

ЭРКИНБОЙ
МАМАНАЗАРОВ

ПСИХОЛОГИЯ
ОБЩЕСТВО
ТЕХНОЛОГИИ
ПОВЕДЕНИЕ
И МЫ

РАЗУМ
АБСУРД
ВЫБОР
СВОБОДА
ЧЕЛОВЕК

БОЛЬШИЕ
ВОПРОСЫ
НАЧИНАЮТСЯ
С ПРОСТЫХ
НАБЛЮДЕНИЙ

ПОСМОТРИ
НА МИР
ПОД ДРУГИМ
УГЛОМ

СНАЧАЛА БЫЛА КУРИЦА

Эркинбой Маманазаров

Сначала была курица

<https://litres.ru/74535957>

SelfPub; 2026

Аннотация

Что было раньше: курица или яйцо? Эта книга отвечает на первой же странице: сначала была курица. А дальше начинается самое интересное.

Мы придумали деньги и стали работать ради цифр. Экономим время, чтобы потом его убивать. Создали социальные сети, чтобы быть ближе, и перестали разговаривать. Учимся пятнадцать лет, а потом гуглим, как жить. Получаем справку о том, что нужна справка. И не можем выбрать йогурт.

Это научно-популярная книга с юмором и сатирой о том, почему наша обычная жизнь устроена так странно. Без морали и занудства, с опорой на исследования и с одним простым вопросом, который мы разучились задавать: «Зачем?»

А в конце глав то и дело появляется курица. Она не читает предупреждений, не спорит в интернете и не покупает лишнего. И, кажется, понимает о жизни больше нас.

Вы будете смеяться, узнавать себя и, возможно, впервые за долгое время спросите: «Мне это действительно нужно?»

При создании отдельных материалов книги использовались технологии искусственного интеллекта.

Содержание

Введение	4
Глава 1	9
Глава 2	18
Глава 3	30
Глава 4	45
Глава 5	60
Глава 6	80
Конец ознакомительного фрагмента.	92

Эркинбой Маманазаров

Сначала была курица

Введение

Сначала была курица

Сначала была курица.

Я понимаю, что этим предложением уже успел разозлить часть человечества.

А яйцо?

Оставим его на потом.

Люди спорят о курице и яйце столько времени, будто от правильного ответа зависит судьба цивилизации. Представьте, что завтра учёные окончательно установят: первым было яйцо. Что изменится утром следующего дня?

Практически ничего.

Автобус всё равно может опоздать. Начальник всё равно напишет после окончания рабочего дня. Кто-нибудь обязательно поставит пароль 123456, а потом удивится, что его аккаунт взломали. Миллионы людей снова нажмут кнопку «Я прочитал и принимаю условия», не прочитав ни одного условия.

Вот этим человечество мне и интересно.

Мы называем себя Homo sapiens, человеком разумным. Причём название придумали себе сами. Очень удобно. Кошек никто не спрашивал.

Мы научились расщеплять атом. Отправили аппараты к другим планетам. Расшифровали геном человека. Создали глобальную сеть, способную передать сообщение на другой конец Земли почти мгновенно.

А потом используем эту сеть, чтобы спорить с незнакомцем о том, правильно ли он приготовил плов.

Мы придумали часы, а потом начали жаловаться, что у нас нет времени.

Придумали деньги, а потом решили, что их постоянно не хватает.

Построили огромные города, а потом мечтаем на выходных выбраться из города.

Создали социальные сети, чтобы быть ближе друг к другу, и теперь иногда сидим за одним столом, уткнувшись каждый в свой экран.

Научились доставлять еду за несколько минут, потому что нам дорого время, а сэкономленные полчаса можем спокойно потратить на просмотр коротких видео, которые даже не вспомним завтра.

Но самое удивительное не в том, что мы совершаем нелогичные поступки.

Самое удивительное в том, насколько логичными они кажутся нам в момент, когда мы их совершаем.

Человек редко просыпается утром с мыслью:

«Сегодня я собираюсь принять несколько совершенно идиотских решений».

Нет.

Обычно всё происходит гораздо красивее.

«Так принято».

«Все так делают».

«На всякий случай».

«Так положено».

«Мне сказали».

«Потом разберёмся».

«Всегда так было».

Иногда этих нескольких фраз достаточно, чтобы огромные группы вполне разумных людей годами продолжали делать вещи, смысл которых уже никто толком не может объяснить.

Именно об этом эта книга.

Она не о глупых людях.

Потому что глупость была бы слишком простым объяснением.

Гораздо интереснее другое: почему умный, образованный и совершенно нормальный человек способен совершать удивительно нелогичные поступки? Почему миллионы людей могут одновременно поддерживать странную привычку только потому, что остальные делают то же самое? Почему человечество сначала создаёт проблему, потом создаёт це-

люю индустрию для её решения, а спустя несколько лет начинает бороться с последствиями этого решения?

Мы будем говорить о деньгах и работе, образовании и технологиях, бюрократии и потреблении, интернете и социальных сетях, привычках и правилах. О маленьких бытовых нелепостях и огромных системах, которые кажутся естественными только потому, что мы родились внутри них.

Но у этой книги есть одно важное правило.

Смеяться будем не над «ними».

Смеяться будем над нами.

Включая автора.

Потому что очень легко заметить нелогичность человека в соседней очереди. Намного сложнее заметить её в собственном поведении.

Возможно, именно поэтому человечество до сих пор существует: мы невероятно умны и невероятно нелогичны одновременно. Мы способны совершить ошибку, построить вокруг неё целую систему, написать инструкцию по правильному использованию этой системы, открыть университетскую кафедру для её изучения, а через сто лет обнаружить, что первоначальная ошибка находилась на первой странице.

И начать всё сначала.

Поэтому забудьте пока про яйцо.

Для нашей истории первой была курица.

Почему?

Потому что иногда человечеству нужен не ещё один бес-

конечный спор.

Иногда кто-то просто должен выбрать курицу и перевернуть страницу.

Глава 1

Так принято

Представьте эксперимент.

Вы заходите в учреждение. Перед вами три двери.

На первой написано: «Вход».

На второй: «Выход».

На третьей ничего не написано.

Вы уверенно открываете дверь с надписью «Вход».

Закрыто.

Пробуете вторую.

Тоже закрыто.

И тут охранник, который наблюдал за происходящим с выражением человека, видевшего эту сцену уже несколько тысяч раз, говорит:

«Через третью».

Вы заходите и задаёте вполне логичный вопрос:

«А почему тогда написано, что вход там?»

Охранник пожимает плечами:

«Так давно висит».

Добро пожаловать в человеческую цивилизацию.

Человек разумный

Мы любим представлять человека существом рациональным.

Получил информацию.

Проанализировал варианты.

Сравнил преимущества и недостатки.

Принял оптимальное решение.

Красиво.

Есть только небольшая проблема: реальные люди далеко не всегда принимают решения именно так.

Ещё в XX веке экономист и исследователь принятия решений Герберт Саймон выступил против слишком простой модели идеально рационального человека. Он предложил концепцию ограниченной рациональности: наши возможности обработки информации ограничены, как и время, которым мы располагаем. Поэтому на практике человек часто ищет не математически лучший вариант, а достаточно приемлемый.

Звучит как недостаток.

Но представьте обратное.

Перед покупкой зубной пасты вам пришлось бы изучить химический состав каждой марки, проверить исследования отдельных компонентов, сравнить цены во всех магазинах города, вычислить стоимость одного грамма, прочитать ис-

торию производителей и построить таблицу ожидаемой полезности.

Через четыре часа вы всё ещё стояли бы возле полки.

Без зубной пасты.

Поэтому мозгу нужны сокращения.

Мы используем привычки, прошлый опыт, эмоции, подсказки окружающих и простые правила. Исследования в психологии принятия решений описывают множество таких эвристик и когнитивных искажений. Они позволяют принимать решения быстро, но иногда систематически уводят нас от того выбора, который мы сделали бы после более полного анализа.

И вот здесь начинается самое интересное.

Потому что иногда одно из самых мощных объяснений звучит так:

Так принято.

Почему вы стоите в этой очереди?

Представьте вокзал.

Возле одной кассы стоят двадцать человек.

Соседняя касса открыта. Над ней горит табло. Кассир сидит на месте.

Но там никого нет.

Что вы сделаете?

Очень хочется сказать:

«Конечно, пойду к свободной».

Возможно.

