

Реальная помощь всем, кто хочет развить эмоциональную привлекательность, выделиться из толпы и добиться оглушительного успеха. Советы автора исключительно полезны родителям, будущим лидерам и всем целеустремленным людям.

*Тим Сандерс, автор бестселлера  
«Фактор личной привлекательности»*

Потрясающая книга! Она заставит по-новому взглянуть на каждое социальное взаимодействие, в котором вы принимали участие со времен старшей школы, и поможет добиться счастья и успеха. Прочитав ее, вы увидите популярность совсем другими глазами.

*Сьюзан Кейн, психолог, бизнес-консультант*

Принстейн раскрывает суть популярности, переосмысливает одержимость нашего общества статусом и показывает, как сильно стремление к общественному одобрению может влиять на жизнь человека... В заключение он рассуждает о роли родителей в том, чтобы помочь ребенку стать популярным.

*Library Journal*

Интересный обзор популярности как социологического и психологического феномена, эта книга начисто лишена притворства. Она ставит под вопрос важность популярности – а точнее, статуса – в нашей жизни.

*Меган Гарбер, The Atlantic*

Оказывается, все дело в популярности, а не в статусе. Эта книга не просто привлекла мое внимание. Она помогла мне понять, почему я не был крутым в детстве, почему я по-прежнему не крут сейчас и почему мне не стоит париться по этому поводу.

*Адам Грант, психолог,  
автор бестселлера «Брать или отдавать»*

Статус – это одно, а привлекательность – совсем другое. Происхождение обоих типов популярности послужило темой этой удивительно интересной и необыкновенно хорошо написанной книги. Я прочла ее от корки до корки и многое узнала не только о научном феномене, но и о себе самой.

*Ангела Дакворт,  
автор бестселлера «Твердость характера»*

Потрясающе интересный анализ устремлений, которые делают нас людьми.

*Дэниел Гилберт, профессор психологии  
Гарвардского университета,  
автор бестселлера «Спотыкаясь о счастье»*

Оригинальный взгляд на то, к какому типу популярности мы стремимся, а какой способен сделать нашу жизнь лучше. Книга, в основу которой легли интереснейшие психологические исследования, изменит ваше представление о подростковых годах, повлияет на сегодняшние отношения с людьми и поможет стать по-настоящему счастливым человеком.

*Фил Зимбардо,  
автор бестселлера «Эффект Люцифера»*

Если болезненные воспоминания о том, за каким столиком в школьной столовой мы сидели, не отпускают нас во взрослом возрасте, что это говорит о роли так называемой «популярности» в нашей культуре? Ответ на этот вопрос содержится в книге Митча Принстейна, посвященной изучению того, насколько сильно – и даже на генетическом уровне – мы стремимся к положительной оценке со стороны окружающих. Это стремление может принимать разные формы. Хотим ли мы быть привлекательными, нужными, выглядеть забавно или грозно? От этого зависит наше собственное здоровье и счастье, а также то, какое общество мы собираем вокруг себя.

*Кевин Смюклер, Salon*

Перипетии школьных лет оставили неизгладимый эмоциональный след в душе каждого из нас. В своей увлекательной книге Митч Принстейн рассказывает, как можно отбросить шелуху подростковых переживаний и для чего это нужно сделать. Более того, он дает дельные советы, как помочь нашим детям достичь конструктивной популярности. Это принципы Дейла Карнеги, подкрепленные научными исследованиями.

*Мартин Селигман,  
автор бестселлера «В поисках счастья»*

МИТЧ ПРИНСТЕЙН

# ПОПУЛЯРНОСТЬ

Как найти счастье и добиться успеха  
в мире, одержимом статусом



УДК 159.9+316.6  
ББК 88.37/53(7Coe)  
П76

Mitch Prinstein  
POPULAR  
The Power of Likability in a Status-Obsessed World

*Перевод с английского Татьяны Гончаровой*

Перевод опубликован с согласия InkWell Management LLC и литературного агентства «Синописис»

**Принштейн М.**

П76 Популярность : Как найти счастье и добиться успеха в мире, одержимом статусом / Митч Принштейн ; пер. с англ. Т. В. Гончаровой. – М. : КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2018. – 272 с.

