

ДЕРЕК ТОМПСОН

ХИТ МЕЙКЕРЫ

Наука популярности в эпоху
развлечений

УДК 316.77+659.4
ББК 88.53
Т56

Derek Thompson
HIT MAKERS
The Science of Popularity in an Age of Distraction

Перевод с английского Владимира Кузина

Томпсон Д.

T56 Хитмейкеры : Наука популярности в эпоху развлечений / Дерек Томпсон ; [пер. с англ. В. И. Кузина]. – М. : Азбука Бизнес, Азбука-Аттикус, 2018. – 400 с. : ил.

ISBN 978-5-389-12598-8

Почему одни идеи становятся популярными, а другие остаются никому не известными?

От зарождения импрессионизма и до будущего Facebook, от скромных дизайнеров, торгующих на Etsy, и до происхождения «Звездных войн» — обращаясь ко всем этим и другим темам, старший редактор The Atlantic Дерек Томпсон подробно исследует скрытые механизмы развития культуры и раскрывает секреты создания мегауспешных проектов.

«Эта книга — о хитах, тех немногочисленных продуктах и идеях, которые добиваются исключительной известности и коммерческого успеха в популярной культуре и медиа. Главный ее тезис заключается в том, что, даже несмотря на огромное число песен, телешоу, блокбастеров, интернет-мемов и мобильных приложений, появляющихся, как иногда кажется, неизвестно откуда, на этот культурный хаос действуют несколько факторов: психология людей, которые любят то, что им нравится; социальные сети, через которые распространяются идеи; и экономика рынков культурных продуктов. Есть способ, позволяющий людям проектировать хиты, и, что не менее важно, способ, позволяющий другим людям узнавать, когда популярность создается искусственно». (Дерек Томпсон)

УДК 316.77+659.4
ББК 88.53

ISBN 978-5-389-12598-8

© 2017 by Derek Thompson

© Кузин В. И., перевод на русский язык, 2017

© Издание на русском языке, оформление.

ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус», 2018

Азбука Бизнес®

СОДЕРЖАНИЕ

Введение. ПЕСНЯ, КОТОРАЯ ПОКОРИЛА МИР	7
---	---

ЧАСТЬ I. РАЗУМ И ПОПУЛЯРНОСТЬ

1. ВЛАСТЬ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ	27
2. ПРАВИЛО МАУА	59
3. МУЗЫКА ЗВУКА	91
<i>ИНТЕРЛЮДИЯ. Мурашки</i>	118
4. РАЗУМ, СОЗДАЮЩИЙ МИФЫ — I: СИЛА ПОВЕСТВОВАНИЯ	125
5. РАЗУМ, СОЗДАЮЩИЙ МИФЫ — II: ТЕМНАЯ СТОРОНА ХИТОВ	147
6. РОЖДЕНИЕ МОДЫ	165
<i>ИНТЕРЛЮДИЯ. Краткая история тинейджеров</i>	190

ЧАСТЬ II. ПОПУЛЯРНОСТЬ И РЫНОК

7. РОК-Н-РОЛЛ И СЛУЧАЙНОСТЬ	201
8. МИФ О ВИРУСАХ	227
9. АУДИТОРИЯ МОЕЙ АУДИТОРИИ	253
<i>ИНТЕРЛЮДИЯ. Le Panache</i>	272
10. ЧЕГО ХОТЯТ ЛЮДИ — I: ЭКОНОМИКА ПРОРОЧЕСТВА	281
11. ЧЕГО ХОТЯТ ЛЮДИ — II: ИСТОРИЯ ПИКСЕЛЕЙ И ЧЕРНИЛ	307
<i>ИНТЕРЛЮДИЯ. Бродвей, 828</i>	335
12. БУДУЩЕЕ ХИТОВ: ИМПЕРИЯ И ГОРОД-ГОСУДАРСТВО	342
Благодарности	372
Примечания	373

