

**LIBRIS**

We know  
books

**DENIS DUTTON**

**INSTINCTUL  
ARTISTIC**

**FRUMUSEȚE, PLĂCERE ȘI EVOLUȚIE UMANĂ**

Traducere din engleză  
de Andrei Bontaș

**meridiane**

Whorf, Benjamin Lee, *Language, Thought, and Reality*, MIT Press, Cambridge, 1956

Wilson, David Sloan, *Darwin's Cathedral: Evolution, Religion, and the Nature of Society*, University of Chicago Press, Chicago, 2002

Wilson, David Sloan, *Evolution for Everyone*, Delacorte Press, New York, 2007

Wilson, Edward O., *Consilience: The Unity of Knowledge*, Alfred A. Knopf, New York, 1998

Wimsatt, William K. și Monroe C. Beardsley, „The Intentional Fallacy”, în *Sewanee Review*, nr. 54, 1946, pp. 468-488

Wittgenstein, Ludwig, *Philosophical Investigations*, ediția a doua, publicată inițial în 1953, Macmillan, New York, 1958 [Wittgenstein, Ludwig, *Cercetări filozofice*, traducere de Mircea Dumitru și Mircea Flonta, notă istorică de Mircea Flonta, studiu introductiv de Adrian-Paul Iliescu, Humanitas, București, 2004 – n.tr.]

Wright, Robert, *The Moral Animal*, Pantheon, New York, 1994

Wyndham Lewis, D.B. și Charles Lee, *The Stuffed Owl: An Anthology of Bad Verse*, NYRB Classics, New York, 2003

Wynne, Frank, *I Was Vermeer: The Legend of the Forger Who Swindled the Nazis*, Bloomsbury, Londra, 2006

Wypijewski, JoAnn (ed.), *Painting by Numbers: Komar and Melamid's Scientific Guide to Art*, Farrar, Straus & Giroux, New York, 1997

Zahavi, Amotz și Avishag Zahavi, *The Handicap Principle: A Missing Piece of Darwin's Puzzle*, Oxford University Press., New York, 1997

Zunshine, Lisa, „Response to Brian Boyd”, în *Philosophy and Literature*, nr. 31, 2007, pp. 189-196

Zunshine, Lisa, *Why We Read Fiction: Theory of Mind and the Novel*, Ohio State University Press, Columbus, 2006

## Cuprins

<i>Introducere</i> .....	7
CAPITOLUL 1: Peisaj și dor .....	21
CAPITOLUL 2: Artă și natură umană .....	41
CAPITOLUL 3: Ce este arta? .....	64
CAPITOLUL 4: „Dar ei nu au conceptul nostru de artă“ .....	87
CAPITOLUL 5: Artă și selecție naturală .....	114
CAPITOLUL 6: Utilizările ficțiunii .....	138
CAPITOLUL 7: Artă și domesticirea de sine a oamenilor .....	178
CAPITOLUL 8: Trei probleme estetice: intenție, falsificare, dada .....	215
CAPITOLUL 9: Contingența valorii estetice .....	262
CAPITOLUL 10: Măreția în artă .....	282
<i>Mulțumiri</i> .....	311
<i>Note</i> .....	313
<i>Bibliografie</i> .....	329

anteciparea armonică, structura clară și melodia divină de dulce sunt lucruri care trec cu ușurință granițele oricărei culturi.

Peste ani, am avut ocazia să mă îndrept în altă direcție estetică, dezvoltându-mi un interes profund pentru sculptura din Oceania, în perioada în care am lucrat pe teren în zona fluviului Sepik din nordul Noii Guinee. Având baza în satul Yentchenmangua, pe cursul mijlociu al fluviului, am studiat cu Pius Soni și vărul său Leo Sangi, ambii sculptori talentați, la fel ca maestrul lor Petrus Ava. Obiectivul principal al cercetării mele a fost să află dacă criteriile locale cu privire la arta frumoasă din zona fluviului Sepik se potrivesc cu cele al iubitorilor occidentali de artă. Concluzia nu a fost decât una singură: standardele de frumusețe din zona Sepik se potriveau foarte bine cu cele ale experților occidentali, incluzându-i și pe curatorii și colecționarii cu o vastă experiență în cercetarea colecțiilor de obiecte sepik din muzee, chiar dacă ei înșiși nu puseseră niciodată piciorul în Noua Guinee.

