

---

# КРАСОТА: ПРЕДИСЛОВИЕ

---

*Несколько слов о том, что вдохновило нас на написание этой книги и почему мы считаем, что вам нужно это прочитать*



6

---

1.

## ЧТО ТАКОЕ КРАСОТА?

---

*Подробная информация об определении красоты различными людьми в различные времена*



10

---

2.

## КРАТКАЯ ИСТОРИЯ КРАСОТЫ

---

*О влиянии красоты на ход истории, начиная с тех времен, когда человека еще с трудом можно было назвать «разумным»*



30

---

3.

## ВОСПРИЯТИЕ КРАСОТЫ

---

*Исследование того, как мы ощущаем красоту в самых разных формах — от искусства, архитектуры и моды до упаковки пищевых продуктов*



84

---

---

4.

## ГЛАЗА СМОТРЯЩЕГО

---

*Доказательства того, что люди  
сходятся в оценке прекрасного,  
несмотря ни на какие различия*



116

---

5.

## ПРЕОБРАЖАЮЩАЯ КРАСОТА

---

*Красота способна не только улучшить настроение.  
Она существенно влияет на наше поведение.  
Трансформирует нас*



150

---

6.

## КРАСОТА: АРХИВ

---

*Примеры того, что мы считаем  
красивейшими из достижений искусства,  
архитектуры и дизайна*



178

---

7.

## ПРОЕКТ «BEAUTY»

---

*Наш манифест и планы*



266

---

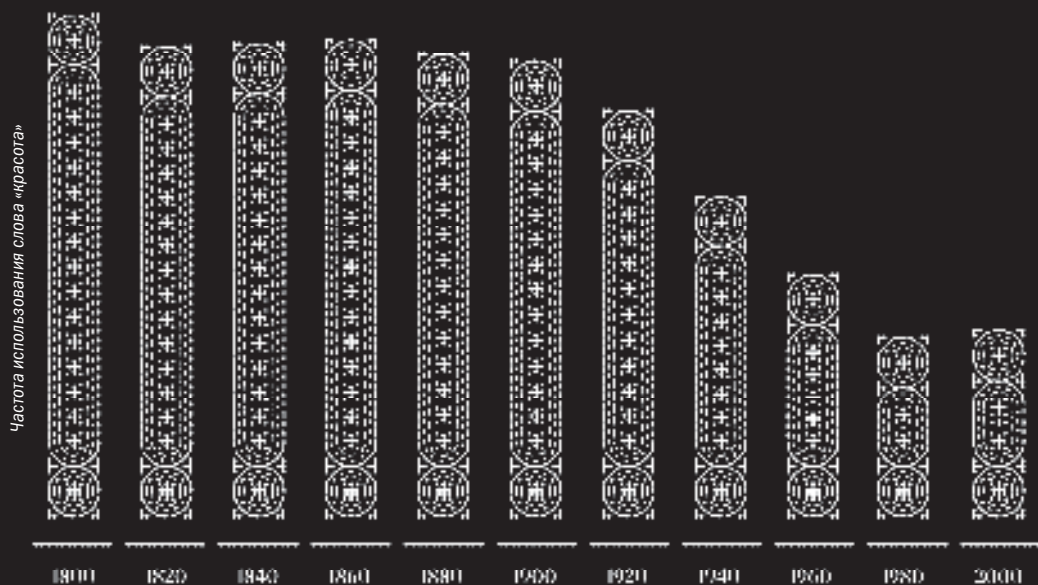


Κραστόμα: η



редисловие

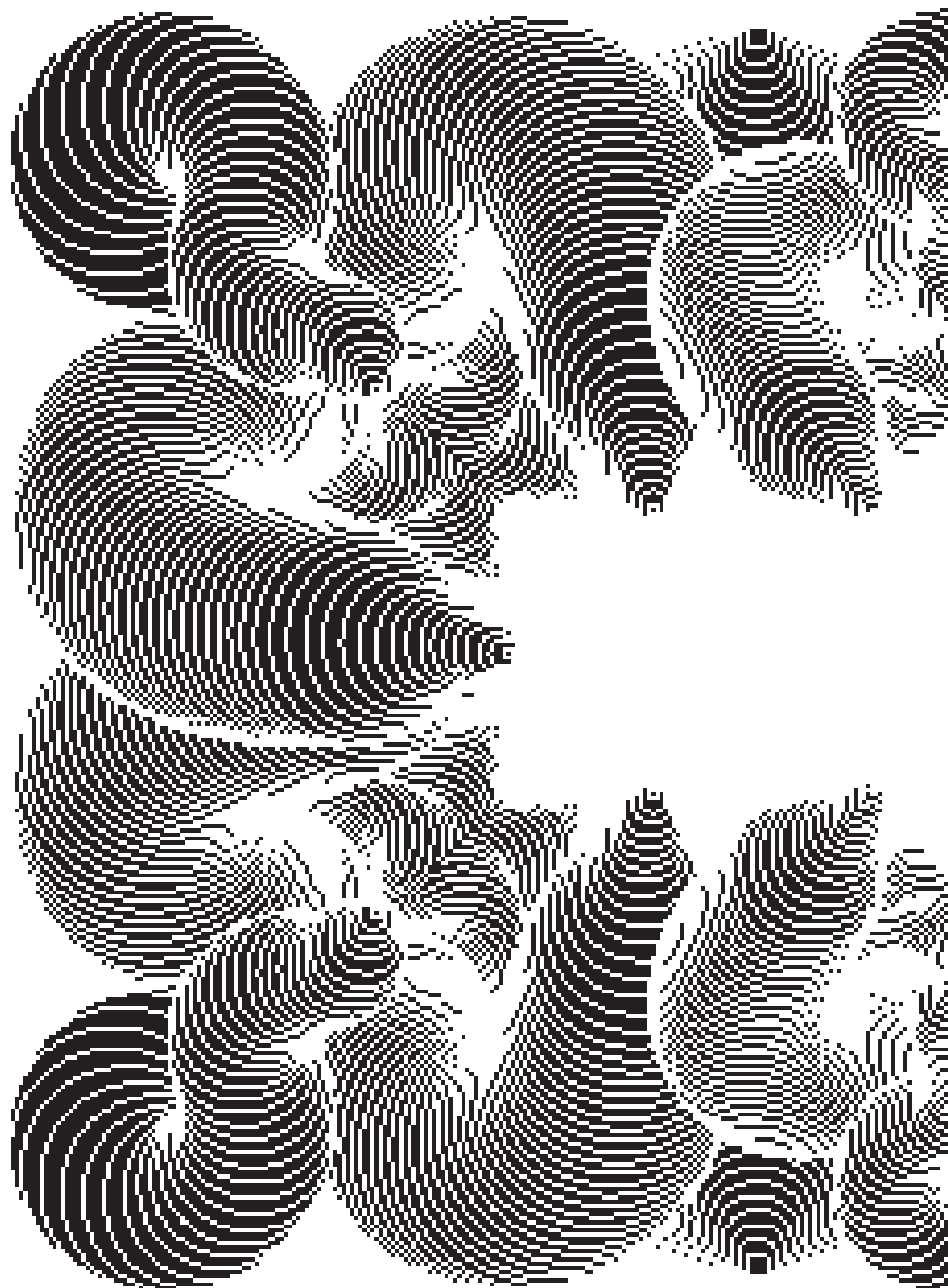
*Во всех книгах, оцифрованных Google,  
слово «красота» используется тем реже,  
чем новее книга.*



**К**расота как высший эстетический идеал впала в немилость. Самые уважаемые представители сферы современного дизайна утверждают, что ею не интересуются. Художники избегают ее, опасаясь, что их работы причислят к декоративному или коммерческому искусству. Можно пролистать целую стопку книг по архитектуре и ни разу не встретить даже упоминания слова «красота». Когда-то к ней стремились все, но в начале XX века этот высокий идеал разбился вдребезги.

Именно тогда дизайнерские школы начали пропагандировать принципы модернизма — течения, в котором ценится единообразие, сетка квадратных ячеек, прямоугольная композиция, черный, белый и бежевый. Подход к внешнему виду зданий, товаров и графики сделался чисто аналитическим, выбор материалов — сугубо рациональным. Всякий дизайн стал тяготеть к функциональности. Архитекторы и дизайнеры часто доходили в этом до крайности и с маниакальной одержимостью принимались плодить одинаковые объекты. Целые кварталы многоквартирных домов, построенных в 1950-х, через несколько десятилетий снесли, так как никто не хотел в них жить, и они не могли выполнить единственную функцию, ради которой их и построили, — обеспечить людей жильем.