ЧАСТЬ I

РАЗУМ И ПОПУЛЯРНОСТЬ

ВЛАСТЬ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ

Слава и знакомство с объектом —
в живописи, музыке и политике

Однажды осенним дождливым утром я прогуливался по выставке импрессионистов в вашингтонской Национальной галерее искусства. Глядя на прославленные полотна, я внезапно задался вопросом, который, по-видимому, возникал у многих посетителей музея: *почему именно эта вещь так знаменита?*

Я стоял перед «Японским мостиком» Клода Моне. На картине изображен синий мост над изумрудным прудом, расцвеченным желтыми, розовыми и зелеными пятнами водяных лилий. Я не мог не узнать этот вид. В одной из моих любимых с детства иллюстрированных книг было несколько рисунков водяных лилий, выполненных Моне. К тому же картину нельзя было проигнорировать из-за двух молодых людей, продававшихся через толпу пожилых посетителей, чтобы рассмотреть ее поближе. «Йес!» — сказала девушка, поднимая свой телефон на уровень лица, чтобы сделать снимок. «О! — воскликнул высокий кудрявый юноша, стоявший за ней. — Это известная картина!» Другие студенты, услышав их возгласы, через несколько секунд столпились вокруг Моне.

В соседних залах работала выставка другого художника-импрессиониста — Гюстава Кайботта. Здесь оказалось гораздо тише и спокойнее. Не было студентов, не было экзотических восклицаний узнавания, только многозначительные «mmm-хмм» и одобрителные кивки. Кайботт не имеет такой мировой известности, как Моне, Мане или Сезанн. На афише перед входом в Национальную галерею он был назван «возможно, наименее известным французским импрессионистом» [18].

Но картины Кайботта отличаются изысканностью. Они импрессионистические, но не такие размытые, будто на фотоаппарате настроили более точную фокусировку. Нередко, рисуя вид из окна, он изображал многоцветную урбанистическую геометрию Парижа XIX в. — желтые ромбовидные кварталы домов, белые тротуары и умытые дождем, блестящие на солнце бульвары. Современники ставили его в один ряд с Моне и Ренуаром. Великий французский писатель Эмиль Золя, ценивший «деликатные мазки цвета» импрессионистов, называл Кайботта «одним из сильнейших членов группы». Однако спустя 140 лет Моне оказался в числе самых знаменитых художников мира, в то время как Кайботт остается относительно малоизвестным.

Это загадка: два художника-бунтаря представили свои картины на одной и той же выставке импрессионистов в 1876 г. Оба считались одинаково талантливыми и многообещающими. Но водяные лилии одного художника стали мировым культурным хитом — их изучают историки искусства, они присутствуют в книгах по живописи, привлекают внимание студентов и обязательно включаются в маршруты всех экскурсионных туров по Национальной художественной галерее, а другой художник остается малоизвестным большинству посетителей музеев. Почему?

Долгие века философы, художники и психологи изучали современное искусство, чтобы узнать правду о красоте

и популярности. По понятным причинам многие сосредоточивали внимание на живописи. Но изучение цветowych пятен Моне и мазков Кайботта не скажет вам, почему один из них знаменит, а другой — нет. Вы должны смотреть глубже. Известные полотна, песни-хиты и блокбастеры, которые, как кажется, без усилий плывут по поверхности культурного сознания, имеют свой скрытый генезис; ведь даже у водяных лилий есть корни.

Когда группа исследователей из Корнеллского университета изучала историю импрессионизма, она обнаружила удивительный факт, отличавший большинство знаменитых художников от остальных [19]. Речь не шла об их социальных связях или их известности в XIX в. Здесь было кое-что более тонкое. И началось все с Кайботта.

Гюстав Кайботт родился в богатой парижской семье в 1848 г. В молодости он изучал право и инженерные науки, а затем служил в армии во время Франко-прусской войны. Но вскоре он обнаружил в себе страстное желание рисовать и огромные способности к живописи.