Ideea că lumile artistice sunt monade izolate unele de altele este complet stupidă. Uităm că Chopin este apreciat în Coreea, că spaniolii colecționează gravuri japoneze sau că Cervantes este citit la Chicago, iar Shakespeare este apreciat în China? Să nu mai vorbim de muzica pop și filmele de la Hollywood, care au cucerit întreaga lume. Este momentul pentru o reexaminare din cea mai largă perspectivă a plăcerii și reușitei estetice. De altfel, perspectiva evolutivă ne poate ajuta să ne bucurăm și mai mult de artă. Dorința de a șoca sau de a uimi cu orice preț a pus lumea artistică actuală pe un drum greșit. Estetica darwinistă poate readuce în prim plan valori artistice înalte precum frumusețea, talentul sau plăcerea. Charles Darwin a pus piatra de temelie pentru un studiu comprehensiv al artei nu doar ca fenomen cultural, ci și ca fenomen natural. Sper că în cele ce urmează îi voi face dreptate atât lui, cât și marilor artiști ale căror opere ne fascinează atât de mult.

## CAPITOLUL 1

## Peisaj și dor

## I

*America's Most Wanted*\* a fost o pictură îndrăzneată chiar și după standardele exagerate ale artei contemporane. În 1993, Vitaly Komar și Alexander Melamid, artiști sovietici care se stabiliseră în Statele Unite ale Americii, au primit fonduri de la The Nation Institute pentru a cerceta preferințele artistice ale oamenilor din zece țări.<sup>1</sup> Aceștia au supervizat un sondaj internațional detaliat, făcut pentru ei de compania Marttila & Kiley în SUA și de alte organizații de sondare a opiniei publice în diferite alte țări. În unele locuri, după realizarea sondajului, au urmat întâlniri publice și au fost organizate grupuri de lucru. Participanții au fost întrebați ce le-ar plăcea să vadă într-o imagine, dacă preferă o scenă de interior sau un peisaj, ce fel de animale le plac, care sunt culorile lor preferate, ce fel de oameni vor să vadă reprezentați – faimoși sau obișnuiți, îmbrăcați sau nuzi, tineri sau bătrâni – și așa mai departe. Extrapolând rezultatele la populația generală a țărilor vizate, graficele și tabelele produse de Komar și Melamid în cadrul proiectului People's Choice păreau să indice, nu fără temeii, preferințele artistice ale „aproape două miliarde de oameni“.

\* Cel mai dorit din America.

Însă proiectul a mers mai departe de atât: acești artiști talentați (educați la școala realismului socialist) s-au apucat să picteze tabloul cel mai dorit și tabloul cel mai puțin dezirabil pentru fiecare țară participantă la studiu; mai exact, au realizat pastişe cu formele, culorile și temele de interes pentru fiecare naționalitate.

Cele mai puțin dorite picturi nu sunt deloc încurajatoare pentru cei care speră că modernismul abstract va fi acceptat într-o zi de mase. Oamenii din aproape toate țările resping formele abstracte, în special pe cele neregulate, realizate în *impasto* și cu ajutorul acelor culori dezavuate de mai toată lumea, precum auriul, portocaliul, galbenul sau albastrul-verzui. Această respingere generală a fost dublată, de cealaltă parte, de un remarcabil consens: aproape fără excepție, cea mai apreciată imagine a fost cea a unui peisaj cu apă, oameni și animale. Din moment ce majoritatea covârșitoare a preferat albastrul, Komar și Melamid au transformat-o în culoarea dominantă a peisajului lor. *America's Most Wanted*, făcută de ei pe baza rezultatelor sondajului desfășurat în SUA, a combinat preferința americanilor pentru figurile istorice, copiii și animale sălbatice. George Washington a fost așadar reprezentat pe o pajiște, în apropierea unui râu sau lac frumos. Lângă el sunt trei copii, foarte clar conturați, care arată ca niște vizitatori la Disneyland. În dreapta lor, țopăie doi cerbi, iar în spatele lui Washington, în apă, rage un hipopotam.

