

Лиза Крон

Как увлечь читателя,
используя когнитивную
психологию

С ПЕРВОЙ ФРАЗЫ




альпина
пайблишер

Лиза Крон

С первой фразы: Как увлечь читателя, используя когнитивную психологию

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=25201261

*С первой фразы: Как увлечь читателя, используя когнитивную психологию / Лиза Крон: Альпина Паблишер; Москва; 2017
ISBN 978-5-9614-4858-0*

Аннотация

Если вы собираетесь написать книгу, знайте: ваш безупречный стиль, красивые метафоры, яркие персонажи, достоверность событий могут и не сработать, если сама история будет неинтересной. История должна интриговать и держать внимание читателя до последней фразы, потому что наш мозг воспринимает такие истории как жизненный опыт, необходимый для выживания. По такому принципу построены все шедевры мировой литературы. Зная о реакциях мозга на тот или иной сюжетный ход – например, о его способности проецировать проблемы героев на своего обладателя и подсознательно искать лучший выход из сложной ситуации или о стремлении разбираться в чужих ошибках, чтобы совершать поменьше своих, – можно сконструировать бестселлер.

Лиза Крон, базируясь на последних достижениях неврологии и когнитивной психологии, дает писателям очень важные советы и подсказки. В книге «С первой фразы», написанной с тонким юмором и глубоким знанием темы, вы также найдете примеры из романов, сценариев и рассказов. В каждой главе рассматривается один из аспектов работы мозга и даются советы по применению этого знания на практике.

Содержание

Предисловие	9
Глава 1	17
Так что же такое история?	24
Что это за быстро разворачивающиеся события, в которые вы меня забросили?	27
Что это значит?	31
Хотите, чтобы вам это внятно изложили?	33
О чем эта история?	36
Очевидный вопрос	39
Скучные моменты	42
Глава 2	47
История против «то, что происходит»	50
Конец ознакомительного фрагмента.	53

Лиза Крон

**С первой фразы: Как
увлечь читателя, используя
КОГНИТИВНУЮ ПСИХОЛОГИЮ**

Лиза Крон

С ПЕРВОЙ ФРАЗЫ

Как увлечь читателя,
используя когнитивную
ПСИХОЛОГИЮ

Перевод с английского



альпина
ПАБЛИШЕР

Переводчик *Анастасия Васильева*
Редактор *Антон Никольский*
Руководитель проекта *О. Равданис*
Корректоры *Е. Аксёнова, М. Смирнова*
Компьютерная верстка *К. Свищёв*
Дизайн обложки *Ю. Буга*

This edition published by arrangement with DeFiore and Company through Andrew Nurnberg Literary Agency

© Lisa Cron, 2012

© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2017

Все права защищены. Произведение предназначено исключительно для частного использования. Никакая часть электронного экземпляра данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, для публичного или коллективного использования без письменного разрешения владельца авторских прав. За нарушение авторских прав законодательством предусмотрена выплата компенсации правообладателя в размере до 5 млн. рублей (ст. 49 ЗОАП), а также уголовная ответственность в виде лишения свободы на срок до 6 лет (ст. 146 УК РФ).

* * *

*Посвящается моим детям Энни и Питеру,
лучшим рассказчикам, которых я знаю*

Предисловие

Когда-то давным-давно даже самые образованные люди полагали, что Земля плоская. Потом они узнали, что это не так. Но они продолжали верить, что Солнце обращается вокруг Земли... Пока и эта теория не потерпела крах. Еще дольше образованные люди относились к историям исключительно как к развлекательному чтиву и считали, что у историй нет никакой практической пользы, кроме того огромного удовольствия, что они дарят, – преходящего веселья и глубокого удовлетворения. Конечно, без историй наша жизнь с незапамятных времен оставалась бы серой и однообразной, но все равно мы бы выжили.

Опять неверно.

Оказывается, истории стали ключевым фактором эволюции, фактором даже более важным, чем большой палец руки. Благодаря большому пальцу мы умеем хватать вещи, в то время как истории подсказывают, что именно хватать. Истории позволили нам вообразить, что может случиться в будущем, и таким образом к нему подготовиться – это умение, которым не может похвастаться ни одно существо на планете, вне зависимости, есть у него противопоставленный большой палец или нет^[1]. Истории делают нас людьми не в пере-

^[1] M. Gazzaniga, *Human: The Science Behind What Makes Your Brain Unique* (New York: Harper Perennial, 2008), 220.

носом, а в буквальном смысле. Последние открытия в области нейрофизиологии показывают, что наш мозг запрограммирован отзываться на истории; удовольствие же, которое мы получаем от хорошо рассказанной истории, – это уловка природы для привлечения внимания^{2}.

Другими словами, мы склонны обращаться к историям, чтобы научиться взаимодействовать с миром. Разве можно винить вас за то, что в старших классах ваши взгляды стекленели от скуки, когда учитель истории дотошно перечислял всех немецких монархов, начиная с сына Людовика II Немецкого Карла III Толстого, который правил с 881 по 887 г.? К великому счастью, вы всего лишь человек.

Поэтому неудивительно, что, когда у вас есть возможность выбирать, вы предпочитаете художественную литературу – научной, а игровое кино – документальному^{3}. Это не потому, что мы все – лентяи, а потому, что так запрограммирована наша нервная система: ей необходимы истории. Тяга к той упоительной лихорадке, которую вызывает хорошая история, не делает нас скрытыми гедонистами; мы – усердные ученики, готовые впитать несметное количество знаний, которыми с нами делятся те или иные истории^{4}.

^{2} J. Tooby and L. Cosmides, 2001, "Does Beauty Build Adapted Minds? Toward an Evolutionary Theory of Aesthetics, Fiction and the Arts," *Substance* 30, no. 1 (2001): 6–27.

^{3} Там же.

^{4} S. Pinker, *How the Mind Works* (New York: W. W. Norton, 1997/2009), 539.

Для писателей эта информация полностью меняет правила игры. Исследования помогли расшифровать тайную программу, вшитую в мозг читателя, и впоследствии выяснить, чего же такого особенного жаждет мозг, сталкиваясь с той или иной историей. Еще более примечательным оказался тот факт, что по-настоящему яркая история способна изменить сознание читателя (например, внушив сочувствие^[5]), поэтому писатели всегда были и остаются в числе самых влиятельных людей в мире.

Писатели могут изменить чужое мышление, всего лишь показав мир глазами своих героев. Они могут перенести читателя туда, где он никогда не был, погрузить в гущу событий, о которых он мог только мечтать, открыть сокровенные вселенские истины, которые способны полностью перевернуть восприятие реальности. В больших городах и маленьких селах писатели днем и ночью меняют людей. И это не так уж и плохо.