Авторы этой книги считают, что отвергать красоту просто глупо. Мы объясним данное утверждение на примере нашего исторического исследования философии красоты. Мы привлечем научных консультантов из области эмпирической эстетики и проведем опросы с целью выяснить, что люди считают красивым. Эту информацию мы используем, чтобы доказать: в красоте нет ничего поверхностного, напротив, она — не просто рабочая функциональность и приятная глазу оболочка, но и нечто гораздо большее. Красота — категория истинно человеческая, присущая нам одним, и красота улучшает нашу жизнь. Красивые вещи не только приносят радость — они намного удобнее в использовании.







Поскольку мы дизайнеры, у нас были вполне практические причины исследовать красоту. Мы не задавались высокими амбициозными целями, а просто хотели улучшить функциональность своих моделей. Работа в дизайн-студии научила нас тому, что всякий раз, когда мы уделяли больше внимания форме, то есть тратили много часов, совершенствуя внешний вид объекта, несравненно улучшались и его рабочие качества. Манговый сок в Индии начинал активнее продаваться, совет директоров быстрее принимал и интегрировал наши концепции музейного брендинга, а документалка «Счастливый фильм» (The Happy Film, 2016), которую мы постарались снять красиво, вызвала очень хороший отклик у зрителей.

Дизайнеры, архитекторы и художники способны реально повлиять на качество нашей жизни и среды. Бумажное кольцо, скрепляющее палочки для еды, фарфоровая подставка для них же, скатерть на столе, помещение, где стоит стол, здание, где находится ресторан, и, наконец, улицы, кварталы и план города — все это создается людьми, а значит, имеет дизайн.

Все можно сделать красивым или некрасивым. И, безусловно, стоит потратить время на обустройство окружающей среды с любовью, умом и заботой.

У нас возникло подозрение, что люди, которых окружает красота, чувствуют себя иначе. Мы стали замечать, что они и ведут себя по-другому. Поэтому мы решили попытаться понять, что такое красота.

### «Когда что-то сделано хорошо, это красиво»<sup>1\*</sup>

Американский философ Денис Даттон утверждает, что любое качественно выполненное действие человека можно назвать красивым. Красивый гол в футболе, красивая музыкальная композиция — мы восхищаемся и тем и другим, если это выполнено на высочайшем уровне. «От пещеры Ласко до Лувра и Карнеги-холла, людей всегда отличала перманентная, врожденная любовь к виртуозным проявлениям [искусства]»<sup>2</sup>.

Такое утверждение справедливо даже для математических уравнений. Если формула верна, ее тоже можно назвать изящной и красивой. Об этом говорил лауреат Нобелевской премии по физике Ричард Фейнман: «В правде всегда есть красота и простота, так ее можно отличить от неправды»<sup>3</sup>.



**Тяга к красоте делает нас людьми: наскальные рисунки в пещере Шове**

Американский математик Джордж Дэвид Биркхоф пошел еще дальше и в начале XX века создал формулу красоты: мера красоты (M) равна отношению организации (O) к сложности (C).  $M=O/C$ . Он считал, что красота существует где-то между порядком и хаосом и в подтверждение своей теории приводил примеры из мира природы: система ветвей дерева, молния. Представление о зыбком балансе между организацией и сложностью применимо и к творениям рук человеческих. Будь то дизайн ювелирных украшений или план целого города, соблюдение равновесия приводит к красоте, считал Биркхоф<sup>4</sup>.

Существует также мнение, что красота — это определенные пропорции. Многие архитектурные здания — например, афинский Парфенон — построены по принципу золотого сечения или золотой пропорции (которая обозначается греческой буквой фи). Леонардо да Винчи называл золотое сечение «божественной пропорцией», художники и скульпторы эпохи Возрождения использовали его в своих гениальных произведениях.

Но исторических свидетельств того, что золотое сечение на самом деле нравится большинству людей, не так уж много. Стоит изучить композицию произведений искусства разных периодов, и становится ясно, что этот принцип соблюдается не всегда<sup>5</sup>.

\* Здесь и далее на полях — примечания автора и редактора. Список источников находится в конце каждой главы.

Создано дизайнером интерьера

Создано архитектором городской среды

Создано моушн-дизайнером (анимационным дизайнером)

Создано архитектором

Создано автомобильным дизайнером

Создано ландшафтным дизайнером

Создано дизайнером продукта

Создано дизайнером интерфейсов

Создано дизайнером одежды

Создано графическим дизайнером



Мы разместили опрос в Instagram, и прямоугольник, начерченный по принципу золотого сечения, действительно набрал больше всего голосов. Через несколько месяцев мы повторили опрос, и хотя лишь 17% голосовали повторно, результаты оказались одинаковыми: 30% опрошенных назвали «золотой» прямоугольник самым красивым, а за остальные три прямоугольника проголосовали примерно по 23%.

Так что, видимо, да Винчи был прав: золотое сечение нас не подводит.

### Красота — свойство предмета или особенность восприятия?

— Является ли красота свойством, присущим самому предмету, или определяется «глазами смотрящего»? Этот вопрос обсуждается с античных времен, и ответ на него так и не найден. Платон считал вселенную прекрасной и полагал, что она будет такой, даже когда не останется ни одного человека, чтобы засвидетельствовать ее красоту. Таким образом, красота вселенной по Платону — свойство, присущее ей изначально. Еще он говорил: что прекрасно, то истинно.

Однако ученые последующих эпох с ним не соглашались. Дэвид Юм писал: «Красота — не свойство самого предмета, она существует лишь в уме человека, этот предмет созерцающего»<sup>6</sup>. Некоторые философы считали, что понятие красоты возникает по ассоциации с другими понятиями: например, белое считается красивым, потому что ассоциируется с чистотой и непорочностью; горы кажутся красивыми, так как ассоциируются с силой богов\*.

Стендаль в своем знаменитом высказывании назвал красоту «лишь обещанием счастья»<sup>7</sup>.

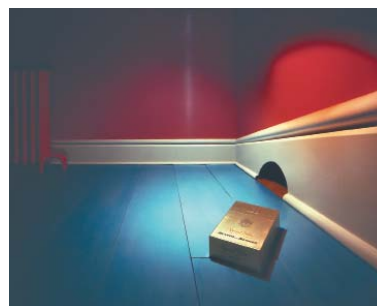
Фридрих Ницше и вовсе рассматривал человеческое существование в этом мире через призму «эстетического феномена». По мнению Ницше, мир — ужасное место, и искусство — единственное, что удерживает нас от суицида: «Истина безобразна. Лишь обладание искусством не дает нам погибнуть, узрев ее»<sup>8</sup>. В то время как Платон уравнивал красоту и истину, Ницше считал красоту

противоядием от истины, допуская при этом, что безобразное тоже может обладать эстетической силой. Ведь мы можем получать удовольствие от прослушивания диссонансов, которые создают напряженность. А когда диссонанс сменяется красивой, гармоничной мелодией, удовольствие только усиливается. Людям свойственно искать некоторого смятения, чтобы избавиться от скуки; поэтому они любят громкое, внезапное, пугающее: «Все, что волнует нас, — приятно»<sup>9</sup>.

Этой концепции до сих пор придерживаются креативные подразделения рекламных агентств, основная цель которых — идеи, будоражащие воображение, а не просто «красивая реклама». Ставка на красоту в рекламе — путь наименьшего сопротивления; как правило, она принадлежит человеку (обворожительные модели, расхваливающие тот или иной продукт) или природе (действие рекламного ролика разворачивается в экзотической местности). Крайне редко красоту используют намеренно и с умом, делают основной рекламной стратегией — как в этой рекламе британской компании Benson & Hedges 1980-х годов.



**Намеренное использование красоты:**  
реклама Benson & Hedges 1980-х годов



между «природами» и «приобретенным» вкусом: благодаря природному вкусу мы все понимаем, что мед — сладкий, а уксус — кислый, но приобретенный вкус объясняет, почему кто-то предпочитает сахару табак.