Но сначала многие хотя бы задумаются:

«А почему туда никто не идёт?»

Может быть, эта касса не работает?

Может быть, только для определённых пассажиров?

Может быть, остальные знают что-то, чего не знаю я?

И это совершенно разумные вопросы.

Наблюдение за другими часто действительно даёт нам полезную информацию. Социальные нормы и поведение референтных групп могут работать как относительно дешёвые ориентиры, позволяющие не анализировать каждую ситуацию с нуля.

Проблема появляется в тот момент, когда каждый смотрит на каждого.

Первый человек решил, что касса закрыта.

Второй увидел первого.

Третий увидел первых двух.

Двадцатый видит очередь из девятнадцати человек и получает очень убедительное доказательство того, что стоять нужно именно здесь.

Хотя доказательством являются девятнадцать человек, каждый из которых мог ориентироваться на предыдущего.

Человечество способно производить уверенность практически из воздуха.

Ничего не менять тоже является решением

Есть ещё одна наша интересная особенность.

Когда перед человеком несколько вариантов, уже существующее положение вещей часто получает преимущество просто потому, что оно уже существует.

В исследованиях это называют склонностью к статус-кво.

В классической работе Уильяма Самуэльсона и Ричарда Зекхаузера эксперименты показали, что люди непропорционально часто сохраняют текущий вариант. Авторы также обнаруживали этот эффект при анализе реальных решений, включая выбор медицинских и пенсионных программ.

Получается довольно забавная конструкция:

«Почему мы делаем именно так?»

«Потому что раньше делали именно так».

«А почему раньше делали именно так?»

«Не знаю. Когда я пришёл, уже так делали».

Если повторять эту цепочку достаточно долго, в конце иногда обнаруживается человек, который давно умер, уволился или просто однажды принял случайное решение.

Но решение осталось.

Инструкция победила цель

Представим организацию.

Когда-то сотрудникам поручили заполнять определённый бумажный журнал. В то время он был необходим: данные больше нигде не хранились.

Прошли годы.

Появилась электронная система.

Все данные теперь автоматически сохраняются в ней.

Но журнал продолжают заполнять.

Почему?

«Положено».

Теперь организация сначала платит за цифровизацию процесса, а затем человек вручную переписывает цифровые данные на бумагу.

Это прекрасный момент.

Технология победила старую систему.

А старая система отказалась об этом узнавать.

Конечно, конкретные дублирующие процедуры иногда имеют вполне разумные причины: требования закона, резервное хранение, безопасность или контроль ошибок. Поэтому сам факт наличия бумажного документа ещё ничего не доказывает.

Абсурд начинается тогда, когда никто уже не способен объяснить, **какую функцию выполняет действие.**

Средство продолжает существовать после исчезновения цели.

Почему умные люди делают нелогичные вещи

Здесь легко попасть в ловушку и сказать:

«Потому что люди глупые».

Но это слишком ленивый ответ.

Исследования Канемана и Тверски показали, что человеческие решения могут предсказуемо меняться даже от того, как сформулирована одна и та же проблема. Это явление получило название эффекта фрейминга.

И когнитивные искажения не исчезают автоматически после получения диплома или профессионального опыта. Обзор исследований, опубликованный Американской психологической ассоциацией, отмечает, что когнитивные искажения способны влиять и на экспертные суждения.

То есть перед нами не редкая поломка отдельных неразумных людей.

Перед нами особенности человеческого принятия решений.

Наш мозг не обязан каждый раз искать абсолютный оптимум.

Ему часто достаточно решения, которое работает.

Это экономит невероятное количество времени.

Представьте, если бы каждое утро вам пришлось заново

решать:

Как правильно надеть носки?

Какой рукой открыть дверь?

Нужно ли чистить зубы?

Стоит ли сегодня соблюдать правила дорожного движения?

Можно ли доверять стулу?

Вероятно, к обеду вы только вышли бы из спальни.

Привычки, нормы и готовые правила освобождают нас от миллионов микрорешений.

Поэтому проблема не в существовании правил.

Проблема начинается тогда, когда правило перестаёт обслуживать человека, но человек продолжает обслуживать правило.

Великий вопрос

Именно поэтому время от времени полезно задавать чрезвычайно опасный вопрос.

Всего два слова:

А зачем?

Не «кто приказал?»

Не «кто виноват?»

Не «почему эти идиоты так делают?»

А именно:

«А зачем?»

Какую проблему решает это действие?

Что случится, если его перестать выполнять?

Существует ли причина до сих пор?

Можно ли добиться той же цели проще?

Иногда после этих вопросов оказывается, что всё вполне логично.

И это прекрасно.

Иногда оказывается, что ответ неизвестен.

А иногда происходит самое интересное.

Человек долго смотрит на вас и наконец говорит:

«Ну... так принято».

И вот тогда где-то неподалёку начинает кудахтать наша курица.

Глава 2

Мы придумали деньги, а потом стали работать ради цифр

Представьте человека.

Он просыпается в семь утра по будильнику, хотя очень хочет спать.

Едет туда, куда не особенно хочет ехать.

Выполняет работу, которую иногда не особенно хочет выполнять.

Получает за это цифры на банковском счёте.

Часть этих цифр отдаёт за квартиру, в которой почти не бывает, потому что большую часть дня находится на работе.

Другую часть тратит на транспорт, чтобы добраться до работы.

Ещё часть уходит на еду, одежду и другие вещи, необходимые в том числе для того, чтобы продолжать работать.

А когда цифр становится мало, человек начинает переживать.

Поэтому работает больше.

Если объяснить нашу экономическую систему инопланетянину именно так, возможно, он попросит повторить.

Медленно.

Деньги, которых почти никто не видит

Когда мы говорим «деньги», воображение всё ещё любит рисовать купюры.

Шуршащие бумажки.

Монеты.

Кошелёк.

Но для огромного количества повседневных операций деньги давно превратились в числа на экране.

Мы не передаём продавцу мешок зерна.

Не отдаём золотую монету.

Иногда даже карту не достаём.

Пик.

Готово.

Число уменьшилось.

Кофе появился.

Самое удивительное здесь не существование безналичных денег. Это как раз чрезвычайно удобное человеческое изобретение.

Удивительно другое.

Нечто, существующее в значительной степени как система учёта, способно вызывать совершенно настоящие эмоции.

Число выросло.

Настроение улучшилось.

Число уменьшилось.

Настроение испортилось.

Нам заплатили больше, чем мы ожидали.

Радость.

Соседу заплатили ещё больше.

Радость почему-то стала меньше.

Человек удивительное существо.

Он способен расстроиться из-за денег, которые не потерял, просто узнав, что другой человек получил больше.

У денег есть характер

Предположим, у вас есть 10 000 рублей.

С точки зрения арифметики всё просто.

Десять тысяч есть десять тысяч.

Но человеческий мозг способен превратить их в совершенно разные деньги.

Пять тысяч:

«Это на жизнь».

Ещё три:

«Это на отпуск».

Оставшиеся две:

«Это подарок, их можно потратить».

Хотя банк не хранит эти деньги в трёх маленьких коробочках.

Разделение существует у нас в голове.

Экономист Ричард Талер назвал подобное явление **мен-**

тальным учётом. Люди мысленно распределяют деньги по разным категориям и могут относиться к одинаковой сумме по-разному в зависимости от того, откуда она появилась и для чего предназначена.

В 1985 году Талер подробно развил эту концепцию в работе *Mental Accounting and Consumer Choice*. Позже исследования ментального учёта стали важной частью поведенческой экономики.

В 2017 году Талер получил премию по экономическим наукам памяти Альфреда Нобеля за вклад в поведенческую экономику. Шведская королевская академия наук отдельно отметила его исследования ограниченной рациональности, самоконтроля и ментального учёта.

Иными словами, странное отношение людей к деньгам оказалось достаточно серьёзной темой, чтобы изучать его десятилетиями.

Бесплатные деньги

Представьте:

вы работали несколько дней и заработали 5000 рублей.

Потратить их жалко.

Теперь другая ситуация.

Вы неожиданно получили те же 5000 рублей в подарок.

И тут внутри может появиться маленький финансовый философ:

«Ну это же подарочные деньги».

Стоп.

Какие ещё подарочные?

Пять тысяч рублей не знают собственной биографии.

На них не написано:

«Внимание! Получены тяжёлым трудом. Тратить осторожно».

Или:

«Появились неожиданно. Разрешается заказать что-нибудь бессмысленное».