В 1875 г. он представил картину «Паркетчики» в Академии изящных искусств в Париже. На картине падающий из окна свет освещает голые спины нескольких мужчин, работающих стоя на коленях: они строгают темно-коричневые доски пола в пустой комнате, и снятая стружка свивается в спирали позади их ног. Но картина была отвергнута. Позднее один критик так резюмировал причину отказа: «Рисуйте обнаженные фигуры, но фигуры красивые, или не рисуйте их вовсе».

Импрессионисты — или, как их также называл Кайботт, *les Intransigents* (непримиримые) — выразили свое несогласие. Некоторые из них, включая Огюста Ренуара, с одобрением восприняли картину и предложили Кайботту выставиться вместе с другими бунтарями. Он быстро подружился с наиболее яркими молодыми художниками той эпохи, в том

числе с Моне и Дега, и стал покупать десятки их полотен в то время, когда ими интересовались очень немногие богатые европейцы.

На автопортрете Кайботт изобразил себя человеком средних лет с короткой стрижкой и лицом, которое напоминает формой наконечник стрелы, увенчанный внизу острой седой бородкой. Печальное спокойствие окрашивало всю его внутреннюю жизнь. Убеденный, что умрет молодым, Кайботт в своем завещании просил Французское государство принять его художественную коллекцию и разместить около семидесяти импрессионистских полотен в национальном музее [20].

Его страхи были не беспочвенны. Кайботт умер от апоплексического удара в 1894 г. в возрасте сорока пяти лет. Его посмертный дар включал шестнадцать полотен Моне, восемь Ренуара, восемь Дега, пять Сезанна, четыре Мане, а также восемнадцать Писсарро и девять Сислея [21]. Нетрудно представить, что его коллекция в XXI столетии была бы оценена на аукционе Кристи в несколько миллиардов долларов.

Но в то время она вызывала гораздо меньше интереса. В своем завещании Кайботт поставил условие, чтобы все картины были размещены в Люксембургском музее в Париже. Несмотря на то что его душеприказчиком был Ренуар, французское правительство первоначально отказалось принять коллекцию Кайботта.

Французская элита, включая консервативных критиков и даже известных политиков, считала этот дар вызывающим, если не откровенно нелепым. Да кто такой этот наглец, вознамерившийся после своей смерти заставить французское правительство развесить грубую мазню на стенах национального музея? Несколько профессоров Школы изящных искусств пригрозили отставкой, если государство примет в дар полотна импрессионистов. Жан-Леон Жером, один из виднейших художников-академистов того времени, проклинал дар Кайботта, заявляя: «Если государство примет такую

мерзость, это будет непростительным упущением с точки зрения морали».

Но что такое история искусства, если не одно ослабление требований морали за другим? После нескольких лет борьбы с государством и семьей самого Кайботта из-за посмертного дара художника Ренуар сумел убедить французское правительство взять около половины коллекции. В итоге в число принятых картин вошли восемь полотен Моне, семь Дега, семь Писсарро, шесть Ренуара, шесть Сислея, два Мане и два Сезанна.

Когда картины наконец-то были выставлены в новом крыле Люксембургского музея, они стали первой официальной выставкой импрессионистов во Франции и во всей Европе [22]. Публика заполняла залы музея, чтобы увидеть искусство, которое она прежде поносила или просто игнорировала. Долгая битва вокруг наследия Кайботта (пресса назвала ее делом Кайботта) окончилась так, как он сам, должно быть, мечтал: она привлекла беспрецедентное внимание и даже вызвала некоторое уважение к его *непримиримым* друзьям.

Через сто лет после выставки коллекции Кайботта психолог из Корнеллского университета Джеймс Каттинг подсчитал репродукции картин импрессионистов в сотнях книг, имевшихся в университетской библиотеке. Изучив около 15 000 репродукций, он сделал «однозначный» вывод о том, что было семь («и только семь») основных художников-импрессионистов, имена и работы которых встречались гораздо чаще, чем имена и работы их коллег. В эту семерку вошли Моне, Ренуар, Дега, Сезанн, Мане, Писсарро и Сислей. Без сомнения, это был канонический список ведущих импрессионистов.