\*Один из важнейших трудов о красоте — книга Эмунда Бёрна «Философское исследование о происхождении наших идей возвышенного и прекрасного» (1757, книга переведена на русский язык и вышла в свет в 1979 году в издательстве «Искусство»). Бёрн проводит различие

# КАКОЙ ИЗ ЭТИХ ПРЯМОУГОЛЬНИКОВ САМЫЙ КРАСИВЫЙ?



Ⓐ



Ⓑ



Ⓒ



Ⓓ



Ⓐ



883 из 3527

25%



Ⓑ



1052 из 3527

30%



Ⓒ



739 из 3527

21%



Ⓓ



853 из 3527

24%

## **Красота, созданная природой, и красота, созданная человеком**

—  
Немецкий философ Георг Вильгельм Фридрих Гегель считал, что красоту способен создать только художник, а в природе красоты нет. Да, мы можем считать поле одуванчиков красивым, но картина, изображающая поле одуванчиков, — высшая форма красоты, эстетический триумф, более понятный интеллекту. Наверное, Гегелю бы понравились работы немецкого художника Вольфганга Лайба, который с ранней весны и до начала лета собирает пыльцу одуванчиков, сосен и лесного ореха, просеивает ее и выставляет в белоснежных галерейных пространствах. Он наверняка счел бы их самым прекрасным из увиденного, так как для понимания красоты этих работ требуется активная работа интеллекта.



**Что красивее — настоящее поле одуванчиков  
или нарисованное?**

Стефан Загмайстер, один из авторов этой книги, вспоминает, как ходил в походы в Брегенцервальд — долину в Западной Австрии, недалеко от места, где он вырос. Стефан описывает моменты, когда погода стояла идеальная, у него было хорошее настроение, он поднимался на склон, и перед ним открывался новый вид. Внезапно он чувствовал, что находится в присутствии чего-то высшего,



**Вид на Брегенцервальд, недалеко от того  
места, где родился Стефан**

большого, чем он сам; прекрасный вид, возникающий перед глазами в подходящий момент, дарил мгновения необыкновенной радости.

Стефан часто поднимается на крышу своего дома в Нью-Йорке, откуда открывается вид на Манхэттен. Когда все совпадает — погода, настроение, определенная позиция облаков над зданиями, — он испытывает нечто похожее на то, что чувствовал тогда, гуляя по горам: городской пейзаж подобен



**Вид на Нью-Йорк с крыши дома Стефана**

прекрасной природной панораме. Оба вида вызывают благоговение — такова реакция на представшее взору великолепие.







По мнению Стефана, если сравнить прежний облик Манна-хаты (а именно так назывался Манхэттен, когда Петер Минейт купил его у населявших остров коренных американцев) и современный Манхэттен, мы увидим, что человеческое вмешательство существенно улучшило это место: теперь остров выглядит гораздо красивее.

Природе понадобилось тридцать миллионов лет, чтобы создать австрийские Альпы, а у ньюйоркцев на создание городского пейзажа Манхэттена ушло всего тридцать. Учитывая скорость развития мегаполиса по сравнению с Альпами, Стефан считает, что нужно отдать должное ньюйоркцам: их достижения впечатляют гораздо больше, чем работа, проделанная природой.

### Красоте всегда свойственна определенная степень сложности

— Можно ли применить к красоте научные критерии? Или таким образом мы ограничиваем свое чувственное и эмоциональное восприятие красоты?

Человек предпочитает среду, понятную ему, «легко читаемую», в некоторой степени привычную. Психологи Алекс Форсайт и Ноэль Шихи пишут: «Мы стремимся осваивать новую информацию, но также стремимся к пониманию, поэтому склонны отдавать предпочтение среде, которая одновременно интересна (сложна) и понятна (функционирует по законам, логика которых нам ясна). Человек хочет видеть вокруг четкость и согласованность (так как они облегчают понимание), но хочет также исследовать среду, поэтому предпочитает сложные внешние условия, где присутствует элемент неизвестности и загадочности»<sup>10</sup>.

В 1975 году математик Бенуа Мандельброт доказал, что формы, которые мы считаем абсолютно беспорядочными, лишены структуры, — например, береговые линии, облака, — на самом деле упорядочены<sup>11</sup>. Он сумел воссоздать сложный рисунок береговой линии, следуя простым правилам. Эти структуры он назвал фракталами. Фракталы определяют форму гор и рек, строение растений и животных, звуки дождя и водопада



Фракталы разной размерности

и являются частью логичной математической последовательности.

Человек отдает предпочтение изображениям с фрактальной размерностью от 1,3 до 1,5 независимо от того, созданы ли они природой (побережья, облака), художниками (картины Джексона Поллока) или математиками<sup>12</sup>. Нам нравится вполне определенная степень сложности. Есть даже научные данные, подтверждающие, что созерцание фракталов снижает стресс<sup>13</sup>.

### Мы любим саванну, но отдыхаем в горах и на пляже

— В 1982 году психологи Джон Боллинг и Джон Фальк опубликовали фундаментальное исследование, в котором дети, когда их просили выбрать любимый пейзаж, отдавали предпочтение саванне и похожим на нее местам. На всех пейзажах обнаружилась тропинка, уходящая к линии горизонта, какой-либо источник воды и территория, засаженная деревьями среднего размера с ветвями, клонящимися низко к земле. По мнению эволюционных психологов, мы унаследовали эти предпочтения от своих доисторических предков, ведь именно такая среда была идеальной для выживания: на открытой местности легко заметить хищников, а источник воды и тропа,

# ВЫБЕРИТЕ САМЫЙ КРАСИВЫЙ ПЕЙЗАЖ



А



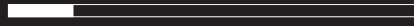
В



С



Ⓐ



16%

613 из 3707

---



Ⓑ



48%

1771 из 3707

---



Ⓒ



36%

1323 из 3707

---

ведущая к горизонту, означают, что питье и пища всегда найдутся. По веткам, низко клонящимся к земле, можно залезть на дерево в случае опасности и оттуда наблюдать за происходящим, но оставаться незаметным. Гипотеза саванны неизменно подтверждается, когда в исследованиях участвуют дети, так как, в отличие от взрослых, они пока еще не обросли культурными предпочтениями. Эта гипотеза также объясняет, почему большинство парков в мире спланированы явно по образу саванны: просторные открытые лужайки, деревья средней высоты с раскидистыми ветвями.

Конечно, эволюционная психология дает лишь частичное объяснение феномену саванны, и предпочтения, обусловленные культурой и средой, порой оказываются сильнее унаследованных от первобытных предков. Например, если мы посмотрим, как люди предпочитают проводить отпуск, то увидим, что саванны не пользуются такой уж популярностью по сравнению с другими природными зонами: гораздо более любимы пляжи и горы. Мы опросили 4000 человек в Instagram, и большинство отдали голоса горному ландшафту. Саванна заняла второе место, а пляж, что удивительно, всего лишь третье.

Среди наших подписчиков в Instagram обнаружился статистик, и он предложил проанализировать эти данные по географическому признаку. Оказалось, что саванну выбрали жители Германии и Франции, за горы проголосовали нидерландцы, то есть тяга к новизне тоже играет роль: люди выбирали ландшафт, отличающийся от привычного. Видимо, тут подействовал принцип «там хорошо, где нас нет»: чего нет в местах, где мы живем, то и кажется самым красивым.

### **Красота и долговечность**

Истинная красота в архитектуре и дизайне — превосходная стратегия долгосрочного выживания. Одна из причин, почему Пантеон стоит уже две тысячи лет и его не сровняли с землей, как многие другие великие здания, чтобы освободить место для новой архитектуры, — его совершенная красота. Да, бронзовую крышу расплавили, чтобы Джан Лоренцо

Бернини сделал из нее алтарный балдахин для базилики Святого Петра\*, но структура здания по-прежнему цела и неприкосновенна. Пантеон постоянно используется уже более двух тысячелетий.

Многие артефакты, которыми мы сегодня любимся в музеях, дожили до наших дней по той же причине. Поколения людей посчитали, что их необходимо сохранять, реставрировать, оберегать.



**Портфель Стефана: вероятная стратегия выживания**

Даже если речь не идет о памятниках исторического значения, красота вещей побуждает нас заботиться о них. Прекрасный пример — кожаный портфель Стефана, который ему подарили тридцать лет назад и который сразу ему понравился. Когда швы разошлись, а пряжку и подкладку потребовалось заменить, он даже не подумал купить новый портфель, а раз за разом отдавал старый в починку. Кожа с годами стала только красивее.

