

Роман Петров

Сексономика

Почему мужчины и женщины такие как они есть и как из
этого извлечь пользу для себя.

<http://sex-logic.com>

УДК

ББК

П

Петров Сексономика/Роман Петров –2014. – 312 с.

ISBN .

В книге представлен синтетический взгляд на межполовое взаимодействие людей. Кроме обычных для этой темы дисциплин как психология и биология, сексуальные взаимодействия рассматриваются с точки зрения математики, экономики, философии и маркетинга. Книга рассчитана на широкий круг читателей.

УДК

ББК

Редактор:

Корректор:

Иллюстрации: Чарльз Дана Гибсон.

ISBN .

© Роман Петров, <http://petrov.com.ua>

Я благодарен многим людям, стараниями которых эта книга стала лучше, чем она могла быть. Особенно я хочу отметить добровольный труд Анны Белорицкой, Ильи Буркальцева, Елены Ковальчук, Валерия Лапина, Анастасии Москалюк, Андрея Никитина, Кристины Николаевой, Дениса Сыропоршнева, Андрея Хаврюченко и Владимира Царика. Имена приведены в алфавитном порядке, хотя Лёну Ковальчук и Андрея Хаврюченко я, все же, поблагодарю еще раз.

Содержание

Я - товар	8
Где любовь?	11
Спрос и предложение	21
Я – робот	30
Знак отличия.....	38
Активная жизненная позиция.....	44
Как продавать?	54
Бороться и искать.....	61
Машина обеспечения счастья.....	69
Первое слово к свободе	78
Задача о разборчивой невесте.....	89
Иллюзия спроса.....	100
Культура, которой мы обросли	112
Миссия	123
Перемен!	129
Карго культ	141
Грибная модель	151
Штамп в паспорте	160
Обезьяна внутри нас	171
Проклятие красоты	181
Сила привычки	188
Прогресс, но задом наперед.....	199
Коты в мешках	214

Моральные скрепы	225
Смысл жизни.....	240
Трение на рынке	252
Эффект безбилетника.....	258
Помощь зала.....	268
Покрасить трубу	274
Большой обман	285
Конвейер.....	296
Цветы	302
Монополия	309
Куда подевались настоящие мужчины?	316
Бренд человека.....	323
Макроуровень	334
Мир исключений	344

Соне и Соне.



Я - товар

*Уж если быть вещью, так одно
утешение – быть дорогой, очень дорогой.*

А.Островский. “Бесприданница”

Наши взаимоотношения с людьми сводятся к получению или предоставлению им тех или иных благ. Чего бы мы не желали, является спросом с нашей стороны и, соответственно, предложением со стороны других членов общества. А когда речь идет о спросе и предложении, то речь идет об экономике, маркетинге, продажах. Когда речь идет о продажах, нам стоит затронуть психологию. Когда речь идет о маркетинге – биологию человека. Когда речь идет об экономике, в ней тяжело разобраться без философии. Если психология, биология и философия объяснить причины появления спроса и предложения, то математика, экономика и маркетинг дадут нам рецепт того, как получить что нам нужно, приложив к этому минимум усилий. Математику, экономику и маркетинг человечество использует для систематизации знаний о том, как получить то, что нужно тебе, в обмен на то, что у тебя есть с избытком.

И чтобы начать использовать зарекомендовавшие себя бизнес-подходы в целях достижения личного и общественного успеха, сначала надо признать, что каждый из нас сам по себе является товаром, на который есть спрос. В обмен на этот товар мы можем получить либо ничего, либо что-то, либо много больше, чем получают другие. Все зависит от того, насколько хорошо мы умеем включать логику и разум, принимая те или иные решения, насколько хорошо мы владеем собой и

насколько мы готовы отказаться от манипуляций или, наоборот, или манипулировать стереотипами и устоями, принятыми в обществе.

Эта книга посвящена стандартной, а некоторые считают и главной человеческой проблеме – сексу в широком смысле этого слова. Это и поиск партнера и то, как люди принимают решения, касающиеся сексуального взаимодействия, и успешный брак, и дети, и счастливая семейная жизнь.

Как мужчины озабочены поиском лучшей для себя женщины, так и женщины озабочены поиском для себя лучшего мужчины. Вместе с тем, так получается, что материалов, полезных для практического применения женщинами в этой книге больше, чем таковых для мужчин. Ведь факт остается фактом, при всем кажущемся многообразии выбора, достойных женихов всегда много меньше, чем достойных невест. Именно поэтому существует избыток предложения женщин со свойственной любой рыночной системе конкуренцией и дефицит предложения достойных мужчин, также приводящий к вполне рыночным последствиям. И если женщины стараются быть привлекательными, отличающимися от других и сексуальными, то мужчин это, как правило, не заботит. Точно так же не заботились о красивой упаковке, качественной рекламе и удобстве в использовании товаров, продававшихся в СССР. Если хоть что-то лежит на прилавках - уже счастье. А наиболее ценные вещи распределялись “по блату” и с помощью личных связей. Выходит, что в условиях свободного рынка потребность в использовании маркетинга, рекламы и техник продаж существует у поставщиков товаров, присутствующих на рынке с избытком. В данном случае, у женщин.

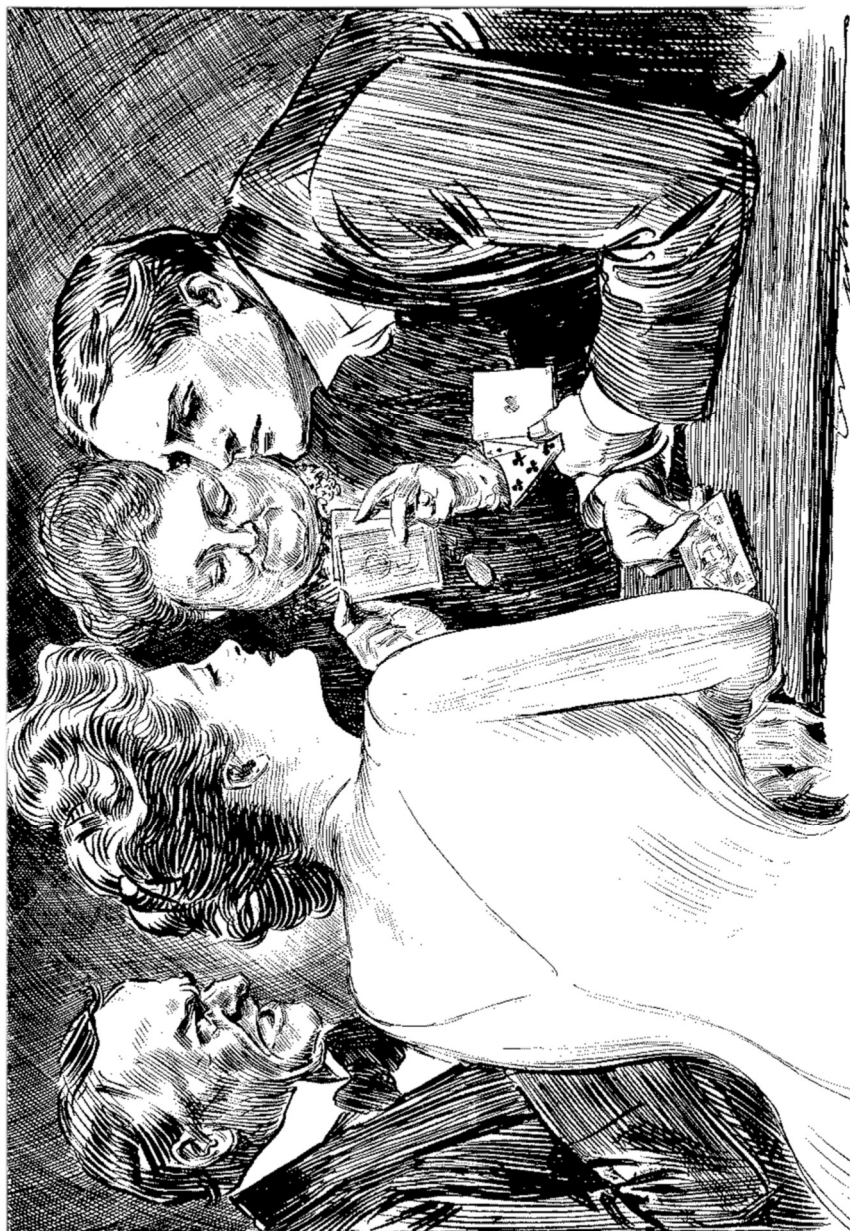
Вместе с тем, это не значит, что книга бесполезна мужчинам. Она, наоборот, написана так, чтобы большинство идей

и рецептов были применимы как мужчинами, так и женщинами. И у мужчин, и у женщин есть специфические рыночные задачи, возникающие на сексуальном рынке.

Чтобы было интереснее читать, материал в книге подан вразброс, тему маркетинга сменяет тема психологии, за философией последует экономика, математика будет разбавлена биологией. Каждая статья содержит краткую выжимку из идей, расписанных в ней более подробно.

Эта книга должна быть интересна не только тем, кто думает о поиске супруга. Здесь приведено много практических рекомендаций по ведению продаж и маркетингу, организации бизнеса и управлению персоналом. Это, возможно даже, легкая в чтении бизнес-литература, где на примере сексуального рынка рассмотрены типичные задачи любого бизнеса.





Где любовь?

Биология

*Всякое рассуждение о любви
уничтожает любовь.*

Лев Толстой

Применение экономики или математики для описания взаимоотношения полов может показаться кощунственным. Поначалу кажется, что это отрицает любовь. Но это совсем не так - скорее, это объясняет любовь

Математика безличностна, абстрактна и не разумна. Разум может постичь те или иные правила и найти математические зависимости, чтобы научиться предсказывать действия законов природы. Любая наука стремится не только объяснять причины, но и предсказывать. Если бы человек владел лишь математикой Ньютона, то этого бы хватало, чтобы предсказать точное время падения камня в безвоздушном пространстве. Знание законов гидродинамики позволяет предсказывать время падения камня уже в атмосфере. Знание законов гравитации и теории относительности позволяет предсказывать и планировать траектории межпланетных станций.

Но человеку не нужно проводить головоломные математические вычисления, чтобы вовремя протянуть руку и поймать падающий камень. Мы не «зависаем» с блокнотом и калькулятором, чтобы понять, как и когда стоит уклониться от летящей в нас палки. Набор древних систем внутри нас позволяет решать подобные сложные математические задачи на бессознательном уровне.

Эти древние системы расчетов можно найти у любого живого существа, которое взаимодействует с окружающей средой на достаточно сложном уровне.

Животные, в отличие от человека, не способны к предсказанию будущего. Вернее, так: степень развития интеллекта зверя определяет его способности к предсказанию. Но он может действовать инстинктивно, создавая своей активностью ситуации, которые будут для него благоприятны в будущем. Именно так человек ловит мяч. Его древние системы перемещают тело человека и придают ему позу, требуемую для выполнения задачи. Точно так же белочка собирает осенью орешки и рассовывает их по дуплам. Она не осознает того, что скоро зима и не пытается даже запомнить, куда сложила орешки. Просто зимой она начнет искать орешки там, где их можно было бы сложить. Разумеется, ту же самую активность можно совершать, используя разум. Причем, делать это эффективнее. Прятать в места, которые запоминаешь. Охранять эти места от воров и собирать не всю осень, а столько, сколько нужно, чтобы перезимовать. Потому разум возник и закрепился в наследственности – он дает серьезные преимущества в выживании, так как позволяет более точно прогнозировать будущее.

Поэтому, чтобы быть в меру успешным на сексуальном рынке, не нужно знать все законы экономики, маркетинг, владеть бизнес-анализом и совещаться с самим собой по каждому принимаемому решению. Живые существа научились размножаться задолго до того, как появился разум, способный описать математику сексуальных взаимоотношений. При этом, с каждым поколением,

алгоритмы или эвристики¹ поведения живых существ постоянно видоизменялись. Это приводило к сложному, но, так или иначе, более успешному поведению с точки зрения размножения, чем предыдущая модель. Но «более успешному», не значит идеально правильному и идеально рациональному. Белка² успешна в выживании зимой, так как в ее инстинктах заложено достаточно сложное поведение собирателя. Но ее поведение не до конца рационально. Да, оно оптимально, если учесть, что эти действия выполняет безмозглая тварь с короткой памятью. И белке этого достаточно. Было бы недостаточно, она бы не выжила и не размножилась в следующее поколение.

Но что толкает белку совершать действия, не связанные с ее выживанием в данный момент? На дворе теплая осень, на деревьях полно шишек и орехов, на кустах растут вкусные ягоды. Зачем собирать еду, если более приятно кушать ее прямо сейчас? Ответ простой: белочке более приятно собирать еду, чем кушать ее. Она получает удовольствие от сбора еды и засовывания ее в разные укромные уголки. В мозгу белочки работает встроенная в нее система вознаграждения, посылающие ей сигналы удовольствия в ответ на правильное поведение. Белка получает физическое удовольствие, которое заставляет ее делать это еще и еще. Чтобы понять, что именно ощущает белочка, попробуйте разобраться, что ощущаете вы, когда кто-то ставит отметку “мне нравится” на ва-

1 Эвристика — алгоритм решения задачи, не имеющий строгого обоснования, но, тем не менее, дающий приемлемое решение задачи в большинстве практически значимых случаев.

2 Познакомьтесь. Читатель, это — Белочка. Белочка, это — читатель. Белочка будет вместе с нами до конца книги.

шей записи в социальной сети. Есть ли от этого какая-то действительная польза? Слово «удовольствие» - это перевод на человеческий язык сигналов в мозгу белочки, которые дают ей подтверждение: «ты все делаешь правильно, продолжай еще». Так мы испытываем удовольствие от поедания сладких фруктов – сладость является хорошим индикатором спелости и полезности. Так нам приятно освободить мочевой пузырь. Так мы испытываем азарт или удовольствие от охоты или рыбалки. Так людям приятно исполнять волю лидера или вставать, слушая гимн страны. Так детям приятно не выпускать из рук новую игрушку. Так нам нравится секс. Так мы вежливы к окружающим и помогаем немощным соплеменникам. То есть, видов «удовольствия» бывает много, но в любом случае физиологический механизм любого удовольствия — это формирование сигнала «ты все делаешь правильно, продолжай еще».

Регуляцией сигналов удовольствия или сигналов принуждения к действию¹, заняты вещества-нейромедиаторы: дофамин, серотонин, окситоцин, норадреналин, глутаминовая кислота и многие другие².

Точно так же существует сложное поведение, которое направлено к выбору оптимального, с точки зрения инстинктов,

¹ Например, таких, которые заставляют азартного игрока продолжать дергать рычаг игрового автомата, несмотря на то, что ни один игровой автомат не настроен выдавать больше монет, чем принял.

² Большинство наркотиков так или иначе вмешиваются в механизмы действия нейромедиаторов. Они или являются их синтетическими, часто более действенными аналогами, провоцируют их избыток или, наоборот недостаток либо просто являются теми же самыми веществами, но поставляемыми в мозг в огромных, нарушающих работу нервной системы, количествах.

способа размножения, стремления к идеальному или к «достаточно удовлетворительному» партнеру. Это поведение сводится к выполнению набора действий, которые должны привести к появлению потомства. Выполнение этих действий стимулируется сигналами удовольствия. Невыполнение вызывает наказание. Это и есть любовь. Это и тоска разлуки, и радость встречи. Это и преодоление препятствий, и совершение безумных поступков. Это и удовольствие, которое получает мужчина, ухаживая, и наслаждение, которое получает женщина, принимая знаки внимания. Потом, когда родятся дети, точно такие же наркотики заставят родителей ухаживать за ними и получать удовольствие и от этого процесса. Вся бессознательная и, что интересно, сознательная деятельность родителей, будет направлена на получение еще одной «дозы», которая вбрасывается в мозг при каждой улыбке малыша, при каждом успехе ребенка, при каждом выражении им удовольствия.

Живым существам не требуется понимание или осознание того, какой партнер является оптимальным. Все эти сложные «рассуждения» производятся автоматически, как автоматически производит сложные вычисления кошка перед прыжком. Мы имеем только итоговый результат: «Вон, видишь вон того мужчину? - сделай все, чтобы быть рядом с ним; получи конфетку, когда рядом; получи тоску, когда не рядом». Ультимативной целью любого живого существа является размножение, иначе бы никто никогда не размножился и все бы вымерли, будучи занятыми другими делами. Поэтому, мотивация, которую обеспечивает система поощрения размножения, перекрывает прочие стремления живого существа. Голод, страх, холод, боль – все становится менее значимым по сравнению с основной целью. Человек опьянен самым главным наркотиком в его жизни.

Вместе с тем, человек отличается от животных одной маленькой особенностью. Он обладает сознанием. Если упрощать, то он умеет моделировать и прогнозировать будущее¹, производя в голове многочисленные перестановки предметов и событий и оценивая вероятности их наступления. Если бы белочка, собирающая орешки, действовала осознано, она получила бы больше от своей жизни, несмотря на то, что наркотики в ее голове командовали ей, что делать «здесь и сейчас». Сознательная активность сосредоточена в неокортексе — эволюционно новом отделе мозга, надстройке, которая позволяет людям быть эффективнее любых других животных. Человек тем больше человек, чем дальше способен заглянуть в будущее. Первобытная полуобезьяна думала о том, чтобы набить свой живот. С развитием интеллекта человек обучается делать запасы, прогнозируя возможность наступления голодного времени. Еще более умные существа не съедают запасы зерна, а высевают, чтобы получить новый урожай через год. Еще более умные ведут севооборот, чтобы поля не истощались. Древние цивилизации начали строить дороги, планируя на десятки лет вперед. Сейчас человечество создает и запускает марсоходы, рассчитывая получить результат от этой деятельности через столетия.

Древние системы, включающие в человеке "белочку" и вознаграждающие его удовольствием в ответ на совершение эволюционно правильного действия, появлялись каждая сама по себе и в разное время. Некоторые системы или "модули" являются

¹ Д.Гилберт в книге «Спотыкаясь о счастье» описал человека как единственное животное, способное видеть будущее. Стоит, однако, помнить, что между человеком и животным нет ни единого качественного различия. Есть только количественные. «Видят будущее» и высшие приматы, однако не настолько хорошо, как человек.

очень древними и принадлежат не только человеку и приматам, а даже рептилиям или рыбам. Но, кажется, нет таких, которые существуют исключительно у людей и не наблюдаются у других животных. Это модуль «ревности» и модуль "альтруизма", модуль "сексуального влечения" и модуль "привязанности", модуль "заботы о потомстве" и модуль "оценки инвестиций жениха", модуль "оценки вероятности отцовства" и модуль "женского целомудрия". Очень много "модулей" постоянно работают у нас в голове, оценивают благоприятность событий и наших реакций на них и выдают нам поощрение или наказание. Мораль, этика, чувство справедливости, взаимопомощь, любовь, - все "высокие" человеческие чувства так или иначе имеют простое циничное и корыстное объяснение с точки зрения генов¹, которые мы носим и которые должны передать в следующее поколение.

Но человек умеет включать сознание и сопротивление древним системам в тот момент, когда отказывается от шоколадки или чипсов, чтобы не испортить фигуру. В тот момент, когда предпочитает отложить деньги, а не потратить. В тот момент, когда он сопротивляется порыву подать милостыню мнимому нищему. В

¹ Теория взаимного альтруизма разработана американским биологом Робертом Триверсом, который показал при помощи моделирования, что естественный отбор может поддерживать склонность животных оказывать услуги соплеменникам, если это повышает вероятность ответных услуг (Trivers, 1971. The evolution of reciprocal altruism.). Взаимный альтруизм свойственен не только людям. Так крысы охотнее помогают тем своим соплеменникам, которые в предыдущих опытах помогали им самим, по сравнению с теми, кто отказался помочь или чья репутация неизвестна подопытному индивиду (Rutte, Taborsky, 2008. The influence of social experience on cooperative behaviour of rats (*Rattus norvegicus*): direct vs generalised reciprocity).

тот момент, когда чистит зубы или, вернее выбирает для себя поведение, подразумевающее регулярную чистку зубов. При этом, сознательная деятельность человека не является его борьбой с древними инстинктами и порывами. Наоборот, сознательная деятельность направлена все так же на то, чтобы получить удовольствие от жизни, получить еще раз те самые наркотики, только в большем объеме. Что лучше выбрать: одну конфету прямо сейчас или подождать 20 минут и получить две? Такую задачу ставили детям¹. Их заставляли страдать в пустой комнате один на один с конфеткой². Часть детей не выдерживала и съедала конфетку. Часть выбирала «подождать и взять больше». И что интересно, 20 лет спустя, дети, которые «ждали, чтобы получить больше», оказывались более успешными в жизни, более богатыми, на более высоком положении. Они получали больше всегда³.

Используя сознание, логику и расчеты и действуя осознано, можно получить намного больше и быть более счастливыми, чем тебе обещает инстинктивный порыв, командующий: «получи немедленно, прямо сейчас». И, если речь идет о реализации основного инстинкта, то тем более стоит включать мозг и понимать все рациональные механизмы, которыми руководствуются особи *Homo Sapiens*, выбирая свой путь размножения, исполняя

¹ Mischel, Walter; Ebbesen, Ebbe B.; Raskoff Zeiss, Antonette (1972). "Cognitive and attentional mechanisms in delay of gratification.". *Journal of Personality and Social Psychology* 21 (2): 204–218. doi:10.1037/h0032198. ISSN 0022-3514. PMID 5010404.

² Иногда Маршмэллоу, чаше печенье, брецель и пр.

³ Mischel, Walter; Shoda, Yuichi; Rodriguez, Monica L. (1989). "Delay of gratification in children.". *Science* 244: 933–938. doi:10.1126/science.2658056.

роль агента на сексуальном рынке. Ведь все инстинктивные системы, которыми руководствуется человек, были созданы и тщательно отшлифованы естественным отбором. Но в современном обществе можно получить более яркую влюбленность, большую страсть, качественно лучшие отношения, длящиеся годами. Достаточно просто начать думать вперед. Достаточно быть человеком.

По сути:

- В основе нашего чувственного поведения – математика и оптимальные алгоритмы.
- Алгоритмы, заложенные в нас, могут ошибаться, могут давать не оптимальный результат.
- Разум человека – новая эволюционная надстройка, позволяет ему получать от жизни больше и реализовывать свои основные животные устремления более качественно и с лучшим результатом.
- Выигрывают и получают больше те, кто действует осознанно.





Спрос и предложение

— Экономика —

Если попугая научить говорить два слова «спрос» и «предложение», то из него выйдет отличный экономист.

(Старая шутка)

Любой рынок — это баланс спроса и предложения. Или спроса на взаимно обмениваемые товары. Если на рынке продаются джутовые мешки, то можно констатировать равновесие между спросом на мешки и спросом на деньги. Точно также и сексуальный рынок — это меновой рынок взаимного спроса где товаром выступает то, что присутствует, а рынке в избытке, а валютой то, в чем рынок испытывает дефицит.

Ценность мужчин и женщин на сексуальном рынке очень сильно зависит от возраста. Человек, воплощающий бизнес-план по размножению, должен выбрать партнера физически здорового и фертильного — способного к зачатию, вынашиванию плода, рождению ребенка и содержанию его.

Мужчины фертильны практически всю свою жизнь, так как, если нет никаких проблем со здоровьем, их сперматозоиды вырабатываются постоянно. Значит, женщина, выбирая мужчину, должна ориентироваться, в первую очередь не на фертильность, а на здоровье и на способность к содержанию. Женщину интересует его здоровье в перспективе: насколько хороша у него наследственность и насколько долго проживут дети от их совместного брака. Качество самца с генетической точки зрения можно оценить лишь когда он прожил всю свою жизнь. Если ему 95 лет и он бодрячком — хороший, годный набор генов. Если же он в 35 выглядит неважно или вообще

умер – плохой, не годный. Таким образом, самка, в зависимости от ее осознаваемых или не осознаваемых планов на размножение, будет считать идеальным такого самца, который уверенно стоит на ногах, имеет достаточно зрелый возраст, в котором уже должны были бы проявиться все скрытые изъяны и способен прожить еще 20-40 лет в добром здравии, чтобы успеть поставить на ноги всех запланированных детей перед тем как умереть. Исходя из этого, для любой женщины независимо от возраста, наиболее привлекательными будут внешне здоровые самцы 28-38 лет с приемлемым для этой самки достатком и положением в «иерархии стаи». Ведь, чем выше в иерархии находится самец, тем больше конкурентных преимуществ перед остальными членами стаи имеют его дети и тем больше шансов на большое количество здоровых внуков. Разумеется, с увеличением средней продолжительности жизни, «окно» максимального спроса на мужчину будет дрейфовать в сторону увеличения возраста. Во времена Ромео и Джульетты люди сходились в браке значительно раньше. Важно, что для эффективного размножения физическое присутствие отца не критично и вполне может быть заменено пассивным доходом, которым будет обладать вдова с сиротами после смерти мужа. То есть, неравному браку с богатым стариком есть вполне рациональное объяснение и молодая женщина может вполне искренне любить такого старика. Ведь любовь, хоть это и эмоция, но она имеет биологически рациональные корни. Ощущение влюбленности – это подкрепляющий сигнал сознанию от древних систем, обеспечивающих эффективное продолжение рода. Это очень легко проверить, спросив у девушки, кто ей будет больше всего симпатичен из двух близнецов, предварительно рассказав ей, что один чертовски богат, а второй – сантехник.

У женщин, которые будут заняты вынашиванием детей и ухаживанием за ними, времени на зарабатывание денег просто не будет. И, соответственно, фактор материального благополучия самки не будет участвовать в выборе самцом самки в той же самой степени, что и при выборе самкой самца. Это не важно, что в современном мире женщины вполне свободны и независимы, снабжены индустрией памперсов и детских садов и могут совмещать работу и воспитание детей. Важно, что «думает» по этому поводу древняя часть мозга, которая действует как рациональный агент на сексуальном рынке и отправляет в префронтальную кору сигналы «нравится» и «не нравится». Таким образом, самец выбирает самку фертильную и с хорошими генами.

У женщин, в отличие от самцов, существует конкретное ограниченное возрастное «окно» фертильности, когда женщина способна к зачатию. Это происходит ввиду того, что яйцеклетки у женщин не производятся постоянно, а присутствуют в ее организме от рождения. Наступает период, когда яйцеклетки просто заканчиваются¹.

То есть, у самца просто нет возможности проверить временем качественность генов самки. Когда будет понятно, что самка - потенциальный долгожитель и со здоровьем у нее все в порядке, она уже не будет способна к размножению или будет способна, но со значительным риском как для себя, так

¹ Большого запаса яйцеклеток в женском организме не нужно, так как яйцеклетки имеют свой «срок годности» и накапливают дефекты под воздействием факторов окружающей среды, например, фоновой радиации. Так, вероятность наличия у ребенка синдрома Дауна – генетического нарушения, сильно зависит от возраста матери и, согласно исследованиям, возраста бабушки, в котором она родила мать. Мутации и дефекты имеют свойство накапливаться со временем.

и для потомства. Исходя из этого, наибольшим спросом на сексуальном рынке обладают молодые, едва созревшие женщины, обладающие явными признаками хорошей фертильности или, как принято говорить, обладающими женскими прелестями. С возрастом ценность женщины как инструмента размножения уменьшается. Также она уменьшается при потере «хорошей фигуры» и при потере видимых признаков здоровья: волосы, кожа, ногти.

Таким образом, женщины испытывают в молодости повышенный спрос на себя от мужчин всех возрастных категорий, а с возрастом – повышающуюся конкуренцию со стороны женщин всех возрастов младше или равного собственному. Мужчины, при этом, в молодости страдают от пониженного спроса на себя, который возрастает к зрелости и постепенно спадает к старости. Именно поэтому для женщин так важен фактор времени и именно поэтому во многих культурах успех женщины измеряется тем, насколько она «успела выскочить замуж», обставив конкуренток на сексуальном рынке.

На спрос влияет также и количественный фактор – простое численное наличие того или иного товара на рынке. У людей мальчиков всегда рождается больше чем девочек. Однако мальчики и чаще умирают. К возрасту вступления в брак численность представителей полов приблизительно одинакова, а к 30-35 годам количество мужчин заметно сокращается. В этом виновата специфическая генетика полов. Но на количественные показатели доступности мужчин влияют еще другие факторы. Та же специфическая генетика формирует большой разброс качественных параметров среди мужчин. У мужчин больше, чем у женщин, гениев и умственно отсталых. Среди мужчин больше, как и атлетов так и уродов. Среди мужчин больше и уголовников, и профессоров университетов. Среди мужчин больше бомжей и миллиардеров. При этом, средние

по популяции показатели ума, здоровья, социализации и достатка у женщин и у мужчин приблизительно равны. Разумеется, что преступники, сидящие в тюрьме, умственно отстающие, уроды и бездомные вообще не участвуют в рынке и выбор для женщин сокращается. Также существует ряд социальных факторов, начиная от алкоголизма и заканчивая службой в армии, которые выводят из сексуального рынка значительную часть мужчин. А оставшиеся, в небольшом количестве, более-менее нормальные мужчины стремительно расхватываются конкурентками так, что к 30-35 годам найти одновременно достойного и неженатого мужчину, который бы еще обратил на нее внимание, женщине крайне трудно.

Не на руку женщинам играет и традиция моногамии, укоренившаяся во многих обществах и изобретенная, судя по всему, мужчинами. Ведь именно в условиях моногамии каждому мужчине обеспечена женщина, при этом, в условиях полигинии каждой женщине обеспечен мужчина. В обществах, практикующих многоженство, существует очень много холостых мужчин, исключенных из естественного отбора и проигравших битву за передачу своих генов в будущие поколения. В моногамных обществах, напротив, существует очень много одиноких женщин. И в этих условиях уже женатые мужчины могут приобретать себе новых сексуальных партнеров, не неся при этом никаких обязательств, так как такие отношения находятся за гранью норм и обычаев и, как правило, секретны. В современном урбанизированном обществе практически нет женщин, которые ни разу не имели сексуальных контактов с женатыми мужчинами. При этом, что интересно, каждая из них ни за что не хочет иметь дело с «женатиками».

Если бы мужчин не ограничивали административными рамками брака, и они могли бы свободно состязаться за женщин, стараясь, каждый по-своему, осеменить как можно

больше самок, то тогда все самки были бы задействованы, причем неоднократно и могли бы получать определенные привилегии и преимущества от такого состояния дел. Однако, при таких правилах игры, женщина не способна каким-либо образом мотивировать мужчину содержать ее и рожденных ею детей. Мужчина не уверен, что это - его дети.

В полигинных обществах мужчины, вступая в отношения со многими женщинами, облагаются определенными обязательствами по их содержанию и по содержанию будущего потомства. И именно в полигинных сообществах получается парировать дефицит достойных мужчин и выдать замуж всех достойных женщин.

Но полигиния противоречит идее равенства полов. Научно технический прогресс и рост благосостояния общества позволяют женщине быть полностью равной и по возможностям, и по потребностям мужчине. Женщина уже не безвольное существо, не кухонный комбайн с сексуальной функцией, а полноценный партнер в браке. Мужчина, при этом, тоже уже не альфа-самец с серебристой гривой, а ресурс, нуждающийся в правильном управлении. Но пока крепки моральные устои в головах женщин и мужчин и существует, видимо, наиболее справедливый в современных условиях, институт моногамного брака, мы будем наблюдать избыток качественных или, вернее сказать, достойных женщин и дефицит качественных, вернее, достойных мужчин.

И, если в обществе существуют какие-то моральные нормы о семье, браке, детях, рожденных в нем, то женщина, если она принимает во внимание эти устои, становится жертвой этого общества, вынужденной выходить замуж не за самого лучшего мужчину, а за того, который подвернется и, при этом, очень качественно убеждать себя, что он – самый лучший или, как минимум, не хуже других. Такой брак имеет

большие шансы распасться, что переводит женщину в категорию "разведенки" или "разведенки с детьми". Но нельзя сказать, что женщина вела себя не правильно. У нее просто не было ни времени, ни возможности продавать себя тому, кому нужно. Возможно, она была рада, что ей вообще кто-то, наконец, сделал предложение.

По сути:

- Мужчины и женщины по-разному оценивают возраст потенциального партнера.
- В условиях избытка предложения женщин и дефицита предложения мужчин, покупателями, обладающими правом выбора, становятся мужчины, а продавцами, которые рады своим клиентам – женщины.
- Современное общество не лишено дискриминации женщин, вызванной скорее техническими, статистическими и экономическими чем сексистскими причинами.





Я – робот

— Психология —

- Как ты ничего не боишься?*
- Кто тебе сказал?*
- А чего ты боишься?*
- Например... Например, скорпионов. Э-э... Одиночества. Боюсь остаться одна.*
- Ну а ты?*
- Всех этих тварей. А что, если внутри них люди? Пленники в теле, которое перестало их слушаться? Вдруг так будет со мной?*

("Один из нас", компьютерная игра)

В фильмах про зомби, сами эти зомби представлены как лишенные разума существа, стремящиеся, во чтобы то ни стало покусать здоровых людей, которые, после этого, тоже становятся зомби. Где-то так ведут себя бешенные животные – они кусают свои жертвы, со слюной передается вирус бешенства, который заставляет новые жертвы также кусаться. Вирус бешенства распространяется лишь потому, что он каким-то образом заставляет собаку хотеть укусить другое животное или человека.

Насколько интереснее был бы сюжет фильма ужасов, если бы зомби после укуса не теряли разум, а оставались бы обычными людьми, которым просто очень хочется кого-то укусить. Им просто приятно, и они испытывают наслаждение от ощущения прокушенной кожи и вкуса крови на языке. Ну вот есть же люди, которым приятно одевать обтягивающие латексные костюмы, которым приятно щелкать пупырчатой упаковочной пленкой, которым приятно издеваться над другими людьми или которым приятно наблюдать за тем, как работает стиральная машинка. Вот приятно – потому и делаю.

Но мы и являемся такими зомби. Нам приятно делать вещи, которые не приносят нам пользы, но которые требуются для удовлетворения требований того, кто не является частью нашего «я». Мы занимаемся сексом, мы ложимся спать, мы едим конфеты, мы любим детей, мы вступаем в брак – это все те вещи, которые не нужны нашему «я» - сознательной части нас, но которые мы даже не вынуждены делать, а делаем с удовольствием. Нам приятно это делать.

Что такое «я»? Каждый из нас является, фактически, большой колонией одноклеточных организмов, каждый из которых является клоном другого и каждый из которых живет и умирает лишь для того, чтобы некоторые члены колонии смогли передать генетический материал, который одинаков для всех, в следующее поколение. Эта колония клеток обзавелась большим набором программ и реакций, предназначенных, в конечном итоге, для обеспечения бессмертия генов, которые она несет. Каждый из нас – аналогия муравейника, в котором вместо муравьев – клетки, а вместо королевы – половые клетки – яйцеклетки и сперматозоиды. Как муравейник раз в год выпускает на волю своих крылатых и способных к размножению членов в надежде обосновать новый муравейник, так и колонии клеток каждый половой акт выпускают из себя способные к размножению клетки в надежде зародить новую колонию. Те колонии клеток, которые не делают так, умирают без последствий для следующих поколений. Те колонии, которые делают это по каким-то причинам более эффективно, создают новые колонии в больших количествах. Чтобы колония действовала слаженно и целенаправленно и называлась гордым словом «организм», существует множество механизмов, координирующих жизнедеятельность этого организма и стимулирующих его к поведению, благоприятному для всей колонии – к поведению, ведущему, в конечном итоге к передаче генов в следующее поколение.

Нам хочется есть? Мы едим. Нам хочется спать – спим. Нам хочется вступить в брак с партнером противоположного пола? Вступаем. И это несмотря на то, что юридически оформленный брак нужен только для справедливого раздела имущества и ответственности за детей, чего у молодых, собственно и нет на момент свадьбы. Нам хочется просто увидеть любимого – мы действуем в этом направлении. Нам хочется приласкать ребенка – ласкаем. Эмоции, которые делают нашу жизнь столь красочной и разнообразной и которые, по нашему убеждению, отличают нас от «бездушных» роботов и компьютеров, на самом деле – ни что иное, как проявление абсолютной бездушности и математически холодного расчета. При помощи эмоций наша колония общается с нашим «я», давая ему понять, какое поведение приемлемо, а какое – нет.

Все, что нам нравится или не нравится, все, что мы выбираем сделать или не сделать, в подавляющем большинстве случаев продиктовано нашими генами, которые формируют ту самую колонию, которой каждый из нас является. Руководствуясь своими эмоциями мы превращаемся в роботов-зомби, исполнителей воли наших генов. Мы считаем правильными моральные поступки, но они просто выгодны, если речь идет о жизни внутри племени – там, где как раз формировались поведенческие инстинкты. Мы считаем, что совесть – часть души или разума, но на самом деле это элемент общей «прошивки». Мы верим, что сами выбираем подарок для своей «половинки», но на самом деле само желание подарить подарок было нам продиктовано, а мы только исполняем волю диктатора. Мы думаем, что сами выбираем саму эту «половинку», но на самом деле мы лишь подчиняемся команде, выработанной в результате очень сложных, но хладнокровных и безжалостных вычислений, которые мы даже не осознаем так как это не мы вычисляем, а колония, которая в ходе эволюции обзавелась встроенным компьютером – экспертной системой. Точно так же циничная вычислительная система,

оценивающая всё – от подгорелых котлет и запаха пота до количества рожденных детей и частоты болезней, дает нам команду на разрыв брака и нам почему-то перестает нравиться человек, который как минимум друг и соратник. Мы испытываем ревность или нежность, но это все те же компьютеры посчитали что-то у себя и выдали результат-команду. Мы теряем голову от влюбленности, совершаем безумные поступки, ведем себя, казалось бы нелогично, но, на самом деле мы ничуть не лучше зараженного глистами леща¹.

Человек, несущий в себе миллиарды своих клеток точно также будет делать все под их диктовку и получать взамен награду – положительные эмоции или наказание – отрицательные.

А как же сознание и то самое «я»? Это нечто новое, что изобрели, в ходе эволюции, колонии клеток. Это умение, при помощи анализа и нахождения зависимостей, выстраивать картинку будущего, чтобы понять так ли эффективна та или иная программа, заложенная в организм ранее, не ошибся ли компью-

¹ Рыба, зараженная определенными глистами, желает плавать у поверхности, где ее поймает птица, разнося потом яйца глист по всему водоему. Ей дана команда – она ее исполняет и ей это приятно. Муравей, зараженный определенным грибом, рано или поздно захочет забраться на нижнюю сторону листа и там замереть, ожидая созревания спор, которые, упав с листа на тела других муравьев, прорастают внутрь организма и начинают выделять в него определенные вещества алкалоидной группы, чтобы достичь своих целей. Пораженные паразитом муравьи-зомби покидают своих собратьев и скитаются в одиночестве до тех пор, пока грибу не приходит время продолжать разбрасывать споры в поисках новых жертв. В последние часы жизни муравьи снова лезут на листья и устраиваются так, чтобы как можно удачнее разбросать споры. Гусеница, в которой живут, поедающие ее личинки осы, будет ухаживать за ними, плести им коконы и охранять их от хищников.

тер с расчетами и правильно ли учел все входные данные. Существующий у людей механизм предсказания будущего не совершенен, вводит людей в обманчивую самоуверенность, опирается на уже произошедшие факты и имеющиеся знания, но не на то, что может произойти или на то, чего человек не знает, но как-то, в статистически значимом числе случаев, он работает и дает людям преимущество перед другими животными. Мы можем, в отличие от крысы, выбрать не хватать еду на полках супермаркета, а избежать наказания, не сравнимого с выгодой от украденной еды. Мы можем, в отличие от собаки, не съесть бутерброд прямо сейчас в аэропорту, а подождать пару часов и за те же деньги поесть больше, купив тот же бутерброд в супермаркете или сделав его самому. Или наоборот, мы предпочтем съесть больше сейчас, когда мы уже не голодны, зная, что через несколько часов мы проголодаемся, а нормально поесть будет негде. Мы выберем изучать иностранный язык, а не пить пиво в кабаке напротив. Мы можем добиться большего удовольствия и получить больше вознаграждения от управляющей нами колонии клеток, так как более оптимальным образом исполняем основную программу – передать гены в следующее поколение. И если эмоции это – робот, то разум это и есть мы – та маленькая часть каждого из нас, которая заставляет нас идти на неприятные ощущения сейчас, чтобы получить больше приятного в будущем¹.

Разум дал неоценимые преимущества тем колониям клеток, которые им обладают. Он – костыль для тех ситуаций, когда

¹ Страдающие от постоянных самоограничений религиозные люди, которых большинство людей с естественнонаучным образованием считают недалекими, на самом деле, ведут себя крайне разумно. Ведь именно разум является тем, что меняет временные страдания сегодня на предполагаемую вечную жизнь потом. То есть, ограничивающие себя люди, практикующие религиозную аскезу, чаще пользуются разумом чем не религиозные или религиозные в «бытовом» смысле.

мир меняется и старые программы перестают быть эффективными, а новые еще не созданы. Мы разумно не едем под знак «кирпич», хотя там дорога короче, мы разумно отказываемся от сладкого, мы разумно откладываем деньги. Разум может видеть, что старые программы не эффективны и принимать правильные решения – регулировать действие этих программ. Разум тоже не идеальный инструмент и совершает ошибки, часто системные, например, веря в жизнь после смерти или в преимущество одной нации перед другой.

Для того, чтобы разум мог регулировать и останавливать инстинктивные порывы, он имеет право решающего голоса, оставаясь связанным с инстинктами лишь маленьким информационным мостиком, по которому проходит только один сигнал «хорошо» или его противоположность «плохо». Поестъ бы, выпить бы, мужчину бы – разум получает эти сигналы и решает, видя будущее, как вести себя дальше, но все равно, все с той же целью – с целью удовлетворения нужд большой колонии клеток, которую мы называем словом «организм». Чем разумнее человек, тем он дальше видит будущее. Чем сильнее разум человека, тем более он способен контролировать свое собственное зомбирование и противостоять роботам-эмоциям.

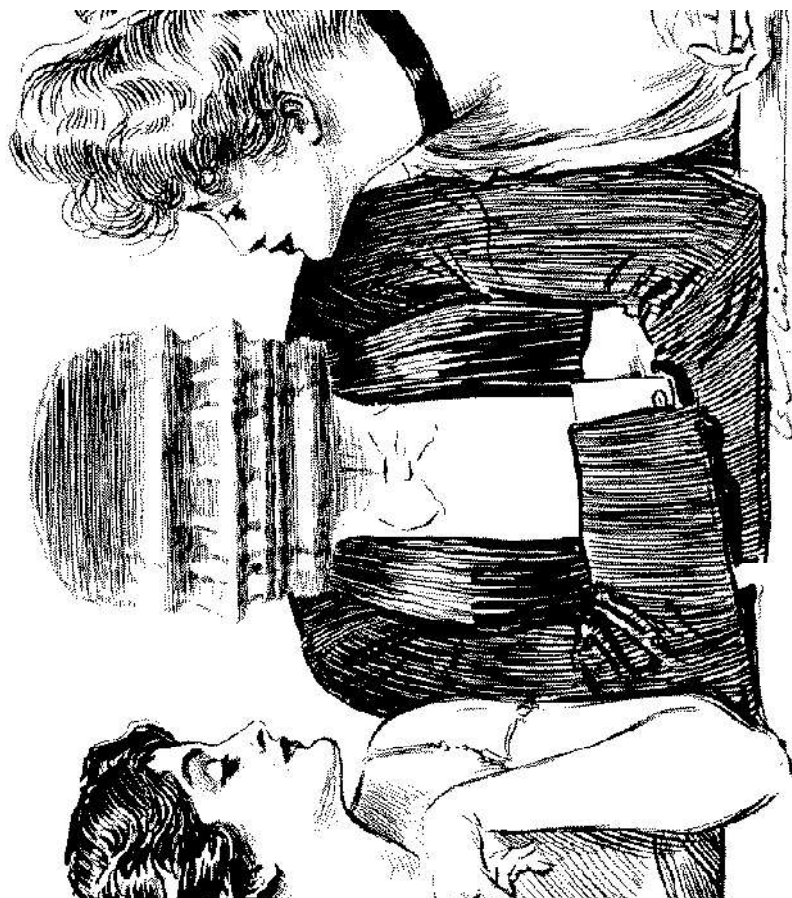
Мы моделируем в голове ситуации «судного дня», когда завтра уже не будет и понимаем, что можем вести себя совершенно как сорвавшиеся с катушек звери, не ограниченные никакими рамками, которые накладывало бы на нас знание того, что произойдет завтра. Мы бы вряд ли были в такой ситуации все поголовно аморальными – мораль — это часть инстинктов, но студенты наверняка не стали бы готовиться к экзамену, преступники писать прошение о помиловании, бухгалтера сдавать к вечеру кассу и подводить баланс, а матери интересоваться, сделали ли их дети уроки.

Сейчас разум читателя читает эти строки и задается вопросом: Ок, так как жить? Ограничивать себя во всем, лишать

себя удовольствий для того, чтобы оставаться самим собой или прыгнуть без оглядки в пучину страстей и эмоций, отдав себя всего процессу получения удовольствия от жизни? Ответ прост: Ощущения от падения великолепны и стоят того. Но перед тем как прыгать со скалы, стоит убедиться в том, что под скалой – глубокое море, а не камни и песок.

По сути:

- То, что мы считаем «человеческим» и таким, что отличает нас от «бездушных машин» - наши эмоции, на самом деле, является «бездушной», животной частью нас.
- Когда мы ведомы эмоциями, не используя разум, мы получаем худший результат как для себя, так и для той колонии клеток, которой мы являемся.
- Пользоваться разумом также стоит аккуратно. Стоит побольше изучить то, каким когнитивным искажениям подвержен наш мыслительный процесс. Наш разум не идеален. Он просто дает, как правило, лучший результат, по сравнению с чисто животным поведением.
- Возможно, для тренировки осознанности, стоит прибегать к духовным практикам, медитации, йоге.
- Наша «моральность» также не является чисто человеческой чертой. Признаки морального поведения обнаруживаются у многих животных.
- Не стоит отказывать себе в удовольствиях, которые нам дарит жизнь. Хорошие вещи приходят к тем, кто умеет ждать.



Знак отличия

Маркетинг

*Люди покупают доверие
прежде, чем они купят товары.*

Марк Стивенс

В любом бизнесе и на любом рынке необходимо четко понимать, чем ваша компания отличается или ваш продукт от других, на первый взгляд, таких же. Когда вы продаете себя, то также стоит понимать, чем вы отличаетесь от других. В современной культуре сложился стереотип, согласно которому женщина продает мужчине доступ к своим гениталиям, а мужчина продает женщинам свою способность обеспечивать их потребности. Это не "не правильный" стереотип. Он возник не спонтанно и не потому, что общество у нас "патриархальное" и состоящее из "козлов-сексистов". Этому явлению есть объяснение, чему была посвящена предыдущая статья.

Однако, мышление в рамках этого стереотипа, приводит нас к ситуации, в которой мы ничем не отличаемся от других поставщиков таких же услуг: либо женских гениталий либо способностей содержать. И, соответственно, мы оказываемся, с точки зрения маркетинга, в конкурентной среде, где выбор поставщика случаен так как товар одинаков. В условиях конкуренции поставщики снижают цену на свой товар. Точно также женщины, продающие свои половые признаки, становятся все менее требовательными к мужчинам и мужчины, вне зависимости от того, сколько денег у них есть, в свою очередь становятся все менее требовательны к женщинам. Мы часто наблюдаем как состоятельные люди довольствуются компанией женщин, являющихся не качественными людьми. Точно также мы часто видим женщин, которые, стремясь во чтобы то ни стало обзавестись хоть каким-то партнером, оказываются в объятиях мужчин, которые также явно не качественны как люди.

В бизнесе давно поняли ущербность ценовой конкуренции. Она не позволяет бизнесу расти, а бизнесмену обогащаться. И бизнес всегда задумывается о том, чем он отличается от остальных. За счет чего товар можно продавать выше "стандартно-низкой" цены. Спи-

сок возможных преимуществ нельзя ограничить и можно предположить лишь некоторые из них. Это вы сами и именно вам следует понимать, что именно вы предложите своим "клиентам"

Например, у вас великолепные внешние данные. Если вы принадлежите к тому мизерному числу людей, которые являются эталонными красавицами или красавцами, то, скорее всего, вы работаете в модельном или актерском бизнесе. С одной стороны, вам нет смысла пытаться заработать на чем-то, в чем вы не лучше всех. С другой стороны, важным аспектом признания уникальности внешних данных как раз и является карьера модели. Любой потенциальный партнер не до конца доверяет собственной оценке, которая может быть субъективна. Но он будет удовлетворен, если его оценка будет поддержана общественным признанием¹. Возможно, вы столкнулись с тем, что карьеру модели можно сделать только через постель и отказались от нее. Правда это или нет - не имеет значения. Имеет значение то, что отказавшись от "постельной" карьеры, вы осознали, что в вас есть что-то еще, кроме великолепной внешности и продавать вы намерены именно это "что-то". Осознание того, что ваша великолепная внешность является единственным вашим преимуществом, вам нужно сразу понимать две вещи: 1) это ненадолго и у вас мало времени. Красота всегда ассоциируется с молодостью и 2) спрос на вас со стороны партнеров противоположного пола объясняется, скорее всего, их желанием подтвердить свой статус, чем желанием выстроить долгосрочные семейные отношения. Они будут

¹ Общественное признание важно еще и с биологической точки зрения. Важно иметь такое потомство, которое будет привлекательным для окружающих. Родители всегда влюблены в своих детей и не могут объективно оценить их. Поэтому правильно выбирать партнера с такими генами и признаками, которые уже пользуются успехом в обществе. Фактически, речь идет о моде на красоту. Если по телевизору все время говорить о том, что мужчины любят курносых женщин, да еще об этом постоянно будут говорить знаменитости, то мужчины начнут искренне любить женщин с курносими носами. Они инстинктивно захотят иметь курносых дочерей, чтобы те успешнее размножились. Типичным примером «моды на красоту» является мода на женскую грудь. Были времена, когда ценилась маленькая грудь, а были – когда большая.

готовы сменить "атрибут статуса" как только решат, что пришло время.

Важно понимать, при этом, что хорошие внешние данные являются чуть ли не единственной характеристикой человека как товара, которую можно оценить не вступая с этим человеком в контакт. Можно быть сколь угодно умным, заботливым, нежным или любящей, ласковой, жизнерадостной, но это никогда не откроется вашему потенциальному партнеру, если он не начнет с вами общаться. А ваша внешность как раз может производить отталкивающее впечатление. С одной стороны, к счастью, что люди овладели секретами придания себе красоты, начиная от фитнеса и заканчивая косметикой. С другой стороны, стремление всех к некоей эталонной в данном обществе красоте, приводит к стандартизации внешних признаков и на рынке снова образуется конкуренция. Все ходят с одинаковыми прическами, в одинаковой одежде, с одинаковыми украшениями и одинаково накладывают макияж на лицо. Выбор "покупателя" снова становится случайным, а усилия "продавца" по приданию себе привлекательного внешнего вида напрасными. Поэтому, вы или - идеальный красавец/красавица и должны понимать свои конкурентные преимущества и пользоваться ими или обычный симпатичный человек, которому необходимо ухаживать за собой, чтобы не производить отталкивающего впечатления. В любом случае, внешний вид - лишь помощник в установлении отношений, но никак не гарант их.

Какие еще бывают отличительные характеристики? Как уже написано выше, если ваши отличительные черты не связаны с вашей внешностью, то вы можете торговать ими только установив с партнером взаимоотношения. Невозможно торговать своими ценными навыками в постели, не занявшись сексом. Невозможно продать свой ум глупцу или тому, кто с вами не общается. Невозможно показать, как хорошо вы умеете готовить, не приготовив что-то. Поэтому люди не склонны покупать котлов в мешках и им намного комфортнее выбирать не из миллионов незнакомцев или незнакомок, а в своем кругу, среди людей, которых они уже знают. И вот это как раз может быть той самой уникальной характеристикой: Вы знакомы, предсказуемы и в целом "подходите". Почему так часты случаи сближения бывших одноклассников, которые встретились через десять или двадцать лет после окончания школы? У людей есть ощущение знакомости. Нахождение себя в кругах тех или иных людей делает вас уже

уникальным товаром по сравнению с миллионами других мужчин и женщин в мире.

Крайнее проявление такой уникальности "знакомости" можно наблюдать в отношениях партнеров, которые потеряли девственность во время первого секса друг с другом, до того были соседями и потом вместе учились в школе. Их личные издержки на поиск возможных "других вариантов" являются неприемлемо высокими. Они не знают и не хотят знать, как может быть "по-другому". И живут долго и счастливо. А потом, если они вдруг разводятся, то для них открывается целый новый мир и они уже становятся способными переоценить свои уже прошлые отношения. Но пока они не развелись, они являются монополистами по предоставлению друг другу своих услуг/товаров. И они могут запрашивать за предоставление этих услуг сколь угодно высокую цену, пока цена этих услуг не будет превышать "издержки выхода" из партнерских отношений. Говоря простым языком, жена будет пилить мужа ровно до такой степени, пока он всерьез не решит ее бросить, приняв к сведению все явные и косвенные расходы, связанные с разводом, построением новой жизни, уплатой алиментов и поиском нового партнера. И точно также муж будет унижать жену или не заботиться об ее сексуальном удовлетворении ровно настолько, насколько жене будет выгодно еще один день жить с этим мужем, а не бросить его. Такого рода взаимная эксплуатация характерна именно для семей, созданных девственниками.

Также, как правило, люди отказываются от поисков новых партнеров, уже имея кого-то. Возможно, поиску новых партнеров мешают моральные устои. Но что мешает, скажем, женщине, имеющей бесперспективный с точки зрения долгосрочной стратегии, роман с женатым мужчиной, искать новых партнеров? Ничего, кроме тех самых издержек поиска. Быть еще один день в каких-то отношениях намного привлекательнее одиночества. Назначить встречу любовнику легче, чем найти новую партию. Точно также мужчины теряют экономическую способность к обладанию большим количеством женщин-партнеров, так как вовлечены в процесс ухаживания за уже существующим(и), который так или иначе требует материальных затрат.

Какими бы ни были ваши уникальные качества, начиная от криминального таланта или способности громко прорыгать число

"Пи" до 15-го знака, ваша постоянная работа по привлечению людей в свой круг знакомств, так или иначе будет оставлять в этом круге тех, кто не против ваших талантов или они им нравятся. Остальные сами отойдут. И работа по "поиску клиентов" никогда не должна останавливаться. Если даже вы - идеал во всех отношениях, люди все равно будут уходить из вашего круга по естественным причинам: переезд в другой город, смерть, кардинальные различия во взглядах на религию и т.п.

По сути:

- Только с пониманием того, чем именно вы лучше остальных, нужно начинать продавать.
- Именно это отличительное свойство ляжет в основу вашего предложения людям противоположного пола. Разумеется, явно высказывать его не стоит: Ваши "клиенты" должны «купить» ваше преимущество — захотеть обратить на него внимание.
- Если вы хотите быть успешным на сексуальном рынке, то вы можете легко наращивать свои преимущества "знакомости", просто поддерживая и расширяя круг своих знакомых противоположного пола.
- Не надо ждать от круга знакомых отношений. И не стоит даже надеяться на это. Мало того, держите в голове ответ "нет". Просто будьте искренним другом как можно большему числу людей.
- Только среди знакомых можно продавать те ваши уникальные качества, которые нельзя разглядеть на расстоянии.





Активная жизненная позиция

—Математика—

“Толоконникова имеет смешанное расстройство личности, об этом свидетельствует активная жизненная позиция”

(из приговора по делу “Pussy Riot”)

Два пола в системе размножения, где один осеменяет, а второй вынашивает, не могут быть равноправными как бы ни хотелось этого борцам за равноправие. Вынашивающая функция дает гарантии размножения. Всегда потенциал роста численности популяции млекопитающих меряют по самкам. Осеменяющая функция гарантий не дает. Дети рождаются без участия мужчин и на всю популяцию нужно минимальное количество самцов. Разумеется, при таком раскладе, самки выбирают лучших самцов, а никуда не годные остаются бобылями.

То есть, самцы, в отличие от самок, с одной стороны, имеют шансы оплодотворить все стадо, а с другой, остаться ни с чем. Независимость прироста численности от количества самцов, приводит к тому, что обществу, да и виду в целом выгодно жертвовать мужчинами. Также, ввиду большей состязательности самцов, по отношению к самкам, естественный отбор больше тренируется на самцах. Ничего страшного, если родится урод самец - рост популяции не остановится от этого. При этом, если родится супер самец, то его гены быстрее распространятся по популяции. Поэтому, эволюционно выработалась такая стратегия эволюции, при которой природа экспериментирует на самцах, но сохраняет "лучшие наработки" в самках. Экспериментальный потенциал самцов обусловлен, кроме

эволюционно-рационального объяснения, большей подверженностью Y хромосомы различного рода мутациям. Среди мужчин больше, чем среди женщин, как уродов и психов, так и красавцев и гениев. природа вслепую экспериментирует и отсеивает плохие варианты и закрепляет хорошие.

Также эволюционно у самцов, вынужденных чаще самок оказываться перед лицом смертельной опасности, выработалась лучшая устойчивость к стрессу, большая сила и выносливость и несколько другого типа интеллект - более склонный к риску и активной жизненной позиции. Речь не идет о том, что каждый мужчина активнее каждой женщины. Речь о том, что из 1000 мужчин и женщин в горы согласится пойти, скажем, в среднем 500 мужчин и 50 женщин. Психологически мужчины спокойнее относятся к риску, чаще женщин, способны на самопожертвование, легче удерживают в голове идею эксперимента с неизвестным результатом, более воодушевленно ввязываются в иерархическую борьбу. Мужчине не нужно вынашивать и кормить потомство. Он может рисковать собой. Ему, по большому счету, не нужно даже участвовать в его зачатии. За него это делает другой и, что важно для природы, более успешный.

Все это приводит к тому, что мужчина делает предложение женщине, а не наоборот. Стереотипное поведение женщины - сидеть на крыльце в ожидании сватов с запасом тыкв и выдавать их каждому отвергнутому жениху. Женщине сложнее чем мужчине пережить отказ. Женщине опаснее, чем мужчине драться за обладание лучшим. Женщине хочется быть избранной, но оставить за собой право на "нет".

Женщина принимает у себя одного жениха за другим, одних отвергает, с другими идет на свидание, но продолжает ждать более подходящего и, наконец, определяется с выбором. Выбор женщина производит своим внутренним компьютером, оценивающим шансы на нахождение более качественного

мужчины. Мужчины приходят к женщинам с цветами и шампанским и или отвергаются сразу, или попадают в лист ожидания (идут на первые свидания) и выходят из листа ожидания либо женихами либо снова отвергнутыми.

Задача о поиске устойчивых пар в обществе, то есть задача о марьяже, была решена нобелевскими лауреатами Элвином Ротом и Ллойдом Шепли. Они показали, что при любом произвольном количестве мужчин и женщин и при любом соотношении предпочтений у каждого мужчины и женщины, всегда будет существовать не пустое множество устойчивых комбинаций пар. То есть таких комбинаций, при которых пары не будут желать разорвать союз ради создания новых браков с другими людьми. Устойчивый набор пар, на которые разбивается группа мужчин и женщин, не означает, что каждый мужчина и женщина получают лучший выбор. При этом, доказано, что люди того пола, которые сватаются, получают лучший выбор из всех возможных. Также доказано, что люди, которые ждут и отбирают, получают худший выбор из всех возможных. Чтобы понять, почему так, представим себе простейший случай, с двумя мужчинам и двумя женщинами. Коля и Миша, Таня и Катя. Предположим, что Коле Катя нравится больше Тани, а Мише милее Таня. При этом Тане больше по душе Коля, а Кате - Миша. Если Коля и Миша пойдут свататься, то они пойдут к соответственно к Кате и Тане. Таня и Катя поставят пришедших мальчиков в "лист ожидания" и начнут с ними ходить на свидания, а когда к ним никто не придет лучший, выйдут замуж не за тех, кого любят больше, а за тех, кто есть. Пары Коля-Катя и Миша-Таня будут устойчивыми, так как, даже если Таня хочет больше Колю, она его не получит, потому что Колю Катя удовлетворяет больше, чем Таня. То есть, если бы сватались Таня и Катя, то набор пар был бы лучший у девочек, а не у мальчиков.

Вывод, который можно сделать, что несмотря на более "стыдную" и "рискованную" роль просящего, сватающийся партнер получает лучший вариант, чем тот, кто отвечает на предложения. И, если, по каким-то причинам, вы выбрали для себя роль ожидающего, то лучшее, что вы можете сделать для поиска своей пары - начать активно предлагать себя. Ничего же не отпадет, если начать приглашать лиц противоположного пола на свидания, активно выбирать, кого звать в первую очередь, а кого - во вторую. Управлять процессом, а не "разрешать-запрещать".

Интересно, что при рассмотрении общего случая задачи о разборчивой невесте, которая будет описана далее, мужчине женщину не нужно "добиваться", подобная тактика математически не оправдана для этого, конкретно взятого, мужчины. Добиваться женщину, бороться за нее с другими мужчинами не рационально. Мужчине просто следует выбирать из тех, кто выбрал его как лучшего. Мужчина, получивший "может быть" и не ищущий следующую женщину, на самом деле, находится в худшей ситуации, чем получивший "нет" и оставшийся со свободой дальнейшего выбора. Пусть выбирает женщина. Мужчина должен идти свататься дальше, сохранив с предыдущей женщиной точно такое же "может быть" состояние. Поэтому, с точки зрения мужчины, правильно будет, при обнаружении у женщины одновременного приема ухаживаний от разных мужчин или при получении ответа в стиле "я подумаю", разворачиваться и идти дальше. Обиды и ревность тут ни при чем. Это чистый бизнес и бездушная математика. Но женщине, в свою очередь, математически выгодно накапливать банк претендентов, чтобы выбрать лучшего. Разумеется, что в таких условиях, патриархальная общественная мораль, пропагандируемая мужчинами и для мужчин, практически запрещает "легкомысленные" отношения со стороны женщины. Простой

математический конфликт интересов участников рынка приводит к возникновению великолепнейших фрактальных узоров взаимоотношений, которые вдохновляли и вдохновляют артистов, художников и поэтов не одну тысячу лет.