Dacă iei sondajul în serios, iar apoi privești pictura lui Komar și Melamid, înțelegi că ai fost păcălit. E ca și când The Nation Institute ar fi fost convins de doi bucătari isteți să facă un sondaj costisitor despre preferințele culinare ale americanilor. Bucătarii studiază preferințele statistice – o listă foarte variată, dar care are în frunte înghețata, pizza, hamburgerii și ciocolata – și inventează mâncarea preferată a americanilor: înghețata cu aromă de hamburger și pizza în miniatură trasă în ciocolată. Chiar dacă oamenii preferă imagini cu George Washington, animale din Africa și copii, asta

nu înseamnă că își doresc ca aceste lucruri să fie la un loc, în același tablou.

Cu toate acestea, ar fi greșit să considerăm că proiectul People's Choice este lipsit de orice însemnătate, deoarece el ne-a dovedit un lucru important. Oamenii din culturi foarte diferite sunt atrași de același tip de reprezentare: un peisaj cu copaci și zone deschise, apă, oameni și animale. Și mai remarcabilă este preferința oamenilor de pe tot globul pentru un tip destul de uniform de peisaj: kenyenii par să prefere peisajele care seamănă mai degrabă cu cele din nordul statului New York decât cu lucrurile care evocă pentru noi flora și relieful Kenyei. Într-un interviu (o înregistrare audio, după câte se pare) din *Painting by Numbers*<sup>\*</sup>, cartea care a prezentat publicului datele obținute și picturile realizate în cadrul proiectului, Alexander Melamid remarca:

Poate părea amuzant, însă, știți, cred că acest peisaj albastru reprezintă ceva mai serios decât am crezut la început. Discutând cu oamenii din grupurile de lucru înainte de a efectua sondajul și, mai apoi, în cadrul întâlnirilor publice din țară [...], aproape fiecare dintre cei pe care îi abordezi direct – și noi am stat de vorbă cu sute de oameni – are în minte acest peisaj albastru. Da, imaginea asta se află acolo, nu e nicio glumă. Oamenii îl știu în cel mai mic detaliu. Așa că mă întreb dacă nu cumva acest peisaj este imprimat genetic în noi, dacă nu cumva este imaginea paradisului, dacă nu cumva venim din peisajul albastru și ne dorim să fim acolo. [...] Am făcut sondaje în multe țări – China, Kenya, Islanda și așa mai departe –, iar rezultatele sunt incredibil de asemănătoare. Ți vine să crezi? Kenya și Islanda – la naiba, ce-ar putea fi mai diferit? – preferă amândouă peisajul albastru.<sup>2</sup>

În continuare, Melamid spune că unul dintre visurile modernismului a fost „descoperirea artei universale”, considerându-se că „pătratul este capabil să unească oamenii”. Însă

<sup>\*</sup> *Pictură după numere.*

visul modernist se dovedește a fi o iluzie: „Peisajul albastru este cu adevărat universal, poate pentru întreaga omenire.“

Komar și Melamid au renunțat ulterior la acest subiect, care a fost însă redeschis de Arthur Danto, filozof și critic de artă la *Nation*, în reflecția lui filozofică despre cele mai dorite picturi. Acesta este deranjat că George Washington și hipopotamul împart aceeași scenă și spune despre *America's Most Wanted* că este un tablou „enervant“, pe care, în mod ironic, nu-l vrea nimeni. I se pare de asemenea previzibil ca un sondaj al opțiunilor americane să desemneze câștigător un peisaj în stilul „Hudson River Biedermeier“\*. Dar până și el este surprins că:

