

The background of the cover is a grayscale photograph of a man's face from the nose up. The face is partially obscured by a dense cluster of speech bubbles in yellow, black, and gray. The bubbles vary in size and are scattered across the upper half of the image. The man has a neutral expression and is wearing a light-colored collared shirt.

**ДЖОН В. ПЕТРОЧЕЛЛИ**

**социальный психолог**

# Искусство распознавать чушь

Как не дать ввести себя  
в заблуждение и принимать  
правильные решения



**Джон В. Петрочелли**  
**Искусство распознавать чушь.**  
**Как не дать ввести себя в**  
**заблуждение и принимать**  
**правильные решения**  
**Серия «Психологический**  
**бестселлер (Эксмо)»**

*Текст предоставлен правообладателем*

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=67412760](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=67412760)*

*Д. В. Петрочелли. Искусство распознавать чушь. Как не дать  
ввести себя в заблуждение и принимать правильные решения: ООО*

*«Издательство «Эксмо»; Москва; 2022*

*ISBN 978-5-04-166907-2*

## **Аннотация**

Сейчас везде: от рекламных роликов и разговоров с друзьями до деклараций общественных деятелей и научных статей – можно встретить заведомо ложную, искаженную или непроверенную информацию. Мы потребляем ее все больше, мало задумываясь о достоверности просто потому, что так проще.

Джон В. Петрочелли, социальный психолог и профессор психологии в Университете Уэйк Форест, основал Лабораторию

исследования чуши, чтобы понять, что побуждает человека апеллировать к сомнительным данным и вводить других людей в заблуждение. Он нашел ответ на этот вопрос благодаря контролируемым экспериментам и общению с ведущими специалистами в различных областях – от финансового аналитика до автолюбителя – и вывел рекомендации по тому, как не стать жертвой чуши (не только ее приемником, но и распространителем).

Эта книга поможет вам сформировать привычку конструктивно оценивать всё, что вы слышите и говорите, находить истину в информационном хаосе, научит общаться с людьми, которых невозможно ни в чем переубедить, и совершать рациональные покупки.

В формате a4.pdf сохранен издательский макет.

# Содержание

Вступление. Что такое чушь?	7
1. Цена чуши. Вино, наценка на чушь и Майерс-Бриггс	40
Конец ознакомительного фрагмента.	54

# **Джон Петрочелли Искусство распознавать чушь. Как не дать ввести себя в заблуждение и принимать правильные решения**

John V. Petrocelli

The Life-changing Science of Detecting Bullshit

© 2021 by John Petrocelli

© Джангольская О., перевод на русский язык, 2022

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2022

**\* \* \***

*Моим дражайшим детекторам чуши, Чепкемой  
и Чепчумбе, за то, что разоблачали чушь, которую  
я нес, когда это было важнее всего, и за  
снисхождение, оказанное мне, когда я заслуживал  
его меньше всего*

Тогда, в 82-м, я мог бросить мяч на четверть мили. Я до смерти серьезен. На сколько поспорим, что я могу забросить футбольный мяч за те горы? Да. Если бы тренер поставил меня в четвертую четверть, мы были бы чемпионами штата, без сомнения.

Без сомнения в моей голове. Лучше бы поверить, что все было иначе. Я бы стал профи вмиг. Я бы зарабатывал миллионы и жил бы в каком-нибудь большом старом поместье. Знаешь, нежился в горячей ванне со своей родственной душой.

*Дядя Рико (Наполеон Динамит)*

Истина может озадачивать. Может потребоваться тяжелая работа, чтобы примириться с ней. Она может быть контринтуитивной или противоречить нашим самым глубоким убеждениям. Она может не согласовываться с тем, что мы хотим считать правдой. Но наши предпочтения не определяют истинность утверждений.

*Карл Саган*

# Вступление. Что такое чушь?

**чушь** [ч'уш] разг. сущ. ж. р. 1. Глупость, обман или хвастовство. 2. Что-то не имеющее смысла, ложное или нечестное. 3. Нелепые или вздорные слова или поведение. **нести чушь**. 1. Говорить глупости или бессмыслицу. 2. Участвовать в пустой болтовне. Пытаться обмануть человека глупыми или ложными сведениями<sup>1</sup>.

В феврале 2017 года, всего за два дня до матча всех звезд НБА, суперзвезда баскетбола Кайри Ирвинг сделал ряд интересных замечаний в подкасте, который прославился больше самой игры. Он заявил:

«Это не просто конспирологическая теория. Земля действительно плоская. Земля плоская. Земля плоская... Мне всегда внушали, что Земля круглая. Но если подумать о том, как мы передвигаемся, что видим во время путешествий, то можете ли вы поверить, будто мы вращаемся вокруг Солнца, что есть вся эта геометрия планет [слово «планеты» он пальцами обозначил кавычками] и звезд, которые совершают свои обороты в определенное время. Ничто из того, что они отправляют туда – или говорят, что отправляют, – не

---

<sup>1</sup> Определение по The American Heritage dictionary of the English language (4 изд.), Houghton Mifflin Harcourt, 2009.

возвращается... Нет конкретной информации, кроме той, которую нам дают они. Нам говорят, во что верить, а во что нет. Но правда находится рядом, стоит только поискать»<sup>2</sup>.

Кайри не один так считает. Онлайн-исследователь YouGov задал вопрос «По вашему мнению, Земля плоская или круглая?» 8000 гражданам США, и только 84 % оказались уверены, что Земля круглая. 5 % немного сомневались, 2 % утверждали, что она плоская, а 7 % не могли ответить однозначно<sup>3</sup>. И это еще не все: более 226 000 участников группы «Общество плоской Земли» в Facebook оспаривают шарообразность Земли, распространяя ложное утверждение о ее плоскости. Однако, когда с подобными заявлениями выступает кто-то вроде Кайри Ирвинга, мировой звезды баскетбола с более чем 4 млн подписчиков в Twitter, это привлекает много внимания.

---

<sup>2</sup> Frye, C., Jefferson, R. (Продюсеры). Эпизод подкаста «Road trippin' with RJ & Channing» с участием Кайри Ирвинга от 17 февраля 2017 г.: <https://www.nba.com/cavaliers/features/road-trip-170217>. Цитата из этого интервью на русском: [https://www.championat.com/basketball/news-2721158-irving-verit-cto-zemlja-ploskaja.html?utm\\_source=copypaste](https://www.championat.com/basketball/news-2721158-irving-verit-cto-zemlja-ploskaja.html?utm_source=copypaste).

<sup>3</sup> Nguyen, H. «Most flat Earthers consider themselves very religious». YouGov, 2 апреля 2018 г.: <https://today.yougov.com/topics/philosophy/articles-reports/2018/04/02/most-flat-earththers-consider-themselves-religious>. Помимо этого см. анализ исследования: Branch, G., Foster, C. A. «Yes, flat-Earthers really do exist: Despite some methodological flaws, a recent poll credibly indicates that flat-Earthery persists». Scientific American, 24 октября 2018 г.: <https://blogs.scientificamerican.com/observations/yes-flat-earththers-really-do-exist/>.



Но верил ли Кайри в свои слова на самом деле или просто *нес чушь*?

Как социолог, я воспринимаю утверждения Кайри со всей серьезностью, и не потому, что думаю, будто он прав, – это все равно что говорить, словно Луна сделана из сыра. Я отношусь к его заявлениям серьезно, ведь как ученый, исследующий чушь, я могу утверждать: эти заявления отлично вписываются в схему поведения, которую я видел уже не раз.

Вера в плоскую Землю имела бы смысл при наличии четких доказательств мирового заговора, направленного на имитацию космических полетов в течение десятилетий, отрицании множества направлений науки и открытий новых законов природы. Но в данной ситуации этого и не нужно: достаточно способа мышления, при котором человек не нуждается в правде или доказательствах. Хватает какой-то чуши. Кайри советует нам отправиться на поиски истины, информации и «провести исследование»<sup>4</sup>.

Проверенный способ любителей нести чушь: они просто игнорируют массу существующих и вполне убедительных свидетельств, намекая, что правда основана на чем-то другом или вообще пока

---

<sup>4</sup> Matyszczyk, C. NBA star Kyrie Irving believes Earth is flat. CNET, 18 февраля 2017 г.: <https://www.cnet.com/news/nba-star-kyrie-irving-believes-earth-is-flat/>; Ruff, R., Kyrie Irving actually believes Earth is flat. Bleacher Report, 17 февраля 2017 г.: <https://bleacherreport.com/articles/2693635-kyrie-irving-actually-believes-earth-is-flat>.

неизвестна<sup>5</sup>.