А для женщин, к сожалению, существует стереотип «Волшебного принца». Которого ждут и не дождутся многие женщины, принимая за инструкцию к действию¹ стратегию Спящей Красавицы или Ассоль из «Алых парусов». Я вот вся такая сижу и жду Его. Ведь, вон, есть же в мире красавцы, богачи и гении. Я не для простого смертного создана. Если у вас есть дочери – выкиньте из библиотеки всякую сказочную чушь подобного рода. Образцом должны быть сказки вроде «Красавица и чудовище», или «Кот в сапогах». Общественная мораль, которая, с одной стороны, приветствует моногамию, запрещающую многим женщинам принимать предложения от одного и того же мужчины, с другой, ставит женщин в заведомо проигрышное положение, угтавливая им роль пассивного участника процесса формирования пар, не должна приниматься активными женщинами за абсолютную истину в век контрацептивов и ДНК-тестов. При этом, действительно свободная женщина сама зовет на свидание и не боится отказов, а не ждет, пока позовут ее.

Занимать активную жизненную позицию стоит не только тогда, когда никто к тебе не сватается, но, тем более, когда к тебе стоит очередь из поклонников или поклонниц. Экономика марьяжа показывает, что лучший выбор достается активному участнику. Любой бизнес, принимая решение о покупке тех или иных товаров и услуг старается также занять ак-

¹ Идея детской сказки как жизненного сценария рассмотрена в книге Э.Берна «Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы»

тивную позицию и отказывает всем подряд "сватам" - продавцам, пытающимся пробиться через секретаря. При этом, любая фирма сама для себя, при возникновении необходимости, решает у кого делать закупки, не обращая внимания на рассылаемые "коммерческие предложения" и телефонные звонки от поставщиков как раз того, что фирме нужно.

Традиционная для женщин пассивная позиция провоцирует такую черту женского поведения как стремление обратить на себя внимание и постоянный поиск этого внимания. Женщины чаще мужчин прибегают к макияжу, к нарядам, оголяющим части тела, носят каблуки, длинные и крашенные ногти, пользуются парфюмерией и ювелирными изделиями. Откровенно и сексуально одетая женщина получает то, что ей нравится - внимание, но не получает то, что ей нужно - брачного партнера. Выходит совсем наоборот. Мини-юбка и декольте создают поток знаков внимания от всех подряд мужчин, а не от тех, которых нужно. Мало того, нужный мужчина скорее всего предпочтет не участвовать в состязании, если будет осознавать серьезную конкуренцию, а если и будет участвовать в общем ажиотаже, то его участие будет незаметно на фоне участия других мужчин, ведомых исключительно транзакционной мотивацией.

Сексуально выглядящая женщина похожа в своем поведении на авиакомпанию, которая тратит много денег на рекламу вроде: "Киев-Лондон \$49*" Звездочка, при этом, ведет к сноске, где мелкими буквами написан текст, общий смысл которого звучит как: "то, что было написано - не правда". Авиакомпания получает внимание, количество звонков в контакт-центр резко возрастает, и маркетологи отчитаются об успехе. При этом, перегруженный колл-центр будет обслуживать медленнее, чем обычно, настоящих, а не ведомых "звездочкой" клиентов, и, вероятно даже, что готовый клиент устанет ждать,

пока ему ответят и позвонит конкуренту. Поток звонков получили? Да. Загрузку рейса повысили? Нет. Маркетологи говорят в таком случае, что у телефонных звонков «низкий коэффициент конверсии». А если и повысили загрузку, то не качественными пассажирами, готовыми платить много, а теми, кто ищет самый дешевый тариф и, таким образом, лишает авиакомпанию прибыли. Ведь, давая рекламу именно цены, авиакомпания получает клиентов, ведомых именно ценой, а не той добавочной стоимостью, которой одна авиакомпания отличается от другой. В лучшем состоянии находятся фирмы, практикующие именно активные продажи - проявляющие инициативу и самостоятельно ищущие клиентов. Такие фирмы практикуют консультационные и стратегические продажи вместо транзакционных и такие фирмы получают большую прибыль от сделки.

По сути:

- Мужчины активнее женщин и более склонны к риску по эволюционным и биологическим причинам
- Математическое решение задачи о браке приводит к тому, что «сватающийся» партнер получает преимущество по сравнению с «выбирающим».
- Женщины, как правило, ограничиваются привлечением к себе внимания и, также, как правило, получают избыток внимания с низким «коэффициентом конверсии»
- Необходимо не бояться занимать активную жизненную позицию и перебирать самой кандидатов, а не ждать, пока к тебе все по очереди посватуются.



Как продавать?

Маркетинг

Брак — это безуспешная попытка превратить случайный эпизод в нечто долговременное

А. Эйнштейн.

В маркетинге можно различить три различных подхода к продажам: транзакционные, консультационные и стратегические. Понять, в чем между ними разница, можно на примере продажи страховок. Транзакционная продажа – это то что вы видите, когда вам предлагают «ОСАГО¹ за 5 минут». Транзакционная продажа не требует навыков продавца как специалиста по продажам. Он просто удовлетворяет спрос. Так продают сигареты, бензин, еду в супермаркете. При таких продажах характеристики товара четко ясны покупателю до покупки, часто он может достоверно оценить товар по его внешнему виду. Товар, который не понравился, легко можно вернуть, а цена покупки, как правило, незначительна. К транзакционным относятся все продажи, при которых покупатель по каким-либо причинам вынужден совершить покупку и потому ищет где дешевле, а не где лучше. Также большинство манипулятивных техник продаж работают как раз на транзакционных сделках, где решающую роль играют эмоции, но не разум. От продавца требуются лишь навыки счета и владения кассовым аппаратом. Даже языком владеть не обязательно. Продавцов на таком рынке «набирают». Если мы говорим о сексуальном рынке, то за транзакционные сделки у нас отвечает чувство похоти – фундаментальный инстинкт размножения, который дает нам удовольствие от секса как такового.

Консультационная продажа происходит тогда, когда у продукта есть какие-то отличительные черты, а сам продукт

¹ Полис обязательного страхования гражданской ответственности автовладельца

сложен. Это продажа Авто-КАСКО¹. Много условий, исключений. Разные варианты страховой защиты, нужно знать, что такое «франшиза» и чем «выплата» отличается от «возмещения». Продавец, в данном случае, зарабатывает больше, так как оказывает консультационные услуги покупателю, и покупатель платит за это продавцу частью цены, которая заложена в товар. От продавца требуется доскональное знание своего продукта, умение вести беседу с клиентом путем задавания вопросов, умение раскрыть потребности клиента и предоставить решение. Покупатель, как правило, ограничен в возможностях возврата товара, цена товара высока, а все его свойства раскрываются только после начала его использования. Работа продавца здесь заключается в убеждении покупателя сделать свой выбор. Эмоции и манипуляции уже скорее вредят продаже, хотя могут помочь продавцу вначале переговорного процесса². В консультационных продажах применимы такие понятия как пробная партия, «тест-драйв», рекомендации и другие способы, позволяющие клиенту оценить сложный товар перед его покупкой. Продавцов на таком рынке рекрутируют или переманивают у конкурентов. На сексуальном рынке консультационным продажам соответствует влечение - более сложная поведенческая реакция, которая заставляет нас выделять какого-то одного партнера среди других и стремиться к обладанию именно им, так как он обладает некими отличительными чертами или полезными свойствами, которые нам важны.

Стратегическая продажа, это продажа решений. Для продажи страхования — это разговор с владельцем бизнеса о решениях в области управления рисками компании. Такая продажа занимает очень много времени и требует от продавца знания не продукта, а бизнеса клиента. Товара, как такового, в

¹ Страхование автомобиля на случай повреждения в результате дорожно-транспортного происшествия, стихийного бедствия и противоправных действий третьих лиц.

² Подробнее о консультативных продажах можно почитать в книге Н.Рэхема «СПИН-продажи».

стратегических продажах нет. Есть процесс принятия решений, которые влияют на будущее компании и ее бизнес в долгосрочной перспективе. Даже, если само решение облечено в материальную форму вроде «нового станка с ЧПУ», все равно это решение требует смены бизнес-процессов, поставщиков, персонала. Покупатель, совершая стратегическую покупку не находится в состоянии принуждения, его нельзя каким-то образом убедить, но, наоборот, он находится в состоянии, когда он сам может убедить кого угодно в правильности своего поступка. Продавец, совершающий стратегическую продажу, не должен вообще опираться на манипуляционные техники, рассчитывать на эмоции или бессознательное состояние клиента. Стратегическая продажа длится достаточно долго, чтобы покупатель успел распознать где и как им манипулируют. Соответственно и продавец должен быть такого уровня знаний и развития, чтобы наравне с бизнесменом общаться о проблемах и решениях его бизнеса, а не о том, какая сегодня хорошая погода или о том, что сегодня на фирме день рождения директора и потому объявлена акция невиданной щедрости. Такие продавцы – большая редкость и компании могут лишь надеяться на то, что они будут у них работать. Их невозможно «набрать» и их нельзя переманить или рекрутировать. Стратегические продажи на сексуальном, как и на любом другом рынке осуществляются очень долго и рассчитаны на долгосрочные же отношения между покупателем и продавцом. Мало кто может, исключив эмоции, сообразить, зачем он женится или выходит замуж и сформулировать нечто большее чем “потому что я его/ее хочу”. Если проводить прямые аналогии с инстинктивным поведением, то хорошим признаком стратегической сделки является наличие у партнеров любви-привязанности - ситуации, когда в партнере видится, в первую очередь, друг и спутник, а не объект эксплуатации или поставщик каких-либо благ.

Важно, что продавец тем эффективнее, чем на более высоком уровне он ведет продажи. Многие компании имеют в своем штате целые отделы продаж, но от 50% до 90% всех продаж совершает руководитель компании или группа руководителей. Разумеется, они ведут стратегические продажи и обща-

ются на уровне лиц, принимающих решения. А весь отдел занят, в лучшем случае, консультационными продажами и общается на уровне отделов закупок или даже секретарей и при большем количестве контактов он получает намного меньшее количество сделок. Сделок бы вообще не было в условиях отсутствия активного спроса, если бы продавцы были заняты транзакционными продажами.

На сексуальном рынке происходит интересное явление. Женщины, привыкшие в юности, к повышенному активному спросу со стороны мужчин, не удосуживаются подняться выше транзакционных продаж и изучить «продукт», который они продают, чтобы перейти на уровень консультационных или даже стратегических продаж. Ведь стратегические продажи требуют знаний не продукта, а клиента и его потребностей. При этом, с точки зрения бизнес-плана по размножению, продажа должна осуществляться именно на стратегическом уровне, так как сделка не имеет обратного хода, само решение размножиться меняет образ жизни или «бизнес-процессы», и сам «товар», который продается, является лишь инструментом для достижения цели, но не самой целью.

У мужчин происходит обратный процесс. Столкнувшись с высокой конкуренцией в юности, они, если не являются исключительными красавцами, быстро осваивают консультационные продажи. Это и ухаживание, и демонстрация всех своих мужских достоинств от способности содержать семью до физической силы, и умение вести разумную беседу. Однако, с возрастанием спроса на мужчин, многие мужчины скатываются к «транзакционным» продажам. Ведь у мужчины, в большей степени чем у женщины, есть возможность продолжать жизнь без участия в воспитании тех детей, в рождении которых они биологически участвовали.

Если женщинам важно быть абсолютно уверенным в том, что их избранник на 100% удовлетворяет их потребности, так как они не могут иметь большого количества детей или рожать детей одновременно от разных мужчин, то мужчина всегда имеет «второй шанс». И третий шанс. И вообще он может иметь сколь угодно потомков и все зависит от того, сколько женщин он способен осеменить за свою жизнь. Для мужчины

биологические последствия секса не являются столь драматичным событием как для женщины. Это не значит, что мужчина не принимает стратегических решений. Оптимальная стратегия размножения для мужчины вероятно заключается в том, чтобы выбрать «стратегического партнера» и сделать с ним свое основное потомство, но, при этом, ему ничего не мешает продолжать пробовать размножиться при каждом удобном случае.

Если общество ставит женщине задачу «выйти замуж» или женщина захотела это сделать по каким-то своим собственным соображениям, то она должна продавать себя как стратегический партнер и вести стратегические продажи, тем более, что они эффективнее прочих других в условиях отсутствия активного спроса на товар. Но, как написано выше, многие женщины не уходят от уровня «транзакционных продаж» и их основные мысли в общении с мужчинами сводятся к дилемме «дать или не дать». Если таких женщин спросить, что, по их мнению, привлекает мужчин в браке, то они быстро отвечают «бесплатный и доступный секс», демонстрируя, с одной стороны, жизненность стереотипа женской продажности (гениталии в обмен на содержание) и, показывая с другой стороны полную некомпетентность в «бизнесе клиента». Ведь ни один здравомыслящий мужчина не назовет секс в браке «бесплатным» или «доступным».

Часто женщины, дожив до зрелого возраста, начинают задумываться, что нужно мужчинам от них и приходят к консультационным продажам. Они начинают рассматривать себя как сложный, оцениваемый только при длительном использовании продукт и тщательно позиционируют себя исходя из своих уникальных преимуществ и отличительных черт. Например, «умение в совершенстве штопать носки» или «варить вкусный борщ» или «делать массаж простаты». Но это не является стратегической продажей. Все, что может предложить женщина как нянька, «мамочка» или «проститутка», мужчина с большим успехом может получить из других источников. Мало того, оптимальным решением будет именно диверсификация поставщиков. Зачем терпеть великолепную штопальщицу, если ее стряпня никуда не годится? Получается, мужчина как бы «покупает» универсальную единицу бытовой

техники, что уже унижительно для женщины, но в любой универсальности нет идеала и он, в итоге получает меньше чем ожидал получить за те же деньги. Кроме того, любой бизнес счел бы неприемлемым риск зависимости от одного поставщика, который, таким образом, получает власть над бизнесом и риски которого автоматически становятся рисками бизнеса закупщика. Получается, что «уникальные характеристики», которыми пытается торговать женщина и не только не уникальны, но и приводят в перспективе к разумному с точки зрения бизнеса, поведению мужчины – постоянному поиску альтернативных поставщиков.

У мужчин, при этом, проблемы не меньшие. Они тоже должны вырасти до «стратегических» продаж, если хотят качественно размножиться и передать свои гены в следующее поколение. При этом, они, как написано выше, с возрастом уходят в сторону транзакционных продаж. Они, со временем понимают, что являются ценным товаром на сексуальном рынке и что даже будучи женатыми, они все равно способны продолжать поставки себя на этом рынке и спрос все равно будет. Парадоксально, но в современных условиях, это не позволяет им качественно размножиться или размножиться вообще. Какая «стратегическая» женщина захочет иметь длительные отношения с «транзакционным» мужчиной и заниматься с ним сексом без контрацепции? Какая семья не распадется от вскрывшегося факта супружеской измены? А в результате распада семьи, дети, лишённые соучастия в воспитании одного из родителей, так или иначе теряют собственные конкурентные преимущества на сексуальном рынке следующего поколения, что приводит к уменьшению вероятности эффективной передачи генов внукам.

По сути:

- Существует три вида взаимодействия: транзакционное, консультативное и стратегическое. Нужно уметь их различать и использовать нужное, в зависимости от ситуации.
- Для мужчин и женщин характерно разное поведение на сексуальном рынке. Поведение эволюционирует с возрастом. Хорошая сделка

заклучается между партнерами, придерживающимися одинакового поведения будь то транзакционное или стратегическое.

- Борщ и секс – не то, что влечет мужчин к браку.





Бороться и искать

Биология

Если бы я бросил пить... Не гулял с друзьями... Не танцевал не тратил столько времени на женщин... Был бы усидчив...

Я бы писал, читал, рассчитывал, изучал, чертил, брал на дом работу, искал темы, подмечал острым глазом, изобретал, выступал в журналах, сидел ночами. Что-то открыл бы. От долгого сидения. Защитил бы докторскую. Написал бы пьесу, получил бы премию... И уже тогда гулял бы с друзьями, и танцевал, и тратил много времени на женщин.

Что я сейчас и делаю без этих хлопот!

М. Жванецкий

Когда живые существа еще плавали в океане, они были свободны двигаться в любом направлении и добираться до места назначения по кратчайшему пути – по прямой. Рыбы и сейчас так делают. Они просто плывут туда, куда хотят. У животных, которые выбрались на сушу, возникли серьезные проблемы. Камень или скала, стоящие на пути, оказывались для них непреодолимым препятствием. Просто «перелететь», как это можно было сделать в океане, уже нельзя, а обход означал отклонение от источника вкусного запаха или любой другой конечной цели путешествия. Разумеется, для успешного выживания на суше потребовалась корректировка поведения.

Первые сухопутные животные вели себя ничуть не умнее робота-пылесоса. Они ползли, потребляя подножный корм до тех пор, пока не встречали препятствие, затем поворачивали под случайным углом и ползли, «отразившись» от подвернувшегося камня, выедавая очередную полосу травы или взрыхляя очередную

борозду в поисках червяков. Подобная тактика совсем не требовала мозгов, но не позволяла делать вещи, которые сейчас кажутся важными – уметь искать и находить, а не есть то, что само в рот попало. Мы считаем естественным для каждого живого существа умение находить пищу, половых партнеров, новые территории, нам кажется очевидным, что камень или дерево можно обойти.

Каждый рыбак знает, что «рыбное» место можно сделать – нужно просто регулярно, в одно и то же время, прикармливать рыбу в одном и том же месте. Через некоторое время рыбы будут стаями приходить в это место в нужное время и уже будут голодными, так что можно, не напрягаясь, обеспечить себе хороший улов. Рыбы не «знают», что в 9 утра под той корягой будет еда. Они плывут туда, потому что в мозгу существуют механизмы, которые стимулируют поведение, однажды приведшее к успеху. Это – так называемая дофаминергическая система. Нейромедиатор дофамин формирует в мозгу сигналы, стимулирующие живой организм к повторению успешного поведения. «Делай так, как раньше и будет тебе овсянка». Не имей рыбы такой системы, они бы просто плавали где попало и ели все, что увидят глазами, учуют носом, то, что пошевелится как еда или то, что само в рот попадет. Они, собственно, так и делают. Только, при этом, как-то оказываются в том месте, где эта еда есть. Природа, чтобы «научить» животных существовать в новых условиях, просто задействовала систему, которая уже выработалась у рыб и более примитивных животных.

На суше, умение совершать неочевидные действия для достижения цели также регулируется дофамином. Под действием дофамина животные находят решения достаточно сложных навигационных задач, не тыкаясь, как щенки, в каждое препятствие, а обучаясь со временем их обходить. Более сложный и развитый мозг позволял сохранять в памяти и воспроизводить все более сложные поведенческие механизмы, такие как коллективная охота или ухаживание.

Человек, своим сознанием ощущает действие дофаминергической системы как любопытство, азарт, стремление к цели,

ощущение удовольствия от стремления к чему-то¹. Выброс дофамина воспринимается нами как удовольствие, сравнимое с обладанием тем, к чему мы стремимся. Но это никогда не сама еда, ни сам секс, ни сама безопасность. Изначально приятным для организма является то, что способствует выживанию этого организма и вида в целом, прежде всего еда и размножение. То, что помогает достижению этих первичных наград, тоже воспринимается сознанием как приятное и тоже вызывает активацию дофаминергической системы. Например, люди так любят деньги потому, что деньги гарантируют их обладателю хорошее питание и повышают его шансы на сексуальный успех. Поэтому поведение многих людей изменяется таким образом, чтобы заработать как можно больше денег, даже в ущерб основной цели – размножению и питанию. При этом все, что ведет к зарабатыванию денег снова воспринимается как приятное. Работа дофаминергической системы вознаграждения связана с возникновением условных рефлексов, играет огромную роль в процессах обучения, возникновения ассоциаций, распознавания и возникновения памяти и, конечно, в формировании ритуалов, примет и привычек.

Сознание человека способно к анализу и выстраиванию возможных сценариев будущего. Животные на такое не способны и, единственное, что помогает им поступать правильно, это та самая дофаминергическая система – механизм, обеспечивающий приемлемый результат поведения в условиях отсутствия информации и невозможности предсказать будущее. Белочка собирает орешки не потому, что она знает, что будет зима, а потому что у нее в связи с этим вырабатывается дофамин. Человек, который оказывается в условиях неопределенности, действительной или кажущейся, перестает пользоваться сознанием, и инициативу по управлению телом перехватывают древние системы. Что происходит у школьника перед экзаменом по геометрии? Ощущение тревоги, опасности, неопределённости. Вроде бы сдача экзамена – чисто сознательная деятельность, однако древняя система говорит: «Так, сознание, молодозелено,

¹ О роли дофаминергической системы в поведении человека и о том как мы принимаем желание за счастье можно почитать в книге Келли Макгонигал «Сила воли. Как развить и укрепить»

подвинься, я уже сотню миллионов лет встречалась с такими проблемами. Для начала нам нужен адреналин. Сердце должно биться учащённо – нам, я точно тебе говорю, предстоит или драка или бегство. Также стоит заранее увлажнить кожу – для улучшения теплообмена – потеем. Добавим тонуса в мускулатуру – хорошо, уже дрожат коленки. Теперь нужно отключить мозг. Он только мешает рефлексам. Все, мы готовы к опасности, которая называется «Экзамен по геометрии»! Кстати, что это?»

Чем меньше человек способен заглянуть в будущее, чем меньше он знает о том, как функционирует этот мир, тем больше он будет полагаться на свои древние системы, перехватывающие инициативу у сознания. Сознанию, при этом, останется лишь рационализировать пристрастие человека к тем или иным видам поведения, лишенным логики, смысла и связи с реальностью: от сплевывания через плечо при виде черной кошки (раньше сплевывал и помогало) до соблюдения религиозных обрядов¹ и от употребления гомеопатических препаратов до чтения гороскопов.

При этом не следует отказываться от тех или иных ритуалов, если они не мешают жить. В конце концов, соблюдение ритуалов приносит нам дофаминовое вознаграждение. Дофамин отвечает у нас за желание «сыграть еще раз», ведь когда-то мы играли и нам повезло. Дофамин отвечает за стремление провести

¹ Совсем не значит, что есть связь между интеллектом и религиозностью. Религиозность или восприимчивость, подверженность мозга заражению религиозными идеями – это, похоже, наследуемый и приобретенный человечеством в ходе эволюции признак (Ara Norenzayan, Azim F. Shariff. *The Origin and Evolution of Religious Prosociality* // *Science*. 2008. V. 322. P. 58–62). Восприимчивость к религии может быть, как побочным продуктом вообще организации человеческого мышления (Pascal Boyer. *Religion: Bound to believe?* // *Nature*. 2008. V. 455. P. 1038–1039) так и полезным эволюционным приобретением: показано, что религиозные сообщества лучше выживали, по сравнению с теми, у которых не было никакой веры. Даже воинствующие атеисты на самом деле во что-то верят и что-то ритуализируют в своей жизни. Хорошую статью на эту тему можно прочесть тут: <http://elementy.ru/news/430894>

вечер у телевизора, ведь иногда нам между показом явной и скрытой рекламы и пропаганды, показывают нечто, что нам интересно. Надо только пощелкать по каналам. Раньше ж получалось. Дофамин заставляет нас постоянно следить за обновлением статуса в социальных сетях, а автора писать этот текст.

Когда природе понадобились более тонкие эволюционные механизмы, чем реализация алгоритма «как можно больше секса с кем попало», то она, как и раньше, не изобретая ничего нового, воспользовалась старой доброй дофаминергической системой. Если для похоти – чувства, которым руководствуется живой организм для как можно более интенсивного сексуального взаимодействия, все окружающие потенциальные половые партнеры на одно лицо, то на уровне влечения происходит выбор, ради которого все задумывалось. Реализация похоти – это типичная “транзакционная” продажа на сексуальном рынке.

Как работает влечение? Самка бизона отдаст предпочтение победившему в бою самцу. Девушка пойдет на свидание с самым обаятельным парнем. С точки зрения нейрофизиологии разницы между этими событиями нет. Это как раз работает система поиска и выбора в условиях неопределенности – та самая дофаминергическая система. Но что, если нас не интересуют намерения наших генов? Что, если мы не хотим размножаться? Конечно, гены предусмотрели и это. Чтобы обмануть человека, они придумали то, что мы называем словом «влюбленность» и что, на самом деле, является действием дофамина.

Стоит уровню дофамина в мозгу вырасти, приходит эйфория, человек становится сверхактивным, теряет аппетит и сон, тревожится по пустякам и одновременно начинает лучше соображать. Такой же эффект вызывают, например, кокаин и амфетамины, которые заставляют организм «выжимать» из себя весь дофамин. Зачем генам делать человека нервным, но радостным и умным? Ответ прост: машина по переноске генов должна преодолеть любые трудности, но довести дело до полового размножения с выбранным партнером. Причем сделать это как можно быстрее, пока не появился другой желающий поучаствовать в перемешивании генов. Именно поэтому влюбленный так сильно нервничает и видит только один выход из мучительно-сладостного состояния: добиться дамы сердца. Ну и, конечно, доставить гены куда следует. С точки зрения маркетинга на сексуальном

рынке, дофаминергическая система отвечает за реализацию “консультационных” продаж.

Кроме похоти и влечения есть еще и привязанность или любовь¹. Привязанность к партнеру, которая так нужна тогда, когда стратегия размножения предусматривает ухаживание за потомством и воспитание его. С усложнением животных размножение стало долгостроем, который нужно планировать заранее. Менять половых партнеров как перчатки стало невыгодно: если отношения заканчиваются после оплодотворения, то кто будет заниматься поиском еды? Ни влечение, ни похоть не принимают такие сложности в расчет. Их миссия заканчивается, когда гены переданы в следующее поколение. Нужен был способ заставить машины по размножению выбирать долгосрочного, а не просто привлекательного партнера.

Главная «молекула привязанности» — окситоцин. Он в огромных количествах выделяется при родах, помогая справиться с болью и в дальнейшем о ней забыть. Это вещество способствует выделению молока, прямо влияет на проявление нежности к детям и стимулирует родительское поведение. Окситоцин усиливает желание проводить время с партнером, поддерживать с ним социальный и физический контакт. Можно сказать, что окситоцин — нейромедиатор, характеризующий именно стратегическую продажу. Привязанность или действие нейромедиаторов, заставляющих половых партнеров совместно вести воспитание потомства, характерна для всех животных, где такое воспитание требуется.

Считается, что возникновение привязанности у людей связано с ранней эволюцией человекообразных обезьян. Восемь миллионов лет назад меняющийся климат Западной Африки вынудил наших предков покинуть редющий лес и уйти в саванну.

¹ В греческой философии различали следующие основные виды любви: эрос, людус, мания, сторге, прагма, агапе. При этом, эрос, людус и сторге более менее соответствуют похоти, влечению и привязанности, а мания, прагма и агапе — «композиционные» виды любви. Так агапэ это совокупность эроса и сторге — жертвенная любовь, бескорыстная самоотдача, расхождение любящего в заботе о любимом.

На открытых пространствах нужно было передвигаться на большие расстояния, и уже около четырех миллионов лет назад австралопитеки встали на ноги, вместо того чтобы карабкаться по деревьям. Выпрямившись, самка больше не могла таскать ребенка на спине, и это затруднило поиск пищи. Но прямохождение освободило руки самцам, и они стали носить добытую еду на большие расстояния, вместо того чтобы обедать на месте. Эволюционное преимущество получили семьи с распределением ролей: самки ухаживают за детьми, самцы приносят пищу.

В этих условиях и заработала окситоциновая система. Не прошло и трех миллионов лет, как процессы, которые регулируются нейромедиаторами в нашем мозгу обросли культурой, их рационализирующей. Все мировые религии, писатели, художники, певцы, поэты, скульпторы питаются привязанностью людей к дофамину и окситоцину.

По сути:

- Дофамин влечет нас к цели, давая сигналы предвкушения удовольствия, которые мы часто путаем с самим удовольствием.
- Влюбленность – не любовь. Лучше бы эти явления вообще описывались не однокоренными словами.
- Любовь, та самая, «высокая» характерна не только для человека, но и для некоторых пернатых, не говоря уже о приматах и других млекопитающих.





Машина обеспечения счастья

Психология

*Худшее преступление — это
притворство.*

Курт Кобейн

Каждый из нас имеет встроенную систему обороны от плохих новостей. Она сохраняет нам хорошее настроение, не позволяет умирать почем зря нервным клеткам и вообще держит нас на нужной волне. Основные печали несчастных людей связаны именно с расстройством этой системы¹.

Хотите посмотреть, как она работает? Напишите на любом мало-мальски посещаемом фотоблоге, что техника Canon лучше, чем Nikon, и увидите, как яростно начнут доказывать превосходство своей аппаратуры владельцы фотоаппаратов того или иного бренда. Правда, по отснятым фотографиям не видно, с помощью оборудования какого именно производителя сделан снимок. Попробуйте спросить мнения людей о той или иной марке телевизоров. Попробуйте объяснить владельцу новой машины, что он неправ в своем выборе. В вашу голову стремительно полетит все содержимое багажника — аптечка, огнетушитель, знак аварийной остановки и домкрат.

Однажды психологи провели эксперимент, в рамках которого попросили автодилера предоставить покупателям возможность в течение недели выбрать другую машину, если та, которую они приобрели, им не понравится.

¹ Можно больше почитать в книге Д. Гилберта «Спотыкаясь о счастье»

Оказалось, что сама возможность выбора делает человека несчастным! Ощущение счастья через неделю после приобретения у людей с «опцией выбора» было меньше в два раза по сравнению с людьми, которым такую опцию не предлагали. Интересны были эпитеты, которыми одинаковые по положению покупатели описывали свои ощущения от покупки родстера. «Безвыборные» рассказывали, что кресло их «облегает» и они чувствуют себя пилотами в кабине самолета, а «выборные» жаловались на... слишком тесный салон.

Встроенная защита — это, пожалуй, единственное препятствие, которое мешает людям двигаться вперед и принимать правильные решения. Каждый человек считает себя исключительно рациональным. И даже если он признает, что он не таков, звучит это как привлекательное свойство: «Я вся такая загадочная и непредсказуемая...» Чтобы мы ни делали, чем бы не занимались, если у нас спросить «почему», «зачем» или «с какой целью», мы всегда найдем ответ. Даже бесцельное занятие мы будем рационализировать тем, что мы «отдыхаем» или «нам так легче думается». Спросите себя, какая вам польза от сети Фейсбук или Вконтакте? А на самом деле, чего вы добились?

По умолчанию мы верим в то объяснение, что дает нам сознание. И считаем именно его причиной поступков "потому что это разумно и логично", тогда как в большинстве случаев это просто попытка "рассказать" нам почему мы поступаем так или иначе. Поэтому рефлексия и самоанализ не всегда помогут нам увидеть истинные причины наших поступков. Хорошей иллюстрацией является поведение гадкого утенка из сказки Андерсена. Он решил приблизиться к лебедям, решив, что будет лучше, чтобы они его заклевали. Но, на самом деле, сознание утенка подставило ближайший "логичный" аргумент инстинктивному порыву утенка приблизиться к сородичам. У че-

ловека, желающего вступить в брак будет немало рациональных доводов, объясняющих его поведение и отвергающих даже саму мысль о том, что брак это - большой обман, на который мы “купились” под влиянием дофамина и окситоцина.

Встроенная защита часто мешает людям критически воспринимать реальность. Внимание от мужчин, которое требуется женщинам для поддержания уверенности в себе, часто иллюзорно. Женщина, включив “машину обеспечения счастья”, считает себя неотразимой и искренне верит, что вокруг нее мужики стаями вьются и вообще, все влюблены в нее, но, после некоторых расспросов оказывается, что вся “стая” -- это три человека, один из которых женат, второй пользуется ей, но жениться не обирается, а третьему она сама не дает, так как он ей противен. А остальные? А они слишком скучные. Ну, или, “виноград зелен”?

Встроенный в нашу голову механизм, отвечающий за рационализацию, за поиск причин и попытки прогнозировать следствия, за попытки видеть в случайных событиях систему, за навязчивое желание объяснить себе же и другим все подряд, регулируется дофамином. Мы получаем позитивное подкрепление, рационализируя. Это может приводить к каскадным, резонансным эффектам, например, когда мы слышим что-то, что затрагивает нас за живое и значит, включает дофаминергическую систему, которая, в свою очередь, заставляет нас относиться с большим доверием к информационным конструкциям, услышанным в самой новости. Главное, чтобы новость подавалась в виде некоей причинно-следственной связи. Сравните для себя, что для вас выглядит более вероятным: “Национальный герой повесился” и “Национальный герой покончил самоубийством, чтобы избежать позора”. Или “Всех евреев надо уничтожить” и “Евреи подлежат уничтожению, потому что они недочеловеки и паразитируют на остальных нациях”.

Дофаминергическая система, кроме функций встроенной защиты, управляет нашими эмоциями, которые часто мешают поступать и мыслить правильно. Мы с готовностью начнем доказывать сами себе и находить рациональную аргументацию тем мыслям, которые нам уже нравятся и мы будем искать пути опровержения тех идей, которые нам противны. Мы оцениваем идеи на вкус точно также как мы пробуем перед покупкой черешню на базаре. Мы не включаем логику и рассудок. Мы продолжаем использовать более древние и потому более всего влияющие на нас системы. Думать головой трудно. Намного приятнее считать, что в своих бедах виноват не ты сам, а евреи, москаль или просто все мужчины-самцы вместе взятые. Поэтому и работает подобного рода пропаганда - она декларирует приятные мысли и люди, подхватив их, начинают ими делиться. Если это приятно, то это - правильно. Но этот подход ставит человека на один уровень с белочкой, которая рассовывает орешки по уютным норкам потому, что ей это приятно делать. Вместе с тем, в социальных сетях практически все статьи, которыми делятся участники, являются такими, которые нравятся им, но не такими, которыми стоит или можно, применив логику, верить.

Большинству из нас приятны люди противоположного пола и все скорее готовы осуждать или быть терпимыми, но не одобрять выбор людей с другим пониманием того, что такое приятно. Большинству из нас приятно иметь детей, и мы сами себе докажем, что в воспитании детей лежит смысл жизни. Большинству из нас приятно направлять свою активность в сторону сексуального удовлетворения, и мы поддержим совершенно ненаучную, но исключительно захватывающую теорию

Фрейда¹. Большинство из нас хочет иметь возможность предвидеть будущее и потому, даже не относясь к этому всерьез, мы читаем гороскопы. Общество найдет, почему именно неправы те, кто не разделяет с обществом то, что этому обществу нравится. А люди - общественные животные и давление общества заставляет их самих искать аргументы того, почему их мысли, противоречащие общественному мнению, не верны, делая их нет, не счастливыми, но стремящимися к гармонии, но как-то через другой вход.

Однажды ученые провели эксперимент². В детском саду всем детям на завтрак дали сладкую кашу, а одному ребенку - горькую. Потом у всех детей спрашивали по очереди, какая каша на вкус и все дети отвечали - сладкая. Последним спрашивали ребенка с горькой кашей и в большинстве случаев ребенок с горькой кашей отвечал, что каша - сладкая. Это нормально быть в согласии с обществом, но что делать, если чувства, которые испытывает большинство членов общества, не соответствуют твоим чувствам? Что делать, если то, что нравится большинству - не нравится тебе? Для начала осознать, что так бывает. Мало того, так не только бывает - это норма.

¹ Научность теории заключается в способности ее предсказывать результаты эксперимента, а не объяснять его результаты постфактум. Теория гравитации научна. Можно рассчитать, куда упадет камень, брошенный с определенной силой под определенным углом. Нельзя будет объяснить при помощи теории гравитации ситуацию, когда камень, вместо падения, взмыл вверх. Теория Фрейда, наоборот, всегда найдет объяснение уже случившемуся факту и невозможно представить себе ситуацию, которую нельзя будет потом объяснить при помощи теории Фрейда или ряда других психоаналитических учений. При этом, теория Фрейда не дает инструментов, прогнозирующих поведение людей.

² Больше о подобных экспериментах можно почитать в книге "Общественное животное. Исследования". Под редакцией Э. Аронсона. Том 1. - СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2003.

Люди все разные и это нормально, что им нравятся разные вещи. Если бы живым существам нравилось одно и тоже или они были бы одинаковы во всем, то не было бы естественного отбора.

Общество и власть считает, что нужно рожать детей? Им нужно - пусть и рожают. Общество считает, что женщина должна быть скромной и ждать избранника - пусть они и ждут. Общество считает, что нужно обязательно выйти замуж - пусть они и выходят. Общество считает, что спать можно только с представителями противоположного пола - вот пусть и спят. Общество найдет оправдание любому нравящемуся ему факту или любой приятной ему деятельности. И мы, под давлением общества, начнем искать аргументы, почему брак - полезное дело, зачем нам нужны дети, почему женщина должна быть скромной, почему мужчина не должен заниматься домашним хозяйством. Но идеи которые нравятся не обязательно правильные.

Мы, каждый из нас, с готовностью найдем оправдания своим стереотипам, образу жизни и поведению. Ведь это неприятно думать, что потрачено зря очень много времени на деятельность, аналогичную той, которую совершает муха, бьющаяся об стекло. Если мы признаем, что поступаем регулярно неправильно или преследуем неправильные цели, то мы не сможем быть уверены в правильности своего поведения для достижения желаемого нами будущего. А неуверенность в будущем и есть отсутствие счастья.

Находясь в цепких лапках саморационализации и общественного мнения, люди терпят опостылевших супругов, не решаются разорвать отношения, которые не имеют перспектив и не приносят пользы, Любой человек легко найдет миллион ответов на вопрос "почему" он живет с другим человеком, при этом, будет совсем не много ответов на вопрос "Почему стоит расстаться". Только потому, что нам будет нравиться прожить

еще один день — вот так как оно есть, чем делать то, что не нравится — вставать и занимать активную жизненную позицию.

По сути:

- Точно так же, как эндорфины защищают нас от ненужных болевых ощущений в организме, эта встроенная система защиты защищает нас от массы неприятностей, которые на самом деле происходят с нами, но которые мы или не замечаем, или рационализируем.
- Если вы пытаетесь продать себя на сексуальном рынке, то худшее, что вы можете предположить, так это решение проблем своего партнера. Да нет ни у кого проблем. А если, в редких случаях, человек окружен проблемами, то, вероятнее всего, он упивается этим и не смейте их решать.
- Общественное мнение не аргумент. Не спорьте с обществом. Если вам трудно идти против всех, то просто не давайте обществу знать о вашем выборе, если он противоречит общественному мнению.
- Если вы хотите перемен, то надо перестать отвечать себе же на вопросы «почему так как есть», а начать задавать себе вопросы «что хорошего будет»
- Стоит отличать то, что вам нравится прямо сейчас от того, что вам нужно на самом деле.



Первое слово к свободе

Философия

Добиться свободы и сохранить ее можно лишь той ценой, какую человечество, как правило, платить не готово.

Джордж Сэвил Галифакс

Представьте себе ситуацию, когда инопланетный космический корабль, желая приземлиться в городе, где, по мнению инопланетян, можно найти больше лиц для вступления с ними в контакт, находит сравнительно ровную площадку и приземляется на нее. Площадкой этой оказался участок для выгула собак. Инопланетянин выходит из своей летающей тарелочки, смотрит на людей с собаками и задумывается, кто же из них - разумные существа? Кто кого выгуливает на поводке? Кто имеет свободу обнюхивать каждую кочку, а кто терпеливо ждет, привязанный за поводок? Является ли поводок инструментом контроля собаки или он контролирует человека?

Если подойти к человеку, который выгуливает собаку на поводке и спросит, зачем он это делает, то в ответ мы услышим ответ, исходящий от машины по обеспечению счастья и звучащий нечто вроде "чтобы она не убежала". То есть, человек предполагает, что десяток-другой тысяч лет совместного проживания, не научил собаку вести себя рядом с человеком также, как и рядом с другим собратом по стае - сопровождать, не делать необычного, не делать того, что не делает вожак. На самом же деле, человек, привязывая себя к собаке поводком, позволяет собаке делегировать человеку принятие важных решений, связанных с ориентацией на местности, обнаружением

опасности и исполнению действий, направленных на ее избегание либо на достижение цели. Собаке не надо думать теперь "стоит ли бежать за кошкой". Собака теперь знает, что нужно пытаться это делать всегда, а если этого делать не надо, то ее с поводка просто не отпустят. Действуй! За тебя думает фюрер. И человек, вместо компаньона на прогулке получает безмозглую тварь, постоянно тянущую поводок и пытающуюся сорваться с него. Такая собака не умеет переходить через дорогу, не понимает смысл бордюрного камня, не способна самостоятельно найти хозяина или дорогу домой. Хозяин, пытаясь привязать к себе собаку, провоцирует, по сути, ее побег. Причем не разумный побег, а случайную потерю.

С другой стороны, хозяин, отказавшийся от поводка, получает свободу от собаки. Это теперь не его проблема, а проблема собаки, находится рядом с хозяином. Инопланетянин, наблюдая за тем как гуляет человек с собакой без поводка, сразу поймет кто за кем бежит и, кто кого ведет на прогулке. Парадоксально, но отказавшись заботиться о том, чтобы собака была рядом, хозяин решил для себя эту задачу более элегантно и менее напряженно. Слово "нет" - первое слово к свободе.

При любых переговорах та сторона, которая не способна отказать - проигравшая¹. Другая сторона получит все, что хочет и на тех условиях, на которых хочет. Если поставщик растительного масла ведет переговоры с сетью супермаркетов, то он не способен отказать сети супермаркетов в сделке, так как считает, что работа с большой сетью даст ему возможность получить прибыль. При этом, представитель сети супермаркетов, зная, что производителей растительного масла труд

¹ Одной из самых известных книг по продажам и переговорам является книга Джима Кэмп "Вначале скажите "нет". Джим Кэмп посвятил всю книгу простой мысли – не надо бояться отказать.

пруди, ощущает себя вполне свободным. Переговоры заканчиваются тем, что представитель сети супермаркета, как говорят переговорщики, "отжимает" у производителя растительного масла те условия, на которых производитель масла вообще способен дальше его производить, но уже без прибыли. Производителю масел необходимо обеспечить загрузку упаковочной линии, и он готов отдать большую часть поставок без прибыли, чтобы попытаться получить ее у других закупщиков. Шах и мат. Переговоры для производителя масла лучше бы и не начинались.

Но, если противоположная сторона говорит "нет", то это еще пол беды. Еще страшнее, когда она практически сразу говорит "да". Тогда сторона-жертва, услышав "да", воспринимает эту информацию своими древними системами, которые отвечают за азарт и стремление к цели и, будучи опьяненной перспективой победы или бонусов, ведет себя точно также, как и доверчивая жертва рекламы, на которой указана цена со звездочкой. Умный переговорщик всегда скажет "да" как можно раньше. А потом, убедившись в приливе крови к голове соперника по переговорам, скажет "но...". А соперник по переговорам будет уже счастлив удовлетворить все-все условия. Ведь победа, она так близка. Ну вот еще чуть-чуть уступить. И еще учть-чуть... И еще.

Только тогда можно быть уверенным в себе и в успехе переговоров, когда вам искренне не надо получить их результат. То есть, вы были бы рады, если сделка состоится, но у вас есть еще два десятка клиентов, и вы примете любую точку зрения клиента, только бы она делала его счастливее. Ведь вам отношения важнее денег. Нет - нет. Как вам угодно. Вам помочь еще в чем-то?

Представьте себе, что у вас есть магазин, в магазине — дверь и покупатели. Если мы будем стремиться удержать покупателей, закрывая выход, то мы, таким образом, закроем и

вход. Весь мир соткан из противоположностей: без света нет тени, без падений нет взлетов. Как бы мы поняли, что привлечательны, если бы не имели вообще опыта отказов? Как бы нам ощущалось, если бы мы были желанны в качестве супруга(и) абсолютно каждому? Стоило ли бы беспокоиться о том, что за человек перед нами, если бы мы сами устраивали всех подряд? В нашей жизни мы часто путаем симптом и причину явления. Видя, что клиенты уходят из магазина, ничего не купив, мы закрываем двери. Видя, что отношения с партнером холодеют, мы пытаемся их оживить, назначая новые встречи и раскаляя телефонные провода. Мы тратим время на бесперспективные занятия, но сама причина охлаждения отношений, которая, скорее всего, внутри нас, не устранена и мы в следующий раз получим ту же историю, но с другим человеком.

Встречая категорический отказ со стороны женщины, мужчины начинают ее добиваться. Они представляют себе, что стоит сделать "нечто эдакое", как ее сердце растает. Увлечшись борьбой как процессом, ловя кайф от дофаминового всплеска, борцы упускают из виду, что крайне сложно добиться расположения женщины, которой вообще не нужен этот мужчина. По-настоящему процесс привлечения к себе внимания начинается еще на этапе поиска партнера. Тяжело продавать водку мусульманам, а новогодние елки — в феврале. Если вы будете пытаться это делать, то неизбежно нарветесь на возражения, причем самые непробиваемые. И какие бы техники соблазнения вы не использовали, вы все равно не продадите себя партнеру. При правильном подходе возражений быть вообще не должно. Если вы продаете себя, точно понимая кому и зачем вы нужны, вы нейтрализуете большинство поводов для отказа, которые могли бы возникнуть у вашего потенциального партнера. Но на сексуальном рынке часто случается так, что сторона, которая влюблена, не способна сказать

"нет" в ответ на "нет" и проигрывает. Результат проигрыша зависит от того, что получит в ответ на предложение влюбленный юноша. Его счастье, если он получит в ответ "нет" еще раз. И его горе, если он получил в ответ "да, но". Вся совместная жизнь мужчины и женщины теперь будет идти по её правилам и условиям. Фундамент подкаблучника заложен был тем, что юноша готов был на все ради этой девушки и пытался ее добиться. "Да-да, Нет - нет. Все остальное от лукавого¹." (

Аналогичная ситуация происходит и с женщинами. Оказываясь в "проигрышной ситуации", когда всех годных мужиков расхватали более целеустремленные подруги, они не способны отказать ухаживающему за ними мужчине, и вся их семейная жизнь выстраивается, в случае согласия мужчины на брак, в пользу этого мужчины. Женщина, мечтавшая о супруге и кормильце, получает самоходный волосатый желудок в семейных трусах с газетой, или теперь, ноутбуком в кресле. Они проигрывают в любом случае: или не выходят замуж или выходят на неприемлемых условиях.

Но почему вообще надо "хотеть замуж" или "жениться"? Вначале скажите "нет". Нужны дети? - Нет. Нужен носитель более богатой, чем у вас культуры? - Нет. Ваша культура и так высока, что 90% лиц противоположного пола до нее не дотягивают. Нужен брак сам по себе, "живая душа" рядом? - Нет. Нужен секс? Да, но брак для этого точно не нужен. "Нет" делает человека сильным и свободным. Свободным даже от "Да,но...". И тогда, когда внутри себя можно искренне сказать "нет", перестать стремиться выскочить замуж или жениться, именно тогда появятся действительно стоящие рассматриваемые варианты. Те, кто пытался привлечь к себе кувшинку, сидя в лодке, знают, что чем больше месишь рукой воду, тем дальше

кувшинка отплывает, увлекаемая волнами, которые вы создаете руками. Вы хотите удержать? Отпустите. Ваше все равно к вам вернется. Не ваше - пусть уйдет лучше раньше, чем позже.

Вы никогда никого к себе не привяжете, а любые попытки привязать будут провоцировать поведение, аналогичное поведению собаки, постоянно срывающейся с поводка. И, не дай бог, "поводковую" собаку хоть на секунду отпустить. Она же, зная, что и вся дальнейшая жизнь будет проведена на поводке, использует шанс погулять без поводка на всю катушку. Сила "нет" в том, что разрешив, сохранив достоинство и гордость, своему партнеру гулять, вы его привяжете к себе еще крепче. Ему ведь уже не надо срываться.

Экономисты проводили исследования рынка труда и обнаружили, что легче и быстрее находят новую работу те, кто еще работает на предыдущей работе. Если же человек не работает более трех месяцев, то ему найти работу все сложнее и этот процесс - с положительной обратной связью. Чем дольше человек без работы, тем сложнее ему убедить работодателей в своей полезности, тем дольше он без работы. Человек, оказавшийся без денег и работы, не способен ответить "нет" и интервьюер это видит и чувствует. Это транслируется невербально. Жесты, позы, интонации, демонстрация готовности и яростного желания работать. И люди, не могущие сами сказать "нет", в ответ получают или "нет" или "да, но..".

Точно также и на брачном рынке. Любая женщина подтвердит, что ухажеры ходят пачками. Женщина тогда привлекательна для мужчин, когда у нее есть уже мужчина. При этом, женщина, уже имея мужчину, способна вести переговоры с "нет" позиции и, если она получает что-то новое, то оно будет только лучше старого. Одинокую женщину, с ее "оценивающим", как метко заметил Гоша, герой Алексея Баталова в фильме "Москва слезам не верит", взглядом, видно на рассто-

янии. И биокomпьютер мужчины, оценивая одиночество женщины, рационально решает, что если она никому не нужна, значит этому есть причины, и она не будет нужна и мне, и наши потомки не будут нужны никому. На такую женщину просто не обращают внимания.

Когда люди выбирают себе будущего партнера, они выбирают не кого-то красивого или соответствующего бессменному идеалу, а того, кто соответствует моде. Происходит это потому, что с точки зрения встроенного компьютера важно выбрать такого партнёра, который нравится не выбирающему, а окружающим. Ведь тогда совместное потомство от такого партнера будет иметь больше шансов на успешное размножение. И в такой ситуации образуется положительная обратная связь: чем больше поклонников у женщины, тем больше поклонников у нее будет. Мужчины, оценивая привлекательность женщины для окружающих, делают однозначные выводы и останавливают выбор на той, которая нравится большому числу окружающих мужчин. Привлекательность во многом зависит от тех стартовых условий, в которых оказалась девушка к тому моменту, когда ею заинтересовались окружающие ее парни. Если девочка обладала большим, по сравнению с ее товарками, количеством социальных связей среди лиц противоположного пола, то, став девушкой, она, автоматически, получит больше внимание от юношей, с которыми она раньше дружила, когда они были мальчиками. Соответственно, это запустит «цепную реакцию» привлекательности и завистливые подруги, годы спустя, так и не смогут понять, чем же их ровесница так парней очаровала, ведь у нее неидеальное лицо, неидеальная фигура и неидеальные манеры.

Парадоксально получается, что для того, чтобы найти нужного мужчину, нужно уже быть в отношениях. Но где найти хорошего и подходящего мужчину, с которым инте-

ресно и который не за ангажирован? Всех хороших уже ж разобрали, а разведенных на всех не хватает и разведенные не часто хотят снова жениться. Оно им уже не надо - детей они сделали, а секс и борщ можно получить и без брака. Но почему мужчина, роль которого - лишь обеспечивать благоприятный эмоциональный фон, должен быть свободным? Для этого годятся и женатые мужчины, но с одним важным условием: Это не он использует женщину, тратя ее "лучшие годы" и не давая ничего взамен. Это женщина использует его, не претендуя ни на брак, ни на какие-то другие обязательства. Это - временное решение, нужное женщине лишь для того, чтобы быть способной говорить "нет" и побеждать. Не стоит связывать свою судьбу с "женатиками". Не стоит питать надежд. Даже, если они и уйдут ради любовницы из семьи - грош им цена как мужьям - они и от любовницы уйдут. Женщине, имеющей правильный роман с женатым мужчиной, ничего от него не нужно, по большому счету и она должна быть свободна сказать ему "нет" в самую первую очередь. В конце концов, отношения свободной женщины с женатым мужчиной, не рассчитанные на серьезность, только защищают его брак от его же кобелизма. Ведь, вместо честной женщины, он мог бы нарваться на "стерву", которая разрушила бы его семью и сделала бы несчастными всех, в том числе и себя.

Хорошим положительным свойством "женатиков" является то, что в отношениях с ним нет места ревности и правильный "женатик" будет наоборот стараться найти партнера своей любовнице, будучи ей, в первую очередь, другом. Разумеется, если женатый мужчина ревнует свою любовницу, рассказывает ей куда ей ходить и что делать, с таким женщине нужно прощаться моментально. Он не дает ей тог, что ей нужно, а наоборот мешает этого добиться.

Крайне мало в мире женщин, не имевших романов с женатыми мужчинами¹, но еще меньше таких которые использовали эти романы в правильных целях. Женатый мужчина не цель, а средство. Инструмент личной свободы и источник искреннего "нет".

Подумайте, зачем вы хотите себе партнера, согласитесь, что это неважные в жизни вещи и расслабьтесь. Нет, не стоит переставать искать и выбирать. Но стоит перестать маниакально разглядывать каждую, не состоящую в браке, особь противоположного пола как надежду. Ведь вам, на самом деле, не критично важно жениться или выйти замуж. Просто это было бы неплохо сделать. К тому же не всегда оказывается хорошо, что наши желания исполняются.

Еще одно важное свойство "нет", заключается в том, что произнося "нет", вы парадоксально не отказываетесь от того, что вам предлагают, но получаете еще. В этом мире бескорыстного очень мало и если вам что-то предлагают, то значит от вас что-то хотят. А если от вас что-то хотят, то у вас хотят это купить и то, что предлагают. является ставкой в аукционе. Если вы согласитесь на предложение - оппонент победил. А если не согласитесь, вы заставите его поднять цену.

Дети начинают понимать смысл и силу слова "нет" еще до того как учатся говорить. К сожалению, многие из нас забывают с возрастом эту силу или их "обламывает" жизнь.

- Машенька, хочешь каши?
- Нет!
- А если после нее я тебе дам конфетку?
- Хорошо.

¹ Примечание для мужчин. Ни у одной женщины это утверждение не вызывает возражений.

- Машенька, а хочешь посмотреть мультики?
— Да.
— Тогда поешь кашку.
— Нет.
— А если еще и конфетку?
— Хорошо.
- Машенька, а хочешь посмотреть мультики?
— Нет!
— Ну Машенька, маме с папой нужно выйти в магазин на полчаса, посмотри мультики!
— Нет!
— А мы тебе что-нибудь купим
— А что?
— Конфетку.
— Не хочу конфетку.
— А что ты хочешь?
— Хочу конфетку и игрушку!

По сути:

- Проигрывает тот, кто не может отказать.
- Отпустите поводок. Ваше с вами останется. Чужое все равно уйдет.
- Распечатайте и наклейте на входной двери слово "нет", чтобы вы помнили, перед каждым выходом из дома, где источник вашей личной силы.
- Тот, кто первым влюбляется – проигрывает, так как уже не в силах сказать «нет». Если цель – хорошие отношения на всю жизнь, а не только на время влюбленности, то не ты должен (должна) любить, а тебя. Наверное, поэтому слова «я тебя

люблю» даются с таким трудом. Эти слова можно сказать лишь тому, кому бесконечно доверяешь.

- Если у вас есть ребенок – девочка, позаботьтесь о том, чтобы она дружила с как можно большим количеством мальчиков к тому моменту, как они повзрослеют. Это, впоследствии, запустит «цепную реакцию» привлекательности и даст встроенному компьютеру, решающему «задачу о разборчивой невесте» (см. следующую главу), возможность говорить «нет» первым 37% женихов и не нацелит программу влюбленности на первого встречного.
- Женатый мужчина – средство, а не цель. Им можно пользоваться для поддержки уверенности в себе, но не для выстраивания с ним совместных планов.
- Говоря «нет» вы часто получаете больше.





Задача о разборчивой невесте

— Математика —

Никогда не позволяйте морали удерживать вас от правильных поступков

А.Азимов.

Мир, представленный с мужской точки зрения: "да здравствует секс без обязательств", не приемлем для женщин. Женщина, практикующая такой подход будет наверняка отвергнута все еще консервативным обществом. Но стоит понимать, что стереотипы "мужикам можно, а бабам - нет" - это глубоко сексистский подход. Можно всем. Обществу было полезно держать женщин в строгости - от этого зависела вся мотивация мужчин к работе на благо наследников. Была выстроена общественная мораль. Она хорошо работала вплоть до середины 20-го века.

Но пришла эмансипация, сексуальная революция и пришли контрацептивы и доказательное отцовство¹. Почему, после этого нужно женщинам держать себя в узде? Где равноправие полов? Почему женщинам вообще стоит обращать внимание на мужчин, у которых "думалка" сидит в спинном мозгу и которые продолжают в 21-м веке настаивать на "женской верности", при этом спокойно позволяют себе взгляды "налево"?

¹ Надежные контрацептивы и доказательное отцовство, рассматривались еще Б.Расселлом в изданной им в 1929 году книге «Брак и Мораль» как «изобретения будущего», которые должны коренным образом повлиять на общественный уклад. Рассуждения Бертрана Рассела о том, куда приведут эти изобретения оказались пророческими. Он предсказал исчезновение института брака в том виде, в котором он был до начала XX века. Он также указал, что получит распространение бесплатное детское образование. Что и произошло. Б.Расселл получил в 1950 году Нобелевскую премию за книгу «Брак и Мораль»

Какой толк вообще от мужчины с таким уровнем культуры, который позволяет ему продолжать, несмотря на объективную реальность, выставлять какие-то требования женщинам и считать, что его "права" ущемлены от того, что "его" женщина посмела спать с кем-то еще до него? Или важно количество? Где граница "приемлемости"? Пять любовников можно, а шесть уже нет? Как вообще, с точки зрения логики или математики, возможна система, в которой все женщины верны, а все мужчины - нет? С кем же тогда спят мужчины?

По-видимому, мужчины, у которых "думалка" поднялась повыше, во-первых, сами более разборчивы в отношениях и не приветствуют идею "секса без обязательств" со своей стороны, но, при этом, не претендуют на свободу личности женщины, так как способны понять, что большое количество любовников у ее женщины, во-первых, делает ее опытной любовницей и, во-вторых, поднимает его самооценку.

Ведь она сознательно остановила свой выбор на нем, а не "купила" первого же кота в мешке. Для таких мужчин секс, несмотря на то, что он - важнейший мотиватор их поведения, не является верховной целью¹. Это как раз те, которым нужно не "только это". И женщины правы, что ищут именно таких. Это - хороший критерий, определяющий уровень культуры и осознанности.

В защиту мужчин-ревнивцев можно сказать, что их тактика отвержения "легкомысленных" женщин вполне оптимальна. Кроме того, что древняя часть мужского мозга, не знающая о контрацептивах и ДНК-тестах, боится расходовать свои силы на воспитание носителей чужих генов, их бессознательный вычислитель еще подсказывает им, что у таких женщин существует богатый выбор женихов и вероятность того, что именно они останутся в финале, крайне низка. По итогу, с

¹ Говорят, что на острове Крит напрочь отсутствует проституция. Ее нет потому, что местные мужчины считают, что это женщины им должны, если их удовлетворили. И они правы. Кто, в конце концов, больше пыхтит и старается?

"легкомысленными" женщинами остаются лишь те, которым не слабо конкурировать. А таких крайне мало.

Спать со всеми подряд - не совсем верная стратегия поиска брачного партнера как для мужчины, так и для женщины. Для мужчин это ресурсно-затратное мероприятие. И речь идет не только о деньгах, но и о времени. Разумеется, можно быть звездой рок-н-ролла и просто открывать дверь гримерки после каждого концерта какой-нибудь фанатке. Но таких меньшинство. Для женщин это тоже трата времени, так как они, в отличие от мужчин, быстрее "портятся" и им нужно реализовать свои желания о семье и детях раньше, чем они потеряют свои конкурентные преимущества на сексуальном рынке. Также совсем неправильная стратегия спать только с одним человеком, пока этот человек не является женой или мужем. Нужно продолжать выбирать и пробовать. То есть, с одной стороны, малое количество любовников, которых перебирают по очереди, не дает выбирающему представления об оптимальном выборе, с другой, большое количество любовников или промискуитет, вообще нивелирует роль секса как сближающего фактора и приводит к пустым затратам времени. Если люди избирают для себя путь "дом, семья, дети, внуки, "а пить-то не хочется", то беспорядочные половые связи не будут приносить им пользы.

Сколько же человеку нужно перебрать, чтобы остановиться на ком-то свой выбор? Наш внутренний вычислительный комплекс умеет решать эту задачу интуитивно, но, разумеется, что существует ее правильное математическое решение. Предположим, что у человека стоит задача выбрать для себя брачного партнера в течение года. Также, предположим, что ему нужно четыре месяца, чтобы узнать человека достаточно хорошо. Это значит не только переспать несколько раз, но и пройти какое-то совместное испытание, которое, разумеется, стоит организовывать. И, напоследок, предположим, что человек не сможет быть в постельных отношениях более чем с тремя людьми одновременно. Мы получаем, что за год можно иметь не более 9 любовников.

При правильной организации поиска и выбора, следует выстроить "воронку продаж". Это термин продавцов, описы-

вающий простой факт, что подписание одного контракта происходит только после ряда встреч с разными клиентами, при этом контракты подписываются с теми клиентами, с которыми было больше одной встречи, а еще больше потенциальных клиентов повстречались продавцу лишь однажды. Чтобы организовать встречу нужно совершить еще большее количество телефонных звонков, большая часть из которых приведет к отказу от встречи. А чтобы вообще позвонить, нужны контакты или наводки, которых должно быть еще больше, чем телефонных звонков. На сексуальном рынке точно также. Если есть цель перепробовать девять человек в течение года, то нужно переспать один раз, например, с 15-тью, ведь часть людей окажутся "одноразовыми" или просто отвратительными любовниками. Чтобы переспать с 15 людьми, нужно сходить на второе свидание, которое, например, закончится поцелуями, с 30-ю людьми. А чтобы иметь 30 вторых свиданий, нужно пойти на 40 первых. А чтобы пойти на 40 первых свиданий, нужно иметь в своем кругу 80 человек в течение года, с которыми вообще хочется встречаться и с которыми стоит пообщаться тет-а-тет, чтобы идея сходить на свидание посетила их ум.

И тут вступают в силу факторы, которые, несмотря на любые планы продаж, не позволят реализовать эти планы. Продавец технически не может совершить более 40 звонков в день. Или продавец не может проводить больше двух встреч в день. То есть, зная коэффициент конверсии количества встреч в количество сделок, и сумму средней сделки, можно, с некоторыми оговорками касательно емкости рынка и конкурентной активности, говорить о том, сколько нужно активных продавцов, чтобы реализовать какой-то конкретный план продаж. На сексуальном рынке это также выглядит страшно: перецеловать в течение года 30 человек, не говоря уже о том, что такой важный этап выбора как совместное испытание, организовывать больше четырех раз в год под силу совсем не многим. Значит мы должны или срок поиска продлить или снизить количество претендентов, из которых стоит выбирать или оптимизировать воронку - использовать другие коэффициенты конверсии. На практике так и происходит. Люди, окруженные большим количеством людей, выделяют себе большой срок на

поиски или люди выбирают быстро из тех пяти парней/девушек на селе, что есть и больше их не будет или люди стараются довести до секса каждое свое первое свидание.