ISBN 978-5-389-14016-5

Популярность в детские годы предопределяет успех и счастье во взрослой жизни в гораздо большей степени, чем уровень интеллекта, происхождение и другие факторы, считает известный психолог Митч Принштейн. В своей книге, в основу которой легли новейшие исследования в области психологии и нейробиологии, он рассказывает о том, как значительно влияет на жизнь человека степень популярности. Парадокс, но не всегда самые популярные в традиционном смысле этого слова люди оказываются самыми счастливыми. По мнению Принштейна, каждый способен управлять своими естественными социальными импульсами и использовать их себе во благо. Только так наши отношения с другими людьми могут стать более разумными, искренними и конструктивными.

УДК 159.9+316.6  
ББК 88.37/53(7Coe)

ISBN 978-5-389-14016-5

© 2017 by Mitchell Prinstein  
© Гончарова Т. В., перевод на русский язык, 2018  
© Издание на русском языке, оформление.  
ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус», 2018  
КоЛибри®

# ОГЛАВЛЕНИЕ

От автора	9
Вступление	11
ЧАСТЬ I. ТИПЫ ПОПУЛЯРНОСТИ, КОТОРЫЕ ВЛИЯЮТ НА НАШУ СЕГОДНЯШНЮЮ ЖИЗНЬ	
1. Взрослые игры. <i>Популярность по-прежнему важна</i>	23
2. Грубый обидчик или привлекательный лидер? <i>Популярность бывает разная</i>	37
3. Проблемы популярности. <i>Что не так с нашими желаниями?</i>	63
ЧАСТЬ II. УДИВИТЕЛЬНЫЕ ПЕРЕМЕНЫ, КОТОРЫЕ РАЗНЫЕ ТИПЫ ПОПУЛЯРНОСТИ ВНОСЯТ В НАШУ ЖИЗНЬ	
4. О мнении большинства и головной боли. <i>Наш организм запрограммирован стремиться к популярности</i>	103
5. Бумеранг популярности. <i>Мы сами создаем мир, в котором живем</i>	127
ЧАСТЬ III. ИТАК, ЧТО ЖЕ НАМ ДЕЛАТЬ ТЕПЕРЬ?	
6. Наследие старшей школы. <i>Как победить королеву бала сегодня?</i>	157

7. Дружба реальная и виртуальная. <i>Что стоит за отсутствием лайков?</i>	181
8. Популярность и воспитание детей. <i>Что могут и что должны сделать родители</i>	194
9. Путь к успеху. <i>Выбор желаемого типа популярности</i>	223
Благодарности	230
Примечания	237

*Посвящается Самаре, Максу и Тине,  
которых я люблю больше всего на свете*

## ОТ АВТОРА

Я работал над созданием этой книги около двух лет. Но фактически мое исследование началось задолго до того — пожалуй, еще в детском саду. Меня всегда интересовали отношения между сверстниками и психологические аспекты в широком смысле слова. Я помню, как во время обеда в младшей школе пытался придумать IQ-тест, используя картофельные шарики. В восьмом классе я выдвинул идею последовательных моделей регулирования выборов в конгресс. Будучи подростком, я разработал собственную классификацию видов популярности. Исходя из этих примеров, можно сделать два вывода, важные для этой книги. Во-первых, я всегда горячо и безоговорочно интересовался психологией. Во-вторых, еще задолго до того, как родилась сама идея написания книги, я начал коллекционировать психологические портреты людей, которые знать не знали о том, что их жизненный опыт может послужить иллюстрацией к тому, что написано на этих страницах. Защищая их право на частную жизнь и следуя этике клинической психологии, я обезличил рассказанные здесь истории, изменив имена и мелкие несущественные детали. Чтобы соблюсти конфиденциальность в некоторых особенно узнаваемых случаях, я придумал истории Стива и Пегги, которые стали собирательными образами, основанными на ряде аналогичных ситуаций.

Несколько историй не были обезличены вовсе. Моего лучшего студента в Йельском университете в самом деле звали Дэниел Клеменс. Ссылки на исследования и цитаты общественных деятелей и знаменитостей также приведены без изменений. И наконец, все подробности моей собственной жизни также рассказаны без купюр, настолько точно, насколько я их помню.

## ВСТУПЛЕНИЕ

Пасмурный осенний день 1977 года. Крики детей, игравших на поросшем травой школьном дворе Олд-Бетпажа, Нью-Йорк, раздавались на целые кварталы вокруг. Младшеклассники боролись с загадочной и исключительно заразной болезнью, которая распространялась с пугающей быстротой. Каждую минуту «инфекцию» подхватывал новый ребенок, и сверстники начинали убегать и шарахаться от него — от того, кого еще мгновение назад называли другом.

