

Jerzy LUTY

Uniwersytet Wrocławski, Instytut Psychologii

PEŁNIA KICZU I PUSTA ABSTRAKCJA. O PROJEKCIE MALARSTWA SOCJOLOGICZNEGO VITALIJA KOMARA I ALEKSANDRA MELAMIDA *THE PEOPLE'S CHOICE* W UJĘCIU PSYCHOLOGII EWOLUCYJNEJ

W niniejszym artykule proponuję nowe spojrzenie na problem istnienia emocji estetycznych. Odrzucam kantowski pogląd o konieczności oddzielenia zjawisk estetycznych od innych sfer ludzkiej aksjologii. W miejsce tytułowej opozycji „pełnia-pustka” wprowadzam perspektywę psychologii ewolucyjnej, która pozwala ująć wartości pozaestetyczne (ewolucyjne) nie w oderwaniu od wartości estetycznych, lecz (w duchu Deweyowskiego pragmatyzmu lub Darwinowskiego naturalizmu) jako element kontinuum wartości użytecznych, emocjonalnych i estetycznych.

W celu zobrazowania mojego stanowiska, posłużę się analizą eksperymentu Vitalija Komara i Aleksandra Melamida. W annałach estetyki zapisał się on nie tylko jako istotny przyczynek do określenia źródeł preferencji estetycznych w malarstwie pejzażowym, lecz okazał się kluczowy do określenia złożonego charakteru emocji towarzyszącym obcowaniu ze sztuką, przede wszystkim

malarską. Wspomniani artyści przeprowadzili badania socjologiczne ludzkich preferencji estetycznych początkowo w dziesięciu oddalonych od siebie krajach, a potem na podstawie ankiet stworzyli cykl „ulubionych obrazów” ludzi z różnych części świata.¹ Poza Amerykanami w badaniach wzięli udział również mieszkańcy Chin, Danii, Finlandii, Francji, Islandii, Kenii, Rosji, Turcji i Ukrainy; projekt rozszerzono następnie na inne kraje, w tym Polskę (w 2001).²

W ramach badania pytano respondentów m.in. o ulubiony kolor, porę roku, zwierzęta, rośliny, kształty oraz postać historyczną. Okazało się, że bez względu na miejsce, w jakim badani się wychowali, zdecydowana większość wykazywała estetyczne upodobanie do obrazów przedstawiających krajobraz, zawierający przedstawienie zieleni, wody, zwierząt i ludzi. A także – otwarte przestrzenie pokryte niską (lub skoszoną) trawą, na której znajdują się kępy krzewów i drzew; w centralnym

miejscu jest widoczny naturalny zbiornik wodny (jak staw lub jezioro). Przynajmniej z jednej strony krajobraz miał obejmować otwarty, przestrzenny widok aż po horyzont. Miał także zawierać świadectwo obecności zwierząt i ptaków oraz rozmaite rośliny, w tym kwiaty i rośliny owocowe.

W 1993 roku obaj artyści zaprezentowali publiczności pierwszy obraz z cyklu zatytułowany: *America's Most Wanted*, który zgodnie z wynikami sondaży odzwierciedlał najpowszechniejsze upodobania estetyczne Amerykanów. Podobne dzieła stworzyli również dla innych krajów.³ Powstały prześmiewcze, emanujące kiczem obrazy (np. na amerykańskiej wersji obrazu George Washington pokazany był na tle Hudson River i dzielił miejsce z hipopotamem). Obrazy karykaturujące to, co można zobaczyć na niemal każdym ilustrowanym kalendarzu ściennym pod każdą szerokością geograficzną (sawannopodobny krajobraz z szeregiem powtarzających się elementów).⁴ Denis Dutton, który w swej książce *Instynkt sztuki*, szczegółowo opisuje i analizuje eksperyment rosyjskich artystów, nie ma wątpliwości, że wyniki eksperymentu to przysłowiowy policzek wymierzony sztuce abstrakcyjnej i konceptualnej:

(...) Efekt uzyskany na obrazach najmniej pożądanym przyniósł raczej złe wiadomości tym, którzy łudzili się, że abstrakcja modernistyczna może osiągnąć sukces na masową skalę. Przedstawiciele prawie wszystkich państw nie wykazywali upodobania do wzorów abstrakcyjnych, zwłaszcza tych o nierównych kształtach.⁵

Dzieła dwójki artystów wywołały ogromną dyskusję nie tylko w świecie sztuki, ale też w gronie estetyków i filozofów sztuki, skonsternowanych nie tyle niskim poziomem artystycznym „najbardziej pożądanym” dzieł czy wątpliwą jakością ujawnionych gustów estetycznych, ile stopniem ich międzykulturowej powszechności.⁶ Zaskoczeni wynikami badania byli sami artyści. W wywiadzie do książki *Painting by Numbers*, która prezentowała wyniki badań, Alexander Malamid stwierdza:

Może to się wydawać śmieszne, ale zdaje mi się, że to upodobanie do niebieskiego krajobrazu jest sprawą poważniejszą, niż początkowo sądziliśmy. Rozmawialiśmy z ludźmi z grup badawczych przed przeprowadzeniem ankiet, odbyliśmy spotkania w salach ratuszów całego kraju już po badaniach... Prawie wszyscy, z którymi bezpośrednio rozmawialiśmy – a rozmawialiśmy już z setkami ludzi – mają ten niebieski krajobraz w swojej głowie. Siedzi im tam i to nie są żarty! Ludzie widzą go w najdrobniejszych szczegółach. Zastanawiam się, czy przypadkiem ten niebieski krajobraz nie jest w nas odcisnięty genetycznie? Czy to nie jest taki raj w środku nas, że przybyliśmy z niebieskiego krajobrazu i jego chcemy... Przeprowadziliśmyankiety w wielu krajach: Chinach, Kenii, Islandii itd. – a wyniki są uderzająco podobne. Niewiarygodne, prawda? Kenia i Islandia – co może bardziej się różnić w całym tym pieprzonym świecie – i oba te kraje chcą niebieskich krajobrazów.⁷

Artysta konstatuje też, że marzeniem modernizmu było „znalezienie uniwersalnej sztuki,” która „mogłaby połączyć ludzi.” Jednak modernistyczny sen okazał się złudzeniem, a właściwie rewersem innego uniwersalizmu – wyewoluowanej ludzkiej skłonności do określonych jakości estetycznych: sawanno-podobnej błękitno-zielonej przestrzeni, otwartej po horyzont. Popularność owego niebieskiego krajobrazu stała się nie lada wyzwaniem dla badaczy.

Arthur Danto, wpływowy amerykański filozof i krytyk sztuki, zaproponował następujące wyjaśnienie tego fenomenu: jego zdaniem łącząca wszystkich powszechność gustów związana jest z powszechnością procesów globalizacyjnych. A konkretnie z globalną obecnością przemysłu kalendarzowego, który dociera do ludzi na całym świecie i determinuje to, co myślą o sztuce i obrazach wieszanych na ścianie. Pomimo lokalnych różnic kulturowych i europejskiej konwencji, przemysł ten wszczepia im zamiłowanie do określonej for-

my malarskiej, a mianowicie tej, która występuje zwykle na kalendarzach ściennych. Jak bowiem wykazały inne badania, większość Kenijczyków posiada wprawdzie w swoich domach kalendarz, ale jednak preferują oni obrazy z widokami, wyglądającymi bardziej jak te z Nowego Jorku niż z Kenii.⁸