Итак, у нас есть какое-то количество потенциальных брачных партнеров. Пусть их будет 100 в течение какого-то срока, к истечению которого надо остановить на ком-то свой выбор. Каждый для себя может посчитать свою "воронку продаж" и понять, сколько у него возможно партнеров для выбора, исходя из имеющихся сроков, социальных связей и собственной сексапильности. Если ищущий отвергает какого-то партнера, то он к нему не возвращается. Или партнер - гордый или он становится занятым в другом браке. В жизни возврат к "бывшим" крайне редок, так что мы его пока исключим из возможных вариантов развития событий. В конце концов, ищущий отверг этого партнера по каким-то причинам. Пусть, для наглядности, это будет принцесса, которая перебирает сватающихся к ней принцев. Если она отвергла 99 из 100 принцев, то за сотого она вынуждена выйти замуж, независимо от того, хорош он или плох - остальные ушли и не вернутся. Точно также, если принцесса вышла замуж за первого же принца, то она с вероятностью 99% не вышла за самого лучшего. Значит, существует некое число принцев, которое стоит просмотреть и отвергнуть, чтобы потом выбрать кого-то из оставшихся. Эта математическая задача была решена в 1960-х годах и стала первой в целом разделе математики, который сейчас именуется теорией оптимальной остановки случайных процессов¹.

Математическое решение этой задачи говорит, что следует просмотреть и отвергнуть n/e женихов, где n - число доступных принцев, а e - основание натурального логарифма и равно 2.718281... . После этого нужно остановить свой выбор на первом же принце, который окажется лучше всех предыдущих. Например, если мы ожидаем, что через руки невесты в

¹ Кстати, Б.А. Березовский, которого мы знаем, как опального российского олигарха, защищал докторскую диссертацию по математике, связанную, как раз с обобщенным вариантом решения задачи о разборчивой невесте.

возрасте от 18 до 28 лет пройдет 25 мужчин, то ей стоит безоговорочно отвергн

$$\frac{25}{2.718281} \approx 9 \text{ женихов}$$

Эта стратегия дает принцессе наибольшую вероятность выбора самого лучшего из всех принцев, что вообще могли быть ее мужьями. Эта формула работает для большого числа женихов, например, 100 и больше. Для малого числа женихов возникают сложности с целыми и дробными частями. Например, при пяти женихах, $5/e = 1.839...$ Так сколько отвергать? На самом деле - двух и, наверное, неуместно приводить тут развернутое доказательство этого. Просто надо знать, что начиная с третьего претендента, принцесса должна выбрать первого же, кто был лучше предыдущих двоих. Если женихов собирается быть 10, то отвергать надо первых трех-четырех. Разумеется, что если женихов меньше пяти, то надо соглашаться на первого встречного принца. Спящая красавица или Белоснежка, которая ничего не делала для поиска мужа и лежала и ждала, пока к ней прискачет принца на белом коне, на самом деле, должна была бы соглашаться на предложение руки и сердца вообще первого попавшегося бродяги, который нашел ее в таком состоянии. И для нее это был бы самый лучший мужчина, то есть, по определению, принц. Без вариантов, буквально.

Таким образом, для оптимизации выбора лучшего супруга, человек должен а) максимизировать количество претендентов и б) не стесняться отвергать первых 37% ($\approx 100\% / 2.72...$) кандидатов из возможного их количества. Если количество потенциальных женихов или невест меньше пяти, то нужно соглашаться на предложение первого, кто додумается его сделать или делать предложение первой, кто не будет против его принять. У людей есть выбор: Сидеть и ждать первого встречного и сочетаться с ним узами брака вне зависимости от его "товарных" характеристик или становиться кузнецом своего счастья, спланировать нужный и оптимальный поток потенциальных партнеров и совершить сознательный выбор, приложив к этому усилия. Не стоит все время в голове высчитывать, сколько отвергать, а кого брать. Бессознательный вычислительный комплекс умеет решать эту задачу уже пару со-

тен миллионов лет без всяких Березовских. Просто этому биокомпьютеру нужно показать и предоставить масштабы выбора, чтобы он смог решить "да, это он/она".

Женщины часто ошибочно трактуют народную мудрость, советующую им "расставлять сети", а не атаковать потенциального партнера в лоб. Они, пытаясь применить эту стратегию в попытке привлечь к себе внимание вон того парня, по которому сохнут, заходят в тупик. Они же ведь не сети расставляют, а охотятся на конкретную рыбу с острогой. Разумеется, такая рыба скорее всего ускользнет. В отличие от охотника с острогой, рыбак, расставляющий сети, не знает, какая именно рыба в них попадет и выбирает годную уже из того улова, который он получил. Сама идея "расстановки сетей" включает ситуацию, в которой речь идет о ком-то одном.

Люди, не пытаясь сознательно предоставить своему биокомпьютеру новые данные о количестве невест или женихов, просто полагаются на то, что интуиция сама подскажет, когда останавливать свой выбор. Но стратегия "спящей красавицы" с выходом замуж за первого или стратегия "честного парня", женящегося на первой, с кем переспал¹, уместна в малых обществах, где количество женихов или невест ограничено. Это - традиционные сообщества, в которых и поныне живет большинство людей. Это - село, деревня, табор, племя. И тактика выбора "первого встречного" до сих пор используется биокомпьютером особенно у тех людей, которые живут в селах или родились в них и переехали в город. Биокомпьютер еще не знает, что потенциальных женихов или невест стало больше и в новых условиях его стратегия остановки выбора не оптимальна.

Как максимизировать количество претендентов? Как минимум, заняв активную жизненную позицию и посмотреть

¹ Именно потому мальчики женятся на первой, с кем переспали, что их внутренний компьютер неправильно посчитал количество возможных потенциальных невест. Как итог - включается безумная влюбленность, клятвы в верности и т.п. А неправильная оценка - как раз и происходит потому, что ему ж, по молодости, "никто не дает". А эта "наконец-то дала".

характеристики своей "воронки" и способы ее улучшения. Например, не стоит сидеть сиднем и ждать. Не стоит гнущаться параллельной обработки входящих запросов. Правильно иметь одновременно несколько романов в разных стадиях их развития и заводить новый после завершения предыдущего. Если, по каким-то высоким моральным принципам, крайне важна "половая честность" во взаимоотношениях, то из этих нескольких романов пусть только один будет с постелью, пара в конфетно-букетной стадии, еще пять в состоянии активного флирта и штук 20 в списке контактов и поддержки ничего не значащей болтовни. Такой подход позволит легко прерывать романтические отношения, зашедшие в интимную стадию, но требующие прекращения с точки зрения оптимизации поиска. Достаточно случайно "засветить" наличие еще одного ухажера/девушки, чтобы с высокой вероятностью, текущий любовник/любовница порвала с вами сам.

И такая стратегия - не новость. Наши "чувства", которыми мы руководствуемся, подсказывают нам правильные схемы поведения. И оказывается, что среди подростков достаточно много тех, кто работает "параллельно". А среди зрелых и холостых - мало. Может, конечно, люди повзрослели и все такое. Но стоит помнить, что те, кто активнее искал, уже нашел самое лучшее из того, что было. И на рынке к среднему возрасту остались лишь "высокоморальные" и "второсортные" ну или просто ленивые. Но как когда-то сказал Альберт Эйнштейн: "Самая большая глупость - это делать тоже самое и надеяться на другой результат".

По сути:

- Современная мораль не настаивает на девственности участников брака. Этим можно и нужно пользоваться для понимания того, что мы хотим и что мы выбираем на самом деле.
- Наша инстинктивная стратегия поведения предписывает нам безусловно отвергать перовых 37% кандидатов из тех, что мы готовы рассмотреть

-
- Если наш мозг бессознательно оценивает количество кандидатов как малое, он «включит» влюбленность в отношении первого встречного, что отражается на качестве выбора.
 - Вместе с тем, те, кто женятся на тех, с кем потеряли девственность, могут, при объективно не лучшем выборе, быть более счастливы чем те, кто перебирал партнерами. Их встроенная система мотивирует их на удержание столь редкого и потому ценного человека.
 - Оптимальная стратегия поиска не имеет ничего общего с "легким поведением"? Нужно ли не стесняться оценить и, при возможности, увеличить потенциальное количество партнеров, которое пройдет через вашу постель и, что еще важнее, пройдет с вами "тест-драйв" в течение времени поиска жены/мужа? Разумеется - да. Стоит ли спать с ними всеми? Нет. Достаточно 37%.
 - Всегда нужно иметь «под рукой» действующего друга-партнера, не претендующего на брак с вами. Это сделает ваш мозг разборчивее и не даст вам влюбиться в не того человека.





Иллюзия спроса

— Экономика —

Мурка, в чём же дело, что ты не имела?

Разве я тебя не одевал?

Шляпки и жакетки, кольца и браслетки

Разве я тебе не покупал?

Считается, что на любых рынках существует некий баланс спроса и предложения, который формирует устойчивую цену на тот или иной товар. Продавцы, наблюдая спрос, варьируют цену на товар. Покупатели, рассматривая предложение, отказываются от покупки или соглашаются с ценой. Интуитивная рыночная картина, которая рисуется в теории выглядит подобно деревенской ярмарке. Все продавцы в курсе дел друг друга, все видят всех потенциальных покупателей или совокупный спрос и могут оценить совокупное предложение. Продавцы продают много и часто. Покупатели постоянно потребляют.

Но в реальных рыночных условиях информационный обмен между участниками затруднен, мало того, сами участники рынка предпринимают усилия для того, чтобы сохранить результаты своей деятельности и свои знания о рынке в тайне. Также, на рынках, близких к конкурентным, на которых присутствует очень много как продавцов, так и покупателей, информационный обмен между участниками не влияет на принимаемые участниками рынка решения, если, конечно, это не сговор.

Рассмотрим теперь рынок, на котором присутствует множество участников, но продавцы не обладают опытом работы на этом рынке — количество сделок, которые они способны совершить за все свое время нахождения на рынке

крайне мало. Например, каждый продавец выступает с одним единственным товаром и, продав его, надолго уходит с рынка. Точно также и покупатели ограничены в количестве сделок и, точно также, в большинстве случаев, совершив покупку, уходят с рынка и в ближайшей перспективе не влияют на структуру спроса и предложения. Рынок сохраняет свою емкость за счет новых и вернувшихся после длительной паузы продавцов, а свою покупательную способность за счет новых и вернувшихся после длительной паузы покупателей. Потенциальные продавцы и покупатели, при этом, способны наблюдать за рынком.

На таком рынке продавцы не способны менять цену на свой товар в зависимости от актуального спроса – у них нет возможности для ценового маневра – количество товара, которым они обладают крайне мало. Также покупатели не будут способны оценить адекватность цен и варьировать свой спрос в зависимости от текущей цены. Если бы они покупали бензин или чулки, то цена, которую они платят, определяла бы количество товара, которое они готовы потребить. Но в нашем, воображаемом, рынке такого нет – покупатель имеет возможность потребить товар раз-другой и покидает рынок. Он или способен заплатить или не способен. Также, ценовое предложение покупателей никак не влияет на возможное предложение продавцов. Товар ограничен и, вне зависимости от цены на него, поставок больше, чем есть на сейчас, нет. То есть, присутствует крайне низкая, если не нулевая, мгновенная ценовая эластичность предложения.

Каким образом ведет себя покупатель на таком рынке? Он подходит по очереди к каждому продавцу, выясняет характеристики товара, запрашивает цену, говорит «я подумаю» и идет к следующему продавцу. Что наблюдает продавец? Продавец наблюдает, что к нему за товаром пришли вообще все покупатели, которые были на рынке. Не имея возможности

оценить реальный спрос, он оперирует такими вещами как потенциальный спрос. Он начинает рассматривать весь рынок как такой, который имеет спрос именно по отношению к его товару. Что делает продавец? Правильно – повышает цену.

Покупатели, в свою очередь, не приобретающие товар, но наблюдающие за рынком, видя, как продавцы один за другим поднимают цену, переосмысливают мотивацию приобретения товара и используют товар не по прямому назначению, а как инвестиционный инструмент, тем самым еще более повышая как актуальный, так и потенциальный спрос. Рынок наполняется не только покупателями-потребителями, но и покупателями-инвесторами. Продавцы же, в условиях постоянного роста цены на товар, еще больше поднимают его стоимость, так как для них расставание с товаром уже означает и расставание с инвестиционным активом, который мог бы принести в будущем еще большую прибыль. Цены на товар растут с ускорением. Спекулятивный спрос также возрастает все больше, а покупатели-потребители уходят с рынка, так как предлагаемая за товар цена становится выше чем цена товара-заменителя.

Покупатели-инвесторы, приобретя товар, рано или поздно должны его продать с прибылью, иначе смысл инвестирования теряется. С каждым оборотом спекулятивного маховика на рынке появляется все больше продавцов-инвесторов. Практически объем товара, выставленного на продажу продавцами-инвесторами растет так же, как и объем рынка в целом, но с некоторым отставанием – гистерезисом. В этой ситуации стоит только рынку, по каким-то внешним причинам, чуть-чуть перестать расти с ускоряющимися темпами, как волна продавцов-инвесторов догоняет волну покупателей и захлестывает ее. Продавцы инвесторы становятся не способны реализовать свой товар так как продавцов стало больше чем поку-

пателей. Товар теряет сначала ликвидность, потом, с отставанием, стоимость. Спекулятивный пузырь схлопывается и все процессы идут точно также, но в обратном направлении.

Таким образом часто ведет себя рынок недвижимости. Подобные пузыри характерны для рынка труда, особенно в случаях трудоустройства спортсменов, артистов или моделей – в случаях уникальности «товара». И, что интересно, точно таким же образом ведет себя и сексуальный рынок. В статье «Активная жизненная позиция» было показано, что женихам имеет смысл свататься ко всем приемлемым невестам подряд. С точки зрения невесты выходит, что к ней сватаются все. Она начинает думать, что она – звезда, любима всеми и вообще она – подарок судьбы и любить ее надо только за то, что она вот такая есть. Ее встроенная система оценки количества потенциальных женихов дает сбой и она, инстинктивно решая “задачу о разборчивой невесте”, позволяет себе отвергнуть большее число потенциальных женихов, чем стоило бы. Невеста, другими словами, начинает поднимать цену на себя. Она отказывает менее перспективным, с ее точки зрения, молодым людям. Она не принимает как должные знаки ухаживания подарки ниже определенной стоимости. Она начинает смотреть на мужчин свысока и с презрением – их много, они все одинаковые... И, когда она все-таки решает выйти замуж, оказывается, что вся армия ее ухажеров давно переженилась на более сговорчивых девушках, а сама она ничего, кроме «папика», который победил в этой гонке и который теперь ее содержит, не имеет. Если, “папик”, конечно есть, так как сам “папик” скорее выберет себе молодую модель, чем просто хорошую девушку.

«Папик» в таких случаях является типичным покупателем-инвестором, а не покупателем-потребителем. Покупатели-потребители, то есть, потенциальные мужья-семьянины, просто отказываются платить за доступ к генам этой женщины

заказанную ею цену. Богатый «папик», при этом, четко осознает, что у него на руках находится постоянно дешевеющий актив и потому покупать, то есть жениться, он не хочет и его устраивает «аренда» или, как любого инвестора, временное владение: Подарки в обмен на секс и присутствие с дамой в публичных местах. Когда придет срок – он предыдущую даму выбросит и заведет себе новую. Штамп в паспорте или наличие общих детей роли не играет. На развод или другой способ избавления от надоевшей жены денег хватит. «Папику», при этом, важно, чтобы товар, который он снова арендует, был высокой стоимости. Ценовой порог, выставленный продавцом товара, гарантирует, что товар не будет находиться одновременно в аренде еще кем-то. Слишком мало желающих платить такие деньги. Также, высокая цена на товар, переводит его в разряд роскоши, что важно для подчеркивания социального статуса теми людьми, которые стремятся его получить.

Женщина-звезда, назовем ее так, получая подарки от «папика», страдает специфическим смещением стратегии поведения. Сам прием подарков женщиной от мужчины – нормальное и природное явление. Это и стратегия поощрительного секса, и оценка возможностей потенциального супруга по снабжению семьи материальными ресурсами. Однако, процесс приема подарков, в общем случае, не является целью, а есть лишь средство для достижения истинной биологической цели – эффективного размножения.

Само восприятие мужчины как инвестора логично, целесообразно и естественно, если речь идет об инвестициях, направленных на выращивание и воспитание совместных детей. Но часто, снова-таки, из-за сдвига стратегии поведения, женщины, “автоматом”, начинают видеть в мужчинах решения своих собственных материальных проблем, но не понимают, при этом, чем именно они сами вообще могут быть полезны мужчинам. Женщины хотят замуж потому, что им

нужна квартира, машина или потому что мало денег (а еще и ребенка от предыдущего брака кормить надо), а не потому, что им хочется вместе с этим мужчиной вырастить качественное потомство. Найдут ли они для себя такое решение? Будут ли счастливы?

Точно такими же смещениями стратегии, которые снижают приспособленность (т. е. вероятность выживания и оставления жизнеспособного потомства) человека и (или) сообщества, к которому он принадлежит, являются все так называемые христианские «смертные» грехи: гордыня, алчность, зависть, гнев, похоть, обжорство и лень. В основе каждого из «грехов» лежит потребность, удовлетворение которой жизненно необходимо¹. Но чрезмерное проявление поведения, направленного на удовлетворение этой потребности, лишает это поведение приспособительного значения. Как говорил древнегреческий философ Солон, «ничто не слишком».

Обжорство и похоть. Очевидно, что питаться и размножаться должен каждый организм. Но надо есть, чтобы жить, а не жить для того, чтобы есть. То же относится и к радостям секса. Приспособленность организма снижается, если еда или секс отнимают слишком много времени и энергии.

Лень – реализация универсального принципа экономии энергии. Естественно, силы надо расходовать экономно, но если любая форма поведения преследует только эту цель, то вероятность выживания данного человека или животного резко снижается².

¹ Интересно почитать книгу Д. Жукова «Стой, кто ведет? Биология поведения человека и других зверей», из которой практически процитированы следующие абзацы.

² Между тем люди ленивы по своей природе. К такому выводу пришел израильско-американский психолог Дэниел Канеман, получивший за свои исследования Нобелевскую премию по экономике в 2002

Алчность – стремление к накоплению материальных ресурсов.

Зависть — стремление занять лидирующее положение в сообществе. Поведение, основанное на этих потребностях, без сомнения, улучшает приспособленность животного и человека, повышает его шансы на выживание и производство потомства. Но если удовлетворение этих потребностей становится доминантой поведения, то это уже не идет на пользу.

Гордыня – приоритет независимости поведения по отношению к возможности доступа к витальным ресурсам. В «грех гордыни» впадает, например, человек, который продолжает отстаивать свои взгляды, несмотря на угрозу понижения в должности, тюремного заключения или смертной казни.

Кроме “грехов”, можно увидеть явные сдвиги стратегии у родителей, не отпускающих от себя детей даже в зрелом возрасте. Можно сказать, что сдвигом стратегии является пристрастие к азартным играм. Также вреден трудоголизм и перфекционизм. Вся жизнь человека в суете и ритме мегаполиса, в погоне за деньгами и потреблением - такой же сдвиг стратегии, который приводит к вымиранию, в буквальном смысле. Все крупные города мира имеют отрицательный естественный прирост населения и рост их численности идет исключительно за счет миграции.

Все это - результат действия инстинктивных реакций, которые хорошо работают в целом по популяции в привычных для популяции условиях существования. Если инстинкты дают хороший результат в 95% случаев, а в 5% случаев они сбоят, то статистически инстинкт полезен, а 5% неправильных случаев - просто “не судьба”. Нейронные регуляционные цепи, связанные с системой вознаграждения в целом работают, но в определённых, далеких от природных, условиях, они сбоят. Вернее они не сбоят. Сбоят последствия применения этих поведенческих схем. Люди, которые проявляют сдвиги стратегий

- они как раз в режиме сбоя. Как белочка, живущая в доме вместе с лохматой собакой, будет пытаться спрятать орех в ее шерсти.

Наглядный пример того, как инстинкты могут давать сбой - так называемые муравьиные круги - — природное явление, состоящее в том, что один или небольшая группа муравьёв, на первый взгляд совершенно беспричинно, начинает бегать по замкнутому кругу, постепенно вовлекая в свой бесконечный цикл всё больше и больше других муравьев. Муравьи продолжают свой бег до тех пор, пока не падают замертво, и муравьиный круг продолжает своё вращение до полного истощения, оставляя за собой полчища погибших. Предположительное объяснение феномена — феромонный след, которым муравьи некоторых видов, добывающие пищу в группе, помечают поверхность почвы во время походов за едой, с целью быстрого и эффективного путешествия к месту нахождения пищи и переноса её обратно в муравейник. С помощью парных усиков, расположенных близко к земле, муравьи воспринимают направление и интенсивность запаха, и двигаются строго по феромонному следу. В один из моментов по тем или иным причинам в муравьином алгоритме происходит сбой, и муравей начинает ходить по замкнутому кругу, вовлекая в смертное шествие своих собратьев, наткнувшихся на бедолагу. Возможной причиной сбоя является то, что рейд за едой в отдельных случаях осуществляется чересчур долго, и к возвращению муравья домой запах феромонного следа успевает рассеяться, в результате чего на половине пути муравей сбивается с курса, несколько раз поворачивает в сторону и тут же вновь натывается на свой след. Только что выделенные феромоны пахнут сильнее всего, и муравей повторяет цикл по только что произведённой траектории. Интересно, что муравьиный круг, при взгляде сверху, очень напоминает вид мегаполиса с высоты

птичьего полета, с его кольцевыми автодорогами и людьми, мечущимися по кругу в поисках счастья.

Интересно, что смещение стратегии, наблюдаемое у женщин, оценивающих свой успех по количеству и объему подарков от мужчин не равнозначно другому смещению стратегии – проституции. Если проституция — это крайность стратегии поощрительного спаривания, то содержание это крайность стратегии приема ухаживаний от самца. При этом ни то ни другое поведение не стоит называть «греховным» или «не правильным». Так или иначе, смещения стратегий сексуального поведения в сторону от оптимального позволяют биологическому виду поддерживать собственную численность на оптимальном уровне по отношению к имеющимся в наличии ресурсам. Если человек счастлив или если у человека его поведение является вынужденно оптимальным ввиду ряда причин и обстоятельств, то никто не в праве советовать ему как себя надо вести и что делать. Человек с неоптимальной сексуальной стратегией оказывает большую услугу остальным людям тем, что освобождает место под солнцем для чужих потомков. Его не осуждать, но благодарить нужно.

При этом, любой «детке», находящейся на содержании «папика», стоит думать о том, что произойдет, когда «папик» ее разлюбит. А это, скорее всего случится. «Папику» нужны молодые и статусные самки, а «детка» так или иначе стареет и портится. Оптимальным поведением «детки» должно быть выстраивание собственного будущего. Она должна предпочитать подарки, которые обладают инвестиционной составляющей: недвижимость, металлические драгоценности, организация бизнеса, оплата обучения или трудоустройство на высокую должность в компании, не зависящей от «папика». «Детке» не нужны дорогие автомобили, особенно оформленные не на неё, ей не нужны наряды, ей не нужны драгоценные камни, которые, если что, не продашь по нормальной цене.

Бывает, что «детка» не получает «папика», а спекулятивную цену, которую она запрашивает, готов заплатить менее обеспеченный человек, который руководствуется не логикой, а страстью. Такой мужчина, согласившись на кабальный «контракт», также руководствуется смещенной стратегией: «ухаживание во что бы то ни стало», без понимания, собственно, цели ухаживания. Можно наблюдать супружеские пары, которые находятся в подобного рода отношениях. Жена считает себя подарком судьбы своему мужу и требует постоянно новых подарков, ссылаясь, при этом на опыт ее подруг, которым мужья тоже что-то дарят или, в совсем запущенных случаях, на опыт героинь статей из глянцевого журналов. Муж впрягается в ярмо и живет тем, что постоянно несет в дом подарки жене. Такой брак или распадается, или приводит к скорой смерти одного из супругов.

По сути:

- Стоит принимать во внимание вероятность переоценки себя на сексуальном рынке.
- Переоценка возможна в ситуациях, когда стороны вступают в сделки, придавая им характер «редких и уникальных».
- Чтобы оценить истинный спрос на себя, стоит посмотреть, сколько человек готовы вступить с вами в брак, а не сколько сегодня улыбнулось или продемонстрировало знаков внимания.
- Важно осознавать цель ухаживания и воспринимать само ухаживание как средство достижения этой цели. Любые сдвиги стратегии и подмена цели средством катастрофически уменьшают шансы на успешное размножение и почти всегда не приносят счастья.

- Сдвиги стратегий появляются именно в условиях, отличных от природных. Человек не приспособлен к жизни в тесной перенаселенной городской среде, так как эволюционно развивался как общественное животное с численностью племени до 200 особей¹.



¹ Dunbar, R.I.M. (1993), Coevolution of neocortical size, group size and language in humans, *Behavioral and Brain Sciences* 16 (4): 681–735.



Культура, которой мы обросли

Биология

Какой самый живучий паразит? Бактерия? Вирус? Глист? Идея. Она живуча и крайне заразна. Стоит идее завладеть мозгом, избавиться от нее уже практически невозможно.

к/ф «Начало» (“Inception”)

Как парадоксально и неприятно это не звучит, но институт брака к XXI-му веку свелся, по сути, к подписям участников под правилами развода. На сегодняшний день, юридически брак легко заменим набором гражданских договоров, устанавливающих права на собственность, которые нужно заключать после каждой важной совместной покупки. И, разумеется, брак нужен для разделения ответственности за совместных детей. Поэтому, все рассуждения, касающиеся именно брака: выхода замуж, женитьбы, уместны лишь с оглядкой на то, что партнеры планируют размножаться. Если женщина или мужчина не планируют заводить детей или готовы воспитывать детей самостоятельно, то им нет смысла связывать свою судьбу официальными брачными узами - достаточно имущественных договоров совладения.

Почему бы не воспитывать детей самостоятельно? К мужчинам этот вопрос в большинстве случаев не относится. Крайне редки случаи, когда мужчина находит для своих детей суррогатную мать, расплачивается за деторождение и воспитывает детей сам при помощи наемных работников. Также существуют варианты, когда неприлично богатый человек женится не на человеке, а на модели, предвидя заранее, при этом, скорый развод, суд и решение суда, по которому дети останутся у него. Но эти случаи также редки, а функции матери, в данном случае, заменяются наемными работниками.

Но точно такая же логика может быть применена и к женщине. Если женщина не обременена тяжелым физическим трудом, что относится сейчас к большинству женщин, то она

остается трудоспособной вплоть до самих родов, а после родов, после короткого отпуска, она может воспользоваться услугами наемных работников для того, чтобы воспитывать ребенка. Так или иначе роль второго родителя как няньки может быть заменена деньгами и правильной организацией процессов. Вопрос в том, что именно теряет ребенок в современном обществе, у которого нет обоих родителей? А если брать не только современные общества, то почему процесс воспитания детей был как правило личным делом родителей, а не каких-то коммунальных предприятий, вроде общих яслей или детских садиков, как это организовано у ряда общественных животных и как это можно обнаружить у некоторых полинезийских племен?

Для правильного ответа на этот вопрос стоит посмотреть на процесс биологического размножения как на процесс сохранения и передачи информации. Компьютерный вирус только тогда — вирус, когда он обеспечивает передачу собственной копии на другой компьютер. Он потому и становится отдельной сущностью, что способен передавать себя на другие компьютеры в то время как на предыдущих компьютерах его уничтожают. Гены живого существа — это точно такая же самокопирующаяся информация. Она потому и продолжает копироваться, что способна это сделать наиболее оптимальным способом. Генам все равно, что чувствует самец богомола, когда ему самка отгрызает голову. Генам самца выгодно, чтобы самка, уже их содержащая, получила пищу и смогла выносить потомство. Вся жизнь человека так или иначе направлена исключительно на то, чтобы дать возможность генам продолжать существовать. И самка человека точно также отгрызает самцу голову, только делает это очень медленно. Нет, гены не разумны. Просто та информация, которая не способна к размножению, исчезает. Идет процесс естественного отбора.

Точно также можно наблюдать процесс естественного отбора среди идей в человеческом обществе. Те идеи, которые «заразны», получают популярность, размножаются, тиражиру-

ются. Мы наблюдаем как возникают, разрастаются и постепенно отмирают интернет-мемы – вирусные идеи, от «Превед-Медвед» до «Ктулху»¹.

Сообщества животных грубо можно разделить на анонимные и иерархические². В анонимных сообществах, таких как муравейник или стая рыб, несмотря на видимые различия в сложности поведения, особи взаимодействуют друг с другом одинаково, используя «стандартные протоколы». Им безразлично, кто перед ними. В иерархических сообществах взаимодействие основано на личных знакомствах и репутации. Такие сообщества возможны у живых существ, обладающих развитым мозгом с хорошей памятью, способным к анализу и прогнозу. В таких сообществах выстраивается иерархия, та как сильному волку не обязательно драться со всеми самцами в стае. Ему достаточно, чтобы все остальные волки помнили, что он – самый сильный.

Люди, рожденные как иерархические животные, оказались в условиях анонимных сообществ – групп людей, не знакомых друг другу или знакомых поверхностно. Жить большими группами, чем позволяет память³, оказалось либо необ-

¹ Кстати о Ктулху. Любая религия, по сути – сложный, устойчивый к выживанию и размножению мем – вирусная идея, живущая сама по себе и размножающаяся в головах своих приверженцев. Те религии, которые не были способны к размножению или их размножение было неэффективным, не получают поддержки и отмирают. Мы о них ничего не знаем.

² На русском языке можно больше почитать в книге «Основы этологии и генетики поведения», авторы: З.А.Зорина, И.И.Полетаева, Ж.И.Резникова

³ Британский антрополог Робин Данбар заметил зависимость между уровнем развития новой коры больших полушарий головного мозга и размером стаи у приматов. На основании данных по 38 родам приматов он вывел математическую зависимость между развитием неокортекса и размером стаи, и, основываясь на оценке развития человеческого мозга, предложил оценку оптимального размера человеческого стада, ограниченного количеством постоянных социальных связей, которые человек может

ходимым, ввиду возросшей численности людей, либо удобным. В любом случае, люди, умеющие взаимодействовать в рамках иерархических сообществ, должны были научиться существовать в «анонимном» режиме. И, точно также, в результате отбора, на Земле сохранились только те сообщества, которые смогли, уже сознательно, выработать «стандартные протоколы» взаимодействия друг с другом. В отличие от рыб или креветок, такие «стандартные протоколы» не передаются по наследству, а приобретаются при воспитании. Это не инстинкт. Это то, что принято называть словом «культура». Сама по себе "культура" - не чисто человеческое достижение. Культурой обладают также некоторые другие живые существа. Но именно у человека фактор культуры и, соответственно, гены, поддерживающие в голове-биокомпьютере "модули восприимчивости и оценки культуры", стали эволюционно значимыми. Культура, как и гены, как и мемы, является точно такой же самокопирующей информацией. И, человек, которому привита та или иная, способная к размножению культура, будет, согласно этой же культуре, стремиться ее распространить на других людей и, самое главное, на свое потомство. Культура, которая не требует от носителя ее размножения, просто исчезает. Теперь понятно, что родители, являясь носителями культуры, будут стремиться передать ее своим детям. С одной стороны, культурные дети будут, при прочих равных, более успешны в культурном обществе и будут владеть важными для выживания знаниями, которые родители им передадут. С другой, исполняется программа «размножения культуры». То есть, культура, точно также, как и гены, эгоистично требует распространения себя при помощи подходящих носителей.

поддерживать. Поддержание таких связей предполагает знание отличительных черт индивида, его характера, а также социального положения, что требует значительных интеллектуальных способностей. Лежит в диапазоне от 100 до 230, чаще всего считается равным 150. Более подробно: Dunbar, R.I.M. (June 1992). "Neocortex size as a constraint on group size in primates". *Journal of Human Evolution* 22 (6): 469–493. doi:10.1016/0047-2484(92)90081-J

Однако, культура — это не есть что-то навечно застывшее и универсальное. Если бы это было застывшим и универсальным, оно бы уже передавалось по наследству. Она отличается от человека к человеку точно также как от человека к человеку отличаются и гены. Генам выгоднее половое размножение, в котором у наследника два родителя. Точно также культуре выгодно, когда у ее наследника больше одного носителя. Это предоставляет, с одной стороны, требуемую для эволюции изменчивость¹ и, с другой стороны позволяет закреплять в следующих поколениях полезные признаки и отсеивать дефектные. Это тем более важно для культуры, так как культура развивается самим ее носителем в отличие от генов, которые приобретаются от родителей и лишь изредка изменяются при передаче в следующее поколение. Носитель культуры приобретает новые знания, ритуалы, обычаи и законы, которыми он обогащает культуру, перенятую от родителей. И, если культура успешна — она жизнеспособна в следующих поколениях. Культурная информация, в отличие от генетической намного быстрее эволюционирует.

Потомство в обществе тем успешнее, чем больше «стандартных протоколов» взаимодействия оно знает. Если посмотреть на детей от брака людей разных национальностей, то можно заметить, что их дети с легкостью могут взаимодействовать с национальностями обоих родителей. И речь идет не только о языке. Это правила хорошего тона и обычаи и ценности и поведенческие особенности и даже жесты и позы. В общем случае, чем более сложной и насыщенной является культура родителей, тем качественнее их дети как товар на сексуальном рынке следующего поколения. Значит, одним из важнейших критериев выбора партнера, является его культура. Казалось бы, в таком случае на сексуальном рынке должны

¹ Изменчивость — разнообразие признаков среди представителей данного вида, а также свойство потомков приобретать отличия от родительских форм. Изменчивость вместе с наследственностью представляют собой два неразрывных свойства живых организмов, являющихся предметом изучения науки генетики[1].

были бы выстраиваться очереди за профессорами университетов. Однако, несмотря на то, что спрос на более культурных женихов заметно выше, это не совсем так.

Во-первых, культура то не всегда «хорошо». Культура — это и не хорошее и не плохое явление. Это просто то, что по каким-то причинам более успешно передается в следующие поколения. Высшая математика не передается в следующее поколение¹, а навязчивая потребность плевать через левое плечо, увидев черную кошку, передается очень легко. Кроме легкости передачи важна еще и общая полезность. Так, например, передача ценностей и мотивации к учебе и образованию, явно полезнее передачи суеверий. Потому, в семьях, в которых учеба как таковая имеет ценность, культура обучения передается из поколения в поколение. Точно также в прошлом было важно хорошо владеть оружием. Хорошее владение оружием давало важные эволюционные преимущества. И в семьях, в которых владение оружием и военная честь имели ценность, культура военной доблести также передавалась из поколения в поколение. А как только оружие стало гарантировано убивать практически всех участников войны, независимо от уровня их военной культуры, военная доблесть перестала быть культурным преимуществом. Наборы культурных ценностей так или иначе разделяют общество на слои, которые мало пересекаются. Музыканты и солдаты редко общаются друг с другом, как редко общаются друг с другом воры и строители.

Во-вторых, очередей к профессорам университетам не выстраивается потому, что человек с «низким» уровнем культуры просто не способен оценить уровень культуры намного более «высокий»². Просто нет условий для измерения. Также

¹ Легко может передаваться только подражание простому поведению. Если говорить о высшей математике, то передается может как само желание ее учить так и сама любовь к учебе вообще, но не вся высшая математика целиком.

² Невозможности оценки способствует когнитивное искажение, которое называется Эффект Даннинга — Крюгера. Согласно этому эффекту, менее компетентные люди в целом имеют более высокое мнение о

нет условий для применения «высокой культуры» в социуме, в котором «низкая» культура диктует совсем другие правила поведения. Ребенка профессора будут задира́ть и бить сверстники, если он попадет в школу в неблагополучном районе. Соответственно этот ребенок, выросший с неуверенностью в себе и привыкший к низким позициям в иерархии стаи, не сможет потом эффективно размножиться.

«Низкий» и «высокий» уровни культуры обозначены кавычками, так как нет возможности сравнивать уровни культуры у разных обществ. Есть просто разные наборы знаний, которыми владеет то или иное общество. Если в одном обществе важно качественно поддерживать беседу о сортах семян подсолнечника и уметь снимать шелуху с них, не вынимая семечки изо рта, то в другом обществе общим для всех знанием является сольфеджио. При этом, разумеется, что культура у человека "низка", если его набор знаний не дотягивает до среднего в этом обществе и "высока", если его набор знаний превышает средний уровень. "Высокий" уровень культуры можно оценить по косвенным признакам, например, по сложности и точности исполнения различного рода ритуалов - мы это называем словом "этикет", по стилю одежды, по тем ценностям, которые декларируются индивидом как важные, по отношению к событиям, по богатству речи, по багажу знаний.

Люди с категорически разным уровнем культуры менее приспособлены к размножению. Похожим образом не приспособлены к размножению животные разных видов. Их потомство, если и рождается, то часто или стерильно, или неспособно жить в дикой природе. Поэтому на сексуальном рынке его участники подбирают себе партнера со схожей культурой и, если возможно, с более развитой. Развитость культуры партнера, при этом, должна полностью оцениваться другим партнером, иначе «лишняя» надстройка окажется ненужной при

собственных способностях, чем это свойственно людям компетентным, которые к тому же склонны предполагать, что окружающие оценивают их способности так же низко, как и они сами.

размножении. Также весьма привлекательным выглядит партнер с развитой культурой, однако из другого общества. Это будет позволять ему передавать потомству свою культуру на равных с супругом.

Оперирование культурой как критерием выбора партнера требует от участников рынка совершения не транзакционных продаж, а консультационных или даже стратегических. Уровень культуры нельзя оценить с первого взгляда, и он важен исключительно в долгосрочной перспективе, когда речь пойдет о воспитании будущих детей.

Интересно, что чем выше уровень интеллекта, а следовательно, чем больше культурный багаж мужчины, тем меньше он склонен к «осеменительному» поведению и, включая сознание, думает и выстраивает собственное будущее и будущее своих детей - занимается стратегической продажей. Точно также развитая культура женщины выводит ее за пределы «транзакционного» рынка, на котором уместно лишь поощрительное спаривание, и заставляет ее заниматься стратегическими продажами себя.

Ребенок получает не только генетическую информацию, но и культуру и знания, носителями которых являются оба родителя, вернее семьи обоих родителей, если они общаются с ребенком. Ведь культура родителей - это часть общей культуры семьи, включая бабушек, дедушек с которыми зачастую общаются не меньше, чем с родителями и окружения, среды, круга общения семьи. Также ребенок перенимает и копирует модель ролевого поведения в семье, и это тоже стоит считать частями культур родителей, и они проявляются, раскрываются, демонстрируются только во взаимодействии, а не по отдельности.

И если культура, которую передают родители, отличается в лучшую сторону от той посредственной культуры, которую предоставляет окружение и государство, то ребенок получает эволюционные преимущества. Если же культура одного из родителей менее развита, по сравнению с усредненной культурой общества или с той, которую обеспечивают государственные воспитательные учреждения, то ребенок не получает эволюционные преимущества от присутствия этого роди-

теля в семье, и такой родитель может восприниматься исключительно как финансовый спонсор. При таких обстоятельствах, «спонсору», который не способен передать своим детям больше, чем второй супруг или школа, выгоднее отказаться от брака. Что происходит сплошь и рядом. А если родитель с менее развитой культурой еще и не является спонсором, то тем более он не нужен семье и у более культурного родителя также возникает естественное желание прекратить семейные отношения. При этом, пол родителей не имеет значения. Это – универсальное правило.

По сути:

- Человек существует в культурном окружении – наборе знаний и ритуалов, которые идентифицируют его как члена общества.
- Часть информации, которая попадает в наш мозг, тем или иным способом заставляет нас передать ее дальше – заразить ею мозг другого носителя.
- Родители стремятся передать культуру детям, так как культура это – самопередающаяся информация.
- Культура, как правило, дает эволюционные преимущества. Если бы она не давала их, ее носители вымирали бы, а не размножались. Например, в России существовала секта скопцов, которая, разумеется, не смогла передать свои культурные ценности в следующее поколение.
- Культуре, как и генам свойственна изменчивость. Культуре важно, чтобы у культуры наследника было два родителя, а не один.
- Единственное, что может получить ребенок в современном мире, имеющий двух родителей вместо одного – это культуру и знания, носителями которых являются оба родителя.





Миссия

Маркетинг

Всегда выбирайте самый трудный путь - на нем вы не встретите конкурентов.

Шарль де Голль

Существует один очень хороший инструмент маркетинга, который называется "матрица позиционирования". Чтобы пользоваться этим инструментом, достаточно ответить на следующие 7 вопросов, касающиеся того, что фирма делает или продает:

- Что это?
- Для кого?
- В каких случаях?
- Что дает?
- Чем уникален/отличается от других?
- Почему без этого нельзя?
- Чем можно заменить?

Ответить на эти вопросы нужно так, чтобы ни один другой конкурент не смог дать тот же самый набор ответов в таких же самых формулировках. По большому счету, ответы на эти вопросы и являются миссией компании. На сексуальном рынке ответить на такие вопросы также можно. Формулировка миссии брака может звучать так: Люди нужны друг другу для производства и совместного воспитания потомства, которое унаследует биологические и культурные конкурентные преимущества родителей, которые, в свою очередь, находясь в супружеских отношениях, создают объем выпуска совместно производимых ими потребительских благ, который превосходит арифметическую сумму выпусков, которые они могут производить порознь.

Применив эти три фильтра: биология, культура и экономика, можно отсеять из списка потенциальных кандидатов

практически все человечество или, с другой стороны, отстроиться, с конкурентной точки зрения, практически от всех людей.

Биология: оценку этого параметра производит внутренний компьютер, который связан с сознанием каналом, передающим лишь один бит информации: "да" или "нет". Автоматически отсекаются все лица неподходящего пола, не фертильные, не симпатичные, не подходящие в сексе, больные, асоциальные, старые, юные и т.п.

Культура: оценку этого параметра производит сознание, если, оно, конечно, участвует в выборе. Часто оно отключается, позволяя партнеру завладеть вниманием более глубоких слоев мозга и, сознание, придя в себя, уже получает от биокомпьютера не просто "да", а "да, это он/она единственный(ая)"¹. Сознание, если оно работает, оценивает, в фазе сближения, культурный потенциал. Культура партнеров должна быть им взаимно интересна, дополнять друг друга, иметь тенденцию к развитию и не быть кардинально далекой.

Биология+культура уже формирует уникальную оценку одного партнера другим. Эта оценка грубо звучит "красивый и умный" или "красивая и умная".

А экономику брака впервые описал экономист, лауреат Нобелевской премии 1992 года Гэрри Бэккер. По мнению Беккера, экономический подход даёт целостную схему для понимания человеческого поведения, к выработке которой издавна и безуспешно стремились многие поколения учёных. Согласно подсчётам Беккера, инвестиции в человеческий капитал приносят более высокую норму процента, чем инвестиции в ценные бумаги. В своем анализе Беккер исходил из представлений о человеческом поведении как рациональном и целесообраз-

¹ Вполне вероятно, что общества, терпимо относящиеся к алкоголю, получили эволюционные преимущества именно потому, что алкоголь, несмотря на свою токсичность, позволял людям быстрее сблизиться друг с другом. Ведь свойственная всем иерархически организованным общественным животным агрессия мешает сближению особей друг с другом.

ном, применяя такие понятия, как редкость, цена, альтернативные издержки и т. п., к самым разнообразным аспектам человеческой жизни, включая и те, которые традиционно находились в ведении других социальных дисциплин. Сформулированная им модель стала основной для всех последующих исследований в этой области.

Беккер уделял внимание понятию человеческого капитала. Человеческий капитал — это имеющийся у каждого запас знаний, навыков, мотиваций. Инвестициями в него могут быть: образование, накопление профессионального опыта, охрана здоровья, географическая мобильность, поиск информации. Практически человеческий капитал Бэккера - это и есть культура, о которой говорилось выше. И супруги, фактически, покупают друг у друга человеческий капитал, который, как и любой капитал, дает доход.

С экономической точки зрения брак позволяет разделить расходы людей на приобретение дорогостоящих товаров совместного пользования. Так же, забота неработающего члена семьи за работающим должна быть такой, чтобы работающий член семьи был более эффективен на работе - у него "прикрыты тылы". То есть, должен предоставляться такой уровень заботы и управления домашним хозяйством, который нельзя обеспечить аутсорсингом или риски аутсорсинга превышают возможный выигрыш от него. К тому же, при невозможности аутсуосинга части домашней работы, например, управление личными финансами, управление домом и обстановкой, закупки одежды, мебели, подарков и еды, исполнение социальных обязательств или именно родительская забота о детях, требует времени. И если работающий супруг за 1 час зарабатывает X денег, то, тратя свое время на домашние заботы, он эти деньги не зарабатывает вообще. Получается, что неработающий супруг, делая домашнюю работу также приносит в семью этот же самый X денег, позволяя работающему супругу работать вне семьи, не отвлекаясь на домашние заботы. Именно исходя из этой концепции считается справедливым раздел пополам имущества, которое было совместно

нажито в браке, несмотря на то, что один из супругов не зарабатывал деньги вне семьи. Второй супруг делал так, чтобы первый смог зарабатывать именно такие деньги.

Формулируя свое "это" при помощи этих трех критериев мы уже отвечаем на вопросы:

- Что это? - это уникальная комбинация биологических и поведенческих данных и культуры вместе со способностью создавать большее благо в семье, чем вне ее.
- Для кого? Для партнеров, которым я нравлюсь, со взаимно подходящим уровнем и направленностью культуры, и образом жизни, дающим экономические преимущества от совместного проживания.
- В каких случаях? Когда хочется родить воспитать здоровых детей, передав им культуру, более богатую чем моя собственная и сделать это наиболее экономически выгодным путем.
- Что дает? Биологические преимущества в следующих поколениях, эффективную передачу генов.
- Чем уникален/отличается от других? Ответ уже есть в ответе на "что это"
- Почему без этого нельзя? Без этого любая другая реализация размножения не даст столь же эффективного потомства
- Чем можно заменить? Без ущерба результату - ничем. С ущербом - разные способы есть.

Вдумчивые ответы на эти вопросы, например, с осознанием, чем моя культура отличается от культуры других людей, могут дать простой ответ на вопрос "где искать партнеров" или, скажем, "как открыть мешок с котом до покупки кота".

По сути:

- Для успешной продажи себя на сексуальном рынке следует ответить на вопросы из матрицы маркетингового позиционирования. Тогда станет понятно кто именно нужен вам и кому

именно нужны вы. На самом деле, не цвет волос или глаз важен, при выборе партнера, а качественно другие его черты.

- Постоянная поддержка и развитие своих уникальных черт не даст возможность партнеру найти еще какой-то приемлемо лучший вариант на сексуальном рынке.
- Если вы не смогли создать действительно уникальное предложение на сексуальном рынке, и вы четко видите конкурентов, то вам стоит подумать над развитием каких-то новых свойств и черт, которые делают вас, в совокупности с уже имеющимися свойствами и чертами уникальным/уникальной.
- Никто никогда не скажет: "я тебя люблю потому, что ты такая/такой же как все".





Перемен!

Экономика

*Вместо тепла - зелень стекла
Вместо огня - дым.
Из сетки календаря выхвачен день*

В.Цой

Отдельным разделом экономической теории является теория фирмы. Взгляды на то, почему фирма существует, были разными, как, впрочем, и само понимание того, что такое фирма, до тех пор, пока лауреат Нобелевской премии Рональд Коуз не написал одну малозаметную статью¹, где расставил все точки над *i*. Он заметил, что все экономисты, рассматривая взаимодействие покупателей и продавцов, не учитывали издержки самой сделки - расходы, которые несут стороны сделки и которые не заложены в стоимость товара. Это и очевидные расходы, например, транспортные или телекоммуникационные и явные расходы, например, расходы на поиск второй стороны по сделке и не явные, например, расходы на обслуживание рисков сделки. Когда мы покупаем молоко в супермаркете мы сталкиваемся со всеми подобными расходами: Мы тратим время и деньги на поход в супермаркет. Поэтому мы готовы ехать в пригородный супермаркет только, если там товары дешевле. Мы тратим время и, соответственно, деньги, на выбор молока на полке. Мы до того потратили время и деньги на нашу проинформированность или иллюзию проинформированности о вкусе и качестве молока разных производителей. Мы, в итоге, закладываемся на риск возврата или порчи молока или его упаковки. Например, мы неохотно покупаем молоко в подушках, так как они могут лопнуть или порваться.

¹ Coase, Ronald. The Nature of the Firm // *Economica*, Vol. 4, No. 16, November 1937 pp. 386-405

Также, более высокая цена суперпастеризованного молока нам кажется приемлемой потому, что меньше вероятность того, что мы домой принесем простоквашу.

Поэтому, людям выгодно объединяться в фирму лишь потому, что они, будучи представленными набором независимых друг от друга исполнителей, будут расходовать слишком много на издержки, связанные со сделками или, как говорят экономисты, на транзакционные издержки. Дешевле поручить распределение ресурсов и координацию передачи результатов труда друг другу не ценовому (рыночному) механизму с его транзакционными издержками, а административному механизму с прямым вмешательством некоего управленца в процесс. Таким образом можно определить и максимальный размер фирмы. Фирма будет разрастаться до тех пор, пока внутренние административные транзакционные издержки не станут дороже издержек, по получению того или иного товара или услуг на свободном рынке. Получается, что с удешевлением рыночных транзакционных издержек, крупные фирмы должны либо переходить на систему внутренних контрактов, либо заказывать все возможные сервисы или услуги на рынке, либо исчезать

В настоящее время во всем мире как раз и идет процесс удешевления транзакционных издержек. Связано это, в первую очередь, с развитием информационных технологий. Людям не нужно видеться лично, чтобы завершать сделку или оказывать друг другу услуги. Людям нужно кардинально меньше средств и времени для быстрой и четкой коммуникации. Люди меньше рискуют, вступая в сделку, так как информационная прозрачность позволяет лучше работать репутационным факторам¹. И что мы видим? Крупные компании преоб-

¹ Человек инстинктивно ведет себя моральнее», когда за ним наблюдают. Люди меняют свое поведение даже под действием нарисованных глаз и становятся резко «аморальными», будучи уверенными в соб-

разовываются в холдинги, а в мире все более модным подходом является аутсорсинг - заказ, казалось бы, внутренних услуг у внешних подрядчиков. Бухгалтера, юристы, кадровики, системные администраторы, транспортники, уборщики офисов и т.п. - практически все можно заказать на стороне. Существуют уже даже "безпроизводственные" компании, которые занимаются только разработкой новых продуктов и размещают заказы на свободном рынке у компаний, занятых исключительно производством.

Точно также у семьи есть экономически рациональное обоснование. Участникам семьи дешевле, с транзакционной точки зрения, связать себя неконтрактными, административными узами, чем закупать предоставляемые друг другу услуги на свободном рынке. Хотя прогресс и тут подрывает основы традиционного брака. Теперь намного легче найти людей, проверить их репутацию, договориться о встрече, заключить и сопровождать сами сделки, которые заменят взаимодействия супруга или супругу. Вполне успешным может быть какой-нибудь интернет-проект, в котором закрытое, но большое сообщество мужчин и женщин, основываясь на репутационных оценках предыдущих заказчиков, будет подбирать себе исполнителей тех или иных задач, которые до сих пор считались чисто семейными обязанностями. Особенно хорошо может выйти, если поиск поставщиков и заказчиков будет осуществляться при помощи решения задачи о подборе пар¹. На самом деле, зачем постоянная жена моряку или постоянный муж

ственной анонимности. Эксперименты, проведенные японскими психологами, показали, что этот эффект (по крайней мере в некоторых ситуациях) связан не со страхом наказания, а с надеждой на «награду», то есть на улучшение своей репутации. Ryo Oda, Yuki Niwa, Atsushi Honma, Kai Hiraishi. An eye-like painting enhances the expectation of a good reputation // *Evolution and Human Behavior*. 2011. См. также: Kevin J. Haley, Daniel M. T. Fessler. Nobody's watching? Subtle cues affect generosity in an anonymous economic game // *Evolution and Human Behavior*. 2005. V. 26. P. 245–256.

¹ Обсуждалось в статье «Активная жизненная позиция» ранее.

вечно занятой и пропадающей в командировках бизнес-леди? Самое интересное, что в таких временных, но вполне серьезных отношениях отсутствуют специфические риски приобретения, связанные с оценкой себя в свете приобретения и с оценкой окружающими самого приобретения. Например, когда люди покупают автомобиль, они покупают не только средство передвижения, но и оценку и позиционирование в обществе себя на, казалось бы, очень длительный период. Несмотря на то, что в среднем машиной пользуются не более пяти лет, людям небезразлично, что это за машина, какой фирмы, как она выглядит снаружи – как будто они могут видеть эту машину, пока они за рулем. Но, когда нужно взять машину напрокат, чтобы покататься неделю по туристическим достопримечательностям, то большинство людей руководствуются, в первую очередь, ценой. Хотя, если бы действительно имело значение какая именно машина окружает ее водителя, люди были бы более склонны баловать себя изысканными произведениями автопрома именно в условиях проката, когда покупать это все не нужно, а покататься можно. Так люди с готовностью платят за изысканные блюда и напитки в ресторане, но не готовы готовить тоже самое дома.

Но в этой фантастической иллюстрации "брака на прокат", можно наблюдать отсутствие еще одного типа транзакционных издержек - издержек выхода из сделки. Это специфические издержки, которые как правило не учитываются лицами, принимающими решение о сделке, но которые, автоматически повышают ее стоимость до неприемлемо высокого уровня. Например, фирма, которая пользуется услугами штатного бухгалтера, получает в его лице монопольного провайдера бухгалтерских услуг и явно или неявно платит больше, чем платила бы за его услуги на конкурентном рынке, то есть закупаая бухгалтерские услуги у какой-либо бухгалтерской фирмы.

Монополизм штатного бухгалтера проявляется и в его оппортунизме – он делает работу как удобнее ему, а не как выгоднее фирме и в скорости исполнения работ – он может рабо-

тать медленнее, так как не боится конкурентов и в самой постановке дела, когда компания начинает работать на бухгалтерию, а не бухгалтерия на компанию. И, несмотря на то, что гонорар внешнего бухгалтера бывает иногда выше, чем зарплата штатного, фирма несет большие как явные, так и косвенные расходы на обслуживание штатной бухгалтерии. И выходит, что единственное, что останавливает штатного бухгалтера от понижения качества работы и объемов выработки, это постоянная угроза его замены на внешнего бухгалтера. Но сама замена также стоит денег и времени – это и полный набор транзакционных издержек по заключению и поддержанию контракта с внешним поставщиком, и издержки, связанные с реорганизацией процессов и документооборота в самой фирме так, чтобы адаптировать их к внешней, а не внутренней бухгалтерии, и выплата увольнительных штатному бухгалтеру, и неприятная беседа об увольнении, и т.п. От смены штатного бухгалтера на нештатного предпринимателя удерживают издержки выхода из сделки со штатным бухгалтером. И "уровень наглости" штатного бухгалтера возрастает еще выше. В крупных и коррумпированных, или, наоборот, заорганизованных, ввиду специфики бизнеса или законодательства, структурах бухгалтер часто является либо частью нелегальных бизнес-схем, либо носителем уникальных знаний, что повышает стоимость его увольнения. В таких условиях бухгалтер начинает диктовать фирме как ей нужно работать, и фирма теряет рыночную эффективность.

В отношениях между мужчиной и женщиной транзакционные издержки выхода также имеют место. Любой процесс развода супругов - дорогостоящее как для кошелька, так и для здоровья занятие и решение о разводе это, скорее, инвестиционная задача, чем эмоциональная. Любая инвестиция должна приносить ожидаемый доход, как минимум, больший, чем банковский депозит, при сравнимых рисках. Если риски возрастают, то и ожидаемый доход должен быть больше. Ожидаемый доход от разрыва заключается в замене монополиста на рыночного провайдера, что должно приводить к удешевлению стоимости поставок "супружеских" услуг. А если закупка услуг на

рынке выходит дороже внутренних поставок, то о разрыве речь не пойдет. То есть, разрыв или нахождение еще одного провайдера аутсорсинговых услуг становится рациональным для одного из супругов, если ожидаемый доход от развода или привлечения нового провайдера будет приносить больше денег, чем ожидаемый рентный доход от депозита, равного по сумме стоимости развода или равного косвенным издержкам риска развода возможного при обнаружении второго провайдера одним из супругов. Разумом трудно оценить все эти факторы и перевести в стоимостные эквиваленты. Для этого в голове у каждого из нас есть свой собственный компьютер. Но этот компьютер часто ошибается и люди продолжают совсем не обосновано терпеть опостылевшие отношения, ценя то хорошее, что было в прошлом, что является еще одной проблемой, но на этот раз чисто когнитивной, но все же, имеющей отношение к экономике.

Эта проблема называется эффектом влипания. Она заключается в том, что человеческий мозг не способен сделать правильный выбор в условиях, когда уже затрачены определенные ресурсы. Людям не нравится понимать, что какие-то силы и средства были потрачены зря, и они готовы завершить работу во чтобы то ни стало, даже если это уже не рационально. Неспособность мозга принимать решения, которые ему не нравятся, приводит к казусам с явными экономическими последствиями¹. Молодой человек выигрывает в лотерее бесплатный билет на футбольный матч любимой команды. Он не хочет идти на этот матч в одиночестве и уговаривает друга приобрести аналогичный билет. Когда они уже собираются отправиться на стадион, разражается ужасная гроза. Победитель лотереи выглядывает из окна и говорит: «В такую погоду меня может просто смыть с трибуны. К черту этот матч. Лучше останемся дома». А может быть, он говорит (особенно если имеет экономическое образование): «Издержки, которые

¹ Николай Рудык в своей статье «Экономический эффект влипания» очень хорошо описал этот феномен

я понесу в результате грозы, значительно превышают ожидаемое мною наслаждение от матча. К черту этот матч. Лучше останемся дома». Как бы там ни было, победитель лотереи отказывается от полученного приза. Но что же его друг? Да он просто в ярости! Он требует немедленно отправиться на матч: «Я не хочу терять 100 гривен, которые заплатил за билет». С точки зрения рационального экономического поведения, друг ведет себя несколько странно. Ведь если издержки посещения матча превышают его выгоды, то в его интересах было бы воздержаться от посещения события. Но с точки зрения самого друга, он крупно влип, уплатив 100 гривен.

Примеры издержек влипания встречаются в огромном количестве в различных областях. Допустим, история с советским БАМом. Уже через несколько лет после начала строительства БАМа оказалось, что его было выгодней немедленно ликвидировать, нежели продолжать. Тем не менее, строительство не остановили, хоть и не завершили полностью по сей день. Подобная история случилась с корпорацией Boeing, которая, проиграв тендер по поставкам министерству обороны США истребителей по программе JSF, все-таки достроила свой прототип X-32В. И это несмотря на то, что конкурирующий X-35 компании Lockheed Martin был лучше по целому ряду параметров. После Boeing описала свои, уже ненужные расходы как «стратегическую инвестицию».

В 1879 году в Париже под председательством руководителя постройки Суэцкого канала Фердинанда Лессепса была создана «Всеобщая компания межokeанского канала», акции которой приобрело более 800 тыс. человек. Компания выкупила у инженера Уайза за 10 млн. франков концессию на постройку Панамского канала, полученную им у правительства Колумбии в 1878 году. Международный конгресс, созванный перед формированием компании Панамского канала, высказался за канал на уровне моря; стоимость работ оценивалась в 658 млн. франков, а предполагаемый объем земляных работ составлял 157 млн. куб. ярдов. В 1887 году, чтобы сократить объем работ, пришлось отказаться от идеи бесшлюзового ка-

нала: средства компании (1,5 млрд. франков) были растрачены главным образом на подкуп газет и членов парламента; лишь треть была израсходована на проведение работ. В результате 14 декабря 1888 года компания прекратила платежи и вскоре работы были остановлены. К 1888 году на строительство канала было истрачено 300 млн. долларов (почти в 2 раза больше, чем предполагалось), а выполнена была только треть работ. Причиной стал и неправильный проект (Фердинанд Лессепс настоял на том, чтобы канал был прорыт на уровне моря), и низкое качество организации работ, и недооценка его стоимости, а также невозможность справиться с болезнями — малярией и жёлтой лихорадкой, — косившими работников. Есть сведения, что из-за отсутствия противоэпидемических мероприятий погибли, по меньшей мере, 20 тыс. человек. Стройка приобрела дурную славу, в газетах того времени писали, что некоторые группы рабочих привозили с собой из Франции собственные гробы. В 1889 году компанию решено было распустить, и вокруг её деятельности возник знаменитый скандал во Франции в 1892—1893 годах. Дело передано было в суд.

Только в 1904 году к сооружению канала снова приступило военное министерство США. Главным инженером канала стал Джон Фрэнк Стивенс. На этот раз был выбран правильный проект: шлюзы и озера. На строительство потребовалось 10 лет, \$400 млн. и 70 тыс. рабочих, из которых, по американским данным, около 5600 человек погибло.

Однако еще в 1877 году были начаты научные исследования Дариенского и Панамского перешейков, результатами которых стали проекты, предлагавшие провести канал через озеро Никарагуа. Хотя перешеек Никарагуанского канала гораздо шире, чем Панамский, на нём совсем нет крутых гор и, кроме того, здесь можно воспользоваться большим озером и судоходными реками. Несмотря на то, что Панамский канал имеет длину всего 65,2 км (по суше), а Никарагуанский канал в 4 раза его длиннее, последний в ценах того времени стоил бы в 4 раза дешевле, чем цена завершения Панамского канала. Прорывать его пришлось бы всего на длине 45 км, а вынутые

материалы могли бы идти на постройку плотин и гигантских запруд. Однако в 1904 году никто и не мог представить себе, что «закопанные в землю» 300 млн. долларов и 20 тыс. человек нужно просто «выбросить» и начать строить новый канал в другом месте. Компании Никарагуанского канала так и не удалось собрать весь необходимый для постройки канала капитал в 100 млн. долларов или убедить правительство Соединенных Штатов взять его постройку в свои руки.