Мелькают клетчатые штанишки — маленькие ножки изо всех сил удирают прочь от опасности. Школьный двор полон малышни, разбегающейся во всех направлениях. Дети прячутся за деревьями и в кустах, ныряют под турники, чтобы на миг перевести дыхание, и снова срываются бежать со всех ног. Учителей почти не видно. Те немногие, что вышли во двор, спокойно наблюдают за тем, как дети один за другим становятся жертвами «заразной болезни».

Я вырос в том городке и был на той площадке в день «эпидемии». Я помню, как визжал и удирал прочь, когда напасть поражала детей вокруг меня. Потом наконец-то подросла помощь. Два моих одноклассника, Дуг и Джилл, объявили, что нашли чудодейственную вакцину, способную мгновенно вылечить любого заболевшего. Лекарство было эффективным и бы-

стродействующим, но частота рецидивов оставалась слишком высокой. Вскоре еще один мальчик, Дэвид, объявил, что у него тоже есть лекарство, но никто не спешил к нему. Все хотели получить помощь только от Дуга и Джилл. К концу перемены Великая Вшивая Эпидемия Олд-Бетпажа закончилась. Вернее, приостановилась до следующего дня, когда все началось по новой.

Я отчетливо помню тот день и множество ему подобных. Помню, как радостно мчался и верещал, не думая ни о чем. Но все же уже тогда дети вроде Дуга и Джилл вызывали мое живейшее любопытство. Что делало их более интересными, чем все остальные? Почему они всегда были в центре нашего внимания?

А еще я помню, как жалко мне было Дэвида и как трудно ему было заинтересовать других детей. Почему его часто игнорировали?

Разница, конечно же, в том, что Дуг и Джилл были популярными и, скорее всего, остались популярными на всю жизнь. А Дэвид не был. В тот день он отчетливо понял свое место в социальной иерархии.

В мире относительно немного таких людей, как Дуг и Джилл. Кажется, что они моментально становятся популярными везде, где бы ни появились. В каждом классе, компании или другой социальной группе найдется один или два таких человека. Таких, как Дэвид, тоже не много. Каждый из нас точно знает, к какому типу относится. Иерархия популярности формируется еще в раннем детстве, а к первому классу уже полностью устанавливается.

Большинство из нас стоят на средних ступенях лестницы. Наша собственная популярность родилась где-то в далеком детстве, на такой же площадке. Мы знали, что нами восхищаются, и переживали о том, как бы не утратить своего влияния на окружающих. Или же мы понимали, что другие люди

популярнее нас, и искали большего внимания и признания со стороны сверстников.

Наши позиции в социальной иерархии казались тогда такими важными не без причины, ведь в юности популярность является самой ценной и легкодоступной валютой. Она очень важна в любом возрасте. Я до сих пор помню, как непопулярные дети в начальной школе плакали, когда их не пропускали в очереди за обедом, в то время как популярным везде была дорога. Когда мы повзрослели, наша популярность стала диктовать, с кем из сверстников можно дружить, а кого следует избегать. Доходило до того, что места в столовой занимались в зависимости от статуса той или иной компании в иерархии. В старшей школе мы практически не разговаривали и уж тем более не ходили на свидания с теми, кто был менее популярен, чем мы сами. Взрослые могли пилить нас часами, призывая сосредоточиться на уроках или есть овощи, но это было ничто по сравнению с переживаниями, поздороваются ли завтра с нами школьные знаменитости.

Теперь, став взрослыми, мы осознали всю пользу родительских советов. Оценки *в самом деле* повлияли на наше образование, карьеру и финансовые возможности, так же как пищевые пристрастия сказались на здоровье и жизненной активности десятки лет спустя. Но можно ли сказать то же самое о популярности? Действительно ли она *так* важна?

Ответ утвердительный: она была важна тогда и не менее важна сейчас. Возможно, вас это удивит, но нам *следует* продолжать заботиться о своей популярности.