Z kolei Ellen Dissanayake, antropolożka ewolucyjna i historyczka sztuki, której nie zadowoliło kulturowe i etnocentryczne uzasadnienie Danto, podała wyjaśnienie, które tylko na pierwszy rzut oka wydawało się niedorzeczne.⁹ Na łamach czasopisma *Philosophy and Literature* argumentowała ona, że ludzkie reakcje na pejzaże ujawnione w eksperymencie Komara i Melamida, charakteryzują się zdumiewającą uniwersalnością. Wynikają bowiem z utrwalonych w toku ewolucji gatunku ludzkiego instynktów, ukształtowanych w okresie plejstocenu. Instynkty te, ukazujące głęboko zakorzenione w człowieku preferencje, miały kluczowe znaczenie dla jego przetrwania w tym okresie. Temat stał się lejtymotywnym estetyki ewolucyjnej i od jego opisu rozpoczyna się m.in. *Instynkt Sztuki* Duttona.¹⁰

Redukcjonistyczny charakter wyjaśnienia podanego przez Dissanayake mógłby być jego wadą, gdyby nie fakt, że znalazło ono potwierdzenie w badaniach przeprowadzonych kilka lat wcześniej przez Gordona Oriansa, ornitologa i ekologa oraz psycholożkę Judith Heerwagen.¹¹ W jednym z testów przedstawili oni osobom z różnych krajów i w różnym wieku kilka klasycznych rodzajów krajobrazów, m.in.: las liściasty, las tropikalny, otwartą sawannę z drzewami, las iglasty oraz pustynię. Wśród dorosłych żadna z wyżej wymienionych kategorii nie została uznana za ulubioną (wyjątkiem był krajobraz pustynny, który był najniżej w rankingu), natomiast po przeprowadzeniu eksperymentu wśród małych dzieci, wyraźnie preferowanym krajobrazem okazała się sawanna z drzewami – a dokładnie krajobraz ze Wschodniej Afryki, gdzie miała miejsce wczesna ewolucja człowieka. Poza upodobaniem do sawanny (wyniki badań stały się następnie podstawą do sformułowania tzw. hipotezy sawanny), stwierdzono również ogólną preferencję do krajobrazów zawierających wodę;

otwarte i zalesione powierzchnie (sygnalizujące miejsca do ukrycia się oraz do gry w chowanego); drzewa z rozgałęzieniami usytuowanymi tuż nad ziemią (dające możliwość wspinania się i ucieczki) z owocami rosnącymi metr lub dwa nad ziemią; z bezpośrednią obecnością lub wmieszaniami się w krajobraz zwierząt łownych oraz z chmurami o zróżnicowanych kształtach. Wyniki eksperymentu wydają się nieprzypadkowe również w kontekście projektu rosyjskich artystów.

Z drugiej strony trudno nie zgodzić się z Duttonem, że eksperyment Komara i Melamida należy potraktować być może jako formę żartu. Do pewnego stopnia pozostaje on artystyczną prowokacją i to pomimo tego, że ujawnia istotny fakt socjologiczny – istnienie uniwersalnego, międzykulturowego upodobania do tego samego typu krajobrazów. Krajobrazów najbardziej pożądanym, których jednak, jak zauważa Dutton, „nikt nie chce” (*America’s most wanted, and why no one wants it*).¹² Wyobraźmy sobie, pisze autor *Instynktu sztuki*, że dwóch inteligentnych kucharzy zorganizowało badanie, które ma na celu określenie ulubionego jedzenia Ameryki. Odkryliby oni zapewne bardzo różnorodną listę dań, jednak „na jej szczycie znalazłyby się lody, pizza, hamburgery oraz czekolada, co w rezultacie doprowadziłoby do konkluzji, że najbardziej pożądanym daniem Ameryki są lody o smaku hamburgera pokryte kawałkami pizzy,” danie nieszczególnie nadające się do jedzenia, a tym bardziej do kontemplowania.¹³

Podobnie rzecz ma się z innym projektem przygotowanym przez Komara i Melamida we współpracy z kompozytorem Davem Soldierem, zatytułowanym: *The People’s Choice Music*, którego efektem było nagranie dwóch utworów: *Most Wanted i Most Unwanted*. Okazuje się, że pierwszego z nich niemal nie da się w całości odsłuchać z powodu nagromadzonych w nim pokładów dźwiękowego kiczu (oba dzieła można odtworzyć na portalu Youtube).