Не буду притворяться, словно понял, что Кайри имел в виду под «исследованием». Если бы он подошел к вопросу о плоскости Земли с научной точки зрения, он бы пришел к следующему выводу: «плоская» – явно неверный ответ. В данном случае он мог бы посмотреть на готовые научные выкладки по теме. Исследователи любят прибегать к этому методу, ведь критический обзор готовых работ намного проще (на него уходит меньше ресурсов и времени), чем проведение собственных экспериментов. Есть зафиксированное доказательство: тень Земли на Луне (лунное затмение, которое происходит, когда Земля находится между Луной и Солнцем). Вот вам еще факты: восходы и закаты по всему миру происходят в разное время; тень от предметов в разное время в разных местах, формы других планет; огромная коллекция фотографий со спутников, собранная мировыми программами по изучению космоса. Все это подтверждает, что Земля не плоская. Как человек, умеющий *критически мыслить* и использовать *умозаключения, основанные на доказательствах*, я с уверенностью говорю: Земля сферическая. Почему? Потому что множество независимых источни-

---

<sup>5</sup> Boghossian, P., & Lindsay, J. *How to have impossible conversations: A very practical guide*. Lifelong Books, 2019. Randi, J. «Flim-flam! The truth about unicorns, parapsychology, and other delusions». Lippincott & Crowell Publishers, 1980. Сеган, К. «Мир, полный демонов: Наука – как свеча во тьме». Альпина Паблишер, 2018. Shermer, M. «Why people believe weird things: Pseudoscience, superstition, and other confusions of our time». W. H. Freeman and Company, 1997.

ков (также имеющих веские источники) сходятся во взглядах: планета, на которой мы живем, по форме больше похожа на баскетбольный мяч, а не на хоккейную шайбу.

Если же исторических записей недостаточно для скептиков, подобных Кайри, всегда можно попробовать повторить эксперимент (важная часть научного метода). Более чем две тысячи лет назад Эратосфен провел любопытную демонстрацию, определив форму Земли с помощью палки, воткнутой в землю, и математики. Он знал, что в Сиене (сейчас Асуан, Египет) Солнце находилось прямо над головой в первый день лета (21 июня), и в полдень вертикально стоящие предметы не отбрасывали тени. Сам Эратосфен находился в Александрии, почти в 800 км от Сиены. Он воткнул палочку в землю и наблюдал, исчезнет ли ее тень в полдень? Однако тень падала под углом около 7 градусов. Получается, если лучи Солнца исходят от него под одним углом в одно и то же время и от палки в Александрии падает тень, а в Сиене – нет, это может значить одно: поверхность Земли изогнута<sup>6</sup>.

Помимо этого скептики могут попробовать повторить путь португальских исследователей Фернана Магеллана и Хуана Себастьяна Элькано – проплыть вокруг света. Магеллан и Элькано начали путь из Севильи 20 сентября 1519 года, преодолели Атлантический океан, обогнули южный край

---

<sup>6</sup> Стоить отметить, что Эратосфен использовал подобные вычисления, чтобы определить окружность Земли, оценив ее в 40 000 км. Невероятно, особенно учитывая его методы.

Южной Америки, направились через Тихий и Индийский океаны, мимо самой южной точки Африки – и вернулись в Севилью 6 сентября 1522 года<sup>7</sup>. Если же у вас нет 3 лет, чтобы проделать подобное путешествие, можете повторить маршрут Дика Рутана и Джини Йигер по воздуху: они впервые совершили беспосадочное кругосветное путешествие за девять дней. В общем, существует много вариантов убедиться в одном утверждении.

Кайри не единственный, кто верит в неправду. Многие до сих пор считают, будто Великую Китайскую стену видно с Луны, хотя астронавты с Аполлона опровергли это утверждение<sup>8</sup>. Другие верят, что один человеческий год равен семи собачьим, хотя возраст собаки зависит от размера и породы (в семь лет сенбернару 54, а мальтийской болонке – 44)<sup>9</sup>. Часто говорят, что тепло тела быстрее теряется через

---

<sup>7</sup> Сам Магеллан не вернулся из этого путешествия, погибнув в Мактанском сражении 27 апреля 1521 г.

<sup>8</sup> Информация о том, что Великая Китайская стена – единственное сооружение, построенное человеком, которое видно из космоса, берет начало из мультика 1932 г. *Ripley's Believe It or Not!*. Этот факт опровергли только в 1969 г., когда Нил Армстронг вернулся с Луны. Он не раз упоминал, что видел континенты и озера, пятна белого и голубого, но ни одного творения человеческих рук. Hvistendahl, M. «Is China's great wall visible from space?», *Scientific American*, 21 февраля 2008 г.: <https://www.scientificamerican.com/article/is-chinas-great-wall-visible-from-space/>.

<sup>9</sup> WebMD и Flowers, A. «How to figure out your dog's age». WebMD, 20 мая 2019 г.: <https://pets.webmd.com/dogs/how-to-calculate-your-dogs-age>. Purina, Калькулятор возраста собаки Dog years to human years, 14 июня 2017 г.: <https://www.purina.com/dog-age-calculator>.

голову, хотя эксперты доказали: люди без штанов замерзнут так же быстро, как и без шапки<sup>10</sup>. Кто-то продолжает говорить, словно сахар делает детей гиперактивными, хотя все исследования сошлись на том, что сахар не является причиной гиперактивности<sup>11</sup>. А еще многие люди утверждают, что витамин С – отличное лекарство от простуды, хотя подтверждений этому факту никаких<sup>12</sup>.

Тем не менее ведение подобных бесед с неверящими в науку не поможет. Если кто-то считает более вероятным, что тысячи ученых по всему миру объединились для сокрытия истинной формы Земли, попытки убедить их в обратном ни к чему не приведут. Несмотря на публичную критику, обрушившуюся на Кайри после его заявлений о теории плоской Земли, оставался при своем мнении и в 2018 году сказал: «Я не знаю. На самом деле не знаю», – и добавил, что люди

---

<sup>10</sup> O'Connor, A. «The claim: You lose most of your body heat through your head». New York Times, 26 октября 2004 г.: <https://www.nytimes.com/2004/10/26/health/the-claim-you-lose-most-of-your-body-heat-through-your-head.html>. Pretorius, T., Bristow, G. K., Steinman, A. M., Giesbrecht, G. G. «Thermal effects of whole head submersion in cold water on non-shivering humans». Journal of Applied Physiology, 101, 669–675, 2006.

<sup>11</sup> Hoover, D. W., Milich, R. «Effects of sugar ingestion expectancies on mother-child interactions». Journal of Abnormal Child Psychology, 22, 501–15, 1994. Kinsbourne, M. «Sugar and the hyperactive child». New England Journal of Medicine, 330, 355–356, 1994. Krummel, D. A., Seligson, F. H., Guthrie, H. A. «Hyperactivity: Is candy causal?» Critical Reviews in Food Science and Nutrition, 36, 31–47, 1996.

<sup>12</sup> Hemilä, H., Chalker, E. «Vitamin C for preventing and treating the common cold». Cochrane Database of Systematic Reviews, 1, CD000980, 2013.

должны «сами изучить то, во что [они] хотят верить», потому что «наша система образования несовершенна»<sup>13</sup>. Одно дело предлагать изучить вопрос, и другое – утверждать вещи, в которых вы очевидно не разбираетесь. Но что-то подсказывает мне, что Кайри и не рассматривал все доказательства, собранные по данному вопросу.

Я не собираюсь оскорблять Кайри, однако, как человек, исследующий чушь, я интересуюсь ценностью достоверных исследований и слепых пятен нашего мышления. Мы должны верить в сферичность Земли, так как именно это подтверждают факты множества независимых источников. Приверженцы теории плоской Земли, как Кайри, считают ее таковой и ищут доказательства в подтверждение этого. Однако никто не получит выгоды, вне зависимости от того, плоская Земля или круглая, и мы располагаем только заключениями о ее форме, основанными на выводах, подкрепленных доказательствами. Поэтому, будучи ученым, я спокойно принял бы факт, что Земля действительно плоская, если бы заключение подтверждалось вескими и убедительными данными.

Как и многие другие, Кайри использует научные термины, не прибегая к научным методам. Обращай он больше внимания на метод вместо терминов, он мог бы прийти к другому выводу. Дело в том, что научный метод служит не для под-

---

<sup>13</sup> Edevane, G. Kyrie Irving flat Earth theory: Celtics point guard says he's happy to start a conversation. Newsweek, 9 июня 2018 г.: <https://www.newsweek.com/kyrie-irving-flat-earth-theory-967934>.

тверждения фактов, в которые вы хотите верить. Это способ систематического сбора и записи объективных наблюдений, созданный в надежде на объективное изучение мира. Исследователи используют его, потому что стремятся узнать правду.

Как же работает научный метод? Во-первых, ученые *наблюдают* за вещами, разрабатывают теории и проверяемые объяснения увиденному. Это называется *гипотезой*. Они озабочены поиском *доказательств*, релевантных для выдвинутой ими гипотезы. Доказательства – это информация, подтверждающая или опровергающая истинность заявления, убеждения или предположения. Часто используется альтернатива – *аргумент*, обосновывающий утверждения (не путайте с доказательством). Между ними огромная разница, так как доказательства могут предоставить достаточно причин убедиться в истинности (или максимальной приближенности к истине) или ложности теории. Например, после нескольких тарелок спагетти мы разовьем пристрастие к дополнительной порции соли в соусе. Если подойти к этому вопросу с точки зрения науки, можно выдвинуть предположение, что соль – механизм улучшения вкуса соуса для спагетти. Это наша гипотеза, которую надо подтвердить дальнейшим исследованием. На данном этапе она не является ни истинной, ни ложной.