Популярность влияет на всю нашу жизнь, хотя часто мы этого даже не осознаем. В некоторой степени вы, возможно, уже догадываетесь, что это правда. Разве не удивительно, что, вспоминая своих популярных и непопулярных сверстников в старших классах, вы ощущаете те же эмоции, что и тогда? Простое упоминание слова «популярность» способно пере-

нести нас в те времена, когда мы были подростками. Мы оканчиваем школу, заводим новых друзей, вступаем в стабильные романтические отношения и строим карьеру, но где-то в глубине души все равно знаем, что какая-то часть нас сегодняшних — самооценка, неуверенность в себе, карьерные успехи или неудачи и даже, возможно, счастье — зависит от того, насколько популярными мы были тогда. Подростковая популярность остается частью нас самих, навсегда отпечатываясь в душе.

Наверное, несокрушимая сила популярности кроется в том, что в ее основе лежат те же механизмы, которые управляют нашей повседневной жизнью. Сегодняшняя ситуация может выглядеть несколько иначе, чем в юности, но мы все так же сталкиваемся с популярными и непопулярными людьми среди коллег, друзей и соседей. Факторы, которые делают популярными взрослых людей, не сильно отличаются от тех, которые были так важны в школьные годы.

Популярность может по-прежнему нас заботить. Признаём мы это или нет, большинство из нас так и не сумели преодолеть желание стать более популярными. Прошлые устремления никуда не делись и все так же влияют не только на нашу жизнь, но и на ценности общества в целом. На самом деле сейчас это гораздо актуальнее, чем когда-либо в истории. Общество, объединенное сетями знакомств, дарит возможности бесконечной юности, где мы выделяем популярных людей, находим способы соревноваться и взаимодействовать с ними и даже поднять уровень собственной популярности благодаря новым креативным платформам, дающим любому среднестатистическому человеку шанс стать звездой, пусть даже и на короткое время. Эти устремления также оказывают влияние и на личную жизнь. Подспудное желание популярности меняет принимаемые нами решения, выстраиваемые взаимоотношения и даже методы воспитания детей. И чаще всего мы даже не осознаем

этого. Без должной осмотрительности эти устремления не принесут счастья.

Популярность — это та тема, которой я и другие социологи занимались несколько десятилетий. Результаты тысяч проведенных исследований показали, что все дело в ее истоках и значимости в любых социальных взаимодействиях. Мы выяснили, что популярность парадоксальна по своей сути — в природе человека заложено стремление быть более популярным, но вместе с тем популярность далеко не всегда идет нам на пользу.

Примерно в те времена, когда я еще носился по школьному двору в Олд-Бетпаже, в психологии происходили интересные перемены. До той поры наукой правили фрейдистские понятия идентификации, суперэго и даже бессознательных либидных мотивов. Большинство путей, объясняющих наши чувства и поведение, неизбежно приводили к образу матери и к тому, как ее методы воспитания повлияли на формирование личности.

Однако в 1950–1970-х годах, когда появилось огромное количество нуждающихся в психологической помощи ветеранов Второй мировой войны, а также войн в Корее и во Вьетнаме, правительство США вплотную занялось фундаментальными инициативами в области здравоохранения. Был создан Национальный институт психиатрии, построена система администрирования дел ветеранов, в университетах по всей стране стали открываться кафедры психологии. В тот же период вышло дополненное издание «Диагностического и статистического руководства по психическим расстройствам» (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*), основанного на научных изысканиях. Это было рождение современной психологии, сопровождавшееся прорывом в развитии психологических наук.

Большинство исследований, которые финансировались в то время, были ориентированы на изучение того, почему одни

солдаты проявляли себя достойно, в то время как другие были демобилизованы с позором, поставив под угрозу военные миссии, стоившие государству миллионы. Психологи изучали не только военный опыт испытуемых, но и коэффициент интеллектуального развития, школьные достижения, социально-экономический статус, взаимоотношения с родителями и детьми, психологические симптомы и случаи агрессивного поведения. Результаты оказались совершенно неожиданными: одним из самых достоверных факторов, определяющих поведение солдата в армии, была его популярность в начальной школе. Более того, детская популярность помогала прогнозировать поведение солдата даже с учетом всех прочих аспектов, принятых во внимание учеными.

За последние 10–20 лет был проведен ряд исследований среди гражданского населения, и результаты также доказали силу популярности. Популярность — эффективный индикатор того, насколько счастливыми мы будем, когда вырастем. Гораздо более эффективный, чем уровень интеллекта в детстве, атмосфера в семье, имеющиеся психологические симптомы и отношения с матерью. С радостью или с отвращением мы идем на работу по утрам? Приносят ли наши отношения чувство удовлетворения или порождают конфликты? Что для нас воспитание детей — счастье или тяжкий груз? Способны ли мы влиять на собственную жизнь? Ощущаем ли себя ценными членами общества? Ответы на эти вопросы можно найти в школьных дворах нашего детства.