Hipotezę Dissanayake oraz ustalenia Oriansa i Heerwagen zdają się potwierdzać również inne teorie antropologiczno-ewolucyjne, w tym m.in. popularna koncepcja biofilii Edwarda O. Wilsona czy

zaproponowana przez Jaya Appletona (w książce *The Experience of Landscape* z roku 1975) koncepcja widoku i schronienia (*prospect-refuge theory*). W swej książce *Biophilia: The Human Bond With Other Species* z 1984 roku prekursor socjobiologii twierdzi, że za nasze umiłowanie do krajobrazów, zawierających przedstawienia zieleni oraz ślady obecności zwierząt i ludzi odpowiada wrodzony, zakodowany w naszych genach zestaw reakcji adaptacyjnych, opisywanych dziś m.in. przez psychologię ewolucyjną: „Niektóre środowiska są rzeczywiście przyjemne, z tego samego powodu, dla którego cukier jest słodki, kazirodztwo i kaniibalizm odrażające, a sporty zespołowe ekscytujące. Każda z tych reakcji ma swoje szczególne znaczenie zakorzenione w odległej genetycznej przeszłości.”¹⁴

Z kolei Appleton utrzymuje, że najważniejszym elementem atrakcyjności krajobrazu jest to, że daje on możliwość widzenia i jednocześnie nie bycia dostrzeżonym. Ludzie preferują bowiem obszary, które są częściowo odkryte (widok), a częściowo zakryte (schronienie). Lubią mieć otwarty widok, aby badać otoczenie i na przykład dostrzec w porę zagrożenie z oddali, a jednocześnie mieć poczucie bezpiecznego schronienia. Sawanna jako naturalne środowisko naszych przodków, w którym znajdowało się trochę drzew oraz dużo otwartych przestrzeni, ukształtowała w nas takie skłonności. Wskazują na to uniwersalne preferencje dla arkad i wykuszy lub innych form zadaszenia (drzew, fragmentów klifu), a także niezmienna popularność jaskini na zboczu, dziecięcego domku na drzewie, domu na wzgórzu, mieszkania na ostatnim piętrze czy pokoju z widokiem.¹⁵ Jak zauważa Dutton, również „(...) większość przedstawień krajobrazów w historii malarstwa umieszcza domyślnego widza w jakimś wybranym punkcie widokowym – na przykład na brzegu urwiska, być może typowo spoglądającego w dół na dolinę – lub jeśli znajduje się na poziomie gruntu, to zwykle na nieco większej wysokości, niż wydawałoby się to odpowiednie dla człowieka o wzroście 180 centymetrów.”¹⁶

Symptomatyczny w tym kontekście wydaje się również klasyczny eksperyment przeprowadzony przez John D. Ballinga i John H. Falka, spraw-

dzający zależność między okresem dojrzewania a reakcjami na określony krajobraz. Sześciu grupom wiekowym przedstawiono fotografie pięciu naturalnych typów krajobrazu: lasu tropikalnego, lasu liściastego, lasu iglastego, wschodnioafrykańskiej sawanny i pustyni. Założono, że najmłodsze dzieci będą najbardziej podatne na uroki krajobrazu sawanny, ponieważ ich pamięć ewolucyjna jest najmniej „skażona.” I rzeczywiście, ośmiolatkowie najczęściej wybierali sawannę, i to zarówno jako teren, który „chcieliby zasiedlić,” jak i taki, który „chcieliby zwiedzić,” choć nigdy wcześniej na niej nie byli.¹⁷

