

STRELKA PRESS

RICHARD FLORIDA

WHO'S YOUR CITY?

How the Creative Economy Is Making Where to Live  
the Most Important Decision of Your Life

РИЧАРД ФЛОРИДА

КТО ТВОЙ ГОРОД?

Креативная экономика  
и выбор  
места жительства

УДК 711.4  
ББК 85.118  
Ф73

Перевод с английского Екатерина Лобкова  
Редактор Дмитрий Ткачев  
Дизайн Дарья Яржамбек, Юрий Остроменцкий

Флорида Р.  
Ф73 Кто твой город? Креативная экономика и выбор места жительства /  
Пер. с англ. М.: Strelka Press, 2014. 368 с.

ISBN 978 5 906264 37 4

Считается, что глобализация уравнивает возможности жителей разных регионов мира, а благодаря новым технологиям и развитию транспорта уже не так важно, где жить – в центре города, на окраине или в пригороде. Однако место по-прежнему имеет значение, и современная эпоха с ее интенсивной географической мобильностью лишь облегчает его выбор. Как сделать этот выбор, чтобы место жительства соответствовало возрасту, работе, стилю жизни и прочим предпочтениям и потребностям? Инструкции в новом бестселлере автора теории креативного класса Ричарда Флориды.

ISBN 978 5 906264 37 4

УДК 711.4  
ББК 85.118

© Richard Florida, 2008. This edition published by arrangement with Levine Greenberg Literary Agency and Synopsis Literary Agency  
© Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка», 2014

# ОГЛАВЛЕНИЕ

## 9 1. ВОПРОС «ГДЕ?»

### ЧАСТЬ I. МЕСТО ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

#### 24 2. МИР ПИКОВ

#### 46 3. ПОДЪЕМ МЕГАРЕГИОНА

#### 66 4. СИЛА КЛАСТЕРИЗАЦИИ

### ЧАСТЬ II. БОГАТСТВО МЕСТА

#### 82 5. МОБИЛЬНЫЕ И УКОРЕНЕННЫЕ

#### 93 6. ГДЕ НАХОДЯТСЯ МОЗГИ

#### 102 7. ПЕРЕМЕЩЕНИЕ ПРОФЕССИЙ

#### 127 8. ГОРОДА СУПЕРЗВЕЗДЫ

### ЧАСТЬ III. ГЕОГРАФИЯ СЧАСТЬЯ

#### 147 9. ТАМ, ГДЕ СЧАСТЬЕ

#### 161 10. ЗА ПРЕДЕЛАМИ ГОРОДА МАСЛОУ

#### 185 11. ГОРОД ТОЖЕ ЛИЧНОСТЬ

### ЧАСТЬ IV. ГДЕ МЫ ЖИВЕМ СЕЙЧАС

#### 213 12. ТРИ БОЛЬШИХ ПЕРЕЕЗДА

#### 218 13. МОЛОДЫЕ И БЕСПОКОЙНЫЕ

#### 246 14. ЖЕНАТЫ... С ДЕТЬМИ

#### 270 15. КОГДА ДЕТИ УЕХАЛИ

#### 284 16. НАЙДИТЕ СЕБЕ МЕСТО

#### 303 БЛАГОДАРНОСТИ

#### 307 ПРИЛОЖЕНИЯ

#### 344 ПРИМЕЧАНИЯ

#### 364 УКАЗАТЕЛЬ ИМЕН

*Посвящается Ране*

Если все существующее находится в некотором месте,  
то ясно, что должно быть и место места, и так далее,  
до бесконечности...

*Апория Зенона в изложении Аристотеля*

Как в образе материального человека,  
одновременно в его славе и в его опасности,  
содержится та вещь, которую мы называем городом.

*Фрэнк Ллойд Райт*

Крупные города, и особенно Лондон, высасывают самую  
лучшую кровь из остальной территории Англии;  
самые энергичные, самые одаренные, самые физически  
выносливые и твердые характером направляются туда, чтобы  
найти применение своим способностям.

*Альфред Маршалл*





# 1. ВОПРОС «ГДЕ?»

Меня непросто застать врасплох. Мне нравится думать о себе как о человеке, который быстро осваивается в любой новой ситуации. Но когда в июле 2007-го меня позвали в эфир «Отчета Кольбера», я почувствовал, как у меня сердце упало. За несколько месяцев до этого я говорил моей жене Ране: как это, наверное, мучительно-нервно — давать интервью Стивену Кольберу. Это единственное шоу, которое меня привлекает: комментарии Кольбера обезоруживают мудрствующих дураков, и отбивать эти остроумные выпады совсем непросто. Он обладает потрясающей способностью оставаться в образе — теперь уже знаменитом образе непрерывно говорящей головы-консерватора, чьи гости быстро теряют дар речи от пулеметной скорости допроса. Как постоянный зритель и фанат Кольбера, я знаю, в какое смятение он повергает тех, кто не выдерживает этого темпа. Однако, поддавшись уговорам Раны и своей команды, я решил попробовать.