### **Красота = человек**

Доктор Хельмут Ледер — глава Лаборатории эмпирической визуальной эстетики в Вене. Это один из ведущих современных институтов визуальной эстетики. Ледер изучает влияние красоты и безобразия на наши чувства и поведение. Он жалуется на нехватку авторитетных исследований и утверждает, что в XX веке красота впала в немилость не только в искусстве, дизайне и архитектуре, но и в психологии.

В одном из своих исследований — «Остров стабильности» — Ледер с коллегами изучал людей, страдающих от болезни Альцгеймера<sup>14</sup>. Пациентам показывали

\* А еще из крыши Пантеона осливали пушки.

картины — каждому в разном порядке. Затем нужно было выбрать самую красивую, вторую по красоте и так далее. У пациентов не возникло проблем с составлением «рейтинга красоты».

Через две недели Ледер провел повторное исследование с теми же участниками и снова



**Здоровый мозг и мозг пациента, страдающего болезнью Альцгеймера**

объяснил им задание. Пациентам показывали ту же подборку картин, и, хотя они их уже не помнили, как не помнили и то, что ранее выполняли это задание, почти все участники разместили картины в той же последовательности, что и две недели назад. Результаты эксперимента свидетельствуют: когда функции памяти нарушены, способность искать и видеть красоту все равно сохраняется, пусть даже понятие красоты субъективно.



**Пациентам не составило труда расставить картины по красоте**

## **Способность видеть красоту бессознательна**

Ледер и его коллега доктор Гернот Гергер провели эксперимент, в котором участникам надевали измерительный прибор, считывающий активность лицевых мышц, отвечающих за то, чтобы улыбаться и хмуриться. Прибор замечает их малейшие движения<sup>15</sup>.

Участникам эксперимента показывали ряд изображений в случайном порядке. Предварительно ученые провели тестирование этой подборки изображений, и участники сочли одни из них явно красивыми, а другие — некрасивыми. Изображения показывали всего на 1/25 секунды — время слишком короткое, чтобы сознательно посчитать что-либо красивым. Позднее некоторые участники даже не отдавали себе отчета в том, что видели то или иное изображение. Но прибор, измеряющий активность лицевых мышц, отметил, что у всех «мышцы улыбки» сокращались, если им показывали красивые картинки. Из этого можно сделать вывод: человек бессознательно распознает красоту и реагирует на нее благосклонно, даже когда сознательный ум этого не замечает.

Если посмотреть, какие выставки в нью-йоркском Музее современного искусства (МоМА) или Лувре собирают больше всего людей, мы увидим, что это выставки приятных и позитивных картин — например, залы с произведениями Матисса в Нью-Йорке и зал «Моны Лизы» в Париже. Обычных людей привлекает красота, экспертов сферы искусства — более сложные работы, визуально интересные, провокационные, даже безобразные.

В другом исследовании с применением того же прибора для измерения активности лицевых мышц Ледер и его коллеги сотрудничали с доктором Норбертом Шварцем, мировым лидером в области социальной психологии и профессором Университета Южной Каролины<sup>16</sup>. Ученые поставили себе цель определить, совпадает ли мнение, высказываемое человеком публично, с «мнением» его бессознательного ума. В частности, они захотели проверить, действительно ли специалисты-искусствоведы испытывают

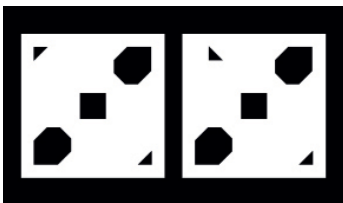
положительные эмоции, когда смотрят на провокационные, сложные и, вероятно, даже безобразные произведения искусства, и совпадают ли эти эмоции с физиологическими реакциями — или восхищение безобразным происходит исключительно от интеллектуальной оценки.

Оказалось, что произведения искусства с «негативным» контентом заставляют



**Лаборатория эмпирической визуальной эстетики доктора Ледера в Вене**

экспертов хмуриться так же, как и неэкспертов, а красивое искусство вызывает улыбку. Но, когда участников попросили вслух оценить увиденное, выяснилось, что картины, вызывающие негативные эмоции, понравились искусствоведам гораздо больше, чем непрофессионалам. Другими словами, несмотря на то что эксперт хмурился (и это подтверждается активностью его лицевых мышц), он все же смог умом оценить «негативную» картину, в отличие от непрофессионала. В другом похожем исследовании Ледер с коллегами обнаружили еще одно различие между экспертами и неэкспертами: большинство людей предпочитает симметрию, а люди, которые профессионально изучают искусство, — асимметрию<sup>17</sup>.



**Выберите более красивое изображение**

Эта тенденция сохраняется при оценке простой композиции: неэксперты выбирают симметричную расстановку, эксперты — ту, в которой симметрия слегка нарушена.

### **Нам нравится понятное**

— Доктор Шварц также провел революционное исследование, установившее связь между красотой и легкостью восприятия<sup>18</sup>. Он доказал: «Простые для восприятия объекты кажутся нам более красивыми, чем сложные»<sup>19</sup>. Чем меньше усилий прилагает наблюдатель для восприятия объекта, тем более красивым он ему кажется.

В истории философии понятие красоты как неотъемлемого, природного свойства объекта (в противовес красоте в глазах смотрящего) привело к многочисленным попыткам теоретиков определить те самые черты, наделяющие объект визуальной привлекательностью. Философы занимались этим со времен Платона. Чаще всего в числе таких черт называли простоту, симметричность, баланс, ясность, контрастность и пропорциональность.

Шварц пишет, что у всех вышеназванных свойств есть одно сходство: «Они облегчают обработку стимулов. С этой точки зрения визуальная привлекательность объекта зависит не от свойств самого объекта, а от опыта восприятия наблюдателя: объект кажется красивым, когда легко «считывается», а легкость складывается из стимулов, личных особенностей восприятия и особенностей контекста»<sup>20</sup>. Таким образом, мы находим предмет красивым или некрасивым в зависимости от того, насколько легко нам его понять, насколько привычна его форма, и в зависимости от контекста. Шварц далее пишет, что люди охотнее соглашались на новый опыт в привычной обстановке.

В 1960-е американский социальный психолог польского происхождения Роберт Зайонц доказал, что чем чаще наблюдатель видит какой-либо предмет, тем более привлекательным тот становится. Зайонц предположил, что предпочтение привычных стимулов объясняется эволюционной теорией: «Если что-то вам знакомо, значит, оно вас еще не съело... пока»<sup>21</sup>.



**Человеческое лицо — самое популярное изображение на обложке журнала**

Связь между привычностью изображения и вероятностью, что мы посчитаем его красивым, подтвердилась, когда мы ездили в Amazon.com. Стефан читал лекцию дизайнерам, а после, за обедом, мы разговорились о книжных обложках. Сотрудники Amazon сообщили, что пользователи чаще кликают на обложки с изображением человеческих лиц. На втором месте — обложки с изображением домашних животных, обычно кошек или собак. Тогда нам стало понятно, почему большинство печатных периодических изданий помещают на обложку лицо\*. Для журнала главный источник дохода — продажи в киосках, поэтому они и выбирают для обложки то, что притягивает людей сильнее всего. Но если статистика Amazon верна, зачем тогда нужно что-то новое? Если нам нравится только привычное, зачем мы что-то изобретаем? Почему до сих пор не орудуем каменными топорами? Ледер также сотрудничал с немецким профессором психологии Клаусом-Кристианом Карбоном, и вместе они доказали, что инновации действительно воспринимаются на первых порах как раздражающий фактор. Но со временем люди готовы считать их более привлекательными. Когда конечный пользователь начинает чувствовать себя увереннее, этот эффект усиливается. Правда, если новшество тестируется в раздражающей среде, эффект «приятности» нивелируется<sup>22</sup>.

Опыт работы Стефана в индустрии звукозаписи доказывает склонность людей

к привычному. С подъемом Napster и других сервисов скачивания цифрового контента музыкальный бизнес пошел на спад, и звукозаписывающие лейблы перестали вкладываться в новаторский, экспериментальный графический дизайн. Вскоре стало ясно, что, как только дела в бизнесе ухудшаются, люди начинают отдавать предпочтение «безопасным» вариантам — тому, что работало раньше.