Результаты международного исследования, проведенного моей исследовательской лабораторией, показали, что взрослые, которые помнят себя популярными в детстве, называют свой брак более счастливым, а отношения с коллегами — более теплыми и дружескими. В целом они верят, что стали успешными членами общества. А люди, вспоминая о своей непопулярности в детском возрасте, отмечают прямо противоположное.

Вырастая, популярные дети отличаются лучшей академической успеваемостью, более тесными межличностными отношениями и более высокими заработками. В то же время те, кто не был популярен, более склонны к появлению вредных привычек, ожирению, тревожности, депрессии, проблемам на работе, криминальному поведению, травмам, болезням и даже самоубийству. Теперь мы также понимаем, что популярность меняет образ мышления человека, воздействуя на социальное восприятие, эмоции и способы реагирования организма на стресс. Из этой книги вы узнаете, что переживания, связанные с популярностью, могут даже менять ДНК.

Эта книга расскажет вам, как популярность влияет на нашу сегодняшнюю жизнь даже тогда, когда мы сами этого не осознаем. Мы поговорим о том, почему популярность играла такую большую роль для наших предков десятки тысяч лет назад и как она функционирует в XXI веке. Кроме того, совершим путешествие из коридоров Google в наши собственные дома, погрузимся в глубины мозга и изучим работу клеток. Дойдя до последних страниц, вы с удивлением узнаете, как сильно влияет популярность на жизнь каждого из нас.

Но *самые* популярные люди — далеко не всегда самые счастливые. Все дело в том, что популярность бывает разных типов. Каждый, кто помнит себя старшеклассником, знает, что некоторых наиболее популярных подростков — спортсменов, чирлидеров\*, первых красавцев и красавиц — многие на самом деле ненавидели. Это противоречие отражает тот факт, что большинство людей преуспевают лишь в одном

---

\* Чирлидинг (англ. cheer — настроение, веселье и lead — вести) — сочетание элементов шоу и зрелищных видов спорта (танцы, гимнастика, акробатика). Чирлидеры — девушки, принимающие участие в развлекательных представлениях, проходящих перед началом и во время спортивных матчей для поднятия настроения болельщиков.

виде популярности, испытывая недостаток в другом. Первый тип популярности является отражением *статуса* — насколько широко известен человек, пытаются ли ему подражать и способен ли он заставить окружающих плясать под свою дудку. В подростковом возрасте мы называли таких ребят «крутыми», но по результатам исследований они могут столкнуться с целым рядом проблем, когда повзрослеют. Второй тип популярности — это *привлекательность*. Ею обладают те, кого мы считаем близкими людьми, кто заслуживает доверия, люди, рядом с которыми мы чувствуем себя счастливыми. Разумеется, статус и привлекательность относятся не только к старшей школе — это еще и ключевая часть формирования социальной иерархии взрослых людей. Но дело в том, что неспособность провести черту между этими абсолютно разными типами популярности приводит к тому, что мы проводим жизнь в поисках не того, что нам действительно нужно.

Я написал эту книгу, чтобы помочь читателям своевременно понять одну универсальную вещь, которая непосредственно касается каждого из нас, и поделиться советами, способными облегчить повседневную жизнь как минимум в пяти отношениях. Во-первых, я надеюсь, что эту книгу прочтет каждый, кто когда-то чувствовал в школе тревогу, разочарование или неуверенность в собственной популярности. Я хочу, чтобы эта книга стала инструментом, позволяющим понять и переосмыслить такой опыт, она объяснит, что тот тип популярности, которого так отчаянно не хватало, на самом деле не так хорош, как тогда казалось.

Во-вторых, я надеюсь, что «Популярность» позволит переосмыслить существующее отношение к популярности в нашей культуре. Общество заиклилось на статусе и всех его атрибутах — славе, силе, богатстве и знаменитости. А между тем результаты исследований показывают, что именно этого

и следует избегать, если мы хотим развивать культуру доброты и удовлетворенности жизнью. Это касается всех нас, но в первую очередь — современной молодежи, которая воспитывается в обществе, где ценится статус в новых и потенциально опасных смыслах.