Но вот в чем подвох. Чтобы захватить читателя, история постоянно должна отвечать его – или ее – ожиданиям. Без сомнения, именно это имел в виду Хорхе Луис Борхес, написав, что «искусство – это огонь плюс алгебра»^[6]. Позвольте, я поясню.

[5] M. Djikic, K. Oatley, S. Zoeterman, and J. B. Peterson, "On Being Moved by Art: How Reading Fiction Transforms the Self," *Creativity Research Journal* 21, no. 1 (2009): 24–29.

[6] Цитата из рассказа Хорхе Луиса Борхеса «Тлён, Укбар, Орбис Терциус», сборник «Вымыслы».

Огонь необходим писательскому ремеслу; это главный ингредиент любой истории. Именно страсть побуждает нас писать. Ощущение того, что нам есть что сказать, сказать что-то значимое, наполняет нас волнующим чувством.

Но для того чтобы написать историю, способную мгновенно очаровать читателя, одной страсти мало. Писатели ошибочно полагают, что смастерить хорошую историю можно из одного только огня – пылающей страсти, творческой искры, потрясающей идеи, которая поднимает среди ночи. Они решительно погружаются в эту историю, даже не осознавая, что каждое написанное ими слово обречено на провал, поскольку они забыли о второй части уравнения – алгебре.

Борхес интуитивно чувствовал то, что со временем открыла когнитивная психология и нейрофизиология: историю должен поддерживать скрытый каркас, чтобы страсть и огонь могли воспламенить читательский разум. Без этого каркаса читать историю невозможно; истории, у которых он есть, могут горы свернуть.

Почему же многим писателям сложно принять тот факт, что в создании историй есть нечто большее, чем основная идея и правильно подобранные слова? Потому что мы с легкостью отдаемся историям, которые *читаем*, и они заполняют разум, мешая осмыслению истории, которую мы *пишем*. У нас есть врожденная убежденность в том, что мы точно знаем, как написать хорошую историю, – мы же умеем мгновенно распознать плохую. Мы усмехаемся и ставим книгу

обратно на полку. Мы закатываем глаза и уходим из кино-театра. Мы глубоко вздыхаем и молимся, чтобы дядя Альберт прекратил снова и снова вспоминать гражданскую войну. Плохую историю мы не станем слушать и пару секунд.

Так же быстро мы распознаем и хорошую историю. Примерно с трех лет мы начинаем сочинять истории и постоянно делаем это в той или иной форме. Так как же получается, что мы распознаем хорошую историю с первой фразы и при этом не знаем, как ее *написать*?

Ответ можно найти в нашей эволюции. Первоначально истории служили способом собираться вместе и делиться необходимой для выживания информацией. *«Эй, малыш, не ешь эти блестящие красные ягодки, если не хочешь квакать, как тот неандерталец; вот что однажды случилось...»* Истории были простыми, уместными и не очень-то отличались от той безделицы, которую мы называем сплетнями. Прошли века, появилась письменная речь, и истории с готовностью вышли за пределы местных новостей и насущных проблем общества. Это означало, что читатель, обладая присущими ему ожиданиями, по сути своей должен был всерьез увлечься историями. Несмотря на то что искусные рассказчики, без сомнения, существовали всегда, распространять пикантные сплетни о сумасшедшей кузине Рэйчел и скототить Великий американский роман – совершенно разные вещи.

Довольно логично, что большинство честолюбивых писателей любят читать, но могут ли все эти невероятные книги,

которые они жадно проглатывают, дать им простейший урок о том, как зацепить читателя?

Вряд ли.

Эволюция учит, что первостепенная задача любой хорошей истории – заглушить ту часть мозга, которая задается вопросом, как именно эта история создает столь захватывающую иллюзию реальности. В конце концов, хорошая история *не кажется* иллюзией. Она воспринимается как сама жизнь. В самом прямом смысле слова. Недавно журнал *Psychological science* опубликовал результаты последних исследований, связанных с визуализацией мозга, которые показали, что области мозга, отвечающие за зрение, слух, вкус и телодвижения, активируются, когда мы поглощены захватывающей повестью^[7]. Это объясняет яркие мысленные образы и наши инстинктивные реакции, когда мы не можем прервать чтение, несмотря на то что время уже за полночь, а вставать нам на рассвете. Когда история нас увлекает, мы погружаемся в нее, чувствуем то же, что и главный герой, переживаем так, будто все это происходит с нами, а на то, как это сделано, обращаем внимание в последнюю очередь.

Понятно, что поэтому мы становимся крайне невнимательны к тому, что внутри каждой увлекательной истории кроется замысловатая сеть взаимосвязанных элементов, со-

^[7] PhysOrg.com, "Readers Build Vivid Mental Simulations of Narrative Situations, Brain Scans Suggest," January 6, 2009, <http://www.physorg.com/print152210728.html>.

единяющая все воедино и позволяющая построить целый мир с, казалось бы, не требующей усилий точностью. Поэтому мы часто думаем, что знаем, на что повелись — на красивые метафоры, правдоподобные диалоги, интересных героев, — тогда как на самом деле все это второстепенные вещи, какими бы притягательными они ни казались. Нас цепляет нечто совершенно другое, то, что скрывается за красивыми речевыми фигурами, незаметно превращая их в историю, какой ее видит наш мозг.

Написать книгу, которая захватит мозг читателя, можно, только проанализировав, на что мы подсознательно реагируем, когда читаем историю, на чем *действительно* заостряется наше внимание, независимо от того, пишете ли вы роман, закрученный детектив или подростковое фэнтези. У каждого читателя свои предпочтения, разные люди увлекаются разной литературой, и, если книга не сможет ответить определенным ожиданиям, она так и останется на магазинной полке.

Эта книга поможет вашей истории избежать читательского безразличия. Она разделена на 12 глав, каждая из которых нацелена на один из аспектов работы мозга и содержит соответствующую информацию об историях, а также практические советы по применению этих знаний. В конце каждой главы даны основные идеи, к которым вы можете обращаться на любом этапе работы: перед тем как начнете писать; каждый день после написания очередного отрывка, сцены или

главы; в два часа ночи, когда проснетесь в холодном поту от страха, что ваша история – худшая из всех (поверьте, это не так). Если вы последуете моему совету, я смогу гарантировать, что работа будет все время продвигаться вперед, а еще у вас появятся все шансы на то, что ваше творение захотят прочесть даже те, кого вы не относите к своим потенциальным читателям.