în întreaga lume, rezultatele sunt uimitor de similare, în sensul că cel mai dorit tablou al fiecărei țări, seamănă cu toate celelalte, cu mici diferențe de detaliu [...]. Iar acest lucru ar trebui să fie cel puțin un prilej de reflecție asupra faptului că populații alese la întâmplare își doresc cel mai mult ceva pictat în stilul realist folosit de artiștii care au realizat *America's Most Wanted*. [...] „Cel mai dorit tablou“ la nivel transnațional este, de fapt, un peisaj de secol XIX [...], genul de pictură ai cărei descendenți degenerați decorează calendarele, din Kalamazoo până în Kenya.<sup>3</sup>

Ulterior, Danto are o remarcă asemănătoare cu cea a lui Melamid și care, dacă este adevărată, ar putea dinamita gândirea unei generații sau două de teoreticieni ai artei (inclusiv pe cea a lui Danto): „Peisajul albastru în proporție de 44%, cu apă și copaci, trebuie să fie universală estetică a priori, ceea ce îi vine în minte prima dată celui care se gândește la artă, de parcă modernismul n-ar fi existat.“<sup>4</sup>

De parcă modernismul n-ar fi existat? Încercând să pună de acord această ipoteză cu profundele sale convingeri teoretice, Danto explică strania omogenitate interculturală în felul

\* Școală americană de peisagistică de la jumătatea secolului al XIX-lea, influențată de romantism.

următor: „Este posibil, evident, ca la baza conceptului de artă al tuturor oamenilor (inclusiv al celor din Kenya) să se afle tocmai aceste calendare, care sunt un fel de paradigmă pentru cei care se gândesc la artă.“ Făcând referire la cercetările psihologice care dovedesc existența unor paradigme care guvernează modul în care gândesc oamenii atunci când sunt puși să identifice un lucru dintr-o categorie (puși să numească o pasăre, oamenii se vor gândi instinctiv la o vrabie sau la o mierlă americană, nu la un albatros sau o pasăre kiwi), Danto încearcă să arate că aceste calendare au ajuns să condiționeze la nivel mondial imaginea mentală inițială a celor care se gândesc la artă. Acest lucru ar explica, susține el, rezistența globală la modernism. „Este foarte posibil“, spune el, „ca Melamid și Komar să nu fi descoperit ceea ce preferă oamenii, ci ceea ce le este familiar în materie de pictură.“

Danto pleacă de la premisa că preferințele picturale sunt produse culturale și maleabile, în funcție de lucrurile cu care suntem familiarizați în cultura noastră. Ne gândim la o mierlă americană (și nu la un cufundar) atunci când ni se cere să ne imaginăm o pasăre și la un bărbat (nu la o femeie) atunci când ne imaginăm un pilot de avion, pentru că suntem victimele stereotipurilor din socializarea timpurie – experiențele de care am avut parte în copilărie când ne-am plimbat prin parc sau am zburat cu avionul. Pentru Danto, totul se reduce la enculturație: nu există interese *naturale* în ceea ce privește reprezentările picturale. „Din acest motiv“, susține Danto, „lucrurile care s-au îndepărtat semnificativ de imaginea peisajului predominant albastru au trezit reacția spontană că nu sunt artă.“ Prin urmare, adevăratul vinovat pentru rezistența globală și continuă la modernism – adică la abstracție – este industria calendarelor. „Din ce alt motiv ar alege kenyenii, spre exemplu, același tip de imagine ca toată lumea, deși în proporție de 70% au răspuns «arta africană» la întrebarea cu numărul 37 – «Dacă ar fi să alegi din următoarea listă, ce tip de artă ai prefera?» –, celelalte variante fiind asiatică,

americană și europeană?” Danto încheie analiza cu trei enunțuri discutabile:

Nu este nimic african în peisagistica Hudson River Biedermeier. Însă probabil că tocmai prin intermediul unor astfel de imagini au învățat kenyenii sensul cuvântului artă. Nu este o întâmplare că în chestionarul din Kenya, la întrebarea privitoare la tipurile de artă pe care le au acasă, 91% dintre kenyenii au menționat imaginile din calendare (ca să fim corecți, 72% au spus „reproduceri și postere“).