Для магазина обе суммы одинаковы.

Для мозга не всегда.

В этом и заключается одна из прелестей ментального учёта: математически взаимозаменяемые деньги психологически могут восприниматься совершенно по-разному.

Скидка, которая заставляет потратить

Теперь начинается магия торговли.

Допустим, вещь стоила 10 000 рублей.

Теперь она стоит 7000.

Вы покупаете её и говорите:

«Я сэкономил три тысячи!»

В определённом смысле это правда: если вы в любом случае собирались покупать именно эту вещь, то заплатили на три тысячи меньше.

Но существует ещё одна версия событий.

Вы вообще не собирались ничего покупать.

Увидели скидку.

Потратили семь тысяч.

И ушли из магазина с ощущением, что каким-то образом стали богаче на три.

Это выдающийся математический трюк.

Было 10 000.

Стало 3000.

Экономия: 3000.

Человечество определённо заслуживало калькулятор.

Это моё, поэтому стоит дороже

У денег есть ещё один любопытный родственник: чувство собственности.

Представьте кружку.

Обычную кружку.

Вы готовы заплатить за неё определённую сумму.

Теперь представьте, что кружка уже ваша и кто-то предлагает её купить.

В экспериментах Даниэля Канемана, Джека Кнетча и Ричарда Талера наблюдалась интересная закономерность: люди, получившие предмет, могли требовать за отказ от него больше, чем другие были готовы заплатить за приобретение такого же предмета.

Это стало одним из известных экспериментальных проявлений так называемого **эффекта владения**.

Предмет не изменился.

Кружка не стала больше.

На ней не появилось золото.

Она просто стала:

моей.

И это короткое слово способно менять нашу оценку.

Возможно, поэтому шкафы человечества наполнены вещами, которые уже много лет не используются, но выбросить их всё-таки жалко.

«Вдруг пригодится».

Эта фраза заслуживает отдельного археологического музея.

Зачем нам больше?

Допустим, человек мечтает получать 100 тысяч.

Получает.

Некоторое время счастлив.

Потом обнаруживает человека, который получает 150.

Возникает новая цель.

150.

Доходит до неё.

Теперь рядом появляется кто-то с 250.

И горизонт снова отодвигается.

Конечно, увеличение дохода может совершенно реально улучшать качество жизни: жильё, питание, образование, безопасность и доступ к необходимым услугам стоят денег.

Поэтому было бы нелепо утверждать, что деньги не имеют значения.

Имеют.

Но после удовлетворения конкретной потребности начинается более интересный вопрос:

сколько означает «достаточно»?

Вот здесь у человечества возникают трудности.

Потому что «достаточно» не продаётся в магазине.

У него нет фиксированной цены.

Часто мы определяем его, глядя не на собственные потребности, а по сторонам.

У него квартира больше.

У неё телефон новее.

У них отпуск дороже.

И внезапно вещь, которая вчера прекрасно выполняла свою функцию, сегодня начинает выглядеть недостаточно хорошей.

Не потому, что она изменилась.

Изменилось сравнение.

Купить время

Есть ещё один особенно красивый парадокс.

Человек говорит:

«Время - деньги».

Поэтому начинает больше работать.

Получает больше денег.

Но теперь у него меньше времени.

Тогда он начинает тратить дополнительные деньги, чтобы вернуть себе время.

Заказывает доставку.

Берёт такси.

Платит за услуги, которые раньше выполнял самостоятельно.

Покупает устройства, обещающие сэкономить несколько минут.

То есть сначала мы обмениваем время на деньги.

А затем деньги на время.

Посередине кто-нибудь обязательно берёт комиссию.

Это не значит, что такая схема бессмысленна. Разделение труда и возможность платить другим за услуги являются основой современной экономики.

Но иногда полезно остановиться и спросить:

на каком именно этапе обмена я сейчас нахожусь?

Самая дорогая вещь

Представьте двух людей.

Первый обладает огромным состоянием, но почти всё его

время заранее расписано.

Второй имеет значительно меньше денег, но располагает несколькими свободными часами каждый день.

Кто богаче?

Экономический ответ можно посчитать.

Человеческий уже сложнее.

Потому что деньги обладают замечательным свойством: их можно считать.

Время тоже можно.

Но банковское приложение показывает только одно из них.

Мы видим:

125 430 рублей.

Мы не видим:

примерно столько-то свободных вечеров осталось в этом году.

Возможно, если бы телефон показывал второй показатель рядом с балансом, некоторые покупки выглядели бы иначе.

Не:

«Эта вещь стоит 20 000».

А:

«Эта вещь стоит три моих рабочих дня».

И тогда цена внезапно становится немного более понятной.

Мы придумали очень полезную вещь

Было бы легко закончить эту главу словами:

«Деньги - зло».

Но это было бы слишком удобно.

Деньги решили огромную проблему обмена. Они позволяют сравнивать стоимость совершенно разных товаров и услуг, сохранять покупательную способность для будущего и координировать экономическую деятельность между незнакомыми людьми.

Проблема опять не в инструменте.

Проблема начинается, когда инструмент превращается в цель.

Мы придумали деньги, чтобы измерять стоимость.

А потом иногда начинаем измерять деньгами то, для чего они подходят гораздо хуже:

успех.

уважение.

статус.

собственную ценность.

счастье.

И вот здесь происходит знакомая нам подмена.

Средство незаметно занимает место цели.

Поэтому следующий раз, когда вам покажется, что вам срочно нужно заработать ещё больше, можно задать тот са-

мый неприятный вопрос из предыдущей главы:

А зачем?

Если ответ есть, прекрасно.

Если ответ звучит:

«Чтобы было больше»,

стоит задать второй:

Больше чего?

Денег?

Возможностей?

Свободы?

Времени?

Или просто цифр?

Потому что человек придумал деньги.

А цифры ничего не знают о человеке.

Глава 3

Мы экономим время, чтобы потом его убивать

Человек ненавидит ждать.

Если сайт загружается пять секунд, мы начинаем нервничать.

Если доставка приедет через два часа вместо одного, это уже неудобно.

Если видео длится сорок минут, возникает вопрос:
«А покороче нет?»

Если голосовое сообщение идёт пять минут, некоторые смотрят на него так, будто им прислали аудиоверсию «Войны и мира».

Поэтому человечество постоянно экономит время.

Мы ускоряем видео.

Заказываем продукты домой.

Покупаем билеты через приложение.

Оплачиваем покупки одним касанием.

Просим навигатор найти самый быстрый маршрут.

Отправляем сообщение вместо письма.

Используем искусственный интеллект, чтобы получить за несколько секунд то, на что раньше могли потратить час.

Мы отчаянно спасаем минуты.

А потом ложимся вечером на кровать со словами:

«Пять минут полистаю телефон».

Проходит час.

Иногда полтора.

И это, пожалуй, одно из величайших достижений нашей цивилизации.

Мы научились экономить время настолько эффективно, что теперь можем тратить его впустую в промышленных масштабах.

Когда-то времени действительно стало больше

Здесь важно не превращать красивую шутку в историческую неправду.

Технологический прогресс действительно помог людям освободить значительную часть времени.

Исторические данные показывают, что во многих странах, особенно в экономиках, которые индустриализировались раньше других, среднее количество рабочих часов за последние полтора столетия существенно сократилось. В конце XIX века во многих таких странах годовая продолжительность труда превышала 3000 часов на работника. Сегодня показатели значительно ниже, хотя между странами сохраняются большие различия.

То есть машины действительно выполнили часть обещания.

Они помогли человеку производить больше за меньшее время.

Стиральная машина избавила от части ручного труда.

Автомобиль ускорил перемещение.

Компьютер ускорил вычисления.

Интернет ускорил передачу информации.

Поисковая система сократила путь от вопроса до ответа.

Мессенджер превратил письмо, которое когда-то могло путешествовать несколько дней, в сообщение, способное добраться до адресата практически мгновенно.

Логично было бы предположить, что современный человек сидит где-нибудь под деревом и размышляет:

«Как же много у меня свободного времени».

Но почему-то дерево занято.

А человек отвечает на уведомления.

Сэкономил пять минут

Представим обычное утро.

Вы опаздываете.

Навигатор предлагает маршрут на пять минут быстрее.

Прекрасно.

Вы спасли пять минут своей жизни.

Настоящие пять минут.

Никто уже не сможет их у вас отнять.

Вы приезжаете.