Единственное предостережение: в отношении своей истории вы должны быть так же беспристрастны, словно это чужая книга, которую вы взяли с полки книжного магазина, или фильм, который вы начали смотреть, еще не убрав палец с кнопки «Play». Смысл в том, чтобы четко определить каждое слабое место, а затем исправить его, пока оно не разрослось, как сорняк, вредя всему повествованию. Делать это интереснее, чем может показаться; нет ничего приятнее, чем наблюдать, как ваше творение совершенствуется, и скоро увлеченный читатель и вовсе забудет, что читает историю.

Глава 1

Как зацепить читателя

Я обнаружила, что большинство людей прекрасно понимают, что такое история, пока не попробуют сесть и написать ее сами.

Фланнери О'Коннор

Факт из когнитивной психологии:

Мы мыслим историями, которые позволяют нам представить будущее.

Секрет писательского ремесла:

С первого же предложения читатель должен захотеть узнать, что произойдет дальше.

За секунды, в течение которых вы читаете это предложение, ваши органы чувств обрушивают на вас 11 млн единиц информации. Примерно 40 из них ваше сознание в состоянии обработать. А когда нам нужно заострить на чем-то внимание? В удачный день мы можем обработать семь бит информации одновременно. В не очень удачный – пять^[8].

^[8] T. D. Wilson, *Strangers to Ourselves: Discovering the Adaptive Unconscious*

Что насчет *этих* дней? Вероятно, около трех.

И все же вы не просто идете своей дорогой в этом сложном мире, вы собираетесь написать историю о ком-то, кто существует в созданном вами мире. Так насколько же важными могут быть оставшиеся 10 999 960 бит информации?

Оказывается, они очень даже важны. И, несмотря на то что сознательно мы не обращаем на них внимания, наш мозг подмечает их, анализирует и решает: или это что-то незначительное (как тот факт, что небо до сих пор голубое), или требует незамедлительных действий (как автомобильный сигнал, благодаря которому, переходя дорогу, мы отвлекаемся от мыслей о привлекательном парне, поселившемся по соседству).

Как ваш мозг определяет, что важнее: оставить вас мечтать дальше или срочно потребовать пристального внимания? Все просто. У вашего мозга, как у любого живого существа, включая амебу, есть одна главная цель: выживание. Ваше подсознание (нейрофизиологи называют его *адаптивным* или *когнитивным бессознательным*) – это точно настроенный инструмент, который моментально оценивает, что важно, что нет, почему все обстоит именно так и что нужно делать^[9]. Оно знает, что у вас нет времени думать: «Ой, что это за громкий звук такой? А, это гудок; скорее

(Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press, 2002), 24.

^[9] R. Restak, *The Naked Brain: How the Emerging Neurosociety Is Changing How We Live, Work, and Love* (New York: Three Rivers Press, 2006), 24.

всего, сигналит вон тот классный большой джип, который несется прямо на меня. Водитель, наверное, набирал сообщение и заметил меня, только когда уже не успевал остановиться. Может, мне надо убежать от...»

Бац.

Поэтому, чтобы все не закончилось дорожным происшествием, наш мозг изобрел способ ускоряться и обрабатывать информацию в разы быстрее, чем это делает медлительное сознание. И хотя для большинства других животных эволюция остановилась на врожденных рефлексам, сводя количество их реакций к тому, что нейробиологи очень кстати называют *системой зомби*, у нас, людей, есть нечто большее^[10]. Наш мозг разработал способ сознательно управлять информацией, так что, если есть время, мы можем самостоятельно решать, что делать дальше.

История.

Вот что говорит по этому поводу нейробиолог Антонио Дамасио: «Мы задумались, как распространять наши знания, сделать их понятными и убедительными – одним словом, надежными, – и мы нашли решение. Таким решением стали истории; наш мозг выдумывает их легко и непринужденно... Неудивительно, что они заполнили все структуры человеческих обществ и культур»^[11].

^[10] D. Eagleman, *Incognito: The Secret Lives of the Brain* (New York: Pantheon, 2011), 132.

^[11] A. Damasio, *Self Comes to Mind: Constructing the Conscious Brain* (New York:

Мы мыслим историями. С их помощью мы стратегически осмысливаем огромный мир вокруг. Проще говоря, наш мозг постоянно ищет смысл во всех полученных данных, выуживает необходимое для выживания, создавая базу знаний, и, основываясь на нашем предыдущем опыте, создает истории, он фиксирует, что мы чувствуем по тому или иному поводу и как это может на нас повлиять. Вместо того чтобы просто записывать все события одно за другим, наш мозг назначает нас на роль «главного героя» и монтирует наш опыт с кинематографической точностью, создавая и отображая, как на карте, логичные взаимосвязи между воспоминаниями, идеями и событиями, чтобы в будущем дать нам необходимую информацию^{12}.

История – это язык опыта, не важно, наш это опыт, чужой или опыт вымышленных героев. Истории других людей так же важны, как и те, что мы рассказываем о себе. Если бы мы опирались только на свой собственный опыт, то никогда не слезли бы с горшка.

А теперь самый главный вопрос: что же это все значит для нас, писателей? А то, что мы можем расшифровать, *что именно* мозг (или читатель) ищет в каждой истории, и начнем мы с двух ключевых идей, из которых вытекают все интересные факты, с которыми мы познакомимся в этой книге:

1. Нейрофизиологи полагают, что без историй мы превра-

Pantheon, 2010), 293.

^{12} Там же, с. 173.

тились бы в «овощи», – и это главная причина, по которой наш и без того перегруженный мозг тратит столько драгоценного места и времени на то, чтобы мы могли уйти с головой в историю. Истории обеспечивают нас богатым опытом без необходимости переживать в реальности опасные подчас ситуации. В каменном веке это был вопрос жизни и смерти: если ты ждал, пока опыт научит тебя, что шуршание в кустах – это лев, на которого ты охотишься, ты сам становишься свежим блюдом. Сейчас ситуация еще сложнее; более-менее освоив материальный мир, наш мозг принимается за куда более коварную сферу жизни: общество. История превратилась в способ исследования своего разума и разумов других людей, во что-то вроде генеральной репетиции будущего^[13]. В результате история помогает нам выживать не только в физическом смысле жизни и смерти, но и в социальном смысле качества нашей жизни. Прославленный когнитивист гарвардский профессор Стивен Пинкер объясняет нашу потребность в историях следующим образом:

«Художественное повествование предлагает нам мысленный каталог дилемм, с которыми мы однажды можем столкнуться, и последствий тех или иных поступков, которые можно было бы тогда совершить. Какой выбор стоит передо мной, если я подозреваю, что мой дядя убил моего отца, занял его должность и женился на моей матери? Если мой старший брат –

^[13] Там же, с. 296.

