



"Или много, или никак" — одна из самых типичных фраз современной Америки. Но не вредит ли Америке это стремление к большому? В своей новой книге *Living Large: From SUVs to Double Ds* ("Жить широко: от внедорожников до бюста пятого размера"), Сара Уэкслер (Sarah Z. Wexler), автор журнала *Allure*, исследует все проявления американского "суперсайза", от грудных имплантатов до мегацерквей, "Хаммеров" и "МакОсобняков". [Time](#) взял у нее интервью о вреде гипермаркетов и радостях большого.

Известно, что Америка любит все большое, но многое из того, что написано в Вашей книге, неожиданно. Что Вы узнали в ходе своего исследования?

Приступая к нему, я считала, что больше не значит лучше, но я не осознавала, насколько это может быть вредно в некоторых областях. Я испытала огромное удивление, изучая гипермаркеты, потому что все мы — и я в том числе — пытались сэкономить, съездив в Target или Walmart. Покупая товары в гипермаркетах, можно сэкономить в среднем 15 процентов. Поэтому кажется, что они лучше. Но, когда я продолжила исследование и обнаружила воздействие гипермаркетов на жизнь тех районов, рядом с которыми они строятся, я была абсолютно шокирована. Там растет безработица, снижается уровень участия избирателей, уровень участия в работе родительско-учительских ассоциаций, растет уровень детской смертности и увеличивается загрязнение окружающей среды, поскольку люди дальше ездят на машинах и проводят на дороге больше времени, чем если бы они ходили за покупками в местные магазины. Это меня потрясло. Издержки всего этого для моего района не стоят сэкономленных 15 процентов. Я знаю, что не все американцы могут позволить себе не обращать внимания на эти 15 процентов, но я хотела, по крайней мере, донести эту информацию.

Откуда эта любовь американцев к большим вещам?

Отчасти она связана с историей нашей страны и идеей о том, что у нас множество незанятого пространства. Была идея явного предначертания — что нам предначертано распространяться на запад, пока мы не достигнем другого океана. Но, поскольку в нашей стране пространства для подобного исследования или расширения больше нет, мы осуществляем свои амбиции таким образом. И определенная их часть просто

привязана к мироощущению американцев и связана с мачизмом. Мы авторы понятия "или много, или никак".

Вы пишете, что стали предпочитать "выбор оптимального масштаба" (rightsizing) "сокращению масштаба" (downsizing). Считаете ли Вы, что американцы в принципе способны осознать, какой масштаб является уместным?

Люди забыли о том, насколько все изменилось за последние несколько лет. Мы потеряли ощущение масштаба. Поэтому в книге я хотела провести сравнение, а не грозить пальцем. Я хотела показать: вот какими мы были 50 лет назад. За последние 50 лет размер среднего американского дома увеличился на 120 процентов. Это ужасно. А между тем, число людей, которые живут в этих домах, сократилось.

Что из тех вещей, которые Вы исследуете в своей книге — от увеличения груди до МакОсобняков, наносит, по Вашему мнению, наибольший ущерб американскому обществу?

Гипермаркеты. Их воздействие на жизнь людей и окружающую среду носит разрушительный характер. Кроме того, посещение крупнейшей в стране свалки показало мне, сколько мусора мы создаем в поисках следующей вещи. Мы выбрасываем множество вещей, которые прекрасно работают, только для того, чтобы заполучить то, что больше и лучше.

Остался ли после проведенного исследования какой-то аспект большого, который Вам все-таки близок?

Я пыталась относиться к этому непредвзято, но скажу честно: поначалу я не могла понять, почему люди делают такой выбор. Как обосновать покупку "Хаммера", как ощутить личную связь с Богом, когда молишься на стадионе вместе с еще двадцатью тысячами человек? Я искренне не понимала, что люди находят в этом. Но я хотела попытаться. И, вникнув в тему, я почувствовала соблазн роскоши и легкость принятия таких решений. Ну и кое-что поняла.

И все-таки, большое — это всегда плохо?

Я так не думаю. Больше — не всегда значит лучше, но и не всегда — хуже. Иногда большое — это хорошо. Мне нравятся уникальные американские придорожные аттракционы, и на нашу долю приходится львиная доля "самых больших вещей в мире", занесенных в Книгу рекордов Гиннеса. Думаю, что все это забавные и глуповатые элементы американской культуры. Разумеется, самый большой в мире гамбургер должен быть у нас!

Машины, бюсты и дома: почему Америке нравится все большое

Автор: Russian Washington
25 Ноября, 2010

[Source](#)