Чтобы избежать самообмана, утверждая истинность своей теории, ученые не останавливаются на идее, которую стре-

мятся подтвердить<sup>14</sup>. Скорее наоборот: они делают *предположения*, основанные на гипотезе, и *проверяют их экспериментально*, специально подвергая строгому контролю. Ученые не просто ищут подтверждения гипотезам, они отступают на шаг в поисках доказательств, способных ее опровергнуть.

Если же гипотеза выдержала самые серьезные эксперименты подобного типа (проведенные и самим ученым, и независимыми исследователями), тогда, и только тогда мы можем сделать вывод, что гипотеза максимально приближена к истине.

То есть мы не остановимся на утверждении или предположении, что соус для спагетти вкуснее с дополнительной порцией соли. Для данного заявления необходимо собрать доказательства, способные подтвердить или опровергнуть эту мысль. Для нашей теории соуса можно провести серию контролируемых экспериментов. Сначала сделаем две большие порции идентичного соуса. Потом добавим дополнительную порцию соли только в одну. Затем наберем около тысячи случайных людей, чтобы попросить их попробовать один из соусов и оценить вкусовые качества по одной и той же шкале. При этом поместим оба вида соуса в абсолютно идентичные емкости, чтобы ни мы, ни люди, его пробующие, не могли определить разницу «на глаз». Самое важное: и респон-

---

<sup>14</sup> McIntyre, L. *The scientific attitude: Defending science from denial, fraud, and pseudoscience*. MIT Press, 2019.



денты, и мы (в качестве исследователей) не должны определить разницу между ними до получения результатов по шкале вкуса.

Только в том случае, если соленый соус оценят значительно выше, чем несоленый, можно сделать вывод: все доказательства указывают на то, что дополнительная порция соли положительно влияет на вкус. Любое другое распределение данных покажет, что наша гипотеза ложна и выбор соуса для спагетти обусловлен большим количеством факторов, чем мы предполагали изначально.

Помимо этого нужно подтвердить результаты, проведя дополнительный ряд экспериментов (иногда сотни и тысячи), до того как научное сообщество примет наши утверждения о дополнительной соли в соусе. Таким образом, научные заключения могут быть динамичны: появляются новые идеи и методы, в то время как старые отбрасываются<sup>15</sup>. В научной среде абсолютно нормально менять точку зрения после получения новой информации. Это не признак слабости. Напротив, это и есть ключевая черта научного метода.

Когда ученые публикуют заключения, основанные на экспериментах, можете быть уверены: их внимательно исследуют и перепроверяют. Десятки и сотни экспертов в этой области спросят: уверены ли вы в своих предположениях? Есть ли

---

<sup>15</sup> Oreskes, N. *Why trust science*. Princeton University Press, 2019. Краткий обзор книги: Oreskes, N. «Put your faith in science». *TIME Magazine*, 194(21), 23–24, 2019.

данные, противоречащие вашим выводам? Насколько логически сильны ваши утверждения и выводы? Были ли учтены *все* релевантные факторы? Именно эта стадия критического обзора, о которой так часто забывают, поддерживает научный прогресс. Собираясь опубликовать статью о том, что соус для спагетти вкуснее с дополнительной порцией соли, надо четко понимать: научное сообщество обязательно рассмотрит наше заявление со всех сторон. А если придет к выводу, что это не так, оно станет первым, кто даст нам об этом знать.

Это и делает научные суждения уникальными: проанализировать утверждение с опорой на научный метод – словно отправить его в суд. В ходе судебного процесса все стороны будут подвергнуты допросу, а судья окончательно решит его судьбу. При этом присяжные тут – не просто граждане, а квалифицированные эксперты, которые владеют методологией оценки истинности суждений. Факты не принадлежат ученым. Как и в кулинарии, никто не является автором факта, что соль усиливает вкус еды. Это тестировалось годами и было решено единогласно. Поэтому соль и распространена в кулинарии по всей Земле. То же можно сказать и о форме Земли.

Конечно, ученые – тоже люди, а научный процесс не избавлен от ошибок. Бывает, что наука ошибается. В конце концов прошли тысячелетия до того, как люди начали признавать факт о сферической форме Земли. Несмотря на все

демонстрации времен Эратосфена – а их было много, – только кругосветное путешествие Магеллана и Элькано в 1519–1522 годах окончательно утвердило общественное мнение по данной теме. Лишь после убедительных доказательств, представленных исследователями, которые проверили идею напрямую, общественный договор изменился.

Однако сейчас мы живем в мире, где все больше внимания привлекают фейковые новости, мнения, высказанные в соцсетях, и интересные, но ничем не подтвержденные теории. При этом все меньше внимания уделяется науке, скептицизму и старому доброму критическому мышлению.

Возьмем, к примеру, теорию заговора Пиццагейт. В марте 2016 года взломали личную электронную почту начальника предвыборного штаба Хиллари Клинтон, Джона Подесты. К ноябрю, как раз перед выборами, *WikiLeaks* опубликовали некоторые из его писем. И тут же возникла теория заговора, будто в переписке высокопоставленных политиков из Демократической партии, в том числе у самой Клинтон, спрятаны скрытые коды, которые подразумевают их связь с сетью торговли людьми и педофилии, осуществляемой через пиццерии Вашингтона.

Подобные теории заговора – чушь, но можем ли мы утверждать это с абсолютной уверенностью?

Должны быть и другие способы оценить информацию. Спросите у Эдгара Уэлча – если бы он сумел определить чушь, он бы не устроил стрельбу в пиццерии *Comet Ping Pong*

из своей полуавтоматической винтовки в ответ на Пиццагейт. И его бы не приговорили к четырем годам заключения. Уэлч поступил так из лучших побуждений – он всего лишь хотел спасти детей, – но факты показали бы ему, что ни один ребенок не пострадал в этой пиццерии. Люди, не имеющие базовых навыков распознавания чуши, с трудом способны противостоять многим ее побочным эффектам. Наличие полезной информации не всегда приводит к выбору оптимального решения, однако оптимальное решение всегда требует наличия информации.

Научный метод и критическое мышление – лучшие инструменты для поиска истины, мудрости и обретения понимания. В конце концов, наука приручила электричество, победила оспу, смогла редактировать геном, изобрела рентген, построила телескопы, через которые можно видеть галактики в триллионах километров от нас, открыла явление электромагнитной индукции и сконструировала суперкомпьютер, совершающий 200 квадриллионов вычислительных операций в секунду.

Наука освободила нас от догматов, суеверий и чуши, а это та цель, к которой, по моему мнению, мы все должны стремиться.

\* \* \*

Я профессор социальной психологии, и в мои обязанно-

сти входит изучение чуши. Как и большинство из нас, практически всю жизнь я был окружен людьми, которые несут чушь. Я ни о ком так не говорил вслух до прочтения статьи, превратившейся в книгу Гарри Франкфурта «К вопросу о брехне». Это одна из самых популярных книг о философии, и, наверное, моя любимая<sup>16</sup>. Франкфурт пишет:

«Одной из наиболее заметных черт нашей культуры является изобилие брехни. Мы все это знаем, все участвуем, но склонны принимать это как данность. Большинство не сомневается в способности распознать брехню, не давая себя одурачить. В общем, данный феномен почти не вызвал осознанного интереса и не подвергся систематическому изучению. В итоге у нас нет ясного понимания, что такое брехня, почему ее столько и каковы ее функции. Мы не выработали продуманной оценки всего того, что она для нас значит».

Мое исследование посвящено поиску ответов на вопросы, поставленные Франкфуртом, с научной точки зрения. Я изучаю причины несения чуши, ее потенциальную выгоду, последствия для общества и то, как люди могут определять чушь и избавляться от ее нежелательных последствий. В общем, об этом и книга.

---

<sup>16</sup> Франкфурт, Г. *On bullshit. К вопросу о брехне*. – Европа, 2008.

## Что такое чушь?

Согласно Франкфурту, нести чушь – значит намеренно или ненамеренно, сознательно или бессознательно говорить что-то, не заботясь об истинности утверждения, доказательствах и/или о подтвержденных знаниях. В этот процесс часто входят риторические стратегии, помогающие избежать истинности утверждений, использования доказательств и/или подтвержденных знаний: преувеличение или приукрашивание знаний человека, его навыков и компетенций в конкретной области или разговоры на темы, в которых говорящий не разбирается, с целью впечатлить, повлиять или убедить других<sup>17</sup>.

Насколько сказанное является чушью прямо пропорционально тому, насколько высказывание основано на истинных тезисах, доказательствах и/или подтвержденных знаниях.

В целом философы и ученые сходятся на мысли о существовании четырех типов подтвержденных знаний.

Во-первых, с точки зрения *семантики* (что-то найденное

---

<sup>17</sup> Чушь как объект изучения появилась в 20-страничной статье Франкфурта «О брехне», которая вышла в 1986 г. и стала культовой. Именно в ней было дано определение чуши. Frankfurt, H. «On bullshit». *Raritan Quarterly Review*, 6, 81–100, 1986 г. Petrocelli, J. V. «Antecedents of bullshitting». *Journal of Experimental Social Psychology*, 76, 249–258, 2018.