Что обеспечило особое положение этим семерым художникам? У них не было общего стиля. Они не получали одинаковых похвал от критиков того времени и не страдали в равной мере от цензуры. Нет сведений о том, что эти семеро

тесно общались между собой, собирали исключительно картины друг друга или выставлялись всегда вместе. По-видимому, самых знаменитых импрессионистов объединяло только одно.

Семь ключевых фигур импрессионизма были теми семью художниками, картины которых входили в коллекцию Кайботта, завещанную государству.

В 1994 г., ровно через сто лет после смерти Кайботта, Джеймс Каттинг стоял перед одной из самых известных картин парижского музея Орсе и задавался тем же вопросом: *почему эта вещь так знаменита?*

Картиной, привлечшей его внимание, был «Бал в Мулен де ла Галетт» Ренуара. На этом полотне размером 1,2 × 1,8 м показано множество хорошо одетых парижан, которые вальсируют, пьют лимонад и толпятся вокруг столиков в ярком свете воскресного дня в открытом танцевальном зале, расположенном на Монмартре.

Каттинг мгновенно узнал картину. Но что было в ней такого особенного помимо ее узнаваемости? Действительно, «Бал в Мулен де ла Галетт» поглощает внимание зрителя, признавал он, но эта работа безусловно не была лучше работ менее знаменитых коллег Ренуара, выставленных в соседних залах.

«Я действительно пережил момент озарения, — рассказывал мне Каттинг. — Я понял, что Кайботт владел не только «Балом в Мулен де ла Галетт», но также и многими другими полотнами из собрания музея, которые стали всемирно известными».

Он вернулся в Итаку, чтобы проверить свою идею. Вместе с помощниками он просмотрел тысячу книг по живописи импрессионистов в библиотеке Корнеллского университета, чтобы составить список художников, репродукции картин которых печатаются чаще всего. Так он пришел к выводу, что

канонический список художников-импрессионистов состоит из семи главных имен: Мане, Моне, Сезанна, Дега, Ренуара, Писсарро и Сислея — так называемой «семерки Кайботта».

Каттинг выдвинул гипотезу: смерть Кайботта помогла составить канонический список импрессионистов. Его дар Французскому государству создал своего рода рамку, через которую импрессионизм стали рассматривать поклонники живописи. Историки искусства сосредоточились на семерке Кайботта, поэтому значимость картин этих художников постепенно росла, в то время как другие оставались в тени. Работы семерки Кайботта вывешивались в более заметных местах в музеях, дороже продавались частным коллекционерам, выше ценились знатоками, чаще воспроизводились в художественных антологиях и препарировались бóльшим числом студентов. А те составили следующее поколение специалистов по живописи, передавая унаследованную славу семерки Кайботта все дальше и дальше*.

У Каттинга была и другая теория: тот факт, что посмертный дар Кайботта сформировал канонический список импрессионистов, указывает на некое глубокое и универсальное явление, касающееся медиа, развлечений и популярности. Люди предпочитают картины, которые они уже видели раньше. Публика любит искусство, которое потрясает воображение — причем потрясает зачастую благодаря эффекту узнавания.

Вернувшись в Корнелл, Каттинг проверил эту теорию. Он пригласил 166 человек с факультета психологии, которым

* В окончательный список картин, переданных Французскому государству, Ренуар включил два полотна Кайботта. Но они остались практически не замеченными большинством историков искусства, возможно, потому что были включены в последний момент. В монументальной «Истории импрессионизма» Джона Ревалда, опубликованной в 1946 г., рассказывается о посмертном даре Кайботта, но в качестве ведущих мастеров импрессионизма называется все та же семерка и практически ничего не говорится о художественном таланте самого Кайботта. — *Здесь и далее, если не указано иное, примеч. автора.*

показывал пары работ художников-импрессионистов. В каждой паре одна из показываемых работ была более «известной» — то есть с большей вероятностью появлялась в учебниках, имевшихся в Корнеллском университете. В шести случаях из десяти студенты отдавали предпочтение более известной картине.