### Мондриан: подделка или оригинал?

Доктор Крис Макманус, психолог-исследователь из Университетского колледжа Лондона, долгое время изучал работы Пита Мондриана — одного из величайших художников XX века. Абстрактные картины Мондриана конструировались с особой тщательностью, и на рентгеновских снимках его работ видно, что он многократно изменял расположение линий, прежде чем выбрать ту или иную композицию<sup>23</sup>. Мондриан считал, что в основе красоты — баланс противоборствующих сил, и эти силы символизируют единство не только ума, но и всей вселенной. В своем исследовании Макманус взял репродукцию не слишком известной картины Мондриана и создал подделку, слегка поменяв композицию<sup>24</sup>. Он хотел узнать, смогут ли участники эксперимента отличить подделку от оригинала.

Мы проводили этот тест более десяти раз с разной аудиторией: просили поднять руку и проголосовать, какая из картин — подделка, а какая — оригинал. Примерно 85% участников каждый раз опознавали оригинал правильно. Этот результат повторялся в Европе, США, Азии, Австралии. В Мехико 100% участников смогли отличить подделку от оригинала.

Красота обитает в своем особом измерении. Ей не так-то просто дать определение, но люди узнают ее, когда видят. Весь наш предыдущий опыт и контекст, в котором мы воспринимаем объекты, играют важную роль в эстетических суждениях. А еще поражает, какое согласие царит между представителями разных культур в вопросе о том, что считать красивым, а что — нет.

Красота не лежит на поверхности: она — часть того, что делает нас людьми.

И, возможно, мы ошиблись, не поместив на обложку этой книги человека или собаку. Надо было, наверное, изобразить Джессику с ее очаровательным французским дульдомом. Но нет, мы предпочли красивый шрифт и змею.

\* Должно быть, мы интуитивно поместили на обложку своей первой книги *Make You Look like a Beautiful Woman*, а на обложку второй — *Things I've Learned in My Life So Far* — лицо человека.







Глаба —

Глаза емо



— 4 —  
տրապեզո

Самый убийственный аргумент против красоты — «Красота в глазах смотрящего». Если у каждого свои критерии, получается, что все усилия дизайнеров, архитекторов и художников по ее созданию бессмысленны. И любое обсуждение на тему красоты неизбежно пойдет в тупик.

Но фразу «Красота в глазах смотрящего» ирек не античный философ. Она — не результат всеобъемлющего исследования в сфере эстетики. Это фраза из романтической комедии. Она принадлежит одному из персонажей романа «Молли Бон» писательницы XIX века Маргарет Вульф Хангерфорд\*. Однако не стоит забывать, что художественная литература — вымысел, и эта фраза не может претендовать на то, чтобы быть абсолютной истиной.

Мы попытались противопоставить вымыслу факты, прочли немало научной литературы и сами провели исследования, и все наши изыскания раз за разом доказывали одно: настоящую красоту видят все глаза.

### Кто-то еще покупает коричневые костюмы?

Мы провели среди наших подписчиков в Instagram опрос «Какой ваш любимый цвет» и получили более 6500 откликов<sup>1</sup>. (Такая отзывчивость на любой опрос — большая редкость.) Среди наших подписчиков 50% женщин и 50% мужчин<sup>2</sup>.

Результаты (см. с. 120) совпадают с результатами исследования Филипа Коэна, социолога из Университета Мэриленда, который провел аналогичный опрос среди двух тысяч своих студентов. Самым красивым цветом назвали синий, во втором месте — зеленый для мужчин и фиолетовый для женщин. Коэн разделил результаты по гендерному признаку, и оказалось, что мужчины чаще женщин отдают предпочтение синему, но и у женщин он на первом месте, если сложить все голоса<sup>3</sup>. Аналогичный результат у всемирного исследования YouGov: на первом месте — синий, на последнем — коричневый<sup>4</sup>.

Потом мы задали нашим подписчикам другой вопрос: «Какой оттенок синего нравится вам больше всего?» (см. с. 122)<sup>5</sup>

Подписчики выбирали между египетским синим, светло-голубым, цветом электрик, серо-голубым, темно-синим и лавандовым. На первом месте оказался светло-голубой. Возможно, из этого следует, что светло-голубой — самый красивый цвет в мире\*\*.

А вот коричневый никто не любит. Мы решили выяснить, какой оттенок коричневого нравится людям меньше всего (и, следовательно, является самым некрасивым)\*\*\*. Мы попросили подписчиков расставить шесть популярных оттенков коричневого от самого красивого к самому некрасивому (см. с. 125)<sup>6</sup>. Любопытно, что этот наш опрос в Instagram собрал всего 2120 лайков, а опрос с оттенками синего — 3650 лайков. В «коричневом» опросе также участвовало меньше человек: откликнулись всего 4746 подписчиков. Хотя статистически это все равно много, в «синем» опросе принимали участие 7624 человека.

Наши подписчики — люди, равнодушные к дизайну — указали классический коричневый цвет как свой самый нелюбимый. Из этого можно сделать вывод, что классический коричневый — самый безобразный цвет в мире!\*\*\*

Мы также провели опрос с фигурами (см. с. 123–124)<sup>7</sup>. Почти каждый второй ответивший выбрал своей любимой фигурой круг, около трети отдали предпочтение фигуре неправильной формы с закругленными краями, похожей на коралл, а прямоугольник выбрали примерно двое из ста!

Затем мы протестировали те же фигуры в трехмерной форме, и результат получился приблизительно таким же (см. с. 143–144)<sup>8</sup>. Половина ответивших выбрала шар, а прямоугольная коробка оказалась на последнем месте.

Итак, самая непопулярная форма — прямоугольная коробка. Самый непопулярный цвет — коричневый. Значит, прямоугольная коробка коричневого цвета должна быть самой безобразной вещью в мире, так?\*\*\*

Но почему-то именно эта форма именно этого цвета была самой популярной в архитектуре последнего столетия. Разумеется, это практично. Но если вы посмотрите на историческую архитектуру почти любой страны, то увидите, что прямоугольники

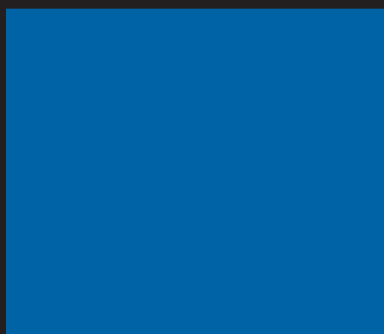
\* Да, мы понимаем, что это можно считать объективным только в рамках нашей выборки цветов.  
\*\* И да, мы понимаем, что это объективно самый некрасивый цвет в рамках нашей выборки.

\* Эту цитату часто ошибочно приписывают Оскару Уайльду. На самом деле в предисловии к «Портрету Лордана Грея» есть похожая фраза, но не эта. Она звучит так: «В сущности, Искусство — зеркало, отражающее то, что в него смотрится, а вовсе не жизнь».

# ВЫБЕРИТЕ САМЫЙ КРАСИВЫЙ ЦВЕТ



Ⓐ



Ⓑ



Ⓒ



Ⓓ



Ⓔ



Ⓕ



Ⓐ



821 из 6534

12,6%



Ⓑ



1829 из 6534

28%



Ⓒ



799 из 6534

12,2%



Ⓓ



270 из 6534

4,1%



Ⓔ



950 из 6534

14,5%



Ⓕ



1865 из 6534

28,6%

встречаются в ней не так уж часто. Преобладают как раз более популярные формы, занявшие первые места в нашем опросе.



Примеры непрямоугольной исторической архитектуры

## Модернизм пошел по неправильному пути?

Исследования Хельмута Ледера подтверждают: мы предпочитаем круглые предметы предметам с острыми краями. Здания идеальной сферической формы непрактичны и сложны с точки зрения строительства, зато вызывают всеобщее восхищение. Пример тому — дом-республика Кугельмугель Эдвина Липбургера\*.

Если люди считают круг самым красивым, значит ли это, что им нравятся и другие округлые формы? Мы провели такой опрос (см. с. 142)<sup>9</sup>. И выяснили, что нет ничего лучше идеально ровного круга!