в словаре). Например, словарь описывает дерево как «многолетнее растение с твердым стволом и отходящими от него ветвями, образующими крону». Когда мы общаемся, используя определения из словарей, у наших утверждений есть опора.

Во-вторых, когда знание оправдано *логическими* законами: если  $A > B$  и  $B > C$ , то  $A > C$ . Следуя им, у наших утверждений есть опора.

В-третьих, если знание оправдано *системой* информации: например,  $30 + 11 = 41$ . Следуя правилам математики, определениям и процессам, мы даем опору суждениям.

В-четвертых, знание можно подтвердить, если его поддерживает *эмпирическая* информация, которую мы воспринимаем непосредственно органами чувств: например, «перед тобой сейчас лежит книга». Более популярный термин – эмпирические данные. Используя все релевантные эмпирические данные о мире вокруг, мы даем опору суждениям.

Научное определение чуши могло вас немного запутать, ведь само слово встречается куда чаще. Например, если думаете, что вас обсчитали или обманули, вы можете возмутиться: «Что за чушь?» Часто мы говорим так об обычных разговорах: «Да так, о чуши всякой трепались». Иногда с помощью этого слова мы выражаем презрение: «Это все чушь собачья». Но, с моей точки зрения, это все – не чушь. Меня не интересует содержание разговоров. В первую очередь я интересуюсь тем, *как* люди общаются, их вниманием к дока-

зательствам и подтвержденным данным, а также способами, какие они используют для выдвижения и защиты утверждений. Если я скажу: «Люди считают, что Плутон не планета, но мне неинтересно, как астрофизики определяют его статус. Черт побери, Плутон – планета нашей Солнечной системы», не задумываясь об определении планеты и о том, существуют ли доказательства моего заявления, я несу чушь. В общем, человек, который несет чушь, – тот, кто беззаботно и необдуманно обращается с идеями и информацией<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> Несмотря на то что вера человека во что-то или его мнение может быть основано на чуши, простое утверждение (например: «Думаю, что пицца в *Americo's Pizzeria* – лучшая!») не является чушью, поскольку оно отражает личные убеждения. Выдвигая другое (например: «На Земле нет пиццы лучше, чем *Americo's Pizzeria*») или предлагая аргумент, не заботясь о доказательствах, – уже чушь по определению. Заявление: «Книга, которую я сейчас читаю, самая лучшая из написанных книг, и ее должен прочитать каждый», – может быть просто вашим мнением. Но при этом есть множество способов проверить это заявление, а также люди захотят знать, сколько книг и каких вы читали, чтобы определить, насколько истинна ваша фраза. В этом случае вы не лжете, и ваше утверждение может быть правдой. Если человек готов подтвердить свое высказывание достоверными доказательствами – это не чушь. Люди часто верят аргументам (и чистой чуши), и это может быть не так плохо, если доказательства труднодоступны в настоящий момент. С другой стороны, аргументы не считаются доказательствами. Доказательства требуют более четких подтверждений, чтобы не считаться чушью. Помимо этого чушь отличается от ерунды, так как она подразумевает (но не обязательно содержит в себе) правду. Чушь отличается от пропаганды и навязывания. И то, и другое – способы, часто применяемые политиками, в рекламе и маркетинге, а также в других сферах, где люди пытаются повлиять на мнение населения. Пропаганда играет на эмоциях людей для продвижения какой-то идеологии, обращаясь к страхам, желаниям, предрассудкам и иррациональным надеждам, а не используя рациональные аргументы, при этом создавая искаженный



Очевидно, мы не можем иметь взвешенное, основанное на доказательствах мнение по поводу всего на свете. Когда мои друзья или коллеги часами обсуждают что-то вроде машин или новых приложений для смартфона, я чувствую себя не в своей тарелке. Я хочу обсуждать вещи, о которых на самом деле ничего не знаю, и обычно из этого получается чушь. Другими словами, в какой-то степени мы все несем ее

---

образ мира. Как и лжец, пропагандист знает правду и ограничивает или искажает ее, чтобы повлиять на окружающих. В отличие от них, несущий чушь никак не озабочен истиной и не использует свои слова как инструмент убеждения. Как предполагал Франкфурт, иногда люди склонны нести чушь, чтобы посмотреть на реакцию окружающих или просто из любопытства (каково это – нести чушь). Хотя пропаганда и может включать в себя элементы чуши, не вся чушь – пропаганда. Petty, R. E., Wells, G. L., Brock, T. C. «Distraction can enhance or reduce yielding to propaganda: Thought disruption versus effort justification». *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 874–884, 1976. Пратаканис А., Аронсон, Э. «Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление». Прайм-ЕВРОЗНАК, 1999. Sussman, G. «Introduction: The propaganda society». В *The propaganda society: Promotional culture and politics in global context* (под ред. G. Sussman), 1–21. Peter Lang Publishing Inc, 2011. Карл Саган иногда называет чушь «чепухой» (англ. *baloney*). Тем не менее чушь отличается от подобных ей синонимов, включая дезинформацию или ерунду. См.: Саган, К. «Мир, полный демонов: Наука – как свеча во тьме». – Альпина Паблишер, 2018. Отсутствие внимания к доказательствам – характеристика несущего чушь, и не стоит ее путать с социопатическим поведением. Социопат не обращает внимания на правила общества вообще, на законы и права окружающих. Помимо этого они зачастую не чувствуют вины и склонны к жестокости. Вероятно, социопаты часто несут чушь, но при этом чушь сама по себе не является признаком социопатии. Mealey, L. «The sociobiology of sociopathy: An integrated evolutionary model». *Behavioral and Brain Sciences*, 18, 523–599, 1995. Pemment, J. «Psychopathy versus sociopathy: Why the distinction has become crucial». *Aggression and Violent Behavior*, 18, 458–461, 2013.

– это неизбежная часть жизни. И, несмотря на это, я постараюсь рассказать: как и почему появляется чушь, что крайне важно во времена, когда доказательства и рациональные рассуждения не могут догнать распространяющуюся чушь в нашу эру скоростной коммуникации.

### **Чушь отличается от лжи**

Допустим, вы собираетесь купить машину и отправляетесь в салон подержанных автомобилей. Дилер показывает одну и рассказывает о ее характеристиках: кажется, она хорошо сохранилась, пробег всего около 25 000 км, в общем, выглядит неплохим предложением. Неужели вам повезло наткнуться на машину, которую отдают практически даром, или тут какой-то подвох? Вы уже влюблены в авто, но вас беспокоит ее история и подозрительно низкая цена. Дилер говорит: «Предыдущий владелец тоже был очарован этой машиной и заботился о ней. Но у него были финансовые проблемы, так что пришлось продать. Выгодное предложение, не сомневайтесь». Однако вас что-то смущает. Дилер не только зарабатывает на продажах, он еще и выглядит почти таким же счастливым за вас, как и вы сами. Врет или просто несет чушь?

Быстрая проверка по официальным базам данных, таким как *Carfax* (предоставляет историю обслуживания автомобиля, любые зарегистрированные ДТП с ее участием, а также, например, повреждение от дождя) – важный шаг перед при-

нятием решения о покупке. Единственный способ определить, врет ли дилер, – определить, насколько он заботился о правдивости утверждений. Не сама правдивость или ложность заявления определяют, ложь это или чушь. Дело в том, что на самом деле знал дилер и что решил рассказать. Если знал правду, но сказал другое, это ложь. А вот если он и не заботился о том, что на самом деле правда, и говорил что попало – это чушь. Если после обзора *Carfax* вы спросите дилера о ДТП, а он ответит: «Да мы не смотрели детальную историю» или что предыдущий владелец говорил о несерьезном случае, но рама не пострадала, то воспринимайте сделку как «горячий пирожок», который надо немедленно отбросить. На самом деле дилеры подержанных машин не могут знать о повреждениях больше отчета *Carfax*. К тому же, если он говорит, что не смотрел историю машины, вряд ли он заплатил \$350 за проверку перед покупкой, которая показала бы возможные повреждения рамы – ведь это отличный признак, что к чему-либо другому (трансмиссия и дорогие части двигателя) надо относиться с осторожностью. А когда дилер не озаботился проверкой подобных характеристик продаваемой машины, он не обязательно врет. Скорее всего, просто несет чушь.

Важное отличие врунов заключается в мотивации. По сути, и те, и другие, могут говорить одно и то же. Когда дилер сообщает что-то ложное про состояние автомобиля, он врет. А когда говорит то же, не заботясь об истине или до-

казательствах в пользу того, во что верит, он несет чушь. В отличие от лжеца, несущий чушь может сказать и правду, сам того не зная, ведь он не обращает внимания на истинность утверждений или необходимость их подкрепления доступными доказательствами (или же подтвержденными знаниями). На самом деле и лжец, и несущий чушь нас обманывают, ведь *кажется*, будто их волнует истина. Однако, по определению, лжец пытается ее скрыть. Чтобы в этом преуспеть, он искажает представление о реальности и пытается запомнить свою ложь. Несущий чушь этим не озабочен, потому что зачастую верит собственным словам. Подумайте, насколько проще было бы обманывать, если бы вы были не обременены знанием правды или пониманием, что лжете. Ложь бы не ощущалась.