Это могло означать, что известные картины лучше. Или же это могло означать, что студенты предпочитали канонические художественные произведения, потому что они были с ними лучше знакомы. Для проверки второго предположения Каттинг должен был создать среду, в которой студенты непреднамеренно, но регулярно подвергались бы воздействию менее известных картин подобно тому, как любители искусства с молодых лет непреднамеренно, но регулярно подвергаются воздействию канонических произведений импрессионистов.

Было найдено вполне разумное решение [23]. Группе студентов-психологов Каттинг многократно демонстрировал малоизвестные картины конца XIX в. Этой группе второкурсников неизвестные картины импрессионистов показывались *в четыре раза чаще*, чем известные. Так Каттинг пытался реконструировать альтернативную историю искусства, в которой Кайботт избежал преждевременной смерти, где его легендарный дар не размещался в специальном разделе музея и где случай не принес особую славу семерке Кайботта.

В конце второго курса Каттинг попросил 151 студента выбрать любимые картины из 51 пары. Результаты перевернули сложившиеся представления о классике с ног на голову. В 41 случае из 51 студенты уже не предпочитали наиболее известные произведения импрессионистов. Изумрудный магнетизм садов Моне, волнующая многоцветность Ренуара и гениальность Мане практически не смогли перевесить власть повторяющегося воздействия других полотен.

То, что посмертный дар Кайботта помог сформировать канон импрессионизма, удивительно еще по одной причине:

художник целенаправленно приобретал наименее популярные картины своих друзей. Он взял за правило покупать «преимущественно те работы своих друзей, которые казались особенно непродаемыми», — писал историк искусства Джон Ревалд. Например, Кайботт был единственным, кто согласился купить «Бал в Мулен де ла Галетт» Ренуара. Теперь картина, которую Кайботт спас от неизвестности и которая вдохновила Каттинга на его знаменитое исследование, считается шедевром. Проданная в 1990 г. на аукционе за \$ 78 млн, она стала вторым по стоимости произведением искусства, когда-либо купленным к тому времени. Вы — как и я — можете найти эту картину восхитительной, но ее каноническая слава неотделима от ее абсурдного везения, благодаря которому она оказалась в коллекции Кайботта.

Мэри Мортон, куратор отдела французской живописи в Национальной художественной галерее, организовала в 2015 г. выставку произведений Кайботта. Она сказала мне, что редкая демонстрация картин Кайботта могла способствовать его забвению и по другой причине: наиболее крупные коллекционеры живописи импрессионистов не пытались продавать его картины.

Одной из самых значительных закулисных фигур в истории импрессионизма был Поль Дюран-Рюэль, коллекционер и торговец, который выступал в роли единственного оценщика картин импрессионистов до того, как они стали всемирно знаменитыми. Его усилия по продаже работ Моне и других импрессионистов создавали и поддерживали активность на рынке картин, в то время как французские салоны и европейская аристократия считали стиль импрессионистов публичным оскорблением французского романтизма. Дюран-Рюэль добился большего успеха у американских коллекционеров. «В условиях развития промышленной революции и роста доходов недавно разбогатевшие люди заселяли просторные новые апартаменты в Париже и Нью-Йорке, — рассказывала

мне Мортон. — Им требовались предметы интерьера, которые были бы доступными по цене, красивыми и имелись бы в достаточном количестве, и картины импрессионистов удовлетворяли всем этим трем требованиям». Новое богатство создавало пространство для новых вкусов. Импрессионизм заполнял образовавшийся вакуум.