Poziția lui Danto cu privire la peisajul albastru este coerentă și bine argumentată. Dar și profund greșită. Mai întâi, o observație colaterală: e greșit să spui că nu există nimic african în peisajul *America's Most Wanted*. Odată îndepărtați Washington, copiii și cerbii, chiar dacă păstrăm foioasele din plan îndepărtat, peisajul ar putea trece drept reprezentarea unei zone muntoase din Africa de Est, cum este cazul, de pildă, al celei mai mari părți din Parcul Național al Muntelui Kenya. Dacă tot vorbim de stereotipuri vizuale, Danto însuși pare a fi tributار imaginilor cu câmpii prăfoase, precum cele care se întind din estul Kenyei în Somalia și Etiopia. Centrul Kenyei, în schimb, are multe zone cu munți, râuri și lacuri. Chiar dacă cei mai mulți kenyenii care au răspuns la chestionar nu trăiesc în zonele montane, cu siguranță le cunosc.

Danto susține că preferința kenyenilor se îndreaptă spre Hudson River Biedermeier din cauză că acest stil a fost imprimat adânc în mințile africanilor. În plus, crede că a descoperit și cauza: calendarele pe care 91% dintre cei chestionați au afirmat că le au acasă. Chiar dacă la un moment dat susține că există posibilitatea ca acest peisaj albastru să fie un element înnăscut în mintea umană<sup>5</sup>, se grăbește să respingă imediat această idee, considerând că vinovată este industria calendarelor. În logica lui Danto, preferința unui african pentru un anumit tip de imagini nu poate fi explicată decât prin expunerea la acel tip de imagini, într-un proces de enculturație

vizuală. De altfel, această perspectivă este în concordanță cu felul în care vede el arta: pentru Danto, *America's Most Wanted* este o reprezentare în stilul Biedermeier și al Școlii Hudson River, nu o simplă reprezentare realistă – un peisaj generic, cu multă pădure, cu dealuri care înconjoară o apă și care poate fi situat oriunde, din New York până în Noua Zeelandă și din Alaska în Asia sau Africa.

Danto e sigur că preferința oamenilor pentru un anumit tip de peisaj nu poate fi explicată decât prin expunerea individului la astfel de imagini, dar aceasta nu este decât o presuposiție; greșită, de altfel. Viața umană și animală are de obicei interese, înclinații și sentimente care nu sunt învățate prin expunerea la imagini sau la orice altceva, ci sunt trezite și influențate de experiență și de învățare. Un exemplu: fereastra biroului meu de la universitatea din Noua Zeelandă se află destul de sus, iar pervazul oferă un loc foarte bun pentru cuiburile de porumbei. Oricât de drăguțe ar fi, aceste creaturi fac foarte multă mizerie; au murdărit atât de rău pervazul, încât, până la urmă, fereastra a trebuit să rămână închisă permanent. Cum să-i gonesc de-acolo? Soluția mea a fost să pun un șarpe de cauciuc pe pervaz. Am observat că păsările aterizează pe pervaz, văd șarpele și își iau imediat zborul. Și nu se mai întorc. Interesant este că porumbeii europeni au ajuns în Noua Zeelandă acum câteva sute de generații, iar aici nu sunt șerpi și nici nu au fost vreodată. Fobia păsărilor nu poate fi deci explicată nici ca urmare a întâlnirii cu șerpii, nici ca urmare a expunerii la imagini cu șerpi. În Noua Zeelandă lipsită de șerpi, acest tip de comportament este un exemplu perfect de atavism natural: o teamă înnăscută, transmisă – și nu doar în această zonă – din generație în generație de porumbei.