Ciekawe międzykulturowe badania porównawcze na temat oczekiwań czytelników czasopism wobec określonych motywów w reklamach przeprowadził w Polsce i USA socjolog Kamil Łuczaj. Większość założonych przez niego hipotez ewolucyjnych (w tym: biofilii, sawanny, widoku-schronienia i preferencji środowiskowych) potwierdziła się. Ludzie po obu stronach oceanu wolą przedstawienia „przystępnej przyrody,” akcje reklam umieszczone w środowisku naturalnym, dziejące się w trakcie dnia, wiosną lub latem, w obecności udomowionych zwierząt, roślin jadalnych lub dających się wykorzystać przez człowieka. Co ciekawe, tego typu krajobrazy wykorzystywano częściej w reklamach leków i samochodów oraz sprzętu motoryzacyjnego, a więc reklamach skierowanych do starszych odbiorców, co może sugerować, że krajobraz konotuje bardziej poważne treści i łatwiej je oswaja.¹⁸

Wróćmy do ulubionych pejzaży. Krajobraz sawanny jest preferowany, ponieważ w czasach prehistorycznych był gwarantem przetrwania – unikania drapieżników (można je było dojrzeć z oddali) i zdobywania pożywienia (zwłaszcza w okolicy cieków wodnych). A jako preferowany i pożądany zapisał się w naszej gatunkowej pamięci ewolucyjnej ciepłymi kolorami, dobrze się kojarzy i wywołuje pozytywne emocje, zwłaszcza u dzieci, nieskażonych socjalizacją i edukacją z zakresu estetyki. Jak zauważa Dutton, to właśnie elementy tego, a nie innego krajobrazu powtarzają się nie tylko w serii *Most Wanted*, ale są nieustannie powie-

lane zarówno w kalendarzach ściennych, jak i np. w projektach parków publicznych na całym świecie. Są też szczególną formą – pogardzanego przez akademików, elitarnych artystów i znawców kanonów – kiczu, objawu erozji smaku i zaniku dystansu estetycznego, który na gruncie psychologii ewolucyjnej jawi się jako pochodna pewnego wrodzonego mechanizmu umysłowego, odpowiadającego nie tylko za dobre samopoczucie naszych ewolucyjnych przodków, ale też za ich sukces adaptacyjny i reprodukcyjny. Co więcej, naturalna dziecięca skłonność do tej formy pseudoartystycznego wyrazu, jaką jest kicz, z której niektórzy z nas nigdy nie wyrastają, objawiająca się chociażby w popularności seriali telewizyjnych, kreskówek, programów w rodzaju *Taniec z Gwiazdami* czy romantycznych komedii, nie tylko nie przemija, ale stanowi mocny fundament kapitalistycznego społeczeństwa konsumpcji i wyposażenie umysłowe każdego pokolenia odbiorców mediów (tylko z niewielką przewagą pokolenia małoletnich).¹⁹

Interesujące w tym kontekście wydają się wyniki pionierskich w Polsce badań Katarzyny Podlaszewskiej na temat gustów estetycznych dzieci i młodzieży w odniesieniu do różnych odmian malarstwa. Autorka następująco streszcza kluczową tezę swych badań:

[K]ażdy z nas rodzi się z pewnego rodzaju wrażliwością estetyczną, której korzenie tkwią w epoce kamienia łupanego, gdyż są odpowiedzią na konkretne problemy adaptacyjne, na jakie natknął się nasz gatunek w przeciągu swojej ewolucyjnej historii. Owa kalotropiczna wrażliwość (upodobanie do kiczu zaprogramowane w ludzkim ewolucyjno-kognitywnym dziedzictwie) jest w późniejszym procesie socjalizacji (...) poddawana weryfikacji i przekształcaniom.²⁰