Множество плохих фильмов оказывается просмотренным до конца только из-за того, что человек, осознавший, насколько плох фильм, оказывается под воздействием нескольких потраченных минут и денег. Эти минуты и деньги и заставляют его дожидаться конца ленты, надеясь, что он будет лучше начала. Многие военные конфликты продолжаются лишь из-за того, что одна из сторон не хочет идти на переговоры и требует продолжения боевых действий вплоть до полной победы. Необходимость полной победы объясняется тем, что ради нее уже принесено слишком много жертв. Любопытная логика.

Эффект влипания на сексуальном рынке не просто частое явление, а вообще - руководство к действию. Как часто можно услышать от девушки нечто вроде "Я слишком долго встречаюсь с этим парнем, чтобы не выйти за него замуж". Точно также традиции громких и расточительных церемоний бракосочетания нацелены на то, чтобы супруги ценили свой брак. При этом, никто не включает мозг и не понимает, что прошлое не имеет никакого отношения к будущему. Принципиально нельзя любыми действиями или решениями в настоящем вернуть, отменить или переиграть то, что уже произошло. Эффект влипания заставляет миллионы мужчин соглашаться на продолжения отношения с женщиной лишь потому, что им жалко тех денег, которые они потратили на подарки и развлечения для них. Точно также эффект влипания заставляет миллионы женщин продолжать отношения с мужчиной, ведь они уже потратили на него "лучшие годы своей жизни". Но, на са-

мом деле, разум нам дан для того, чтобы мы могли иметь способность принимать даже те правильные решения, которые нам не нравятся.

Эффекту влипания также очень помогает машина обеспечения счастья, сидящая в головах у людей. Люди продолжают убеждать сами себя в ценности отношений, рассказывая себе, что "живут ради детей". Но логично ли это? Машина обеспечения счастья очень мешает женщинам правильно оценить мужчину, который находится рядом с ними. Ведь женщины, в отличие от мужчин, не способны родить сотню тысяч детей за свою жизнь и их фертильность в современных условиях ограничивается 1-3 детьми. В такой ситуации женщина просто должна быть уверена, что ее избранник - самый лучший мужчина на Земле. И выходит, что женщина любит мужчину автоматически лишь потому, что если она не будет считать его самым лучшим, то это сделает женщину предельно несчастной и не самореализовавшейся. Часто от женщин можно слышать такое про своего мужа: "Я посмотрела на своих подруг, ведь мой же не хуже других". Что это как не самоубеждение?

Люди ценят брак и постоянные отношения как источник стабильности. Но не является ли стабильность мнимой, если человек перестает быть хозяином своей судьбы и вверяет ее другому человеку? Жизнь динамична и единственно, что в ней постоянно это перемены. Нельзя устоять на велосипеде, не крутя педали. Стабильность – в движении. Покой это – смерть. Парадокс в том, что в стремлении к стабильности люди только усугубляют проблемы, которые у них существуют. А, на самом деле, нужно всего лишь, отпустить поводок. Заповедники и национальные парки выгорают до тла от лесных пожаров лишь потому, что лесники усердно с пожарами борются. Борьба с возгораниями приводит к тому, что в лесу накапливается валежник, который, в отсутствие борьбы с пожарами, благополучно сгорал бы в легком низовом пожаре, который не захватывает стволы и кроны деревьев. А когда лесники не дают распространяться даже небольшим пожарам, тысячи тон сухого топлива, накопившись под пологом леса, просто ждут

подходящего случая, чтобы прокормить всепоглощающее пламя верхового, самого страшного лесного пожара, сжигающего все живое и оставляющего за собой выжженную пустыню. И кто знает, может именно библейские заповеди "не убей", "не укради" являются главными провокаторами всех войн?

По сути:

- Люди вступают в брак для уменьшения транзакционных издержек, однако они не всегда учитывают издержки выхода из сделки, так как под воздействием эмоций не видят причин для прекращения этой сделки. Издержки выхода надо учитывать до того, как пришла любовь.
- Мы подвержены «эффекту влипания». Мы не готовы потерять нечто, приобретение чего нам стоило сил и средств, даже если это нечто не приносит нам никакой пользы или даже вредит.
- Громкая и пышная свадьба - скорее источник проблем, а не средство стабилизации брака.
- Супруги часто выступают в роли монополиста по отношению друг к другу. Секрет гармоничных отношений в отказе от монополии и поддержке себя постоянно в конкурентоспособном состоянии, как будто издержек выхода не существует.
- Стабильность – в движении. Не стоит бояться перемен. Нужно жить ими.





Карго культ

Психология

*Если твое желание не исполнилось,
оно еще не оплачено*

Притча о "Магазине желаний"

Когда Соединенные Штаты Америки воевали с Японией в Тихом океане, они использовали как военные базы тихоокеанские острова, населенные туземцами, которые вообще не имели представления о цивилизации. Американцы десантировали на острова огромное количество грузов, которые производились промышленностью: консервы, палатки, радио, оружие и другие полезные вещи, неведомые до сих пор островитянам. Но в конце войны воздушные базы были заброшены и карго (груз) больше не опускался с неба.

Тогда островитяне Меланезии, чтобы получить с неба еще карго, стали делать то, что делали солдаты армии США¹. Они «вели переговоры» через наушники, сделанные из дерева, они строили взлетные полосы и диспетчерские вышки, они даже устраивали военные марши и строили самолеты из соломы, чтобы призвать карго. Наиболее развитые учения толковали реальность таким образом, что при сотворении мира бе-

¹ Rice, Edward John *From He Come : Cargo Cults & Cargo Messiahs in the South Pacific*. — Garden City: Dorrance & Co, 1974. — ISBN 0-385-00523-7

лым людям досталось непропорционально много карго и должен спуститься на землю «Джон Фрум¹» и раздать островитянам полагающееся им чудесное карго.

Наивные островитяне, не знающие ничего о промышленном производстве, стали воспринимать видимое следствие как причину. Они думали, что нужно «говорить в наушники» и размахивать руками на «взлетной полосе», чтобы приземлились самолеты, хотя, на самом деле, сначала самолет имел потребность в посадке и потому с ним начинали вести переговоры и потому ему показывали руками как заходить на посадку. Они, со своей, эгоцентричной точки зрения, решили, что карго должно принадлежать им, раз оно прибывало на их острова, но на самом деле, карго прибывало на их острова по совсем другим причинам.

Мы смеемся над глупыми островитянами, но, при этом, сами живем в культе карго. На модифицированном культе карго основано практически все учение НЛП. У adeптов НЛП считается, что если повторять жестикуляцию и позу за собеседником, то тогда появится взаимопонимание и «раппорт». Хотя, на самом деле, все наоборот. От того, что выстраивается «раппорт», собеседники начинают невольно копировать позы и жесты. Вся суть НЛП сводится к советам типа «чтобы попасть в Австралию, надо подольше постоять вверх ногами. Ведь, в Австралии люди ходят вниз головой»

Многие люди искренне верят, что залог успеха и богатства – дорогой автомобиль. И тратят последние деньги на то, чтобы выглядеть, но лишь выглядеть, богатым и успешным.

¹ Есть предположения, что имя «Джон Фрум» является искажением выражения «John from (America)» (в переводе с английского языка — «Джон из (Америки)»)

Да, дорогой представительский автомобиль, как и дорогой костюм, дорогие часы и дорогой галстук, нужны при ведении деловых (не политических) переговоров – они работают как очень важный инструмент манипуляции и, таким образом, оправдывают затраты, понесенные на их приобретение. Но, для того чтобы понадобился дорогой автомобиль, нужно сначала стать настолько богатым и вести такие дела и заключать такие сделки, на которых цена авто – 1% от цены сделки. Но не наоборот «Куплю как я Порш Кайен и мне пойдут деньги». Вокруг нас полно таких примеров, когда люди покупают дорогие телефоны, часы, туфли - только потому, что они ассоциируют сами товары с успехом. Хотя все наоборот, это успех позволяет иметь эти товары как экономически оправданный актив. Такие примеры есть даже в бизнесе. Можно было наблюдать совсем недавно, как некоторые сельхозпредприятия залезали в кредиты и закупали дорогие комбайны лишь потому, что такие комбайны были у успешных агрохолдингов. Видимо, думали они, руководители тех холдингов знают толк в технике, и хорошая техника обеспечила им успех. Хотя все было наоборот - сначала были заработаны деньги, на которые можно было купить дорогие комбайны, которые стали оправданной инвестицией потому, что посевные площади стали больше, а поля уже стали подготовленными к широкой сеялке и, соответственно, к широкой жатке.

Часто девушки, выбирая себе жениха думают тоже как меланезийские туземцы. Они смотрят на успешные супружеские пары и думают, что залог их личного счастья в том, чтобы найти успешного мужчину и выйти за него замуж, чтобы быть за ним как за каменной стеной. Их позывы совершенно оправданы – им детей надо как-то воспитать, а успешный супруг, готовый оплатить семейные расходы – как раз то самое, что нужно. Однако, в таком случае, женщина нужна успешному и

состоявшемуся мужчине не более чем как постельное животное с функцией кухарки и уборщицы. Именно постельным животным, «кошечкой», часто представляют себя искательницы теплого местечка под мышкой у богатого, а заодно и доброго, умного, великодушного мужчины. Но "постельное животное" – это не тот актив, который стоит приобретать трезвомыслящему инвестору. Сексапильность и, товарная ценность, с возрастом уходит. А ничего нового, например, мудрости или верной дружбы взамен не появляется для парирования обесценивания.

Но такой ход мыслей "кошечек", на самом деле, ни что иное, как культ карго. Ведь в успешных и счастливых семьях все как раз наоборот. В успехе одного из членов супружеской пары всегда 50% заслуга второго члена, который делал все, чтобы тот успех состоялся. Кто как не жена даст мужчине правильный и мудрый совет по поводу социального взаимодействия или политических решений? Кто будет следить за его внешним видом, его здоровьем, его культурой? Кто будет ставить цели и контролировать их достижения? Правильная супруга и правильный супруг – оба лидеры. Оба те, кто умеет мотивировать, кто умеет создать и поддержать нужный настрой и нужный климат в семье. То, что половина успеха одного из супругов по праву принадлежит другому супругу отражено и в законодательстве – каждый из супругов может рассчитывать ровно на 50% совместно нажитого имущества. Соответственно, с коммерческой точки зрения, мужчина будет выбирать себе в жены ту женщину, которая сможет составить те самые 50%. Иначе смысла нет в браке.

Хорошо варить борщ и делать минет не достаточно, чтобы рассчитывать на счастливый брак с успешным женщиной. Нужно уметь и хотеть таких мужчин создавать. Нужно уметь выбрать в молодости перспективного лейтенанта и вло-

жить в него себя, а не охотиться за состоявшимися полковниками. Полковник, проживший жизнь, очень хорошо понимает, что бесплатного секса и борща в браке не бывает и что он будет платить за секс и борщ не по конкурентным тарифам, а по монопольным.

Также часто люди ищут в браке некую волшебную «стабильность». Вот если человек стабилен, то на него можно облокотиться и получить стабильность для себя. Но стационарная стабильность — это миф и волшебная сказка из той же серии, что и сказка о карго. В постоянно меняющемся мире стабильность достигается за счет постоянного движения. Если взять в руки курицу и начать двигать ее тушку из стороны в сторону, то мы увидим, что ее голова будет все время как бы на оном месте. Слаженная работа шейной мускулатуры курицы компенсирует перемещения тела и держит ее голову на одном месте. Со стороны кажется, что голова — стабильна. Но, на самом деле эта стабильность обеспечивается постоянной работой мускулатуры и нервной системы.

Нельзя устоять на велосипеде, не крутя педали. Нельзя получить стабильность, облокотившись на человека, едущего на велосипеде. И сама упадешь и человека уронишь. Нельзя рассчитывать на ту же скорость движения к цели, если сесть на багажник велосипеда и свесить ноги, или, даже начать вставлять ноги в спицы заднего колеса или держаться за шею водителя так, что он задохнется. Рассчитывать на что-то можно лишь тогда, когда едешь на tandeme, велосипеде, на котором педали крутят оба. И тогда к успеху приедешь наверняка раньше тех, у которых педали крутит кто-то один. И тогда точно не упадешь.

В притче о "магазине желаний", фраза из которой вынесена в эпиграф, было показано, что исполнение желаний стоит денег. Например, любимая работа стоила отказа от стабильно-

сти и предсказуемости, готовности самостоятельно планировать и структурировать свою жизнь, веры в собственные силы и разрешения себе работать там, где нравится, а не там, где надо. Замужество в этом магазине можно было получить практически даром, а вот счастливая жизнь стоила дорого: персональная ответственность за собственное счастье, умение получать удовольствие от жизни, знание своих желаний, отказ от стремления соответствовать окружающим, умение ценить, то, что есть, разрешение себе быть счастливым, осознание собственной ценности и значимости, отказ от бонусов «жертвы», риск потерять некоторых друзей и знакомых.

Однако, приверженность культу карго свойственна не только «блондинкам», но и мужчинам. Аналогично, думая, что успех мужчин у женщин определяется уровнем достатка и способностью мужчины содержать женщину, они, пытаясь завоевать сердце девушки, начинают ее содержать. Оплачивать аренду ее жилья, беря ее с собой в отпуск, оказывая прочее финансовое содействие, при этом, однако, стараясь не расходовать деньги на подарки и капризы девушки, как бы разумно считая это не главным. Что интересно, такие отношения могут вообще не сопровождаться сексом, и мужчина будет держать на финансовой игле девушку, рассчитывая в будущем завоевать ее сердце.

Но девушка, на самом деле не хочет этого мужчину. Если бы она его хотела, она бы с ним переспала уже на третьем свидании. Мало того, что она не хочет его, она его еще, вероятно, просто ненавидит именно за то, что он позволяет себе, фактически, держать ее в своем плену. Ведь, поссорившись с таким мужчиной, девушка лишится жилья, а это совсем не входит в ее планы. И она, переступая через себя, соглашается пожить еще один месяц. При этом, девушка понимает, что если она «даст» ему, то это будет пошло и выглядеть не лучше, чем банальная проституция. И от этого она ему тем более не дает.

Но, на самом деле все наоборот. Сначала люди нравятся друг другу, а уже потом они вступают в какие-либо совместные финансовые предприятия. А с точки зрения инстинктов, важно количество фактов ухаживания, а не их качество¹.

Оплата квартиры для инстинктов самки, оценивающей самца, выглядит менее важным и менее ярким событием, чем цветы каждый день². И, повторяя, ритуально, действия обеспеченных самцов, не внося в них простого ухаживания, такие мужчины никогда не добьются своей цели – сердца женщины, которой они помогают материально. Что интересно, не ухаживающие, но финансирующие мужчины, попадают, к тому же, в ловушку эффекта влипания. И, если они вырвутся из действия этого эффекта, то только с чувством ненависти к человеку, от которого они ничего не добились, но, на самом деле, который им ничего не обещал. Выходит, что вместо ожидаемой любви, следование культу карго приводит к ненависти.

По сути:

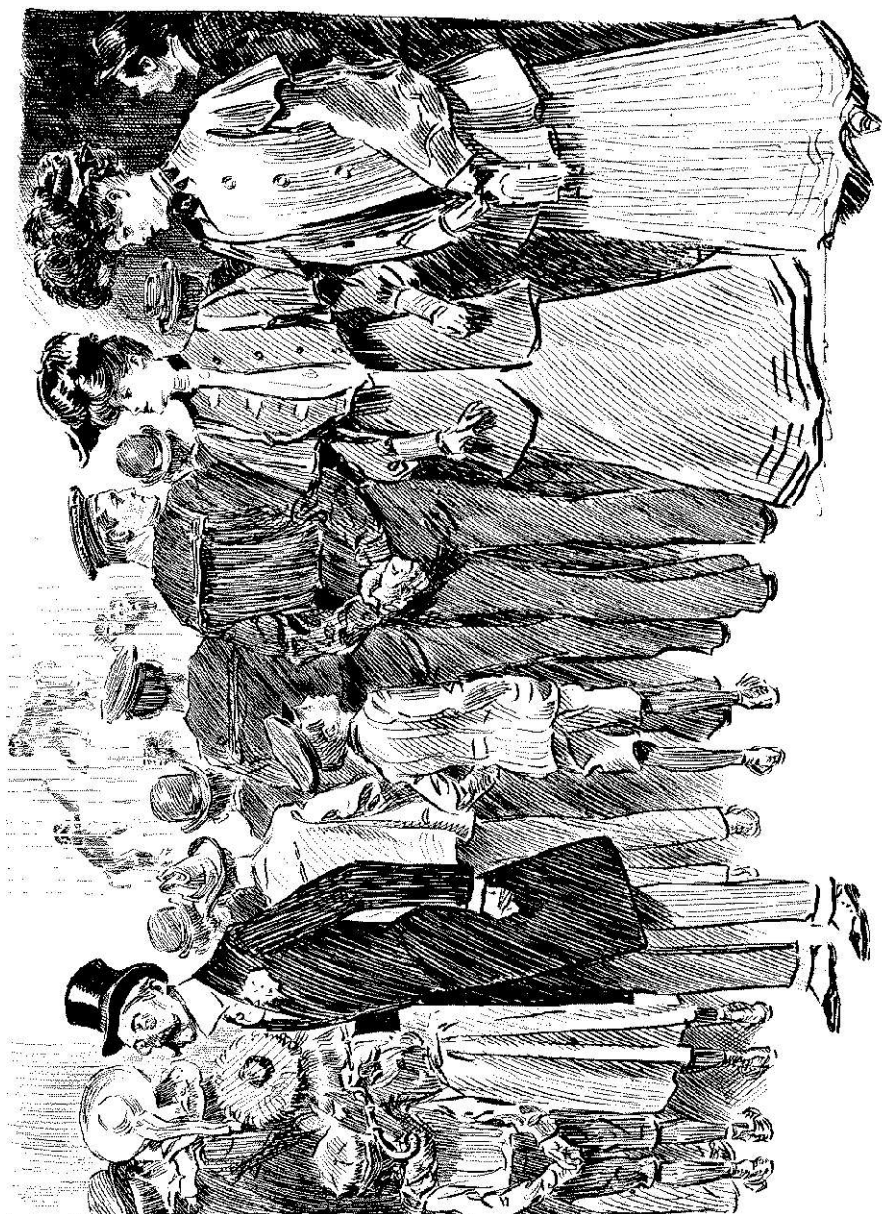
- Не стоит путать причины и следствия. Да, «штамп в паспорте» есть у каждой счастливой

¹ Николо Макиавелли в книге «Государь» советовал правителям делать хорошие вещи часто и по чуть-чуть, а плохие, сразу много и одновременно. Так устроена наша память мы помним факты, а не их наполнение. Мы, в качестве аргументов часто ставим именно количество, а не качество "сколько раз ты был за границей", "как часто у тебя секс", "сколько у вас было в жизни ДТП", "как часто тебе любимый дарит подарки"? Также идет дрессировка животных. Им дают маленький кусочек еды. Но это - факт получения еды, и не имеет значения, что энергии собачка тратит больше. Мозг хорошо помнит только те события, которые связаны с эмоциями. Мозг помнит эмоцию "радость". И радость она – радость, независимо от того, приятный ли это сюрприз или давно выпрошенная машина.

² Даже если речь идет только о цветах. Не все мужчины осознают, а тем более, далеко не все способны понять, что для женщины намного приятнее получить 15 раз по одному цветку чем один раз букет из 15 роз.

семьи, но это не значит, что именно этот штамп обеспечивает их счастье.

- Для построения успешной семьи недостаточно имитировать активность, которая приводит к счастливому браку. Нужно именно строить отношения.
- Стабильность не означает расслабленность.



*Поганые грибы первыми вы-
растают*

Корейская пословица

Основной вопрос, который возникает в продажах на любом рынке, в том числе и сексуальном — где найти клиента. При этом, книжные магазины полны пособий с рекомендациями эффективной охоты на представителей противоположного пола, как будто это какие-то жертвы. Профессиональные продавцы давно осознали, что поиск клиента не должен ассоциироваться с охотой. Охота лишь вызовет агрессию. Для понимания как процесса, так и ожидаемого результата, процесс приобретения клиентов стоит сравнивать с «тихой охотой», со сбором грибов.

Грибы — это нечто совершенно особенное: и не растения, и не животные. Чтобы собирать их, нужно знать, какие места грибные, а какие нет. Конечно, можно просто следовать приметам, но куда полезнее будет подумать, что нужно грибам для роста и размножения. Грибы, в отличие от растений, не способны существовать самостоятельно. Они, как и животные, питаются остатками других организмов. Люди часто думают, что грибам нужен свет, тепло и влага. Действительно, грибы часто растут именно там, где этого добра хватает. Но только потому, что именно в таких местах есть достаточно еды для грибов, которым самим по себе свет не очень-то и нужен. С поиском клиентов дело обстоит точно так же. Очень неэффективно гулять по лесу, то есть по рынку, и выискивать клиентов. Куда лучше просто знать «грибные» места, где клиентов предостаточно, — бери любого и общайся!

Так или иначе, существуют места, где представителей противоположного пола абсолютное большинство. Парней больше в турпоходе. Девушек в институте иностранных языков. Хотите быстро выйти замуж? Увлекайтесь охотой, а не дискотеками. Хотите привлечь к себе внимание девушек? Проводите вечера в библиотеке филологического факультета, а не в баре. Вам нужна зрелая женщина, которая не будет вас обременять попытками женить на себе? Посещайте родительские собрания в школе. Вам нужен полковник? Устройтесь работать в военную часть.

Но перед тем, как ринуться на поиски грибов, люди, как правило, заранее формируют понимание некоторых вещей. Какие грибы съедобны, а какие нет. Стоит ли рассчитывать на корзинку опят или еще продолжается время поддубников. Как выглядит белый гриб и что такое мухомор. Да-да, такой красивый, яркий, обращающий на себя внимание гриб. Гриб? Да. Но, увы, несъедобный. Так же обстоит дело и с поиском партнеров на сексуальном рынке: перед тем как идти искать их, надо точно знать, как они выглядят. И нужно понимать, что среди людей также, как и среди грибов встречаются красивые, яркие, привлекающие к себе внимание, но ядовитые мухоморы.

Грибников в зависимости от их опыта можно разделить на несколько категорий:

- тех, кто собирает всё подряд;
- тех, кто собирает только немногочисленные знакомые им съедобные грибы;
- тех, кто не собирает ряд съедобных грибов, зная об их «нетехнологичности»: маслята надо тщательно чистить, сыроежки слишком хрупкие, а рядовки будут хрустеть песком;
- тех, кто идет на «тихую охоту» с конкретной целью — собирать такие-то грибы такого-то размера.

Упражнение, которое нужно обязательно выполнять продавцам, заключается в том, чтобы описывать для себя идеального клиента. Причем не того, который нужен продавцу, а того, которому сам продавец и его товар необходим. Опытный продавец даже не подумает встречаться со всеми потенциальными покупателями подряд. Это то же самое, что собирать в корзину все встреченные в лесу грибы, подобное поведение грозит отравлением. То же самое происходит и в межполовом общении: есть риск демотивировать себя встречей с людьми, которым вы вообще не нужны. Которые вас "продинамят" или "поматросят и бросят". Очень тяжело продавать себя в условиях, когда «все вокруг» говорят, что вы никому не нужны. Секрет завидного успеха многих мужчин-донжуанов в том, что они никогда не будут бегать за каждой юбкой. Они предпочтут уделять внимание тем, кому они сами нравятся. И, разумеется, почти всегда пользоваться успехом у женщин. Дон Жуан, как и любой опытный продавец, оценивая потенциального клиента, подумает о том, сколько времени он потратит на ведение переговоров и заключение сделки, сколько времени уйдет на согласование поставки, документооборот и прочую бюрократию. И если для этого продавца будет доступен более «легкий» покупатель, в первую очередь он уделит внимание тому клиенту, который более перспективен — и с точки зрения закрытия сделки, и с точки зрения дальнейшего развития продаж.

«Грибная» модель очень плодотворна для моделирования процесса поиска партнеров на сексуальном рынке. Вот, например, размер кошелька мужчины или его «идеальность». Богатые женихи-принцы или мужчины, идеальные по другим параметрам, как и большой белый гриб, недоступны. Точно также мало доступны для большинства мужчин женщины «модельной внешности». Таких тяжело искать, нужно много хо-

дить по рынку, чтобы выйти на нужных людей. С такими тяжело знакомиться, в борьбе за таких тяжело конкурировать и обладание «идеалом» это, по большей части, везение, не зависящее от воли и усилий ищущего. Да, мы знаем много историй как кто-то все-таки добился своего идеала. И, разумеется, идеал окажется в руках одного из тех, кто к нему стремился. Но не стоит брать такие истории в качестве примера для подражания. Ведь в этих историях нет ни слова о нескольких сотнях или даже тысячах тех, кто имея те же самые начальные условия, не смог выйти в финал.

В продажах есть такая поговорка: охотники на слонов умирают от голода. Ведь частая ошибка, которую допускают продавцы: представить себе идеального, но недостижимого клиента и потратить уйму времени в охоте на него или, как говорят такие продавцы, в борьбе за него. Да, это такая сладкая мечта — заработать сразу много денег, заключив всего лишь один контракт. Зачем подписывать мелкие договора на небольшие суммы, если можно сделать всё и сразу? Но, к сожалению, у крупных клиентов, кроме их недостижимости, есть еще и другие недостатки. Как и гриб-переросток, крупные компании бывают червивыми. Коррупционность, бюрократия, неудовлетворительная скорость принятия решений, отсутствие людей, реально заинтересованных в успехе сделки, — всё это делает большие компании «несъедобными» для большинства продавцов. То есть, даже найдя полезные контакты не последних людей в организации, продавец может ждать годы прежде, чем сделка будет заключена (если это вообще случится). Червивыми бывают и люди на сексуальном рынке. Только тут не коррупционность, а алчность, не бюрократия, а настороженность и закрытость, вызванная чрезмерным вниманием общества к собственной персоне, не отсутствие интереса к сделке, а пренебрежение людьми, которые в избытке оказывают знаки внимания.

Вторым существенным недостатком работы с крупным клиентом является зависимость от него. Так грибники, найдя большой гриб и не имея больше места в корзине, решают выбросить из нее «неинтересную мелочь», чтобы там поместился большой гриб. Или несут его в руке. Но когда обе руки заняты, новых грибов уже не срежешь. Часто женщины, выйдя замуж за богатого жениха, вынуждены довольствоваться жизнью в «золотой клетке». Ведь, выйдя замуж за человека, который обеспечивает им постоянный приток денег, они привыкают к новым обстоятельствам. Они позволяют себе намного большие расходы. И со временем женщина оказывается в таком состоянии, когда уход от нее такого мужа означает серьезные проблемы, если не крушение всех надежд. Разумеется, она будет прилагать все усилия для удержания своего слона-монополиста. В конечном итоге ситуация дойдет до того, что женщина будет согласна «продавать себя» ему без прибыли или даже себе в убыток, т.к. потеря мужа приведет к еще большим убыткам. Нужен ли такой брак?

Но проблемы поиска клиента на самом деле не существует. Зато существует проблема качества обработки перспективных клиентов. Если у продавца оно низкое, то для достижения хороших показателей продаж нужно иметь много перспективных клиентов, управлять базой таких клиентов, закупать CRM-системы и т.д. Но на сексуальном рынке ни один «продавец» не способен физически «обслуживать» более одного «клиента» в одно конкретное время. Вот и получается, что больше одного клиента в каждую конкретную секунду нам и не нужно. Наличие второго, ожидающего клиента «продажи» не увеличит, а лишь добавит суеты, ведь нельзя одновременно срезать несколько грибов. Это как ходить каждый день в кино с другим мужчиной, чтобы, в конечном счете, забеременеть всего от одного из них. Получается, что к задаче поиска партнера стоит подойти, в первую очередь, со стороны

сокращения потребности в новых или, другими словами, в улучшении качества работы себя как продавца. Никакие волшебные знания и навыки в поиске грибов не будут идти на пользу, если вы не умеете отличать съедобные грибы от ядовитых или идете на «тихую охоту» с дырявым лукошком. У вас не будет перспектив в продаже себя на сексуальном рынке, если вы тратите время на «мачо» или «мочалок». Точно также у вас не будет успеха, если вы не чистите зубы, не следите за прической, ногтями, одеждой, фигурой и собственным запахом. Это касается как женщин, так и мужчин.

И все-таки новых сексуальных партнеров надо искать. Большинство разумных мужчин и женщин этим и занимаются. Правда, они работают с этой задачей как с проблемой и, соответственно, получают лишь ее усугубление. Они представляют себе мир в виде крепости, за стенами которой находятся желанные мужчины или женщины, а снаружи суетятся атакующие конкуренты. На самом деле, если подняться над проблемой, взлететь выше поля боя и фортификационных сооружений, можно увидеть, что если крепость не атаковать, то «осажденные» и сами будут рады выйти из нее. Каждый человек находится в поиске, каждый хочет что-то приобрести. Для многих парней будет откровением то, что, при прочих равных, девушка скорее согласится пойти с ними на свидание, чем откажет. Для многих девушек также откровением будет то, что если у парня есть девушка, то он, скорее всего, не откажет себе в общении с другой. Стучитесь и вам откроют. Но стучитесь аккуратно. Помните, что скорость вашего напора должна быть и настолько медленной, чтобы не разбудить агрессию, но, при этом, и настолько быстрой, чтобы быть замеченной. Вспомните грибы. Их нельзя собирать разъезжая по лесу на мотоцикле, но ничего не будет в лукошке, если по лесу ходить слишком медленно.

Если продолжать сравнивать поиск партнёра со сбором грибов, то стоит помнить, что грибы не растут поодиночке. Обычно удастся срезать следующий гриб недалеко от предыдущего. Мицелий или грибница — огромный подземный организм, вынужденный для своего размножения выпускать на поверхность контейнеры со спорами — грибы. Если мы нашли один гриб, очень вероятно, что рядом с ним найдется и второй, и третий. То же касается и поиска клиентов на сексуальном рынке: круг общения человека, который уже «купил» вас, наверняка включает в себя других потенциальных покупателей. Не стоит уходить слишком далеко. Если вы кому-то понравились, то высока вероятность того, что вы понравитесь еще кому-то, который разделяет интересы и увлечения предыдущего партнёра.

Если искать грибы там, где их ищут все, может оказаться, что на этом известном месте их уже собрали до вас. Худший способ поиска мужчины или женщины — поступать таким же образом, что и все остальные. Привлекая потенциальных партнеров к себе так же, как это делают все, вы не будете отличаться от них и попадете в «гонку вооружений» с конкурентами. Девушкам стоит подумать над тем, чем они отличаются от еще десятка своих товарок, сидящих в дорогом баре и попивающих с гламурным видом стакан воды, купленный на оставшиеся после оплаты кредита за iPhone и туфли Prada деньги, в ожидании, что кто-то все-таки обратит свое внимание на них и угостит нормальной выпивкой. Парням стоит точно также задуматься, чем они отличаются от других «настоящих мужчин», подкатывающих к красотке на дискотеке. Почему она должна обратить внимание именно на них? Посмотрите на весь спектр способов привлечения внимания женщин или мужчин, почитайте книги на эту тему. И если вы найдете какой-либо способ, признанный надежным, проверен-

ным и работающим, смело вычеркивайте его из своего арсенала. Помните, что если вы поступаете «как все», то и результат получите такой же, как у всех. Но ведь не это ваша задача, вам надо быть лучше остальных. Может стоит начать с того, чтобы быть просто другим. Да, это может быть даже «другой хуже» вместо варианта «другой лучше». Но... Не выстрелил — точно не попал. Пробуйте, импровизируйте, только не теряйтесь среди других.

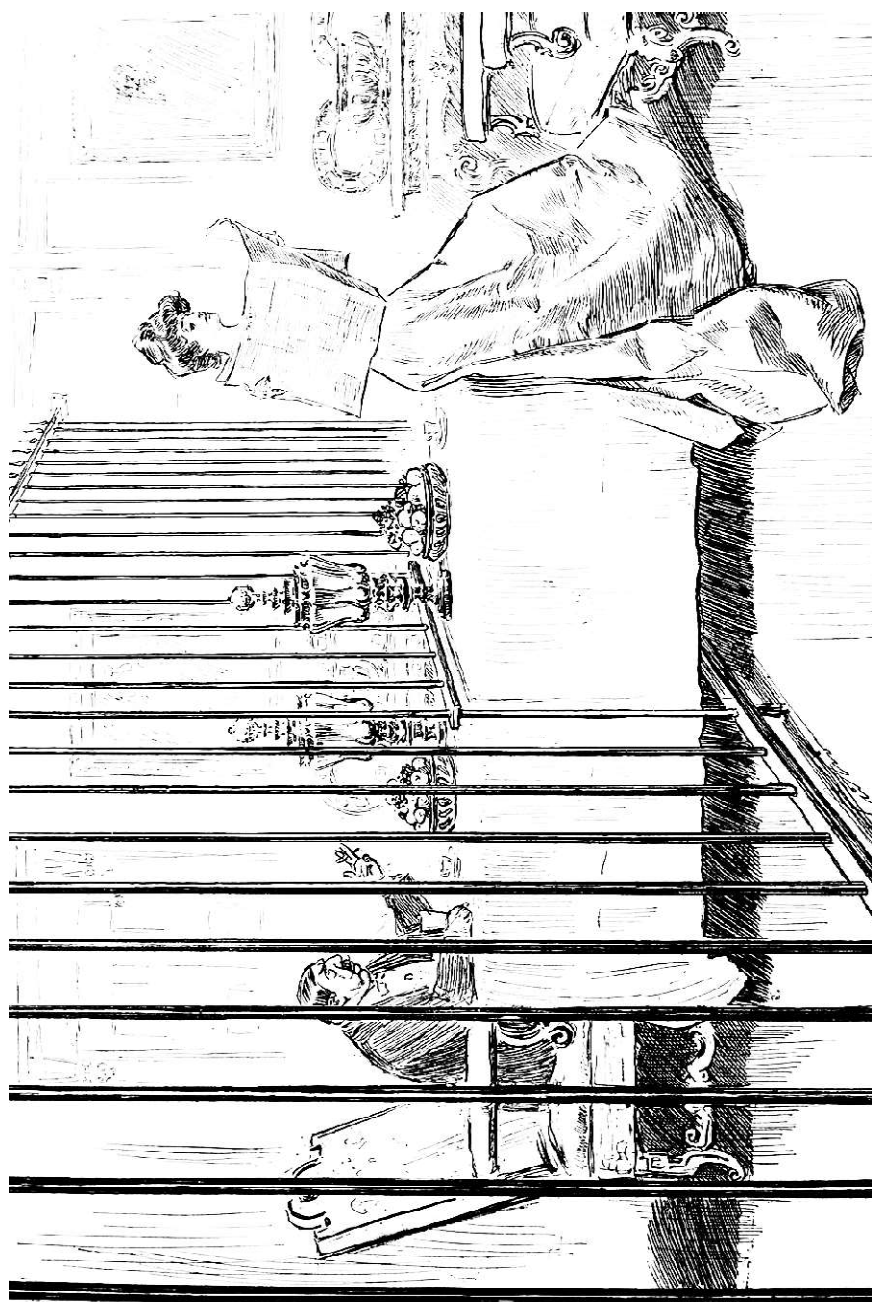
Как уже написано выше, охота — худшая стратегия в поиске своего партнера. Дичь от охотника убегает, а домашние животные от своих хозяев — нет. Если большинство пытается определить «лежбище» потенциальных клиентов и там их настичь, то, возможно, стоит подумать о создании другого не менее комфортного лежбища для них — исключительно вашего. Корова потому и стала жить с человеком, что, выбрав одного убийцу, она получила защиту от всех остальных хищников. Выше уже была приведена классификацию грибников. Но там не написано о самой последней, высшей категории — тех, кто выращивает грибы. Подумайте над этим.

По сути:

- Чтобы что-то найти, нужно знать, что именно вам нужно. НЕ стоит составлять обширный список свойств и качеств. Остановитесь на самом главном.
- Когда ищете человека, думайте не над тем, зачем он вам нужен, а зачем вы ему нужны.
- Помните, что охотники на слонов умирают от голода. Истории успеха других не говорят ни о чем.
- Нет смысла искать грибы с дырявым лукошком. Одежка, по которой встречают, должна быть безупречной.

- Не ищите там, где ищут все. Ищите там, где нет конкурентов.
- Там, где есть один, рядом есть и второй.
- Создайте условия, при которых люди будут сами тянуться к вам.





Штамп в паспорте

Философия

*Because only one thing counts
in this life: Get them to sign on the line
which is dotted¹*

к.ф. "Glengarry Glen Ross"

"Священные узы брака" - это устойчивое выражение имеет для нас скорее романтический, чем практический смысл. Однако, древние люди мало отличали законы природы от законов, согласно которым существует племя². Даже сейчас эти две разные сущности описываются одним и тем же словом "закон". Сила предписанного закона для древних была так же сильна, как и сила законов природы. Если существовало табу, то его нарушать было не нельзя, а просто невозможно. "Священные узы" это такие узы, которые невозможно порвать, точно также как невозможно заставить реку течь вспять, Солнце всходить на западе, а фарш провернуть назад.

Со временем люди научились путешествовать настолько далеко, что неизбежно встречали других людей, у которых совершенно другие системы табу. Люди начинали замечать, что мир не рухнет, если не делать дырки в нижней губе, кушать рыбу в полнолуние или заниматься сексом по понедельникам. К людям пришло понимание того, что закон природы и закон

¹ Единственное, что имеет значение в этой жизни – получить их автограф на бланке.

² О законах природы и законах общества очень хорошо рассуждал Карл Поппер в своей книге «Открытое общество и его враги»

общественный – два разных понятия. Один нарушить все-таки невозможно, а другой можно, если никто не видит.

Табуирование - легчайший путь морального порабощения. Система табу - наиболее эффективный способ держать массы в повиновении. При помощи табу можно заставить человека ежесекундно рефлексировать на тему "а правильно ли я делаю?", удерживая постоянно в своей голове мысли об источнике табу. Нет религии, которая бы не имела табу. Нет политического строя, который бы не имел необоснованных и нелогичных запретов и предписаний. Чем виртуознее табуирование, тем четче управление. Табуирование еды, секса, отправления прочих естественных надобностей - вот чем занимаются поставщики "опиума для народа".

Христианское общество, имевшее табу на полигинию или промискуитет столкнулось с весьма серьезной проблемой, когда оно оказалось, как перед библейскими фактами многоженства, так и перед реальными обществами, в которых многоженство процветало. Если с Библией кое как справиться удавалось, мол, это ж Ветхий завет, а мы живем по Новому завету, то процветающие и явно развитые восточные цивилизации наталкивали христиан на мысль, что «священные узы» брака не такие уж и священные и они вполне себе растяжимы, гибки и даже разрываемы, если никто не видит. Брачное табу, с которым существовало христианское общество было подвергнуто суровому испытанию, но устояло.

Устояло, хотя в достаточно потрепанном виде оно не потому, что были сильны те, кто контролировал исполнение табу, а потому, что моногамное общество просто более устойчиво по сравнению с другими вариантами. Любые системы табу приживаются в обществе только тогда, когда они приносят обществу пользу. Если тот или иной закон вреден обществу, то такое общество проигрывает конкурентную борьбу другим, более эф-

фективным обществам. Если бы обычай съедать за общим обедом самую красивую девственницу деревни был уместен и давал бы преимущество этой деревне, то люди и сейчас практиковали бы такую деятельность. При этом они бы с гневом отметили обвинения в каннибализме. «Это ведь – священный обычай, а не людоедство», «Каждый съедает только маленький кусочек, чисто символически», «самая красивая девственница все равно бы умерла» и так далее. Мы же точно также не задумываемся над другими дикими обычаями, над тем, зачем мы раз в год затаскиваем в дом срубленные деревья, символически поедая плоть и кровь христианского бога или что еще отвратительнее, целуем куски трупов религиозных деятелей, выстояв перед этим в очереди.

Теоретически существует всего четыре варианта межполового взаимодействия: промискуитет, полигиния, полиандрия и моногамия. Промискуитет возможен тогда, когда членам общества нечего делить, и оно не зарабатывает излишки. Если есть излишки, появляется частная собственность, институт наследования ее и промискуитету места в обществе уже нет, так как всем становится интересно кто чей сын или дочь. Полиандрия не эффективна демографически. Для размножения нужно не много самцов, а много самок. Полигиния, в свою очередь, оставляет «за бортом» очень много активных, лишенных секса самцов, что делает общество весьма агрессивным. Это хорошо в условиях экспансии и захвата территорий, хорошо в условиях войны, когда надо быстро восполнять потери в условиях дефицита мужчин, но в мире, где все уже поделено, это – источник конфликтов и напряженности. Результаты человеческой деятельности утилизируются в войнах и восстаниях, а не используются для роста благосостояния и прогресса.

Моногамное общество выходит явно более стабильным и более эффективным по сравнению с другими обществами в

условиях наличия частной собственности и отсутствия у общества потенциала географического роста. Но если оно и так стабильно и естественно, а предпосылки к тому, что человек как живое существо, моногамно, существуют, то зачем специально выстраивать табу-законы, запрещающие другие сексуальные взаимоотношения кроме брачных? Ведь никто не описывает законодательно или в виде священных табу санитарные нормы при испражнении, никто не рассказывает, как надо сморкаться или зевать, а тут, все-таки понадобились «священные узы».

Юридически оформленные брачные взаимоотношения имеют смысл только в условиях наличия частной собственности. Именно возможность людей вырабатывать и аккумулировать излишки своего труда и приводит их к вопросу куда их девать, в случае смерти. Как-то выглядит естественным, что получить имущество усопшего должны его наследники. Существующие у людей инстинкты заботы о потомстве стимулируют людей жить не только для себя, но и для потомков и обеспечивать их благосостояние, что провоцирует стремление к накоплению еще больших излишков и, в свою очередь, подстегивает научно-технический прогресс. Также передача наработанного из поколения в поколение давала следующему поколению фундамент, на основе которого можно продолжать развитие. Если у деда был примитивный каменный горн, то отец имел кузню, а сын к этой кузне смог построить механические меха, питаемые энергией водяного колеса. Общества, у которых имущество передавалось по наследству, оказались более прогрессивными и развивались быстрее других обществ, например, таких, у которых наследование было запрещено или имущество усопшего передавалось общине.

Для того, чтобы можно было передать имущество по наследству, необходимо обеспечить идентификацию наследников. Если женщины всегда знают, кто их наследник, то муж-

чины – нет. Институт брака стал необходим мужчинам для получения ими максимально возможных гарантий того, что они тратят силы и энергию на воспитание именно своих детей. Но если бы институт брака был выгоден только мужчинам, то можно было бы и не жениться. Можно просто хватать на улице любую понравившуюся женщину без видимых признаков беременности, выдерживать ее на карантине несколько месяцев, осеменить ее, получать детей и потом отпускать.

Но такие правила игры не интересны женщине. А любые общественные институты это те, которые приемлемы всему обществу. Правила «схватил и осеменил» не интересны потому, что у женщины отсутствуют имущественные гарантии, в связи с риском, достаточно высоким, смерти мужа. Они не интересны родителям женщины, желающим получить выгоду от воспитания своей дочери. Они не интересны матери отнятого ребенка как по биологическим, так и по культурным причинам – не реализуется стремление передать культуру потомству. Значит, институт брака необходим женщине не менее чем мужчине. Жена, в случае смерти мужа, может рассчитывать на его имущество, которое должно быть использовано для лучшего воспитания общих детей. Жена, теряющая с возрастом здоровье, способность к размножению и привлекательность получает гарантии пожизненного обустройства. «Священные узы брака» запрещают менять жен. Жена получает гарантии своего участия в воспитании совместных детей.

Время, общественный прогресс, постепенное стремление общества к открытости, разъедают институт брака и последними гвоздями в его существование становятся доказательное отцовство и контрацептивы. Наличие в мире этих двух достижений прогресса, обеспечивают мужчине гарантиями собственного отцовства и позволяют ему выбирать себе жену среди не девственниц. Первичные мужские мотивы к вступлению в брак растворяются на глазах.

При этом женские мотивы остаются все теми же – женщине нужны имущественные гарантии для нее и ее детей на будущее, в случае смерти партнера или его ухода из семьи, что актуально как раз потому, что институт брака подвергся эрозии и теперь разводиться никто не запрещает. Также эмансипация привела к тому, что стереотипные гендерные роли потеряли актуальность и появились мужские мотивы, аналогичные женским: имущественные гарантии и право на участие в воспитании детей.

Пока пара живет вместе, распоряжается совместным имуществом и вместе воспитывает детей, положения института брака никак не влияют на их жизнь. Точно также человек, плывя по течению реки не встречает сопротивления от воды, которая его обтекает. Но стоит попытаться хоть чуточку свернуть, то он тут же ощутит силу этого течения. Все права и гарантии, которые имеют супруги в законном браке вступают в силу только после развода или после смерти одного из супругов. Только тогда вступают в силу права супругов на совместно нажитое имущество и права на участие в воспитание совместных детей.

Идеальный брак - это равновесная взаимная эксплуатация. Это когда берешь столько же, сколько и даешь - ресурсов, эмоций, впечатлений, внимания. Это - состояние современного брака, когда супруги практически лишены длительной монополии друг на друга и нет серьезных административных препятствий к его расторжению. Не идеальный, не счастливый брак, всегда асимметричен. Любой плохой брак и следующий за ним развод имеет в основе ситуацию, когда кто-то дает больше, чем получает. Кто-то кого-то эксплуатирует сильнее, чем поддается эксплуатации сам. Но, если идеальный брак не приносит выигрыша, а не идеальный сулит несчастья, то в чем смысл в него вступать?

Институт брака в современном виде уже не тот, каким он был еще совсем недавно. Брак не нужен для продолжения рода

- продолжение рода как-то способно обойтись без бюрократии. Брак на сегодня это – имущественный договор. Это – совместное предприятие людей, решивших вести общее домохозяйство. При этом пол участников совсем не важен и поэтому выглядят странным современные запреты или неприятие идеи гомосексуального брака или брака с количеством участников большим, чем двое. Право на развод, эмансипация, контрацептивы, доказательное отцовство коренным образом изменили правила игры. И на сегодняшний день «штамп в паспорте» это – правила развода, но не правила супружеской жизни. Официальный брак в настоящее время имеет смысл только если двое (или больше) людей, живущих вместе, планируют приобретение для совместного использования, дорогостоящего имущества или рассчитывают вместе участвовать в воспитании (и даже не обязательно в рождении) детей – передавать им свою культуру. Без «штампа в паспорте» каждый участник сожителства не способен рассчитывать ни на справедливый раздел имущества при разводе ни на наследование совместно нажитого имущества в случае смерти одного из супругов. Рассмотрение действительных функций брака в современном обществе как исключительно отягощение друг друга имущественными и ювенальными обязательствами, а не как заключение "священных уз", лишает оснований любые возражения против гомосексуальных браков. Пол не имеет значения в действительно эмансипированном обществе.

Некоторые люди, исповедуя культ карго, стремятся к "штампу в паспорте" как к символу. Чисто юридической процедуре регистрации гражданского состояния придается ритуальный смысл. Это ожидаемое поведение людей в условиях неопределенности - замена знаний ритуалом для придания себе уверенности. Ведь никто не знает, как на самом деле пойдет семейная жизнь и часто вообще есть опасения в необходимости заключения брака или в последствиях этого. Поэтому люди

включают механизм саморационализации, придают бюрократии черты священности и, снабдив процедуру еще парой десятков ритуально-обрядовых действий, будучи успокоенными относительно своего будущего, прыгают в пропасть неизведанной доселе и потому пугающей семейной жизни¹. Можно, конечно, относиться к "штампу" и как к финальному документу, подтверждающему факт заключения стратегической сделки на сексуальном рынке. Однако, если внимательно посмотреть на наиболее характерные этапы этой сделки, то окажется, что "штамп в паспорте" лишь атрибут, но не залог счастливого брака. Да, многие счастливые семьи имеют "штамп в паспорте", но это не значит, что нужно добиваться "штампа", чтобы получить счастливую семью. Ведь, на самом деле, наоборот: люди были счастливы друг с другом и потому решили вести совместное хозяйство.

Однако, «гражданский брак», то есть сожительство без оформления имущественных и ювенальных обязательств означает, что супруги, с экономической точки зрения не «покупают» друг друга, а «берут в аренду». Учитывая, что в большинстве случаев, женщина представляет собой актив, постоянно теряющий цену, а мужчина – постоянно (до определённого возраста) цену приобретающий, такие «арендные» отношения выгодны мужчине и не выгодны женщине, особенно, если она зарабатывает меньше мужа.

¹ Интересно, что рациональные мотивы брака: воспитание детей, раздел и наследование имущества, как правило, не присутствуют у большинства женихов и невест: совместно нажитого имущества и детей у них нет. Брак был и остается эмоциональным ритуалом, реализацией заложенных природой инстинктивных поведенческих схем, что не может не вселять опасения в рациональную часть человека и их затмевает включенная на полную мощность машина обеспечения счастья.

Современные функции брака были менее актуальны в прошлом. Ведь во времена, когда не существовало средств достоверной идентификации людей, когда не было паспортов, куда ставят штамп, имущественные права супругов были куда менее защищены. Один из супругов мог сбежать и оставить другого одного с детьми или, наоборот, без детей. Единственное, что защищало супругов, это сама «священность» брака. Вера людей в контроль брака высшими силами давала какие-то гарантии, но с развитием общества и увеличением мобильности людей, «священность» теряла актуальность, а документальность, наоборот, приобретала. Брак в «священном» смысле этого слова и брак в современном это два разных понятия, точно также как два разных понятия закон природы и закон общественный.

По сути:

- Моногамный брак кажется наиболее приемлемая для отягощенного имуществом человека форма договора о совместном жительстве и совместном воспитании детей.
- Эмоции, которые велят нам вступать в брак, образовались задолго до появления у людей имущества. Брак, вызванный эмоциями, не обязательно будет счастливым. Брак, вызванный рассудком, будет скорее всего счастливым.
- «Гражданский брак» - мероприятие, выгодное мужчине, и невыгодное женщине.
- Нерационально ритуальное отношение к «штампу в паспорте» как к событию, которое гарантирует семейное счастье или как к событию, которое разрушает любовь.



Обезьяна внутри нас

Биология

Это был человек прогрессивно-религиозный. Он соглашался, что люди произошли от обезьян, но от тех, что из Ноева ковчега.

Станислав Ежи Лец

Моногамны ли мы? Разумеется¹ – да. У людей ячейкой общества является семья – устойчивый долговременный союз двух разнополых особей и их детей². Все остальные варианты сексуальных взаимоотношений, хоть и присутствуют в обществе, но принятой нормой не являются. Даже в обществах, практикующих многоженство, большинство людей живут, все же, в моногамном браке. Почему моногамность разумеется? Потому что способ выращивания человеческих детенышей подразумевает, что в одиночку, в диких условиях, это сделать крайне трудно, а ребенок крайне долго, десятилетиями, остается несамостоятельным. К тому же, кроме физического выращивания,

¹ Хорошим свидетельством в пользу моногамности можно считать отсутствие у людей как анатомических признаков сильной внутривидовой конкуренции: рогов, клыков, огромных семенников так и поведенческих: инфантицид, турниры самцов, высокая агрессивность. С. Owen Lovejoy. Reexamining Human Origins in Light of *Ardipithecus ramidus* // Science. V. 326. P. 74, 74e1–74e8

² Всего 5% видов млекопитающих практикуют моногамность и весьма вероятно, что именно выбор предками людей моногамной сексуальной стратегии сформировал их, отличный от других приматов, внешний облик: двуновость, маленькие клыки, постоянно увеличенная грудь, способность к кооперации ввиду пониженной внутривидовой агрессии. (там же)

важным аспектом воспитания является передача знаний от родителей детям, что делает самого ребенка более приспособленным к жизни и, соответственно, более успешным на сексуальном рынке.

У людей, как и у животных, «норма» никогда не означает, что это поведение поддерживается большинством особей. Мало того, сама "моногамность" как норма легко оспаривается простыми антропологическими исследованиями, согласно результатам которых лишь 154 из 1154 ранее или ныне существующих культур¹, по которым есть антропологические данные, — не разрешают мужчине иметь более, чем одну жену. Остальные культуры, в число которых входит большинство охотничье-собирательских культур мира, которые находятся ближе всего к контексту человеческой эволюции, так или иначе допускают полигинию, которая реализуется, разумеется, доминантными самцами. Также, некоторые физиологические особенности человека, например, размер яичек у мужчины², говорит в пользу того, что самки людей также склонны к промискуитету и, если мы это не наблюдаем сейчас, то лишь благодаря хорошо развитой индустрии контрацепции и умелостью людей скрывать от окружающих подробности своей интимной жизни. Также, именно потому, что в женской половой стратегии могут давать

¹ Роберт Райт «Моральное животное. Почему мы такие, какие мы есть Новый взгляд эволюционной психологии»

² У животных, у которых самки практикуют промискуитет, важную роль в передаче генов приобретает количество спермы, вырабатываемой самцом. Чем больше спермы попадает в самку, тем больше шансов, что гены именно этого самца будут переданы в следующее поколение. Для выработки большого количества спермы необходимо обладать развитыми семенниками. У людей, по сравнению с другими животными, семенники относительно большого размера, но явно меньше, чем, скажем, у шимпанзе или других видов, живущих в состоянии «спермовых войн». Также, человеческая сперма содержит специальные механизмы, блокирующие жизнедеятельность чужих сперматозоидов — эволюционное приобретение, необходимое при промискуитете.

преимущества немоногамные половые связи, еще совсем недавно существовали очень жесткие административные рычаги, призванные сдерживать похоть не только мужчин, но и (и именно) женщин. Администрируемая моногамность современных индустриальных обществ объясняется скорее не "природой человека" а тем, что по определенным причинам моногамное общество получило одновременно и мирное сосуществование, и мотивацию к прогрессу и накоплению капитала.

Большинство особей людей, лишенных административных рычагов, как и большинство других, в целом моногамных животных, не состоят в безусловном до обреченности «пожизненном браке», а «норма» это – идеал, который достигим при наличии определенных условий. Так у серых гусей, которые тоже моногамны, существует целый спектр взаимоотношений между самками и самцами, аналогичных взаимоотношениям между людьми. Конрад Лоренц¹ наблюдал, например, гомосексуальные отношения, причем заметил, что гомосексуальная «семья» гусей занимала высокое положение в иерархии стаи, а самки стремились получить семя этих самцов, для чего прибегали к хитростям. Лоренц также наблюдал, например, как самка, потеряв возлюбленного, который не вернулся из перелета, начала вести себя как типичная «роковая женщина» - она принимала ухаживания других самцов, которые всерьез в нее влюблялись, проводила с ними время и затем бросала ради следующего самца. Также Лоренц описывал случаи, когда самец, находясь в браке, заводил себе любовницу, которая, не претендуя на то, чтобы завести с самцом семью и отбить его у соперницы, довольствовалась тем, что яйца в ее кладке были оплодотворены тем самцом. Такая гусыня, которая по каким-то причинам оказалась без самца, готового инвестировать в ее птенцов, готова просто получить гены другого гуся-семьянина, чтобы

¹ Он описал это в своей книге «Агрессия или так называемое зло»

быть уверенной что ее потомство мужского пола будет применять "семейную" стратегию, которая у гусей эффективнее промискуитетной. Кстати, это замечание касается и людей. Мужчины, ищущие любовниц "на стороне" будут более успешны, если не будут скрывать свою женатость, а, наоборот рекламировать себя как верных и любящих супругов и отцов, у которых никакая внесемейная связь не сможет разрушить брак¹. Одинокие женщины, инстинктивно решают, что их сыновья, родившиеся от внебрачной связи, но обладающие врожденными семейными ценностями, будут иметь больший спрос на сексуальном рынке и произведут лучшее и более успешное потомство, чем ловеласы. С такой точки зрения становится понятным, почему женщины так умиляются когда наблюдают чужого папу, самозабвенно ухаживающего за своим ребенком. Их инстинкты говорят: "Качественный самец, надо брать!"

"И человек, и гусь принадлежат к видам животных с высоким уровнем отцовских инвестиций. Сидящая на яйцах самка должна доверять своему самцу точно также как и кормящая беспомощного младенца женщина своему мужу. Самцы, образуя пары с самками, должны обещать им заботу о совместном потомстве. И самки таких видов всегда оценивали и оценивают способность самца к инвестициям в потомство. Однако существует один важный фактор, отличающий гусей от людей. Гусыня не слабее гуся и так как она яйцекладущая, она не бывает в состоянии беременности, в котором она вообще не способна постоять за себя. У людей же, как и у многих приматов, самки и самцы серьезно отличаются друг от друга размерами и, в дополнение к этому, самка часто бывает беззащитной или вообще не склонной к конфликту с самцом. В такой ситуации самка оказывается в подчиненном положении, не способна и не желает

¹ И это несмотря на то, что женщины женатых мужчин публично отвергают. Однако женатый мужчина, ценящий свой брак всегда будет более привлекательным для женщин по сравнению с женатым и легкомысленным.

участвовать в иерархической борьбе. В связи с этим ей начинает доставаться меньше еды почти все время, кроме одного периода – когда самцы особенно заинтересованы в самке.

В период овуляции самки самцы склонны понравиться самке, а не отобрать у нее еду. Они ухаживают за ней и дерутся не с самками, а друг с другом за право обладания ею. В таких условиях самки некоторых приматов и, в том числе, женщины, научились маскировать овуляцию. В ходе эволюции и естественного отбора, наиболее успешными особями были те самки, которые научились делать вид, что у них овуляция все время. Они обзавелись демонстративно округлыми бедрами, пухлыми и яркими губами, молочными железами, по которым не понятно, кормит сейчас самка детеныша или нет. Они настолько в совершенстве овладели искусством маскировки, что сами перестали понимать, когда же у них овуляция.

Самцу в таких условиях нужно теперь постоянно проявлять внимание к самке, не обижать ее и делать все, чтобы спариваться с ней как можно чаще. А вдруг овуляция прямо сейчас? То есть, маскировка овуляции позволила самке существовать в условиях иерархического сообщества и получать все блага, которые бы имел альфа-самец. Ведь теперь все самцы готовы услужить самке. И чем меньше самец будет знать о самке, тем больше он будет стремиться к ней. Возможно поэтому «загадочность» женщины очень сексуальна. И, когда идет речь о том, что «в женщине должна быть какая-то загадка», то самая главная загадка в том – когда же у нее овуляция. Также становится понятным, почему женщины стремятся скрыть свои месячные¹. Мало того, что в это время они не фертильны и, соответственно, не интересны самцам, так еще, и самцы имели бы возможность обзавестись в ходе эволюции встроенным в мозг калькулятором следующей овуляции. А если самец уверен в

¹ Интересно как религии рационализируют это явление. Менструлирующая женщина, например, нечиста по Ветхому Завету.

дате овуляции, ему уже нет смысла постоянно ухаживать за самкой, а делать это лишь в определённые дни. А женщине это, разумеется, ни к чему¹.

В условиях маскировки овуляции и при таком избытке внимания со стороны самцов, самка может выбирать, кому «дать», а кому нет. И для нее рационально разрешать самцу спариваться с ней, если самец удовлетворяет ее потребности. Так самцы верветок, карликовых зеленых мартышек, не могут спариваться с самками по своему усмотрению. Самка допускает к себе только тех самцов, которые делятся пищей с ней и ее детенышами. Такое сексуальное поведение называется «поощрительное спаривание» и оно характерно для некоторых птиц, приматов и, конечно человека. В таких условиях спаривание производится не только для продолжения рода, а для различного рода социальных взаимодействий. Животные и люди занимаются сексом даже во время беременности. Также у животных, у которых практикуется поощрительное спаривание, эстральный цикл был замещен менструальным. И, несмотря на схожесть некоторых внешних признаков, физиологический механизм и функции течки и менструации совершенно различны.

Механизм поощрительного спаривания является тем самым первоисточником общественного стереотипа, согласно которому женщины, в целом, продажны, а мужчины так или иначе покупают секс. Проституция, с такой точки зрения, является всего лишь крайней формой поощрительного спаривания у людей. Также формой поощрительного спаривания является частый секс супругов, который явно не предназначен для продолжения рода. Даже если супруги не предохраняются, то все равно

¹ Вероятно, что такой важный с точки зрения эволюции и выживаемости инструмент как острое обоняние, был потерян человеком в ходе полового отбора: самки предпочитали тех самцов, которые «не задавали лишних вопросов» и носили им бананы, будучи неспособными по запаху определить время овуляции. С. Owen Lovejoy. Reexamining Human Origins in Light of *Ardipithecus ramidus* // Science. V. 326. P. 74, 74e1–74e8.

большинство половых контактов ни при каких обстоятельствах не приведут к зачатию. И именно поэтому секс в супружестве никак нельзя назвать «бесплатным» для мужчины. Он так или иначе платит за него. Вернее, расплачивается¹.

Разумеется, что женщине, желающей достичь успеха в обществе, как в деловом, так и в семейном плане, просто необходимо быть физически привлекательной. Физическая привлекательность и нейтрализует иерархическую конкуренцию со стороны мужчин и позволяет быть более конкурентной на непосредственно сексуальном рынке. Поэтому женщины, в отличие от мужчин, инвестируют значительно больше времени и ресурсов для придания себе лучшего внешнего вида. Это то, что придает им уверенность в себе. Это то, на что работает львиная доля мировой экономики. То, с чем они ассоциируют успех, независимо от того, выбрали они семью или карьеру. На вопрос, к кому себя определять, к умным или красивым, ответ один: И к тем и другим, конечно! Успех женщины, ее внутреннее ощущение того, что у нее все получается, ее удача и эффективность напрямую зависят от ее привлекательности. И дело не в «стандартах красоты», а в том, насколько женщина хорошо старается «продать себя». Это все: одежда, ухоженность, стиль, поддержка хорошей фигуры, грамотность, речь и уровень культуры, умелая торговля своими рыночными преимуществами и формирование преимуществ из, казалось бы, недостатков. Идея «продажи себя» может показаться унижительной, ведь, выходит, мы красимся и одеваемся для каких-то козлов, которые нам и не

¹ Последние исследования делают вероятной гипотезу, согласно которой двуногая ходьба возникла у человека также как результат полового отбора: самки ценили тех самцов и «давали» больше тем самцам, которые могли принести им больше пищи, а для этого нужны свободные руки. При этом, с точки зрения выживаемости, удобнее иметь четыре руки и оставлять за собой возможность быстро карабкаться по деревьям. С. Owen Lovejoy. Reexamining Human Origins in Light of *Ardipithecus ramidus* // Science. V. 326. P. 74, 74e1–74e8.