неудачник и у семьи он не в почете, достаточно ли этих обстоятельств, чтобы он решился меня предать? Что произойдет в худшем случае, если меня соблазнит клиентка, пока жена и дочь уехали на выходные? Что произошло бы в худшем случае, если бы я была женой провинциального врача и завела интрижку, чтобы добавить изюминку в свою скучную жизнь? Как, не выставив себя трусом, избежать губительной встречи с рейдерами, которые хотят получить мою землю сегодня, и таким образом уступить им ее только завтра? Ответы легко найти в любой книжной лавке или магазине видеофильмов. Клише, утверждающее, что жизнь подражает искусству, справедливо, потому что задача некоторых видов искусства в том и состоит, чтобы жизнь им подражала»^{14}.

2. Мы не только нуждаемся в историях: от каждой новой истории мы обязательно ждем чего-то особенного, хотя – и вот в чем подвох – рядовой читатель едва ли способен объяснить, чего именно он ждет. Если же настаивать на ответе, то, вероятно, он все сведет к особенному очарованию истории, к некоему *не знаю что*, которое не поддается словесному выражению. Но разве можно его за это винить? На самом деле все еще запутаннее: наши ожидания напрямую связаны с тем фактом, что истории способны поведать, как наиболее безопасно управлять кораблем своей жизни. Таким образом, наши ожидания зависят от сложного подсознательно-

^{14} Pinker, *How the Mind Works*, 543 (см. introduction, n. 4).

го представления о том, что должно происходить в истории: персонаж с ясно выраженной целью погружен в гущу событий и вынужден искать выход из ситуации, которая постоянно осложняется. Когда история отвечает критериям нашего мозга, мы расслабляемся и оказываемся в шкуре героя, мы стремимся сами испытать его – или ее – противоречивые чувства, избежав необходимости покидать свое кресло.

Знать все это невероятно полезно для писателей; эти идеи четко определяют, что такое история и что в ней лишнее. Конкретно в этой главе мы изучим четыре элемента, из которых строится история; что мы, как читатели, склонны ожидать от книги, когда ныряем в нее с первой страницы и пытаемся примерить происходящее на себя; почему даже самое красивое и поэтичное произведение порой привлекает не больше, чем ваза с пластиковыми фруктами.

Так что же *такое* история?

Вопреки тому, что думает большинство людей, история – это не просто события. Если бы это было так, мы могли бы отказаться от кабельного телевидения, вытащить на лужайку перед домом кресло с подставкой для ног и развлекаться 24 часа все 7 дней в неделю, всего лишь наблюдая за тем, что происходит вокруг. Но на самом деле идиллия продлилась бы минут десять. А потом мы полезли бы на стену, если бы на лужайке оказалась стена.

Так же истории – это не просто описание чего-то, что происходит *с кем-то*. Если бы это было так, мы увлеклись бы и чтением бесхитростных записей в дневнике какой-нибудь домохозяйки, подробно описывающей каждый поход в магазин; тем не менее это никому не интересно.

История – это даже не *динамичные* события, происходящие с кем-то. Стали бы вы читать всю ночь напролет, как на протяжении 200 страниц кровожадный гладиатор А гоняется по пыльной древней арене за беспощадным гладиатором Б? Думаю, вряд ли.

Так что же *такое* история? История – это то, как происходящее влияет на кого-то, перед кем стоит труднодостижимая цель, и как он – или она – в итоге меняется. Если выражаться привычными литературными терминами, то это значит следующее:

«Происходящие события» – это **сюжет**.

«Кто-то» – персонаж.

«Цель» обычно называют **главным вопросом** истории.

А то, как «он или она меняется», – это то, **о чем собственно сама история**.

Как бы странно это ни звучало, история – это не сюжет и не события, которые он описывает. Истории – это то, как меняемся мы и как меняется мир вокруг нас. Они захватывают, только если дают возможность почувствовать, как меняется сюжет. Поэтому история, как мы теперь видим, – это странствия во внутреннем мире, а не во внешнем.

Все элементы истории крепко связаны, работают сообща и создают то, что воспринимается читателем как реальность, но реальность острая, яркая и куда более интересная, потому что истории делают то же, что и наше когнитивное бессознательное: отсеивают все, что отвлекает от происходящего. Вообще-то истории справляются с этим даже лучше; в реальной жизни избавиться от раздражающих мелочей – подтекающие краны, нервные начальники, надоедливые супруги – практически невозможно, а истории будто бы полностью все это отключают, фокусируя внимание на том, *через что придется пройти главному герою, чтобы решить проблему, которую вы так умело для него создали*. Эта проблема будет интересовать читателя с самого начала, поскольку имен-

но она определяет, каким образом станут развиваться события с самого первого предложения.

Что это за быстро разворачивающиеся события, в которые вы меня забросили?

Давайте смотреть правде в глаза: у нас у всех хватает забот. Плюс ко всему всех нас мучает голос на задворках сознания, который постоянно напоминает, что нужно сделать вместо того, что мы делаем сейчас, особенно если мы тратим время на такое, казалось бы, непродуктивное занятие, как чтение. Значит, истории необходимо быстро захватить наше внимание, чтобы отвлечь от непрекращающихся требований непосредственного окружения^[15]. Ничто так не привлекает внимание, как неожиданность, — говорит писатель-нейрофизиолог Джона Лерер^[16]. Значит, открывая книгу, мы испытываем непреодолимое желание выйти за пределы обыденности. Мы жаждем поверить, что стали свидетелем решающего этапа чьей-то жизни, а не просто подросли к самой развязке. Нас опьяняет не только намек, что назревают некие проблемы, но и то, что они будут назревать и дальше, пока происходящее не достигнет роковой отметки. Это, в свою очередь, означает, что нам нужно напасть на след из хлеб-

^[15] B. Boyd, *On the Origin of Stories: Evolution, Cognition, and Fiction* (Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press, 2009), 393.

^[16] Лерер Д. Как мы принимаем решения. — М.: АСТ; Corpus, 2010.

ных крошек, который будет заманивать нас все дальше в лес. Я слышала, что всю художественную литературу (собственно, все истории) можно описать одной фразой – «Все не то, чем кажется», а значит, с самого первого предложения мы надеемся почувствовать, что скоро все изменится (и обязательно к лучшему).