Badaczka przetestowała gusty dzieci w trzech kategoriach wiekowych: 5–7 lat, 8–13 lat oraz 14–19 lat. Pokazywała im różnego rodzaju krajobrazy – od abstrakcyjnego pejzażu Leona Tarasewicza przez obrazy Gustava Klimta, El Greca

i Vincenta van Gogha, aż po hiperkiczowate obrazy Komara i Melamida. Dzieła sztuki wysokiej (np. obrazy Jacksona Pollocka i Pabla Picassa) przez obrazy klasyczne (jak *Narodziny Wenus* Sandro Botticelliiego), aż po kicz obecny w takich obrazach, jak *Zebra* Sophie Harding czy *Psy Grające w Pokera* Cassiusa Marcellusa Coolidge’a. Jak zauważyła badaczka, skłonność do kiczu nie przechodzi badanym nawet w liceum, gdy młodym ludziom powinny zostać wpojone podstawy sztuki wysokiej, choć im dzieci młodsze, tym wybór kiczu jest bardziej powszechny. Nieco więcej licealistów niż przedszkolaków doceniało Pollocka, van Gogha i El Greca, jednak nie była to znacząca różnica.

Uniwersalistyczna interpretacja preferencji pejzażowych wywiedziona z eksperymentu Komara i Melamida stała się dla badaczy zainspirowanych antropologią ewolucyjną i naukami kognitywnymi wstępem do bardziej ogólnych rozważań na temat ewolucyjnych źródeł sztuki. Przywołując ustalenia badań dotyczących ludzkich preferencji, pragnień i skłonności, ustanowili oni tym samym kontekst nowej dyscypliny teoretycznej.

Jedno z podejść reprezentuje wspomniany Dutton, według którego ewolucyjni teoretycy sztuki, otwierając się w badaniach na naturalistyczne opisy doświadczenia estetycznego, powinni przedkładać dowód empiryczny nad czystą spekulację. Starając się dowiedzieć, dlaczego sztuka, pomimo małej wartości praktycznej, potrafi dostarczać intensywnej przyjemności zarówno twórcy, jak i odbiorcy.²¹ Ich refleksję teoretyczną, wspartą nastawieniem empirycznym, powinien wyznaczać określony horyzont problemowy, skupiony wokół następujących pytań:

- Czy dana zdolność tworzenia i odbierania tworów artystycznych znajduje się wśród uniwersalnych cech adaptacyjnych ludzkiego umysłu?

- Jeżeli jest ona częścią uniwersalnej ludzkiej psychiki, to czy stanowi składnik ludzkiej natury?

- I jak owa niezmienna natura ujawnia się w międzykulturowych preferencjach dotyczących sztuki?

Zdaniem Duttona, formułując odpowiedzi na te pytania, estetycy ewolucyjni, zamiast skupiać się na różnicach historyczno-kulturowych, dążą do znalezienia uniwersalnego, międzykulturowego podłoża różnych sztuk. Albowiem według dostępnej nam wiedzy, zachowania artystyczne są przynajmniej do pewnego stopnia wrodzone,²² będąc efektem koewolucji genowo-kulturowej, a nie – jak twierdzą kulturowi konstruktywiści – wyłącznym produktem kultury i historii – warunków, w których poszczególne jednostki dorastają, żyją i tworzą.

Przeciwko stanowisku wąskiego determinizmu kulturowego odnośnie funkcji i źródeł sztuki mogą świadczyć dwa fakty: jej powszechna zdolność do wywoływania emocji i sprawiania przyjemności (co według ewolucyjnej teorii emocji oznacza, że dana czynność ma znaczenie dla organizmu) oraz uniwersalność jej występowania.²³ To ostatnie nie oznacza bynajmniej, że wszystkie kultury winny posiadać wszystkie formy sztuki. Poszczególne jej odmiany różnią się często w zasadniczy sposób właśnie w zależności od tła kulturowego i epoki historycznej (zwykle również różnią się znacznie w obrębie tej samej kultury), co stanowi o ich swoistości i niepowtarzalności. Nie powinno zatem dziwić, że japońska ceremonia picia herbaty, powszechnie uważana za sztukę, nie ma żadnego odpowiednika na Zachodzie (angielska tradycja picia herbaty *five o'clock* to raczej tradycyjny ceremonial towarzyski), a np. mieszkańcy Sepik River w Nowej Gwinei, którzy są zapalonymi rzeźbiarzami, całkowicie różnią się od swych bliskich sąsiadów z wyżyn, którzy rzeźbiarstwem nie interesują się wcale, poświęcając z kolei wiele czasu i siły dekorowaniu swojego ciała.²⁴