Reacția oamenilor la peisaje este și ea o dovadă de atavism, experimentele lui Komar și Melamid fiind niște demonstrații fascinante în acest sens, deși nu asta a fost intenția. Peisajul luxuriant, în care predomină albastrul, pe care l-au descoperit

artiștii ruși, este preferat în întreaga lume pentru că această preferință este înnăscută și nu poate fi explicată doar de tradițiile culturale. Mai exact, ideea că puterea de diseminare a industriei calendarelor ar putea explica de ce kenyenii preferă reprezentări în stilul Școlii Hudson River ascunde o ipoteză mult mai plauzibilă: faptul că aceste calendare – și alegerea picturală a unor culturi complet diferite – sunt rezultatul unor predispoziții înnăscute. Această atracție fundamentală față de anumite tipuri de peisaj nu este un construct social, ci este parte din natura umană, o moștenire din Pleistocen, transmisă de-a lungul celor 1,6 milioane de ani de evoluție umană. Industria calendarelor nu a conspirat pentru a influența gustul, ci s-a folosit de preferințele umane preexistente apariției calendarului. Întrebarea chinuitoare este de ce există o preferință atât de veche pentru peisajul acvatic, albastru?

## II

La baza explicației lui Danto cu privire la motivele pentru care kenyenii au oferit aceleași răspunsuri la fel ca toată lumea atunci când au fost întrebați de peisajul preferat se află lucrările de psihologie despre teoria paradigmei. Există însă și alte teorii psihologice, mult mai potrivite pentru abordarea acestei probleme. Literatura de specialitate este foarte bogată, o parte din ea se bazează pe statistică (la fel ca sondajul lui Komar și Melamid), iar o altă parte este mai degrabă teoretică, oferind ipoteze care încearcă să explice preferința oamenilor pentru habitatele naturale. Ideile sunt vechi, dar au fost readuse în discuție de Jay Appleton, în anii '70, mai ales în *The Experience of Landscape*\*. Ideile lui Appleton au fost aprofundate și extinse de Roger S. Ulrich, și conectate la problematica

\* *Experiența peisajului.*

mai extinsă a cunoașterii și a percepției de către Stephen și Rachel Kaplan, fiind apoi reluate și întărite de Gordon H. Orians și Judith H. Heerwagen.<sup>6</sup> Orians a descris tipul de peisaj ideal pe care oamenii îl percep ca fiind intrinsec plăcut. În opinia lui, acest peisaj este apropiat de imaginea savanei și a pădurilor din estul Africii, unde hominizii s-au separat de ramura cimpanzeilor și au început evoluția; din acest motiv, perspectiva a primit numele de „ipoteza savanei“. Pe scurt, acest tip de peisaj include:

- spații deschise, cu iarbă nu foarte înaltă, punctate de tufișuri și pâlcuri de copaci;
- prezența apei sau dovada existenței ei în apropiere ori la distanță;
- o zonă deschisă, din care linia orizontului să fie vizibilă cel puțin într-o direcție;
- dovada prezenței mamiferelor și a păsărilor și
- multe plante verzi, cu flori și fructe.

În prezent, cercetările au ajuns la nivelul în care pot spune foarte multe despre preferința noastră înnăscută pentru peisaje. Această preferință depășește atracția generală și vagă pentru scenele generice, este mult mai concretă. Savana africană nu este doar scena probabilă în care s-a desfășurat o bună parte din evoluția umană, ci chiar habitatul pentru care s-au adaptat hominizii carnivori: savana conține mai multe proteine pe kilometru pătrat decât orice alt tip de habitat. În plus, savana are resurse de hrană aproape de nivelul solului, spre deosebire de pădurile tropicale sau temperate, mai ușor de străbătut de antropoidele care locuiesc în copaci.

Oamenii sunt mai puțin atrași de spațiile complet deschise, de câmpii, decât de zonele cu alternanțe deluroase, ceea ce arată că ei își doresc puncte de observație care să-i ajute la orientare. Savana înverzită este preferată celei din sezonul secetos. Tipul preferat de savană pare să fie reprezentat nu doar în tablouri și calendare, ci și în parcurile publice, așa

cum sunt multe zone din Central Park din New York. Terenurile de golf actuale valorifică în chip uimitor modelul savanei.<sup>7</sup>