Со мной была группа поддержки. Рана, мой коллега Дэвид Миллер и его жена Эмили сопровождали меня на экспрессе Acela из Вашингтона, где мы тогда жили, в Нью-Йорк, а там и в студию. Пока мы ждали в гримерке, я разогревался, болтая с друзьями и кем-то из сотрудников Кольбера; мы являли собой резкий контраст другому гостю шоу — сенатору Бену Нельсону, который через холл от нас готовился к эфиру, окруженный своими помощниками с Холма. В конце концов, чтобы прекратить шум, режиссеру пришлось закрыть дверь в нашу гримерку.

Минута за минутой, сердце у меня билось все сильнее. Я вспотел и принялся расхаживать по комнате и холлу, но это не помогало. Я так волновался, что, когда помощник режиссера

зашел ввести меня в курс дела, я буквально онемел. Возможно, в этот момент люди Кольбера усомнились в правильности выбора гостей. Стивен забежал поздороваться. Он напомнил, что будет играть своего персонажа, а мне нужно оставаться самим собой и гнуть собственную линию.

Когда гримеры закончили, меня отвели в студию. Она была наэлектризована до предела. Потом врубили музыку — Sex Pistols заорали «God Save the Queen». Отличный выбор! Сердце заколотилось, и я как будто вернулся в те далекие времена, когда сам играл на гитаре в группе.

«Сейчас или никогда», сказал я себе. Я нащупал ногами землю, сделал несколько глубоких вдохов и под грохот музыки занял свое место. Нужно веселиться, напомнил я себе, нужно дать понять Стивену и аудитории, что я чувствую шутку. Было нетрудно расслабиться, пока Стивен произносил вступление. Я стал давиться от смеха, уже как только он начал:

«Наряду с хорошими новостями были на прошлой неделе и плохие. Национальная ассоциация риелторов прогнозирует, что спад продаж на рынке недвижимости будет глубже, а цены останутся низкими дольше, чем считалось ранее, — до 2008-го. Однако новое интригующее исследование подсказывает выход — селитесь по соседству с геями! Автор исследования замерил разницу в уровне доходов и цен на недвижимость, используя нечто под названием „гей-богемный индекс“. Может показаться, что это название телефонной книги Сан-Франциско, но нет, ребята, это о-очень плохие новости! Исследование показало, что художники, богема и геи поднимают цены на жилье в тех районах, где они живут. Выходит, люди теперь предпочитают дома с видом на бородатых битников, которые курят сигареты с гвоздикой, играют на бонго и высекают статуи Кей Ди Ланг. Теория в том, что толерантные общины, где склонны селиться гомосексуалы, возвращают креативную открытую культуру, а в ней могут возникнуть такие прорывные вещи, как Google, Youtube или [ShirtlessHunksBaggingGroceries.com](http://ShirtlessHunksBaggingGroceries.com). Впрочем, я лично не верю, что мой особняк в тюдоровском стиле с двенадцатью спальнями

начнет расти в цене, если рядом поселится пара оптиков. Ну да, среди оптиков полно геев...»

Кольбер представил меня зрителям, и началось.

— Стоит ли мне следить за геями, выяснять, где они живут? — спросил Стивен.

— Да, — ответил я, и он тут же подхватил:

— Отлично. Я и так их преследую. Теперь у меня есть причина.

После трех или четырех минут такой пикировки он закончил выпуск:

— Знаете, сэр, что я думаю? Я думаю, что вы гомосексуальный богемный художник, который просто хочет продать свой дом.

Я изо всех сил старался сдерживать смех:

— Вы знаете, мы как раз в воскресенье продали дом, мы с женой переезжаем в Торонто!

Кольбер избрал мишенью спорные результаты моего исследования, которые касались связи между ценами на жилье и концентрацией геев и богемы. Возможно ли, чтобы один фактор — например, присутствие определенной группы людей — мог сформировать или обрушить локальный рынок жилья, а тем более определять экономический потенциал области или уровень счастья ее населения? Верный своему образу, Кольбер высмеивал предположение о том, что, мигрируя вслед за геями, можно найти оживленный рынок жилья или рынок с большим количеством предложений в области креативного труда.

Но главное было сказано. Место, где мы живем, становится все более значимым для нашей жизни во всех ее аспектах. Ради самих себя мы должны более систематически или хотя бы по-другому подойти к вопросу о взаимосвязи между местом и нашим экономическим будущим и нашим личным счастьем.

## ВЕЛИЧАЙШЕЕ ИЗ ВСЕХ РЕШЕНИЙ

Что вы ответите, если вас спросят, какие самые важные решения вы принимали в жизни? Если вы обычный человек, вы, вероятно, начнете с двух вещей.