Проще говоря, мы ищем возможность попереживать. Поэтому, чтобы мы увлеклись, в истории не просто должно что-то происходить, у нее должны быть последствия, которые мы в состоянии предугадать. Согласно открытиям в области нейрофизиологии, история затягивает и держит нас благодаря нейронам, вырабатывающим дофамин и сообщающим, что интрига завязалась^[17]. Другими словами, мяч должен быть в игре с самого начала, независимо от того, описывают ли нам текущую ситуацию, или мы застали главного героя во время напряженных раздумий, или на первой странице появился хотя бы намек на то, что что-то не так. Никаких вступлений перед мячом. Вам не нужны предварительные объяснения, чтобы по-настоящему понять его. Мяч – он сам по себе. Я не говорю, что первый мяч обязательно должен быть главным, он может быть исходным или стартовым. Но с самой первой страницы должно казаться, что этот мяч – единственный, и он должен полностью завладеть нашим вниманием.

^[17] R. Montague, *Your Brain Is (Almost) Perfect: How We Make Decisions* (New York: Plume, 2007), 111.

Например, как вам первый абзац из романа Кэролайн Левитт «Девушки в беде» (*Girls in trouble*) в качестве такого мяча?

«Теперь схватки у Сары происходят каждые десять минут. Каждый раз она вдавливают себя в сиденье в надежде избавиться от них. Она никогда раньше не видела, чтобы Джек, ее отец, так гнал – пейзаж за окном проносится мимо с невероятной скоростью. Сара стискивает подлокотник так, что белеют костяшки пальцев. Она вжимается в спинку сиденья и упирается ногами в пол, словно в любой момент может вылететь из машины. "Остановись, – хочется сказать ей. – Сбавь скорость. Остановись". Но она не может вымолвить ни слова, не может даже пошевелить губами. Ничего не может – только с ужасом ожидает новых схваток. Джек горбится за рулем, то и дело сигналив, хотя машин на дороге немного. Его лицо отражается в зеркале заднего вида, но он не смотрит на Сару. Но то и дело бросает взгляд на ее мать, Эбби, сидящую рядом с Сарой на заднем сиденье. Его лицо ничего не выражает»^[18].

Назревают какие-то проблемы? Похоже на то. Будут назревать и дальше? По крайней мере, назревали последние девять месяцев, а может, и больше. Вы почувствовали импульс? Он толкает вас вперед, и в то же время вы удерживаетесь в текущей ситуации. Вы не только хотите узнать, что произойдет дальше, но и что привело к происходящему в

^[18] C. Leavitt, *Girls in Trouble* (New York: St. Martin's Griffin, 2005): 1.

данный момент. Кто ее отец? Все произошло по обоюдному согласию? Или ее изнасиловали? Ваше любопытство распалили, и вы продолжаете читать дальше, хотя и не желали этого осознанно.

Что это значит?

Как читатели мы нетерпеливо ощупываем каждую единицу информации на предмет важности, непрерывно задаваясь вопросом «Что это значит?». Говорят, что человек может прожить 40 дней без еды, три дня без воды и 35 секунд без поисков смысла в чем-либо; на самом деле 35 секунд – это вечность, если учесть скорость, с которой наш мозг пробирается сквозь полученные данные. Это биологическая предрасположенность: мы всегда в погоне за каким-то смыслом, только не за «Какова реальность на самом деле?», а куда за более примитивным и конкретным: *«Джо ушел с утра, не выпив, как обычно, кофе; интересно почему? Бэтти всегда приходит вовремя; сегодня она опаздывает на полчаса, что случилось? Эта надоедливая соседская собака каждое утро громко гавкает; почему она сегодня молчит?»*

Мы постоянно ищем причину того, что лежит на поверхности. Не только потому, что от этого зависит наша жизнь, но и потому, что это нас волнует. Благодаря этому мы кое-что чувствуем, а именно любопытство. Человеку свойственно быть любопытным. Любопытство ведет к более сильному ощущению: предвкушению знания, которым мы хотим утолить голод, наслаждению, вызванному выбросом дофамина. Поскольку оно необходимо для выживания («Что это за шушание в кустах?»), природа его поддерживает. А что

может быть лучше для поддержания любопытства, чем сделать его приятным? Вот почему, если ваше читательское любопытство распалено, вы испытываете объяснимое желание выяснить, что будет дальше. И – бах! Вы испытываете крайнюю потребность в продолжении (привет, дофамин!). И эту потребность обязательно вызывают все хорошие истории.

Хотите, чтобы вам это внятно изложили?

Так что же происходит, когда вы не только не можете предсказать, что будет в истории дальше, а даже не можете понять, что в ней творится *сейчас*? Обычно вы немедленно принимаете решение почитать другую книгу. Часто, читая рукопись с хорошей задумкой, я лишь разочарованно развожу руками, мечтая о том, кто мог бы привести текст в порядок. Я чувствую блестящий замысел автора и знаю: он пытается сказать мне что-то важное. Проблема в том, что не могу понять, что именно.

Вспомните, как нас раздражает в реальной жизни, если кто-то рассказывает длинную бессвязную историю:

«Я говорил вам о Фреде? Он должен был зайти вчера вечером, но был ливень, а я, как дурак, забыл закрыть окна, и мой диван промок. Он стоял целое состояние. Я боюсь, что теперь он заплесневеет, как старые лохмотья на бабушкином чердаке. Она такая неряшливая, но я не могу ее за это винить. Ей уже за сотню лет. Надеюсь, мне передались ее гены. Она ни одного дня в своей жизни не проболела, но недавно я начал сомневаться насчет генов, потому что во время дождя у меня болят суставы. Если бы ты знал, старина, как они ныли вчера вечером, пока я ждал Фреда...»

К этому моменту вы, наверное, уже нервно дергаете коленкой, думая: *«О чем ты говоришь и почему меня должно это волновать?»* Если, конечно, вы все еще слушаете. То же касается и первой страницы истории. Если мы не понимаем, что там происходит и что это значит для главного героя, мы не станем читать дальше. Например, случилось ли вам когда-нибудь взять книгу с полки в магазине и, прочитав несколько страниц, подумать: *«Да, скучновато и персонажи как-то не очень, но, думаю, автор очень старался и, возможно, хотел сказать что-то важное, так что я все же куплю эту вещь, прочту и посоветую всем своим друзьям»*?

