боб Салливан давали мне необыкновенно ценные советы. Джина Баррека, превосходный юморист и один из видных представителей Коннектикутского университета, помогла мне не увязнуть в риторическом жаргоне, который никто бы не смог читать. Дебора Нельсон, преподавательница английского языка в Лебанонской старшей школе в штате Нью-Гэмпшир, и её ученики дали рукописи этой книги самые едкие и самые забавные комментарии. Шерри Честер, Джереми Катцу, Нэту Риду, Стиву Мэддену, Кристен Фаунтин тоже выражаю особую благодарность за их комментарии и советы.

На протяжении многих лет очень многие ораторы из десятков учебных заведений по всей стране оказывали мне неоценимую помощь. Никто из них не сделал для меня так много, как Дэвид Кауфманн, человек, словно бы перенёсшийся в наши дни напрямиком из эпохи Возрождения, блестящий учёный, педагог, писатель и вообще джентльмен. Мой партнёр по Лаборатории аргументов и друг Дэвид Лэндис очень помог мне, копаясь вместе со мной в наших риторических завалах во время разговоров по скайпу между Нью-Гэмпширом и Дубаем. Доминик Делли Карпини и его коллеги в Йоркском университете приняли меня в рамках моей творческой командировки и показали мне, как на самом деле выглядит настоящая инновационная риторическая программа. Дана Йитон из Миддлбери-колледжа привлекла меня к одному из самых захватывающих академических экспериментов по риторике. Эти учёные и их коллеги поддерживают риторику так же, как её спасали монахи в тёмные века.

Наконец, тысячи подписчиков Figarospeech.com и ArgueLab.com поддерживают во мне веру в искусство убеждения. Если таких, как вы, мои дорогие читатели, наберётся несколько миллионов, то мы,

пожалуй, сможем возродить таких людей, как Аристотель, Исократ, Цицерон, Квинтилиан, Черчилль, Бёрк, Кинг, Мэдисон, Линкольн и Гамильтон. Огромное вам всем спасибо.

**КОГДА ВЫ ДАРИТЕ КНИГУ,
ВЫ ДАРИТЕ ЦЕЛЫЙ МИР**

ХОТИТЕ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ?
Заходите на сайт:
<https://eksma.ru/b2b/>
Звоните по телефону:
+7 495 411-68-59, доб. 2261



ЛОГО

**ВАША
КНИГА**

ВАШ ЛОГОТИП НА ОБЛОЖКЕ

ВАШ ЛОГОТИП НА КОРЕШКЕ

ОБРАЩЕНИЕ
К КЛИЕНТАМ
НА ОБЛОЖКЕ

notes

Примечания

1

Не хотите ли со мной переспать? *(Пер. с фр.)*

Южный пляж. *(Пер. с англ.)*

Дело чести. *(Пер. с фр.)*

4

Кандидат. (Прим. пер.)

5

Сладость. (*Прим. пер.*)

6

Магазинная кража. *(Пер. с англ.)*

Перевод Михаила Зенкевича.

Перевод фрагмента из произведения «Скандал в Богемии»
выполнен Надеждой Войтинской. (Прим. пер.)

Виды перспектив. *(Пер. с англ.)*

Перевод Татьяны Гнедич.

Перевод Михаила Кузьмина.

Перевод Эльги Линецкой.