Но рост популярности импрессионистов у нуворишей не затронул Кайботта. Он унаследовал огромное состояние, и живопись была его страстным увлечением, а не источником средств к существованию. Известно более 2500 картин, рисунков и пастелей Мане. Ренуар, несмотря на свой жестокий артрит, оставил после себя 4000 работ. Кайботт написал около 400 картин и не слишком старался продать их коллекционерам или музеям. Его имя пребывало в неизвестности в начале XX в., хотя полотна его коллег находились в знаменитых картинных галереях и частных коллекциях благодаря эффекту, вызванному посмертным даром Кайботта.

Когда сегодняшние студенты узнают водяные лилии Моне, это демонстрирует эффект более чем столетней известности и постоянного воздействия на аудиторию. Кайботт наименее известен из всех французских импрессионистов. Но не потому, что он был не так талантлив, как остальные, а потому, что он предоставил своим друзьям возможность, от которой отказался сам: возможность постоянного воздействия на аудиторию.

На протяжении веков ученые и философы пытались свести сложность понятия о красоте к простой и ясной теории.

Одни были сторонниками четких форм и формул. В Древней Греции философы полагали, что красоту можно описать количественно и что она скрыта в структуре наблюдаемой Вселенной. Другие, склонные к мистическим объяснениям, утверждали, что число 1,61803398875..., известное также как золотое сечение, способно объяснить визуальное совер-

шенство таких объектов, как греческие цветочные орнаменты, римские храмы и современные девайсы от компании Apple. Сторонники этой точки зрения считали, что мир наполнен подобными тайнами и уравнениями. Платон утверждал, что физический мир — это несовершенная реплика идеального мира. Даже самое гениальное произведение искусства или самый великолепный закат — лишь результат стремления к недостижимо совершенной форме Красоты как таковой. В 1930-х гг. математик Джордж Дэвид Биркхоф зашел настолько далеко, что предложил формулу для написания стихов: $O = aa + 2r + 2t - 2ae - 2ce^*$. (Маловероятно, что кому-то с помощью этой формулы удалось написать стихотворение, заслуживающее прочтения.)

Есть ли в действительности уравнение, скрытое в устройстве Вселенной, которое объясняет, почему нам нравится то, что нам нравится? Многие в этом сомневались. Были скептики, утверждавшие, что красота всегда субъективна, что она заключается в самом человеке, а не в математических формулах. Философ Давид Юм утверждал, что «поиски подлинной красоты или подлинного безобразия столь же бесплодны, как и претензии на то, чтобы доподлинно установить, что сладко, а что горько». Философ Иммануил Кант соглашался с тем, что красота субъективна, но указывал, что люди имеют эстетическое «суждение». Представьте, что вы слушаете завораживающую песню или стоите перед прекрасной картиной. Способность восхищаться противоположна тупоумию. Наслаждение — это разновидность размышления.

* В формуле поэзии aa означает аллитерацию и ассонанс, r — рифмование, t — музыкальность, ae — избыток аллитераций и ce — избыток согласных звуков. Перед тем как использовать ее в качестве модели для написания вашего сонета, примите к сведению, что это уравнение ставит Доктора Сьюза выше Уолта Уитмена, а «Братца Якоба» — выше большинства стихов Эдварда Эстлина Каммингса.

В спорах между изобретателями формулы красоты и скептиками долгое время игнорировался голос ученых. Строгие научные данные не использовались в этих дискуссиях, пока в середине XIX в. на сцену не вышел полуслепой немецкий врач Густав Теодор Фехнер, который в процессе исследования художественного вкуса помог заложить основы современной психологии.

В 1860-х гг. Фехнер намеревался открыть законы красоты для себя самого. Его методы были уникальны, потому что при изучении человеческих предпочтений лишь немногие догадывались просто спросить людей о том, что им нравится. Его самый известный эксперимент был связан с использованием различных фигур. Он спрашивал людей разных возрастов и профессий, какие прямоугольники они считают самыми красивыми. (Это были дни зарождения психологии как науки.) Фехнер заметил следующую закономерность: людям нравились прямоугольники с пропорциями, соответствующими золотому сечению, то есть когда длина примерно в 1,6 раза больше ширины.