Дом Кугельмугель Эдвина Липбургера в Австрии

## Мои прекрасные деньги

Среди наших подписчиков в Instagram поровну европейцев и американцев. Среди всех представленных европейских наций есть очень небольшая группа швейцарцев. Мы спросили у подписчиков, какую валюту они считают самой красивой<sup>10</sup>. Как мы полагаем, на результаты этого опроса повлияло то, насколько знакомой была та или иная валюта, а также степень патриотизма.

На первом месте оказался евро (см. с. 145–146). Но будь наше исследование строго научным, мы бы учли тот факт, что в опросе участвовало гораздо меньше швейцарцев, нежели представителей других европейских стран и США. Если бы участников из «другой» Европы, Швейцарии и США было поровну, победил бы швейцарский франк. И мы бы убедились, что красота превышает патриотизм и фактора привычности.

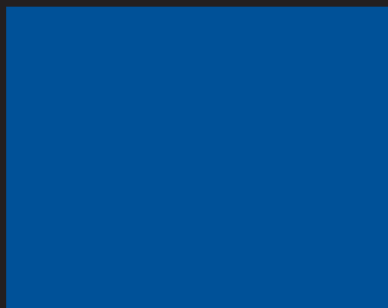
Отучившись первый год в Школе дизайна Род-Айленда, Джессика засомневалась, хочет ли заниматься графическим дизайном. Большинство профессоров, преподававших в Школе, были приверженцами интернационального стиля, студенты месяцами выстраивали ровные модульные сетки и обводили модернистские шрифты. Образцы «совершенного» дизайнера, которые приводили в пример педагоги, казались Джессике унылыми и бездушными. Все изменилось, когда она пошла на курс к Отье Оксенау<sup>\*\*</sup>. Тот показывал свои прекрасные работы и объяснял, как все созданное им проникнуто юмором и индивидуальностью. Он был дизайнером нидерландских банкнот с 1960-х по 1980-е годы, банкноты

<sup>\*\*</sup> Голландский графический дизайнер Роберт Десолаат Эмил Оксенаар.

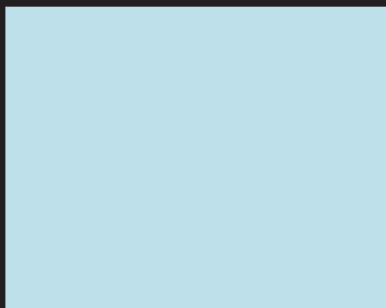
городской советник по культуре Гельмут Шилк и не выделил ему под дом — и под республику Кугельмугель — участок земли рядом со знаменитым венским колесом обозрения.

<sup>\*</sup> Архитектор Эдвин Липбургер провозгласил этот дом в Вене отдельным населенным пунктом, а потом и республикой. Дом стоит на участке всего 1 кв. м. Но Липбургер даже сидел в тюрьме за свои территориальные претензии, пока не вмешался

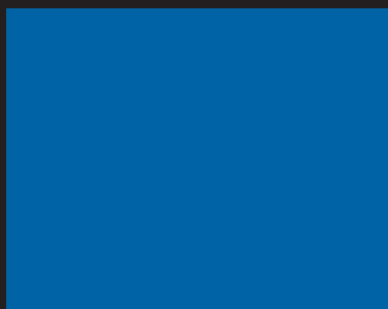
# ВЫБЕРИТЕ САМЫЙ КРАСИВЫЙ ОТТЕНОК СИНЕГО



Ⓐ



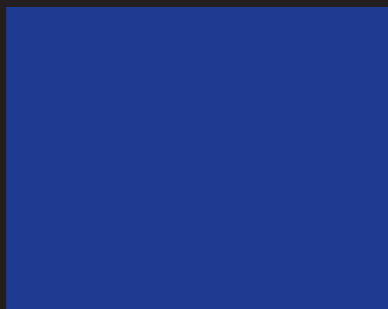
Ⓑ



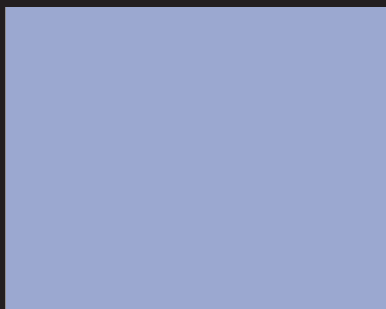
Ⓒ



Ⓓ



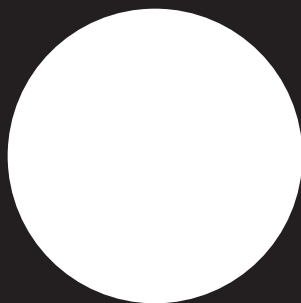
Ⓔ



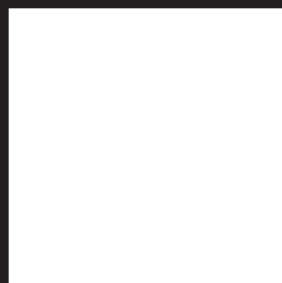
Ⓕ

26% участников выбрали B; 22% — E; 18% — D; 14% — C; 12% — A,  
Литв 8% предпочли оттенок F.