В-третьих, я надеюсь, что эта книга поможет читателям внимательнее отнестись к выбору, который они делают каждый день. Как часто мы принимаем решения, которые, как нам кажется, помогут добиться власти и влияния, не понимая, что тем самым непреднамеренно отнимаем у самих себя шансы на счастье? Сколько энергии мы тратим на управление своей репутацией лишь потому, что не знаем, как достичь настоящего общественного одобрения? Насколько сильно давнее желание быть популярными влияет на наше поведение, даже если мы этого не осознаем?

В-четвертых, «Популярность» дает родителям необходимую информацию, позволяющую понять, хотят ли они вообще, чтобы их дети были популярными, и какой тип популярности с наибольшей вероятностью пригодится им в будущем. В мире, где травля и притеснения превратились в серьезную угрозу здоровью общества, опекуны и учителя должны понимать, кто из молодых людей станет обидчиком, а кто — жертвой. Очень важно принимать во внимание результаты исследований, которые помогут нам воспитать детей наилучшим образом.

И наконец, я надеюсь, что эта книга поможет всем читателям, которые неосознанно переносят школьный опыт на свою сегодняшнюю жизнь, повторяя модели межличностных взаимоотношений и страдая от тех же проблем с популярностью, которые начались много лет назад. Слишком часто те, кто был непопулярен, продолжают чувствовать себя отвергнутыми в течение всей жизни, дома, на работе и даже рядом со своими любимыми. Те, кто был популярен, также рискуют повторять те же модели, которые, возможно, срабатывали в детстве, но

больше не приносят счастья. Чем больше мы знаем о популярности и ее влиянии на нашу жизнь, тем выше вероятность того, что мы разорвем замкнутый круг межличностных отношений, начавшихся еще в школе. И тем выше шансы на полноценные, конструктивные, приносящие удовлетворение отношения сегодня.

**ЧАСТЬ I**

**ТИПЫ ПОПУЛЯРНОСТИ,  
КОТОРЫЕ ВЛИЯЮТ НА НАШУ  
СЕГОДНЯШНЮЮ ЖИЗНЬ**

## ВЗРОСЛЫЕ ИГРЫ.

### ПОПУЛЯРНОСТЬ ПО-ПРЕЖНЕМУ ВАЖНА

Популярность не дает вам ровным счетом ничего после окончания школы. Вы вообще перестаете об этом думать.

*Неизвестный автор*

Дело было в октябре, во вторник вечером, где-то в двух часах езды от Чикаго. Я наблюдал, как женщина в короткой юбке пытается принять элегантную позу на детском стуле. Это была Паула, моя университетская подруга. Когда мы только познакомились, Паула была вечно растрепанной шатенкой, недавно расставшейся с лишними килограммами. Теперь она работает медсестрой скорой помощи. Она вышла замуж, родила двоих сыновей и стала модной штучкой — покупает новые туфли и носит стильные сумочки. Тем не менее она до сих пор считает себя «лохматой толстушкой». В тот вечер она прислала мне сообщение перед началом собрания комитета в средней школе, где учится ее сын. «Я сижу здесь и чувствую, как возвращаюсь в прошлое. Насмешки, нервозность, домашние задания. Мне все время кажется, что в меня сейчас стрельнут жеваной бумагой:»).

Паула пришла на собрание, чтобы выступить за финансирование программы для одаренных детей, которая позарез нужна была ее сыновьям. После полугода напрасных попыток она начала терять терпение. Она составила продуманное письменное предложение, рассчитала бюджет, собрала информацию об аналогичных программах, реализованных в соседних районах, и даже попросила нескольких учителей поддержать ее идею.

«Если бы у нас была более развитая программа работы с одаренными учениками, меньше родителей отправляли бы своих детей в местную частную школу, — утверждала Паула. — Если мы сумеем удержать одаренных детей в школе, это повысит общий балл тестирования и позволит нам вернуться на тот же уровень государственного финансирования, который был три года назад. Эта программа обязательно окупит себя». Однако вместо этого школьный комитет в прошлом месяце выделил средства на ремонт фойе перед учительской.

Несколько дней спустя я связался с Паулой, чтобы узнать, как прошло собрание. Она рассказала, как незадолго до начала пришла женщина по имени Сьюзан.

«Такое впечатление, что она явилась лишь для того, чтобы похвастаться новой сумкой Birkin. Она окинула зал таким взглядом, словно ждала, что все сейчас начнут бросать розы к ее ногам», — рассказывала Паула.