Нет. К счастью, вы жестоки и бессердечны. Могу поклясться, что вы никогда не давали автору второго шанса из-за вложенных усилий или хорошей задумки. Так и должно быть. Как читатель вы абсолютно ничего писателю не должны. Вы читаете его книгу исключительно ради собственного удовольствия, которое получаете или нет – смотря чего заслуживает эта книга. Если она вам не нравится, вы ставите ее обратно на полку и достаете другую.

Что вы ищете на первой странице? Вы сознательно анализируете одно предложение за другим? Вы понимаете, из-за чего наступает определенный переломный момент, когда решаете, читать дальше эту книгу или поискать другую? Конечно нет. Это все неосознанно. Вам ведь не нужно решать, какие мышцы задействовать, чтобы моргнуть, – выбор книги точно такой же безупречно работающий рефлекс, который

управляется когнитивным бессознательным. Это та же «мышечная память» – разве что в данном случае в роли «мышцы» выступает мозг.

Ладно, предположим, что первое предложение все-таки вас зацепило. Что же дальше?

О чем эта история?

Вот невысказанный вопрос, который не дает покоя вашему мозгу: *о чем эта книга?*

Хороший вопрос. Действительно хороший, поэтому в следующей главе мы подробно его разберем. А вы *можете* ответить на него после прочтения первой страницы? Очень редко. Все же, когда вы знакомитесь с кем-то, разве вы можете с первой встречи понять про этого человека все? Абсолютно уверен, что нет. А может ли вам показаться, что вы все про него поняли? Разумеется. То же и с историей. Для этого, читая первую страницу книги, вам обязательно нужно ответить на три основных вопроса:

1. Чья это история?
2. Что здесь происходит?
3. Что находится под угрозой?

Давайте рассмотрим эти три элемента и то, как они работают вместе, чтобы ответить на первый вопрос.

Чья это история?

Все знают, что у истории должен быть главный герой, так называемый протагонист, – даже в группе отдельных сцен проявляется центральный персонаж. Это можно даже не обсуждать, верно? Но есть еще кое-что, чего писатели часто

не знают: в истории чувства главного героя непосредственно влияют на чувства читателя. История – это инстинкт. Мы забираемся в шкуру персонажа и чувствуем то же, что и он. Иначе у нас не будет входной двери в мир, в который забросит нас автор, не будет точки зрения, с которой мы должны на этот мир смотреть, оценивать его и познавать.

Одним словом, без главного героя все становится нейтральным, а, как мы убедимся в главе 3, в истории (как и в жизни) не может быть ничего нейтрального. А значит, мы должны познакомиться с главным героем как можно скорее – желательно в первом же абзаце.

Что здесь происходит?

Соответственно, начиная с первой страницы что-то должно происходить и влиять на героя. Что-то, позволяющее мельком взглянуть на всю картину в целом. Джон Ирвинг однажды сказал: «Если возможно, расскажите весь сюжет романа в первом предложении»^[19]. Легко сказать? Ну да. Однако попытаться стоит.

Общая картина дает нам представление о проблеме, которую герой будет решать на протяжении всей истории. В классической романтической комедии проблема, например, выглядит так: *завоюет ли герой девушку?* Поэтому мы оце-

^[19] J. Irving, "Getting Started", in *Writers on Writing*, ed. R. Pack and J. Parini (Hanover, NH: University Press of New England, 1991), 101.

ниваем каждое событие именно с этой позиции. «Это приблизит его к девушке или разрушит все планы?» И, как часто бывает, – «Она действительно та, кто ему нужен?».

Это подводит нас к третьему вопросу, на который читатель стремится найти ответ, читая первую страницу, – вопросу, который в сочетании с первыми двумя вызывает крайне важное ощущение беспокойства:

Что под угрозой?

Что лежит на чашах весов? В чем заключается конфликт? Конфликт – жизненная сила истории; это еще один очевидный факт. Но самое важное «набрано мелким шрифтом» (то, что почти никто не читает). Мы говорим не о любом конфликте, а о том, *что такого особенного в приключениях главного персонажа?* Начиная с первого предложения читатели превращаются в ищеек, которые упрямо разнюхивают, что на кону и как оно повлияет на главного героя. Конечно, они еще не совсем уверены, что это будут за приключения, но, задавая эти три вопроса, они надеются все разузнать. Суть в том, что с самой первой страницы что-то должно стоять на кону.

Очевидный вопрос

Можно ли совместить эти три пункта на первой же странице? Еще бы! В 2007 г. теоретик литературы Стэнли Фиш опубликовал в *The New York Times* статью, которая дает ответ на этот вопрос. Он неся по аэропорту – в запасе оставалось всего несколько минут – и вдруг вспомнил, что не взял с собой ничего почитать. Стэнли решил забежать в книжный магазин и выбрать книгу только лишь по одному первому предложению. Вот победитель – «Перед тем, как он ее застрелил»^{20} Элизабет Джордж:

«Джоэл Кэмпбелл начал свой путь к убийству в возрасте одиннадцати лет, сев в лондонский автобус номер семьдесят».

Представьте, первое предложение ответило на все три вопроса.

1. **Чья это история?** Джоэла Кэмпбелла.
2. **Что в ней происходит?** Он едет в автобусе; каким-то образом все заканчивается убийством. (Вспомните «Все не то, чем кажется».)
3. **Что под угрозой?** Жизнь Джоэла, еще какого-то человека, а может быть, и что-то еще.

Кто бы отказался все это выяснить? Тот факт, что Джо-

^{20} Джордж Э. Перед тем, как он ее застрелил. – М.: Эксмо; Домино, 2010.

эл скоро совершит убийство, не только подсказывает, о чем книга, но и дает контекст, мерило, с помощью которого мы можем оценить важность и эмоциональную значимость событий, произошедших «перед тем, как он ее застрелил».

И это очень важно, потому что после этого предложения на протяжении 600 страниц в романе рассказывается о несчастном, смелом, бедствующем мальчике Джоэле, его жизни в старой части Лондона, и только потом повествование подходит к самому убийству. Но по ходу дела книга приковывает к себе наше внимание, заставляя оценивать события, исходя из того, что мы уже знаем о том, что произойдет далее; мы спрашиваем себя, а не *это* ли событие послужит катализатором; размышляем, почему каждый новый поворот все настойчивее подталкивает героя к неизбежному убийству.

Но вот что еще интереснее: без этого первого предложения роман «Перед тем, как он ее застрелил» был бы совершенно другой историей. Происходили бы события, но мы бы и понятия не имели, к чему они приведут. Так что, как бы хорошо ни была написана книга (а она написана *хорошо*), она даже близко не показалась бы нам такой увлекательной. Почему?