нужны. Вместе с тем, не в этом суть. Конечно, можно оставаться «мыррой». Но тогда добро пожаловать в жестокий мужской мир, где самцы меряются друг с другом силой, дерутся, строят карьеру и не вспоминают о галантности при общении с той, с которой в постель они точно никогда не лягут.

Мужчины, в свою очередь, озабоченные понятным, сточки зрения биологии, желанием оплодотворить все, что шевелится (а вдруг у нее сейчас овуляция), всегда будут оценивать женщин, в первую очередь, как потенциальных сексуальных партнеров. То, что часто не понятно женщинам в поведении мужчин, то, что они называют «кобелизмом», то, что может обижать женщин: «у мужчин только одно на уме», на самом деле провоцируется женщинами, маскирующими свою овуляцию. Повышенное внимание мужчин по отношению к женщинам провоцируется ими каждый день и когда женщина выбирает наряд, и когда использует макияж и парфюмерию, и когда ухаживает за лицом, руками, избавляется от лишних волос, одевает каблук и украшения.

Да, почти каждая, даже замужняя, женщина, в ответ на вопрос «для кого она прихорашивается», ответит «для себя». Разумеется, «для себя». Ведь она ожидает, что банан с ветки притащат именно ей, а не той кикиморе из соседнего отдела. Она, в мире, в котором царит мужская иерархия и большинство решений принимается мужчинами, просто обязана быть уверенной в себе, быть лучше окружающих и быть такой, чтобы каждый мужчина, в ответ на, непредставимо для женщины, регулярно задаваемый самому себе вопрос «переспал ли бы я с ней» отвечал себе «да, конечно».

Выходит, что при всей моногамности людей, у них, в отличие от других моногамных существ, присутствуют механизмы так или иначе реализующие промискуитет и использующие секс не только для размножения, но и для социального взаимодействия и получения членами общества благ от него.

По сути:

- Люди моногамны, но брак у людей никак не означает естественную, природную, монополию на секс со стороны супруга или постоянного сожителя.
- Каждый супруг стремится, в меру своих сил, к такой монополии в отношении своего партнера и это часть большой игры, под названием, эволюция.
- Нельзя утверждать, что женщины более склонны к моногамии, чем мужчины. Это - сексизм. Поведенческая модель животного вида не может быть гендерно зависимой. Физиологически самцы человеков готовы к промискуитету самок, хотя в меньшей степени, чем у видов, практикующих полиандрию.
- Женщины, как и их предки, маскируют овуляцию и практикуют «поощрительное спаривание».
- Большая свобода мужчины в сравнении с женщиной, которая наблюдается в обществе, объясняется серьезным социальным давлением, оказываемым на женщин, которое обеспечивается моральными устоями.
- Секс у людей — это не только средство размножения, но и важный социальный инструмент, который эксплуатируется в равной мере как мужчинами, так и женщинами. Ведь, по большому счету, в человеческом обществе, количество и, главное, качество потомства никак не связано с количеством половых актов.
- Если бы монополия на секс действительно существовала, то современное человеческое общество распалось и не было способно к прогрессу, научным достижениям, культуре.



Проклятие красоты

— Математика —

*Красивые женщины редко
бывают одни, но часто бывают оди-
ноки.*

Хенрик Ягодзиньский

Это можно назвать парадоксом изобилия, когда страны, обладающие значительными природными ресурсами, являются, как часто считается, менее экономически развитыми, нежели страны с небольшими их запасами или с запасами, которые отсутствуют вовсе¹. Почему так происходит? Основная причина заключается в том, что страна, экспортирующая ресурсы, получает большой приток иностранной валюты. Казалось бы, что все в порядке, но на практике происходит два одновременных события:

Во-первых, укрепляется курс национальной валюты. На мировом рынке национальная валюта страны экспортера пользуется возрастающим спросом и ее курс растет. В то же время, внутри страны экспортера наблюдается избыток иностранной валюты и ее стоимость относительно местной валюты падает.

Во-вторых, рост доходов от продажи ресурсов, приводит к инфляции внутри страны. Получается, что цены в местной валюте растут, но и курс самой этой валюты также растет. Такое положение дел приводит к потере конкурентоспособности внутренних производителей на международном рынке. Никто не хочет покупать их товары втридорога. Возрастает также стоимость рабочей силы и даже местным компаниям становится выгодно переносить производство в другие страны. В итоге страна фокусируется лишь на добыче своего основного экспортного ресурса,

¹ В экономике это называется «Голландской болезнью». Этот эффект получил свое название после открытия Голландией месторождений природного газа в 1959 г. Рост экспорта газа привел к увеличению инфляции и безработицы, падению экспорта продукции обрабатывающей промышленности и темпов роста доходов в 70-х гг. Рост цен на нефть в середине 70-х и начале 80-х гг. вызвал подобный эффект в Саудовской Аравии, Нигерии, Мексике.

а остальная экономика чахнет. Упадку других отраслей экономики также способствует инвестиционный климат. Инвесторам выгоднее вкладывать деньги в отрасль экономики, связанную с добычей важного ресурса, а не в другие отрасли. И в целом отсутствует настоящая мотивация и необходимость развития реального производственного сектора, так как сырьевые доходы позволяют относительно неплохо жить и при текущем раскладе. В стране наблюдается застой и стагнация.

На сексуальном рынке происходят точно такие же процессы. Если человек обладает каким-то важным ресурсом, данным ему от рождения, то он эксплуатирует именно его и не желает инвестировать в развитие других своих достоинств. Зачем красивой девушке заниматься саморазвитием, получать хорошее образование, уметь думать, если и так все хорошо? Зачем парню-красавцу быть знатоком античной философии или уметь решать дифференциальные уравнения в уме? К тому же, если мы примем во внимание то, что уровень культуры партнера имеет крайне важное значение, то окажется, что чем развитее культура женщины, тем меньше возможных кандидатов в женихи она готова рассматривать. В свою очередь, низкий уровень культуры женщины не мешает ей быть востребованной и даже защищенной на сексуальном рынке, так как она, благодаря обычаям и законодательству, не может быть изгнана из семьи. Скорее развитый муж уйдет, оставив ограниченной жене детей, чем сможет выдворить жену с низкой культурой из семьи и оставить себе детей, чтобы передать им свою культуру. Получается: многие знания – многие печали. Чем более развита культура женщины, тем меньше шансов для нее найти подходящего партнера. Возможно правы мужчины из арабских стран, когда предлагают за образованную женщину меньше верблюдов, чем за необразованную.

Точно также и красавчик-мужчина, получив от жизни все, что ему нужно как биологической единице, а именно доступ к женским гениталиям, не будет развивать в себе прочие доблести. Работая на транзакционном уровне, он не имеет мотивации для своего саморазвития. Но, в таком случае, он, со временем, оказывается ненужным на сексуальном рынке в качестве супруга. Бизнес-стратегия «мачо» работает превосходно в отсутствие контрацептивов. Такие люди достаточно хорошо размножались методом «коврового осеменения». В экономически развитых странах

такие люди обречены вымирать, если бы не одно «но». Если рассмотреть мужчину как товар на сексуальном рынке, то мы видим ряд важных для женщины характеристик, наличие и соотношение которых определяет «годность» мужчины. Ряд таких характеристик мы уже затронули: способность прокормить семью, уровень культуры, внешние данные.

Не стоит думать, что «качественный секс» является характеристикой, влияющей на выбор. Для искушенных женщин это – фактор по умолчанию. Никто не будет тратить на пылесос, если он не сосет пыль. Если женщина терпит возле себя мужчину, то он ее удовлетворяет, в первую очередь именно как мужчина, а не как генератор грязных носков и запахов в туалете. Для неискушенных – они просто не в курсе «как еще бывает» и считают, при любых вариантах, что «так и должно быть». До тех пор, пока женщины будут находиться в рамках навязанных им и неуместных в эпоху контрацептивов и ДНК-тестов моральных устоев, они не смогут перейти к стратегии выбора из множества и будут выбирать «по очереди», тратя на каждую «пробу» драгоценное время. В таких условиях у большинства женщин просто нет и не может быть видения того, что такое «качественный секс» и бывает ли он вообще.

Можно добавлять другие характеристики, ценные для «покупателя», но больше, чем уже перечислено, не нужно, чтобы понять, почему «красавчики» продолжают размножаться¹.

Достаточно представить себе женщину с высоким уровнем культуры и хорошим достатком. Она вряд ли найдет себе партнера, который добавит что-то к ее культуре при воспитании

¹ В более бедных сообществах женщины предпочитают мачо, так как жизнь тяжелая и в обществе ценится рост, сила и место в животной иерархии, а в сообществах, живущих в достатке, предпочитают мужчин у которых больше развито стремление к уходу за потомством. Происходит это потому, что бедные не обременены ценным имуществом и распределение культуры и достатка в таком сообществе более эгалитарно. Поэтому, при "прочих равных" физические данные будут основным критерием выбора. Женщины-бедняки все равно оценивают мужчину как инвестора ресурсов и культуры. Просто выбирать не из кого – все одинаково бедны и примитивны.

детей. Она выше большинства. Она вряд ли найдет себе настолько богатого, чтобы это кардинально изменило ее уровень жизни. Да и не нужны ей деньги от мужчины вообще. Она знает цену своей финансовой независимости и имела в виду всех спонсоров. Она, благодаря контрацептивам, не забеременела от первого встречного, выросла из моральных устоев, стала разбираться в сексе и сложила у себя в голове вполне справедливое представление о среднем мужчине: "варвар и дебил" ну или "мужлан и солдафон". Что ей нужно, если культура и достаток партнера ей не интересны? Правильно! Красота, секс и молодость. И что мы видим в реальности? То, что многие состоявшиеся женщины находят себе именно таких мужчин. Красивых, сексуальных, молодых и всё. Умнее ли они её? При разнице в возрасте 10 и более лет, более умных не бывает. Бывают одаренные. Каков их уровень культуры? Пока не настолько, чтобы состязаться с женщиной. Для уровня няньки хватит, а там посмотрим – при правильной мотивации будет культурным. Главное не это. Главное, чтобы в постели был хорош и на людях с ним не стыдно было показаться. И мужчина обречен. Молодой и транзакционно мыслящий он ничего не сможет противопоставить мудрости и стратегии. Если на него положили глаз - все будет так, как запланировано. При этом, он останется при мнении, что это он завоевал эту женщину¹.

Выше было написано, фактически, что женщине, пока она – красавица, можно не блистать интеллектом или культурой. Самца для размножения она найдет. Транзакционного, да, но природа оставляет в живых только победителей и если для появления следующего поколения достаточно транзакционных отношений, то углубляться и не надо. Почему же, тогда, естественный отбор не отсеял как неудачниц всех умниц и просто симпатичных? Все дело в оптимизации поисковых стратегий мужчины.

¹ При этом, речь не идет об альфонсах, сознательно паразитирующих на высокоуровневых женщинах. Хотя, такое тоже случается.

Это неосознанное поведение, но оно крайне рационально. Мужчины искренне любят «просто симпатичных», а «супер-красавиц» стараются избегать¹.

Не зря говорится, что мужчины любят одних, а женятся на других. Представьте себе задачу, схожую с задачей мужчины. Вы въезжаете на машине в какой-то важный, с туристической точки зрения, город в день какого-то карнавала. Припарковаться на улице не реально. В городе есть несколько паркингов. Также в городе тянучки и пробки – желающих въехать в город много и вам нужно и запарковать машину и успеть на карнавал. Вы, правда, сначала попытаетесь попасть на паркинг в центре города, а потом будете пробовать другие паркинги, теряя в пробках драгоценное время и рискуя не припарковаться вообще? Или вы, все-таки, проигнорируете все дальние паркинги и попытаете счастья в паркинге, который ближе к центру, но не самый центральный? Вашим рассуждениям поможет тот факт, что центральный паркинг – один, а более-менее одинаково не центровых, но «тоже ничего» – несколько, что снижает напряженность спроса, при условии, что людей с таким же, как у вас, уровнем амбиций для любого паркинга – одинаково.

Мужская тактика выбора женщины точно такая же. Только правила «парковки» еще жестче. Вашу машину могут согнать с места, если найдется кто-то более богатый, чтобы заплатить двойную цену за час парковки. Мужчине не резон ухаживать за женщиной, расходовать на нее время и ресурсы, если велика вероятность соперничества с более способным женихом. Мужчине не резон даже подходить знакомиться с такой женщиной, ибо на нее очень высок спрос, и она отвергает потенциальных ухажеров с особым усердием. При этом, если затем пытаться счастья у менее красивых, то тоже будешь отвергнут, так как никто не желает быть женщиной второго сорта. Единственная математически правильная стратегия – игнорировать суперкрасавицу. При этом, у мужчин есть одно важное преимущество перед

¹ За эту идею, которая нашла применение в разных областях экономики и легла в основу многих других теорий, математик Джон Нэш (тот самый, про которого снят фильм "Игры разума") в 1994 году получил Нобелевскую премию.

паркующимися водителями машин. Представьте себе, что вы можете припарковать машину «где попало», а потом спокойно отправиться на поиски лучшего парковочного места или даже попытаться тихо подвинуть вон тот Бентли и постоять на элитной парковке, пока хозяин не вернулся¹.

В итоге, женщины-красавицы с хорошим уровнем культуры, которые не желают себя откровенно продавать, оказываются не у дел. Вульгарные нувориши их не интересуют, нормальные мужчины избегают и, для рационализации избегания, придумывают легенды, что все красавицы – дуры и бревна в постели, хотя, на самом деле, это им – слабо. Виноград зелен, ага. И в следующее поколение выходят просто симпатичные девушки, которых большинство и которые зачем-то мечтают стать красавицами, снабжая деньгами несколько отраслей экономики. Хотя, чтобы убедиться в неэффективности «абсолютной красоты», достаточно просто сравнить количество просмотров порно-роликов с участием «стандартных» актрис «губы, силикон, попа, ноги, макияж» и просто «типа скромных девушек».

По сути:

- Красивые редко бывают умными. Им просто не нужно это. Однако, цитируя Оскара Уайльда, красота – это подарок на несколько лет. Если вы чертовски красивы, вам не стоит расслабляться.
- Важный парадокс заключается в том, что начиная с некоторого уровня, чем вы лучше, тем меньше

¹ Очень похожую аналогию можно найти на рынке труда. Работодатели боятся брать персонал, который имеет очень высокую квалификацию. Есть даже термин такой, "overqualified". Работодатели боятся, что человек с высокой квалификацией воспримет предлагаемое рабочее место как временное и при случае тут же переметнется в другую копанию. И, тем более похожую аналогию можно обнаружить в продажах. Хороший продавец никогда не пойдет на контакт с какой-нибудь крупной системной компанией, если не имеет там хороших связей. Он будет идти по компаниям средней руки - не маленьким, на которых жалко время тратить, но и не сверхкрупным, на которых охотятся отделы продаж и мечтают заполучить все известные и неизвестные конкуренты.

вы будете востребованы. Если хотите привлечь к себе больше партнёров, то опустите планку.

- В любой рыночной системе, 100% использование производственных мощностей не ожидается никем. Превышение спроса над предложением возможно лишь в краткосрочных периодах. Ни одна авиакомпания не планирует свои полеты со 100% загрузкой. Ни один отель не заполняется на 100%. На любой, даже с виду заполненной парковке, более вероятно состояние, когда еще одно свободное место есть, чем когда мест нет вообще.





Не будешь ли ты так добр подумать над вопросом: что бы делало твое добро, если бы не существовало зла, и как бы выглядела земля, если бы с нее исчезли тени?

Ведь тени получаются от предметов и людей. Вот тень от моей шапки. Но бывают тени от деревьев и от живых существ. Не хочешь ли ты ободрать весь земной шар, снеся с него прочь все деревья и все живое из-за твоей фантазии наслаждаться голым светом?

М.Булгаков. «Мастер и Маргарита»

Те, кто помнит, чему их учили в школе, наверняка знают, что лягушка не видит неподвижные объекты. Также достаточно часто цитируют результаты эксперимента, при котором лягушка варится заживо, так и не удосужившись выпрыгнуть из кастрюли, если воду в ней нагревать очень медленно. Мы смеемся над результатами эксперимента, но, на самом деле, человек совсем недалеко ушел от этой лягушки. Ведь все базовые системы восприятия реальности, которыми мы владеем, развились еще тогда, когда предки человека даже толком не умели пешком ходить по земле. Многие ли из вас заметили, что двумя предложениями выше, слово «очень» было повторено дважды? Мы не заметив изменения, не заметили самого факта удвоения слов. Даже те, кто заметил удвоение, все равно вспомнят, что текстовый редактор специально подчеркивает такие случаи крас-

неньким, чтобы обратить внимание несовершенной системы восприятия человека на ошибку, находить которую она просто не умеет.

Мы, точно также как лягушки, перестаем замечать запах в помещении, если пробудем в нем достаточно долго. Мы ощущаем температуру кожными рецепторами также только в виде сравнения с предыдущей и последующей. Попробуйте левую руку положить в миску с ледяной водой, правую в миску с горячей, подождать, пока кожа привыкнет, а затем одновременно положить руки в миску с водой комнатной температуры. Когнитивный диссонанс вам обеспечен.

Проводились эксперименты и на зрительное восприятие. Люди не видят очень медленных изменений в демонстрируемых изображениях. Также они не видят перемен, если им показывают два похожих изображения, разделяя их демонстрацию какой-то помехой¹. Психологи проводили эксперименты, в которых покупатель не замечал, что продавец, который его обслуживает поменялся за то время, за которое он «наклонялся под прилавок». Также люди не могли заметить гориллу, гуляющую между людей, перебрасывающих друг другу мяч. Человеческое восприятие не совершенно, и мы совсем не видим очень много вещей и событий вокруг себя лишь потому, что мы не настроены их видеть. Они вырезаются из нашей реальности². Но, в основном, мы перестаем замечать вещи, которые не меняются или меняются очень медленно. Если медленно «закручивать гайки» политических свобод, то общество даже не заметит, как окажется в тоталитаризме. Если медленно менять

¹ Pringle, H.L. et al. 2001. The role of attentional breadth in perceptual change detection. *Psychonomic Bulletin & Review* 8: 89–95(7). Simons. D.J., and Chabris, C.F. 1999. Gorillas in our midst: sustained inattention blindness for dynamic events. *Perception* 28: 1059–1074.

² Спекулируя на несовершенстве человеческого восприятия, Питер Уотс написал фантастический роман «Ложная слепота».

привычный вкус пищи, то никто не заметит перемен. Хотя, если продемонстрировать разницу, то она будет очень заметна. Все знают, что вкус хлеба в разных странах разный. Но никто не может сказать какой именно вкус у привычного, ежедневного, хлеба. Хлеб как хлеб.

Точно также и общение между людьми противоположного пола. Оно перестает восприниматься как хорошее или вообще существующее, если оно не развивается со временем. Люди, общение с которыми у нас не развивается, перестают исполнять роль внешнего раздражителя и стимулировать нас к какой-то реакции. В кругу наших друзей или нас самих есть примеры того как длительные отношения между мужчиной и женщиной, лишённые прогресса, переходят в состояние «дружба», как пара, долго живущая вместе, оказывается живет «слишком долго» и их отношения не приводят ни к браку, ни к рождению детей, и они расходятся, как супруги, которые обзавелись детьми, погрязли в быту и рутине и отношения медленно, но неумолимо остыли до нуля.

Но что такое прогресс в общении? Наши ближайшие родственники, шимпанзе-бонобо, которые нам настолько близки, что нам можно переливать их кровь, используют секс как средство коммуникации. И у нас тоже секс и действия сексуального характера являются инструментом коммуникации. Мы не занимаемся сексом только для продолжения рода. Мы его используем как декларацию близости и взаимного доверия. То есть, развитие общения между мужчиной и женщиной так или иначе направлено в сторону постели. И если это направление не выдерживается, если нет прогресса в отношениях, значит люди разойдутся.

Даже явно не претендующая на продолжение в виде сексуальной связи коммуникация между людьми обусловлена, в первую очередь, сексуальными мотивами. Мы настолько привыкли к сексу, что не замечаем его. Если секс возможен – то он происходит буквально. Если он невозможен, то он все равно в основе взаимодействия. Например, родственники — это как раз те люди, которые,

как-то связаны между собой цепочками именно сексуальных взаимодействий. Мать родила дочь после секса с отцом. И дочь не занимается сексом с отцом и не просто не занимается, а это специально запрещено, это вызывает внутреннее отторжение и это, само отрицание секса между дочкой и папой - в основе их отношений. Дочь и отец ведут себя совсем не так как сын и отец. Стоит подумать, например, почему дочери любят хлопать дверью именно в ссорах с отцами?

Женщины способны как-то участвовать в жизни общества и не быть покусанными самцами лишь потому, что они, в отличие от многих других видов животных, научились скрывать овуляцию и оставаться, таким образом, привлекательными для самцов все время, а не только раз в году. Мы все время, в общении между людьми, выясняем кто красивее, кто сильнее, кто тут главный, кто как выглядит и что одел. Мы покупаем 90% своих вещей исключительно для общественного взаимодействия = сексуального взаимодействия. Когда мы покупаем машину или платье, выбираем квартиру или идем в ресторан - встроенный в нас компьютер, нацеленный, в первую очередь, на эффективное размножение, постоянно подсказывает нам что и как делать.

Когда девушка ищет представителя противоположного пола «для общения», а не для секса, она обманывает, в первую очередь, себя. Общение перестает ощущаться как раздражитель, если оно не имеет прогресса. Свидание, второе, третье, ужин, поцелуи, обнимашки, петтинг, секс, разнообразный и частый секс, совместное жительство, путешествия, дети, еще дети, новое жилье и другие ценные приобретения, образование детей, женитьба детей, внуки, пенсия, путешествия, правнуки. Вот маршрут или колея, способ встать на которую ищут те, которые хотят «просто общения». Это путь, где каждый шаг отличается от предыдущего и является прогрессом по отношению к предыдущему состоянию. Это путь, который, при правильном соблюдении ритма перемен, наполняет жизнь смыслом и счастьем. Это путь, который нам нравится. Нравится

точно также как белочке нравится собирать орешки. Это наши инстинкты.

Точно также и молодой человек, если он начинает или поддерживает общение с девушкой, он целится дальше. Он всегда целится дальше. И если девушка начинает думать «дать или не дать», то на самом деле она думает о том, продолжать отношения или нет. С одной стороны, ее опасения, что «ему только одно от меня надо» вполне справедливы и, возможно, парень, соблазнив ее, бросит, но с другой, если она не позволяет отношениям развиваться, то расставание неизбежно не «возможно», а наверняка. Вопрос «дать или не дать» вообще не имеет смысла. Делай то, что приятно тебе, а не то, что выгодно или не выгодно твоему партнеру. Если хочешь переспать – переспи. Бросит? Ну так бросит. Лучше сразу понять это, чем пытаться взрастить в партнере «эффект влипания» и, при этом, «влипнуть» самой. Но именно сама постановка вопроса «дать или не дать» означает, что речь идет, в первую очередь, об уровне доверия к партнеру. Достаточно ли парень и девушка близки, чтобы при помощи секса, как ритуала, закрепить взаимную близость и доверие друг другу? И если такой вопрос поднимается, то ответ, скорее всего: «нет, не достаточно». При этом, это не значит, что не стоит вступать в интимные отношения. Это значит, что не стоит думать, что именно текущее состояние отношений позволяет доверять партнёру на 100%.

Слепота людей к вещам, которые неизменны или меняются слишком медленно, является, с другой стороны, не только причиной расставаний, но и единственной реальной возможностью для людей вообще сблизится друг с другом. Дело в том, что человек принадлежит к общественным животным, которые образуют иерархические сообщества и это, удивительным образом, мешает размножению, что, в свою очередь, требует выработку специфических поведенческих механизмов, предназначенных для обхода этих удивительных препятствий.

Удивительные препятствия возникают в том месте, в котором возникает само иерархическое сообщество. В отличие от пчел, муравьев или антилоп, людям не все равно, с кем они общаются. Они различают индивидов и выстраивают свое поведение по отношению к соплеменнику на основе его репутации – истории взаимодействий этого соплеменника с другими членами группы. Если муравей ведет себя со всеми муравьями одинаково и вообще не помнит «в лицо» своих собратьев по муравейнику, различая только общую принадлежность другого муравья к своей семье, то волк, гусь или человек помнит. Волк помнит, что к тому волку лучше не подходить, а вот этот труслив и его можно прогнать, не вступая в драку. В таких условиях, лидер не должен меряться силами со всеми членами стаи. Ему нужно будет поспорить всего с двумя-тремя соперниками, чтобы остальные волки поняли, что имеют дело с сильнейшим.

Вторым, кроме умения запоминать репутацию соплеменников, условием образования иерархических отношений в сообществе, является вообще само желание выяснять отношения друг с другом. Стая макрели не устраивает драки друг с дружкой и не выясняет, у какой макрели жабры толще. То есть, видам, образующим иерархические сообщества, свойственна внутривидовая агрессия. Агрессия, не направленная на представителей других видов, а направленная на своих же соплеменников. Наличие внутривидовой агрессии – эволюционное приобретение, позволяющее членам стаи оптимально распределяться на кормовой территории¹. Это – полезное поведенческое приобретение, благодаря которому представители вида меньше конкурируют за еду. Степень агрессивности внутри вида зависит от способности членам стаи нанести друг другу вред. Чем сильнее вооружен хищник, тем в меньшей степени он будет пользоваться своими клыками и когтями для нанесения

¹ К.Лоренц. «Агрессия или так называемое зло».

вреда представителю своего же вида. Агрессия агрессией, а убийства эволюция не поддержит. У людей «что-то пошло не так» и научно-технический прогресс предоставил в руки людей оружие, не адекватное существующим у людей инстинктивным ограничениям. Человек человека, без специальной тренировки, голыми руками вряд ли убьет или серьезно покалечит. Поэтому, инстинктивная регулировка уровня агрессии как бы «не в курсе», что вместо зубов и ногтей используется смертоносное оружие. Эволюция еще не скоро научится регулировать агрессивность у людей с учетом наличия у них сконструированного оружия.

Человек, казалось бы, сравнительно мирное существо. Мы не грызем друг друга на улице и умудряемся сравнительно спокойно стоять в очередях. Разумеется, в давке общественного транспорта или в той же очереди уровень агрессии, вызванной нехваткой территории, возрастает, но до реального выяснения отношений дело редко доходит. Дело в том, что мы живем в сообществах гораздо большей численности, чем способен наш мозг обработать. Реальная агрессия проявляется в «своем кругу», а не по отношению к чужим и незнакомым людям. Кажущаяся парадоксальность этого утверждения быстро рассеивается если вспомнить как «дружелюбно» выстраиваются отношения у близких родственников при дележе наследства. Также можно вспомнить, что сорок пять процентов погибших насильственной смертью, включая жертв войн и терактов, были знакомы со своими убийцами. Так что, чем меньше людей знаешь, тем больше шансов прожить долгую и счастливую жизнь.

Но наличие внутривидовой агрессии и есть тем самым удивительным препятствием, которое просто мешает сблизиться двум особям не то что для продолжения рода, но даже для общения. С одной стороны отношения можно строить с теми, кого реально знаешь, но с другой, любое сближение должно инстинктивно вызывать

агрессию. Любое, если оно достаточно быстрое, чтобы быть замеченным. Это и есть те самые специфические поведенческие механизмы, которые все-таки позволяют сблизиться людям.

Весь процесс сближения людей это сложный танец, в котором каждая из сторон дает знаки другой стороне о том, что она не против очередного маленького сближения. А не против она потому, что уже достаточно привыкла к предыдущему состоянию и следующее сближение достаточно мало, чтобы не вызвать агрессивную реакцию. Если вдруг одному человеку понравился другой человек, то просто подойти и предложить секс или брак никак не выйдет. Ответом будет агрессия. Разумеется, не всегда. Существуют неожиданные или парадоксальные реакции на подобные предложения, но они крайне редки. По мнению «пикаперов» - молодых людей, практикующих именно «лобовые предложения», хотя бы телефон у девушки получается взять в среднем только на каждом 10-м запросе.

Для того, чтобы добиться взаимности, стоит «приучить» другого человека к себе. Он должен привыкнуть и, при этом, получать такой прогресс отношений, который не будет замечен системой, отвечающей за внутривидовую агрессию. По наблюдениям К.Лоренца, дикая гусыня именно так добивается взаимности гуся, в которого она влюблена, но который на нее не обращает внимания. Она просто все время находится поблизости, пока тот не привыкнет к ней и, привыкнув, не начнет проявлять знаки ответного внимания. Если не будет привыкания, то инстинктивный порыв сближения с представителем противоположного пола будет преодолен более сильным инстинктивным порывом агрессии по отношению к нему же. Кроме диких гусей и все другие животные, которым свойственна внутривидовая агрессия, используют тактику постепенного сближения. При этом, проявление агрессии как первой реакции не зависит от пола. Несмотря на расхожий стереотип, что все мужики – кобели, очень мало мужчин на улице согласятся переспать с незнакомой девушкой, которая предложит им секс.

Агрессия это не нечто плохое и не нечто такое, что мешает нам жить. Если бы не агрессия, люди бы никогда не знали любви или дружбы. Сближение, взаимное доверие, взаимопомощь могут быть эффективны и приятны только в том сообществе, где от соплеменников ждешь конкуренции и агрессии. Пара друзей всегда будет сильнее и лучше остальных одиночек. Любовь как чувство — это обратная сторона агрессии и ненависти. Нельзя представить себе влюбленную селедку или муравья — им их собратья безразличны. Они не выделяют для себя никого из окружающих. Взаимное влечение распознается нами лишь потому, что в норме мы взаимно отталкиваем друг друга и не пускаем к себе в личную сферу. От любви до ненависти не один шаг. Они суть одно и то же.

По сути:

- Любые отношения только тогда таковы, когда в них присутствует прогресс. Крайне мало успешных супружеских пар произошли от романов, длящихся годами.
- Человек использует секс как вид социального взаимодействия, как ритуал сближения. Это естественно для особей противоположного пола стремиться к сексу, даже если они не подразумевают организацию семьи.
- Любое сближение у людей успешно только тогда, когда оно постепенно. Знаки внимания и проявления симпатии должны быть взаимны и не торопить события. Если вам кто-то нравится, то лучше всего будет начать путешествие к браку с невинного общения, постепенно занимая все больше места в жизни этого человека. При этом, всегда стоит думать о прогрессе.



Прогресс, но задом наперед

Маркетинг

*Нормальные герои всегда
идут в обход!*

К.ф. «Айболит-66»

Каждый человек, как уже рассказывалось, обладает инстинктом внутривидовой агрессии, которая направлена на соплеменников, причем, вне зависимости от пола. Практически всегда нормальной и ожидаемой реакцией человека на быстрое приближение к нему, реальное или фигуральное, будет защита или даже встречное нападение. В большинстве случаев нельзя просто так подойти и сказать «я тебя люблю, идем переспим». Сработает внутривидовая агрессия, которая, трансформировавшись в сознании, обретет рационализацию. «Жертве» не понравится прическа, характер, речь, рост, вес, одежда — не имеет значения, что не понравилось и в чем именно эта неприязнь отразилась в сознании. Имеет значение то, какова была причина того, что возникла реакция агрессивного отталкивания более сильная, чем реакция сексуального притяжения. Почему включилась система защиты?

Эту систему защиты можно сравнить с линией Мажино с ее укрепрайонами, ДОТаами, пулеметами и системой подземных коммуникаций. Идти в бой напролом здесь нет смысла. Борьба — не метод, пригодный для любви. Наоборот, надо думать, как обойти эту «линию Мажино», зайти в тыл и сделать так, чтобы она стала защищать вас, а не от вас. Обычно парни или девушки подъезжают к «линии Мажино» во всеоружии. На танке из модной одежды, с броней из макияжа или дорогих аксессуаров, и снарядами для стрельбы глазами или пулеметными лентами шуток и анекдотов. Мудро ли это? Может быть,

лучше зайти пешком, не потревожив часовых? Идти без оружия и в гражданской одежде, чтобы не быть расстрелянным на месте как враг? И еще взять с собой в сумку немного еды, чтобы угостить дежурящих солдат? Ведь они не враги нам. Значит, мы должны их любить, а не сражаться с ними.

Есть старый анекдот про мужей, которые обсуждают, как пробраться в спальню к супруге в четыре утра, чтобы та не заметила столь позднего возвращения. Один из рецептов выглядел так: раздеться догола в коридоре и идти в спальню задом наперед. Если жена проснется, тут же сделать вид, что только что встал и идешь на кухню воды попить.

Однако, как в действительности оказаться по ту сторону линии обороны? Решение задач подобного рода в бизнесе очевидно, если мы будем планировать его от конца, то есть от цели, к которой стремимся. В детских наивных головоломках вроде «помоги зайчику найти морковку» путь легко находится, если вести по рисунку карандашом от морковки, а не от зайца. Если мы хотим куда-то попасть, надо искать путь отсюда, а не путь туда.

Рассмотрим простую задачку: вам нужно быть в Энске 13 апреля. Что вы делаете? Покупаете билет и летите? Ан нет! Вы на самом деле сначала планируете, причем планируете «с конца». Как вы рассуждаете: рейс в 06:50 вторника, значит, вам нужно быть в аэропорту в 4:50. Соответственно, вы должны сесть в такси в 4:00. Тогда вам нужно а) проснуться в 3:00, б) собрать перед сном чемоданы и в) заказать перед сном такси. Вы летите самолетом, поэтому вы ограничены емкостью тары для зубной пасты, дезодоранта, туалетной воды. Значит, в понедельник утром вы должны проверить, все ли из «набора для путешествий» у вас есть и, если чего-то не хватает, купить это по пути домой. И так далее, вернее, «и так ранее». То есть вы распоряжаетесь временем, выделяя в нужный

момент необходимую его дозу для каждой из задач, требующих решения, чтобы 13 апреля оказаться в Энске. Заметьте, что если вы в понедельник вечером зайдете не в супермаркет (или аптеку), а в хлебный магазин, потому что оттуда пахло булочками, вы не сможете улететь – предположим, что зубная паста для вас критично важна.

Однако в «борьбе за любовь» происходит как раз наоборот! Люди, пытаясь привлечь к себе внимание избранного представителя противоположного пола, думают лишь о «вкусе булочек», сиюминутном впечатлении, а не о том вопросе, который, на самом деле, должен быть задан: «Ты выйдешь за меня замуж?» Что произошло за секунду до этого, что этот вопрос был задан? Почему спрашивающий был полностью уверен, что ответ будет «да»? «Закрытие сделок» один из самых сложных навыков для продавцов потому, что они, в большинстве случаев, также не планируют «задом наперед». Они не просто «боятся» или «стесняются» закрывать, они не делают ничего, чтобы возник повод закрыть сделку.

Идею «думать задом наперед» можно проиллюстрировать типичным диалогом о продаже машины. Сравните диалог «борца, который сражается» и диалог, выстроенный «задом наперед».

Вот диалог первого продавца:

- Добрый день! Благодарим вас, что вы зашли в салон Ауди, салон самых лучших автомобилей в мире!
- Благодарю вас, автомобили Ауди выглядят действительно хорошо, однако я предпочитаю Мерседес.
- Вы не подскажете, почему именно Мерседес вам нравится больше?
- Мне нравится его 8-цилиндровый двигатель.

- Но ведь и у Ауди есть 8-цилиндровый двигатель, который к тому же завоевал главный приз 2009 года за качество системы впрыска!
- Система впрыска не самое главное.
- Почему?
- (раздраженно) Потому, что важны все компоненты в целом!

...

В таком диалоге невозможно понять, каким образом он может привести к закрытию сделки. Десятки книг по продажам учат продавцов задавать вопрос «Почему?». Ведь это же «открытый вопрос», а значит, по определению полезный. Дескать, после него клиент раскроет то, что его интересует на самом деле, и расскажет нам, что именно задевает его душевные струны. Но задавая это «почему», продавец не видит конечной цели и не планирует с конца. Это примерно то же, что после прочтения в 10-страничной книжке «Все про шахматы» о преимуществах рокировки, пытаться выполнить ее даже тогда, когда она может привести к мату через пару ходов.

Следующий диалог, диалог, в котором «киноплёнка» будет прокручена «задом наперед»:

- Пожалуйста, налево в конец коридора!
- А где у вас касса?
- Если вы сможете оплатить авто сегодня, мы организуем вам его регистрацию в течение суток и послезавтра вы сможете забрать машину.
- Как быстро я смогу забрать машину после оплаты?
- Почти 150 Н*м при 3000 об. Какие еще вопросы у вас остались?
- Что тут говорить, для моих целей явно подходит эта красненькая А3. Ей она очень понравится. Замечательный салон, хорошая гарантия и отличная

комплектация. У нее тихий и экономичный двигатель, который, как вы сказали, дает какой крутящий момент?

- Пройдемте посмотрим. (после осмотра и презентации) Итак, вы можете рассказать мне сейчас, чем эта машина вам нравится, чтобы я смог ответить на ваши вопросы или поговорить о других моделях?
- Нет, ну что вы, ей нужна небольшая машинка, как во-о-он та красненькая!
- Вы правы, это гордость Ауди на сегодняшний день. Вы представляете машину с таким двигателем для вашей супруги?
- Да, например, нашумевшая модель V8 с уникальной, завоевавшей приз системой впрыска!
- Вы сказали «в целом», то есть для вас в Ауди есть что-то такое, что бы вы хотели иметь в своем Мерседесе.
- Ну, мне показалось, что Ауди более женственна, чем Мерседес, хотя в целом я предпочитаю Мерседесы.
- Но простите, почему же Ауди?
- Машину для своей жены.
- Я заметил, что вы приехали на Мерседесе. А то вы ищите в салоне Ауди?

Если вам трудно читать «задом наперед», то вы конечно можете прочесть этот диалог в нормальной последовательности, начиная с первой, самой нижней, фразы.

Заметьте разницу. Если в первом случае продавец утверждал, что Ауди — лучший автомобиль в мире, чем вызывал инстинктивное сопротивление посетителя, то во втором случае он заставил посетителя оправдываться, и пулеметы системы защиты теперь работали для продавца, а не против него. В этом и заключается сама суть метода «задом наперед». дать

возможность человеку самому влюбиться, а не влюблять его в себя.

Метод «задом наперед» применим в бизнесе везде. Это и продажи, пример чего был приведен выше и бизнес-планирование, когда ставятся цели, а потом рассматривается путь ее достижения, через разбитие на подцели от конца и управление временем или персональной эффективностью. Но почему-то, когда речь идет о личных отношениях, этот метод, обычно не пытаются даже использовать, рассчитывая на инстинкты или «авось».

Девушки мучаются над тем, как сделать так, чтобы именно тот парень пригласил ее на первое свидание, а парни над тем, как сделать так, чтобы именно эта девушка не отказала на приглашение. Но ответы на это просты и очевидны, если идти «задом наперед». Ведь, если думать от конца, то становится понятно, что девушка уже пошла на свидание с человеком, которого почему-то уже хорошо знает или им которого у нее на слуху. Он не случаен в ее жизни. И наоборот, парень решил позвать девушку на свидание потому, что она каким-то образом прочно заняла большую часть его времени выделенного на общение. Ему просто больше некого звать на свидание.

Значит, делаем еще шаг назад, у этих людей было достаточно много поводов общаться, например, они достаточно часто имели возможность обращать друг на друга внимание. Или они как-то попросили несколько раз друг друга об услуге и отблагодарили за это. Тут «шаг назад» тоже однозначен: Если «обращали внимание» - то, может, все началось с «лайков» в соц.сети и невинной переписки на актуальную для одного из них тему? Если просили об услуге, значит интересовались жизнью и проблемами и предлагали помощь? Еще шаг назад и видим простую фразу, например: «Привет, можно тебя попросить о помощи»? Или: «Привет, у тебя статус в фейсбуке

странный, что-то случилось?». Если это еще не "самое начало", и "на ты" никто не переходил, значит нужно копнуть еще назад и найти ситуацию, в которой "на ты" уже перешли. А как к ней перешли? Еще шаг назад.

Есть очень простой карточный фокус, в котором человек, демонстрирующий его, достает из колоды карту, которую заказал зритель. Секрет этого фокуса заключается в подходе «задом наперед». Фокусник просто знает, какая карта лежит сверху в колоде и заставляет зрителя выбирать постепенно такую группу карт, в которой находится искомая карта.

Например, если сверху колоды лежит валет треф, то фокусник попросит загадать и назвать две любые масти. Если в выбранной паре будет трефа, то фокусник предложит выбрать в паре одну масть из двух. Если в выбранной паре трефы нет, то фокусник спросит «а какие масти остались» - в названных мастях трефа уже будет. И фокусник опять предложит выбрать одну масть из двух. При выборе одной из мастей, снова, если будет выбрана не трефа, то фокусник спросит: «А какая масть осталась», заставляя, таким образом, зрителя все равно назвать трефу, но зритель будет думать, что это он выбрал эту масть. Потом фокусник спрашивает: «Назови пять трефовых карт». Если в этой группе будет валет, то фокусник попросит выбрать из пяти три карты. Если валета не будет, то он спросит «а какие карты остались». И так до самой последней карты. Последнюю карту – так выходит, что это валет треф, фокусник достает из колоды и показывает удивленному зрителю, который считал, что это он назвал фокуснику эту карту.

Почему такой фокус получается? Потому что фокусник видит цель и ведет к ней, играя «задом наперед». Он как бы спрашивает себя постоянно: «какой предыдущий был выбор зрителя, что он в нем оставил трефового валета» и ведет ничего не подозревающего зрителя, фактически, по единственно возможному пути.

Герой Алека Болдуина Блейк в фильме *Glengarry Glen Ross* в своей речи, направленной на, как должно показаться зрителю, мотивацию продавцов, говорил “ABC – Always Be Closing” – «Всегда закрывайте сделки!» Красивый и эмоциональный фильм про тяжелые будни продавцов недвижимости не создавался для просмотра самим продавцами. Фильм «Гравитация», в котором, оказывается, у космических кораблей есть ручки для открытия люков снаружи, также был рассчитан на аудиторию несколько большую, чем отряд космонавтов. Практически все голливудские фильмы с участием в сюжете русских или России полны переводческих или культурных ляпов. Надписи кириллицей часто вообще бессмысленны – не для русских кино делается. Так и фильм *Glengarry Glen Ross* («Американцы», в нашем прокате) явно снимался теми, кто в продажах и мотивации персонала ничего не смыслит.

Худшее, что можно придумать с точки зрения мотивации – это угроза увольнения, которую использовал Блейк, осыпая продавцов оскорблениями и рассказывая, какой он сам великолепный. Худшее, что можно придумать с точки зрения продаж – постоянно пытаться закрывать сделку – то есть, добиваться от покупателя согласия. К сожалению, слоган “ABC – Always Be Closing”, изобретенный для этого фильма, был подхвачен менеджерами и тренерами продавцов и снова вернулся на экраны, уже как цитата в еще одном фильме про продавцов «Котельная». Но почему этот слоган не верен?

Нельзя сказать, что он не верен. Он верен в ряде случаев. Если у нас ведутся транзакционные продажи, то ABC – самое то. И, если на сексуальном рынке транзакционные продажи призваны удовлетворять чувство похоти, то агрессивное поведение в стиле «Всегда закрывайте сделку» можно найти и со стороны мальчиков-пикаперов и со стороны проституток. Очень красочно проиллюстрирована настойчивость девушки

легкого поведения закрыть транзакционную сделку в фильме «Бриллиантовая рука» - «Цигель, цигель, ай-лю-лю».

В этом же фильме проиллюстрирована и реакция потенциального покупателя, настроенного, скорее на консультативную или стратегическую сделку: «Руссо туристо – облик морале!». Реакция покупателя, таким образом, зависит от того как он сам воспринимает подобную сделку, а не только как именно такая сделка воспринимается продавцом. Для успешного проведения продаж очень важно, чтобы продавец понимал, на какой тип сделки настроен покупатель. Если, скажем, девушка настроена на транзакционную сделку в стиле «затащить кого-нибудь на секс на выходные», а парень начинает издалека и зовет в музей, то сделки не выйдет, несмотря на то, что парень тоже был бы не против хорошо провести выходные, но он просто не угадал. Общее правило продаж состоит в том, что чем сложнее для потребления кажется продукт покупателю, тем более он склонен к консультативным и стратегическим продажам, чем к транзакционным. Человек, плохо разбирающийся в коньяках, будет мяться у витрины супермаркета, долго слушать советы сомелье, перебирать бутылки, пытаясь угадать содержимое по этикетке, приходиться к витрине несколько раз и нерешительно брать что-то, основываясь не на своем вкусе, а на догадках. Человек же, знающий, чего хочет, поступает проще – подходит и берет то, что он знает. Если же нет того, чего он знает, то он достаточно быстро определится по этикеткам, чему стоит доверять и также быстро уйдет. Для опытного покупателя это будет транзакционной сделкой.

На сексуальном рынке все точно также. Чем менее опытна девушка, тем дольше она будет перебирать парнями и тем больше ее поведение будет соответствовать покупателю «консультационного» или «стратегического» типа, несмотря на то, что оснований для стратегической сделки как бы даже и

нет, и сам стратегический подход к сделке не разделяется потенциальными партнерами и несмотря на то, что ей жуть как хочется секса, но, ах, «не с кем». Парни, ищущие свою возлюбленную, часто просто не знают, как подойти к девушке, которая, скорее всего, уже давно все поняла и не делает сама первый шаг исключительно из тактических соображений, а не потому что стесняется. Несоответствие ожидаемого типа сделки – чуть ли не главное препятствие на пути двух сердец.

Фильм *Glengarry Glen Ross* повествовал о продавцах недвижимости. Возможно для самих продавцов, которые заключили десятки одинаковых сделок, это – просто транзакция, но для покупателей это явно стратегическое приобретение. И именно в продажах недвижимости совсем не уместна настойчивость продавца закрыть сделку. Она скорее отпугнет покупателя, которому требуется время и комфорт для принятия решения. При ведении консультативных или стратегических продаж сделка почти никогда не совершается с первой встречи продавца с клиентом. Стратегическая продажа — это вообще – выстраивание отношений и там и двух встреч будет мало. Однако, если мы встречаемся, но не продаем, то зачем нам эти встречи? На самом деле продавать надо. И продавать надо то, что продаётся транзакционно. Продавать надо маленький шаг навстречу.

В стратегических и консультационных продажах различают 4 результата сделки: закрытие, отказ, прогресс и отсрочку. Одна из главных ошибок продавцов заключается в том, что они не умеют различать отсрочку от прогресса и, заканчивая встречу, удовлетворяются согласием клиента «пообщаться еще, потом» или «созвониться после праздников». Вопрос не в том, что нужно, во чтобы то ни стало, добиваться от клиента конкретного прогресса – для этого, кстати, существуют специальные техники, а в том, что не нужно рассматривать такое завершение встречи как хороший признак. Часто

у продавцов спрашивают, чем закончилась встреча и они воодушевленно начинают рассказывать: «О, мы ознакомились, нашли общие точки соприкосновения...». Хорошо, а что дальше? Такая встреча прошла зря.

Чтобы понять, какой прогресс нам нужен, стоит посмотреть на процесс закрытия стратегической сделки задом наперед. Например:

- У нас дом полная чаша, нужное количество детей, мы уже 15 лет вместе
- Мы не развелись в первые годы совместной жизни так как, когда прошла влюбленность мы ценили друг друга как друзья и близкие люди
- Мы влюблены, у нас медовый месяц длится уже год
- Свадьба
- Мы видим друг в друге родителей наших детей и(или) мы доверяем друг другу настолько, что готовы длительно вести совместное хозяйство и поэтому решили пожениться
- У нас постоянные отношения каждый из нас занял свое место в жизни другого, мы представляемся как пара нашим друзьям
- У нас были совместные приключения и испытания. Мы знаем друг друга «с другой стороны». Мы доверяем друг другу.
- У нас несколько раз был секс. Наши вкусы и желания совпадают.
- У нас был первый секс
- У нас был первый поцелуй
- Мы взяли за руки и не отпустили их
- Мы пошли на второе свидание
- У нас было первое свидание

- Кто-то из нас предложил провести интересно время вдвоем
- Кто-то из нас подарил другому какую-то безделушку как знак внимания

Когда мы построим сделку «задом наперед», то последовательность шагов или желаемый прогресс виден как на ладони и не возникает вопросов «а что делать дальше». Также понятны и цели каждой из встреч. И, разумеется уже, что если партнеры согласились провести второе свидание, то они точно не противны друг другу и прогресс нужно предлагать, иначе это просто поставит второго партнёра в неловкое положение. Правила хорошего тона уже диктуют необходимость прогресса. Парни часто не понимают, что если девушка согласилась пойти с ними на второе свидание, то она уже ждет, что ее поцелуют. Парни часто не понимают, что они обязаны предложить второе свидание, если на первом они гуляли взявшись за руки, после того как он подал ей руку для того, чтобы она не оступилась, и она не забрала свою руку назад. Девушки, кстати, эти тонкости понимают намного лучше парней, так как у них, как правило, лучше развит эмоциональный интеллект. Но и они также, если парень им нравится, должны понимать какова именно та самая «маленькая» цель свидания. Ведь можно годами «дружить», но из этого ничего не выйдет. И, точно также можно бесполезно или даже портя отношения предлагать жениться или выйти замуж до того, как образовались доверительные отношения. Это тоже самое, что предлагать покупателю, ждущему консультативной продажи или, с точки зрения биологии, находящемуся в состоянии дофаминового влечения, предлагать стратегическую сделку или, биологическими терминами, окситоциновую зависимость. Для того, чтобы начал работать окситоцин или, другими словами, влечение переросло в привязанность, необходимо обязательно

пройти этап совместных испытаний, когда люди получают возможность узнать друг друга по-настоящему.

Именно потому, что отсутствует стратегический взгляд на ход сделки, девушки и парни, которые ищут в парнях "супруга и отца/мать своих детей", не могут такого найти, так как просто не доходят в отношениях до этапа, где этот вопрос вообще уместен. Нельзя понять "отец(мать) ли он(а) моих детей", не узнав человека. А его и не пытаются узнать, отказывая всем подряд в первом свидании только потому, что "он не похож на отца моих детей". Все что нужно делать, это идти на следующий шаг и отказываться, если этот следующий шаг не понравился. Но нельзя отказываться от следующего шага только потому, что кажется, что он не понравится. Посмотрите на список шагов - он приблизительный. Поймите, что еще не хватает. Поймите, как далек путь от состояния "у нас поцелуй/секс" до "я вижу в нем/ней родителя моих детей".

Очень хорошо повышает эффективность продаж простая запись продавцом желаемого и запасного результата встречи до самой встречи. Люди с удовольствием готовы рационализировать и представлять, что все прошло великолепно и, таким образом, обманывать себя при помощи встроенной машины обеспечения счастья. Именно поэтому важно записать желаемый результат до самой встречи, чтобы понимать потом, с холодной головой, достигнут он или нет.

Планируемый результат должен быть конкретен, измерим, достижим, ограничен во времени и соответствовать общей цели. В целеполагании есть даже аббревиатура "S.M.A.R.T" для описания правильно поставленной цели: "Specific, Measurable, Attainable, Relevant, Time-bound"¹.

¹ Конкретный, измеримый, достижимый, релевантный, ограниченный во времени.

Не может быть хорошим результатом первой встречи договоренность «созвониться». Но, при этом, хорошим результатом будет договоренность встретиться с какой-то определенной целью еще раз на этой неделе и договорённость созвониться завтра для этого. Если вы гуляли по выставке цветов и нашли, что вам обоим нравится оперный театр или конкретное кино или еще что-то, то вот она, цель. Значит, в ходе первого свидания сама беседа должна строиться так, чтобы стало понятно, что вас объединяет и как именно вы можете провести время в следующий раз. То есть, еще раз, включаем «задом наперед», чтобы понять, как именно нам стоит завершать первое свидание.

По сути:

- Планируйте «от конца». Это единственный способ преодолеть автоматическую агрессию. Планируйте шаги прогресса.
- С точки зрения маркетинга и продаж нужно четко знать: а) что готов «купить» партнер на следующей встрече и б) что ты можешь и готов(а) «продать» из этого.
- Нужно знать, к какого типа сделки готов покупатель. Нельзя будет «продать» секс, если партнер настроен на брак. Точно также и «стратегические» ухаживания неуместны, если партнеру хочется просто секса.
- Записывайте результат, который вы планируете получить и сравнивайте потом его с фактом.
- Always Be Closing, но по чуть-чуть. Это важно и для того, чтобы действительно был прогресс в отношениях, часто нетерпеливо ожидаемый другим партнером и для того, чтобы понимать по

тончайшим намекам, выраженным в виде отсрочек вместо прогресса, что «ловить нечего» и тихо расставаться, не пытаясь быть навязчивыми и не пытаясь настырно «продавать себя» во чтобы то ни стало. Лучше же остаться друзьями, чем не состоявшимися партнерами. Вы же еще не раз поможете друг другу в будущем.





Коты в мешках

Гораздо легче обманывать других, чем не обманывать себя самого.

Марсель Жуандо

Представим себе, что на базаре стоят люди с котами в мешках. У одного красивый цветастый мешок, на котором красуется надпись «элитный персидский кот», у другого — простой брезентовый мешок с надписью «кот-мышелов», у третьего — «кот обычный, недорого», у четвёртого на мешке наклеена фотография пушистой няшки и т.д. Проверить содержимое мешка невозможно. У всех разная цена. Какой мешок выбрать? Именно в таком состоянии находятся потребители, покупая что-то у того или иного продавца.

Конечно, потребители будут думать, что рассуждают логично, делая свой выбор:

- Кто-то подумает, что в дорогом шёлковом мешке с головокружительным ценником уж точно будет годный кот. А если там будут кирпичи, значит, это престижные коты теперь так выглядят.
- Кто-то выберет мешок с ручкой: раз он все равно не знает, каков кот, то хотя бы сделает для себя удобнее переноску мешка.
- Кто-то выберет мешок попрочнее, считая, что кот, находящийся внутри, так не сможет поцарапать хозяина.
- Кто-то пошёл на рынок с определённой целью и купит мешок с надписью «кот-мышелов», полагая, что в мешке, вероятнее всего, находится кот, умеющий ловить мышей.
- Кто-то попросит всех продавцов взвесить мешки и выберет самый тяжёлый. Ну или самый лёгкий, уж кто его знает?

Но большинство людей поступят, как они полагают, вполне прагматично. Они выберут самый дешёвый мешок с котом, раз все равно не известно, есть ли там животное.

Остальные продавцы, видя, как расходятся дешёвые коты в мешках, начнут снижать цену на свои предложения. В этой ситуации наибольшую прибыль и, соответственно, наилучшее предложение и наивысшие объёмы продаж будут обеспечены тем, у кого и кота в мешке-то нет. Такой продавец может снижать цену до упора, выдавливая с рынка всех остальных, которым просто не выгодно продавать своих котов на таких условиях. Те, кто останутся на рынке, также будут продавать кирпичи, но не котов.

Можно подумать, что такая ситуация на настоящем рынке невозможна. Всегда-де можно потребовать кота к предъявлению. На самом деле, существует очень много рынков, где кота можно увидеть, только сперва заплатив. Например, вы никогда не узнаете, как именно пострижет вас парикмахер до того, как он это сделает. Или никогда не поймете качество услуг врача до их оказания. Вы не сможете оценить работу аудиторской компании. Вы ничего не узнаете о своем сексуальном партнере до того, как он стал таковым.

Такое положение дел обычно для рынков с асимметричной информацией: продавец знает о своем товаре лучше покупателя¹. Оказалось, что на таких рынках средняя цена товара имеет тенденцию снижаться, даже для товаров с идеальным качеством. Преследуя свои цели, нечестные продавцы могут предложить менее качественный (и более дешевый) товар, в результате чего реальные продавцы терпят убытки, а потребители отказываются от покупки и с недоверием относятся даже к качественному товару.

¹ Механизм работы такого рынка подробно рассмотрел нобелевский лауреат Джордж Акредлоф. В своей работе «Рынок „лимонов“: неопределенность качества и рыночный механизм» он построил математическую модель рынка с несовершенной информацией.

Кроме регуляторов, которые представлены органами лицензирования и контроля, функции снижения отрицательных эффектов асимметричности играют репутационные факторы, такие как брендинг или приверженность потребителей. Однако, на сексуальном рынке, по понятным причинам, репутационные факторы не играют роли. Рынок, на котором не работают регуляторы и отсутствуют бренды, просто обязан вырождаться. Никто не должен инвестировать в "кота", если нужно инвестировать в "мешок". Мир полон пустых барышень и парней, умеющих лишь производить хорошее впечатление, но быть, например, отвратительными любownikами. Большинство претендентов в сексуальные партнеры сосредоточены лишь на средствах охмурения и соблазнения, даже не задумываясь о том, как жить со своим партнером дальше.

Это - классический подход к продаже товаров на рынках с асимметричной информацией, который подразумевает, как и на рынке котов в мешках, что выиграет тот, кто создаст впечатление дорогого кота в мешке, а на самом деле положит в мешок кирпичи. Именно отсюда растут корни необходимости наличия "загадки" у женщины, которая себя продает на сексуальном рынке. Чем меньше знает покупатель, тем больше прибыль продавца на рынке с асимметричной информацией. Фактически, информация — это то, что продается и покупается на таком рынке.

Предположим, кирпичи всегда можно вернуть назад, но и тут встает вопрос транзакционных издержек. Часто этим пользуются загородные гипермаркеты, продавая бросовый хлам по такой цене, чтобы покупателю просто не захотелось ездить туда ещё раз, чтобы вернуть товар. А ещё можно устроить сложности с его возвращением, например, в виде очереди из таких же возмущенных потребителей. Так поступает один киевский оператор кабельного телевидения, стремясь сократить отток клиентов не за счет улучшения сервиса, а за счет выстраивания административных препятствий при расторжении контракта.

На сексуальном рынке существует неравноправие участников сделки. При явной взаимной асимметричности информации, цена ошибки для женщины значительно выше, что означает более высокие транзакционные издержки сделки - любые риски учитываются как издержки. Ведь, на самом деле, у мужчины меньше, чем у женщины шансов, в случае неудачного выбора, остаться с грудным ребенком на руках без возможности хорошо зарабатывать. Мы поразному оцениваем нашу склонность к риску при разных ставках: вероятность выиграть или проиграть 100 долларов не сравнима с вероятностью разбогатеть в два раза или проиграть всё, что есть.

Также человек оценивает вероятность проигрыша как более значимую, при принятии решения, чем вероятность выигрыша. Люди более несчастливы от проигрыша 100 долларов, чем счастливы от выигрыша такой же суммы.

Женщины, ввиду специфических эволюционно-биологических гендерных ролей субъективно менее склонны к риску по сравнению с мужчинами. С точки зрения экономики и мужчины и женщины находятся на одной и той же оптимальной кривой соотношения риска к доходности. Просто больший, чем у женщин, биологический риск мужчин компенсируется большими возможностями, в случае удачи, передать свои гены.

И, наконец, издержки "выхода из сделки" у мужчин также намного меньше, чем у женщин. Он меньше теряет свою стоимость на сексуальном рынке за время брака, экономически отделяется лишь алиментами, но, при этом, продолжает быть более, чем женщина, эффективными на рынке труда, так как не отягощен персональным участием в уходе за ребенком.

И, в такой ситуации, правильной стратегией женщины является создание высоких транзакционных издержек сделки для мужчины. Стимулирование высокой стоимости ухода и последующий брак "по залету" - типичные средства "удержания" партнера в условиях, когда женщина ничего, кроме самоходной системы обслуживания органов репродуктивной системы, не представляет.

Главное при таком подходе — создать впечатление выгодной сделки, увеличив асимметричность информации со своей стороны и, соответственно поднять риски сделки у партнера, уравнивая, таким образом, позиции участников сделки.

Кирпичи на сексуальном рынке в мешок кладут редко. Хотя мне известны случаи, когда мужчина отказывался по высоким моральным принципам вступать в секс до брака, а женившись, признавался в своей импотенции. Также полно историй, происходящих с туристами в Таиланде, когда "сняв" девочку они получали в постели красивого мальчика с силиконовой грудью. Но все равно, что на сексуальном, что на любом другом асимметричном рынке, при помощи рекламы и пропаганды у покупателя создают впечатление, что он покупает нечто большее, чем продаётся на самом деле. Дезодорант якобы делает человека неотразимым, сигареты — крутым, а ноутбук — влиятельным и богатым. При этом в любом случае продаётся нечто, что лишь минимально соответствует заявленным характеристикам, чтобы не провоцировать возврат товара. Зачастую продаётся что-то вообще не соответствующее ожиданиям клиента. Товар лишь создаёт у покупателя впечатление о наличии того, что он приобрел. Простейший пример — сосиски и колбасы практически без мяса, «молочные» продукты из пальмового масла, страховой полис, по которому никто не собирается выплачивать деньги или сексуальный партнер с уровнем культуры явно меньшим или большим, чем казалось раньше.

Упаковка оказывается важнее содержимого, а деньги, потраченные на маркетинговое продвижение товара, всегда можно забирать из стоимости этого самого товара. И тогда мы получаем пустую оболочку из хорошей фигуры и одежды, макияжа и украшений. А обладатели реально ценного товара уходят с рынка, опустив руки и понуриив голову.

Существует также явление, очень характерное для рынков с асимметричной информацией, — антиселекция. Пример антиселекции — выбор банком стратегии выдачи кредитов. Чем выше

процент займа, тем больше шансов, что его возьмет человек, который и не думает возвращать деньги кредитору. Банкиры, чтобы нивелировать риск невозврата, снова повышают ставки, но это приводит к ещё большим безнадежным задолженностям. В данном случае именно банкиры являются «покупателями», ведь это они платят заёмщикам деньги (в надежде на получение продукта — дохода от кредита).