Дочь Сьюзан училась в том же классе, что и сын Паулы. В тот раз Сьюзан впервые появилась на собрании школьного комитета. Некоторые родители, заметив ее, начали радостно махать руками. Одна женщина тут же подбежала, чтобы обнять ее, и воскликнула: «Господи, я сто лет тебя не видела! Мы должны срочно наверстать упущенное!»

«Ох, как же меня раздражало, что все подлизываются к этой Сьюзан! — жаловалась Паула. — Но я тоже обняла ее».

Началось собрание, и председатель комитета принялся выдвигать идеи о том, как помочь школе стать более известным и уважаемым учебным заведением района. После нескольких минут дискуссий Сьюзан встала и обратилась к присутствующим:

«Я согласна с тем, что нужно подумать, как сделать нашу школу более престижной. На прошлой неделе я ездила к своей сестре в Мичиган. И вот несколько одаренных ребят из школы, куда ходят ее дети, как раз победили в научном конкурсе.

И сразу же о школе написали в газетах, а фармацевтическая компания, которая спонсировала конкурс, выделила крупное пожертвование. Почему бы и нам не сделать нечто подобное? У нас вообще есть программа для одаренных детей?»

В следующие полчаса комитет проголосовал за дополнительное финансирование программы. Паула была одновременно рада и раздосадована. Конечно, это прекрасная новость для ее сына. Но дело в том, что всего за несколько минут Сьюзан добилась того, над чем сама Паула билась полгода. Сьюзан не выдвинула никаких новых аргументов и не представила результаты исследований на тему финансирования школ. Но тем не менее ее идеи каким-то образом получили поддержку.

«Все и всегда с радостью бросаются выполнять то, чего хочет Сьюзан, — жаловалась Паула. — Иногда это просто невыносимо».

Джо преподает в хорошо известном университете. Он работает там больше десяти лет, но его еще ни разу не повышали. Его старший коллега Франклин пришел на ту же должность тремя годами позже и уже собрал внушительный список научных публикаций. За один лишь прошлый год Франклин получил престижный грант, а затем популярный журнал напечатал его статью на развороте. Это послужило признанием того, что его исследования стали весомым вкладом в развитие отрасли.

Статьи Джо тоже печатались, но не в таких престижных журналах. И грантов ему никогда не давали.

Тем не менее Джо все любят. Он всегда рассказывает что-нибудь забавное на собраниях кафедры, регулярно прохаживается по холлу факультета, перекидываясь парой слов с коллегами в дверях аудиторий. Он всегда готов выслушать любые мнения о политике факультета. Люди расслабленно улыбаются, когда видят его.

Научно-популярное издание

**Митч Принстейн**

# **ПОПУЛЯРНОСТЬ**

Как найти счастье и добиться успеха  
в мире, одержимом статусом

*Выпускающий редактор* Н. Галактионова

Редактор Ю. Гусева

*Технический редактор* Л. Сеницына

*Корректоры* О. Левина, Е. Туманова

*Компьютерная верстка* Т. Коровенковой

ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус» –  
обладатель товарного знака «КоЛибри»  
115093, Москва, ул. Павловская, д. 7, эт. 2, пом. III, ком. № 1

Филиал ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус»  
в г. Санкт-Петербурге  
191123, Санкт-Петербург, Воскресенская набережная, д. 12, лит. А

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

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



Подписано в печать 31.08.2018. Формат 60×90/16.

Бумага офсетная. Гарнитура «CharterITC».

Печать офсетная. Усл. печ. л. 17,0.

Тираж 3000 экз.

В-РВJ-22229-01-Р. Заказ №

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

ПО ВОПРОСАМ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ОБРАЩАЙТЕСЬ:

В Москве:

ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус»

Тел. (495) 933-76-01, факс (495) 933-76-19

E-mail: [sales@atticus-group.ru](mailto:sales@atticus-group.ru)

В Санкт-Петербурге:

Филиал ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус»

в г. Санкт-Петербурге

Тел. (812) 327-04-55

E-mail: [trade@azbooka.spb.ru](mailto:trade@azbooka.spb.ru)

В Киеве:

ЧП «Издательство «Махаон-Украина»

Тел./факс (044) 490-99-01

e-mail: [sale@machaon.kiev.ua](mailto:sale@machaon.kiev.ua)

[www.azbooka.ru](http://www.azbooka.ru); [www.atticus-group.ru](http://www.atticus-group.ru)