Мысль, что люди проводят границу между чушью и ложью подтверждается нашей эмоциональной реакцией на них. Обманутые лжецами обычно злятся, а за ложью могут быть серьезные последствия. Однако, когда люди несут чушь, их адресаты обычно закрывают на это глаза и предполагают, будто на них это не действует. Мотивы сильно различаются, и люди чувствуют это.

Лжецы специально искажают или скрывают правду, а чушь никак не соотносится с правдой намеренно (и может быть даже правдивой).

Из-за лжи вас могут уволить, а благодаря чуши повысить до генерального директора – или даже до президента!

## В окружении несущих чушь

Мы привыкли ожидать, что политики или медийные персоны несут чушь, и в то же время не ожидаем масштабной чуши от тех, кто находится рядом. При этом вокруг много людей, которые несут ее по чуть-чуть, делятся с нами лично, и этим оказывают огромное влияние на наше мышление. Если какой-нибудь политический аналитик в вечерних новостях скажет что-то – это одно, им ведь платят за интересные или провоцирующие высказывания, даже если это чушь. А когда те, с кем нам приходится взаимодействовать, наши знакомые, кому верим, говорят одно и то же, подобные высказывания могут повлиять на нас намного сильнее<sup>19</sup>.

Такое количество чуши вокруг может ошеломлять. Тем не менее важно понимать: есть различные сорта чуши. Я создал полезную табличку, которую назвал: *Мушиный Рейтинг Чуши*. В зависимости от градуса чуши, на нее может слететься от одной до трех мух. Как вы увидите, чем ее больше – тем больше мух. Если вы когда-нибудь были на ферме, сафари или в парке для собак, то, скорее всего, наблюдали корреля-

---

<sup>19</sup> Morgan, M., Grube, J. W. «Closeness and peer group influence». *British Journal of Social Psychology*, 30, 159–169, 1991. Reis, H. T., Collins, W. A., Berscheid, E. «The relationship context of human behavior and development». *Psychological Bulletin*, 126, 844–872, 2000. Smith, E. R., & Mackie, D. M. «Representation and incorporation of close others' responses: The RICOR model of social influence». *Personality and Social Psychology Review*, 20, 311–331, 2016.

цию между свойствами того, что животное после себя оставило, и количеством мух. Так же и с чушью: чем она мощнее, тем больше потенциальных и нежелательных последствий.

Мушиный Рейтинг Чуши прост в использовании: если подозреваете, будто какое-либо утверждение является чушью, вам надо задать себе следующие вопросы: «Если это утверждение окажется ложным, каким будет самое ужасное последствие?» Некоторая чушь *безвредна* и не приводит ни к каким последствиям, кроме эмоциональных (в нее верят или нет, можно опозориться, а слушатели закатят глаза в ответ), и привлекают только одну муху. Другая – *вредная*, так как может привести к нежелательному поведению, и заслуживает двух мух. Также может быть *опасной*, если последуют ложные убеждения и деструктивное поведение, например если она влияет на жизни окружающих. К ней летят три мухи. Количество насекомых, привлекаемое чушью, определяется степенью вреда, который она может причинить в случае, если окажется ложью.

Мушиный Рейтинг Чуши

Мухи	Тип	Определение	Пример
	БЕЗВРЕДНАЯ	безобидна; среднеоскорбительна; скорее всего, не принесет вреда	чушь о погоде
	ВРЕДНАЯ	несет в себе вредоносный потенциал, так как не согласуется с нормами морали или поведения; неприятная; отталкивающая	неправильные цифры
	ОПАСНАЯ	возможно и, скорее всего, принесет вред, травмы или другие негативные последствия	советы, способные привести к летальному исходу

К примеру, подумайте о том, как чушь можно использовать для *контроля подачи информации* – как вы влияете на восприятие события, рассказывая о нем так или иначе. Способ подачи очень важен: делая акцент на деталях или собственном отношении к ним, можно формировать мнение людей по данному поводу. Вне зависимости от того, как вы относитесь к президенту Дональду Трампу, он потрясающе умело контролирует подачу информации, используя чушь, и показывает пример всех трех уровней по Мушиному Рейтингу Чуши. Прекрасным носителем чуши Трампа делает не политическая позиция или взгляды, а то, как он говорит и делает выводы о вещах.

В январе 2017 года Трамп говорил о погоде во время его инаугурации: «Тогда почти шел дождь, он должен был всех

спугнуть, но Бог посмотрел с небес и изрек: “Во время твоей речи дождя не будет”. Когда он только начался, я подумал: “О нет”, и, пока читал первую строчку, на меня пару раз капнуло. Я подумал: “Ужасно, но как-нибудь разберемся”. На деле он сразу остановился. Это было прекрасно. А потом вышло солнце. Когда же я ушел, в ту же секунду пошел дождь. Ливень»<sup>20</sup>. Конечно, не стоит тратить время на проверку факта, что Бог остановил дождь, взглянув с небес, но ни одно из утверждений не основано на фактах. Трамп нес чушь, потому что хотел изобразить почти священную церемонию инаугурации, а не описать погоду в этот день. На деле дождь не прекратился сразу же, на протяжении речи было облачно<sup>21</sup>. Несмотря на то что свидетели, скорее всего, начнут закатывать глаза, от этой чуши никакого вреда, – и она относится к одной мухе, согласно нашему Мушиному Рейтингу.

Возможно, чтобы приукрасить собственный статус, Трамп хвастался и посещаемостью его инаугурации: «Серьезно, выглядело так, словно пришли полтора миллиона человек. Ну, сколько было, столько было, толпа стояла до мо-

---

<sup>20</sup> WhiteHouse.gov. Remarks by President Trump and Vice President Pence at CIA headquarters. *WhiteHouse.gov*, 21 января 2017 г.: <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-vice-president-pence-cia-headquarters/>.

<sup>21</sup> Dale, D. «The first 5,276 false things Donald Trump said as U.S. president». *Toronto Star*, 2 июня 2019 г.: <https://projects.thestar.com/donald-trump-fact-check/>.



нумента Вашингтону<sup>22</sup>. Все эти люди, включая телевидение и все такое, наверное, были самой большой толпой в истории... Они говорят, что я собрал самую большую толпу в истории инаугурационных речей»<sup>23</sup>. Можно предположить, что это субъективное мнение<sup>24</sup>. На самом деле, утверждения проверяемо. Разумеется, слово «они» может обозначать кого угодно, и тем не менее до сих пор не видно экспертов, утверждающих, будто Трамп собрал самую большую толпу в истории инаугурационных речей. И, что еще важнее, доказательства опровергают его заявления. Первая инаугурация президента Барака Обамы в 2009 году привлекла намного больше людей и лично, и к экранам телевизора<sup>25</sup>. Данная чушь относится к категории вредной, поскольку поощряет отсутствие фактической точности и ложные заявления, несмотря

---

<sup>22</sup> WhiteHouse.gov. Remarks by President Trump and Vice President Pence at CIA headquarters. WhiteHouse.gov, 21 января 2017 г.: <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-vice-president-pence-cia-headquarters/>.

<sup>23</sup> ABC News anchor David Muir interviews President Trump, ABC News, 25 января 2017 г.: <https://abcnews.go.com/Politics/transcript-abc-news-anchor-david-muir-interviews-president/story?id=45047602>.

<sup>24</sup> После того как пресс-секретарь Трампа Шон Спайсер упрекнул медиа в публикации информации о сравнительно небольшом количестве людей на инаугурации Трампа, Келлиэнн Конуэй, советник президента США, сказала NBC Meet the Press, что Спайсер не врал, а использовал «альтернативные факты».

<sup>25</sup> Dale, D. «The first 5,276 false things Donald Trump said as U.S. president». Toronto Star, 2 июня 2019 г.: <https://projects.thestar.com/donald-trump-fact-check/>; см. также статью на Wikipedia: Inauguration of Donald Trump: Crowd size: [https://en.wikipedia.org/wiki/Inauguration\\_of\\_Donald\\_Trump#Crowd\\_size](https://en.wikipedia.org/wiki/Inauguration_of_Donald_Trump#Crowd_size).

на наличие прямых свидетельств обратного. Помимо этого она дает неверное описание реально происходящих событий и поднимает «альтернативные факты» до статуса фактов, и поэтому ей присуждается две мухи по нашему рейтингу.

И, наконец, есть опасная чушь, например когда Трамп упоминал о лекарстве от COVID-19, но при этом предложил средства, способные навредить здоровью. На брифинге 23 апреля 2020 года он сказал: «И вот я вижу, как дезинфицирующее средство уничтожает его за минуту. Одну минуту. А нельзя ли сделать нечто подобное посредством введения внутрь или какую-то очистку? Видите ли, оно действует на легкие очень сильно. Было бы интересно проверить. Конечно, вы будете пользоваться советами врачей, но это кажется... мне это кажется интересным»<sup>26</sup>. У гипохлорита натрия, в форме бытовой хлорки и других средств для уборки, уровень pH – 12. Подобный уровень щелочности позволяет веществу оказывать сильное коррозионное действие. Принятие его внутрь повлечет за собой серьезные ожоги пищевода. В зависимости от количества, это может привести к смерти,

---

<sup>26</sup> WhiteHouse.gov. Remarks by President Trump, Vice President Pence, and members of the Coronavirus Task Force in press briefing. WhiteHouse.gov., 23 апреля 2020 г.: <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-vice-president-pence-members-coronavirus-task-force-press-briefing-31/>. Сообщение на русском: «Это безответственно и опасно: эксперты осуждают Трампа за предложение лечить от COVID-19 инъекциями антисептика (NBC News, США)», Иносми.ру, 24 апреля 2020 г.: <https://inosmi.ru/social/20200424/247328537.html>.