Подобная антиселекция существует на всех асимметричных рынках, в том числе и на сексуальном. Чем "выше" планка, которую выставляет "покупатель", перебирая потенциальных партнеров, тем вероятнее, что его обманут. Но очередной обман заставляет поднимать планку еще выше и, таким образом, еще больше провоцировать обман. Женщины, которые поднимают "планку" и думают о "дам" или "не дам" сосредотачиваются не на том, что реально важно. Если стоит вопрос "дать" или "не дать", то для женщины этот мужчина уже приемлем в постели. Якобы женщина боится, что "ему только этого и нужно". Так если боишься, то проверь. Просто нужно оставаться хозяйкой себе самой. Переспать для своего удовольствия, а не "дать" и не требовать внимания от мужчины. Если ему было нужно именно "это" - женщина сэкономила кучу времени, приобрела опыт и, если все хорошо, оргазм. Если ему нужно что-то еще, то он сам захочет продолжения отношений. Но поднятая "планка" парадоксально фильтрует всех мужчин, кроме тех, которым "только это и надо" и женщина, испытав очередное, не совсем обоснованное, разочарование, снова поднимает "планку" еще выше, оставляя, таким образом доступ к своему телу лишь отпетым сексуальным мошенникам.

Может показаться, что женщина с "низкой" "планкой" предстает в глазах окружающих, как "не серьезная" или как "женщина легкого поведения". Но, во-первых, планка не должна быть слишком низка. Это естественно для женщины выстраивать препятствия к доступу к своему телу точно также как банку все-таки стоит присматриваться к потенциальным заемщикам и планировать брать

процент за выданный кредит. Во-вторых, не стоит забывать, что мы живем в анонимном обществе и лучше всего для женщины, чтобы о ее мужчинах не знал вообще никто до тех пор, пока отношения с одним из них не станут называться "серьезными". В-третьих, "легкое" поведение очень хорошо отсеивает потенциальных ревнивцев, консерваторов и домостроевцев, что не так уж и плохо для современной женщины. В-четвертых, оценка окружающих зависит, в первую очередь от самооценки: или это свободная, раскрепощенная женщина, делающая то, что она хочет и с кем хочет, или это отчаявшаяся девица, ложащаяся под кого попало. Это вопрос воли и выбора. Если выбирают тебя, то ты - шлюха. Если выбираешь ты, то ты - хозяйка положения.

Если нельзя открыть мешок до покупки, продавцы часто предлагают попробовать товар бесплатно перед употреблением. Так поступают производители программного обеспечения, предлагая "тестовый период". С появлением контрацептивов и ДНК-тестов, эту же методику можно использовать и на сексуальном рынке. Достаточно осознать, что секс с партнером ничего не значит и не должен приводить обязательно к какому-то прогрессу в отношениях. "Предназначенность" секса целям продолжения рода - религиозный миф, табу, порабощающее людей. Если бы секс у людей существовал только для продолжения рода, то самки человеков отказывались бы от секса в любое время, кроме овуляции. Человечество никогда не использовало секс именно как инструмент продолжения рода. Наоборот, род продолжался потому, что у людей существуют иные причины для занятий сексом. Не секс покупается на рынке, но партнер целиком. С его способностями, уникальностью, культурой, привычками, образом мыслей и способом действий. Отягощенное сексуальными табу и моральными устоями общество традиционно воспринимает секс как материализацию ритуала обряда или даже свадьбы.

Секс необходим людям в качестве "социального клея", сближающего людей и декларирующего более тесные, чем с другими людьми, взаимоотношения. Но, чтобы узнать партнера, одного секса мало. Партнера нужно "попробовать" и в радости, и в горе. Человеческие качества очень хорошо проявляются при испытаниях. Насколько он заботлив или эгоистичен. Силен духом или слаб, смел или труслив. В кинофильме "Вертикаль", в песне В.Высоцкого поется:

Если друг оказался вдруг
И не друг, и не враг, а так,
Если сразу не разберешь,
Плох он или хорош,-
Парня в горы тяни, рискни,
Не бросай одного его,
Пусть он в связке в одной с тобой -
Там поймешь, кто такой.

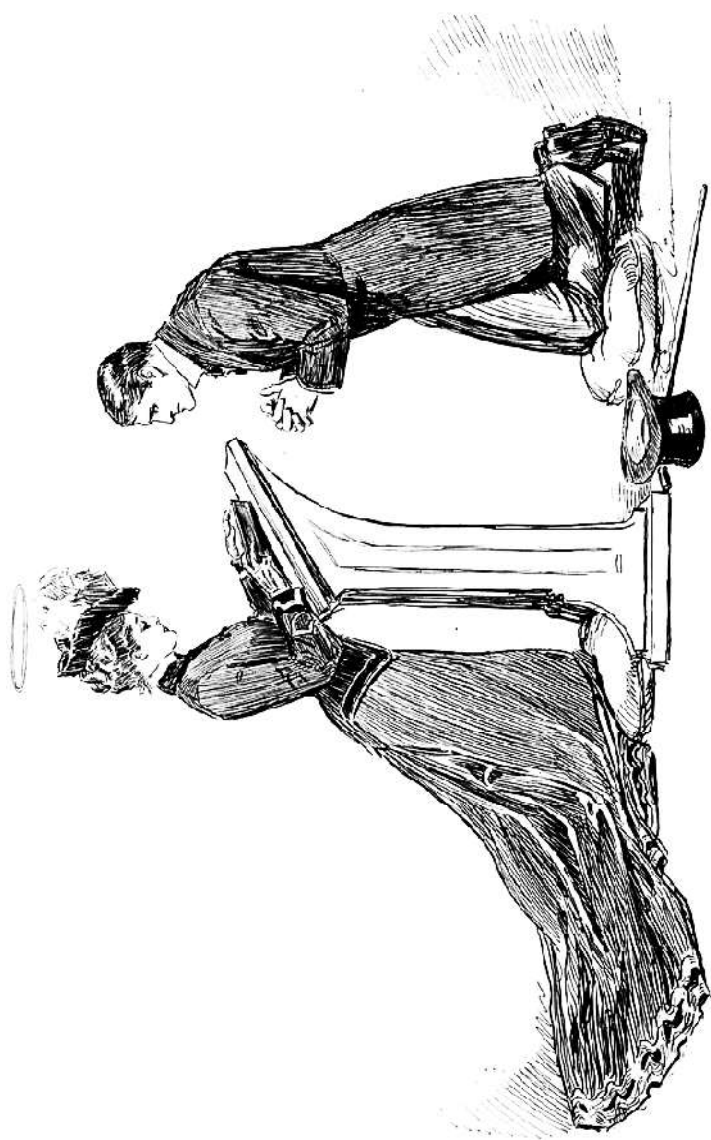
Да, горы - хорошее испытание. В горах моментально видно, чего стоит человек. Но горы - не для всех. Их можно заменить любым другим активным времяпровождением. Поездка "дикарем" за границу, неделя в палатке на берегу реки, совместная работа в волонтерских проектах, дальний велопоход - есть много способов "пощупать" человека перед тем как окончательно выбрать его. Конечно это не должно быть "испытание подарками". Так можно узнать лишь о жадности и недостатке партнера. И это не обязательно должно быть связано с активными физическими нагрузками. Нужно просто найти простые способы оценить человеческие качества партнера, такие как взаимовыручка, забота, целеустремленность, не боязнь трудностей, взаимная поддержка, честность, отношение к людям, способность быть другом и т.п. И вот тогда, когда мы приоткроем мешок, мы сможем принять во внимание все факторы, необходимые нам для оценки качества партнера. Принять во

внимание мы сможем, но сможем ли правильно взвесить? Когда мы хотим с закрытыми глазами дотронуться пальцем до кончика носа, мы не пытаемся, на самом деле, координировать сознательно движения руки, рассчитывать углы изгиба суставов, поддерживать актуальность внутренней "карты" тела с координатами носа в ней. Мы просто спрашиваем наш внутренний компьютер: "где нос" и просим предоставить ответ в виде механического движения.

Так что взвешивание всех факторов, определяющих качество партнера - не наша забота. У нас в голове есть превосходный вычислительный комплекс, специально приспособленный для решения таких вот оптимизационных экономико-математических задач. Итогом вычислений будет простой ответ "остановиться на этом или искать дальше", то есть, есть ли шансы найти лучшее и если есть, настолько ли они велики, чтобы отбросить уже имеющегося кандидата. Просто этому комплексу нужно задавать правильные вопросы. Если задавать вопрос вроде "хороший ли это парень", то следующий из вычислительного комплекса ответ "да" моментально запускает нейромедиаторную реакцию стимулирования сближения, именуемую словом "любовь". Стоит, поэтому, задавать вопросы более стратегические: "похожа ли она на мать моих детей" или "как он будет любить нашу будущую дочь". ЭВМ внутри нас даст ответ, более близкий к правильному, чем наше сознание. Но сознание может правильно спросить. А это чаще важнее способности ответить.

По сути:

- Кота в мешке стоит рассмотреть перед покупкой.
- Сильное задираание планки приводит к антиселекции.
- На рынках с асимметричной информацией часто используется «тест-драйв» или «пробная закупка». Не стесняйтесь узнать о партнере как можно больше до того, как связать себя с ним узами брака.



Моральные скрепы

Биология

Чтобы постичь истинные основы морали, людям нет необходимости ни в богословии, ни в откровениях, ни в богах; для этого достаточно простого здравого смысла.

Поль Арни Гольбах

Мужчину от женщины отличает одна важная особенность. Мужчина, в отличие от женщины, не уверен в том, что он отец своих детей. Ну, то есть, пока женщина нянчится младенцами, мужчина на охоте убивает мамонта, чтобы прокормить свою жену и детей. И если случится так, что дети – не его, то с точки зрения биологии, мужчина как минимум зря утруждался, а как максимум вообще оказался практически стерильным. Такие парни получают приз Дарвина и уходят со сцены эволюции не размножившись.

Лучшая тактика для мужчины в таких условиях – не идти с соплеменниками на охоту, взять отгул или больничный, остаться вместе с самками в пещере и сделать свое эволюционное дело. Но в таких условиях еду приносить будет некому – кто ж пойдет на охоту, когда лучше взять отгул, и приз Дарвина получает уже целое племя, умерев от голода.

Хорошим вариантом решения проблемы является промискуитет со взаимной ответственностью. Сексом занимаются без обязательств, не реже, чемжимают друг другу руку, а дети, родившиеся в племени, воспитываются и снабжаются едой сообща. Работающая система в небольших по численности, человеческих сообществах, которая до сих пор практикуется некоторыми племенами Полинезии. Например, самый близкий к человеку из ныне живущих вид животных – шимпанзе бонобо, пользуются сексом именно как «социальным клеем». Секс у их вы-

тесняет агрессию, используется как инструмент примирения, социальной коммуникации, приветствия. Они – единственные живые существа, кто использует многообразие сексуальных поз, практикуют анальный секс, поцелуи с языком, поддерживают постоянные сексуальные контакты с однополыми сородичами, имея ввиду ничего более, чем игру. Например, самцы могут фехтовать пенисами или, в качестве примирения, тереться мошонками друг об друга. Точно также самки могут тереться друг об друга гениталиями, в качестве акта знакомства или признания членства в стае. Если у стаи есть повод для радости, например, нахождение нового источника пищи, они отмечают этот праздник повышенной сексуальной активностью. Что интересно, бонобо являются очень мирными животными и, в отличие от других шимпанзе, их почти не замечали за поеданием других обезьян. Хотя они часто ловят марышек или их детенышей, но, поиграв отпускают. Такой вариант организации общества вполне уместен лишь в малых группах, где бездельника, который осеменяет самок, но не участвует в добыче пищи, хорошо видно и его можно изгнать из общества. С ростом человеческих сообществ, их анонимизации, а также постоянной миграции людей, оппортунизм (осеменить и сбежать) играет деструктивную роль и такие общества не могут выйти за рамки первобытнообщинного уклада.

Вторым способом решения проблемы отцовства, является выстраивание жесткой иерархии, с альфа-самцами, которые обеспечивают себе продолжение рода, оплодотворяя свой гарем и толпой неудачников, которых лишили самок. Такое поведение также практикуется людьми в сообществах, в которых полигиния является социальной нормой. Также это наблюдается у бабуинов. У этого способа организации общества есть две проблемы. Первая заключается в том, что большинство детей, родившихся в гареме альфа-самца, не являются его детьми. Пока альфа-самец гоняется за одним нарушителем, покусившимся на его самку, в

это время остальные самцы, которые, как оказывается, не такие уж и неудачники, развлекаются со всем гаремом. Так, в общем-то и должно быть. Если бы все детеныши рождались с генетическим материалом альфа-самца, то стая обезьян рано или поздно выродилась от близкородственного скрещивания и, взяв очередной приз Дарвина, ушла бы со сцены эволюции. Разумеется, человек – не бабуин и способен сознательно оградить своих жен от наплыва желающих. Богатый вельможа заточает женщин в гарем как в тюрьму и обеспечивает их охрану армией евнухов, часть из которых не утратила способность к эрекции.

Но тогда это приводит ко второй неприятности. Общество оказывается переполненным большим количеством никому не нужных мужчин в условиях дефицита самок. Такие общества теряют способность к нормальному развитию, так как уровень агрессии в них поднимается на неприемлемый уровень. В ряде случаев «лишних» мужчин можно «канализировать». Так младшие сыновья европейских феодалов отправлялись в Крестовые походы. Точно также шло исламское завоевание на востоке и точно также формировалась армия Золотой орды. Избытку мужчин в древних обществах способствовали не только брачные обычаи, но и практиковавшийся повсеместно инфантицид. В условиях, когда дети воспринимались исключительно как рабочая сила в домашнем хозяйстве, девочка была обузой, а для выдачи ее замуж требовалось приданое. Ценность жизни ребенка была куда меньшей, чем сейчас ввиду катастрофической, по современным меркам, детской смертности. Поэтому, убийство новорожденных было практически формой аборта. Но в современном обществе «лишние» мужчины не канализируемы и становится очень хорошо видно, что практика полигинии является фактором дестабилизации, отличной иллюстрацией которой служит весь Ближний восток в XX веке.

Третьим способом решения проблемы отцовства, является выстраивание такого общества, в котором бы все члены общества всеми силами защищали добрачную девственность женщин, почитали целомудрие за благо, вели соответствующую воспитательную работу, лишали бы перспектив внебрачных детей. Мужчины, при этом, отказывали бы в брачных узах не девственницам, обеспечивали бы верность своих жен моральными и техническим средствами. Такая практика предоставляет женщине лишь роль подчиненного существа, но позволяет мужчине добывать, созидать, накапливать, с достаточно большой уверенностью в том, что добытое, созданное и накопленное будет в руках прямого генетического потомка, а не какого-то бастарда. Эволюционно такие сообщества оказались в преимуществе, результатом деятельности таких сообществ стал научно-технический прогресс, накопление капитала, развитие образования и искусств, но такие сообщества потребовали жертвы в виде сексуальной дискриминации.

Так или иначе, моральное поведение, которое отличает “хорошего” человека от “плохого” это набор полезных инстинктивных реакций, приспособленных на эффективную передачу генов в тесном коллективе - первобытном племени¹. Мораль не

¹ С эволюционной точки зрения главная проблема морального поведения в том, что общество, основанное на взаимопомощи, чрезвычайно уязвимо для социального паразитизма. Взаимный альтруизм может быть успешной и устойчивой («эволюционно стабильной») стратегией лишь в том случае, если индивиды помнят историю своих взаимоотношений, знают репутацию партнеров, поощряют кооператоров и наказывают обманщиков. Для всего этого нужно обладать достаточной памятью, чтобы помнить своих соплеменников и/или достаточно малым их количеством, чтобы они смогли уместиться в памяти. У людей стратегия «морального» поведения необычайно развилась и усложнилась, породив множество хитроумных надстроек — от товарно-денежных отношений до «золотого правила» (поступай с другими так же, как хочешь, чтобы поступали с тобой). Кроме

плоха. Без морали наше общество сейчас выглядело бы ужасно. Но именно игнорирование норм морали, к сожалению, делает людей успешными - они как "безбилетники", которые пользуются тем, что трамвайный рейс оплачен другими людьми. Такие люди становятся политиками, бизнесменами, ловеласами и криминальными авторитетами.

В этой книге читатель найдет достаточно выводов и рекомендаций, призывающих к отступлению от классических норм морали в сексе. Во-первых, это не воровство или убийство, а просто неработающая и нелепая установка в современном обществе, познавшем доказательное отцовство и контрацептивы - вещи неведомые нашим инстинктам. Во-вторых, сексуальные отношения уже давно "аморальны" в классическом понимании и человек, который вгоняет себя в рамки традиционной морали, становится лауреатом премии Дарвина и не выполняет основную задачу любого живого существа - эффективную передачу генов. Самое важное, что "аморальность" "покупателя" на сексуальном рынке - отличный инструмент парирования аморальности "продавца", который продает котов в мешке.

Сексуальная дискриминация и подчиненное положение женщины настолько закрепились в общественном поведении, что многим женщинам доставляет физическое удовольствие сам факт подчинения, а многие мужчины испытывают эрекцию при доминировании. В русском языке даже существует два разных слова, обозначающих состояние нахождения в браке для женщин и для мужчин. Женщина – замужем. За мужем, а не впереди него. Весь институт брака в том виде, в котором он прописан в законодательствах большинства стран, по сути, является продолжением, отголоском той практики или отголоском мифа о такой

того, репутация у нас стала самостоятельной ценностью, ради которой люди готовы идти на значительные жертвы.

практике, когда гениталии женщин закрывали на замок, чтобы они не смогли забеременеть от кого-то другого. Супружеская измена до сих пор является достаточным поводом для развода. Хотя, при этом, общественная мораль приемлемо относится к мужчинам, имеющим много половых партнеров, но не приемлет «распущенных» женщин, то есть женщин, которые осмелились практиковать секс без мысли выйти замуж за своего партнера.

Но сейчас на дворе XXI век. Сейчас каждый мужчина достаточно легко может убедиться в собственном отцовстве. К тому же сейчас считается нормой так называемый «защищенный» секс, когда люди, не стремящиеся иметь общих детей, занимаются сексом для удовольствия, а не для продолжения рода. Но моральные устои, стереотипы поведения, впечатанные в общество тысячелетиями, а тем более инстинкты, диктующие мужчине поведение, гарантирующее передачу в следующее поколение именно его генов, сломить крайне трудно. От большинства людей тяжело ожидать разумного, сознательного поведения, не отягощенного инстинктами. Но именно разумное поведение может дать больше.

Например, ревность. Смысл ревности – отрицательные эмоции, которые переживает живое существо, находящееся под угрозой невозможности размножения. Ведь, если жена изменяет мужу, то муж, вероятно, воспитывает чужих детей. Точно также женщина будет категорически против того, чтобы добытчик и кормилец добывал и кормил не только ее детей, а еще и детей от другой женщины. Женская ревность вполне уместна – шанс забеременеть всегда не нулевой и чем больше у мужчины связей на стороне, тем выше эти шансы. При этом, в условиях доказательного отцовства, от алиментов не убежишь. Однако, мужская ревность уже полностью лишена смысла – если ребенок не его – он не обязан его воспитывать. А если детей нет своих или чужих от секса вне брака, то к чему ревновать? Оправдана мужская ревность в период ухаживания. Мужчина расходует силы и ресурсы

для завоевания женщины, но она, принимая ухаживание еще от одного или нескольких мужчин, уменьшает «эффективность инвестий» ревнивца.

Стоит понимать, что эмоциональных и аффективных состояний в ситуации, когда именно жена изменяет мало кому удаётся избежать, в отличие от явно более взвешенного подхода, в случае с мужской изменой. Лимбическая система обычно вопросов не задаёт и на подобные темы философски не рефлексировать. Реакционные частнособственнические инстинкты прошиты в нас слишком глубоко. Это - здоровое желание самца не расходовать свои ресурсы в чужой генофонд. Да, у супругов со временем уходит дофаминовый угар, постепенно выветриваются остатки окситоцина, все запланированные дети уже рождены, а новых не планируется. Отношения держатся на банальном социальном договоре. Но беда в том, что в этом договоре негласно прописаны правила, нарушение которых очень быстро мобилизует очень глубинные эволюционные программы. Даже если на внешнем уровне, по прошествии времени, жена/партнерша является чем-то вроде привычного атрибута, и соотносится больше с ресурсами комфорта/стабильности, а не пылкой влюблённости и страсти — тот факт, что кто-то «совал член» в этот атрибут комфорта, очень критичен с точки зрения эволюционной логики: «Я вот зарабатываю, обеспечиваю самку ресурсами (неважно даже обеспечиваю на деле или она сама себя обеспечивает, большее значение имеет как раз априорная эволюционная модель), а тут — такой шабаш, такое коварство» Лимбическая система реагирует на такие инсинуации весьма жестко.

Женщины, кстати, знают об этом, и довольно часто этим пользуются. Существенная часть женских хождений "налево" делается достаточно небрежно, с аккуратным разбрасыванием "хлебных крошек", неизбежно ведущих к обнаружению хитроумного плана мужчиной. Для мужчин в этом есть хорошая но-

вость: стоит реально понять, сколько в действиях супруги провокации, и вполне вероятно подсознательного желания мобилизовать мужа, а сколько реального желания сменить партнёра, что в общем—то в большинстве случаев для женщины — достаточно тяжелое решение, которого многие избегают, даже в случае, если партнёр стабильно ведёт себя как варвар и дебил. Мужчинам стоит просто понимать, что женский взгляд на измену, как правило, спокойнее мужского, так как “модули”, оценивающие ресурсы отцовских инвестиций являются более новыми и надстроены, по сравнению с более древними “модулями”, оценивающими успешность собственного размножения. Поэтому женщина может представить себе “небрежную” измену в качестве метода стимуляции. Мужчине же именно такая мотивация измены вообще не лезет в голову.

Точно также можно сказать и о женском целомудрии. Да, до сих пор в обществе существуют биологически обоснованные стереотипы, согласно которым женщина, имеющая нескольких половых партнеров, не честна. Однако, заставлять женщину иметь лишь одного партнера нечестно также. И речь идет не о переборе партнеров «по очереди» С точки зрения оптимального и осознанного поведения женщины на сексуальном рынке, ей выгодно практиковать отношения с несколькими мужчинами одновременно, но так, чтобы ни один из них об этом не подозревал.

Дело в том, что половая сдержанность женщины оценивается мужским биокомпьютером как признак надежности его отцовских инвестиций в потомство. Женщина, которая “не дает”, с меньшей вероятностью поддастся соблазну внебрачных связей, чем женщина, оказавшаяся легкодоступной или вообще декларирует “свободу отношений”. Мужчина, таким образом, инстинктивно оптимизируя свою стратегию размножения, будет инвестировать время и ресурсы в поддержание союза с “целомудренной” женщиной, при этом как можно чаще осеменять тех, которые более податливы, но не жениться на них и не участвовать в

воспитании детей, родившихся от этих женщин. Такое инстинктивное поведение мужчин может иногда заманивать их в "динамо" ловушку. Девушки могут получать от мужчины все больше и больше инвестиций ухаживания именно потому, что они даже не намерены вообще воспринимать такого мужчину как сексуального партнера. А мужчина, при этом, продолжает "добиваться" женщины, которая, по их мнению, является верхом целомудрия и, что еще веселее, получать внутреннее дофаминовое и эндорфиновое вознаграждение от предоставления женщине подарков, содержания и пестования ее.

Владение одновременно несколькими половыми партнерами - именно для успешного замужества - стратегия, которая вообще не вписывается в стандартные алгоритмы человека как живого существа, живущего небольшими замкнутыми группами где все друг друга знают, и где каждая женщина должна либо следить за своей репутацией, чтобы продать себя подороже либо, в отсутствие спроса на себя со стороны высокоранговых самцов, "скатываться" в положение шлюхи, чтобы довольствоваться остатками со стола. Но современное общество анонимизировано, человек как вид животных к нему не привык, не привык точно также как к наличию контрацептивов. И именно в этой новой обстановке женщина может оптимизировать свою брачную стратегию. Требование оптимизации стратегии возникает также и из-за того, что современное анонимизированное общество лишилось весьма важного института, дающего женщинам гарантии - института административно навязанного пожизненного брака. Если мужчина раньше был вынужден жениться и оставаться навеки со своей женой, то сегодня у мужчины таких обязательств нет и добрачный секс - норма жизни.

Девушка встречается с парнем, проходит два года и они расходятся. За это время парень только стал лучше и привлекательнее на сексуальном рынке и у него возросло количество потенциальных половых партнеров. Но девушка за два года стала

старше и ухудшила свои конкурентные преимущества. При этом, девушка, «покупая» парня, брала кота в мешке. Она не могла оценить его важные характеристики и соответствие их своим ожиданиям и потребностям до того, как начала с ним встречаться. В таких условиях, оптимальной стратегией поведения является взятие одновременно нескольких мешков с котами. Тогда за два года девушка успеет перепробовать больше парней и выбрать наиболее подходящего, а не оказываться, после двух-трех лет отношений с парнем перед выбором: принять его предложение выйти за него замуж или выйти снова на сексуальный рынок, находясь в худших, чем раньше условиях.

Но такое поведение табуировано и находится под моральным запретом. Понятно почему – девушка, исповедующая свободные отношения, не будет взята замуж ни одним мужчиной, в условиях отсутствия контрацепции и доказательного отцовства. Но нормы религии и морали, согласно которым продолжают воспитывать и, фактически, поработать, женщин, не знали терминов «ДНК-тест» или «презерватив». Точно также о существовании презервативов не знают и древние системы в мозгу человека. Каждый раз, когда человек со всей страстью занимается сексом, 98% мозга человека заняты размножением и лишь 2% аккуратно расчехляют кондом.

Женщины, находясь в рамках норм старой морали, всегда будут с опаской вступать в новые отношения с мужчинами – ведь отношения для них, вероятно, трата времени. Они не представляют себе даже возможности «изменить» своему молодому человеку. Женщины, находясь в рамках норм старой морали, будут вынуждены принимать предложения о браке, даже если их ухажер не до конца соответствует тому идеалу, который они себе выстроили в голове. Женщины, находясь в рамках норм старой морали, в отличие от мужчин, практически лишены возможности пробовать и решать, что для них лучше. Часто они даже и не знают, насколько разными бывают отношения с мужчинами, так

как им не представилось шанса испытать весь спектр этих различий.

Но не только мораль, а цена ошибки, удерживают женщин от «свободных» отношений. Ведь не существует контрацептивов со 100% эффективностью. И, если в результате секса был зачат ребенок, а от прерывания беременности женщина отказалась, то склонить мужчину к женитьбе скорее всего можно лишь тогда, когда отец ребенка уверен в своем отцовстве. Воспитывать ребенка в одиночку очень тяжело и часто это буквально ломает судьбу женщины. Она не способна уделять достаточно времени работе и образованию и оказывается в проигрышном положении с точки зрения карьеры и дохода, что, в свою очередь, ухудшает перспективы эффективного размножения ее детей. Но боязнь забеременеть обусловлена, по большому счету не недостаточной надежностью контрацептивов, а все теми же древними отделами мозга, которые не ведают об их существовании и воспринимают каждый половой акт как попытку зачатия.

Женщину также останавливает от «измены», вероятная реакция ее текущего полового партнера. Именно он воспримет свободное поведение женщины как измену, именно он предъявляет собственнические претензии к ней. Что важно, что никакого права на такие претензии он не имеет. До тех пор, пока он не содержит женщину и/или ее детей, он не имеет права что-то запрещать или разрешать ей. А то, что он ухаживает за женщиной и расходует на процесс ухаживания свое время и ресурсы, так это, его личное дело, которое доставляет ему удовольствие само по себе. Ему хочется ухаживать точно также как белочке собирать орехи. При этом, при выборе женщиной свободной модели поведения, ей стоит опасаться отрицательной реакции ее текущего партнера. Свобода свободой, а тайна тайной. В этом суть игры, в которой оба пола изо всех сил стремятся эксплуатировать друг друга. Если бы противоположный пол не был для другого пола ценным ресурсом, который стоит эксплуатировать, вообще не

было бы предмета разговора. Только меньшинство мужчин, обладающих рассудком и сознанием примет женскую свободу как разумеющуюся. Мужчина – инстинктивный собственник и претендует на постоянное партнерство как само собой разумеющееся. Он инстинктивно заинтересован в эффективности своих родительских инвестиций именно в своих детей и ему, для заключения стратегической сделки, всегда по душе будет "мадонна", а не "шлюха". К тому же, большое количество мужчин у женщины лишает мужчину монопольного права и его угрозы разрыва отношений не ухудшают никак положение женщины, имеющей еще несколько мужчин «в запасе».

Очень неприятно выглядит, исходя из вышенаписанного, так называемый «гражданский брак». Форма отношений мужчины и женщины, когда женщина довольствуется ролью постоянного сожителя мужчины, рассказывает всем, что она замужем, но «штампа в паспорте» она не имеет, и «муж» не стремится заводить детей. С точки зрения сексуального рынка, мужчина понимает, что «приобретает» актив, который со временем теряет в цене и потому его выгоднее «брать в аренду» и сдавать обратно по мере использования. Никаких обязательств, никаких транзакционных издержек по выходу из состояния совместного сожительства. Говоришь «До свидания» и всё. При этом женщина, де-факто, лишена права на сексуальные контакты с другими мужчинами или на продолжение поиска подходящего отца своим будущим детям. Мужчина, наоборот, вполне свободен. Если «жена» уличит его в измене, то... ок – она и уйдет не солоно хлебавши, не имея механизма выставить материальные претензии «мужу», и окажется снова на сексуальном рынке, постарев и потеряв часть своей стоимости. Потому «гражданский брак» может быть до конца честной сделкой только тогда, когда партнеры осознают, что этот «брак» не является обещанием верности, и женщина имеет право продолжать поиски мужа, получая от теку-

щего сожителя сексуальное удовлетворение и экономию расходов от совместного проживания под одной крышей. Интересно, что ввиду такого невыгодного положения женщины, которая вынуждена соглашаться хотя бы на «гражданский» брак, в гражданском законодательстве ряда стран совместное сожительство приравнено к законному браку. Для доказательства такого сожительства достаточно предъявить суду показания свидетелей, например, соседей, которые подтвердят, что пара жила вместе.

По сути:

- Общественная мораль направлена на обеспечение уверенности мужчины, что дети, которых он воспитывают – его.
- Моральное поведение в области секса уместно и полезно в тесных сообществах неолита, но не в анонимизированном урбанизированном сообществе. Соблюдение норм сексуальной морали уже просто неуместно.
- Несмотря на то, что мужчины диктуют женщинам свои претензии на их целомудрие, женщине выгодно поддерживать отношения с несколькими мужчинами, разумеется, держа их в тайне.
- Женщине выгодно показывать мужчине свое целомудрие. В этом случае мужчина получает больше уверенности в своем потенциальном отцовстве.
- Осознание причин ревности может оптимизировать поведение агентов на сексуальном рынке. Нет смысла ревновать, если нет прямой угрозы размножению.

- Гражданский брак только тогда будет равноценным для обоих партнеров, когда партнеры не будут претендовать на сексуальную монополию в отношении друг друга.



Смысл жизни

Философия

- - *Вовочка, что ты больше хочешь:
Машу один раз или Петю два раза?*
- - *Ну, Маша - это, конечно, Маша. Но
два раза - это два раза!*

Анекдот

До сих пор мы подразумевали, что основная цель жизнедеятельности живого организма - успешно передать свои гены в следующее поколение, то есть - размножиться. В этом вообще суть жизни. Жизнь - это нечто, что способно к самовоспроизведению. Но является ли это действительно смыслом жизни. Неужели мы живем, чтобы размножиться и размножаться лишь потому, что природой/богом/эволюцией так предписано? Но ведь это - бессмысленно!

На самом деле смысла жизни как такового нет. Чтобы мы ни делали, мы делаем это только потому, что нам это нравится. Нас к тем или иным действиям стимулирует внутренняя система мотиваторов, подбрасывающая нам в мозг приятные или неприятные вещества сродни наркотиков. Можно говорить о целях и их достижении, можно говорить о служении обществу, можно говорить о созидании культурного наследия, можно говорить о детях, можно о самопожертвовании, но на самом деле, любая деятельность, в том числе и деятельность по написанию этого текста, просто либо приятна, либо направлена на избегание неприятного. Да: И приятное и неприятное тесно связано с рациональным исполнением биологических функций, но не всегда это именно размножение.

Взять, например, деятельность по написанию книг. Первая и явная рациональная причина - создание элемента

культуры с попыткой превращения его в мем - саморазмножающуюся в чужих мозгах информационную единицу. Автор любого текста всегда пытается "осеменить" мозг читателя¹. И читатель, как та утка², выстраивает системы защиты и не позволяет каждому насиловать свой мозг. Культурная эволюция идет намного быстрее биологической и на сегодняшний день выработались настолько сильные защитные механизмы от "культурного осеменения", что практически любое утверждение автоматически вызывает сопротивление. Даже сейчас читатель попробовал мысленно в голове опровергнуть это утверждение. А теперь это. Податливые просто вымирают. Последняя чистка произошла в начале прошлого века, когда пропаганда заставляла наиболее податливых бросаться под пулеметы с криком "Ура". Чистки поменьше происходят каждый

¹ Выстраивание барьеров для осеменения – существующий с давних времен в природе механизм. Организм самок млекопитающих старается убить всех сперматозоидов, создавая для них среду, не совместимую с жизнью и остается лишь один победитель. Многие виды выстроили сложные социальные механизмы, такие как турниры самцов у копытных.

² Утка не даст каждому селезню оплодотворить себя и, соответственно, отвергает всех селезней подряд, выстраивая фильтры. В ответ на это, селезни отрастили себе такой пенис, чтобы достать утку просто проплывая мимо нее. У людей, в таких условиях, пришлось бы пересмотреть концепцию общественного транспорта, массовых собраний и образовательного процесса. В ответ, половые пути утки стали неровными, имеющими спиральную структуру. Селезни, в свою очередь, отрастили спиральные пенисы. Последнее слово, на сегодняшний день, остается за утками. Их половые пути обзавелись ложными ходами и тупиками, где блокируется нежелательная сперма. Селезень снова может рассчитывать на утку только, если утке этого хочется. Это тем более важно, так как у некоторых видов уток самец и самка образуют постоянную пару, но самки подвергаются опасности быть изнасилованными другими самцами, проплывающими мимо.

раз с изобретением новых техник продаж или пропаганды. Человек, нерационально тратящий деньги, просто менее успешен в жизни и хуже размножается. Поэтому сейчас наиболее успешны те мемы, которые, наоборот, помогают размножиться. Мемы вместо паразитирования научились симбиотизировать. Вторая причина - азартная попытка автора подняться в иерархии стаи и стать более заметным и, следовательно, обеспечить успех себе и своему потомству. Авторы тратят время на написание книг, фактически, делая ставки. Вероятность успеха у книги зависит не сколько от качества текста, сколько от того как сложатся звезды. Но, если они сложатся, то успех оправдывает вложения времени и сил, да еще и дает гонорар. Третью и четвертую причину, можно поупражняться и найти самостоятельно.

Азарт, кстати, как и любая активность с негарантированным и отложенным вознаграждением, стимулируется дофаминергической системой. Древней частью мозга, дарящей нам дофаминовый кайф всегда, когда мы идем к какой-то цели, но еще не пришли к ней и всегда, когда мы выстраиваем свое поведение в условиях неопределенности, пытаюсь, не ведая причин и следствий, просто повторить набор действий, которые когда-то привели к успеху.

Точно также деятельность по созданию детей - привет наркотикам. Мы размножаемся только потому, что нам это приятно. И речь идет не только о самом половом акте. Простая улыбка твоего ребенка выбрасывает в мозг родителей такое количество "дури", что они сделают все, чтобы получить очередную дозу, а если не получают, то у них буквально начнется ломка или "синдром отмены".

Люди считают, что "дети – это счастье". Но, на самом деле это не так. Дети — это не счастье, а наркотики. Счастье это – уверенность в завтрашнем дне, если кратко. Или, если разжевать: "Возможность четко видеть свое будущее и при

том, оно хорошо". Собака не знает счастья или несчастья. Ей ведома только радость. Так как собака не знает, что будет завтра. Наличие детей также дает радость, но оно уносит счастье. Проводились исследования. Субъективный уровень счастья у родителей - то есть, количественный показатель ответов "да, я счастлив" в большой выборке, падает с появлением детей, достигает минимума к 10-13 годам возраста ребенка и восстанавливается к тому времени, когда "птенцы покидают гнезда"¹. Человек, который теряет свою свободу и начинает зависеть от еще одного человека, за которым ему приходится ухаживать и за которого переживать, объективно не может быть счастливее того, кто зависит только от себя.

Мы, говоря о детях, забываем о конфликте интересов между родителями и детьми. Это начинается еще в утробе. У матери с плодом соперничающие отношения: главная задача матери — пережить беременность, сохранив максимум ресурсов, чтобы снова иметь детей, а у плода — высосать как можно больше соков из матери, в том числе ей в ущерб. Например, зародыш манипулирует материнскими гормонами, ослабляя инсулиновый ответ, и клетки матери начинают усваивать меньше сахара, таким образом больше оставляя зародышу. И, даже, например, наличие менструации у приматов (и еще некоторых видов), в отличие от течки у других животных, является защитной реакцией на поведение чересчур агрессивного плода².

Все млекопитающие готовят специализированную мембрану для имплантации эмбриона, отличие лишь в том, что у одних оплодотворенный эмбрион сам провоцирует процесс

¹ Argyle M. The Psychology of Happiness. London: Routledge, 2001

² Emera D, Romero R, Wagner G (2011) The evolution of menstruation: A new model for genetic assimilation: Explaining molecular origins of maternal responses to fetal invasiveness. Bioessays 34(1):26-35

утолщения, в то время как большинство приматов это происходит даже в отсутствие эмбриона. Можно, например, спровоцировать менструацию у мышей: если поцарапать слизистую оболочку матки у мыши, запустится процесс псевдобеременности, с образованием утолщённой внутриматочной подкладки. А затем, когда уровень прогестерона в крови опустится, произойдёт её отторжение. Т.е. мыши не менструируют не потому, что у них нет механизма отторжения ненужной внутриматочной подкладки, они просто-напросто не вырабатывают её до тех пор, пока она фактически не понадобится.

Млекопитающие разнятся по тому, насколько глубоко зародыш пускает свои плацентарные зубы в матку матери. У некоторых видов связь зародыша с маткой поверхностна. У других плацента проникает в эпителий матки. Наиболее развитые и наглые уже пробиваются в материнские кровеносные сосуды. Люди входят в число последних, все виды, у которых есть менструация — тоже. И менструация выступает формой самозащиты. Женщины формируют толстую подкладку в матке, чтобы изолировать себя от жадного эмбриона и его эгоистичной плаценты. Для видов с особенно инвазивными эмбрионами слишком поздно начинать заботиться о подобной защите после имплантации, вместо этого они строят свою стену превентивно, до — и с расчётом на оплодотворение. А потом, если оплодотворения не происходит, запускается универсальный ответ на понижение уровня прогестерона, заключающийся в отторжении ненужной уже подкладки.

Это эволюционно рационально - выжать из родителей все соки. Но родители от этого не становятся более счастливы. Нельзя назвать счастливыми измотанную пару птичек, которые сломя голову несут в гнездо червячка за червячком, в погоне за дозой радости, которая получается при взгляде на, наконец, закрытый рот орущего птенца. Вся идея наличия де-

тей – большой обман, который совершает природа над человеком в ущерб ему лично, но на пользу его генам. Но, интересно еще и то, что само по себе наличие детей еще не есть размножение.

Супружеская пара, для того, чтобы действительно размножится, должна произвести на свет больше двух детей. Если ребенок будет один, то в следующем поколении наследников будет в два раза меньше, чем родителей. Если двое - то почти столько же, сколько и родителей - существуют риски, которые уменьшают коэффициент воспроизводства. Но люди, в большинстве своем, радуются наличию детей вообще и далеко не все хотят заводить трех и более детей. Трое детей в современном обществе настолько большая редкость, что семьи с таким и более количеством детей получают специальные льготы. И, разумеется, существуют вполне счастливые люди, которые отказались от размножения и получают свои наркотики от другой, вероятно даже более творческой активности. Так значит, все-таки, мы не обязаны размножаться?

Да. Ведь все дело именно в стратегии размножения. И к нам на помощь приходит математика. В начале 19-го века бельгийский математик Пьер Франсуа Ферхюльст, вывел свое знаменитое уравнение популяционной динамики. Это уравнение настолько хорошо позволяет вычислять численность популяции, что его предсказание о максимальном количестве населения Бельгии, сделанное в 19-м веке, практически сбывается до сих пор. Уравнение это выглядит просто:

$$\frac{dP}{dt} = r \times P \times \left(1 - \frac{P}{K}\right).$$

Если перевести на нормальный язык, то оно звучит так: Изменение численности населения во времени зависит от текущей численности (P), скорости роста (r) и ограничено максимально возможной численностью (K), которая, в свою очередь, определяется имеющимися в наличии ресурсами. То

есть, чем ближе численность к максимальной, тем медленнее растет популяция.

Все живые существа, благодаря встроенным в мозги компьютерам, отлично решают это дифференциальное уравнение, явно неуместное даже в таком не совсем легкомысленном тексте. Но решать задачу о наиболее эффективном размножении можно разными способами. Можно регулировать, например, скорость размножения - r , а можно K - максимально допустимую численность.

R -стратеги выбирают стиль бешеных кроликов - размножайся изо всех сил! Не важно, есть ли еда или место, важно как можно быстрее и интенсивнее самокопироваться. К r -стратегам относится большинство бактерий, многие растения и грибы, некоторые виды насекомых и рыб и совсем мало млекопитающих. r -стратегам не нужно вырастать до больших размеров, ему не нужно долго жить - его функция размножиться. У них короткий срок полового созревания или они готовы к размножению сразу после рождения, а часто, некоторые млекопитающие умудряются забеременеть еще в утробе матери. r -стратеги имеют очень большое потомство, о котором обычно не пытаются заботиться. Их дело - размножиться и сдохнуть. r -стратеги незаменимы, когда нужно быстро заселить пустую территорию: забытый на столе кусок хлеба, необитаемый остров или кишечник нечистоплотного ребенка.

Но в скорости размножения r -стратегов есть и свои минусы. Они не способны остановиться и съедают всю доступную им пищу. Сначала они успешно и с удовольствием размножаются, но потом приходит толстая, вернее, полная, полярная лисичка и в живых остается пара-тройка случайно уцелевших от голодовки и способных поддерживать численность популяции на уровне, который позволяет естественный приток ресурсов. Называется это: «популяционный взрыв — коллапс — стабилизация». И такая стратегия размножения оказалась

не слишком успешна для достаточно крупных животных, которые технически не способны размножаться со скоростью бешеного кролика. Поэтому большинство крупных животных и растений придерживаются иной стратегии.

К-стратегия рассчитана на то, чтобы популяция всегда сохраняла оптимальную, близкую к максимальной численность. Если территория позволяет прокормить десять особей, то на этой территории всегда будет десять особей и не больше. К-стратеги (в том числе и человек) размножаются только тогда, когда у них есть для этого ресурсы. И резко сокращают деторождение, если внутренний компьютер почему-то посчитал, что пора остановиться и выдал "на гора" сигнал удовольствия от нужного, с его точки зрения количества детей у данной особи.

Работники зоопарка знают, что многих животных очень тяжело размножить в условиях неволи. Животным не нравится недостаток площади, излишняя суета вокруг, неправильное освещение, несбалансированное питание, шум и еще сто пятьдесят других параметров. Даже если зачатие состоялось, то возможен выкидыш или инфантицид или отказ от выкармливания потомства. Поэтому, например, беременных панд отделяют от остальных, огораживают их клетки звуконепропускаемыми непрозрачными щитами и стараются вообще не беспокоить. Необходимо, чтобы внутренний компьютер панды был уверен в том, что маленькому панденку будет место под солнцем, а сама панда - вообще последняя во вселенной и ей надо размножаться.

К-стратеги ведут себя так не от хорошей жизни. Их детеныши требуют долгого выращивания и расхода огромного количества ресурсов со стороны родителей. И если родители произвели потомство в неподходящее время и в неподходящем месте, то они затратят время и силы впустую, ибо детеныши не только не выживут, но еще и отберут еду у тех, кто выжил

бы, если бы не было "лишних". Если еды хватает на 50 человек, а в наличие 100, то от голода умрут все 100, если не догадаются истребить половину своей группы. Поэтому разумнее не торопиться, а подождать подходящего момента для столь рискованной авантюры, как деторождение. И такая политика дает К-стратегам эволюционное преимущество. Что интересно, просто наличие множества пищи не заставляет рожать. К-стратеги знают, что много кушать и бесконтрольно размножаться — это опасно. Так что куда более важным показателем является, например, плотность населения.

Но человек как и другие социальные животные, уже живет крупными группами и наш внутренний компьютер, для принятия решения на размножение, требует много косвенной информации. Он учитывает и уровень шума и наличие личного пространства и количество людей вокруг и время, проводимое в полном одиночестве и ощущение пустоты, простора и свободы и так далее. А большинство жителей современных мегаполисов живут в таких условиях, когда на размножение наложен запрет и сигналы удовольствия от 0,1, 2 детей еще есть, а вот от 3 и более уже нет. Но, если вдруг была недавно война, то все наоборот и мы наблюдаем характерный беби-бум, который одинаков и для Европы и США в конце 1940-х и для Ирана с Ираком в конце 80-х и для Чечни в конце 90-х. но в мирное время любой крупный город неизбежно имеет минусовой естественный прирост и живет за счет мигрантов, которые уже во втором поколении тоже перестают размножаться. Если вы живете в крупном городе - Москве, Киеве, Париже, то просто спросите людей вокруг себя. Коренных москвичей, киевлян и парижан вокруг вас будет поразительно мало.

Природе человека, в таких условиях, требуется как-то справляться с самым сильным из инстинктов. Запрет на размножение не означает запрет на секс. И поэтому именно в ме-

гаполисах можно найти много людей с гомосексуальной ориентацией. И поэтому мастурбация и порнография - норма. И поэтому в городах Японии так много, с точки зрения европейца, девиаций, например удовлетворение страсти путем покупки ношенных трусиков школьников. И поэтому идея контрацептивов и абортов - естественна, а не "не природна". Если бы не контрацептивы и аборты, новорожденных бы просто убивали. Например, считается, что в Европе 19-го века минимум двое из трех рожденных детей были убиты своими родителями.

Получается, что если вообще говорить о самой постановке задачи "найти для себя супруга/супругу", то она, возможно, и не актуальна. Нужно ли портить свою жизнь, идя на поводу у эгоистичных генов, требующих размножения или уступить это сомнительное право другим? Нужно ли пытаться вообще выйти замуж второй раз, если дети у тебя уже есть? Зачем нужен брак, если никто не собирается иметь детей и супругам, по сути, нечего делить при разводе? Чем брак лучше свободы? Что лучше редкий и привычный супружеский секс или разнообразный и сопровождаемый ухаживанием, приключениями и драйвом? Где грань между стереотипами и разумом, между общественным давлением и собственными интересами? Как лучше провести лучшие годы своей жизни: путешествуя по миру, творя музыку, занимаясь наукой или тратя те же самые деньги и время на воспитание паразита, умело манипулирующего нейромедиаторами родителей в целях получения от них максимально возможного количества благ даже им в ущерб.

Ведь, по большому счету, не имеет значения, чем мы занимаемся всю свою жизнь, если нам это нравится. Можно устроить себе интереснейший квест под названием "воспитать детей", а можно играть каждый раз в новый в авто-квест в ноч-

ном городе. Можно строить карьеру, а можно сесть на велосипед и поехать вокруг света. Можно выйти на Майдан, а можно иммигрировать. Никто не сделает выбор, вернее, его иллюзию, за вас. И нет "правильного" и "не правильного" поведения. И, если, с какого-то перепугу, ваш нелогичный, но вполне прощительный и объяснимый выбор - дети, то нужен брак, если нужен брак, то нужен подходящий отец/мать ваших детей. Хотите решить выбранную задачу правильно? Начните с правильной организации и планирования.

По сути:

- Смысл существования живого существа в размножении, но смысл жизни человека не обязательно в том же самом
- Все, что мы делаем в жизни, это получаем удовольствие и избегаем неудовольствия. Природа, при помощи кнута и пряника ведет нас из роддома под венец, а, затем, снова в роддом, но уже в другой роли.
- Дети — это паразиты по определению. Биологическая цель ребенка – высосать все соки из родителей. Биологическая цель родителей – сохранить силы и средства для производства новых детей.
- Отказ от детей не делает человека несчастным, а скорее наоборот. К тому же природа предусмотрела, что в популяции те или иные особи будут отказываться от размножения.





Трение на рынке

—Математика—

Меня все больше терзают смутные сомнения, что когда я наконец найду себе парня, появится надпись "квест выполнен" и игра закончится.

Кто-то на интернет-форуме.

Нобелевскую премию по экономике в 2010 году получили американцы Питер Даймонд и Дейл Мортенсен, а также британец Кристофер Писсаридес — специалисты по рынку труда. То, за что им дали премию, сейчас считается банальностью и каждый грамотный и рассудительный человек считает это само сабо разумеющимся. Но 40 лет назад они впервые заметили, что рынок, в том виде, в котором он описывается стандартными экономическими моделями, весьма далек от реальности. Разумеется, они предложили математические модели, показывающие, как именно влияют на спрос и предложение так называемые "поисковые помехи". Красивая классическая экономика рассказывает, что есть спрос и есть предложение и каждый покупатель найдет свой товар по наиболее низкой цене. Но в жизни все совсем не так. Во-первых, продавец от покупателя крайне далек. Покупатель может быть и не в курсе того, что есть привлекательное предложение от определенного продавца. Во-вторых, даже если покупатель и догадывается, что переплачивает, то он может быть готов это сделать так как не хочет тратить силы и время на поиск лучшего предложения. Высокие затраты часто ассоциируются с трудностями, которые продавцы испытывают в поиске покупателей, и наоборот. Даже после того, как они находят друг друга, предложенный

товар может не всегда удовлетворять запросам покупателя, и тогда обмена не происходит, оба участника рынка продолжают свой поиск. Время, которое проходит с момента выставления товара на продажу до момента сделки, тоже стоит денег: эти издержки должны быть включены в финальную цену того или иного продукта. Именно "трения" между продавцом и покупателем в процессе поиска выгодных сделок и интересовали всех трех лауреатов.

Питер Даймонд, Дейл Мортенсен и Кристофер Писсаридес в своих исследованиях показывают, что на многих рынках покупатели и продавцы не всегда непосредственно контактируют друг с другом. В частности, это касается и сексуального рынка. Процесс поиска женщины или мужчины сопряжен с временными и материальными затратами. Поэтому, на таких рынках ожидания многих покупателей не могут быть удовлетворены, а продавцы не могут продать товар (себя) за достойную цену. По этой причине одновременно существует и много незамужних женщин и, много неженатых мужчин, которые хотели бы вступить в брак, но не способны найти себе пару.

Выводы, которые 40 лет назад сделали эти три экономиста кажутся сегодня уже банальными:

- на рынке поиска важную роль играют внешние факторы, которые не учитываются тем, кто осуществляет поиск. Простой пример: если один безработный резко увеличивает активность на рынке и начинает искать новую работу, то его шансы устроиться на хорошее место растут, а всех других - уменьшаются. При этом другие ищущие работу ничего не знают об активности первого.
- в классической рыночной модели конкуренции итог борьбы всегда является единственно верным и наиболее эффективным. Но в реальном мире итогом

могут стать несколько вариантов, хотя только один из них будет наиболее верным и эффективным.

Теория поиска оказалась невероятно важна для конкретных исследований, позволяющих объяснить, почему в мире существует столь сильный разброс между зарплатами, стоимостью одних и тех же товаров, а также нераспределенные (не приобретенные на рынке) товары и услуги, на которые теоретически должен быть спрос. В рамках этой теории объясняется, почему дорогая недвижимость будет продаваться дольше, почему завидный жених может быть не женат, почему красивая и умная девушка, как говорят в народе, не сложит себе цену.

То есть вопрос поиска партнера регулируется не только балансом спроса и предложения, но и самим фактом поиска. Ищется партнер или и так пока все хорошо? В книге несколько раз указывалось, почему важно занять активную жизненную позицию. Теперь у нас в качестве запаса авторитетов есть еще три нобелевских лауреата. Почему люди не участвуют в активном поиске? На самом деле, люди очень трезво делают то, что им необходимо позарез. Самая истертая до дыр притча о мотивации приводит в пример человека, который хочет в туалет. Для него нет препятствий. Это правда - лучшая мотивация та, которая изнутри. Если компьютеру в голове кажется, что все в порядке, то он не начнет вырабатывать вещества-мотиваторы, которые активизируют поисковую активность. А компьютер легко обмануть. Наш мозг, эволюционировавший в условиях, когда потенциальных брачных партнеров можно перечесать по пальцам, принимает за расслабляющий избыток то количество лиц противоположного пола, которое он наблюдает в обществе. Кроме очного наблюдения, мозг обманывается просмотром телевизионных шоу и, особенно, порно.

Очень много женщин буквально тратят свою жизнь на отношения, которые никогда не приведут к желаемому для них

результату, так как им кажется, что мужчин вокруг бери-не-хочу. Они также используют доступных в большом количестве женатых мужчин не как средство для повышения спроса на себя, а как средство удовлетворения собственных потребностей. Очень много мужчин, аналогично, потребляют тонны порнографической продукции и не умеют даже заговорить с женщиной без смущения и заикания. Но если человек действительно что-то хочет найти, то он должен избавиться от вещей, которые лишают его мотивации, а не рассказывать себе байки о собственной непривлекательности или о малом количестве достойных кандидатов в партнеры на сексуальном рынке. Ведь партнеров не мало. Просто человек кладет в корзинку что попало, если не видит в лесу хороших грибов. Но стоит научиться видеть и искать белые грибы, то сыроежки уже никто в корзину класть не будет. Вопрос в том, как уменьшить "поисковые издержки" и в том, как вести поиск эффективно, чтобы нужное досталось тебе, а не конкурентам.

По сути:

- Сексуальный рынок отличается от классического так называемыми «поисковыми издержками». То, что вы вся такая замечательная или вы – отличный семьянин, не знает никто, кроме ваших родителей.
- На рыночную ситуацию влияет активность его участников. Если кто-то занимается активным поиском, то это само по себе уменьшает ваши шансы.
- Мотивация к поисковой активности включается на подсознательном уровне. Мозг в современных условиях обманывается мнимым количе-

ством доступных партнеров и не включает режим поиска. Нам кажется более уместным «сидеть и выбирать» - мы рационализируем подсознательное решение отказаться от активных действий.





Эффект безбилетника

— Экономика —

- Василий Иванович, а чего ты такой нарядный?
- Да вот, на Анке женюсь!
- Тю, так она же со всей Кубанью переспала!
- Знаешь, смотрел я на глобус....
Что там той Кубани?

(Анекдот)

Экономическая теория выделяет такой специфический товар как общественное благо. Это такой товар или услуга, которым все могут беспрепятственно пользоваться, не мешая друг другу и невозможно учесть степень использования блага конкретным человеком. То есть, экономический термин "общественное благо" это не философский термин "благо для общества". Это просто некая ценность, пользование которой имеет определенные специфические черты, описанные выше.

Примерами общественных благ могут быть дороги, ма-яки, парки, чистый лифт в подъезде и т.п. Экономическая теория и теория групповых действий гласят, что экономические агенты (люди, то есть) будут избегать своего участия в создании общественных благ. Экономически целесообразно не платить вкладчину за строительство дороги к дачному кооперативу. Заплатит кто-то конкретно за нее или нет – дорога будет построена на деньги остальных. Экономически нецелесообразно делать прививки своему ребенку, так как если будут привиты все, то ребенку якобы просто не от кого заразиться этой самой болезнью. Людей, уклоняющихся от создания общественных благ, называют «безбилетниками», а сам эффект, при котором общество оказывается неспособным к созданию общественных благ, так как «все у нас такие умные» – эффектом безбилетника.

Свободное и добровольное участие в создании общественного блага возможно лишь небольшой группой, в которой все друг друга знают и в которой работают репутационные

отношения. Группа туристов в походе часто даже не заморачивается о том «кто пойдет за водой». Просто кто-то берет ведро и приносит воду. Безбилетники в таких группах просто выдавливаются из коллектива. В крупных анонимных сообществах, в которых существует большинство людей, создание общественных благ возможно только при использовании насилия, как пример – сбор налогов, либо при предоставлении избирательных стимулов, как пример – профсоюзы. Забастовка, в которой участвуют поголовно все члены профсоюза, возможна только при условии, когда кроме расходов на участие в забастовке, рабочие получают какие-то приятные вещи, например, профсоюзные детские садики или профсоюзные путевки.

Эффект безбилетника на сексуальном рынке является тем интересным новым для природы человека явлением, с которым человек, как вид живых существ, эволюционировавший в общинах небольшого размера, еще не сталкивался за всю свою эволюцию. В человеческом обществе существует такое общественное благо как целомудрие. При этом не целомудрие отдельно взятой женщины, а внебрачная недоступность всех женщин вообще. Эксплуатация обществом этого общественного блага позволяет создавать условия как для пожизненного брака, так и для более скорой женитьбы, на которую охотнее решаются мужчины в условиях сексуального голода. Результатом этого является стабильность общества и более качественное выращивание следующего поколения - явные эволюционные преимущества. Такое общественное благо создается либо, фактически, картельным, или «профсоюзным» сговором всех женщин общины, либо, в крупных сообществах, путем применения стандартного инструмента, используемого для создания общественных благ - насилия, реализуемого через законодательные или религиозные нормы. В отсутствие насилия, общественное благо перестает создаваться и поддерживаться. Но, кто такие "безбилетники", в таком случае?

При реализации своей сексуальной стратегии, люди, ищущие, в идеале, партнера для стратегической сделки, никогда не прочь получить удовольствие от транзакционных сделок. И мужчины, и женщины хотят секса. Однако, для женщин существуют эволюционные преимущества в солидарной сек-

суальной сдержанности. Женщина, озабоченная поиском партнера, способного внести достаточные родительские инвестиции в воспитание общих детей, будет заинтересована проявлять целомудренное поведение. Мужчина, оценивающий потенциал инвестирования, инстинктивно прикидывает, насколько высоки шансы того, что он, при появлении общих детей, будет инвестировать именно в своих детей. Самцы, у которых такой «модуль оценки» в их биокомпьютерах отсутствует, просто ушли из естественного отбора. Когда женщины, думая, что мужчинам нравятся недоступные, начинают стереотипно считать, что мужчины - охотники и им нравится бороться за приз, и, поэтому, начинают играть в игру "попробуй догони", то они очень глубоко ошибаются. Мужчинам нравятся недоступные женщины не потому, что им нравится бороться, а, наоборот, потому, что они старательно избегают возможной конкуренции в будущем.

Рассматривая двух невест: целомудренную и развратную, «модуль оценки» в голове мужчины будет голосовать именно за целомудренную. При этом, мужчина будет не прочь заняться сексом с развратной, однако – простите, без обязательств. Интересно, что такая мужская стратегия нашла свой отклик в адаптивном поведении женщины: Женщины инстинктивно, что подтверждено измерением вагинальных реакций, возбуждаются от просмотра порно¹, однако, их искренняя сознательная реакция, в большинстве случаев, парадоксально противоположна – им это не нравится, и они стараются отстраниться от просмотра. То есть, в головах женщин, эволюционно развился «модуль целомудрия», в ответ на развитие у мужчин «модуля оценки».

Однако этот «модуль» не является жесткой прошивкой, такой как безусловная сексуальная реакция на просмотр порно. Внешние обстоятельства «включают» или «выключают» этот модуль. Женщина выбирает, быть ей развратной

¹ Women become sexually aroused as quickly as men. Roxanne Khamisi - News Scientist, 02.10.2006

или целомудренной в зависимости от того, насколько ее внутренний биокомпьютер оценивает шансы на привлечение самца с хорошим инвестиционным потенциалом. И, чем меньше такие шансы, тем вероятнее всего, что «модуль целомудрия» будет отключаться в пользу более уместной для данных обстоятельств сексуальной стратегии – получение качественного генетического материала без возможности получения, одновременно с ним, родительских инвестиций. В репутационно-зависимых человеческих сообществах, будь то древняя община или современная деревня, всегда несколько женщин из группы будут принимать на себя роль «центров разврата», получая от этого важные эволюционные преимущества – большое количество ухаживающих за ними самцов, поощряющих секс с ними, позволяют женщине раздобыть кусок хлеба на пропитание не только себя, но и своих детей и родить этих самых детей от наиболее активного самца, обеспечив, таким образом, успех своих генов в следующем поколении. Общество будет осуждать таких женщин, ведь они, по сути, «халявщицы» и безбилетники. Получая краткосрочную выгоду от предоставления доступного секса, они, таким образом, отвлекают внимание мужчин и уменьшают рыночную стоимость целомудрия остальных женщин. Мужчины, в свою очередь, никогда не женятся на таких женщинах и, в присутствии окружающих, никогда не будут демонстрировать своей к ним симпатии или, что вообще маловероятно, искренних любовных чувств.

Вместе с тем, если все женщины станут «халявщицами», то их стоимость на рынке предоставления сексуальных услуг, ввиду сильно возросшей конкуренции, резко упадет, что не позволит женщинам, живущим на подношения случайных любовников, зарабатывать достаточно, чтобы прокормить себя и своих детей. Человеческие сообщества, в которых баланс развратных и целомудренных женщин нарушается, должны быть просто стерты эволюцией. Но как такой баланс поддерживается? В биологии это называют «адаптивным поведением», когда избираемая особью персональная стратегия основывается на существующей конъюнктуре. Точно также и у мужчин всегда будет существовать баланс между «семьяниками» и теми, кто не прочь «подложить свои яйца в чужое

гнездо» и целенаправленно этим занят. Экономически целесообразно организовать дело так, чтобы твоих детей на ноги ставил кто-то другой и таких детей было бы много. В таких условиях, именно успешные «халявщики» получили бы эволюционные преимущества. Однако успех стратегии «халявщика» зависит от того, сколько «семьянинов» существует для ее реализации. Подобные поведенческие адаптации существуют у многих животных, а у ряда из них, например, у некоторых рыб, вообще заложены генетически. Так, среди родившихся мальков некоторых рыб всегда будет существовать доля самцов, которые будут внешне похожи на самок, мимикрируя под них для того, чтобы коварно, сразу же вслед за нерестящейся самкой, осеменить кладку икры, которую будет потом сторожить самец, организовавший для этого гнездо и охраняющий территорию этого гнезда от хищников и других самцов.