До начала встречи ещё пять минут.

Что делать с этим неожиданным богатством?

Телефон.

Новости.

Сообщения.

Одно короткое видео.

Второе.

Третье.

И пять спасённых минут возвращаются туда, откуда пришли.

Как будто время имеет собственную налоговую службу.

Парадокс скорости

Почти каждое новое поколение технологий обещает нам скорость.

Быстрее приготовить.

Быстрее доехать.

Быстрее найти.

Быстрее написать.

Быстрее посмотреть.

Даже развлечения приходится ускорять.

Некоторые люди смотрят видео на скорости 1,5× или 2×.

В определённых ситуациях это совершенно разумно. Например, если человек ищет конкретную информацию в длинной записи.

Но сама идея всё равно прекрасна.

Мы дошли до момента истории, когда нам иногда приходится ускорять собственный отдых.

Фильм слишком медленный.

Лекция слишком длинная.

Разговор слишком затянут.

Текст слишком большой.

Песня...

Пока, к счастью, обычно нормальная.

Хотя человечество работает над этим.

Многозадачный человек

Есть ещё один способ победить время.

Делать несколько вещей одновременно.

Например:

писать документ;

слушать музыку;

отвечать в мессенджере;

проверять почту;

смотреть уведомления;

параллельно пытаться вспомнить, зачем вообще открыл браузер.

Выглядит продуктивно.

На экране происходит столько всего, что человек почти физически ощущает собственную эффективность.

Но мозг не всегда выполняет сложные задачи одновременно так, как нам кажется. Во многих случаях он быстро переключается между ними.

Эксперименты по переключению задач показывают, что такие переходы имеют цену. После смены задачи требуется время, чтобы перестроиться на новые правила и цель. Чем сложнее задачи, тем заметнее могут становиться эти издержки.

Одна секунда здесь.

Несколько секунд там.

Кажется мелочью.

Но попробуйте работать так два часа:

документ.

сообщение.

документ.

почта.

документ.

уведомление.

сообщение.

«Кстати, интересно, сколько лет живут пингвины?»

Через двадцать минут вы читаете статью об Антарктиде.

Документ смотрит на вас.

Вы смотрите на документ.

Никто не хочет первым начинать разговор.

Уведомление

Когда-то, чтобы отвлечь человека от работы, требовались определённые усилия.

Нужно было прийти.

Постучать.

Позвать.

Позвонить.

Сегодня достаточно:

ДЗЫНЬ.

Всё.

Человек, который секунду назад размышлял над сложной задачей, теперь смотрит на экран.

«Ваш заказ передан в службу доставки».

Спасибо.

Человечество может продолжить развитие.

Исследования внимания показывают, что частые переключения связаны с дополнительными когнитивными издержками: человеку приходится заново ориентироваться в задаче и восстанавливать контекст. Исследователь внимания Глория Марк также описывает связь более частого переключения внимания с повышенным стрессом и большим количеством ошибок.

Получается удивительная ситуация.

Телефон экономит нам огромное количество времени.

И тот же телефон предоставляет невероятное количество способов это время потерять.

Это не обвинение телефона.

Молоток тоже не виноват, если кто-то решил три часа рассматривать его вместо того, чтобы забить гвоздь.

Но молоток хотя бы не присылает уведомление:

«Возможно, вам понравятся ещё 17 гвоздей».

Ещё одно видео

Особое место в нашей истории занимает бесконечная лента.

У неё есть одно гениальное свойство.

У неё нет конца.

Книгу можно дочитать.

Фильм заканчивается титрами.

Газета заканчивается последней страницей.

Даже разговор когда-нибудь заканчивается фразой:

«Ладно, давай».

У бесконечной ленты такой естественной точки остановки нет.

Всегда существует следующее видео.

А за ним ещё одно.

И ещё.

И каждое требует совсем немного времени.

Тридцать секунд.

Что такое тридцать секунд?

Ничего.

Но сто раз по тридцать секунд уже превращаются в пятьдесят минут.

Математика иногда портит настроение.

Исследования коротких видео продолжаются, и здесь важно не объявлять любой просмотр вредным. Например, одно исследование 2025 года среди 745 пользователей социальных сетей в Саудовской Аравии обнаружило связь более интенсивного и непреднамеренного погружения в короткие видео с самооценкой трудностей внимания, нарушений рабочей памяти и когнитивной усталости. Однако исследование было корреляционным, поэтому само по себе оно не доказывает, что именно короткие видео стали причиной этих проблем.

Последнее уточнение особенно важно.

Потому что человек любит превращать:

«Исследователи обнаружили связь»

в

«Учёные доказали, что TikTok уничтожает мозг».

Так научные статьи превращаются в интернет.

И для этого тоже понадобилось всего несколько секунд.

У меня нет времени

Наверное, одна из самых распространённых фраз совре-

менности:

«У меня нет времени».

Иногда это абсолютная правда.

Работа.

Учёба.

Дети.

Домашние обязанности.

Дорога.

Здоровье.

У людей действительно очень разные возможности распоряжаться собственным временем. Международные данные показывают большие различия и в продолжительности оплачиваемой работы, и в количестве свободного времени.

Поэтому было бы довольно высокомерно отвечать каждому человеку:

«Просто правильно планируй день».

Но существует и другая ситуация.

«У меня нет времени читать».

Экранное время: четыре часа.

«У меня нет времени учить язык».

Сорок минут коротких видео перед сном.

«У меня нет времени позвонить родителям».

Двадцать минут выбирал фотографию для публикации.

Тогда проблема уже не только в количестве времени.

Она в том, кому мы его отдали.

Бесплатное приложение

Представьте приложение.

Оно бесплатное.

Вы не платите за скачивание.

Не платите за каждую просмотренную публикацию.

Не кладёте монету в телефон после каждого видео.

Прекрасно.

Но создание приложения, серверы, сотрудники и развитие продукта стоят денег.

Значит, возникает простой вопрос:

кто за всё это платит?

В рекламных моделях часть ответа очевидна: рекламодатели платят за возможность получить внимание аудитории.

И здесь появляется ресурс, который невозможно добыть из земли.

Ваше время.

Деньги можно заработать снова.

Телефон можно заменить.

Одежду можно купить новую.

Час жизни нельзя вернуть на склад и сказать:

«Мне не подошёл размер».

24 часа

У миллиардера 24 часа в сутках.

У студента 24.

У президента 24.

У человека, который утверждает в интернете, что спит три часа и чувствует себя великолепно, тоже 24.

Время распределено удивительно коммунистически.

Различаются не сутки.

Различается то, насколько человек способен распоряжаться их содержанием.

И именно поэтому время представляет собой странный ресурс.

Мы знаем, что оно ограничено.

Мы постоянно говорим, что его мало.

Мы покупаем технологии, чтобы его экономить.

Ускоряем процессы.

Оптимизируем маршруты.

Автоматизируем работу.

А затем можем совершенно добровольно отдать освободившийся час алгоритму, даже не заметив момента передачи.

Самая странная экономия

Представьте человека, который идёт в магазин.

Один товар стоит 100 рублей.

В другом магазине тот же товар стоит 90.

До второго магазина двадцать минут пешком.

Человек идёт туда, чтобы сэкономить десять рублей.

Потом возвращается домой и два часа смотрит видео, которые даже не собирался смотреть.

Что здесь дороже?

Десять рублей?

Сорок минут дороги?

Два часа?

Ответ зависит от человека и обстоятельств.

Но есть вопрос интереснее:

почему цену денег мы видим сразу, а цену времени часто не видим вообще?

На товаре есть ценник.

На минуте его нет.

Может быть, проблема не в нехватке времени

Возможно, одна из главных ошибок заключается в самой формулировке.

Мы говорим:

«Мне нужно больше времени».

Но сутки не расширяются.

Никакое обновление пока не добавило двадцать пятого часа.

Поэтому более полезный вопрос может звучать иначе:

На что я хочу потратить то время, которое уже есть?

И тогда технологии снова занимают своё правильное место.

Доставка может подарить вам сорок минут.

Навигатор может подарить десять.

Искусственный интеллект может сократить рутинную работу.

Стиральная машина может освободить часть вечера.

Но ни одна из этих технологий не способна решить, что делать с освобождённым временем.

Это решение остаётся человеку.

И вот здесь начинается самое сложное.

Мы несколько столетий создавали машины, которые помогают экономить время.

Теперь, возможно, нам придётся научиться не отдавать его обратно.