если медицинская помощь не будет оказана немедленно.

Если президент США предлагает людям принимать внутрь домашние химикаты, они могут воспринять это всерьез – и последовать совету. Поэтому практически сразу после утверждений Трампа на данную тему токсикологические службы, страховые компании, представители местного здравоохранения и производители бытовой химии выпустили ряд предупреждений, что употреблять дезинфицирующие средства в пищу нельзя. Тем не менее во многих токсикологических центрах было отмечено увеличение количества вызовов от людей, использовавших внутрь препараты с хлоркой. Некоторые медицинские эксперты полагают, что многие погибли, поверив в эту информацию<sup>27</sup>. После публичного осуждения за подобные высказывания Трамп попытался оправдаться тем, что говорил якобы с сарказмом<sup>28</sup>. И

---

<sup>27</sup> Glatter, R. «Calls to poison centers spike after the president's comments about using disinfectants to treat coronavirus». Forbes.com, 25 апреля 2020 г.: <https://www.forbes.com/sites/robertglatter/2020/04/25/calls-to-poison-centers-spike-after-the-presidents-comments-about-using-disinfectants-to-treat-coronavirus/?sh=29ec84021157>. Kluger, J. «Accidental poisonings increased after President Trump's disinfectant comments». Time.com, 12 мая 2020 г.: <https://time.com/5835244/accidental-poisonings-trump/>. Slotkin, J. «NYC Poison Control sees uptick in calls after Trump's disinfectant comments». NPR.org, 25 апреля 2020 г.: <https://www.npr.org/sections/coronavirus-live-updates/2020/04/25/845015236/nyc-poison-control-sees-uptick-in-calls-after-trumps-disinfectant-comments>. См также: Islam, S., et al «COVID-19–related infodemic and its impact on public health: A global social media analysis». American Journal of Tropical Medicine and Hygiene, 103, 1621–1629, 2020.

<sup>28</sup> WhiteHouse.gov. Remarks by President Trump at a

даже будь это правдой, лидеры, обладающие публичным влиянием, обязаны отвечать за информацию, которую озвучивают, поскольку могут подвергнуть людей опасности саркастической чушью.

Вне зависимости от политического положения, за словами человека должны стоять доказательства, и, если это правило нарушается, могут произойти ужасные вещи. Так что подобной чуши мы присуждаем три мухи. Она опасна, потому что может напрямую нанести вред людям, а также потенциально поощряет легкомысленное отношение к науке и медицине и защищает псевдонауку и альтернативную медицину: и то, и другое оказывает пагубное влияние на общество.

## Чушь о чистке зубов

Среди массовых убеждений людей я не могу найти пример более универсальный, чем польза чистки зубов. Наша вера в это – пример *культурного триуизма*. Это утверждения, в которые бо́льшая часть общества верит, не подвергая сомнению, и их редко приходится защищать: в них верят настолько безоговорочно, что люди даже не слышали каких-либо сомнений на этот счет.

---

signing ceremony for H.R. 266, Paycheck Protection Program and Health Care Enhancement Act. WhiteHouse.gov., 24 апреля 2020 г.: <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-signing-ceremony-h-r-266-paycheck-protection-program-health-care-enhancement-act/>.

Тем не менее исследование, проведенное группой психологов в университете Ватерлоо под руководством Майкла Росса, показало, насколько уязвимы подобные неисследованные утверждения<sup>29</sup>. В одном эксперименте Росс вместе с коллегами разделили участников на группы: одна прослушивала запись с аргументами в пользу чистки зубов, другие слушали запись с аргументами против, а несколько людей не слушали вообще. В первой говорилось, что регулярная чистка зубов укрепляет эмаль, а также защищает зубы и десны от болезней. Во второй – об опасностях чистки зубов: например, как абразивные пасты способны повлечь за собой разрушение эмали, а повреждение десен приводит к инфекциям и потере зубов, также подчеркивали, что зубная нить – лучшая альтернатива. После прослушивания записи участники возвращались в зал ожидания, чтобы принять участие во втором «не связанном с первым» этапе, в ходе которого заполняли опросник, проясняющий связь между типом личности и стилем жизни. В опросник были включены вопросы о различных видах активности в течение предыдущих двух недель. Среди многих вопросов о здоровье были такие: «Сколько раз вы чистили зубы за последние две недели?» Помимо этого надо было оценить по 9-балльной шкале, насколько важной, здоровой, полезной (или вредной) считали участники чистку зубов сразу после еды.

---

<sup>29</sup> Ross, M., McFarland, C., Fletcher, G. J. «The effect of attitude on the recall of personal histories». *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 627–634, 1981.

Росс с коллегами обнаружил нечто потрясающее. Как можно было предположить, участники, прослушавшие аргументы в пользу чистки зубов, а также те, кто не слушал никаких записей, относились положительно к данному процессу (9 и 8,5 балла по шкале соответственно). Помимо этого они «вспомнили», что за последние две недели чистили зубы в среднем 35,85 и 32,80 раз соответственно. И, напротив, участники, которые слушали аргументы против, показали нейтральное отношение (примерно середина шкалы – 4,75) и вспомнили, что за последние две недели чистили зубы в среднем только 28,62 раза (на 18 % меньше, чем остальные участники). Очевидно, аргументы, основанные на чужих, могут привести к ложным воспоминаниям о собственных привычках.

\* \* \*

Более 60 лет социальные психологи знают, что сопротивление атакам на культурные трюизмы (как чистка зубов) эффективно настолько, насколько люди мотивированы защищать убеждения и насколько опытни в этом<sup>30</sup>. Люди не имеют опыта, так как редко были вынуждены отстаивать собственное мнение, и не собираются начинать, так как их убеж-

---

<sup>30</sup> McGuire, W. «Inducing resistance to persuasion: Some contemporary approaches». В *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 1 (под ред. L. Berkowitz), 191–229, Academic Press, 1964.

дения кажутся неопровержимыми.

Этому и посвящена книга: вы поймете, что поиск доказательств и правды сыграет вам на руку, в отличие от поведения, при котором вы просто позволите людям нести вам чушь и купитесь на утверждения, несущие лишь хаос.

Если к концу книги вы скажете, что теперь будете задавать себе и окружающим важные критические вопросы, которые раньше не пришли бы вам в голову, моя цель выполнена.

В каждой из глав я покажу примеры обычной повседневной чуши, а затем продемонстрирую, как она играет на руку несущему ее и как негативно влияет на остальных. Помимо этого вы узнаете, что пишут в современных исследованиях социальной психологии на тему этих примеров. Не нужно быть ученым, чтобы лучше понимать чушь, но можно понять ее лучше, осознав принципы работы.

# 1. Цена чуши. Вино, наценка на чушь и Майерс-Бриггс

*Факты – упрямая вещь. Какими бы ни были наши желания, наклонности или позывы страстей, они не могут изменить ни самих фактов, ни показаний.  
Джон Адамс*

Представьте ситуацию: вы собираетесь купить мерло на особенный случай. Вы остановились на двух вариантах и читаете отзывы о каждом на сайте о вине:

«Третья партия резерва, заготовленная производителем, стопроцентное сортовое вино. Вкус разворачивается дымными нотками, оттенками малины и ежевики, кожи и табака, кедра и травы. Мягкая структура обволакивает насыщенный вкус. *Оценка: 93 балла*»<sup>31</sup>.

«Оттенки горького шоколада и графита выгодно сочетаются со спелыми вишневыми нотами. На нёбе вкус раскрывается свежим и умеренно танинным среднетелым вкусом.

---

<sup>31</sup> Boone, V. Jarvis 2012 Estate Grown Cave Fermented Reserve Merlot (Napa Valley). Wine Enthusiast, 1 марта 2017 г.: <https://www.wine-mag.com/buying-guide/jarvis-2012-estate-grown-cave-fermented-reserve-merlot-napa-valley/>.



Эlegantное и недооцененное вино, которое прекрасно зреет и будет прекрасно зреть дальше. Очаровательно уже сейчас. Употребить до 2030-го. *Оценка: 93 балла*»<sup>32</sup>.

Какое выберете? Первое – отзыв на Jarvis 2012 Estate Grown Cave Fermented Reserve Merlot (Napa Valley), \$200 за бутылку. Второе – the Pleil 2015 Ried Gerichtsberg Merlot (Niederösterreich), \$19 за бутылку. Отражают ли их описания ошеломительную разницу в цене?