Как пишет нейропсихолог Ричард Рестак, «мозг оценивает все в конкретном контексте»^[21]. Контекст наделяет историю смыслом, который мозгу положено найти. В конце кон-

^[21] Restak, *Naked Brain*, 77.

цов, коль скоро история – это имитация жизни, которую наш мозг подробно изучает для получения полезных сведений на случай, если мы окажемся в подобной ситуации, нам нужно понимать, что эта ситуация *собой представляет*.

Позволив взглянуть на картину целиком, Джордж показывает нам ориентир, позволяющий расшифровать значение каждого события, которое приключается с Джоэлом. Подобные ориентиры похожи на математические формулы – они позволяют читателю понять, что с чем складывать. Ориентиры эти очень ценны для бесстрашного писателя – они безжалостно обнажают составные части, которые вообще ни с чем не стыкуются, разоблачая то, от чего любой ценой следует избавить свою историю.

Скучные моменты

Элмор Леонард прекрасно сказал, что история – это жизнь, из которой убрали скучные моменты. Представьте, что скучные моменты никак не относятся к приключениям вашего героя и никак на него не влияют. Каждый элемент истории – в том числе побочный сюжет, погода, время и место действия, даже стиль – должен играть какую-то роль в том, что не терпится узнать читателю: *«Главный герой достигнет цели? Чего это будет ему стоить? Насколько он изменится после всего?»* Нас цепляет и заставляет читать подпитываемая дофамином страсть узнать, что произойдет дальше. Без этого все теряет смысл.

«Но как же великая проза? – спросите вы. – Как же поэтические образы?»

На протяжении этой книги мы будем развенчивать многие мифы, пытаюсь понять, почему большинство столь почитаемых писательских принципов ведут не в ту сторону. А вот, мои дорогие, замечательный миф, с которого стоит начать:

МИФ: Красивый стиль превыше всего.

**РЕАЛЬНОСТЬ: Повествование превыше
красивого стиля, причем всегда.**

Мало что может навредить писателю сильнее, чем распространенное мнение, что написать удачную историю можно, только научившись «хорошо писать». Кто с этим поспорит? Это логично и очевидно. Да и какой тут может быть выбор – учиться писать бедным языком? Забавно, но бедный язык может причинить куда меньше вреда, чем кажется. В том случае, *если вы умеете рассказывать историю*.

Проблема мифа о красивом стиле, как и огромного количества других писательских мифов, в том, что он упускает главное. Этот миф подразумевает, что «хорошо писать» – значит использовать красивые речевые обороты, красочные образы, правдоподобные диалоги, ловкие метафоры, интересные характеры и еще целое множество других ярких осязаемых деталей, вставляя их по ходу повествования.

Хорошо звучит, не так ли? Кто будет читать роман, в котором ничего этого нет?

Как насчет миллионов читателей «Кода да Винчи»? Как бы сильно ни любили книги Дэна Брауна, никто не согласится с тем, что он великий писатель. Пожалуй, самым лаконич-

ным и самым язвительным был его коллега-писатель Филип Пулман, когда оценил прозу Брауна как «плоскую, чахлую и уродливую» и сказал, что его книги заполнены «плоскими, поверхностными героями... которые неправдоподобно разговаривают друг с другом»^[22].

Так почему же «Код да Винчи» попал в список самых популярных книг всех времен? Потому что с первой же страницы читателям не терпится узнать, что произойдет дальше. И это важнее всего. История с самого начала должна вызывать потребность читать дальше. Все остальное – замечательные персонажи, потрясающие диалоги, живые образы, красочный язык – лишь приправа.

Я ни в коем случае не собираюсь порочить великие книги. Мне, как и всем, нравится красиво построенное высказывание. Но остерегайтесь ошибки: научиться «хорошо писать» совсем не то же самое, что научиться писать истории. Из этих двух умений «хорошо писать» – второстепенное. Что с того, что книга хорошо написана, если читатель не хочет знать, что произойдет дальше? В торговле эти изысканные бессюжетные романы часто называют красиво написанными «*Кому это надо*».

Теперь, когда мы узнали, что цепляет читателя с первых страниц, осталось понять, как создать такую историю. Но,

^[22] D. Devine, "Author's Attack on Da Vinci Code Best-Seller Brown," WalesOnline.co.uk, September 16, 2009, <http://www.walesonline.co.uk/news/wales-news/2009/09/16/author-s-astonishing-attack-on-da-vinci-code-best-seller-brown-91466-24700451>.

как и во всем в нашей жизни, тут легче рассуждать, чем делать, поэтому на поиски ответа мы потратим всю оставшуюся книгу.

Глава 1: основные идеи

Мы знаем, про кого эта история? В истории должен быть кто-то, чьими глазами мы смотрим на мир, в который нас забросили, назовем его главный герой. Смотрите на героя как на посредника между читателем и миром, который вы, писатель, создаете.

Происходит ли что-то начиная с самой первой страницы? Не стройте сцену для намечающегося конфликта. Прыгайте в гущу событий, которые оказывают влияние на героя, пусть читатель мечтает выяснить, какими будут последствия. Во всяком случае, пока что-то не случилось, как можно хотеть узнать, что случится дальше?

Скрыт ли в происходящем конфликт? Оказывает ли этот конфликт непосредственное влияние на приключения героя, даже если ваш читатель пока не знает, в чем они заключаются?

Находится ли что-то с первых страниц под угрозой? И что еще важнее – ваш читатель догадывается, в чем тут дело?

История вызывает ощущение, что «все не то, чем кажется»? Это особенно важно, если встреча с героем происходит не на первых страницах; в таком

случае стоит задать себе вопрос: вызывает ли история растущее предчувствие, что в ближайшем будущем появится главный герой, которое удерживает читателя?

Можем ли мы взглянуть на картину в целом и получить важный ориентир? Эта «общая картина» открывает перед читателем перспективу и сообщает смысл каждой сцены, позволяя складывать два и два. Если мы не знаем, куда движется история, как понять, что она вообще движется?

Глава 2

Как сосредоточиться на своей цели

*Придерживайтесь своей цели.
Соммерсет Моэм*

Факт из когнитивной психологии:

Когда мозг заостряет на чем-то свое внимание, он отсеивает всю ненужную информацию.

Секрет писательского ремесла:

Чтобы удерживать внимание, все в истории должно основываться на том, что необходимо знать.

ВОТ ВАМ МЫСЛЬ, ПРИВОДЯЩАЯ В ЗАМЕШАТЕЛЬСТВО: продавцы, политики, телевизионные проповедники знают об историях больше, чем большинство писателей. Потому что, в отличие от писателей, они осознают, с какой целью придумывают свои истории. Вооруженные этим знанием, они создают сказку, где каждое слово, каждый образ, каждая деталь направлены на достижение цели.