Первой будет та, которую я называю «что-фактором». Большинство из нас скажут, что одно из ключевых решений в жизни — определиться, кем вы хотите работать. Хотя счастье за деньги и не купишь, многие верят, что работа по душе сможет обеспечить им благополучную жизнь и самореализацию. Мне это вдолбил отец. «Ричард, ты не должен застрять на заводе, как я, вкалывая всю жизнь от звонка до звонка за гроши. Тебе нужно стать юристом или врачом, чтобы делать что-то важное и зарабатывать деньги».

Многие также добавили бы, что необходимое условие финансового и карьерного успеха — хорошее образование в правильном заведении. Окончи Гарвард, Массачусетский технологический институт, Стэнфорд или Принстон, гласит теория, и дальше все сложится само собой. Хорошее образование — путь к хорошей профессии, обеспеченному будущему и счастливой жизни. Мои родители, и не только мои, были фанатиками образования. С трудом сводя концы с концами, они все же отдали меня и моего брата Роберта в католическую школу (приходилось не только платить за обучение, но и регулярно делать пожертвования на нужды прихода) и втолковывали нам денно и ночно, как важно усердно учиться, получать хорошие отметки и поступить в колледж. Они проверяли табели об успеваемости и награждали нас за высокие оценки. Как и многие родители, заваленные работой, преданные своим детям и стесненные в средствах, они видели в образовании ключ к вертикальной мобильности.

В то же время можно возразить, что работа, деньги, образование, конечно, важны, но критическую роль играет другое решение — выбор спутника жизни, того, кто будет поддерживать вас во всех начинаниях и любить вас без всяких условий. Психологи согласятся: их исследования показывают, что любовные отношения — ключ к счастливой жизни<sup>1</sup>. Моя мать понимала это интуитивно. Она отказала уйме поклонников, окончивших колледж, и вышла замуж за моего отца, заводского рабочего, ветерана Второй мировой с восемью классами образования. Она говорила: «Ричард, это было лучшее решение за всю мою жизнь».

Конечно, кто-то из этих ребят зарабатывал больше. Но любовь — вот что действительно важно. Я безумно любила твоего отца — каждый день, всю мою жизнь».

Спору нет, оба этих вопроса — «что?» и «кто?» — значат в нашей жизни очень многое. Но есть еще одно решение, которое в той же, если не в большей, степени влияет на наше экономическое будущее, наше счастье и итог жизни в целом. Это ответ на вопрос «где?».

Быть может, этот вопрос настолько очевиден, что на него не обращают внимания. Найти правильное место столь же важно, если не важнее, чем найти правильную работу и правильного партнера, поскольку выбор места не только влияет на выбор работы и партнера, но и определяет, насколько легко или сложно будет исправить совершенные на этом пути ошибки. Однако немногие смотрят на выбор места жительства под этим углом. Возможно, дело в том, что очень немногие держат в уме схему, которая позволяла бы принять информированное решение о том, где жить.

Место, которое мы выбираем для жизни, влияет на все аспекты нашего бытия. Оно может определять уровень нашего дохода, круг людей, с которыми мы встречаемся, друзей, которых мы заводим, партнеров, которых выбираем, и возможности, доступные нашим семьям и детям. Люди не везде одинаково счастливы, качество жизни не везде одинаково. Где-то живет рынок труда, лучше карьерные перспективы, выше стоимость жилья и надежнее вложения. Где-то более многообещающий брачный рынок. Где-то приятнее среда для воспитания детей.

Место влияет и на то, насколько мы счастливы в других, менее ощутимых вещах. Оно может быть островком стабильности в море неопределенности и риска. С работы увольняют. Отношения рушатся. И правильно выбранное место жительства может стать прибежищем в житейских бурях. Ненавижу заикливаться на негативе, но вам нужно подумать об этом. Потерять работу всегда тяжело, еще тяжелее разрыв с близким человеком. Но как бы ни были неприятны эти события сами по себе, все намного

хуже, если вы живете в месте, где выбор вакансий или партнеров невелик. И сто́крат легче снова встать на ноги там, где экономическая жизнь бурлит, где есть выбор при поиске работы и можно встречаться со множеством одиноких людей вашего возраста.

Я хочу сказать, что основной фактор, влияющий на нашу жизнь, — место, а работа, образование и любовь следуют из него. Место может создавать новые или разрушать существующие рабочие и личные отношения. Оно может открыть новые двери. И, независимо от того, о какой жизни мы мечтаем — хотим ли мы зарабатывать миллионы, завести семью или оставаться холостыми, — все мы по меньшей мере однажды должны выбрать, где жить. Довольно многие делают этот выбор раз за разом. Средний американец переезжает раз в семь лет. Каждый год переезжают более 40 миллионов людей, причем 15 миллионов уезжают на значительные расстояния, за 150–250 километров<sup>2</sup>.