В мультимиллионном винном бизнесе принято пользоваться подобными фразами. Большая часть производителей описывают его букет для передачи аромата. «Тело» или «вес» вина описывают содержание алкоголя. «Мягкое» или «хрустящее» зависит от кислотности. Вино можно назвать сочным, жевким, угловатым, дубовым, сравнить его с лучом лазера<sup>33</sup>, или – мое любимое – «интеллектуально насыщенным». Кому же морозной зимой не хочется отведать чего-то,

---

<sup>32</sup> Kriebiehl, A. (2020, March 1). Pleil 2015 Ried Gerichtsberg Merlot (Niederösterreich). Wine Enthusiast, 1 марта 2020 г.: <https://www.winemag.com/buying-guide/pleil-2015-ried-gerichtsberg-merlot-niederosterreich/>.

<sup>33</sup> Boiling, C. «A simple way to boost wine sales». InternationalWineChallenge.com, 8 октября 2019 г.: <https://www.internationalwinechallenge.com/Canopy-Articles/a-simple-way-to-boost-wine-sales.html>; Caputo, T. «Marketing matters: Wine competitions that help you sell». WinesVinesAnalytics.com, 1 октября 2007 г.: <https://winesvinesanalytics.com/columns/section/23/article/50637/Wine-Competitions-That-Help-You-Sell>; USA Wine Ratings. «How to market your wine awards». USA Wine Ratings, 14 сентября 2018 г.: <https://usawineratings.com/en/blog/insights-1/how-to-market-your-wine-awards-112.htm>.

напоминающего о посиделках у камина? Но есть ли польза от подобных описаний? Точны ли они? Для лучшего понимания, как вино разливают и продают, я провел много времени за изучением индустрии, в том числе разговаривая с людьми из винного бизнеса – производителями и продавцами.

Роберт Ходжсон – бывший профессор статистики Университета имени Гумбольдта, а также владелец *Fieldbrook Winery* на северо-западе Калифорнии, основанной в 1976 году. Это небольшое винодельческое хозяйство, продающее всего около 1500 ящиков вина в год, при этом обладающее рядом винодельческих наград. А в мире вин награды приносят не только престиж, но и значительно влияют на репутацию бренда, увеличивая его продажи: вина с бронзовой, серебряной или золотой наклейкой продаются в масштабах, до 7 раз превышающих продажи тех же вин без наклейки<sup>34</sup>.

Ходжсон, заинтересовавшись тем, как его вина получали золотые медали на одних конкурсах, притом что катастрофически проваливались на других, решил получить данные соревнований. Проанализировав их, он пришел к выводу, что медали, кажется, зачастую присуждались случайным образом и у каждого вина был шанс в 9 % выиграть золотую медаль в любом конкурсе.

В одном из экспериментов Ходжсон предложил сомелье

---

<sup>34</sup> Hodgson, R. T. «An examination of judge reliability at a major U. S. wine competition». *Journal of Wine Economics*, 3, 105–113, 2008.

попробовать вино из трех бокалов с закрытыми глазами<sup>35</sup>. Это было обязательным условием: так эксперты не смогли бы оценить вино по шкале 36 уникальных оттенков или по марке. Затем они оценили каждый экземпляр по стандартной 100-балльной шкале: хорошее (80–84 балла, серьезное, хорошо сделанное вино), очень хорошее (85–89 баллов, вино с особыми свойствами), выдающееся (90–94 балла, вино с превосходным характером и стилем) и самая высокая оценка – классика (95–100 баллов, великое вино).

В среднем оценки судей отличались друг от друга на 4 балла (плюс-минус). Но вот в чем дело: все три бокала были наполнены из одной бутылки. Тем не менее вино, оцененное на 92 балла в ходе первого испытания, та же эксперт оценивала на 88 или 96 в последующих. Некоторые из судей справились еще хуже. Только один из десяти экспертов постоянно оценивал одно и то же вино с разбросом в два балла. Впоследствии Ходжсон выяснил: судьи конкурса вин на Ярмарке штата Калифорния (один из самых старых и престижных винных конкурсов Северной Америки), чьи оценки казались наиболее последовательными в каждый отдельно выбранный год, показывали далеко не лучшие результаты в другие годы. Это позволяет предположить, что «последовательность» оценок в любой данный год не более чем случайность. Более того: меньше чем 10 % судей оказались способны повторить

---

<sup>35</sup> Morrot, G., Brochet, F., and Dubourdieu, D. «The color of odors». *Brain and Language*, 79, 309–320, 2001.

свою же оценку в рамках вин одной категории. Другие 10 % присуждали золотую медаль винам, которым до этого присудили бронзу.

Результаты, полученные Ходжсоном, не уникальны. Исследователь Фредерик Броше хотел выяснить, способны ли вкусовые рецепторы винных критиков отличить белое вино от красного. Он собрал 54 эксперта, попросив их описать ощущения от двух бокалов вина – красного и белого. На самом деле это было одно и то же белое, просто подкрашенное пищевым красителем. Естественно, так называемые эксперты описывали красное Броше в терминах, обычных для красных вин, называя его «джемовым» или упоминая «оттенки красных ягод». Ни один из 54 экспертов не определил, что красное на самом деле белое.

Какой вывод мы можем из этого сделать? Винные критики и судьи конкурсов вин – эксперты в данной области. Если они так непоследовательно оценивают вина и их так легко одурачить пищевым красителем, что говорить про нас? Мы с трудом можем назвать что-то настолько абстрактное, как вкус вина, точной наукой. Но в таком случае, если отсутствует конкретная шкала оценки и измеряемые качества, в винных конкурсах и профессиональных обзорах нет особого смысла.

Научный подход требует проверяемости и надежных стандартов, с которыми можно сравнивать образец.

Если винные эксперты не используют подобный подход, и

не факт, что отличат *Clos Pegase Merlot* от *Cannonball Merlot*, кажется, профессиональные описания так и будут множить чушь.

Помимо чтения описаний люди часто полагают, будто его качество напрямую коррелирует с ценой<sup>36</sup>. Поэтому отделу маркетинга достаточно сделать так, чтобы вино выглядело дорогим. Как и многие другие продукты, вино является товаром Веблена – это элитные продукты потребления, цены на которые нарушают традиционный закон спроса и предложения. Они пользуются спросом из-за дороговизны. Маркетологи прекрасно понимают: люди используют цену на товар как «правило большого пальца». Приобретая бутылочку на особенное событие, они могут выбрать напиток за \$80 вместо \$25, полагая, что более дорогое будет вкуснее.

Коко Крамм, бихевиоральный экономист из Массачусетского технологического института, рассмотрела связь между профессиональными отзывами о вине и его ценами. Она изучила слова, которыми описывали 3000 различных сортов (стоимостью от \$5 до \$200), пользуясь онлайн-агрегатором профессиональных отзывов<sup>37</sup>. Анализируя тексты, Крамм

---

<sup>36</sup> Quandt, R. E. «On wine bullshit: Some new software?» *Journal of Wine Economics*, 2, 129–135, 2007.

<sup>37</sup> Krumme, C. «A nose by any other name: Descriptors as signals for wine price». Доклад, представленный на третьей ежегодной конференции *American Association of Wine Economists* в Реймсе, Франция, 18–20 июня 2009 г. Подобные исследования см.: Ramirez, C. D. «Do tasting notes add value? Evidence from Napa Wines». *Journal of Wine Economics*, 5, 143–163, 2010.

определила, как часто там встречались отдельные слова и уникальные комбинации слов. Она обнаружила, что слова для описания дешевых вин и дорогих используются по-разному. Для дешевых чаще использовались такие характеристики, как *сочное, фруктовое, вкусное*, в различных описаниях, в то время как для дорогих использовались реже, иногда формируя новый вокабуляр. Дешевые описывались как *приятные, освежающие и доставляющие удовольствие*, а также рекомендовались к дешевым блюдам (курице или пицце). Дорогие же характеризовались как *насыщенные, подавательные*), использовались слова для передачи конкретного вкуса, *табак, шоколад*; слова, создающие впечатление эксклюзивности – *элегантное, ассамбляжное*, а также предлагались к более дорогим блюдам (моллюскам или стейку шатобриан). Опираясь на данные анализа, Крамм предложила такое описание дорогого вина: «Бархатистая шоколадная текстура, подчеркивающая притягательную многослойность, сочетается с кремовым ароматом. Это вино наполнено насыщенной черной смородиной и шелковистым рубиновым финишем. Роскошное, элегантное и обладающее множеством нюансов. Подавать со свининой и моллюсками».

Винным маркетологам легко выдавать чушь за что-то стоящее, так как большая часть потребителей знает мало. Если вы среди большинства, то верите, что вино становится лучше с возрастом, и наверняка удивитесь следующему: большая часть предназначена для того, чтобы пить сейчас. Напиток

не станет лучше со временем, наоборот, скорее всего, испортится. Есть небольшой ряд вин, которые разлиты в бутылки для дальнейшей выдержки, и, скорее всего, они слишком дороги для всех, кроме парочки энтузиастов. Если отложили на потом доступное вино, можно предположить, что его вкус не особо улучшится от вашего решения выдержать его в закрытой бутылке.

После обзора данных мы можем сделать два разумных вывода: во-первых, продажи вина в первую очередь связаны с продажами, а не с вином. Учитывая, что объем рынка вин США оценивается более чем в \$70 млрд, а мировой рынок – более \$350 млрд, чушь про вино играет на руку продавцам – и против наших кошельков. Однако есть и хорошие новости: теперь вы с чистой совестью можете покупать дешевое вино!