Потому что курица из первой главы уже давно всё поняла.

Она никогда не говорила:

«У меня нет времени».

Она просто ходит.

Клюёт.

Иногда кудахчет.

И, насколько нам известно, ни разу не посмотрела двух-часовую подборку коротких видео о том, как стать продуктивнее.

Глава 4

Мы построили города, чтобы мечтать сбежать из них

Человечество несколько тысяч лет строило города.

Мы прокладывали дороги.

Возводили дома.

Проводили электричество.

Строили метро.

Открывали университеты, больницы, театры, магазины и рестораны.

Миллионы людей покидали деревни и небольшие поселения ради городской жизни.

И вот наконец мы построили огромные мегаполисы.

После чего городской человек в пятницу вечером говорит:
«Господи, как же хочется куда-нибудь на природу».

Прекрасно.

Несколько тысяч лет цивилизационного развития завершились поездкой на дачу.

Великий поход в город

История человечества всё сильнее становится историей

городов.

По данным ООН, в 1950 году в городах жило около 20% населения планеты. К 2025 году доля выросла до 45%. Число мегаполисов с населением не менее десяти миллионов человек увеличилось с восьми в 1975 году до тридцати трёх в 2025-м.

И процесс продолжается.

ООН прогнозирует, что до 2050 года около двух третей прироста мирового населения придётся именно на города.

Почему люди туда едут?

Ответ несложный.

Работа.

Образование.

Медицина.

Транспорт.

Культура.

Развлечения.

Возможности.

В городе гораздо проще найти китайский ресторан, стоматолога, преподавателя испанского, круглосуточную аптеку и человека, готового привезти вам роллы в 23:47.

Деревня исторически проигрывала по последнему пункту особенно сильно.

Поэтому человек едет в город.

А потом начинает искать квартиру рядом с парком.

Хочу жить в центре, но чтобы было тихо

У современного горожанина довольно скромные требования к жилью.

Центр города.

Метро рядом.

Работа рядом.

Магазины рядом.

Кафе рядом.

Парк рядом.

Хороший вид.

Много пространства.

Тишина.

Мало людей.

И недорого.

Риелтор в этот момент обычно просто молчит.

Потому что многие наши требования противоречат друг другу.

Мы хотим находиться там, где происходит больше всего событий, но не хотим слышать людей, которые приехали туда по той же причине.

Хотим развитую инфраструктуру возле дома, но раздражаемся из-за большого потока людей.

Хотим быстро добираться до центра, но не хотим видеть транспорт под окнами.

Хотим автомобильную доступность, но не любим пробки.
Хотим много кафе, но желательно, чтобы вечером возле них никто не разговаривал.

Фактически идеальный город должен выглядеть примерно так:

вся инфраструктура мегаполиса принадлежит лично вам.
Остальные жители куда-то исчезли.

Пробка

Автомобиль был создан, чтобы человек мог быстро перемещаться.

Затем огромное количество людей купило автомобили, чтобы быстро перемещаться.

И поскольку все решили быстро перемещаться примерно в одно и то же время, автомобили остановились.

Так появилась пробка.

В ней есть определённая философская красота.

Каждый отдельный водитель хочет приехать быстрее.

Но совокупность огромного количества людей, желающих приехать быстрее, иногда приводит к тому, что все едут медленнее.

И самое интересное: человек, стоящий в пробке, редко думает:

«Как интересно, я являюсь частью пробки».

Обычно он думает:

«Откуда здесь столько машин?»

Находясь в машине.

Это очень человеческое качество.

Толпа почти всегда состоит из людей, которые недовольны количеством людей в толпе.

Слишком много людей

Город обещает нам людей.

И мы приезжаем именно ради них.

Нам нужны работодатели.

Клиенты.

Преподаватели.

Врачи.

Музыканты.

Повара.

Продавцы.

Водители.

Друзья.

Партнёры.

Зрители.

Соседи.

Без людей город превращается просто в очень большое количество бетона.

Но как только людей становится действительно много, возникает новая мечта:

«Хочу туда, где никого нет».

То есть человек приезжает туда, где есть люди, чтобы получить возможности, которые создают люди.

Зарабатывает деньги благодаря взаимодействию с людьми.

Потом тратит эти деньги, чтобы уехать подальше от людей.

На несколько дней.

После чего возвращается.

Потому что в лесу почему-то плохо с вакансиями.

Квартира как место, где нас почти нет

Представим человека, который мечтает о хорошей квартире.

Он много работает.

Потому что хорошая квартира стоит дорого.

Чтобы позволить себе квартиру получше, он начинает работать ещё больше.

Теперь квартира у него действительно хорошая.

Но есть небольшая проблема.

Он почти всё время на работе.

Утром проснулся.

Уехал.

Вечером приехал.

Поел.

Посмотрел телефон.

Лёг спать.

Получается удивительная экономическая конструкция: человек много работает, чтобы платить за место, в котором у него остаётся всё меньше времени находиться.

Конечно, жильё выполняет гораздо больше функций, чем просто место ежедневного пребывания. Это безопасность, личное пространство, семейная жизнь, имущество и для многих людей долгосрочный финансовый актив.

Но парадокс всё равно остаётся красивым.

Иногда мы покупаем комфорт, которым затем слишком заняты, чтобы пользоваться.

Парк

И вот посреди всего этого бетона человек строит парк.

Сажает деревья.

Делает дорожки.

Ставит скамейки.

Создаёт пруд.

А потом приходит туда и говорит:

«Как хорошо. Как будто не в городе».

Это одна из моих любимых человеческих фраз.

Мы создали место внутри города, главной похвалой которому является то, что оно не напоминает город.

И, что интересно, стремление к зелёным пространствам

нельзя списать только на романтику.

Научные обзоры находят связь между доступом к городским зелёным пространствам и рядом показателей психологического благополучия. Более того, метаанализ 56 экспериментальных и квазиэкспериментальных исследований, опубликованный в 2026 году, обнаружил положительные эффекты контакта с городской зеленью для ряда показателей психического состояния.

Но результаты зависят от качества пространства, контекста, типа воздействия и исследуемого показателя. Поэтому фраза «деревья делают всех счастливыми» была бы красивой, но научно слишком простой.

Получается кое-что интереснее.

Человеку недостаточно построить город.

Ему приходится оставлять внутри города кусочки того, что существовало до города.

Вид на природу

Теперь происходит следующий уровень эволюции.

Мы строим огромный дом.

Занимаем землю.

Прокладываем дорогу.

Проводим коммуникации.

Ставим окна от пола до потолка.

А главным преимуществом квартиры объявляем:

«Вид на лес».

То есть лес настолько прекрасен, что мы решили построить перед ним двадцатипятиэтажный дом, чтобы иметь возможность на него смотреть.

Главное, чтобы следующий застройщик не решил построить ещё один дом между нами и лесом.

Потому что тогда начнётся борьба за сохранение природы. Особенно активно бороться будет человек, чей дом построили первым.

Тишина как товар

Когда вокруг было мало людей, тишина была обычным состоянием.

В современном городе она постепенно превращается в услугу.

Шумоизоляция.

Закрытый двор.

Тихий район.

Номер с окнами во двор.

Загородный отель.

Дом вдали от трассы.

Ретрит.

Мы готовы платить за отсутствие звуков, которые производит цивилизация, частью которой сами являемся.

Воздух проходит похожий путь.

Сначала он просто существует.

Потом в некоторых местах чистый воздух становится преимуществом недвижимости.

«Экологически чистый район».

Когда возможность нормально дышать становится рекламным аргументом, человечеству, возможно, стоит перечитать техническое задание.

Отпуск

Но настоящий триумф городской цивилизации наступает летом.

Человек одиннадцать месяцев живёт в городе.

Работает.

Ездит.

Спешит.

Стоит в очередях.

Слушает автомобили.

Смотрит на здания.

А потом получает отпуск.

Куда он хочет?

Море.

Горы.

Лес.

Озеро.

Маленькая деревня.

Остров.

Главное, чтобы «никакой суеты».

Особенно интересно, когда для достижения места без суеты нужно:

встать в четыре утра;

доехать до аэропорта;

пройти контроль;

постоять в очереди;

лететь несколько часов;

получить багаж;

найти трансфер;

доехать до гостиницы;

и наконец лечь возле моря со словами:

«Вот теперь можно расслабиться».

Через пять дней:

«Что-то я уже соскучился по дому».