ВЫБЕРИТЕ  
САМУЮ  
КРАСИВУЮ  
ФИГУРУ



Ⓐ



Ⓑ



Ⓒ



Ⓓ



Ⓔ



Ⓕ





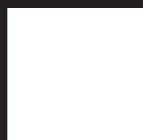
Ⓐ



44%

2061 из 4694

---



Ⓑ



5%

238 из 4694

---



Ⓒ



12%

546 из 4694

---



Ⓓ



31%

1449 из 4694

---



Ⓔ



2%

105 из 4694

---



Ⓕ



6%

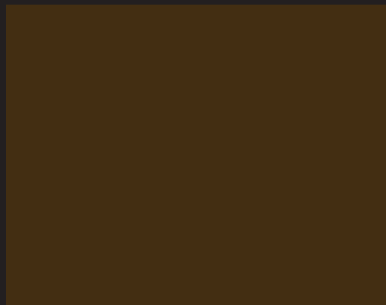
295 из 4694

---

# ВЫБЕРИТЕ САМЫЙ КРАСИВЫЙ ОТТЕНОК КОРИЧНЕВОГО



А



В



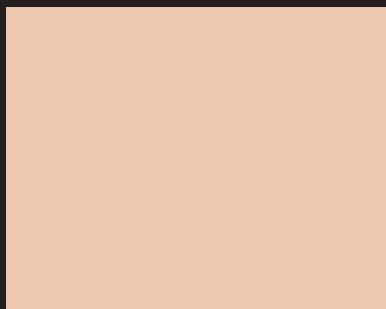
С



Д

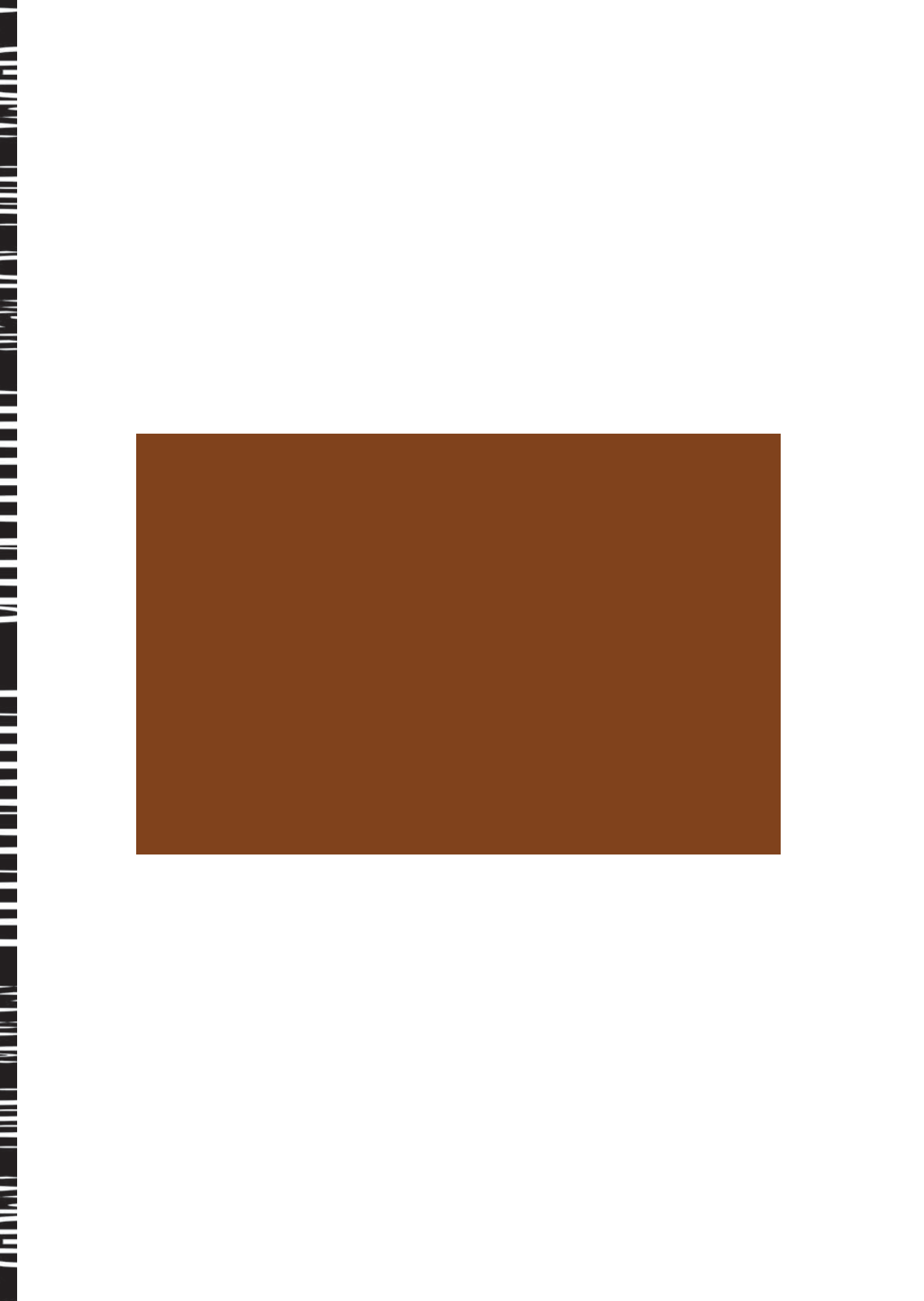


Е



Ф

35% участников опроса выбрали Е; 24% — Д; 16% — С; 11% — F.  
Лишь 7% выбрали А и столько же — В.



*Кажется,  
коричневый  
прямоугольник —  
самая  
некрасивая вещь  
на свете.*

*А что об этом  
думают  
архитекторы?*







*Если ваша задача — построить здание рядом с некрасивой коричневой коробкой, сделайте его зеркальным, чтобы коробок стало две!*



оставались в обращении до перехода на евро. Это действительно красивые деньги, а если присмотреться, на каждой купюре можно увидеть что-то личное от самого Оксенаара: на одной — отпечаток его среднего пальца; на другой — рисунок ручного кролика, когда-то принадлежавшего его девушке, и имя его внуки. Джессика вспоминает, как Оксенаар восторженно смеялся при мысли, что отпечаток его среднего пальца есть у каждого в Нидерландах. Тогда она поняла: дизайн — это не только идеальный кернинг.

Привычность и патриотизм также сыграли свою роль в опросе о самых красивых паспортах — тем более примечательны результаты этого опроса (см. с. 147–148)<sup>11</sup>.

Хотя среди наших подписчиков в Instagram не так много швейцарцев, почти три четверти проголосовавших сочли швейцарский паспорт самым красивым. Когда мы сталкиваемся с таким международным единством мнений, о какой «красоте в глазах смотрящего» может идти речь?

## Десять красивейших городов мира

Мы также сравнили исследования, в которых людей просили назвать самые красивые города мира. В этих опросах постоянно всплывают одни и те же названия (см. с. 135)<sup>12</sup>. Мы побывали в каждом из этих чудесных городов и можем подтвердить, что опросы не врут: они действительно прекрасны. Одни хороши своей архитектурой, другие — расположением на фоне природных красот, но все абсолютно потрясающие. К сожалению, эти места привлекают не только нас, но и людей из прочих, самых некрасивых городов планеты, отчего в красивых городах всегда слишком много туристов, мешающих спокойно наслаждаться их красотой.

**«Тот, кто въезжал в этот город, как Бог, теперь шныряет в нем, как крыса»<sup>13</sup>**

Исследователи из Института сложных систем Новой Англии (NESCI) создали «карту настроения» Нью-Йорка на основе твитов. Они разработали простой алгоритм,

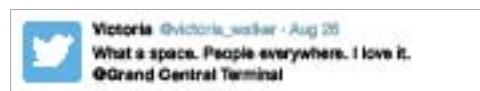
определяющий, является ли твит позитивным или негативным по настроению. С помощью него они смогли определить, как люди чувствуют себя в тех или иных районах города. Если область зеленого цвета, значит, отсюда посылали больше позитивных твитов, если красного — больше негативных.

Сравним два транспортных узла: Центральный и Пенсильванский вокзалы. Величественное здание Центрального вокзала построено в 1913 году архитектурными фирмами «Рид и Стерн» и «Уоррен и Уэтмор», а мрачный Пенсильванский вокзал, находящийся под землей, построен в 1960-е.



На «карте настроения» район Центрального вокзала всегда отмечен зеленым, а район Пенсильванского вокзала — красным. Но чтобы прийти к такому заключению, не нужны исследователи из Института сложных систем. Когда вы в следующий раз будете на Манхэттене, просто прогуляйтесь от одного вокзала к другому, и вы сразу почувствуете разницу в настроении путешественников. Те, чей путь пролегает через Центральный вокзал, всегда, в любое время дня и ночи, пребывают в заметно более приподнятом расположении духа, чем пассажиры с Пенсильванского вокзала.

Рассмотрим отдельные твиты, отправленные с этих вокзалов. Вот твиты с Центрального вокзала:



«Мечты сбываются»

«Что за место. Повсюду люди. Обожаю»



Центральный вокзал (вверху); Пенсильванский вокзал (внизу)



А вот что отправляют в Twitter пассажиры Пенсильванского вокзала: «На Пенсильванском вокзале сегодня полный трывдец!»



Люди на этом вокзале не только чувствуют себя иначе, они и ведут себя по-другому: «Рядом со мной стоит мужик, давит прыщи в своей бороде и ест их».

### Красота в малом, красота в разнообразии

Колин Эллард, нейробиолог из Университета Ватерлоо и директор лаборатории Urban Realities («Городские реалии»), в рамках своего исследования попросил прохожих на Хьюстон-стрит в Нью-Йорке надеть электронные браслеты, чтобы он мог отследить их эмоции. Когда люди, надевшие браслеты, проходили мимо гигантского здания Whole Foods Market — безликой коробки со стеклянным фасадом на углу Бауэри, — им становилось скучно. Впоследствии они описывали его как «бесцветное», «монотонное», «бесчувственное».



**Здание Whole Foods Market**  
на Ист-Хьюстон-стрит в Нью-Йорке

Но всего в одном квартале от здания-коробки, там, где находится «оживленный участок со множеством ресторанчиков, окна и двери которых открыты», у людей, надевших браслеты, отмечался повышенный уровень физического возбуждения, а само место они описывали словами «живое», «шумное», «располагающее к общению»<sup>14</sup>.

Исследование Элларда доказывает, что мы предпочитаем разнообразие монотонности и чувствуем себя энергичнее в городской среде, где сочетаются разные стили застройки.



**Витрина магазина Russ & Daughters**  
всего в одном квартале к востоку  
по Ист-Хьюстон-стрит

Неудивительно, что наш любимый район Нью-Йорка — Вест-Виллидж. На его извилистых улочках повсюду наткнешься на неожиданные лавочки, ресторанчики, разнообразную архитектуру. Мы не одни так считаем: в этом красивом районе самая дорогая в Нью-Йорке недвижимость.

Подобные исследования могут иметь далеко идущие последствия для городского планирования и архитектуры. К примеру, когда архитектору Лауре Спинадель поручили строительство студенческого городка для нового Университета экономики и бизнеса в Вене, она не отдала проект одной фирме, а распределила его между шестью архитектурными бюро, поручив каждому из них отдельный участок. Таким образом, с самого начала архитектура городка была насыщена особой динамикой. Мы побывали в городке через три месяца после открытия, и он уже казался обжитым, студенты активно использовали общественные пространства. Идея сработала. Городок ожил.