Nu doar copacii în general se află printre preferințele oamenilor, ci și anumite tipuri de copaci. Cele mai bune savane sunt caracterizate de prezența *Acacia tortilis*, o specie cu coroană mare ale cărei crengi se află în apropierea solului. Testele efectuate de Orians și Heerwagen dovedesc o preferință culturală generală pentru copacii cu coroane medii, cu trunchiuri care se bifurcă aproape de nivelul solului (o prezență obișnuită în peisajele olandeze din secolul al XVII-lea). Copacii cu coroane foarte bogate sau foarte rare sunt mai puțin apreciați, la fel și cei ale căror prime ramuri se află mult prea sus pentru a fi la îndemâna omului. În Pleistocen, copacii în care te puteai cățăra ușor te scăpau de prădători, iar acest fapt de viață și de moarte poate fi observat astăzi în aprecierea estetică pe care o rezervăm arborilor (și în pasiunea copiilor de a se cățăra în ei).

Preferința pentru un anumit tip de peisaj nu presupune întotdeauna sălbăticia, teritoriul virgin, zona pe care am putea-o percepe intuitiv ca interzisă. De fapt, atracția față de peisajul specific savanei crește odată cu apariția semnelor de locuire umană – control și intervenție. Zonele cu iarbă scurtă, cele pe care le preferăm, par să fi fost păscute de animalele domestice. Un drum care duce undeva departe crește farmecul, la fel și o căsuță cu un coș pe care iese fum. Astfel de semne ale locuirii sau ale agriculturii de după Pleistocen au devenit deja clișee în calendare și în cărțile poștale, poate pentru că aceste detalii umanizează peisajul și îl fac mai puțin amenințător.

Reacția la peisaj depinde și de posibilitățile de explorare și orientare, de „interpretarea” terenului. Experimentele întreprinse de Stephen și Rachel Kaplan arată că peisajele cele mai dorite au un grad moderat de complexitate. Complexitatea extremă, precum o pădure sau o junglă impenetrabilă, ori

simplitatea plictisitoare, o câmpie largă și goală, să zicem, nu sunt foarte apreciate. Peisajele preferate sunt caracterizate de coerență și claritate: spații în care te poți orienta și care te invită să le explorezi. Prezența unui drum făcut de om sau a unei poteci naturale este cel mai comun indiciu pentru posibilitatea explorării, alături de o suprafață suficient de lină pentru a putea fi străbătută la pas. Din acest motiv, peisajele atrăgătoare conțin deseori un mal de râu care dispare după ce face un meandru sau o cărare ce urcă în vârful unui deal sau coboară într-o vale fertilă. Prezența unui centru de interes sau întrezărirea orizontului sporește claritatea peisajului, îl face și mai plăcut.

Stephen și Rachel Kaplan au arătat că există o preferință și pentru mister, pe care ei îl definesc drept sentimentul că „poți afla noi informații dacă te afunzi și mai mult în peisaj”, trecând de cotul râului sau urmând cărarea. În opinia lor, senzația de mister aduce „o preferință pe termen lung” pentru peisaj. Mai mult decât alte caracteristici, misterul stârnește imaginația și este astfel de o importanță vitală pentru peisagistică.

Nu în ultimul rând, una dintre cele mai originale ipoteze ale lui Jay Appleton se dovedește în continuare convingătoare: ideea lui despre „perspectivă și refugiu”. Acesta susține că posibilitatea de a vedea fără să fii văzut este un element fundamental pentru gradul de atractivitate a unui peisaj. Oamenilor le place să aibă o *perspectivă* de unde să poată supraveghea peisajul, la fel de mult pe cât le place să se simtă într-un loc de *refugiu*. O peșteră într-un versant, căsuța din copac a unui copil, o casă pe deal, castelul regelui, apartamentul de la ultimul etaj sau o cameră cu priveliște sunt toate binevenite (de fapt, cu mici excepții, proprietățile imobiliare aflate la înălțime sunt mai scumpe peste tot în lume). Oamenii preferă să observe terenul deschis, dar necunoscut al unui parc de la margine, nu vor să pornească imediat către centru. Își doresc protecția oferită de un punct privilegiat de observație