Почему тогда мы не уходим из городов?

Потому что город работает.

Вот в чём проблема красивых парадоксов: реальность почти всегда сложнее шуток.

Города дают людям то, что трудно получить при низкой плотности населения.

Специализированную медицину.

Университеты.

Огромные рынки труда.

Общественный транспорт.

Культурные учреждения.

Возможность встретить огромное количество разных людей.

Концентрация населения позволяет поддерживать услуги, для которых в маленьком поселении просто не хватило бы пользователей.

Город не является ошибкой человечества.

Наоборот.

Это одно из самых впечатляющих наших изобретений.

Миллионы незнакомых людей каким-то образом просыпаются утром, включают воду, едут на работу, покупают еду, пользуются электричеством, выбрасывают мусор, получают посылки, вызывают врачей, заходят в интернет.

И большая часть этой невероятно сложной системы большую часть времени работает.

Мы настолько к этому привыкли, что раздражаемся, если автобус задержался на семь минут.

Может быть, мы неправильно поставили вопрос

Проблема не обязательно заключается в выборе: город или природа.

Возможно, сама постановка вопроса слишком примитивна.

Исследования городских зелёных пространств как раз подсказывают более интересную идею: элементы природы можно не противопоставлять городской жизни, а интегрировать в неё.

Парки.

Деревья.

Водоёмы.

Дворы.

Пешеходные пространства.

Доступные зелёные зоны.

В 2026 году метаанализ десятков исследований вновь показал, что контакт с городской зеленью связан с улучшениями по нескольким показателям психологического состояния.

То есть человечеству необязательно разрушить город и всем переселиться в лес.

Лес, вероятно, тоже будет против.

Возможно, нам просто нужно перестать проектировать города так, будто человек представляет собой автомобиль с банковским счётом.

Странная мечта

И всё же мне нравится наблюдать за этой человеческой странностью.

Мы мечтаем переехать в большой город.

Переезжаем.

Первые месяцы фотографируем улицы.

Через несколько лет раздражаемся из-за туристов, которые фотографируют те же улицы.

Покупаем квартиру.

Хотим машину.

Покупаем машину.

Стоим в пробке.

Хотим тишины.

Едем за город.

Через несколько дней скучаем.

Возвращаемся.

И снова говорим:

«Когда-нибудь куплю дом где-нибудь подальше отсюда».

Возможно, человек вообще удивительно устроен.

Ему хочется быть там, где его сейчас нет.

Зимой хочется лета.

Летом прохлады.

В деревне города.

В городе природы.

На работе домой.

Дома путешествовать.

В путешествии иногда домой.

И, возможно, именно поэтому мы никогда не перестаём что-нибудь строить.

А курица?

Курица смотрит на всё это несколько тысяч лет.

Ей нужен небольшой участок земли, еда и место для сна.

Мы же построили мегаполис на двадцать миллионов человек, метро, небоскрёбы и восьмиполосные дороги.

Чтобы в субботу утром загрузить палатку в автомобиль и уехать туда, где ничего этого нет.

Иногда мне кажется, что в споре о разумности видов курица просто решила не участвовать.

Глава 5

Мы покупаем вещи, чтобы впечатлить людей, которым всё равно

Представьте телефон.

Ваш телефон.

Он работает.

Звонит.

Фотографирует.

Открывает приложения.

Показывает видео.

Отправляет сообщения.

Навигатор знает дорогу.

Батареи хватает до вечера.

В общем, трагедии нет.

А потом выходит новый.

Камера стала лучше на какое-то количество процентов.

Экран стал ярче.

Процессор быстрее.

Корпус теперь доступен в цвете, который маркетологи называли чем-нибудь вроде «титановый космос».

И внезапно ваш телефон, который вчера прекрасно рабо-

тал, начинает выглядеть...

старым.

Самое интересное: за ночь с ним ничего не произошло.

Он не стал медленнее.

Камера не испортилась.

Экран не уменьшился.

Изменился не телефон.

Изменилось его положение относительно другого телефона.

Добро пожаловать в удивительный мир вещей, где иногда важно не только то, что предмет умеет делать.

Важно ещё и то, что он говорит о владельце.

Мне нечего надеть

Человек открывает шкаф.

Внутри:

рубашки.

футболки.

брюки.

куртки.

свитеры.

вещь, купленная три года назад и надетая один раз.

вещь, которую жалко выбросить.

вещь, которая «когда-нибудь пригодится».

вещь, существование которой стало неожиданностью да-

же для владельца.

Человек смотрит на всё это несколько минут и произносит одну из самых загадочных фраз человеческой цивилизации:

Мне нечего надеть.

С точки зрения физики это неправда.

С точки зрения человека всё сложнее.

Потому что «нечего надеть» часто означает совсем не отсутствие одежды.

Это может означать:

«Мне не нравится, как я выгляжу в этих вещах».

«Я уже слишком часто это носил».

«Это не подходит для сегодняшней ситуации».

«Я не хочу появляться на фотографиях опять в том же».

Или просто:

«Мне хочется чего-нибудь нового».

Шкаф полный.

Нужной вещи нет.

Человечество снова победило математику.

Господин Веблен всё заметил

В конце XIX века экономист и социолог Торстейн Веблен описал явление, которое впоследствии стали называть демонстративным потреблением.

Идея довольно простая.

Некоторые вещи приобретаются не только из-за их непо-

средственной полезности.

Они могут сообщать окружающим:

у меня есть деньги;

у меня есть вкус;

я принадлежу к определённой группе;

я могу себе это позволить;

я знаю, что сейчас считается престижным.

Современные исследования значительно расширили идеи Веблена, но связь между потреблением и сигналами социального статуса продолжает изучаться и сегодня.

Получается, сумка может переносить вещи.

Часы могут показывать время.

Автомобиль может перевозить человека.

Но иногда они выполняют ещё одну функцию.

Они рассказывают историю о владельце.

Причём человек может вообще ничего не говорить.

За него говорит логотип.

Часы

Представьте двое часов.

Первые стоят 50 условных единиц.

Вторые 5000.

И те и другие показывают:

14:37.

Причём телефон в кармане тоже показывает:

14:37.

Возникает вопрос:

что именно стоит остальные 4950?

Ответ может быть вполне разумным.

Материалы.

Механизм.

Ручная работа.

Дизайн.

История марки.

Редкость.

Коллекционная ценность.

Долговечность.

Эмоции владельца.

Но иногда в эту стоимость входит ещё один невидимый товар:

узнаваемость.

Часы должны не только показывать время.

Иногда важно, чтобы определённые люди поняли, какие именно часы показывают это время.

И тогда товар становится сообщением.

Но мне просто нравится

Здесь нужно быть осторожным.

Было бы слишком легко посмотреть на человека с дорогой вещью и объявить:

«Он просто хочет выпендриться».

Мы не умеем читать чужие мысли.

Люди покупают дорогие вещи по огромному количеству причин.

Кому-то нравится качество.

Кому-то дизайн.

Кто-то коллекционирует.

Для кого-то это подарок.

Кто-то долго мечтал именно об этой вещи.

Кто-то действительно хочет подчеркнуть статус.

А кому-то просто нравится.

Поэтому вопрос этой главы не:

«Почему все покупают дорогие вещи ради понтов?»

Это было бы неправдой.

Вопрос интереснее:

почему мнение других людей вообще способно менять ценность вещи для нас?

Сумка без логотипа

Представим две абсолютно одинаковые сумки.

Одинаковый материал.

Одинаковая прочность.

Одинаковый размер.

Сделаны одинаково хорошо.

Но на одной находится узнаваемый символ известного

бренда.

На второй нет.

Цена первой в несколько раз выше.

Если человек выбирает первую, он может покупать не только физический предмет.

Он покупает историю.

Репутацию.

Ассоциации.

Узнаваемость.

Принадлежность.

В определённых случаях ещё и социальный сигнал.

Исследования демонстративного потребления как раз рассматривают товары не только как предметы с практическими свойствами, но и как средства передачи социально читаемой информации.

Это очень важный момент.

Потому что экономика вещей постепенно превращается в экономику значений.

Мы покупаем не машину

Мы покупаем:

свободу.

успех.

надёжность.

мужественность.

элегантность.

молодость.

приключение.

семью.

престиж.

По крайней мере, именно это нам часто продаёт реклама.