Было бы заманчиво сообщить, что первое исследование в истории психологии завершилось триумфом. К сожалению, наука не застрахована от ошибок, и вывод Фехнера служит ярким тому подтверждением. Другие ученые многократно безуспешно пытались получить тот же результат. Не у всех отцов-основателей есть заслуживающие почтения идеи.

Результаты Фехнера были фальсифицированы, но его инстинктивное устремление было правильным: ученые должны изучать человека, задавая ему вопросы о его жизни и его идеях. Со временем этот принцип позволил сделать множество полезных выводов. В 1960 г. психолог Роберт Зайонц провел серию экспериментов, в ходе которых он показывал людям бессмысленные слова, произвольные фигуры и напоминающие китайские иероглифы символы и спрашивал, какие из них выглядят более привлекательными. Раз за разом

люди выбирали те слова и изображения, которые они видели чаще всего. Это не были прямоугольники с идеально прямыми углами. Это не были идеально выписанные иероглифы. Люди просто предпочитали фигуры и слова, которые они видели чаще всего. Их предпочтения были отражением тяги к хорошо знакомому.

Это открытие, получившее название «эффект знакомства с объектом», — одно из самых важных в современной психологии. Люди не просто предпочитают друзей незнакомцам или привычные запахи непривычным. Сотни исследований, проведенных по всему миру, показали, что люди предпочитают знакомые формы, ландшафты, потребительские товары, песни и человеческие голоса. Люди остро реагируют даже на непривычные изображения их собственных лиц. Человеческое лицо слегка асимметрично, а это значит, что фотография запечатлевает немного не то, что мы видим в зеркале. Люди иногда морщатся, когда рассматривают свои фотографии, и, как показали многие исследования, считают более привлекательным свое отражение. Но действительно ли зеркальная поверхность показывает ваше лицо объективно более красивым? Вероятно, нет. Это просто лицо, которое вам нравится, потому что вы привыкли видеть его именно таким. Предпочтение знакомому настолько универсально, что многие думают, будто оно записано в генетическом коде человека с тех давних времен, когда наши далекие предки добывали пропитание в саванне. Эволюционное объяснение этого эффекта просто: если вы узнаете животное или растение, значит, в прошлый раз оно вас не убило.

Философ Мартин Хайдеггер как-то сказал: «Каждый человек рождается подобным многим, но умирает неповторимым». Некоторые из предпочтений разделяют почти все дети — например, к сладкому и к гармонии без диссонанса [24]. Но

вкусы взрослых очень разные, во многом из-за того, что они формируются жизненным опытом, а каждый человек страдает и наслаждается жизнью особенным образом. Люди рождаются похожими, а умирают неповторимыми.

Нет ничего важнее для выживания племени охотников и собирателей, чем размножение и безопасное перемещение с места на место [25]. Давайте рассмотрим эти два краеугольных вопроса их психологии — «Что делает лицо красивым?» и «Что делает местность живописной?», — чтобы понять возможные причины пристрастия к привычному.

Считается, что людям нравятся симметричные лица. Но одна лишь тождественность правой и левой сторон лица не становится определяющим показателем красоты. Задумайтесь: можете ли вы сказать, насколько симпатичен человек, если вы видите только одну сторону его лица? А если придать непривлекательному лицу идеальную симметрию, это не сделает его красивым. Более строгое научное объяснение красоты заключается в том, что людей привлекают лица, которые выглядят похожими на множество других лиц.