В репутационно зависимом небольшом сообществе, несмотря на наличие 1-2 развратных женщин, к которым и подойти-то стыдно, общая солидарная целомудренность женщин является общественным благом. Находясь в «картельном сговоре» и создавая, таким образом, дефицит секса, целомудренные женщины обеспечивают друг другу повышенный спрос на них со стороны мужчин. Все женщины пользуются этим спросом в своих личных целях, но сам повышенный спрос создается «вскладчину». Для еще большего повышения спроса, женщины могут думать об изгнании своих развратных товарок из общины и ограничивает их в этом только то, что реализация женатыми мужчинами своих избыточных "внесемейных" сексуальных порывов более приемлема с, как будто специально для этого существующей, инвестиционно непривлекательной женщиной, что не ведет к разрыву брака, уходу мужа или его дохода из семьи к другой "целомудренной" конкурентке. Разумеется, что такие "расчеты" никто сознательно не ведет - этим занимается встроенный в каждого человека биокomпьютер.

Любой картельный сговор является общественным благом для его участников, однако, наибольшую выгоду от наличия картельного сговора будет иметь безбилетник – тот, который пользуясь искусственно созданным повышенным спросом, будет продавать свой товар выше оговоренных сговором квот. Другими словами, для каждой женщины будет интересна

стратегия поведения, при которой она будет являться или казаться мужчинам чуть более доступной, чем окружающие женщины. К тому же женщина, товарки которой создают корпоративный миф о целомудрии, может невозбранно получать удовольствие от секса, не внося, таким образом, свой жертвенный вклад в общий котел. Поведение «безбилетника» в небольшой репутационно-зависимой группе будет жестко пресекаться остальными членами этой группы.

Но это совсем не работает в больших анонимных сообществах, в которых «эффект безбилетника» успешно процветает. В отсутствие персональной ответственности за собственное антиобщественное поведение, люди с радостью избегают уплаты налогов, очень вяло реагируют на общественные инициативы, не стремятся участвовать даже в поддержании подъезда собственного дома в чистоте. В крупном анонимном сообществе женщине становится выгодно быть доступной на фоне всеобщего целомудрия. Ее никто за это не накажет, внимание мужчин она запросто привлечет и, самое главное, будет получать удовольствие от секса, в отличие от ее воздерживающихся товарок. В таких условиях «картельный сговор» целомудрия распадается и секс для мужчин становится более доступным, в ущерб самим же женщинам, которые, парадоксально, стремясь к личной выгоде, отказываются от целомудрия.

Целомудренная женщина, которая не допускает сексуальных отношений до брака, резко теряет свои конкурентные преимущества на современном сексуальном рынке в анонимизированном сообществе. На нее просто не обращают внимания и на нее не расходуют «инвестиции ухаживания». Также никто не хочет покупать кота в мешке в тех условиях, когда большинство котов можно рассмотреть, открыв мешок перед покупкой. Все происходит точно также как на рынке труда, при отсутствии профсоюзов, заставляющих работодателей держать высокий уровень зарплаты. Работники, преследующие каждый свою личную выгоду, готовы скорее работать за минимально допустимые деньги, чем не работать вообще и, таким образом, понижая цену на свой труд до предела.

Инстинктивный «модуль оценки» внутри мужчин никуда не делся, и они все также, за исключением явного меньшинства осознанных мужчин, учитывающих такие вещи как контрацептивы и доказательное отцовство, продолжают разделять женщин на «целомудренных» и «развратных». Однако, в условиях анонимного сообщества, женщина может быть развратна, в свое удовольствие с одними мужчинами и целомудренна («я не такая»), с целью привлечения инвестиций от достойного мужа. Именно поэтому возникает в современном обществе обидное для «качественных мужей - инвесторов» положение, когда мужчины, которые явно не годятся в мужья ввиду своего явно несдержанного поведения и отсутствия, ценимых женщинами мужских добродетелей, таких как надежность, доброта, любовь к детям, получают намного больше секса и внимания у дам, чем имеется у «примерных семьянинов». Получается, что чем больше женщина воспринимает мужчину как пригодного инвестора, тем скромнее в присутствии него она будет себя вести. Вместе с тем, ей нужно искусно балансировать между рядом противоречий:

С одной стороны, она должна быть достаточно скромна, но с другой привлечь внимание мужчины, так легко отвлекаемое на более откровенные сексуальные стимулы.

С одной стороны, она должна выглядеть достаточно целомудренной, но не переборщить с этим и все-таки, в современных условиях инфляции целомудрия, не отказывать мужчине в сексе после некоторого воздержания и предварительной игры. При этом, кажущейся для мужчины воздержанности женщины и ее «ленивой» заинтересованности именно в этом мужчине будет способствовать отсутствие у нее сексуального голода, удовлетворяемого «на стороне» вместе с ее "легкими увлечениями".

- С одной стороны ей нужно удовлетворять свое сексуальное желание с мужчинами, которые ей не нужны как мужья, но держать это в тайне, чтобы сохранять правильную репутацию. Это сложно, так как каждый самоходный мешок со спермой будет стремиться изо всех сил "пометить территорию", чтобы сократить количество желающих посягнуть

на конкретно этот самоходный контейнер с яйцеклетками.

- С одной стороны она должна демонстрировать, что пользуется спросом у мужчин и востребована окружающими, которые, что важно, ей также нравятся. И не только демонстрировать, но и верить в это и знать это наверняка - то есть, таки иметь отношения с другими мужчинами. С другой - не давать повода бедняге избраннику думать, что она готова спать с мужчинами просто ради удовольствия и вообще, только вчера была на свидании, но с другим.
- С одной стороны, перевести отношения в состояние романтических, однако не допускать частых сексуальных контактов, чтобы одновременно и поддерживать, и возбуждать страсть у мужчины, но не дать встроенному в биокомпьютер мужчины «модулю распознавания бесплодности» дать команду на покидание бесперспективной самки.
- С одной стороны, эксплуатировать стремление мужчины к «транзакционным» сделкам, но с другой рассчитывать на заключение «стратегической».

Последний пункт, является очень важным. Ведь, если мужчину принуждать к браку, используя его «транзакционные» порывы, то потом, когда влюбленность остынет, его практически ничего не будет сдерживать от развода. То есть, для совершения правильной стратегической сделки нужно с одной стороны убрать доступ к телу как фактор, влияющий на принятие мужчиной решения о браке, но с другой не дать биокомпьютеру мужчины решить, что перед ним развратная или, если сексуальные отношения без брака длятся достаточно долго, - бесплодная женщина. Держайте, дамы!

По сути:

- Целомудренное поведение женщины дает преимущества только при наличии «картельного сговора» всех женщин
- Коллективное целомудрие, вероятно, инстинктивная стратегия, однако она перестает работать

в новых для человека условиях. Теперь надо лишь казаться целомудренной для окружающих.

- Женщина скорее будет вести себя скромно с тем, кого она оценила как потенциального мужа, чем с тем, кто наверняка ею как муж не рассматривается.
- Мужчина скорее добьётся интимных отношений с женщиной, если она не будет видеть в нем отца ее детей, а еще лучше, если отношения с этим мужчиной не будут мешать ей в будущем. «Скорее» в современном мире означает на первом свидании, а не на третьем.
- Разрушение картельного сговора целомудрия в современном обществе удешевляет до предела физиологический секс как товар на сексуальном рынке.





Доводы, до которых человек додумывается сам, обычно убеждают его больше, нежели те, которые пришли в голову другим.

Блез Паскаль

Любой бизнес продает ту тонкую разницу, которая отличает его от конкурента. Если стоят пять магазинов, в которых продаются одинаковые пылесосы и пылесосы покупают чаще в каком-то одном из них, то этот магазин нашел нечто, что связано с актом продажи пылесосов и отличает его от остальных магазинов в лучшую сторону. Именно на этом отличии магазин и зарабатывает деньги, а пылесосы - просто необходимый атрибут для того, чтобы продать "это самое". На пылесосах заработка нет. Если применять эту мысль к сексуальному рынку, то продаётся всё, что сексом, борщом и уютом, по сути, и не является, но связано с актом продажи. Именно это нечто и формирует экономическую, превышающую «депозит» прибыль бизнеса. Именно оно позволяет бизнесу вытеснять конкурентов на самых, казалось бы, безнадежно «диких» рынках. Еще более занятно то, что мало кто задумывается: «Что же такого специфичного есть во мне, что привлекло моего мужчину именно ко мне, а не к моей конкурентке?» А даже если и задумывается, то начинает подбирать ответы вроде «красота» или «характер», или... ну да, «цена». Как будто бы все вокруг всегда покупают самое дешевое.

Впрочем, зачем что-то придумывать, если можно просто спросить? У кого? Да у существующих мужчин, конечно. Пусть они подумают и ответят. Пospорьте с ними, если они

скажут «надежность», — ее нельзя оценить, не попробовав. Поспорьте, если они скажут «красота», — вряд ли все ваши мужчины стоят в очереди на прием к Кэтрин Зета Джонс. Ничего плохого не случится. Максимум, что может произойти, — вас "купят" еще раз. Дайте мужчине возможность рационализировать и проговорить свой выбор и упомянуть при этом то самое, что заставило его остановиться и сохранить выбор именно на вас. Спросите и поймите, наконец, с чем именно в качестве козыря вы пойдете на встречу к следующему мужчине. Женщины часто считают, что мужчины им беззастенчиво льстят. Вместе с тем, всегда льстить будут в ту сторону, которая ближе к правде, чем в ту, которая явно не стыкуется с фактами.

Вопрос "за что ты меня любишь", который так часто любят задавать женщины и который вводит в ступор мужчин, пытающихся быстро подобрать подходящий ответ, на самом деле вполне оправданное для женщин инстинктивное поведение. Заставляя мужчину отвечать на этот вопрос, они закрепляют в его мозгу логическую аргументацию причин влюбленности и ценности женщины для этого мужчины. Влюбленность рано или поздно пройдет, и мужчина должен остаться вместе с женщиной, опираясь, уже, на выраженные словами аргументы. Но этот вопрос не позволяет женщине понять свои ключевые отличия. Мужчина уже влюблен и его разум не будет честен с ним же самим. Разум будет подставлять мужчине правдоподобные версии, такие, которые будут соответствовать окружающей реальности и не будут противоречить поступкам мужчины в прошлом. И, задавая вопрос "за что ты меня любишь", женщина, в общем-то и не планирует использовать ответ на него для своего дальнейшего маркетингового позиционирования на сексуальном рынке. Кстати, зря.

Тогда какие именно задавать вопросы? Можно задавать так называемые проективные вопросы. Например, вопрос "что тебе нравится в женщинах" или "зачем, по-твоему, мужчинам

вообще нужны женщины", позволит копнуть в нужном направлении. Мужчина будет неосознанно отвечать так, что будет иметь ввиду текущего постоянного полового партнера. Не стоит останавливаться на первом ответе. Продолжите допрос, задавая "почему" или споря с ним. Например, если он скажет "борщ", то поспорить, сказав, что борщ умеют варить почти все. Еще продуктивно задавать вопросы, направленные не на себя, а на события. "Как ты обратил на меня внимание" или "Зачем ты со мной заговорил в день нашего знакомства". И важно не стесняться, и просить оценки у мужчин, с которыми никто и не планирует строить отношения. Они в меньшей мере будут льстить и от них можно добиться большей правды. Будет неуместным, конечно, подойти к женатому коллеге и в лоб спросить "я тебе нравлюсь? А чем именно?". Но уместно иметь большое количество друзей противоположного пола, с кем будет удобно вести достаточно откровенные беседы без намека на интимные отношения.

Если посмотреть на рынок глазами экономиста, окажется, что фирма может получить прибыль только благодаря тому, в чем она является монополистом, или тому, что конкуренты не способны предоставить за те же деньги. Это — ключевое отличие предложения конкретной фирмы от предложения конкурентов. Все аптеки продают лекарства, но каждая из них удобна лишь для определенного круга покупателей. Все автосалоны предлагают автомобили, но каждый конкретный человек выбирает один салон, исходя из своих собственных соображений и видя определенные преимущества именно в выбранном. Редко решающую роль играет просто стоимость товара. Не так много людей руководствуется при покупке лишь ценой на товар. Часто эти преимущества весьма банальны — близость, личные знакомства, удобство, внешний вид и т.п. Но еще чаще эти достоинства даже не осознаются продавцами, хотя именно это «самое» позволяет компаниям

выделяться на ровном, как дно высохшего соленого озера, пейзаже конкурентного рынка. И именно оно дает компаниям ту самую экономическую прибыль, которая превышает доход от депозитного вклада, равного стоимости компании.

Когда-то в газетах перепечатывалась статья про курицу, которая бегает как пингвин. Хозяева утверждали, что никогда не сварят из нее суп. И с точки зрения курицы, это абсолютный успех! Если вы хотите, чтобы из вас не «сварили суп», вам нужно научиться выделяться среди окружающих. Не так важно, хорошо это будет воспринято или плохо. Вопрос в том, чтобы быть особенными. Сыр с плесенью, по сути, порченный, но именно этим он и привлекает к себе внимание. Не бойтесь быть «порченными», бойтесь быть такими как все. И если вы не будете опасаться плохого результата собственной уникальности, то получите хороший.

Главный секрет состоит в том, что в этом плоском мире достаточно быть просто холмиком или кочкой, чтобы найти для себя достаточное количество поклонников среди всего населения страны. Представьте себе, что вы начали предлагать услугу или товар, которые будут, по каким-то не связанным с качеством или юзабилити параметрам, категорически отвергнуты 95% населения. Но при этом 5% населения влюбятся в ваш товар и будут «вытягивать» его у вас. Сравните это с ситуацией, когда вы — лишь один из 100 или 1000 производителей стандартного товара, востребованного 95% населения. На какую долю рынка при прочих равных условиях вы сможете рассчитывать? Удается ли вам бороться на равных с китами, эксплуатирующими эффект масштаба и огромные рекламные бюджеты? Будет ли кто-то «вытягивать» у вас производимый продукт или услугу? Нет, их придется «проталкивать». К слову, тянуть всегда легче, чем толкать, и существует мнение, что именно поэтому большинство автомобилей сегодня переднеприводные.

По сути:

- Никто, кроме клиентов не скажет, почему именно ваш товар продается. Спрашивайте своих клиентов. Спрашивайте лиц противоположного пола и не только тех, с кем вы близки.
- Вопросы «в лоб» неуместны, неудобны и неправдивы. Используйте проективные вопросы.
- Человек, отвечающий на такие вопросы, сам себя убеждает в том, почему вы ему нравитесь. Типично женский вопрос «а за что ты меня любишь» не такой наивный, как кажется мужчинам. Это – стратегический вопрос, заставляющий мужчину убеждать себя в своей любви, даже когда любви уже нет.
- Победит тот, кто выделяется над ландшафтом. Не бойтесь быть не таким как все. Бойтесь конкуренции среди таких как все.





Покрасить трубу

Маркетинг

*Хорошо задокументированный баг
это – фича¹
Программистская поговорка*

Когда-то у моей подруги возникла проблема с организацией обстановки на кухне. Она делала красивый ремонт, в который вкладывала всю душу, но все ее мечты о красивом и совершенном домашнем уюте казалось разбивались о грубо и нелепо торчащую газовую трубу на кухне. Прятать газовые трубы под гипсокартон или штукатурку нельзя, и эта труба действительно мозолила глаза на кухне, которая без трубы была просто совершенной.

Тогда подруга сделала наоборот. Вместо того, чтобы пытаться спрятать или замаскировать трубу, она выкрасила ее в яркий красный цвет – точно такой, какой использовался в фурнитуре кухонных шкафчиков. И, о чудо, кухня стала совершенной, а труба – как будто специально для этой кухни создана.

Трубу не обязательно красить в красный цвет. Ее можно покрасить в белый с черными метками и украсить верхнюю часть трубы горшком с зеленью – выйдет как бы березовый ствол. Можно нарисовать на трубе чешую и змеиную голову – получится свесившийся с потолка удав. Можно трубу украсить еще несколькими трубами, гнутыми в разных направлениях, с клапанами и латунным блеском – получится стим-панк.

¹ Программистский сленг. Баг – ошибка в программе. Фича – полезное свойство программы.

Можно все, что угодно сделать, чтобы труба стала работать на тебя, а не против тебя. Сама идея не прятать, а выделять газовую трубу – суть решения множества задач.

Когда пытаешься продавать себя на сексуальном рынке, то начинаешь сравнивать себя с более привлекательным товаром и грустить. Мол, у меня нос не такой или глаза блеклые или волосы слишком темные/светлые. Не нужно делать из того проблему. Из этого нужно делать преимущество. В кинематографе очень много актеров и актрис, которые не облагорожены красотой фотомодели, но, при этом, вполне уверены в себе и, что важно, именно поэтому, крайне привлекательны. Жан-Поль-Бельмондо, Алиса Фрейнлих, Лайза Минелли, Стив Бушеми – все они не «эталонные красотки и красавицы» и это их важнейшее преимущество. Они узнаваемы. Они харизматичны. У них есть свое амплуа. Кем бы они были, если бы были стандартными голливудскими красотками и красавицами? Стояли бы как клоны в очередях на кастинг.

Гуру маркетинга Джек Траут написал целую книгу, чтобы продать читателям всего лишь одну простую мысль, которую он вынес в название книги: «Дифференцируйся или умирай!». Худшее, что может сделать мужчина или женщина, желающие продать себя на сексуальном рынке, это следовать моде, стилю, вкусам толпы. Да, это важно быть своим среди своих. Да, это важно, чтобы тебя не считали «нищобродом». Но посмотрите на фотографии девушек 80-х годов. Они же все одинаковые! Одинаковый макияж со «стрелочками». Одинаковые прически с химической завивкой, одинаковые вставные плечики, одинаковые штаны, зауженные к низу. Какая разница между ними? Никакой. Они все плавают в алом от кровавой борьбы океане конкуренции, вместо того, чтобы создать свой голубой океан, где бы они сами диктовали правила игры.

Часто девушки очень сильно нервничают по поводу небольшого размера своей груди. Они правы, ее клон-близнец с большой грудью выглядел бы, в условиях моды на грудь, явно привлекательнее. Однако, маленькая грудь эта та самая газовая труба на кухне, которую можно использовать так, как не сможет это сделать ни одна грудастая девица.

Девушки с маленькой грудью стараются, чтобы она выглядела у них больше. Они мечтают о маммопластике. Они покупают лифчики с поролоновыми вставками. Ведь они наблюдают, что большинство женщин, которые их окружают и которые успешно вышли замуж и родили детей – обладают грудью явно большего размера. Но это – тот самый карго-культ. У замужних и рожавших женщин грудь больше потому, что они рожали, а не наоборот, они смогли выйти замуж потому, что у них была большая грудь. Мало того, после кормления грудь часто «сдувается» и без лифчика уже ходить нельзя – получают хоть и заметные, но некрасивые «уши у спаниеля», вместо привлекательной груди.

И снова в головах у девушек «включается» карго-культ и ритуализация явления. «Все носят лифчики, особенно грудастые – и я должна». «У всех вокруг грудь больше», хотя это только кажется, ведь у большинства – поролон в лифчике или, у тех, кто побогаче, силикон под кожей¹. Но лифчик, в первую очередь, приспособление для упрощения жизни грудастым и для того, чтобы их грудь не свисала некрасиво. Тем у кого

¹ У мужчин есть, кстати, подобная проблема субъективного восприятия, они считают, что у них член меньше чем у остальных только потому, что на свой они смотрят сверху, а на чужие, в бане, они смотрят с более выгодного ракурса.

грудь маленькая лифчик не нужен вообще. Он – просто лишний элемент гардероба и свою первоначальную функцию он не выполняет. Он просто стал ритуальным элементом гардероба и его носят просто потому, что «я уже взрослая, ведь у меня уже есть грудь».

Девушка с небольшой грудью обладает очень важным преимуществом перед остальными: Она выглядит как девушка, причем моложе своего настоящего возраста, а не как рожавшая дойная корова. Это работает на подсознании самца – «молодая, девственная, то, что надо». У нее грудь, а не вымя. И настало время «покрасить трубу в красный цвет» и показать окружающим эту грудь, оставаясь, при этом, в рамках приличия. Снять лифчик, чтобы торчащие соски дерзко оттопыривались под одеждой.

Ведь большая грудь — это не больше, чем модное течение¹. Точно такое же, как и «вставные плечики» 80-х годов. Была когда-то мода на маленькую грудь, что делало женщин выглядящими моложе. Женщины перебинтовывали себе грудь и сжимали ее, чтобы она не торчала слишком сильно. Были времена, когда не грудь, а ноги или попа ценились больше.

¹ Мало того, постоянно большая грудь является инструментом маскировки фертильного состояния женщины. У других животных, как и у многих приматов (кроме человека), по размеру молочных желез можно понять, способна ли самка к зачатию. Увеличенные груди — знак того, что самка сейчас кормит детеныша и не может зачать нового. Самцы других видов, в том числе и приматов, редко спариваются с кормящими самками, увеличенная грудь их не привлекает. Человек — единственный примат, у которого самки имеют постоянно увеличенные груди (и самцам это нравится). Но для чего развился этот признак изначально — чтобы привлекать самцов или, может быть, чтобы их расхолаживать, оптимизируя моногамную сексуальную стратегию? С. Owen Lovejoy. Reexamining Human Origins in Light of *Ardipithecus ramidus* // Science. V. 326. P. 74, 74e1–74e8

Еще 30 лет назад очень хорошо ощущалось, что идея «большой груди» это какое-то американское течение. В Европе на это не сильно обращали внимание и совсем большую грудь никак не считали признаком красоты или женственности. Интересно, что и в настоящее время 52.3%¹ мужчин указали, что в своих сексуальных фантазиях они представляли себе секс с женщиной с очень маленькой грудью².

Нигде ни один свод правил о «дрес-коде» не запрещает ходить без лифа, тем более, когда грудь – маленькая. Он, наоборот, запрещает глубокие декольте, тем более, когда грудь – большая. Но именно тогда, когда девушка снимет лифчик она откроет для себя тот самый «голубой океан», в котором нет конкуренции и в котором она сама диктует правила игры. Одежда без лифа — это не пошло и не вульгарно. Это не вульгарная провокация как декольте или свех-мини. Это не голые плечи, тем более с пошлыми прозрачными силиконовыми ремешками для лифчика. Это – вообще ничего. Но это заметно и это привлекает внимание, причем правильным образом – оставляя «загадку» и давая возможность разыгаться мужской фантазии. Грудь без лифчика работает где-то, похожим образом как чулки. Со стороны и не различишь, в чулках девушка или в колготках. Но она сама-то знает. И это меняет и ее походку, и ее поведение, и ее отношение к окружающим. Меняет

¹ What Exactly Is an Unusual Sexual Fantasy? Christian C. Joyal, PhD,*† Amélie Cossette, BSc,* and Vanessa Lapierre, BSc. Department of Psychology, Université du Québec à Trois-Rivières, Trois-Rivières, Québec, Canada.

² Справедливости ради стоит отметить, что по данным того же источника 68,6% мужчин фантазировали о сексе с женщиной с необычайно большой грудью.

в очень правильную сторону, если говорить о маркетинге на сексуальном рынке.

Именно о том, как красиво уйти от конкуренции, прекратить инвестировать в "модные" или "трендовые" конкурентные преимущества и рассказывает книга "Стратегия голубого океана", изданная в 2005 году. Авторы: Ким Вичан и Рене Моборн являются представителями европейской топ бизнес-школы. Книга иллюстрирует бурный рост и высокую прибыльность компаний, которые могут генерировать продуктивные бизнес-идеи, создавая не существовавший ранее спрос на новом рынке («голубой океан»), где практически отсутствуют конкуренты, вместо того, чтобы конкурировать со множеством конкурентов на малоприбыльных рынках («алый океан»). Авторы, проведя 15 лет исследований, показывают на примере 150 успешных стратегий на отрезке в 120 лет среди 30 отраслей, как именно воплощение идеи "голубого океана" - ухода от конкуренции и открытия новых ниш и рынков - приводит бизнес к успеху.

В книге "Стратегия голубого океана" часто приводится пример цирка "Cirque du Soleil" - на сегодняшний день самого успешного в мире циркового шоу. Когда цирковая индустрия совсем завязла в конкуренции, пытаясь втиснуть в конкурентную стоимость билета все больше тигров и слонов, клоунов, эстрадных звезд и даже выступлений на нескольких аренах одновременно, Cirque du Soleil прекратили "гонку за размером" и вообще ушли от арены, начав давать представления в виде спектакля на сцене со связанным сюжетом. Они, фактически, взяли лучшее от театра и цирка и смогли, таким образом, уйти от конкуренции и даже вообще от мысли сравнения Cirque du Soleil с другими цирками.

Использование маленькой груди как преимущества является типичной стратегией "голубого океана", когда участник рынка отказывается от "гонки вооружений" и дает рынку другие, кардинально отличные характеристики и свойства продукта, востребованные потребителями. Ведь никто не говорит, что грудь должна быть обязательно большой. Она должна быть упругой, не свисать, делать женщину моложе и привлекательнее. Убрав с повестки дня конкуренцию в размерах, можно легко обойти всех остальных конкурентов по другим важным характеристикам и снять "сливки" с рынка.

Девушки, которые решились снять лифчик, думают, что на них будут пялиться, но, на самом деле, это не вызывает большего внимания, чем обычно. Можно даже опросить знакомых мужчин, чтобы понять их спокойное отношение к подобному. Но это работает на «втором» уровне. И работает еще как. С одной стороны, смелость и дерзость, которая требуется, чтобы снять лиф, придает женщине ту самую уверенность, которая читается всеми вокруг и на которую обращают внимание мужчины. Это принятие себя такой как ты есть, это избавление от, практически всегда, необоснованных страхов, что ты - не красивая и не привлекательная. Это то, что помогает сделать карьеру, выйти замуж, реализовать амбиции, выйти из круга привычек и ритуалов. Это – агрессия, направленная в нужное русло. Так что стоит быть готовой, снимая лифчик, что растеряешь всех подруг. Ведь очень неуютно находиться рядом с человеком, чей успех явно, а не на словах или атрибутах больше твоего. Что важно, этот прием не сможет повторить ни одна барышня с большим размером груди. Мало того, ее лифчик, который она вынуждена носить, будет скрывать от мужчин ее грудь, делая ее такой же как у всех.

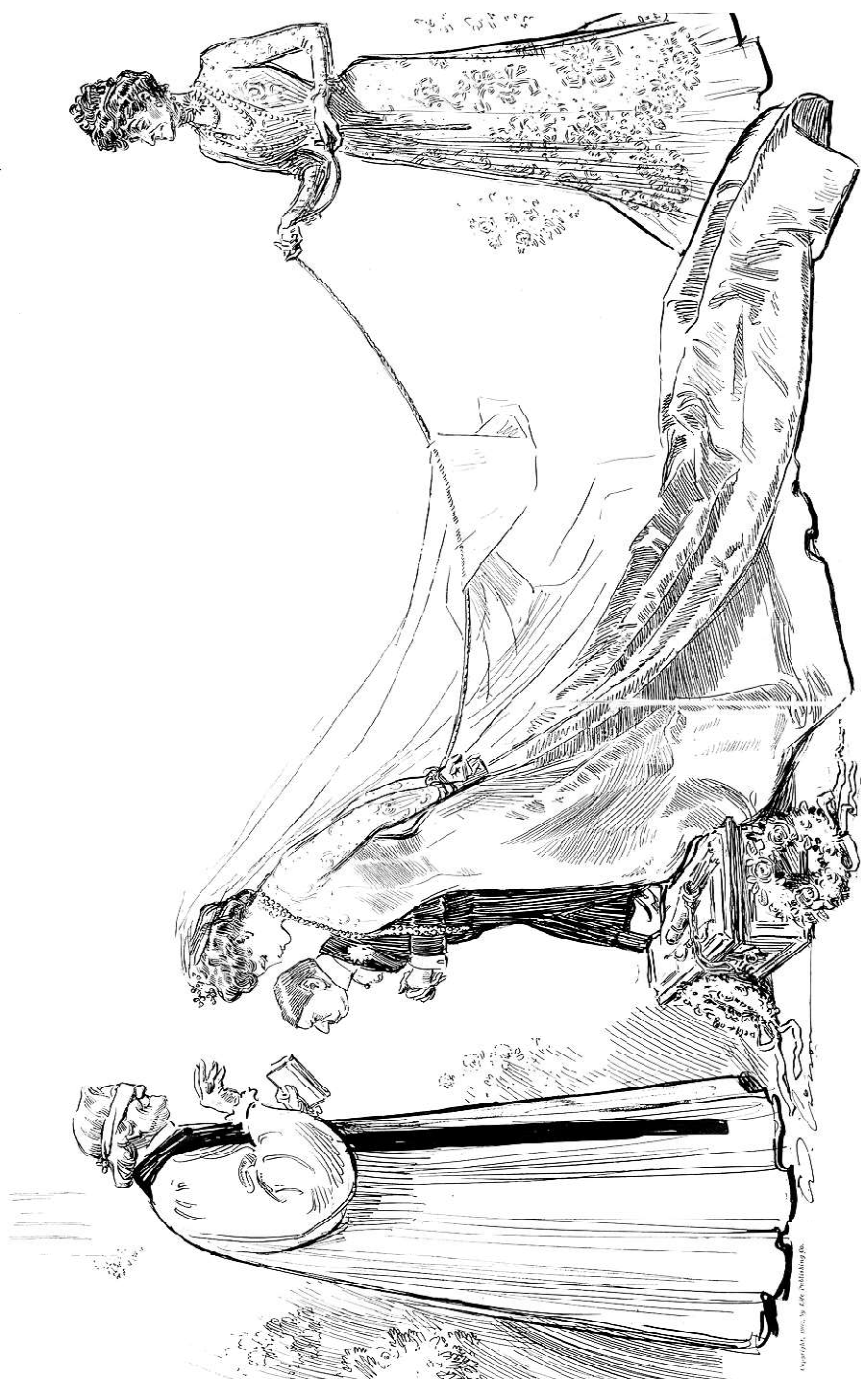
Большая грудь — это сильный и хорошо работающий аттрактор. Это даже не зависит от пола. Все — и мужчины и женщины обращают внимание на большую грудь. Тем более, она лучше чем маленькая видна на расстоянии. Это с младенчества впечаталось к нам в мозг — это источник еды, безопасности и хорошего настроения. Это — универсальный решатель всех проблем. Недаром «стандартный» образ продавщицы в магазине включает в себя большую грудь, выпирающую через расстегнутый сверху халат. Но чем никогда не будет грудь, так это причиной жениться или не жениться на девушке. Любая девушка, которая носит вместо гуди поролон не пожалуется, что ее бросил мужчина из-за того, что он обманулся в ожиданиях касательно размера ее груди. Большая половина всех женщин, которые уже успели выйти замуж и родить детей, вспомнят, что переживали из-за своего размера груди. Да, есть среди мужчин идиоты, «повернутые» на размерах. Их крайне мало. Это — исключения. Подумайте, нужен ли вам такой мужчина. Может лучше наоборот, сразу подальше держать таких от себя, тем более, если у вас большая грудь, которая, весьма вероятно, «сдуется» после первых же родов до стандартных «ушей у спаниеля».

Маленькая грудь без лифчика — тоже сильный аттрактор. И явно не меньшей силы, чем разрекламированное глянцевыми журналами и почти не встречающееся за пределами Photoshop, вымя. Вместе с тем, есть важное отличие: Отсутствие лифа под одеждой работает как неосознаваемый аттрактор, которому сознание не может сопротивляться. Женщина, торгующая сосками под одеждой, на самом деле, включает самый сильный манипуляционный механизм, который у нее есть. И это ведет ее к успеху.

По сути:

- Не стоит скрывать свои недостатки. Родинки, веснушки, гротескные черты лица, маленькая грудь, цвет волос и прочие кажущиеся проблемы внешности. Используйте их как свое конкурентное преимущество.
- Не будут работать, как конкурентные преимущества, особенности внешности, ассоциирующиеся с плохим здоровьем. Потому стоит тратить деньги на спортзал, стоматолога, ортодонта, дерматолога, диетолога, парикмахера и ортопеда.
- Ношение лифчика женщиной с маленькой грудью скорее рационализируемый ею ритуал, чем рациональное и осознанное действие.
- Лучше конкурировать в созданном вами «голубом океане» чем сражаться с конкурентами в «алом»





Большой обман

Биология

- Джек, видишь эту кучу дерьма?
- Да, Том.
- Хочешь, я тебе дам 100 долларов, а ты ее съешь?
- По рукам!
- А теперь ты- Том, видишь ту кучу дерьма?
- Да, Джек.
- Хочешь, я тебе тоже дам 100 долларов, а ты ее тоже съешь?
- Не вопрос!
- Джек, а тебе не кажется, что мы на шару дерьма нажрались?

Анекдот про ковбоев

Когда люди принимают решение вступить в брак, они ищут какую-то пользу для себя в партнере, которого они выбрали. Если мы берем что-то для того, чтобы получить пользу то мы планируем это эксплуатировать. Брак – это намерение эксплуатации партнера, а вся супружеская жизнь – взаимная эксплуатация. Мы, вступая в брак, всегда рассчитываем получить больше, чем отдать. Иначе это не будет называться эксплуатацией или, более спокойными словами, получением пользы.

Браки, в которых одному партнеру удастся эксплуатировать другого в большей степени чем другому первого, недолговечны. Никто не будет терпеть эксплуатацию и предпримет действия для разрыва отношений. Равновесные браки –

вещь крайне маловероятная и практически невозможная. К тому же, равновесный брак вообще лишен смысла для обоих партнеров, так как отношения, существующие в нем, очень напоминают отношения ковбоев из анекдота, вынесенного в эпиграф.

Жизнь наполнена браками средней степени несчастья, в которых эксплуатируемый партнер не расторгает брак лишь потому, что он не готов столкнуться с издержками выхода и готов терпеть монополию. Брак будет расторгаться тогда, когда прямые и косвенные затраты эксплуатируемого партнера, связанные с расторжением брака будут сравнимы в инвестиционной перспективе с потерями, которые партнер несет от ежедневного нахождения в браке. То есть, если «платежный баланс» одного из партнеров приводит к потерям в 10 условных единиц в год, то на развод можно идти, если он обойдется в меньше, чем, скажем, 100 единиц – зависит от ощущений человека, принимающего решение о разводе: насколько далеко он способен заглянуть в будущее, как много еще готов терпеть и так далее. Соответственно, эксплуатирующий партнер таким образом корректирует свое поведение, чтобы эксплуатируемому было не выгодно идти на разрыв отношений.

Если эксплуатируемый партнер живет «одним днем», то есть, умственно ограничен, то ему можно и вообще на шею сесть. Так как такой партнер сравнивает расходы на развод не с суммой издержек от нахождения в браке, а с издержками конкретно сегодня. Ведь, если не смотреть в будущее, потерять 10 единиц лучше, чем потерять 100 – значит, выгодно терпеть.

Приобретение для брака неумного партнера – хорошая перспектива с точки зрения обеспечения надежности этого брака. Тем более, что уровень взаимной эксплуатации, как правило, не постоянен. Он может со временем, возрастать, например, потому, что один партнер будет брать от брака все

меньше, а давать все больше. Муж, делающий карьеру и становящийся все более качественным отцом-инвестором будет давать браку, со временем, больше, чем жена, теряющая со временем свою физическую привлекательность и фертильность. Точно также и наоборот, жена, вкладывающая свои силы, душу и культуру в воспитание детей будет являться более ценным ресурсом для семьи, чем безработный или пьющий муж.

Единственное, что останавливает людей от выбора себе в партнеры «простых, но надежных парней» или «тупых, но грудастых блондинок», это культура, которую, благодаря ее свойствам, требуется передать в следующее поколение точно также, как и гены. Каждый партнер так или иначе ожидает от другого, что он будет вкладывать свою культуру в общих детей. И если один из партнеров заметно менее культурен, то и передавать, собственно нечего. Смысл брака исчезает, не успев появиться. Также естественный отбор у людей пошел по такому пути, в котором не только культура, но и интеллект партнёра являются явными сексуальными преимуществами. Если бы люди, выбирая себе партнера, никак не ценили бы его интеллект, то они бы никогда не смогли стать видом живых существ, обладающих разумом. Интеллект дает человеку явные преимущества в выживании и потому он – важный фактор в выборе партнера.

Получается, что надежный партнер является неким компромиссом между желаемым высоким уровнем интеллекта и культуры и, точно также желаемой ограниченностью и неспособность планировать будущее дальше, чем до Нового года. Сверхумники будут выглядеть непривлекательно - явными занудами и теми, кого тяжело обманывать. Совсем тупые – неспособными воспитывать детей или вообще оставаться обеспеченными и здоровыми в современном мире. В

итоге мы наблюдаем 30 декабря толпы в супермаркетах, состоящих из людей, неистово скупающих продукты, которые дальше Нового года думать не умеют и подсознательно считают его «самым последним днем», но, зато счастливых в семейной жизни. Таких подавляющее большинство. Природа и простая экономически-инвестиционная логика выбора партнера постарались, чтобы люди не становились слишком умными или слишком тупыми, иначе это может помешать их размножению¹.

Вступая в брак мы начинаем злую и безжалостную игру взаимной эксплуатации. Ставки велики – вся жизнь. Попытки угадать «кто кого» производятся уже на церемонии бракосочетания – кто первый наступит на рушник, тот в доме и хозяин – одна из таких примет. Люди не осознают величины ставок и играют. Хотя если мы спросим у любого, готов ли он сыграть в орлянку на все свое состояние – орел, все потерять или решка – все удвоить, то в большинстве случаев мы услышим отказ. Люди ценят надежность и инстинктивно избегают рисков. Лучше остаться «при своих» чем играть в столь рискованную игру. К тому же, в отличие от орлянки, брак это именно взаимная эксплуатация и там нет, по большому счету, выигравших. Нельзя сохранить брак, не привнося в него что-то со своей стороны и даже эксплуатируемый партнер вынуждает эксплуатирующего стараться, чтобы «нетто убыток» не превышал уровня принятия решения о разводе. Утешит ли раба на камноломнях то, что его надсмотрщик, такой же раб, тоже рубит камни в другую смену, но чуть больше?

¹ Интересно, что объем мозга современного человека заметно меньше объема мозга его биологических предков – кроманьонцев и неандертальцев. Более подробно в статье Дробышевского С. В. «Глупеем ли мы? О причинах уменьшения мозга.». <http://antropogenez.ru/article/493/>

Но к браку нас ведет не разум, а инстинкты. Встроенная в нас система вознаграждения, рассчитана на простую коммуникацию, к которой прибегает дрессировщик, желающий принудить тюленя хлопать ластами «в ладоши», стоя на тумбе и держа мяч на кончике носа. Наши гены, ведя нас по пути размножения, точно также, как и дрессировщик, выдают нам сахарок за хорошее поведение и бьют плеткой за плохое, невыгодное для них. Гены не умеют общаться высокими абстракциями и потому стимулируют нас идти по стандартному пути, гарантирующему с максимальной надежностью, передачу генетической информации в следующее поколение. Шаг за шагом: сначала нам сделают приятно за то, что мы влезли на тумбу. Потом нам сделают приятно за то, что мы удержим мяч на носу, а потом – за то, что мы аплодируем ластами.

Применение мотивации в бизнесе точно также должно предусматривать вознаграждение не только за окончательный результат, а за промежуточные шаги. Нет смысла награждать продавца большим призом, чем комиссионным вознаграждением, за то, что он совершил продажу. Мы не регулируем, таким образом поведение продавца и не стимулируем его к правильной активности. Мы не помогаем продавцу прийти к продаже. Правильные стимулирующие меры должны учитывать и количество совершенных звонков клиентам (в виде принуждения или в виде вознаграждения) и количество встреч и количество отправленных коммерческих предложений. В продажах есть термин «воронка продаж», в целом он означает, что совершив определенное количество звонков, можно получить, через несколько шагов сделку. И чем больше будет сделано звонков, тем больше, несмотря на отказы, будет назначено встреч и тем больше будет сделок. Философия отслеживания промежуточных результатов лежит и в подходе BSC – Balanced Score Card, согласно которому, кроме конкретных

финансовых показателей – объемов продаж или прибыли, следует отслеживать клиентов – их количество, качество и удовлетворенность. А чтобы клиенты были удовлетворены – нужно следить за процессами. А процессы делают люди. Получается, что правильная кадровая политика может обеспечить как бы «сама собой» и хорошие продажи. При этом, вообще невозможно управлять бизнесом, глядя на свершившийся факт – объемы продаж и прибыль. Исходя из подхода BSC, сотрудникам устанавливают ключевые показатели эффективности так, чтобы они получали премии за вещи, которые прямо и косвенно влияют на объемы продаж (клиенты, процессы, кадры), а не за сами продажи.

Точно также действует и встроенная в нас система вознаграждения. Есть «стандартный сценарий» - найти партнера, вовлечь его в брак, получить от него материнские или отцовские инвестиции, вырастить следующее поколение, которое будет содержать наш генетический материал. Когда девушка получает удовольствие от того, что прижимается к парню – ее вознаграждают за это гены – молодец, хороший тюлень. Девушке уютно. Девушке хочется следующего шага – поцелуя. За поцелуй она тоже получит сахарок и ей будет приятно и уютно. Точно также как будет ей уютно, если она сможет найти сухое убежище в грозу – она получит вознаграждение за результат поисковой активности, дающей ей больше шансов на выживание и, следовательно, размножение. Удовольствие от расщелины в скале, которое будет получать девушка, будет находиться в прямой связи с тем, каков уровень опасности будет исходить от бури, бушующей снаружи. При этом, в спокойный день, девушка вообще не получит никакого удовлетворения от посещения таких мрачных укрытий. Парень будет получать удовольствие, делая подарки девушке. Ему будет ис-

кренне приятно их делать, хотя, на самом деле, весь его молодой организм в этот момент просто исполняет следующий шаг, ведущий его к размножению.

Дрессировщик со временем перестаёт давать сахарок тюленю за каждый выполненный им шаг. Сахарок выдается в конце трюка, если требуется этот трюк повторить впоследствии. Но тюлень продолжает совершать серию последовательных действий, ведомый надеждой на сахарок. Ведь, на самом деле, тюленя заставляет делать что-то для него необычное не награда, а ее обещание. Обещание награды, а не сама награда заставляет нас вступать в отношения с противоположным полом, хотя никакой награды как таковой мы не получаем. Мы получаем еще большее обещание еще большей награды. Гены играют с нами в финансовую пирамиду – не давая нам ничего взамен, заставляют нас страдать все больше и больше с каждым следующим шагом на пути к счастью. Счастьем ли? Мы стремимся исполнить свои желания, даже не осознавая того, что человек, которому нечего больше желать подобен во всем человеку, которому ничего больше не хочется. Апатия и депрессия, а не награда – вот, что ждет нас в конце любого пути, на который нас ставит система вознаграждения в нашем мозгу. Счастливы те, кто не достиг до конца своих целей. Они не доживают до апатии и депрессии и полны жизни до самого последнего момента.

Система вознаграждения, как дрессировщик, обещающий, но не дающий сахарок, обещает нам, что все будет хорошо, когда мы найдем себе партнера. Потом, что все будет хорошо, когда вы поженитесь, несмотря на то, что брак сам по себе – риск несчастья с вероятностью 50%. Потом она нам обещают – вот родите детей, будет счастье. Потом просит потерпеть, когда они вырастут. А когда выросли, начинает требовать внуков. Но, в реальности, каждый следующий шаг прино-

сит все больше забот, проблем, несвободы и затрат. Нас продолжают подбадривать наркотиками, которые выделяются при первом поцелуе, при виде детской улыбки, пятерки в школе, первой влюбленности наших детей. И это – стремление к следующей цели, наполняет нашу жизнь смыслом, которого, на самом деле нет.

С точки зрения экономики, менеджмента и управления рисками, имело бы больше смысл заводить детей, не вступая в брак, а получая все «брачные сервисы» на аутсорсинге. Именно так все чаще поступают состоятельные мужчины, которые покупают донорскую яйцеклетку, выбирая биологическую мать из банка доноров, оплачивают услуги суррогатной матери, а женятся, по контракту, на третьей особе. Для них расходы на подобные манипуляции оказываются более приемлемыми, чем риски, сопутствующие вступлению в брак с матерью своих детей. Однако, в большинстве случаев, мужчины не способны самостоятельно родить ребенка, а женщины нетрудоспособны некоторое время до и после родов и, соответственно, в большинстве случаев требуют поддержки. Вместе с тем, состоятельной женщине также, как и состоятельному мужчине, выгодно рожать самостоятельно, выбрав для себя качественного самца-осеменителя или выбрав подходящего кандидата в банке доноров спермы.

Мужчина или женщина, находящиеся на верхней ступени социальной, культурной или интеллектуальной пирамиды, если вступают в брак, с большей вероятностью будут эксплуатируемым субъектом, а не эксплуататором – их родительские инвестиции и уровень культуры будут позволять им давать больше, чем брать от брака, а их интеллект, умеющий считать на будущее, будет стимулировать их к разводу и делать их несчастными.

Чтобы перейти от модели взаимной эксплуатации к модели взаимной выгоды, стоит выключить желания и инстинкты и принять трезвое и обдуманное решение, в котором нет месту словам “любовь”, “привязанность” или “страсть”. Инстинкты, которые маленькими шажками толкают нас в долговую яму взаимной эксплуатации, удовлетворяются самым примитивным, транзакционным уровнем сделки. Хорошим признаком транзакционной сделки является количество времени, которое мы тратим на обдумывание сделки и количество эмоций, которые участвуют в ее заключении. Чем меньше эмоций и чем больше обдумывания - тем скорее сделка похожа на консультационную или стратегическую. Счастливый брак, который обеспечивается инстинктами, от инстинктов же и зависит. Например, пары, ведомые инстинктами, и не наблюдающие постоянного ежегодного приплода, должны или разойтись, или начать искать приключения вне семьи, так как “модуль оценки бесплодности”, встроенный в каждого из нас, начнет стимулировать супругов к смене партнера. Люди всегда искали защиту от такого поведения, начиная с чисто манипуляционных техник вроде организации дорогой свадьбы и заканчивая законодательным запрещением развода и адюльтера. Сейчас эти меры все менее актуальны. При этом, институт брака существует до сих пор лишь потому, что он превратился или превращается в сугубо экономическую, не эксплуататорскую, а, наоборот, взаимовыгодную, сделку. Современный брак это, по сути, потребительский кооператив, участники которого выигрывают от совместного использования материальных благ. И тогда, кроме взаимной биологической эксплуатации, партнеры от брака начинают получать четкие материальные выгоды, тратя на свою жизнь и быт значительно меньше денег и ресурсов и защищая себя от временных неурядиц вроде болезни или потери работы.

Однако, брак экономически выгоден партнерам лишь до тех пор, пока у них нет детей. Наличие детей нивелирует экономические преимущества участников брака. Дети требуют ресурсов и времени, дети увеличивают риски и уменьшают свободу. Нет никакой экономической выгоды в том, чтобы кормить еще нескольких спиногрызов, рассчитывая получить у них стакан воды перед смертью. Если нет экономической выгоды, а дети все равно появляются на свет, значит есть биологическая. Наши гены меньше всего озабочены процветанием каждого из нас, но больше всего процветанием нашего потомства. Наши гены постараются сделать так, чтобы мы чувствовали себя несчастными без детей, если программа размножения у нас не выключена по каким-либо причинам. И в этом случае брак также можно рассматривать как взаимовыгодную сделку, когда вынужденные затраты ресурсов, идущих на воспитание следующего поколения, распределяются между обоими родителями, а счастье, читай наркотики, материнства и отцовства оба родителя получают в полной мере.

По сути:

- Брак – это взаимная эксплуатация. Взаимные преимущества от брака можно получить, только если в браке не планируются дети.
- Если вы принадлежите к «сливкам общества» - у вас выдающиеся «товарные» характеристики на сексуальном рынке: состояние, интеллект, культура, внешние данные, то вам, вероятно, стоит отказаться от брака, так как вы станете скорее жертвой эксплуатации, а не эксплуататором.
- Слишком умные не размножаются. Они становятся умнее своих генов.

- К браку нас ведут инстинкты. Однако, встав на путь, который нам уготовили наши гены, мы обречены на вечные поиски счастья, но не счастье само по себе.
- Самое лучшее – выбрать себе партнера разумом, не будучи еще в него влюбленным. Любовь придет, она включится автоматически, если вы достаточно долго имеете близкие и дружеские отношения, основанные на взаимопомощи и взаимной пользе, с представителем противоположного пола.





- Нам пора перейти к серьезным отношениям, я устала от неопределенности, устала ждать...

- Воу воу, я просто фото лайкнул!

Диалог в чате

«Воронка продаж», которая упоминалась ранее в этой книге, весьма характерный подход в транзакционных и часто в консультативных продажах. В стратегических продажах можно точно также говорить о «воронке», но ее там, по сути нет. Стратегические продажи, ввиду высокой ценности продавца и большой стоимости сделок, не позволяют расходовать время сотрудника на «холодный обзвон» или «встречи с клиентами». В стратегических продажах продавец, как правило, сразу идет к клиенту, которому должно быть интересно то решение, которое он предлагает. Там нет места «холодным звонкам» - только рекомендации. Там нет места «первым встречам» - первые встречи вообще неизвестно, когда состоялись и было это на партии в теннис пять лет назад или в самолете, в котором сидящие рядом пассажиры болтали, чтобы скоротать время в пути. Там нет места «выявлению потребностей» - компании как раз находятся в состоянии какого-то качественного перехода и ищут какие-либо решения своих задач.

Стратегические продажи это, по большей мере, «охота на слонов» - это бизнес с крупными клиентами, готовыми к какому-то важным переменам. Среди продавцов существует поговорка «охотники на слонов умирают от голода». Происходит это потому, что неопытный продавец, видя маячащий на горизонте мираж миллионных сделок, забывает все на свете и увлекается погоней за «слоном», интерпретируя результаты своего взаимодействия с ним как добрые знаки и предзнаменования, что «вот-вот все срастется». Увлечшись перспективным, как ему кажется, клиентом, продавец забывает все на свете и, в том числе, других потенциальных клиентов. Также он забывает и

о прибыли компании и готов предлагать самые сладкие скидки, лишь бы заключить столь желанный контракт. А когда наступает минута горького разочарования, ему оказывается и не с кем вести переговоры – слишком долгий путь в стратегических продажах от знакомства до сделки, чтобы продавец, оставивший свою работу с другими клиентами, смог быстро найти альтернативное место приложения своих усилий. Правильный же продавец, несмотря на то, что он искренне увлечен своим одним, любимым клиентом, никогда не забывает поддерживать отношения с другими людьми и компаниями – нет, не заниматься продажами, а именно постоянно поддерживать отношения, чтобы у него всегда было в запасе 2-3 новых потенциальных клиента. И даже, если он их упустит, ввиду того, что он будет занят завершением сделки с «любимым» клиентом, сам процесс поиска новых клиентов всегда будет давать ему новых 2-3 клиентов вместо тех, что уже перестали быть актуальными.

Аналогичная картина наблюдается и на рынке труда. Если в отделе продаж работает 10 хороших продавцов и больше нет открытых вакансий, то худшее, что может придумать менеджер, та это остановиться в рекрутинге и перестать искать новых продавцов. Вот вполне реалистичные вводные данные: а) на рынке труда найти нового хорошего продавца тяжело и это занимает минимум два месяца. б) среди продавцов текучка кадров составляет около 5% в месяц – часто меньше, но часто и за 10% зашкаливает. Как только на фирме открывается вакансия, то значит, что: а) продажи падают на 10% только за счет отсутствия продавца; б) продажи падают еще больше так как оставшийся коллектив должен как-то, кроме своих клиентов, обслуживать и клиентов ушедшего; в) острая необходимость в продавце стимулирует менеджера предлагать большую зарплату новичку, а потом и всем остальным; г) менеджер, суетливо занятый рекрутингом, перестает уделять адекватное количество внимания другим важным процессам и продажи падают еще больше, дисциплина и лояльность угасают, текучка кадров становится лавинообразной, фирма на грани банкротства, менеджер режет себе вены, падая задевает настольную лампу, которая упав в корзину для бумаг, провоцирует пожар. В общем, все умерло.

Правильный менеджер, чтобы не допустить своих родственников до зрелища собственного обгорелого трупа, поступает иначе. Он никогда не прекращает рекрутинг. У него постоянно есть 2-3 кандидата «недельной свежести», готовых приступить к работе, если им позвонить и сделать предложение. Если вдруг среди кандидатов оказывается реально звезда, то менеджер, не долго думая, меняет своего худшего продавца на такую звезду. Также, проводя постоянно собеседования, менеджер узнает все о своих конкурентах и рынке. И у такого менеджера продажи всегда только растут. И такой менеджер способен говорить «нет» своим существующим продавцам, требующих необоснованных прибавок или пытающихся как-то шантажировать начальника. И такой менеджер не будет вынужден повышать зарплату продавца, лишь бы вакансия была как можно быстрее закрыта.

Но на сексуальном рынке, почему-то, традицией является фокусировка на каком-то одном потенциальном партнере и поиск нового партнера проводится лишь после того, как прекращены отношения с предыдущим. Как одинокая женщина, находящаяся в состоянии поиска мужчины так и одинокий мужчина, ищущий себе женщину представляют из себя жалкое зрелище: ищущий взгляд, заниженная самооценка, поиск намеков на симпатию у окружающих людей, повторение все той же стратегической ошибки – фокусировка на одном кандидате, даже если этот кандидат всего лишь невинно флиртовал без всякого умысла на более тесные отношения. Окружающие люди, видя или оценивая встроенным компьютером, что такой ищущий одинокий человек не пользуется спросом в обществе – ведь не зря он одинок, автоматически отвергают его как потенциального партнера, усугубляя итак незавидную участь холостяка или одинокой женщины. Кому нужны дети от партнера, который не пользуется успехом в обществе? Кому нужен партнер, нахождение тебя рядом с которым будет понижать твой статус и вызывать сплетни? Для одинокого человека возрастает ценность приобретения партнера, и он готов идти на уступки, точно также как продавец готов предложить скидки желанному «слону», а менеджер – лучшие условия труда новому продавцу. Если и будет образована пара, в которой один

из партнеров долго находился в состоянии поиска, то она будет неравновесной и «ищущий» будет эксплуатируемой стороной, что совсем не то, чего этот «ищущий», на самом деле искал.

Фокусировка на одном избраннике является весьма правильной стратегией в тесном коллективе первобытного племени: партнеры, которые уже друг друга хорошо и с самого детства знают, должны продемонстрировать верность друг другу, да и выбирать особо и не из кого, тем более, что ближайшая «альтернатива» также уже занята конкурентом или конкуренткой. Но в современном анонимном сообществе, где люди друг друга не знают, где не поддерживается добрачное целомудрие, где секс с еще одним человеком не считается изменой, если пара не связана узами брака, фокусировка на одном кандидате является проигрышной стратегией. В таких условиях стоит использовать стратегию конвейера.

Если у вас есть кандидат в супруги, с которым вы спите и планируете заводить семью, то, пока вы не завели эту семью, стоит продолжать поиск новых партнеров. Не обязательно спать с ними всеми – совесть, или инстинктивно моральное поведение, тоже не та вещь, которую можно подвинуть в сторону, но обязательно постоянно иметь в запасе 2-3 кандидатов, которые согласны с вами перейти к более тесным отношениям. Разумеется, если отношения не развиваются, то они угасают, поэтому нужно все время заниматься генерацией таких новых кандидатов – флиртовать, общаться, дарить и принимать подарки, оказывать и принимать знаки внимания.

Постоянное наличие новых потенциальных партнеров увеличивает вашу самооценку, ставит вас в состояние свободы сказать «нет», демонстрирует вашему партнеру признаки спроса на вас в обществе и, соответственно, ценность ваших генов и, стратегически, если придется по каким-то причинам расстаться с существующим партнером, то можно это сделать так, чтобы ни дня не оставаться одиноким или одинокой и переклеститься на нового кандидата до того, как произошел формальный разрыв со старым. Здесь как в поиске работы – лучше всего найти новую работу, не покидая старой, а не уволиться, а затем искать, будучи безработным с ищущими глазами.

По сути:

- «Воронка продаж» не совсем то, что подходит как инструмент поиска брачного партнера.
- Вместе с тем, не стоит фокусироваться на текущем перспективном клиенте. Далеко не все потенциальные клиенты заключают сделки.
- Выстраивайте «конвейер» - постоянный приток годных кандидатов.
- Для выстраивания «конвейера» нужно быть социально активным человеком, заводить новые знакомства, не стесняться ходить на свидания или просто в кафе с новыми людьми. О вас должны знать.
- Если вы занимаетесь стратегическими продажами – всегда думайте о конвейере потенциальных клиентов, который стоит выстроить для обеспечения собственного успеха.





- - Доктор, у меня нет детей.
- - Что вы говорите?!
- - Да, я думаю, что это наследственно.
- - Как это?
- - У моего отца нет детей, у деда нет детей, у прадеда не было детей.
- - Постойте, а вы тогда откуда?
- - Я? Из Кишинева!

Анекдот

В обществе существует примитивный гендерный стереотип, гласящий, что "мужчины не хотят детей, а женщины хотят". Вместе с тем, это очень далеко от реальности. Детей хочет большинство людей. В этом их биологическая функция. Живое существо отличается от неживого всего двумя особенностями: оно умеет умирать, и оно умеет размножаться. Как смерть, так и размножение - характерные признаки жизни. Программа размножения "защита" у нас на самом глубоком уровне. Мы получаем удовольствие и смысл жизни, создавая и выращивая свое следующее поколение. Эти "прошивки" передалась нам от наших предков, которые также решили размножиться, не от своих предков, те от своих - и так, до самой первой живой системы, которая реализовала размножение. Механизм и программа размножения может давать сбой или отсутствовать вообще, но такие особи просто не размножаются и не передают в следующее поколение программу "не размножайся".

Точно также как и биологическое размножение, мы склонны производить информационное размножение. В этом механизм работы элементов культуры - мемов, которые именно таким образом существуют и передаются от одного человека к другому. Мемы - это такая информация, которая побуждает носителя поделиться ею с окружающими. Та информация, которой никто не делится так и остается тайной и о ней никто не знает. Мы заражены мемами как вирусами и считаем, ввиду свойств этих мемов, что крайне важно заразить этими мемами

окружающих людей. Тем более важно передать вообще весь комплекс собственных мемов - культуру: идей знаний, ритуалов, установок, предметов любви и ненависти, в какого-то носителя, желательно еще не заражённого другими, часто противоречащими твоим, мемами. Лучшими носителями культуры одного человека являются его собственные потомки. Всегда будет существовать наследуемая предрасположенность к тем или иным мемам: обычаям, повадкам, анекдотам, наукам, искусствам, манерам. Ведь если способность мема к размножению обеспечивается исключительно его носителем, то характеристики носителя, в данном случае, живого организма, крайне важны и они, что важно, наследуемы. Грубый пример: очень тяжело привить такой мем, как расистский анекдот про негров, чернокожему ребенку. В более тонком примере, при этом, достаточно высоки шансы, что сын музыканта будет также склонен к занятиям музыки. Формулировка «достаточно высоки» весьма расплывчата. Вероятность наследования талантов зависит как от количества наследуемых признаков, специфическая комбинация которых формирует предрасположенность так и от самих молекулярных механизмов наследственности, одним из следствий которых являются известные законы наследования признаков Менделя.

Желая размножить как свои гены, так и свои мемы – как физическую, так и культурную сущность, люди обретают смысл своего существования, источник радости и удовлетворения именно в детях. Несмотря на то, что произведение на свет, забота и воспитание потомства является, с экономической точки зрения, весьма нерациональным действием, наши инстинкты благодарят нас крепкими наркотиками, вызывающими быстрое привыкание каждый раз, когда мы видим улыбку на лице ребенка и жесточайший синдром отмены, когда мы видим слезы ребенка. Своего ребенка.

Но ни один стереотип не берется «ниоткуда» и «просто так». Все-таки, меньшее желание мужчин иметь детей кажется очевидным. Что же происходит на самом деле? Встречающиеся друг с другом юноши и девушки со сходным уровнем культуры в одинаковой степени не склонны к созданию потомства, в одинаковой степени нервничают при «задержках», в одинаковой степени стараются правильно использовать контрацептивы.

Если же уровень культуры у одного из партнеров значительно ниже или, другими словами, он является носителем гораздо меньшего, по сравнению с другим партнером, числа мемов, то для него будет являться менее важным участие его самого в воспитании детей, но более важным биологическое размножение как таковое. Не состоящие в браке половые партнеры будут тем более склонны к размножению, чем меньше их собственный культурный багаж. Хорошими примерами таких взаимодействий является «пьяный секс», изнасилования или стремление женщин женить на себе «по залету» - типичные транзакционные сделки, при которых одна из сторон находится в состоянии принуждения или не осознает, что делает.

Во-вторых, нежелание одного из партнеров, состоящих в длительных отношениях, иметь детей, при этом, объясняется другими и, что интересно, часто противоположными причинами. Находясь в длительных отношениях и имея возможность полностью изучить как биологические, так и культурные характеристики партнера, решение о том, иметь детей или нет зависит от того, видит ли один из партнеров в другом второго родителя своих детей. Часто, если партнер говорит, что не хочет иметь детей, то он просто не хочет иметь их конкретно в этой паре. Ему выгодны временные отношения, дающие ему удовлетворение регулярных сексуальных потребностей. При этом, он будет продолжать находиться в поиске источника удовлетворения стратегических сексуальных потребностей.

И, наконец, третьей причиной, которая является источником разногласий пары по поводу размножения, является специфический парадокс материального достатка, заключающийся в том, что чем больше возможностей увеличить качество собственной жизни существует у человека, тем менее склонен он делиться материальными ресурсами с остальными, среди которых, кстати, орава рождающихся у него детей.

Живущий на земле и кормящийся с земли крестьянин, не имеющий ничего, кроме этой самой земли, вообще может не заботиться о количестве детей. Они сами будут рождаться до тех пор, пока для них будет еда. А темпы размножения человека как раз дают возможность размножаться без остановки, так как подросшие старшие дети также начинают участвовать во вскармливании младших. Делить им нечего. Все получают одинаково

– что собрали с поля. Земли обрабатывают столько, сколько смогут. Наследства никакого нет. Образования никакого не надо. Да и отсутствие контрацептивов лихо компенсируется отсутствием других медицинских достижений при наличии ассортимента неприятных болезней. С точки зрения экономики примитивного домашнего хозяйства, каждый новый ребенок это не «лишний рот», «еще одна пара рук». Новый ребенок — это как новый теленок или жеребенок – это прирост благосостояния хозяев семьи, как инвестиция в их спокойное будущее.