Przypisy

- ¹ JoAnn Wypijewski, red., *Paintings by Numbers: Komar and Melamid's Scientific Guide to Art* (New York: Farrar, Straus & Giroux 1997).
- ² Najładniejszy zdaniem naszych rodaków obraz składałby się z takich oto elementów: „W słonecznym wiejskim pejzażu widać jezioro i las. Przy romantycznej chatce stoi rodzina, gdzieś niedaleko leży naga piękna kobieta. Przez pole galopują konie, na łące bawią się dzieci i zwierzęta. W tle góry, po których na nartach jedzie Jan Paweł II” (za: *Wprost* nr 18, 2001).
- ³ Vitalij Komar & Alexander Melamid, “The Most Wanted Paintings on the Web,” dostępny 18.08.2022, <http://www.diacenter.org>.
- ⁴ Dokumentację projektu można obejrzeć na stronie: <https://awp.diaart.org/km/>, dostęp: 10.08.2022.
- ⁵ Denis Dutton, *Instynkt sztuki. Piękno, zachwyty i ewolucja człowieka*, tłum. Jerzy Luty (Kraków: Copernicus Center Press, 2019), 44.
- ⁶ Adam Chmielewski, „Piękno i obowiązek. Etyka ewolucyjna a estetyka darwinowska,” w *Ewolucja. Filozofia. Religia* 3(2010): 176–178.
- ⁷ Wypijewski, *Paintings by Numbers*, 45–46.
- ⁸ Arthur Danto, “Can It Be the »Most Wanted« Even if Nobody Wants It,” w *Paintings by Numbers*, 124–140.
- ⁹ Ellen Dissanayake, “Komar and Melamid Discover Pleistocene Taste,” *Philosophy and Literature*, vol. 22, no 2 (1998), 486–496.
- ¹⁰ Dutton, *Instynkt sztuki*, 43–51; “Aesthetics and Evolutionary Psychology,” w *The Oxford Handbook for Aesthetics*, red. Jerrold Levinson (New York: Oxford University Press, 2003), 695–696; „Znaturalizujmy estetykę,” tłum. Jerzy Luty, *Racjonalista.pl*, 6870, dostępny 13.06.2022, <http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,6870>.
- ¹¹ Gordon. H. Orians, Judith H. Heerwagen, “Evolved Responses to Landscapes,” w *The Adapted Mind: Evolutionary Psychology and the Generation of Culture*, ed. Jerome H. Barkow, Leda Cosmides, John Tooby (New York: Oxford University Press, 1992), 555–579.
- ¹² Denis Dutton, “America’s most wanted, and why no one wants it,” *Philosophy and Literature*, vol. 22, nr 2, (1998): 530–543.
- ¹³ Dutton, *Instynkt sztuki*, 44–45.
- ¹⁴ Edward O. Wilson, *Biophilia* (Cambridge: Harvard University Press, 1984), 113.
- ¹⁵ Por. Dutton, *Instynkt sztuki*, 55–56.
- ¹⁶ Ibidem. 56.
- ¹⁷ Stephen Davies, *The Artful Species: Aesthetics, Art and Evolution* (Oxford: Oxford University Press, 2012), 94–95; Tomasz Szlendak i Tomasz Kozłowski, *Naga małpa przed telewizorem. Popkultura w świetle psychologii ewolucyjnej* (Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2008), 113–115.
- ¹⁸ Kamil Łuczaj, *Współczesna polska reklama prasowa. Co mówią reklamy, ich twórcy i odbiorcy?* (Kraków: Zakład Wydawniczy NOMOS 2016), 70–150.
- ¹⁹ Szlendak i Kozłowski, *Naga małpa przed telewizorem*, 116–117.
- ²⁰ Katarzyna Podlaszewska, *Dlaczego dzieci lubią to, co lubią? Psychoewolucyjne i socjologiczne próby wyjaśnienia upodobań estetycznych*, niepublikowana praca magisterska napisana pod kierunkiem dr. Tomasza Szlendaka (Toruń: UMK, 2004), 5.
- ²¹ Dutton, *Znaturalizujmy estetykę*.
- ²² „Wrodzona,” czyli ujawniająca się w sposób naturalny przy niewielkiej zachęcie ze strony otoczenia lub zupełnie bez zachęty.
- ²³ Dutton, *Aesthetics*, 695–696.
- ²⁴ Dutton, *Instynkt sztuki*, 30.