Именно средняя внешность воспринимается как действительно красивая. Несколько исследований, в которых использовался метод компьютерного моделирования, показали, что смешение многих лиц людей одного пола позволяет создать более привлекательный облик, чем у каждого индивида в отдельности. Если смешать изображения многих исключительно красивых людей, то полученное изображение будет еще более прекрасным [26]. Так что же такого красивого в среднем лице? Ученые не дают точного ответа на этот вопрос. Возможно, причина имеет эволюционный характер, и воплощение в одном лице многих предполагает генетическое многообразие. Но в любом случае восприятие привлекательности — это универсальная, а может быть, и врожденная характеристика. Обследования взрослых и детей в Китае,

Европе и Соединенных Штатах показали, что средние лица считаются наиболее привлекательными*.

Однако за пределами среднего вкусы могут быть очень разными: пирсинг, губная помада или челка не обязательно нравятся абсолютно всем, хотя тысячи людей во всем мире считают, что эти ухищрения позволяют им выглядеть по-настоящему соблазнительными. Многие люди полагают, что очки повышают их сексуальную привлекательность, но очки — это следствие эволюционного дефекта. Необходимость использования специальных оптических устройств в повседневной жизни сигнализирует о плохих генах, отвечающих за остроту зрения. Древние охотники и собиратели, вероятно, не прельстились бы обладательницей проволочной конструкции, закрепленной на ее носу и ушах для фиксации оптических линз, но это не снижает популярности мифа о сексуальности библиотечарш, носящих очки. Если биологические предпочтения действительно существуют, то они подобны мягкой глине, которой культура может придать множество разных форм.

Еще одна тема, позволяющая наблюдать, как расходятся с возрастом изначально одинаковые предпочтения, — это представления о красивом пейзаже. Глобальное исследование, где использовались изображения разных ландшафтов, в том числе джунглей, саванны и пустынь, показало, что детям во всем мире нравятся одни и те же виды. Это саванна с отдельными деревьями, которая напоминает восточноафриканский пейзаж, где, вероятно, появились первые особи *Homo sapiens*. По-видимому, люди рождаются с тем, что профессор философии искусства Денис Даттон называет «всеобщими плейстоценовыми пристрастиями в вопросах ландшафта» [27].

* Вы можете отправить своей возлюбленной валентинку, подписанную так: «Твое лицо является идеально средним во всех отношениях». Но когда она соберется уйти от вас навсегда, пожалуйста, не говорите ей, что это моя книга подкинула вам такую идею.

Научно-популярное издание

Дерек Томпсон

ХИТМЕЙКЕРЫ

Наука популярности
в эпоху развлечений

Выпускающий редактор Н. Галактионова

Редактор О. Нестерова

Художественный редактор С. Карпухин

Технический редактор Л. Сеницына

Корректоры О. Левина, С. Луконина

Компьютерная верстка Т. Коровенковой

ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус» –
обладатель товарного знака «Азбука Бизнес»
115093, Москва, ул. Павловская, д. 7, эт. 2, пом. III, ком. №1
Тел. (495) 933-76-01, факс (495) 933-76-19
E-mail: sales@atticus-group.ru

Филиал ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус» в г. Санкт-Петербурге
191123, Санкт-Петербург, Воскресенская набережная, д. 12, лит. А
Тел. (812) 327-04-55
E-mail: trade@azbooka.spb.ru

ЧП «Издательство «Махаон-Украина»
Тел./факс (044) 490-99-01
e-mail: sale@machaon.kiev.ua
www.azbooka.ru; www.atticus-group.ru

Знак информационной продукции
(Федеральный закон № 436-ФЗ от 29.12.2010 г.)

16+

Подписано в печать 05.02.2018. Формат 60×90/16.

Бумага писчая. Гарнитура «Charter ГТС».

Печать офсетная. Усл. печ. л. 25,0.

Тираж 3000 экз.

B-AZB-20631-01-R. Заказ №

Отпечатано в соответствии с предоставленными материалами
в ООО «ИПК Парето-Принт». 170546, Тверская область,
Промышленная зона Боровлево-1, комплекс № 3А
www.pareto-print.ru