Попробуйте представить рекламу автомобиля, которая говорит исключительно правду о его базовой функции:

«Это металлическая конструкция с четырьмя колёсами. Она перевезёт вас из точки А в точку Б».

Почему-то звучит не очень вдохновляюще.

Поэтому автомобиль едет по пустой горной дороге.

Солнце садится.

Музыка нарастает.

Водитель выглядит так, будто решил все жизненные проблемы.

Никаких пробок.

Никакой парковки.

Никакого ТО.

Никакой страховки.

Только свобода.

Вы покупаете машину.

А горную дорогу почему-то не дают.

Люди смотрят

Теперь представим новую одежду.

Вы надеваете её.

Выходите на улицу.

Кажется, все замечают.

Новый образ.

Новые туфли.

Новая причёска.

Пятно на рубашке.

Человек иногда чувствует себя главным героем фильма,
который смотрит весь город.

Но у остальных людей есть одна серьёзная проблема.

Они тоже заняты собой.

Тот прохожий думает, как выглядит его куртка.

Девушка в метро смотрит на собственную фотографию.

Мужчина рядом переживает из-за опоздания.

Кто-то вспоминает неприятный разговор.

Кто-то выбирает ужин.

Кто-то вообще вас не заметил.

И вот здесь возникает одна из прекраснейших человеческих ситуаций:

мы можем потратить огромное количество энергии на мнение людей, которые в этот момент тратят огромное количество энергии на наше мнение о них.

Все волнуются.

Никто особенно не смотрит.

Эффект прожектора

У психологов существует даже термин «эффект прожектора».

В экспериментах Томаса Гиловича и его коллег люди переоценивали то, насколько сильно окружающие замечают их внешний вид и действия.

Название очень точное.

Нам кажется, будто над нами включён прожектор.

Будто остальные внимательно следят:

что мы надели;

что сказали;

как прошли;

где ошиблись.

Но для окружающих мы чаще являемся не главным героем.

Мы массовка.

Как и они для нас.

Это одновременно немного обидно и невероятно освобождает.

Фотография еды

Когда-то человек заказывал красивое блюдо.

И ел его.

Сегодня между этими двумя событиями иногда появляется третий этап:

фотосессия.

Не трогай!

Секунду.

Нужно снять.

Сверху.

Теперь сбоку.

Подожди, свет плохой.

Подвинь стакан.

Ещё одну.

Готово.

Теперь можно есть остывшее.

И здесь я не собираюсь смеяться над фотографированием еды.

Фотография сохраняет воспоминания. Людям нравится делиться впечатлениями. Это нормально.

Интереснее момент, когда возникает вопрос:

для кого именно сейчас происходит этот ужин?

Для человека за столом?

Или для человека, который через два часа увидит его в

ленте?

Иногда событие сначала проживается.

Иногда сначала публикуется.

Скидка 70%

Особенно интересным человек становится на распродаже.

Надпись:

СКИДКА 70%

Мозг:

НАДО.

Разум:

Что именно?

Мозг:

НЕВАЖНО. ТАМ СКИДКА.

Человек заходит.

Находит вещь.

Стоила 10 000.

Теперь 3000.

Покупает.

Возвращается домой.

Вещь ему не особенно нужна.

Но внутри остаётся прекрасное чувство:

«Зато я сэкономил семь тысяч».

Нет.

Если вещь не была нужна, вы не сэкономили семь.

Вы потратили три.

Эту мысль мы уже встречали в главе о деньгах.

Но человечество настолько любит скидки, что она заслуживает повторения.

Новое

У нового есть удивительное свойство.

Оно быстро перестаёт быть новым.

Новый телефон.

Через месяц просто телефон.

Новая одежда.

Через несколько выходов просто одежда.

Новая машина.

Через некоторое время просто машина.

Новое кресло.

Через неделю место, куда мы бросаем одежду.

Это создаёт прекрасную проблему для экономики потребления.

Если удовольствие связано именно с новизной, его приходится постоянно обновлять.

Новая вещь.

Привык.

Следующая.

Привык.

Следующая.

Человек оказывается на своеобразной беговой дорожке, которая движется не в пространстве, а через каталог товаров.

Статус тоже постоянно дорожает

Есть ещё одна проблема.

Если вещь используется как знак отличия, она должна отличаться.

Но что происходит, когда её покупают все?

Она перестаёт отличаться.

Когда редкая вещь становится массовой, тем, кому важно выделяться, требуется новый символ.

Потом следующий.

Потом ещё один.

Экономические модели статусного потребления показывают, почему такая гонка может становиться самоподдерживающейся: ценность позиционного товара зависит не только от самого предмета, но и от того, что потребляют другие.

Получается гонка, в которой финиш постоянно передвигают.

Вы покупаете вещь, чтобы подняться на ступеньку.

Но остальные тоже покупают вещи.

И через некоторое время вы снова стоите примерно там же.

Только шкаф стал больше.

Роскошь тоже умеет притворяться скромной

Особенно забавно, что статус необязательно должен кричать.

Иногда престиж выглядит наоборот:

никаких огромных логотипов;

простая одежда;

минимализм;

незаметные часы;

обычная с виду сумка.

Но люди «в теме» знают, сколько это стоит.

Получается новый уровень игры.

Раньше:

«Посмотрите, какая дорогая вещь».

Теперь:

«Посмотрите, какая совершенно обычная вещь. Но если вы понимаете, вы понимаете».

Статус научился шептать.

А если никто не увидит?

Есть хороший мысленный эксперимент.

Представьте вещь, которую очень хотите купить.

Теперь условие:

никто никогда её не увидит.

Вы не сможете опубликовать фотографию.

Друзья не узнают.

Коллеги не заметят.

Незнакомцы не увидят логотип.

Никто не спросит:

«О, это новая?»

Вы будете пользоваться этой вещью исключительно в одиночестве.

Вы всё ещё хотите её настолько же сильно?

Если да, прекрасно.

Вероятно, в ней действительно есть что-то важное именно для вас.

Если желание резко уменьшилось, это тоже не делает покупку плохой.

Мы социальные существа.

Нам естественно учитывать мнение других.

Но теперь хотя бы становится понятно, что именно мы покупаем.

Не только предмет.

Иногда реакцию.

Самый странный зритель

И вот мы подошли к неприятной части.

Человек может годами пытаться впечатлить:

одноклассников, которых давно не видел;
коллег, которые заняты собственными проблемами;
подписчиков, которых никогда не встретит;
незнакомых людей на улице;
людей, которые посмотрят фотографию две секунды и
проведут пальцем вверх.

Для этих двух секунд иногда покупаются вещи в кредит.

Для них выбираются рестораны.

Места отдыха.

Одежда.

Телефоны.

Автомобили.

Не всегда.

Но иногда.

И тогда возникает довольно смешная экономическая модель:

один человек тратит деньги, которых ему жалко, чтобы произвести впечатление на другого человека, который через несколько секунд забудет об этом, потому что сам занят попыткой произвести впечатление на первого.

Возможно, где-то именно на этом и держится значительная часть экономики.

Значит, нужно перестать покупать красивое?

Конечно нет.

Это было бы ещё одной человеческой глупостью:
обнаружить крайность и немедленно убежать в противоположную.

Красивые вещи приносят удовольствие.

Качественные вещи могут служить дольше.

Дизайн имеет значение.

Мода может быть формой творчества.

Коллекционирование может быть увлечением.

Подарок может хранить воспоминания.

Даже статус сам по себе не является каким-то моральным преступлением. Люди всегда передавали информацию о себе через одежду, украшения, язык, поведение и имущество.

Вопрос снова не:

Можно ли это покупать?

Вопрос:

Зачем я это покупаю?

Мне это нужно?

Мне это нравится?

Это удобно?

Это качественнее?

Я давно этого хотел?

Или я представляю момент, когда кто-то другой увидит это у меня?

Последний ответ тоже возможен.

Главное хотя бы услышать его.

Мне нечего надеть

А теперь вернёмся к шкафу.

Он всё ещё полный.

Человек всё ещё стоит перед ним.

Через десять минут он наконец находит одежду.

Одевается.

Смотрит в зеркало.

Меняет футболку.

Снова смотрит.

Возвращает первую.

Выходит из дома.

Встречается с друзьями.

И происходит страшное.

Никто не спрашивает, сколько стоила футболка.

Никто не замечает, что она новая.

Никто даже не помнит, в чём этот человек был в прошлый раз.

Потому что друзья заняты своими футболками.

И в этот момент где-то далеко наша курица смотрит на собственные перья.