Bibliografia

- Balling, John D., & John H. Falk. "Development of Visual Preference for Natural Environments." *Environment and Behavior* 14 (1982): 5–28.
- Chmielewski, Adam. „Piękno i obowiązek. Etyka ewolucyjna a estetyka darwinowska.” W *Ewolucja. Filozofia. Religia*, red. Damian Leszczyński, 175–201. Wrocław: Uniwersytet Wrocławski, 2010.
- Danto, Arthur. "Can It Be the »Most Wanted« Even if Nobody Wants It." W *Paintings by Numbers: Komar and Melamid's Scientific Guide to Art*, red. JoAnn Wypijewski, 124–140. New York: Farrar, Straus & Giroux, 1997.
- Davies, Stephen. *The Artful Species: Aesthetics, Art and Evolution*. Oxford: Oxford University Press, 2012.
- Dissanayake, Ellen. "Komar and Melamid Discover Pleistocene Taste." *Philosophy and Literature*, vol. 22, no 2 (1998): 486–496.
- Dutton, Denis. "Aesthetics and Evolutionary Psychology." W *The Oxford Handbook for Aesthetics*, red. Jerrold Levinson, 695–696. New York: Oxford University Press, 2003.
- Dutton, Denis. *Instynkt sztuki. Piękno, zachwyty i ewolucja człowieka*, tłum. Jerzy Luty. Kraków: Copernicus Center Press 2019.
- Dutton, Denis. „Znaturalizujemy estetykę,” tłum. Jerzy Luty, *Racjonalista.pl*, dostępny 13.06.2021. <http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,6870>.
- Komar, Vitaly & Melamid, Alexander. *The Most Wanted Paintings on the Web*, dostępny 18.10.2021. <http://www.diacenter.org/km/homepage.html>.
- Luty, Jerzy. *Sztuka jako adaptacja. Uniwersalizm w estetyce ewolucyjnej*. Kraków: Wydawnictwo Aureus 2018.
- Łuczaj, Kamil. *Współczesna polska reklama prasowa. Co mówią reklamy, ich twórcy i odbiorcy?* Kraków: Zakład Wydawniczy NOMOS, 2016.
- Orians, Gordon H. & Heerwagen Judith H. "Evolved Responses to Landscapes." W *The Adapted Mind: Evolutionary Psychology and the Generation of Culture*, red. Jerome H. Barkow, Leda Cosmides, John Tooby, 555–579. New York: Oxford University Press, 1992.
- Podlaszewska, Katarzyna. *Dlaczego dzieci lubią to, co lubią? Psychoewolucyjne i socjologiczne próby wyjaśnienia upodobań estetycznych*, niepublikowana praca magisterska napisana pod kierunkiem dr. Tomasza Szlendaka. Toruń: UMK, 2004.
- Szleniak, Tomasz i Kozłowski, Tomasz. *Naga małpa przed telewizorem. Popkultura w świetle psychologii ewolucyjnej*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2008.
- Wypijewski, JoAnn, red. *Paintings by Numbers: Komar and Melamid's Scientific Guide to Art*. New York: Farrar, Straus & Giroux, 1997.