### Как будто не уезжали

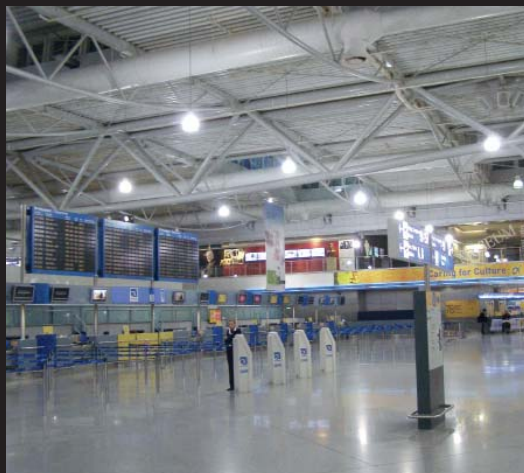
Когда мы летим из Афин в Бангкок, из Саппоро в Софию, то на всякий случай сверяемся с посадочным талоном, чтобы не перепутать, где мы находимся. По архитектуре местных аэропортов об этом никак нельзя догадаться.

*Самые красивые города мира:*

*Рим, Париж,  
Прага,  
Рио-де-Жанейро,  
Киото, Кейптаун,  
Санкт-Петербург,  
Вена,  
Сан-Франциско,  
Барселона*



Когда мы  
приезжаем в один  
из этих городов,  
складывается  
впечатление,  
будто все  
остальные люди  
из некрасивых  
городов мира  
тоже решили  
приехать туда.



Афины



Саппоро



Брюссель



Сочи



Бангкок



София

Учитывая, какая существенная разница в культуре между Грецией, Таиландом, Японией и Болгарией и сколько возможностей для создания особого «чувства места» предоставляет такой объект, как аэропорт, мы никак не возьмем в голову, почему аэропорты спроектированы настолько одинаково. В них возникает чувство, что мы никуда не уезжали. И хотя позади пятнадцать тысяч километров, с точки зрения эстетики и культуры мы как будто находимся в одном и том же здании.

Мы часто не понимаем, что приземлились в другой стране и на другом континенте, пока не возникнет необходимость зарядить телефон. Видимо, электрики никогда не слышали об интернациональном стиле!



Афины



Бангкок



Саппоро



София

Эта проблема усугубляется в американских аэропортах, которые часто построены по дешевому стандартному проекту и представляют собой бездушные пространства, стократно усиливающие все обычные тяготы авиаперелетов. Длинные очереди здесь норма, рейсы задерживаются постоянно.

Мы побеседовали с директором превосходного аэропорта Ханеда в Токио, и он сказал, что, если мы увидим у них в аэропорту очередь, значит, что-то случилось. Существует ПО для прогнозирования скопления людей, в настоящее время эти программы

настолько совершенны, что любой аэропорт может справиться с любым наплывом пассажиров без необходимости увеличивать штат. Видимо, люди, настаивающие на одинаковости под прикрытием функциональности, просто не знают о существовании такого ПО.

### Одинаковость более функциональна?

— Попробуем ответить на этот вопрос на примере метрополитена. Возьмем за образец мюнхенское метро, хотя с таким же успехом на его месте может быть любое метро, построенное во второй половине XX века. В метрополитене обычно используется система цветового кодирования и узкий набор формальных параметров. У каждой линии свой цвет, так их различают, все значки на линии тоже имеют этот цвет, и каждая станция маркируется в цвет своей линии.

Таким образом, когда мы садимся на одной станции и выходим на другой станции той же линии, мы остаемся в рамках единой визуальной системы. Раньше нам казалось, что именно универсальная стратегия дизайна — эта одинаковость — позволяет добраться из точки А в точку В наиболее эффективно.

Мы думали так до тех пор, пока не побывали в Москве. В московском метро каждая станция уникальна. Станции отделаны разными цветами, разными материалами с уникальной поверхностью и рисунком, у них совершенно разная структура и архитектурный стиль. В московском метро можно сколько угодно смотреть в телефон, читать книжки или просто мечтать и при этом интуитивно понимать, что ты прибыл на нужную станцию<sup>15</sup>. Не надо щуриться, пытаться прочесть за колонной фрагмент названия станции, написанный шрифтом Helvetica. Все ясно и так.

Московское метро однозначно более функционально.

Мы также заметили, что на каждой станции метро из вагона выходят люди, фотографируют станцию и едут дальше. Этот ритуал можно увидеть на всех центральных станциях. Московское метро — настоящая туристическая достопримечательность.

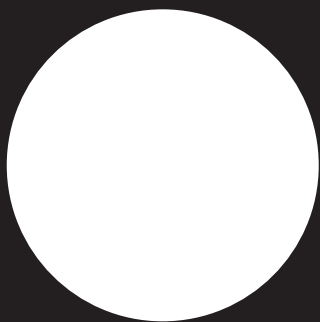
В Мюнхене метро не фотографировали!



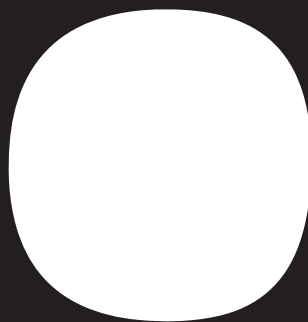




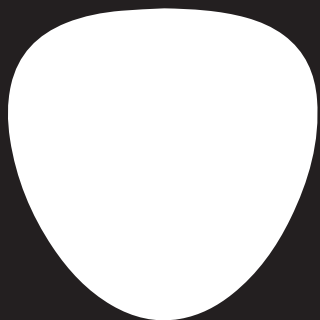
# ВЫБЕРИТЕ САМУЮ КРАСИВУЮ ФИГУРУ



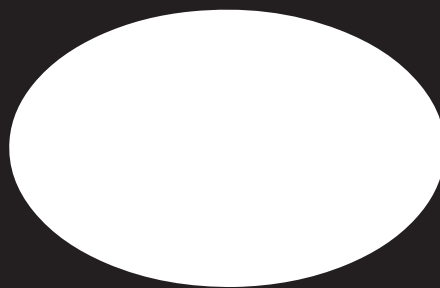
А



В



С



Д

35% поднихчичков еврдрати А; 32% — С; 28% — В.  
Литте 5% еврдрати фигуру Д.

# ВЫБЕРИТЕ САМУЮ КРАСИВУЮ ФИГУРУ



А



В



С



Д



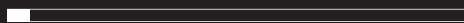
Е



Ф



Ⓐ

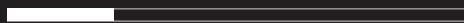


4%

171 из 3913



Ⓑ



19%

731 из 3913



Ⓒ



12%

451 из 3913



Ⓓ



13%

517 из 3913



Ⓔ



50%

1957 из 3913



Ⓕ



2%

86 из 3913

# ВЫБЕРИТЕ САМУЮ КРАСИВУЮ ВАЛЮТУ



(A)



(B)



(C)



Ⓐ



43%

2256 u3 5290



Ⓑ

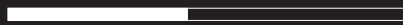


12%

638 u3 5290



Ⓒ



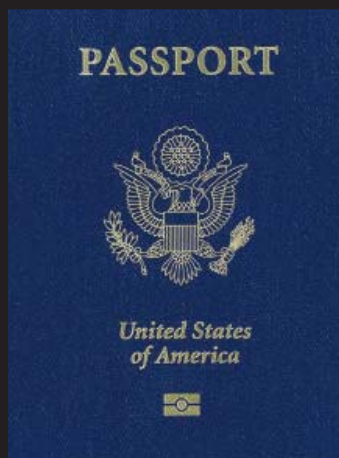
45%

2396 u3 5290

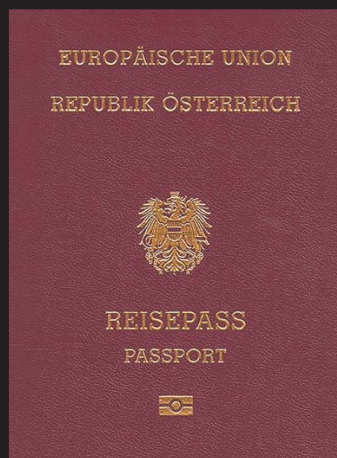
# ВЫБЕРИТЕ САМЫЙ КРАСИВЫЙ ПАСПОРТ



А



В



С





A



80%

5292 uz 6642



B

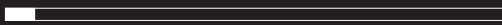


14%

917 uz 6642



C



6%

433 uz 6642