Оглянитесь вокруг себя. По всей вероятности, вы купили все, что находится в вашем доме (даже собачку), потому

что история ловко подкралась в самый неожиданный для вас момент и убедила вас это сделать. Не то чтобы вами было легко управлять, но ловко придуманная история обращается напрямую к вашему когнитивному бессознательному^{23}, и каждый продавец надеется впоследствии перевести ее в сферу сознательных размышлений, например: *«Ну и что, что сейчас полночь, я заслужил бигмак»*; *«Вот это да, она выглядит такой счастливой»*; *«Интересно, а мой врач выпишет мне это лекарство?»*; *«Я уверен, с этим парнем было бы клево выпить пива. Пожалуй, проголосую за него»*.

Страшновато, да?

Поэтому, чтобы вернуть себе власть, писателям нужно понять следующий парадоксальный факт: определяющий элемент истории имеет мало общего с писательской деятельностью. Скорее это сама основа истории, которую прославленный лингвист Уильям Лабов приравнял к «оцениванию», потому что она помогает читателям оценивать значение каждого события в истории. Назовем это фактором «И что?»^{24}. Этот фактор позволяет читателям проникнуть в самую суть истории, раскрывает значимость всего происходящего. Ясно изложенный, он рассказывает, о чем история. Литературовед Брайан Бойд очень кстати сказал, что история без какого-либо ориентира не оставляет читателю шансов понять,

^{23} Линдстром М. *Buyology: Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя*. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012.

^{24} P. Simpson, *Stylistics* (London: Routledge, 2004), 115.

насколько важна та или иная информация – это «цвет глаз или цвет носков? Форма носа или форма ботинок? Количество слогов в имени?»^{25}.

Так что ваша первостепенная задача – сосредоточиться на цели, ради которой пишется история. Эта новость хороша тем, что таким способом вы сможете сэкономить время при переписывании. Почему? Да потому что с самого начала вы сможете делать то, что делает для вас когнитивное бессознательное: отфильтровывать ненужную и отвлекающую информацию^{26}.

Таким образом, в этой главе мы поговорим о том, как связать воедино проблему главного героя, тему и сюжет, которые сохраняют историю сфокусированной; что же такое тема на самом деле и что она значит для вашей истории; разберем способы развития сюжета в нужном направлении. А потом мы устроим всем этим принципам испытание на примере классического литературного произведения «Унесенные ветром».

^{25} Boyd, *On the Origin of Stories*, 134 (см. ch. 1, n. 8).

^{26} Wilson, *Strangers to Ourselves*, 28 (см. ch. 1, n. 1).

История против «то, что происходит»

История от начала и до конца сделана так, чтобы ответить на один самый важный вопрос. Мы инстинктивно понимаем это, поэтому ожидаем, что каждое слово, каждая строка, персонаж, образ и действие приблизят нас к ответу. Получится ли у Ромео и Джульетты сбежать вместе? Поймет ли Скарлетт, пока не поздно, что они с Реттом созданы друг для друга? Сможем ли мы узнать достаточно о Чарльзе Фостере Кейне, чтобы в конце-то концов понять значение слов «розовый бутон»?

Следовательно, когда вы пишете историю, вы должны предельно ясно – почти что на пальцах – объяснять, о чем она будет, иначе она окажется раздражающей и трудной для понимания. Несмотря на благие намерения, непоследовательное повествование требует слишком много времени на бессмысленные блуждания. В итоге происходит множество интересных событий, которые ничего не дают. Не задано ни одного вопроса, на который стоило бы поискать ответ. История переполнена информацией, которая не нужна читателю, у нее нет фокуса, так что это уже как бы не совсем история. Это просто совокупность того, что происходит.

Истории, у которых нет фокуса, зачастую вообще не являются историями. Звучит невероятно? Но я даже не могу сосчитать количество рукописей, после которых, если меня

спрашивали «Про что книга?», я отвечала: «Про 300 страниц». Один редактор как-то сказал: «Если не можете рассказать, о чем ваша книга, в паре предложений, переписывайте ее, пока хватает сил».

Согласна. Годы чтения писем с предложениями, синопсисов, бесконечных рукописей и сценариев научили меня тому, что писатель, который не может рассказать суть своей истории в одном-двух интригующих предложениях, возможно, написал бессмысленную и неинтересную историю. Я не сразу это поняла. Как-то раз, читая краткое изложение, которое казалось мне многообещающим, только немного путаным и бессвязным, я подумала: «Подождите-ка, способность написать хорошую историю и способность написать хорошее краткое изложение – разные вещи». Поэтому я взялась за рукопись. Тем не менее прочла я немного, ведь оказалось, что краткое изложение было точной копией самой истории, такой же путаной и бессвязной.

Вот несколько сигналов, которые говорят о том, что история сходит с рельс:

- Мы понятия не имеем, кто главный герой, поэтому у нас нет возможности оценить важность и значение происходящего.
- Мы знаем, кто главный герой, но у него нет цели, поэтому не понимаем, в чем смысл истории и куда она движется.
- Мы знаем цель главного героя, но не представляем, с какими внутренними проблемами он сталкивается, поэтому

все кажется надуманным и скучным.

- Мы знаем, кто главный герой, знаем и его цель, и его проблему, но он неожиданно получает то, что хотел, необоснованно меняет точку зрения или попадает под автобус, и теперь главным героем становится кто-то другой.

- Мы знаем цель главного героя, но происходящее не влияет на него или на процесс достижения цели.

- Влияние происходящего на главного героя выглядит неправдоподобным (если вообще прослеживается), так что он не только не кажется реальным человеком, но мы и понятия не имеем, почему он делает то, что делает, поэтому не можем предсказать, как он поступит дальше.

Все это влияет на читателя одинаково: дело не только в том, что прекращается поступление дофамина, который был выброшен в кровь, когда мы начали читать; наш мозг, усердно сравнивающий ожидаемую награду с тем, что в итоге получил, подает сигнал о своем недовольстве. Одним словом, мы ощущаем разочарование^{27}. Это доказывает, что автор не сосредоточился на смысле истории, которую рассказывает, поэтому, несмотря на то что история может быть написана прекрасным языком, она кажется бессмысленной и неувлекательной. Нам не нужен нейрофизиолог, чтобы предсказать дальнейшее. Мы просто перестаем читать. Конец истории.

^{27} Лерер Д. Как мы принимаем решения.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.

Примечания