С развитием экономики и цивилизации, люди столкнулись с большим количеством искушений, которые улучшают их личную жизнь быстрее и качественнее, чем выращивание собственного приплода. Бытовая техника, мебель, автомобили, электронные приборы, авиапутешествия – все это серьезно уменьшает мотивацию к размножению. Кроме искушений появился фактор перенаселенности, когда высокий спрос на место для жизни привел к непредставимым ранее расценкам на жилье. Еще 50 лет назад каждая семья могла напрячься и обзавестись своим жильем. Еще 200 лет назад вопрос «где жить» у большинства населения вообще не стоял – вон, бери и строй свою собственную избу. Сейчас же большая часть людей просто не способна за всю свою жизнь заработать себе на новое жилье.

В этих условиях естественным желанием каждого человека является откладывание времени, когда стоит обзаводиться детьми и ограничение себя в аппетитах на размножение. Легко и непринужденно размножаться в современном обществе себе могут позволить только очень богатые люди. Да и то, у них тоже существуют пороги. Всегда найдется еще более дорогое образование, еще более дорогая яхта, еще более дорогая свадьба, чтобы было, о чем подумать: иметь 20 посредственных детишек или 2-3, окончивших элитный ВУЗ и хорошо обустроенных в своей жизни.

Но, если мужчина, желая отложить рождение детей на более поздний срок, просто оптимизирует экономическую составляющую: выгоднее всего заводить детей, когда уже достигнут пик карьерного или делового роста, то есть где-то, на сегодняшний день, к 35-45 годам, то женщина, несмотря на точно такие же экономические аргументы, имеет еще и серьезные физиологические ограничения. Здоровое потомство имеет больше

шансов на рождение у более молодой женщины. Да и сам процесс деторождения лучше проходит в молодости. Поэтому, в парах, состоящих из ровесников, мужчина будет часто иметь меньшую склонность к размножению.

Необходимость владения все большими знаниями, приводящая к более длительному обучению, возросшая продолжительность жизни, приводящая к более медленной естественной ротации людей на должностях, и дающая возможность каждому быть на пике своей активности все больший срок, приводят к тому, что рационально заводить детей как можно позже. Но физиология диктует свое и отсутствие больших карьерных достижений у большинства женщин обусловлено не неким призраком сексизма, витающем в обществе, а тем, что женщина, выбирая между работой и размножением, уделяет несколько лет своей жизни размножению, а в это время ее ровесники мужчины успевают занять все высокие посты. Если женщина возвращается в карьеру, то она, отставшая на несколько лет, может, все-таки, добиться успеха, и мы таких женщин наблюдаем. Они имеют высокое положение и уже взрослых детей. Может все-таки прав С.Н. Паркинсон, который вывел следующий закон: «...при прочих равных условиях жену следует выбирать по формуле: возраст мужа, деленный пополам, плюс семь лет»?

По сути:

- Уровень культуры человека напрямую отражается на его стремлении к половому размножению. Люди с высоким уровнем культуры озабочены не только половым, но и информационным размножением.
- Уровень благосостояния также влияет на желание размножаться, причем, чем выше благосостояние, тем меньше хочется детей.
- Если уж заводить детей, то экономически целесообразно заводить их как можно позже. Однако поздние дети – плохое решение с физиологической точки зрения.



Даже монополия добра не к добру.

Иишхан Геворгян

Каждый поставщик на любом рынке стремится максимизировать собственную прибыль. В условиях конкуренции, когда существует множество поставщиков, каждый отдельно взятый поставщик будет следовать цене, которая установилась на рынке. При этом такая цена будет минимально возможной для производителя. Продавать постоянно дешевле он не сможет – обанкротится, а продавать дороже он также не способен, потому, что у него этот товар никто не купит.

В условиях монополии поставщик, являющийся единственным на рынке, может продавать товар как дешевле так и дороже – он имеет дело не со спросом на свой товар своей фирмы, а с совокупным спросом на такие товары на рынке – он единственный поставщик товаров на рынке. Монополист мог бы выставить как можно более высокую цену на товар, если бы в экономике не существовали товары или решения-заменители, даже если замена монопольного товара другим незаконна. Получается, что и у монополиста также объемы продаж зависят от цены, которую выставляет монополист. Чем выше цена на, скажем, монопольную водку, тем больше людей предпочтет самогон, клей, наркотики или контрабанду, если говорить о прямых заменителях или предпочтет отказаться от потребления дорогого товара, предпочитая тратить деньги на другие статьи бюджета домохозяйства. Также монополист, имея дело именно с совокупным спросом, сталкивается с понятием насыщения. Полезность, а значит и спрос, для населения каждой из 100 цистерн проданной водки будет больше,

чем полезность каждой из 200 цистерн, в случае увеличения объемов производства.

На сексуальном рынке также существуют классические монополии, которые названы у нас «узами брака». Интересно посмотреть на поведение поставщика «супружеского долга» (далее с.д.) как на монополиста. Если поставщик предоставляет 10 единиц с.д. в месяц, то потребитель готов платить за каждую из них, скажем, 5 у.е. – условных стоимостных единиц, а не долларов, как вы подумали. Итого, поставив 10 с.д. поставщик получает 50 у.е. Но если поставщик поставит 20 с.д., то покупатель готов платить всего 2 у.е. за каждый супружеский долг. Итого, поставщик получит 40 у.е. в месяц, реализуя, при этом, больше с.д. Поставщик может попробовать уменьшить количество поставляемого с.д. до 5 в месяц. Разумеется, что ценность с.д. возрастет и будет стоит 8 у.е. за каждый с.д. И в этом случае поставщик получит, в итоге $5 \cdot 8 = 40$ у.е. Получается, что в условиях монопольных поставок, у поставщика существует оптимальный объем выпуска продукции, который явно меньше максимально возможного и который предлагается по цене, которая явно выше той, которая бы существовала в условиях свободного рынка. Ведь в условиях свободного рынка, когда поведение каждого поставщика практически не влияет на совокупный спрос, поставщик будет предлагать максимально возможное количество продукции, беря за нее цену, которую диктует рынок – цена товара от объема выпуска не зависит в условиях чистой конкуренции.

Если под с.д. понимать, для примера, просто секс, то можно сравнить конкурентные отношения, то есть, проституцию и монополистические отношения – супружество на условиях содержания. Мужчина, принося в домохозяйство, скажем, 3000 денежных единиц, отдает половину супруге и получает взамен секс раз-два в неделю. Итого – 150...75 денежных единиц за сеанс секса. Если же мужчина идет к проститутке,

то он платит 50 денежных единиц за сеанс и может за те же деньги получить 15 половых актов в месяц. Проститутка, при этом, являясь не монопольным, а конкурентным поставщиком, и отдавая половину заработанного сутенерам или публичному дому, получает за сеанс 25 денежных единиц, но способна предоставить 10-20 сеансов в сутки или заработать, отдаваясь труду 5 дней в неделю, от 5000 денежных единиц в месяц. Однако, учитывая конкурентный характер рынка проституции, на максимальные производственные мощности проститутка выйти не может и ее заработок равен ровно тем деньгам, которые ее будут удерживать на рынке. Конечно, есть другая сторона проституции – когда, наоборот, проститутка работает в непрерывном режиме, но получает за это совсем маленькие деньги, а остальное забирает себе публичный дом. Но тут речь идет уже не о конкурентном, а регулируемом рынке.

Но «супружеский долг» это не только секс. Это вообще вся совокупность услуг, которые оказывают супруги друг другу в браке в качестве монопольных поставщиков. Монополист, пытаясь максимизировать свою прибыль, старается поднимать цены на свою продукцию до максимально возможного уровня, при этом оставляя количество произведенного товара на уровне максимизации прибыли. Это приводит к неэффективности распределения ресурсов, когда произведено значительно меньше товара, чем нужно для установления равновесия на рынке, будь он совершенно конкурентным. То есть, по факту, провоцируется еще и дефицит производимого товара. В быту это сводится к упрекам «выкинь елку», некачественному и/или редкому сексу, нежеланием заниматься хорошо домашней работой, перекалыванием обязанностей по исполнению тех или иных работ на партнера по браку, уклонение от совместного создания общественных, то есть потребляемых сразу всем домохозяйством, благ и т.п.

В условиях обязательности брачных отношений и табу на получение с.д. на стороне, вся работа, которая должна быть сделана в семье, так или иначе будет сделана тем членом семьи, который более подвержен насилию. Другой член семьи будет делать лишь ту часть с.д., которую более слабый член семьи просто не способен сделать или сделает явно менее качественно, явно дольше или явно с большим расходом ресурсов. Сама идея табуированного брака, таким образом, выгодна, в первую очередь, мужчине - как правило более сильному и более склонному к агрессии партнеру по браку.

Монополия как в рыночных отношениях, так и в сексуальных и не эффективна, и "не оптимальна для потребителя на рынке". Отношение общества к монополиям менялось со временем. Первые монополии создавались государством, которое, спустя столетия, посчитало своим долгом обезопасить общество от монополий. Эволюция сексуальных отношений также позволяет посмотреть на супружескую монополию не как на нечто «естественное», а как на явление, полезность которого, по крайней мере, обсуждается.

Естественность монополии брака заключается в том, что сам брак исторически заключался с целью продолжения рода и, в отсутствие контрацептивов и методов доказательства отцовства, гарантировал целомудрие супруги и обеспечивал, чисто административными методами, отцовство супруга. Также, супруга, приобретая мужа в монопольное владение, гарантировала себе, что весь доход, который принесет супруг в дом, будет поделен внутри семьи, а не с другими женщинами и детьми.

В современных условиях, когда брачные отношения свелись к соглашению сторон под правилами наследования и раздела имущества и ответственности за воспитание детей, а контрацептивы и доказательное отцовство лишило естественной необходимости монопольного владения супругами, любое

требование супругами монополии более бесчестно, чем супружеская измена. Административный запрет на получение с.д. вне семьи, который создает один из супругов, по факту, является декларацией того, что этот супруг не желает или не способен предоставлять с.д. такого качества и в таком объеме, в котором это доступно на свободном рынке. То есть, супруг, при помощи административных мер, пытается организовать себе монопольное положение и получить больше прибыли, при этом, неэффективно распоряжаясь имеющимися ресурсами¹.

То есть, само поведение по выстраиванию административных запретов является декларацией рыночной и конкурентной слабости)

Именно это явление и заставляет мужчин отказываться от узаконенного брака в пользу «гражданского». Это гарантирует им, что в условиях потенциальной конкуренции, они будут получать от «гражданской» жены больше с.д., чем от «законной». Также именно это явление хорошо объясняет, почему партнеры, вступив в «законный» брак, начинают меньше заниматься сексом, меньше общаться, становятся менее нежными друг к другу и легче допускают ссоры, хотя, казалось

¹ Так национальные телеком-компании, понимая, что они динозавры и не способны со своими старыми технологиями конкурировать с другими операторами, добиваются государственного запрета на интернет-телефонию, колл-бек операторов, использование телефонной канализации или создание альтернативной телефонной канализации, лицензирование продажи международного голосового трафика и т.п.

бы, все что они могут получить от общения с противоположным полом, они получают как раз от того человека, с которым готовы ссориться¹.

Административно обязывающая монополия существует в любой организации. Например, штатный юрист, бухгалтер или кадровик – монопольный поставщик своих услуг внутри организации. Многие компании давно поняли, что аутсорсинг, при кажущейся «платности», является более дешевым вариантом получения услуг, по сравнению с монополией штатных сотрудников. Аутсорсинг, благодаря достижениям информационных технологий, становится оптимальным решением практически для любого вида деятельности, которую осуществляет компания: поставки, дистрибуция, складирование, производство, логистика, бухгалтерия, недвижимость, ИТ-услуги, дизайн, бренд.

Может, в супружестве также имеет смысл думать об аутсорсинге всего, в том числе и того, что является ключевой функцией семьи – воспитание собственных детей. В этом месте вполне логические рассуждения упираются в существующую в обществе мораль. Допускать «свободные отношения» – не только аморально, но и не рационально. Несмотря на то, что открытая конкуренция позволяет потребителю получить с.д. в большем объеме и лучшего качества, сам потребитель с.д. заинтересован в сохранении собственного монопольного положения как поставщик с.д. для своего супруга.

¹ Штамп в паспорте сам по себе мало влияет на "тонус" супругов. Однако, когда начинаются выяснения, кто главный, постоянно звучит обоюдная критика, и отсутствует умение ее воспринимать – все это характерные признаки перехода отношений в «монопольную» фазу.

По сути:

- Монополия работает на пользу поставщика, но не потребителя.
- Брак – взаимная монополия, отягощающая отношения. А настаивание на монопольном праве – декларация собственной неконкурентоспособности.
- Компании по возможности стараются заменить монопольные отношения с внутренними поставщиками на аутсорсинг.
- Аутсорсинг супружеского долга, в широком смысле этого слова, идея экономически целесообразная, но аморальная.
- Парадоксально, но когда супруги продолжают относиться друг к другу так, как будто они и не супруги, пренебрегая, таким образом, своей монополией, их отношения более гармоничны. Супруги, по отношению друг к другу позволяют часто такой уровень хамства, наглости и неуважения, какой они не позволяют по отношению к своим соседям, коллегам и прохожим на улице.





Куда подевались настоящие мужчины?

Биология

Если, с эволюционной точки зрения, женщины всегда будут отдавать преимущество самым лучшим мужчинам, то, к настоящему моменту, в популяции должны остаться лишь самые лучшие. Однако те, кто является «самым лучшим» сейчас не обязательно должен быть «самым лучшим» потом и природа, а заодно и экономика с математикой, постарались, чтобы в популяции всегда сохранялось разнообразие.

Как это происходит? Один из способов сохранения разнообразия популяции применяется, разумеется, невольно, бабуинами. Эти приматы во многих аспектах своего социального поведения подобны людям и, наблюдая за ними, можно более четко понять, что в человеческом поведении – человеческое, а что, на самом деле, – более древнее.

Известно, что бабуины живут стаями, образованными вокруг вожака, альфа-самца и его гарема. Все самки в стае принадлежат вожаку, а остальные самцы, не солоно хлебавши, трутся на периферии. В такой ситуации все детеныши, должно быть, являются детьми альфа-самца, а это неминуемо приводит к близкородственному скрещиванию и, как следствие, вырождению популяции. Однако, на самом деле все намного интереснее.

Так или иначе, какой-то периферийный самец решается поухаживать за одной из самок. При этом, похотливая самка бабуина, собственно, не против получить дозу внимания со стороны самца, ведь ее «законный супруг» очень занят и ей очень редко перепадает счастье совокупиться с вожаком, несмотря на то, что она, хоть одна из многих, но – его самка.

Вожак, видя такой беспорядок, атакует наглеца и они, с воплями и криками начинают бегать друг за дружкой вокруг территории, которую занимает стая. Пока альфа-самец занят демонстрацией своего превосходства, остальные самцы получают возможность совокупиться с самками. В итоге, когда вождь возвращается на свое престижное место на ветке, вся стая уже мирно жует бананы, так как

все уже сексуально удовлетворены. В итоге выходит, что большинство детенышей в стае бабуинов не являются наследниками вожака¹.

Разумеется, что подобный способ размножения свойственен и людям. Статистические исследования показывают, что в обществе до 30%² всех рожденных детей не являются биологическими детьми своих законных, и не подозревающих обмана, отцов³. К этой цифре стоит добавить большое количество мужчин, которые воспитывают чужих детей и знают об этом – вступив в брак с женщиной с детьми. А, учитывая, что лишь каждый 12-й незащищенный половой акт приводит к беременности и то, что женщина, благодаря достижениями медицины, вольна управлять своей беременностью или способностью к зачатию, можно предположить, насколько вообще в обществе распространен адюльтер. И тогда получится, что беременностей в браке «не от мужа» будет чуть ли не половина из всех, если не больше⁴. Просто большая часть таких беременностей прерывается. А если понимать, что не каждая внебрачная связь вообще приводит к беременности, выходит, что женщины, за редким исключением и точно также, как и мужчины, достаточно свободно относятся к нерушимости брачных уз. И мы не наблюдаем массового появления плодов внебрачной любви лишь потому, что человек – существо разумное и способен, а) планировать и б) что-то предпринимать, пока не поздно.

¹ Казалось бы, самка не должна хотеть для своих потомков генетический материал не альфа-самца. Но похотливая самка бабуина спаривается с другим самцом потому, что если конкретно этот самец оказался хитрее альфы, то ее детеныши тоже будут хитрее альфы. Ведь стать альфой - шансов мало, а надурить альфу шансов много.

² Measuring paternal discrepancy and its public health consequences
Mark A Bellis, Karen Hughes, Sara Hughes, John R Ashton. J Epidemiol Community Health 2005;59:749-754 doi:10.1136/jech.2005.036517

³ Ряд других исследований и данных, появившихся в связи с практикой трансплантации органов и переливания крови, длинный список которых тут приводить просто неуместно, указывают на цифры от 8% до 20%

⁴ Разумеется, все зависит от социальной прослойки. Вряд ли читатель этой книги принадлежит к тем слоям общества, которые, собственно, и формируют печальную статистику абортариев.

Вторым препятствием за доминирование среди наследников потомков альфа-самцов, является математика и ее прямое приложение в экономике. Часто ведущие корпорации на рынке сражаются друг с другом, наносят маркетинговые удары, тратят безумные деньги на рекламные бюджеты, сосредотачиваются на конкуренции друг с другом по всем позициям. В результате вперед вырывается какая-нибудь второстепенная фирма, с которой просто никто не боролся. Пока Nokia состязалась с Samsung, на рынке появился iPhone и стал лидером, несмотря на более высокую цену и сложности совместимости с другими устройствами на рынке. Пока гиганты фото индустрии: Kodak, Agfa и Fuji состязались за первое место на рынке фотоматериалов, незаметно появилась цифровая фотография и производители фотоаппаратов решили задачи потребителей без применения фотопленки.

Парадокс, в результате которого, победителем оказывается не сильнейший, называется в математике задачей «дуэль на троих». Смит, Браун и Джонс, решив внести в обычную дуэль на пистолетах некоторое разнообразие, условились провести поединок по несколько измененным правилам. Вытащив жребий и узнав, кому из них выпало стрелять первым, кому — вторым и кому — третьим, они разошлись по своим местам, встав в вершинах равностороннего треугольника. Договорились, что каждый по очереди производит лишь один выстрел и может целиться в кого угодно. Дуэль продолжается до тех пор, пока не будут убиты любые два ее участника. Очередность стрельбы определяется только результатами жеребьевки и остается неизменной в течение всего поединка. Все три участника знают, что Смит никогда не промахивается, Браун попадает в цель в 80 % случаев, а Джонс, стреляющий хуже всех, промахивается так же часто, как и попадает в цель.

Кто из дуэлянтов имеет более высокий шанс уцелеть, если считать, что все трое придерживаются оптимальных стратегий, и никто из них не будет убит шальной пулей, предназначенной другому? Оказывается, что наибольшую вероятность выжить в «треугольной» дуэли имеет худший из стрелков, Джонс. Следом за ним идет Смит, который никогда не промахивается. Поскольку противники Джонса, когда настает их очередь стрелять, целятся друг в друга, оптимальная стратегия для Джонса заключается в том, чтобы стрелять в воздух до

тех пор, пока один из его противников не будет убит¹. После этого он стреляет в оставшегося противника, имея перед ним большое преимущество.

Ход истории 20-го века был определен как раз оптимальным решением этой задачи. Германия, Союзники и СССР решали ее для себя. И Союзники поддерживали СССР как более слабого игрока, чтобы нейтрализовать более сильного. При этом, СССР как более слабый игрок², пытался заключить мир с Германией³, чтобы Германия могла сосредоточить свои усилия на более сильных соперниках – Союзниках. В итоге над Рейхстагом развевался красный флаг – флаг слабейшего из игроков, а не звездно-полосатый. Нейтрализация СССР в последующие годы стала уже делом техники и Холодной войны, которую инициировали Союзники для подавления СССР.

Никколо Макиавелли в своем сочинении «Государь», посвященном правилам, которым должен следовать правитель, также предлагал государю оказывать содействие слабым, а не сильным. Так как сильный всегда может победить государя, а слабые, объединившись с государем, всегда победят сильного. Но, если, следуя этой стратегии, оба сильных игрока будут помогать слабому и бороться друг с другом, то, рано или поздно наступит момент, когда слабый станет сильнее своих бывших сильных соперников.

На сексуальном рынке, где точно также присутствует конкуренция и состязательность, всегда будут иметь место случаи, когда, при борьбе за обладание особью противоположного пола, сильные

¹ Если Джонс выстрелит в Смита, а не в воздух, то, в следующий раз, его очередь стрелять в Смита наступит, в любом случае, после выстрелов Смита и Брауна. Если Джонс позволит Смику убить Брауна, то Браун не будет уже стрелять в Джонса и Джонс получает второй выстрел ничем не рискуя. Если же Джонс выстрелит в Брауна, то очередного выстрела Смита он не переживет в любом случае.

² Несмотря на официальную мифологию становления СССР, его героической индустриализации и т.п., СССР не имел никаких экономических, человеческих и ресурсных преимуществ ни перед Германией, ни, тем более, перед США или Британской Империей.

³ До нападения германии на СССР, Советский союз выступал союзником Германии во II Мировой войне. 17 сентября 1939 года СССР напал на Польшу и оккупировал половину ее территории.

соперники или соперницы нейтрализуют друг друга, дав дорогу более слабым. Это может быть и явная война, например, когда девушки, желая быть более привлекательными для парня, начинают топить друг друга в грязи, делая, тем самым непривлекательными себя же и отдавая парня какой-то третьей скромной участнице поединка, которая даже и не пыталась лезть в драку. Также это может быть не явная борьба, основанная на ожиданиях. Мужчины, видя, что им, в борьбе за руку и сердце женщины, противостоит другой сильный соперник могут взаимно отказаться от борьбы, и женщина достанется кому-то третьему, который был слабее первых двух. И речь идет не о физической силе или не только о ней. Мужчине нет смысла состязаться широтой души и изощренностью ухаживаний, ему нет смысла тратить своё время, имея не 100% шансов на успех, а 50%.

Выходит, что именно рыночные отношения, которые имеют место на сексуальном рынке, мешают «настоящим мужчинам» эффективно размножаться, и они уступают лучшим женщин, конкуренция за которых особенно остра, более посредственным «мужчинкам».

По сути:

- Если соперников больше двух, слабый часто выигрывает.
- Посредственные мужчины, как и посредственные женщины получают преимущества на сексуальном рынке.
- Преимущества посредственных мужчин имеет как биологическое, так и математическое объяснение. Преимущества посредственных женщин – математическое, в условиях состязательности.
- Если у вас есть соперник или соперница, имеет смысл подключить к состязанию другого сильного соперника. Враг моего врага – мой друг.



- У нас, когда долго бежишь, непременно попадаешь в другое место.
- Ну а здесь, знаешь ли, приходится бежать со всех ног, чтобы только остаться на том же месте, а чтобы попасть в другое место нужно бежать вдвое быстрее.

Л.Кэрролл. "Алиса в зазеркалье"

Чтобы сделать деталь на трехмерном принтере, нужен пластик и файл с чертежом. Причем второе — явно важнее, так как пластик — характерная банальность каждой детали. Всё живое на нашей планете состоит из одного и того же набора аминокислот. И только информация, содержащаяся в ДНК, делает слона и муравья такими разными. Сейчас уже не актуальна поговорка «разговорами сыт не будешь» — информация в прямом смысле слова кормит нас.

В современном мире львиную долю урожая того же хлеба обеспечивает информация, а не сами семена и почва. Это и знания, добытые селекционерами и генетиками, и химия удобрений, и исследования, и затем применение результатов исследований — чисто информационные товары. Деньги берутся за ноу-хау, а не за себестоимость. Также важны знания, добытые метеорологами, информационное наполнение сложной хлебоуборочной техники, оснащённой навигатором и бортовым компьютером, логистика. Без всего этого урожай был бы раз в десять меньше и, таким образом, мы, только при помощи информации кормим 90% населения, и лишь 10% — «материальным» хлебом. Влияние информации на общество будет с каждым годом только

расти. Уже сейчас семья фермеров спокойно работает на десятке тысяч гектар, нанимая комбайнеров и покупая услуги элеваторов, практически реализуя идею производства еды при помощи информации. В то же время, хлеб сам по себе — не информация, и знанием химического состава удобрения действительно сыт не будешь, не имея поля, в которое это удобрение нужно вносить. Что же такое информация с экономической точки зрения? Это — управляющий ресурс. Такой же, каким был капитал еще недавно. До капитализма таким ресурсом была земля сама по себе. До земли — физическая сила, также сама по себе.

Во взаимоотношении полов все точно также. Физическая близость как таковая - хоть и лежит в основе взаимоотношений полов, но она, по большому счету, возможна только если есть место, где ей заниматься. Социальное табу на секс в обществе звучит так "сексом нельзя нигде заниматься, кроме специально отведенных для этого мест". Мы это табу не осознаем, но это вызывает или насмешки, или осуждение, или привлекает внимание как "смелый эксперимент", если пара занимается сексом не в постели в своей спальне. Само место для занятий сексом может быть разным, но без денег его вряд-ли получишь. Речь идет как раз о тех неловких ситуациях, когда безденежные подростки занимаются сексом в доме своих родителей. Но если остановиться только на материальном обеспечении взаимодействия полов, то это приведет к тому, что люди называют "опостылевшим бытом", "рутиной". Рано или поздно большинство супружеских пар обнаруживают, что пачка из 12 презервативов расходуется в течение года. Если упаковка с одним кондомом - подростковая, с тремя - для любовников, то с 12-ю - семейная: январь, февраль, март... И людям приходит в голову идея что-то поменять.

Как и в экономике, управляющим ресурсом семейных отношений является информация. В данном контексте - культура или, скорее различия в культуре, которые заинтересовали пару

при установлении взаимоотношений. Если людям не о чем разговаривать друг с другом, то по цепочке вниз до самого фундамента, у них не будет и отношений. Люди, прожив достаточно друг с другом просто скопировали культурные различия друг у друга и перестали представлять друг для друга культурную ценность. Если они не решились заводить детей раньше, то теперь они их и не заведут - им не нужен второй супруг для передачи культуры своим детям. И чем беднее культура у членов пары, тем быстрее идет процесс взаимного выравнивания и взаимного копирования культур.

И снова, точно с такими же проблемами сталкивается бизнес в 21-м веке, веке информации, услуг, *copy-paste* и продукции, изготавливаемой на заводах, которые не участвуют ни в разработке изделия ни в его реализации. Каждый способен делать тоже самое что и другие. Любое конкурентное преимущество, которое имеет фирма, будет моментально скопировано, как только конкуренты поймут, что продажа подобного товара приносит прибыль. Проблема копирования существовала всегда. Но в последнее время повторить за другими стало невероятно просто. Любое техническое решение, любой процесс, любой подход не только легко копируется, но и становится известным всему миру, как только вы его впервые использовали для привлечения клиентов. На следующий день после того, как кто-то напишет друзьям, что он побывал в ресторане с обслуживанием в полной темноте, та же самая идея «посетит» умы сотен предпринимателей. Как минимум, монополия сузится до одного города или даже квартала, а как максимум, в ответ на этот замысел будет предложено еще с десяток альтернативных и не менее привлекательных идей. Если раньше путь идеи до людей, желающих ее скопировать, занимал долгие годы, то теперь потребители получают альтернативу в течение буквально шести месяцев. Институты ограничения прав на копирование (копирайт) и интеллектуальной собственности пе-

реживают не лучшие времена. В обществе именно сейчас меняется парадигма. Не без труда, с борьбой монополий за свои прибыли, но все же меняется. Патентная защита своих идей стоит немалых денег, поэтому доступна только крупным корпорациям, но и в этом случае она не демонстрирует особой эффективности. Средний и мелкий бизнес не защищен от копирования вообще. Выигранный судебный процесс с одним копировщиком приведет не к победе, а к известности. И завтра защитившийся получит армию тех, кто возьмет его идею на вооружение. На практике, особенно в странах со слабо развитым институтом интеллектуальной собственности, небольшой компании не по плечу защищать себя даже от тех, кто бессовестно использует то же самое название фирмы, пусть даже оно защищено торговой маркой.

Эту проблему бизнеса очень хорошо описал основоположник маркетинга Ф.Котлер в своей книге "Хаотика". В этой книге он описал и стратегию, которую предпринимают фирмы, научившиеся жить и зарабатывать деньги в эпоху *copy-paste*. Бизнес в таких условиях должен просто всегда оставаться на шаг впереди конкурентов, быть готовым выйти на рынок с новой идеей как раз тогда, когда старая потеряла монополию. Это очень дорого и не всякий бизнес вообще способен на такое. Кроме того, это недоступно для продавца или бизнеса, занятого только продажами. Им остается лишь надеяться, что их в чем-то уникальный подход к клиенту не будет скопирован слишком быстро. Если раньше бизнес мог хоть как-то рассчитывать на стабильность, то теперь, во времена, которые Котлер назвал "турбулентными", единственный способ остаться на месте это бежать со всех ног.

Еще одна возможность выиграть на рынке *copy-paste*: добавить в свои продажи себя как часть своего уникального предложения. Скопировать можно все что угодно, но только не личность. Почему Samsung, делая вещи даже лучшие, чем у Apple, не выдерживал конкуренции со Стивом Джобсом до самой его

смерти, как минимум, по критерию симпатии и приверженности потребителей? Легко было представить себе фаната Apple и совершенно невозможно — фаната Samsung.

До возвращения Стива Джобса в Apple компания стремительно теряла позиции на рынке. Стараясь удержаться на плаву и как-то распределить бремя расходов на разработку ПО и «железа», она пыталась сделать то же, что и остальные, — лицензировать производство своих компьютеров и комплектующих. Но это не помогло и лицензии были отозваны. Потом Apple стала использовать универсальное, а не сделанное на заказ «железо» для своих компьютеров и операционную систему на базе стандартной Unix, так что стало гораздо легче писать программы одновременно для Mac и Unix/Linux, и даже запускать Mac OS на обычном компьютере или ставить Windows и Linux на Mac.

С выходом первой Mac OS X некопируемость перестала быть актуальной. Попытки выделиться с помощью дизайна устройств все равно не оправдывали завышенных цен на компьютеры, 100% функциональной совместимости с которыми можно было добиться за меньшие деньги. Это был переломный момент для компании. Mac OS X, радушно встреченная фанатами компании, была фактически лебединой песней для мира Apple. Нужно было делать что-то эдакое, раз битва на фронте персональных компьютеров проиграна. Да, все ещё есть и Mac OS, и Apple компьютеры, но они практически совместимы с остальным PC миром, и выбор платформы — это уже не «выбор жизни», а дань моде. Не понравится Mac OS — всегда можно поставить Windows. И наоборот. Поэтому компания решила выходить на новые рынки, пока еще не слишком поздно.

Первым появился плеер iPod. Ничем не примечательная игрушка, которая позволяла слушать цифровую музыку. Главное — эту идею можно было скопировать. Со стороны это могло бы выглядеть как шаг отчаянья. Однако это было началом нового

успеха. Успех Apple, вернее, разворот от падения к взлёту приписывают Стиву Джобсу, который как раз в это время вернулся в компанию. Но если посмотреть внимательнее, окажется, что влияние Стива Джобса на технологии или бизнес было минимальным. Об этом говорится в его биографии, да и сухая информация по патентам демонстрирует, что все изобретения, которые внедрялись Apple, если и упоминали имя Джобса, то только в числе соавторов. Все отлично понимают, что означает, когда в соавторах значится руководитель...

Зачем же тогда Apple был нужен Стив Джобс? Неизвестно, умышленно или случайно, но Apple воспользовалась им именно в качестве элемента не копируемости. Можно скопировать все, но только не человека. Средства массовой пропаганды, отточенные в середине XX века, были использованы, чтобы создать образ гуру, гения, пророка. Это повторить за кем-то невозможно. Все, что было нужно Apple, — создать и поддержать образ пророка. Кто станет им? Конечно, легендарная личность. Как её добыть? Порыться в шкафу с архивами. Вот же он — легендарный основатель компании. Его роль — публичные презентации и поддержка образа. Всё. Получается, что люди, покупавшие iPod или компьютер Apple, покупали уверенность в том, что они будут владеть технологическим совершенством, переданным им прямо из рук гения и пророка. При прочих равных выбор покупателей был предрешён. Поэтому было уже не страшно снова начать вкладывать деньги в инновации: на свет появились iPhone, iPad, MacBook Air. Да, на рынке возникли «ультрабуки» с характеристиками куда лучшими, чем у MacBook Air. Но кто будет на них смотреть, когда речь идет о престиже или уверенности в качестве? Ведь другая техника не включает в себя частичку Джобса.

Apple во времена Стива Джобса использовала обе стратегии: Во-первых, они не останавливались на каком-то продукте и к тому времени как все стали делать компактные музыкальные

плееры, они стали делать телефоны без клавиатуры. К тому времени как все производители сделали телефоны с сенсорным экраном, Apple показал миру Macbook Air, фактически создав новую рыночную нишу ультратонких и сверхавтономных компьютеров. Когда же слово "ультрабук" уже использовалось практически всеми производителями компьютеров, Стив Джобс, вышел на сцену в своей водолазке, держа в руках первый iPad. Во-вторых, Apple использовал идею человека-бренда, идею, которая всегда эксплуатировалась одним из самых древних copy-paste рынков - рынком одежды.

Эти же обе стратегии точно также применимы и на сексуальном рынке. Если вы хотите продолжать быть интересным основному потребителю вашего товара, то вам нужно постоянно расти и делать это вместе с вашим партнером и вам нужно постоянно сохранять и поддерживать собственную уникальность как личности, быть человеком-брендом. Только если культура людей продолжает быть им взаимно интересной, их жизнь никогда не перейдет в "опостылевшую" фазу. Книги, путешествия, хорошее кино, театр, снова путешествия и книги - вот те вещи, которые делают людей людьми. И если вы хотите перемен, то начните, сначала, менять себя. Это тем более важно, если ваш партнер также сохраняет свою уникальность и пользуется повышенным спросом на сексуальном рынке. Человек-бренд Алла Борисовна Пугачева, является хорошей иллюстрацией того, что сама по себе уникальность позволяет быть востребованной на сексуальном рынке несмотря на возраст, не лучший характер и не самые лучшие манеры. И, если вы супруг/супруга человека-бренда, то вам нужно суметь выстроить свой собственный бренд как сумели это сделать, например, Раиса Горбачева или Жаклин Кеннеди или продолжать быть интересными для супруга(супруги) с точки зрения культуры, которую он(а) никогда не смогут скопировать. Иначе вы просто перестанете быть интересным или интересной своему партнеру.

Часто женщины, выходя замуж за "брендовых" бизнесменов, представляют себе идиллическую картину "я - на кухне и с детьми, а он зарабатывает большие деньги". Но на сексуальном рынке идет охота на таких мужей. И если, выходя замуж за бизнесмена, женщина ищет стабильности, то она, парадоксальным образом, именно ее и не получает. Она или живет стабильно, пока ее не выбрасывают и хорошо, если с хорошими "отступными" или ей придется развиваться и быть другом и соратником своего мужа, разбираться в его бизнесе и знать то, чем он дышит. И дело не только в бизнесменах. Сексистские устои, диктующие женщинам: *Kinder, Küche, Kirche*¹, делают женщин совершенно незащитными перед лицом своеволия мужчин именно потому, что они становятся "кухонными комбайнами" и теряют в лице своих супругов самое главное, что у них есть - личность. И если раньше институт брака, поддержанный церковью, гарантировал женщинам пожизненный контракт, то теперь мужчине очень легко расстаться с женщиной, которая ему уже не интересна. И те, кто выходят замуж, в поисках счастья от возможности не ходить каждый день на работу, обрекают себя, в большинстве случаев на жизнь матери-одиночки, которая, не имея никакой квалификации, довольствуется не самой высокооплачиваемой работой, на которую она теперь просто вынуждена ходить, чтобы выжить самой и прокормить детей.

У мужчин те же самые проблемы. Если все, что он делает в жизни сводится к однотипной работе и сидению в засаленной майке с пивом под телевизором, то такой мужчина перестает

¹ Дети, кухня, церковь, читается «киндер, кюхе, кирхе», или 3 К — немецкое устойчивое выражение, описывающее основные представления о социальной роли женщины в германской консервативной системе ценностей.

быть интересен женщине. Она или находит любовника или уходит из семьи или осваивает искусство фигурного выпиливания бензопилой.

По сути:

- В современном мире информация – основной товар. Информацию или информационное наполнение продукта легко копировать.
- Успешная маркетинговая стратегия на рынке сору-paste – быть всегда впереди конкурентов, чтобы всегда копировали у тебя, но не копировал ты.
- На сексуальном рынке, в конкурентных условиях борьбы за гениталии партнера, ценность именно гениталий уменьшается до предела. Роль начинает играть культурная надстройка.
- Культура легко копируется и супруги теряют интерес друг к другу после того, как им больше нечего друг от друга взять, чтобы передать это своим детям.
- Успешная стратегия на культурно отягощенном сексуальном рынке – постоянный личностный рост, постоянное саморазвитие. Счастливый брак не терпит расслабленности.





Макроуровень

Философия

*Где чтут богатство, там
презирают все честное: верность,
порядочность, стыд, стыдли-
вость...*

Саллюстий

Общество, в котором мы живем, не моногамно. Законы и правила нашего общества подразумевают, что высокоранговый самец способен, не отходя от норм морали и законов, иметь несколько жен, но не одновременно, а последовательно. Мужская привлекательность на сексуальном рынке обусловлена, в первую очередь, инвестиционными способностями мужчины, а не возрастом и, таким образом, инвестиционно способный мужчина не теряет своей привлекательности после развода и является приемлемым кандидатом в мужья для следующей молодой жены. Под "инвестициями" стоит понимать не только сугубо материальные ресурсы, такие как денежный достаток, наличие движимого и недвижимого имущества, но и такие вещи как культура и время, которое готов и будет тратить мужчина на заботу и воспитание своих детей. Генетически правильная мужская сексуальная стратегия, в условиях наличия стороннего спроса на его гены и ресурсы, будет требовать от него избавиться от предыдущей стареющей жены для вступления в брак с новой, молодой женой и к тому же, если позволяют нормы морали, обзаводиться "официальными любовницами"

Эмоционально это может выражаться как «охлаждение отношений» или просыпающаяся ненависть и нетерпение к супруге, но экономически рациональные мотивы, которыми руководствуются инстинкты, достаточно просты — лучше получить более разнообразное потомство, носящее твои гены, чем продолжать размножаться с одной и той же самкой.

В таких условиях происходит монополизация высокоранговыми самцами женщин, находящихся в самом привлекательном, с точки зрения фертильности, возрасте. С одной стороны, это уменьшает количество нерожавших женщин, но с другой это не дает женщинам никаких пожизненных гарантий. Если в полигинном обществе женщина вправе пожизненно рассчитывать на ресурсы высокорангового самца, хоть и разделяемые с товарками, то в обществе с последовательной полигинией, жена высокорангового самца с большой вероятностью теряет его после того, как ее ценность для него исчерпана: рождены несколько детей, которые встали на ноги и за которыми уже не нужно непрерывно ухаживать. Если считать, что «средний срок эксплуатации» женщины составляет 10-15 лет, то мужчина, в возрасте от 25 до 75 лет запросто может монополизировать доступ к яйцеклеткам 3-4 женщин. И все эти 3-4 женщины имеют одинаковую судьбу матери одиночки, не имея никаких пожизненных гарантий на мужа.

Наличие у одного высокорангового мужчины 3-4 жен означает, кроме возрастающего числа «разведенки» еще и то, что низкоранговым самцам женщины не достаются вообще. Чем меньше мужчина способен как инвестор конкурировать с другими, тем меньше у него шансов на брак с еще не использованной и бездетной женщиной. Мало того, в современном обществе, в котором женщины способны самостоятельно зарабатывать деньги и пользоваться услугами нянек для воспитания своих детей, рыночная привлекательность низкоранговых самцов вообще стремится к нулю. Несмотря на то, что с точки зрения логики, обеспеченную женщину уже не должна волновать способность мужа к инвестициям в потомство, и она может сосредоточиться на других факторах, таких как культурный уровень супруга, его внешние данные или великолепное поведение в постели, инстинктивные порывы женщины требуют, чтобы ее муж был богат. Это, кстати, является причиной большого числа одиноких

женщин среди тех, кто самостоятельно сделал карьеру или создал успешный бизнес. Богатство мужа величина относительная и женщина меряет его, разумеется, в сравнении со своим собственным достатком. И получается, что чем крепче женщина стоит на своих ногах, тем меньше выбор мужчин, инстинктивно привлекательных для нее. Подсознательной оценкой инвестиционной привлекательности мужчины объясняются и причины практически неминуемого охлаждения отношений в парах, у которых основной доход в семью приносит женщина.

Поэтому, избыток мужчин в обществе вообще, одновременно создает и дефицит качественных мужчин в той социальной группе, к которой принадлежит конкретная женщина, ведущая самостоятельный образ жизни и зарабатывающая себе на хлеб. Невостребованные мужчины скапливаются всегда внизу социальной иерархии, так как дефицит женщин, создаваемый статусными самцами, передается по ступенькам иерархии именно в самый низ. Мужчина как инвестор, всегда будет востребован женщинами, которые находятся еще ниже его по уровню благосостояния. А, учитывая пирамидальность любой иерархии, желанных женихов для женщин определенного социального уровня, всегда будет меньше, чем самих этих женщин.

Стоит остановиться на судьбе большого количества немужских одиноких самцов, не вступивших в брак и оказавшихся внизу социальной лестницы. Как уже было написано в статье про моральные устои, больше количество свободных мужчин обостряет конкуренцию между ними, провоцирует агрессию и делает общество нестабильным и автоматически наполняемым мужчинами, склонными, в отсутствие семьи, к деятельности, связанной с риском и отсутствием долгосрочных стратегических целей – войне, криминалу, бродяжничеству, асоциальному поведению, алкоголизму и наркомании.

Разумеется, такая ситуация возможна в обществах, в которых присутствует сильное имущественное расслоение.

Только наличие существенной разницы в инвестиционной привлекательности мужчин способно поддерживать спрос на сексуальном рынке у разведенных высокоранговых мужчин. Получается, что те или иные явно клептократические режимы, характеризующиеся высоким расслоением, провоцируют, путем создания большой массы агрессивно настроенных неженатых мужчин, массовые волнения, которые превращаются в вооруженные столкновения, в случае применения силы властной элитой или в «бархатные» революции, если элита не решится на активное подавление бунта. Наличие большого количества холостяков как раз и обеспечивает необходимое количество участников для такой убийственной, в условиях применения современного вооружения, глупости как война. Женатые и семейные мужчины, при этом, в гораздо меньшей степени склонны к агрессии или риску, и большая доля женатых мужчин действует на общество как стабилизирующий и умиротворяющий фактор.

Важно, что сильно расслоенное общество, в котором на сексуальном рынке понижается спрос на низкоранговых мужчин, провоцирует еще большее расслоение общества, так как неустроенные мужчины опускаются сами еще ниже по социальной лестнице и спускают туда жертв своей асоциальной активности: ограбленных, покалеченных, изнасилованных и спившихся «за компанию» или ставших клиентами развитой сети распространения наркотиков. Налицо цепная реакция с положительной обратной связью. Также не добавляет эгалитаризма большое количество «использованных» разведенков с детьми.

В таких условиях выходами для властной элиты, желающей сохранить свое положение, являются геноцид собственного мужского населения путем организации войны, перенаправления агрессии неустроенных самцов на какого-то внешнего выдуман-

ного или реального врага или ликвидация агрессивного потенциала каким-либо другим путем, например, снабжением людей большим количеством дешевого алкоголя. Кажущимся решением проблемы может являться пропаганда «семейных ценностей», чтобы обеспечить каждого мужчину «пожизненной» женщиной. Однако это не является решением ввиду того, что сама же элита и обеспечивает дефицит пригодных для размножения, а не только для рекреационного секса, женщин.

Также, в связи с ростом преступности и агрессии, возрастает спрос на сотрудников силовых структур, которые являются разумеющимся фактором, канализирующим "лишних" мужчин. Однако рост численности аппарата насилия не решает проблему, а лишь откладывает ее. Во-первых, агрессия никуда не девается, а наоборот, мобилизуется. Обычно "органы правопорядка" в таких обществах самой охраной правопорядка не занимаются, а, в основном, охраняют властную элиту - для этого, собственно, ввиду явной угрозы со стороны холостяков, они и нанимаются в огромном количестве. Во-вторых, сотрудники органов правопорядка все те же склонные к риску, неимущие и несемейные мужчины, озабоченные не исполнением своего профессионального долга, а повышением своей привлекательности, читай, материального состояния. Это для них, по большому счету, важнее вопроса жизни и смерти. Это, для их генов, единственная возможность оказаться в следующем поколении. В таких условиях полицейский аппарат будет склонен к коррупции и слиянию с криминалом. И такой аппарат не только расходует ресурсы элиты, приближая кризис власти, но и сам по себе способствует развитию агрессии внутри общества. Также не стоит исключать того, что выросший в самостоятельную силу аппарат насилия способен провести государственный переворот. Что очень вероятно, так как "вписываться" за воров, находящихся у власти, собственно и некому.

Альтернативой «ручному управлению» являются организации общества, выставляющие административные препятствия высокоранговым самцам на их пути к последовательной полигинии.

Это может быть система, в которой мужчины и женщины могут вступать в брак исключительно внутри своей социальной прослойки. Когда рыночный спрос и предложение на сексуальном рынке ограничены такой прослойкой, мужчины выглядят приблизительно одинаково обеспеченными и таким образом не конкурируют друг с другом за женщин. Деление общества на социальные прослойки обеспечивается системой каст, характерной для Индии.

Также система, которая запрещает мужчинам и женщинам добрые и внебрачные связи независимо от социального статуса может быть устойчива, однако в условиях наличия контрацептивов и доказательного отцовства, резонных запретов внебрачному сексу как бы и нет. Но подобные системы существовали в прошлом и яркий тому пример – Викторианская Англия с ее культом добродетельной и целомудренной женщины и, соответственно чистого сердцем джентльмена.

Третьим способом является организация общества, в котором материальные блага перераспределяются от богатых к бедным. В таком случае уменьшается как возможность богатых к многоженству, так и улучшаются конкурентные преимущества бедных. Однако такие общества лишают богатых стимула к предпринимательству, а бедных к стимулу работать и валовый национальный продукт таких обществ будет ниже чем тех, в которых процветает свободная конкуренция и чисто капиталистические отношения. Вместе с тем такие общества легче вырабатывают гуманистические ценности и являются менее агрессивными и более благополучными. Например, прогрессивное или даже репрессивное по отношению к богатым налогообложение и широкое применение социальных выплат в странах северной Европы.

Четвертым способом является практика, при которой муж при разводе отдает все свое имущество жене и забирает себе детей старше грудного возраста на воспитание. В этой ситуации богатый муж становится отягощенным слишком большими обязательствами, чтобы представлять из себя серьезного конкурента на брачном рынке хотя бы некоторое и при этом достаточно длительное время. Именно по таким законам происходят бракоразводные процессы в ряде исламских стран. В частности, в Иране.

Получается, что чем выше социальная стратификация общества, тем вероятнее в нем будут процветать строгие ограничения на сексуальную активность. Обычно считается, что чем более отсталым и бедным является общество, тем строже в нем сексуальные табу. Однако это не так. Во-первых, существуют бедные и свободные сообщества. Во-вторых, существуют богатые и строгие. Количество и строгость сексуальных табу определяется скорее степенью эгалитаризма. Чем равноправнее общество, тем более свободными там ожидаются межполовые отношения.

Современные постиндустриальные общества в той или иной степени содержат все элементы, сдерживающие неравномерное распределение женщин среди мужчин: Это и социальные барьеры и юридически закрепленная моногамия, совмещенная с некоторой нетерпимостью общества к внебрачным связям и система налогообложения и социальных льгот, обеспечивающая перераспределение материальных благ от богатых к бедным и судебная практика требующая от мужа и раздела имущества и материального содержания детей до их совершеннолетия.

Однако всегда некоторое время будут существовать общества, в которых все эти сдерживающие факторы практически отсутствуют по каким-то историческим причинам: идея алиментов и раздела имущества не работает, когда у большинства людей «черная» зарплата, а имущества толком и нет. Идея перераспределения материальных благ блокируется самой властью, пред-

ставленной именно сверхбогачами, ратующими, наоборот, за сокращение налогов для богатых или, вообще, за создание условий, при которых богатые, при помощи различного рода «схем», недоступных средним и бедным, могут уходить от налогообложения вообще. Идея нетерпимости к внебрачным связям не поддерживается никакой религией или религия терпима к подобному поведению, а идея социального расслоения не работает потому, что кривая распределения богатства среди населения имеет очень крутую форму и практически нельзя выделить такую замкнутую социальную группу, в которой люди бы по своему благосостоянию не отличались бы в разы. То есть, даже если взять условную и достаточно небольшую группу «олигархи», то самый бедный олигарх будет раз в десять, если не больше, беднее самого богатого. В таких условиях конкуренция высокоранговых самцов все равно сохраняется, тем более в отсутствие четких административных барьеров, разделяющих социальные группы и в условиях, когда большинство богачей — это вчерашние бедняки, сохранившие свои социальные и родственные связи и, де факто, принадлежащие более низкой социальной группе.

Такие общества, ввиду вышеназванных причин, не являются устойчивыми и в них будут иметь место бунты, революции, войны. В таких обществах будет наблюдаться рост краж, убийств, изнасилований, наркомании, алкоголизма и в этих обществах будет опасно выйти вечером на улицу. Такие общества опасны для своих соседей накопившейся в них агрессией. Такие общества обречены и, рано или поздно, на территории, которую они занимают, будут организованы другие общества, которые догадались ограничивать сексуальную активность высокоранговых самцов тем или иным способом: от введения шариата с поправкой на моногамию или других религиозных законов до эгалитаризации общества и перераспределения благ от богатых к бедным.

По сути:

- Наше общество не моногамно. Так или иначе имеет место «последовательная полигиния».
- Дефицит женщин, спровоцированный наверху социальной пирамиды, многократно усилившись, каскадно передается в самый ее низ, образуя большую массу неустроенных мужчин.
- Большая масса неустроенных мужчин провоцирует нестабильность в обществе.
- Для парирования этого эффекта разные общества изобретают разные инструменты. У всех инструментов есть те или иные недостатки.
- Возможно существование молодых обществ, в которых обычай и мораль не развились настолько, чтобы парировать негативный эффект от неустроенных самцов. Такие общества неустойчивы и или выстраивают соответствующие институты и мораль или растворяются среди окружающих, более устойчивых, сообществ.





Мир исключений

Заключение

*Рок даёт царства рабам, до-
ставляет пленным триумфы. Впро-
чем, счастливеец такой реже белой
вороны бывает*

Ювенал

Зачем вообще два пола? В математике есть такой метод доказательства, который называется “от противного”. То есть, для доказательства правильности тезиса, пытаются доказать правильность противоположного тезиса и, если очевидно, что противоположное не имеет смысла, то исходный тезис считается правильным.

Поэтому, представим себе мир, в котором существует всего один пол. Такой мир можно и не представлять. Большинство бактерий, размножающихся делением, лишены проблем, связанных с тем, как выйти замуж. Поэтому бактерии способны размножаться быстро, занимая собой все доступное им пространство в кратчайшие сроки. При делении бактерии, информация о том, как должна выглядеть бактерия, чем питаться, от чего и как защищаться, как переваривать те или иные питательные вещества, передается копированием. При копировании возможны ошибки, но бактерия устроена настолько просто и размножается настолько быстро, что ошибки копирования не мешают, в целом, следующему поколению бактерий. Поэтому бактерии не расходуют свою энергию на содержание серьезной системы защиты от ошибок. Лучше успеть лишние пару раз разделиться перед тем, как тебя убьет окружающий мир, чем умереть с осознанием того, что твое деление прошло без ошибок.

У более сложных организмов скорость размножения намного меньше, а ресурсов, которых требуются для создания следующего поколения потомства, необходимо значительно больше. В этом случае, ошибочное копирование намного тяжелее скомпенсировать скоростью размножения. Поэтому у сложных многоклеточных организмов существует мощная защита от ошибок копирования. Она срабатывает на всех этапах от зачатия до рождения живого существа и большинство выкидышей у млекопитающих связано с тем, что еще не рожденный потомок не проходит очередной “экзамен” на качество.

Наличие систем защиты позволяет с достаточно большой вероятностью произвести потомство и без ошибок скопировать всю информацию, необходимую для роста и жизнедеятельности организма.

Также важно, что сложные организмы требуют больше времени для взросления - состояния, когда новый организм способен размножаться. Выходит, что “защищенность копирования” вместе с медленной скоростью размножения приводят к тому, что живые существа не будут способны каким-либо образом адаптироваться к переменам в окружающей среде и вымрут, не приспособившись к новому. Но мир меняется. Меняется климат, еда, защитные механизмы жертв и атакующие стратегии хищников. Открываются новые экологические ниши и закрываются старые. В этих условиях, все организмы, которые не нашли способа, с одной стороны сохранить надежность копирования, а с другой обеспечить собственную изменчивость, вымерли. А выжили, размножились и преобладают на Земле сейчас те существа, которые изобрели такой вид размножения, когда для производства потомка информация берется от двух предков.

Как это работает? Когда, в результате все тех же случайных ошибок копирования, появляется новый признак, ко-

торый, а) не мешает особи выжить и дожить до взрослого состояния и б) позволяет произвести потомство в паре с другой особью своего вида, то этот признак распространяется по популяции как болезнь. Если бы птичка-хохлушка обзавелась красным хохолком вместо синего и размножалась бы бесполом размножением, то красный хохолок был бы только у ее потомков. А вот если для размножения требовалась бы еще одна птичка-хохлушка, то красный хохолок был бы и у потомков самой этой птички и у потомков ее полового партнера. А в следующем поколении красный хохолок был бы у всех внуков птички хохлушки, то есть, у потомства не только детей этой птички, но и детей ее сватов и сватъей.

Признаки, то есть, гены, передаются чуть сложнее и будет выходить так, что у некоторых потомков красный хохолок будет, у некоторых нет, но сама “краснохохолковость” со временем станет привычным атрибутом птички-хохлушки и у далеких потомков красный хохолок будет уже появляться как бы сам по себе, унаследованный от бабушки или прабабушки, когда папа или мама, при этом, вполне себе синехохолковые.

Так и у людей, скажем, цвет глаз. Вполне обычно сейчас встретить среди нас людей с голубыми глазами, однако первый человек с таким цветом глаз появился всего-то 6-10 тысяч лет назад. То есть, максимум за 10 000 лет, признак голубых глаз, результат мутации в гене *HERC2*, из-за которой у носителей такого гена снижена выработка меланина в радужной оболочке глаза, распространился от первого предка на практически всё население планеты Земля.

Если бы люди размножались бесполом, то голубые глаза были бы только у потомков одного единственного человека. При половом размножении голубые глаза появляются как у потомков первого голубоглазого человека так и у потомков всех супругов всех поколений. И, если вдруг завтра в мире появится

какая-то болезнь или произойдет какой-то катаклизм, в результате которого выживут только голубоглазые, то именно половое размножение предоставит человечеству возможность сохранить свою численность на достаточном для дальнейшего развития уровне, а шанс выжить будут иметь потомки не только того самого древнего голубоглазого предка.

Но мир настолько суров, что завтра могут понадобиться, скажем, одновременно и голубоглазые и коротконогие. И именно половое размножение обеспечивает настолько большое разнообразие индивидов, что одновременно и коротконогие, и голубоглазые обязательно найдутся. У бактерий же все чуть хуже с этим. Именно поэтому культура бактерий практически неспособна выработать устойчивость одновременно к двум антибиотикам, так как нельзя себе представить “сына” двух бактерий одновременно, одна из которых случайно выработала устойчивость к антибиотику А, а вторая - к Б.

То есть, наличие двух полов обеспечивает сложным организмам одновременно, как и устойчивость так и изменчивость, необходимую, чтобы приспособиться к постоянно меняющемуся миру.

Именно поэтому, каждый из нас - уникален. Вообще невозможно себе представить “среднего человека”, ведь кроме внешних признаков, существует множество таких, которые не влияют на внешность. Это и особенности пищеварения, и устойчивость к тем или иным болезням, и группы крови, которые, кстати, являются следами борьбы человечества с древними болезнями и выработкой устойчивости, то есть, антител к ним. Мы все - исключения из правил. И на фоне каждого из нас, рыжие, или, например, гомосексуалисты, являются более обширной группой людей, чем та, представителями которой являемся собственно мы.

Природа любит исключения. Исключения и отклонения от некоей воображаемой нормы - залог выживания и инструмент слепого нащупывания правильного решения в мире полном новых угроз. Ведь, случись какая-то напасть, у “не стандартного” существа будет больше шансов на выживание, чем у “стандартного”. Разумеется, если эта “нестандартность” будет полезна в новых обстоятельствах. Мало того, если бы все представители какого-то вида живых существ были бы абсолютно одинаковыми, то рано или поздно нашлись бы обстоятельства, которые привели бы к вымиранию всего вида. Возможно, на заре биологической эволюции, существовали «стандартные» виды животных, но они просто вымерли. Природа сохранила только те виды живых существ, которые старательно поддерживали внутри себя изменчивость и нестандартность.

Природа - слепой конструктор. Она просто перебирает варианты и, в большинстве случаев, “нестандартность” не является улучшением. Она или мешает, или никак не влияет на жизнь живого существа. А часто бывают варианты, которые делают лучше в чем-то одном, но портят жизнь в чем-то другом. Например, повышенная устойчивость к глистам, в отсутствие оных, приводит к аллергической бронхиальной астме. То есть, люди, которые “научились” бороться с глистами, у которых иммунная система оказалась настолько чувствительной, чтобы распознавать нового врага, одновременно получили “в подарок” и аллергию. Ведь, когда глистов в кишечнике нет, их яйца не разносятся кровотоком, а продукты жизнедеятельности не отравляют хозяина, то иммунная система ничем не занята и начинает “нападать” на мнимые угрозы. Было ли умение бороться с глистами хорошим приобретением? Разумеется, да, до того, как появилась медицина. Поэтому склонность к аллергической астме успешно распространилась среди всего человечества.

Но кто определяет, хороша ли какая-то конкретная “нестандартность” или плоха? Определение “хорошести” идет механически. Если особь дожила до половой зрелости, смогла совокупиться, а результат слияния яйцеклетки и сперматозоида привел к появлению нового потомства, то “нестандартность” годная и она передается в следующее поколение. Рыба, которая плавает “нестандартно” быстрее других рыб явно будет лучше метать икру и уворачиваться от хищников, чем ее сверстницы. Рыба, которая “нестандартно” научилась выживать в переохлажденной воде, найдет для себя новый корм там, где ее сородичи даже не плавают. Любая “нестандартность” увеличивает шансы на размножение там, где она оказывается полезным свойством. Ведь, скажем, скоростное плавание может быть достигнуто за счет ускоренного обмена веществ и повышенной потребности в еде. Тогда, в тех водах, в которых мало еды, умение плавать быстро будет только вредить. А умение выдерживать переохлаждение требует выработки организмом каких-то специальных веществ-антифризов, не дающих замерзнуть крови. Выработка этих веществ требует затрат ресурсов, то есть, будет производиться за счет жертвы каким-то другим важным аспектом жизнедеятельности рыбы. Скажем, качеством ее зрения.

Не мы судим о том, какая «нестандартность» хороша, а какая нет. Судья этому время и эволюция. Мы просто должны понимать, что нет одинаковых людей и нет одинаковых подходов, годных для каждого человека. Нет фактов, которые описывают всех абсолютно людей. Нет одинаковых подходов к душе каждого человека. Вместе с тем, можно выработать правила, облегчающие взаимодействие с большинством людей, понимая, при этом, что есть исключения.

Стереоскопическое кино рассчитано на не косоглазых людей с двумя глазами. Турникеты в метро рассчитаны на правшей. Светофоры – на тех, кто отличает красный от зеленого.

Нелепо придумывать стратегии поведения на сексуальном рынке, рассчитанные на исключения. Да, есть исключения. Есть наследные принцы (человек 50 на 7 миллиардов населения), есть олигархи (еще тысяч 5), есть просто «не высокий, курчавый, спортивный, выпускник мехмата, с чувством юмора, симпатичный и не зануда» - это все исключения. Исключением является все, что составляет менее 1% от всего населения. Поэтому девушки, ищущие замужества, скажем, именно с тем, у кого есть Бентли, обрекают себя на неудачу. Разумеется, кто-то выходит замуж за хозяев Бентли. Но это – лотерея, а не результат использования продуманной стратегии по выходу замуж. При этом, никто не мешает ожидать выигрыша в лотерею, и вместе с тем продолжать делать правильные вещи, не рассчитывая на исключения, а работая в рамках правил, пригодных для большинства.

Какие бы теории не использовались для выработки оптимального поведения на сексуальном рынке, фактор удачи или неудачи настолько обескураживающе значителен, что успеха часто добиваются не те, кто делал что-то морально и правильно, а те, кому повезло. Секрет такого везения в том же, в чем и секрет выигрыша в лотерею - как минимум надо покупать лотерейные билеты. Есть два способа строить себе будущее. Первый: Сидеть на берегу моря и ждать, когда заплывет в бухту корабль с Алыми Парусами или, в другом варианте, когда прискачет Волшебный Принц на белом коне и разбудит своим поцелуем. И второй: активно использовать знания, умело управлять инстинктами, совершать правильные поступки, грамотно манипулировать, расчетливо действовать, пробовать, перебирать, смотреть варианты, не бояться рисковать. Ведь неудачи на сексуальном рынке не стоят нам ничего, кроме времени, затраченного на попытку, а удачи дают нам колоссальные выгоды. Эта книга в помощь тем, кто хочет дей-

ствовать и пробовать не наобум, а разумно понимая, какая активность даст больше шансов на удачу. Стоит продолжать выглядывать в бухту, не появились ли Алые Паруса или, покинув Хрустальный гроб, оставить в нем растяжку с колокольчиками, на всякий случай. Ведь никто не говорит, что не стоит верить в чудеса и исключения. Нужно только увеличивать свои шансы на появление чуда. В конце концов, каждый из нас, по своей природе, – исключение из правил. Надо просто не сильно рассчитывать на чудо, а делать правильные вещи. И тогда, что интересно, чудо придет и это будет уже успехом, а не слепой удачей.