У неё один комплект.

Без логотипа.

Без сезонной коллекции.

Без распродажи.

Без кредита.

Без мучительного вопроса «что надеть?»»

И самое неприятное:

он ей идёт.

Глава 6

Мы создали социальные сети, чтобы быть ближе, а потом перестали разговаривать

Когда-то, чтобы узнать, как дела у друга, нужно было встретиться с ним.

Потом появился телефон.

Можно было позвонить.

Потом интернет.

Можно было написать.

Потом социальные сети.

Теперь можно узнать:

где человек находится;

что он ел;

куда ездил;

что купил;

какую песню слушает;

какую книгу читает;

как выглядит его собака;

что он думает о погоде;

и что он делал ровно семь лет назад.

И при этом совершенно не знать, как у него дела.

Человечество совершило удивительный технологический скачок.

Мы получили возможность поддерживать связь практически с любым человеком практически из любой точки мира.

А потом появился новый тип разговора:

«Как дела?»

«Норм».

«А у тебя?»

«Тоже».



Связь установлена.

Информация не обнаружена.

Человек всегда хотел быть рядом

Начнём с важного.

Социальные сети не являются каким-то злым изобретением, случайно выпущенным из лаборатории.

Они удовлетворяют совершенно нормальную человеческую потребность.

Нам нужны другие люди.

Мы хотим рассказывать.

Слушать.

Показывать.

Обсуждать.

Шутить.

Получать поддержку.

Чувствовать принадлежность к группе.

Интернет сделал многие из этих вещей невероятно простыми.

Человек переехал в другую страну?

Можно продолжать разговаривать каждый день.

Друг живёт за пять тысяч километров?

Отправить фотографию занимает секунды.

Нашёл редкое увлечение, которое никто вокруг не понимает?

Где-то наверняка существует сообщество людей, которые понимают.

Для некоторых людей онлайн-сообщества действительно становятся источником социальной поддержки. Поэтому утверждение «социальные сети разъединяют людей» было бы таким же примитивным, как утверждение «телефон разрушает дружбу».

Вопрос не только в инструменте.

Вопрос в том, что мы с ним делаем.

У меня 3000 друзей

Слово «друг» когда-то было довольно дорогим.

Друг знал вашу историю.

Помнил ваши странности.

Мог приехать.

Мог помочь.

Мог выслушать.

Потом появилась кнопка:

Добавить в друзья.

И человеческая цивилизация решила немного пересмотреть терминологию.

Теперь друзей может быть:

347.

348.

349.

Странная ситуация.

У человека пять тысяч друзей.

Но когда нужно попросить кого-нибудь помочь перенести шкаф, список внезапно сокращается примерно до трёх.

Оказывается, существует небольшая разница между:

«видел мою публикацию»

и

«знает меня».

Мы знаем друг о друге всё

Социальные сети создали интересную иллюзию близости.

Вы давно не разговаривали с человеком.

Но знаете, что он был в Турции.

Потом купил машину.

Потом сменил работу.

Потом сходил на концерт.

У него появилась кошка.

Вы поставили лайк кошке.

Он поставил лайк вашему отпуску.

Прошёл год.

Формально вы знаете огромное количество событий из жизни друг друга.

Но если встретитесь случайно на улице, разговор может выглядеть так:

«О! Привет!»

«Привет!»

«Как ты?»

«Да нормально. Ты как?»

«Тоже».

«Ну... давай».

«Давай».

И оба уходят.

Каждый знает, что второй ел на завтрак три дня назад.

Но поговорить не о чем.

Витрина

Есть ещё одна особенность.

В социальную сеть обычно попадает не вся жизнь.

Туда попадает выборка.

Красивый ужин.

Хорошая фотография.

Путешествие.

Новая работа.

Диплом.

Подарок.

Концерт.

Красивый закат.

Редко кто публикует:

«Сегодня я сорок минут искал второй носок».

«Пообедал вчерашними макаронами».

«Три часа ничего не делал».

«Поссорился с человеком, потом весь вечер придумывал идеальные ответы, которые надо было сказать во время ссоры».

«Вот фотография меня в 07:13, когда я случайно включил фронтальную камеру».

Хотя именно из таких моментов состоит огромная часть человеческой жизни.

Получается витрина.

И проблема начинается не тогда, когда человек выставляет красивую фотографию.

Это нормально.

Проблема начинается, когда другой человек сравнивает эту витрину со своим складом.

У всех жизнь лучше

Вы лежите дома.

Обычный вечер.

Ничего особенного.

Открываете социальную сеть.

Один человек в Париже.

Второй получил диплом.

Третий женится.

Четвёртый купил машину.

Пятый стоит на вершине горы.

Шестой написал:

«Наконец-то исполнил мечту!»

Вы смотрите на собственный потолок.

Интересно.

Почему все живут, а я лежу?

Но здесь есть математическая ловушка.

Вы сравнили один свой обычный вечер не с одним человеком.

Вы сравнили его с лучшими моментами сотен людей.

Один человек сегодня путешествует.

Другой сегодня празднует.

Третий сегодня получил повышение.

Четвёртый сегодня влюбился.

Вместе они создают человека-мутанта, который одновре-

менно:

путешествует;
женится;
получает диплом;
зарабатывает миллион;
покупает квартиру;
бежит марафон;
ест идеальный завтрак;
и встречает закат на Бали.
Соревноваться с ним довольно сложно.
Особенно потому, что его не существует.

Сравнение

Психологи давно изучают социальное сравнение, а цифровая среда дала ему практически бесконечное количество материала.

Исследования показывают связь между сравнением себя с теми, кто кажется более успешным, и более низкими показателями субъективного благополучия в некоторых группах пользователей.

Но здесь нужно быть аккуратными.

Нельзя взять одно исследование и написать:

«Instagram делает людей несчастными».

Наука не настолько удобна.

Эффекты отличаются между людьми, платформами и

способами использования.

Для одного человека социальная сеть становится местом поддержки.

Для другого источником профессиональных контактов.

Для третьего развлечением.

Для четвёртого бесконечной машиной сравнения себя с окружающими.

Поэтому правильный вопрос звучит не:

«Социальные сети хорошие или плохие?»

А:

Что именно происходит со мной, когда я ими пользуюсь?

Лайк

Человечество создало ещё одну удивительную единицу измерения.

Лайк.

Представьте попытку объяснить её человеку из XIX века.

«Смотрите, я опубликовал собственное лицо».

«Зачем?»

«Чтобы другие люди его увидели».

«Зачем?»

«Чтобы нажали сердечко».

«Что происходит после сердечка?»

«Появляется число».

«И?»

«Мне приятно».

Человек XIX века некоторое время смотрит на вас.

После чего медленно возвращается в XIX век.

Но если убрать юмор, всё довольно понятно.

Лайк является социальным сигналом.

«Я увидел».

«Мне понравилось».

«Я согласен».

«Я рядом».

Иногда это просто быстрый способ поддержать другого человека.

Проблема появляется, когда число превращается в оценку собственной ценности.

127

Вы публикуете фотографию.

Через десять минут:

23 лайка.

Проверяете снова.

41.

Ещё через некоторое время:

78.

Вечером:

127.

Вроде неплохо.

Но предыдущая фотография получила 186.

И внезапно 127 выглядит как проблема.

Что произошло?

Ничего.

Фотография не изменилась.

Вы не изменились.

Но появилась точка сравнения.

А человек, как мы уже выяснили в главе о деньгах, чрезвычайно любит превращать относительные числа в эмоциональные события.

Мы фотографируем момент

Представьте концерт.

Любимый артист выходит на сцену.

Человек ждал этого несколько месяцев.

Начинается любимая песня.

Что он делает?

Достаёт телефон.

Разумеется.

Потому что этот уникальный момент необходимо немедленно увидеть через экран размером пятнадцать сантиметров.

Вокруг тысячи людей делают то же самое.

На сцене живой человек.

Перед ним лес телефонов.

Завтра большая часть этих записей никогда больше не будет просмотрена полностью.

Но сейчас они должны быть сделаны.

На всякий случай.

Подождите, я сторис сниму

Еда приехала.

Не трогайте.

Фотография.

Закат.

Подождите.

Видео.

Концерт.

Снимаем.

Музей.

Снимаем.

Море.

Снимаем.

Человек постепенно получает вторую работу.

Он не только живёт собственную жизнь.

Он работает её оператором.

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.