Мы сможем лучше понять, что нам нравится, собирая соответствующую информацию напрямую, а не слушая ерунду экспертов. Чтобы понять, какое вино нам нравится, надо перепробовать много вариантов. Если официант предложит *Screaming Eagle Cabernet Sauvignon* к вашему заказу, оно может вам очень понравиться. Но это не значит, что нет еще десятка сортов, которые понравятся больше. Единственный способ определить это – подойти к выбору как ученый и пробовать их самостоятельно. Вот два совета от винных магазинов. Правило номер один: пейте то, что нравится по вкусу. Правило номер два: пейте то, что можете себе позволить. Оба правила крайне разумны. Объедините их, и у вас полу-

чится серьезная стратегия по выбору вина.

## Наценка на чушь

Учитывая субъективность качества и цен на вино, я начал размышлять о ценах на товары в целом – а точнее, о наценках на них. Наценка – это соотношение цены товара или услуги с его продажной ценой. Так, например, розничная наценка – это разница между оптовой ценой (назначенной производителем при его продаже перекупщикам) и розничной (по ней перекупщик продает потребителю)<sup>38</sup>. Большая часть товаров и услуг продаются с определенной наценкой, и это обязательное условие, так как целью любого бизнеса является получение прибыли.

Но как исследователя чуши меня интересует рациональность наценки. Чтобы определить ее, надо понять исходный уровень, который будет служить образцом для сравнения. Моим ориентиром является тот факт, что приемлемая наценка для большинства товаров находится в диапазоне от 50 до 100 %<sup>39</sup>. Это значит, как правило, цена товара или услу-

---

<sup>38</sup>  $(\text{Розничная цена} - \text{Оптовая цена}) / \text{Оптовая цена} \times 100 \%$ . Розничная цена – та, которую платит потребитель, а оптовая цена – та, которую платит продавец, чтобы предоставить товар или услугу.

<sup>39</sup> Bond, R. L. «Finding the right price for your retail products». Entrepreneur.com, 25 мая 2008 г.: <https://www.entrepreneur.com/article/193986>. Наценка на открытки составляет 200 %, на картриджи для принтера – 300 %, на мебель – 400 %, на мини-бар в отеле – 400 %, на зарядку для телефона 672 %, попкорн в



ги больше для потребителя примерно в два раза, чем для перекупщика. Наценка в 50–100 % – достаточно рациональна для вложений и рисков, которые готов взять на себя перекупщик, а потребитель способен оплатить. Тем не менее слишком наивно полагать, будто все наценки варьируются в данном диапазоне. Покупка вина в ресторане обойдется наценкой примерно в 400 %. В результате многие выберут газировку, полагая, что сэкономят. При этом наценка на газировку в разы выше: около 1000 %.

Почти каждый товар или услуга предоставляются с наценкой, уже встроенной в цену.

Если она превышает сумму, способную покрыть расходы на бизнес и разумно определенную прибыль, это наценка на чушь. Например, часто при приобретении машин покупатели торгуются, пытаясь снизить изначальную цену, потому что понимают: дилеры, скорее всего, добавили огромную наценку, в свою очередь, ожидая, что покупатель начнет снижать эту цену. Подобная ситуация выгодна для всех: даже

---

кино – 900 %, очевидно слишком дорогие шапочка и мантия на день вручения дипломов – 1,011 %, на оправы для очков – 1,329 %, билет на игру New York Yankees – 1,567 %, кабель HDMI – 1,900 %, кофе в кофейне – 2,900 %, воду в бутылках – 4,000 %, на прозак – 4,451 %, на звонок экстрасенсу – 9,186 %, и на лечение кристаллами – 2,493,828 %; Cetron, A. «16 of the most outrageously overpriced products». Money Talks News, 25 августа 2019 г.: <https://www.moneytalksnews.com/19-of-the-most-outrageously-overpriced-products/>; Zhang, M. «37 products with crazy-high markups». Business Insider, 17 июля 2014 г.: <https://www.businessinsider.com/personal-finance/products-high-markups-2014-7>.

если покупатель снизит наценку в \$5000 на 50 %, дилер все равно выиграет \$2500 на продаже. Более того, если покупатель захочет добавить любые (но не обязательные и к тому же дорогие) услуги, например, продленная гарантия, противоугонная гравировка, сиденья в гоночном стиле, тормозные накладки или влагочувствительные дворники, наценка может взлететь обратно до \$5000, а то и превысить ее. С точки зрения продавца, наценка на чушь – либо их вишенка на торте, либо их хлеб с маслом. С точки зрения покупателя, такие наценки не имеют смысла.

В среднем за год наценки на чушь в форме умелого мошенничества обошлись потребителям в США более чем в \$800 млн, а средняя потеря на одного человека, жалующегося на это, превысила \$6000. Мошенничество – это попытки обмануть людей, сначала завоевав их доверие, а потом использовать его против них. Среди самых популярных способов – свидания и романтика, азартные игры, инвестиционные схемы, и более 80 % осуществляется по телефону или электронной почте<sup>40</sup>. Большинство мошеннических схем основаны на чистой лжи, предназначенной для обмана жертв. Многие схемы – это наценка на чушь, потому что они работают за счет установления доверия и обещаний потребителям, которые, как оказывается в дальнейшем, не выполня-

---

<sup>40</sup> Federal Bureau of Investigation Internet Crime Complaint Center. 2014 Internet Crime Report, 31 декабря 2014 г.: [https://www.fbi.gov/news/news\\_blog/2014-ic3-annual-report](https://www.fbi.gov/news/news_blog/2014-ic3-annual-report).

ются. Потребители вкладывают в среднем \$3,95 в сервисы по предсказанию будущего каждую минуту, но не получают никаких настоящих услуг или товаров в ответ<sup>41</sup>. Многие тарологи, гадалки, читающие по хрустальным шарам, и гандикаперы на скачках, продающие советы касательно ставок, редко считают свои услуги мошенничеством, так как действительно верят в свои методы предсказания будущего. Они верят в свою чушь. Но их услуги сопровождаются огромной наценкой: шансы на то, что информация, которую вы купите, будет представлять хоть какую-то ценность, не больше, чем шанс получить кругленькую сумму, если помочь кому-то по ту сторону океана вывести деньги из страны, используя данные собственной кредитки.

### **Почему люди платят наценку на чушь**

Психологи полагают, что есть как минимум три веские причины, почему люди не прислушиваются к голосу критического мышления и раскошеливаются на приличные суммы, платя подобную наценку: *выбор чуши вместо правды, услышал и поверил и сила интуиции.*

### **Выбор чуши вместо правды**

Иногда проще принять ерунду, чем бороться с ней.

Выбор чуши вместо правды вероятен в тех случаях,

---

<sup>41</sup> Miller, R. L., Balcetis, E. «Palm readers, stargazers, and scientists». *Skeptical Inquirer*, 29(5), 44–49, 2005.

когда чушь совпадает с нашими взглядами на мир или с надеждами.

Нам нравится то, что нравится, иногда это не соответствует истине или не подтверждается свидетельствами. Не редкость, что люди себя чувствуют комфортнее, заявляя, будто глобальное потепление – чушь и мистификация, чем принимая факты: льды тают, наводнения и засухи учащаются, джунгли Амазонки исчезают, а опасный метан высвобождается из отложений под дном океана, и все потому, что растет температура.

Когда моей дочери, Сидней, было 8 лет, я на неделю отправил ее в гольф-лагерь для детей. Всего за \$85 два профессиональных гольфиста 15 часов тренировали ее – отличная сделка. К концу недели они спросили, не хочу ли я записать дочку в гольф-клуб для детей. Они рассказали, что приглашают не всех детей, но, так как моя девочка обладает потрясающим талантом, ее позвали. Они дали мне буклет, посвященный детскому гольф-клубу, в котором описывались все услуги (\$200 за 12 часов тренировок в месяц). На следующий день позвонили, чтобы напомнить: в области женского гольфа тысячи университетских стипендий так и остаются неприсужденными, и в моей дочери они увидели невероятный потенциал. Тренеры описывали это как выигрышную для всех ситуацию. Однако их утверждения о навыках Сидней были абсолютно необоснованными. Я не только видел, что она ужасно играет, но и заметил, что она в десять

раз лучше играет в теннис. Мы начали играть, когда ей было четыре года, и я мечтал, чтобы она стала следующей Винус Уильямс. Но проблема заключалась в том, что Сидней хотела играть не в теннис, а в гольф. Мне было несложно притвориться, словно у нее прекрасный потенциал для гольфа. Хотя было бы легко поверить в ту чушь, которую несли профессионалы, и это дало бы повод спокойно тратить деньги на хобби дочери, я решил не выбирать чушь вместо правды. Я продолжил оплачивать ее уроки, потому что именно этим она хотела заниматься, а я хотел, чтобы дочка была счастлива, и не собирался вливать деньги в ее потенциальное будущее профессиональной спортсменки. По-настоящему выгодная для всех ситуация в том, что Сидней делала то, что ей нравится, а я не поверил в ерунду.

# 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.