Ставки высоки, и все же, когда приходится решать, какое место назвать домом, многие из нас оказываются не готовы принять верное решение. Большинство людей, если спросить у них, как они попали туда, где живут сейчас, ответят, что оказались там случайно. Поселились ближе к семье или друзьям, нашли работу, а чаще всего — встречались с кем-то, кто там живет. Некоторые даже не думают, что место вообще можно выбирать.

Но в том и чудо современной эпохи, что выбор у нас есть. Впервые нас по-настоящему много — достаточно свободных и обеспеченных, чтобы выбирать себе место. А значит, у нас есть невероятная возможность подыскать то место, которое нам лучше всего подходит. Но эта замечательная свобода заставляет выбирать из большого числа вариантов. Существует множество местных сообществ, и каждое предлагает что-то свое.

Главное — найти то место, которое подходит именно вам. Это место, которое делает вас счастливым и позволяет достичь своих жизненных целей. Для кого-то карьера и богатство — важные составляющие счастья, но отнюдь не для каждого. Многие знают людей, которые бросили успешную карьеру юриста или инженера, чтобы заниматься тем, что действительно любят. Другие

возвращаются по окончании колледжа в родной город, чтобы помогать в семейном бизнесе или жить поближе к семье и друзьям. Обычно эти люди отлично знают, от чего отказываются, и делают выбор сознательно: они предпочитают семью и общину богатству. Многие люди очень счастливы там, где живут. Вполне возможно, именно они лучше других понимают ценность местных сообществ. Ценность места для них заключается в возможности жить своей жизнью в знакомых городах, среди знакомых людей.

Важно помнить, что, когда речь идет о месте — равно как и о других важных вещах, нельзя получить сразу все. Приходится идти на компромиссы. Многие люди, которые переезжают ради карьеры, отказывают себе в радости жить рядом с семьей и старыми друзьями. Те, кто предпочитает держаться рядом с семьей и друзьями, возможно, лишаются экономических шансов.

Прежде чем продолжать, я хочу, чтобы вы хорошенько подумали над следующими вопросами:

1. Нравится ли вам место, где вы живете сейчас? Вам действительно хочется там оставаться? Придает ли это место вам сил? Что вы испытываете, выходя утром на улицу — или на проселок, — вдохновение или стресс? Позволяет ли оно вам быть тем, кем вы действительно хотите быть? Движетесь ли вы к своим личным целям? Посоветуете ли вы это место родным и друзьям?

2. Думали ли вы о переезде? Если да, то какие три места вы рассматриваете в первую очередь? Что вам в них нравится? Точнее, что, по-вашему, они вам могут предложить? Как изменилась бы ваша жизнь в этих местах?

3. Вы когда-нибудь пробовали сесть и сравнить место, где вы сейчас живете, с этими местами? Честно, посвящали ли вы этому хоть часть тех усилий и мыслей, которые потратили на построение карьеры и, если вы одиноки, на устройство личной жизни?

Если ответите «да», то вы принадлежите к очень небольшому меньшинству. Для такого важного жизненного решения это даже удивительно — насколько мало людей рассматривают все эти варианты или хотя бы ответственно обдумывают эти вопросы.

Возможно, дело в том, что мы неполно информированы. Мантра века глобализации: «Не важно, где мы живем». Можно одинаково эффективно работать из шале в Аспене, деревенского дома в Провансе или офиса в Кремниевой долине. Разницы нет, был бы беспроводной интернет и мобильный телефон.

Но как бы ни впечатляли новые технологии, так называемая «смерть места» — это едва ли новость. Сначала железные дороги произвели невиданную прежде революцию в торговле и транспорте. Потом телефон заставил людей чувствовать, что они связаны друг с другом теснее.

Изобрели автомобиль, потом аэроплан, а затем — и, возможно, это стало воплощением сущности глобализованного мира — появилась Всемирная паутина. Все эти технологии обещали мир без границ. Они-де освободят нас от географии, позволят уехать из людных городов и жить на природе, где нам заблагорассудится. Забудьте о прошлом, когда города и цивилизации были привязаны к плодородной почве, портам, источникам сырья. В сегодняшнем высокотехнологичном мире мы вольны жить, где только пожелаем. А место, согласно этому набирающему все большую популярность мнению, совершенно не важно.

Захватывающая картина, но ошибочная. Ключевые факторы нынешней экономики — талант, инновации, креативность — распределены в мире неравномерно. Они концентрируются в определенных областях. Очевидно, каким образом значимые новации в области связи и перевозок позволяют разворачивать экономическую деятельность по всему миру. Но менее очевидна невероятная мощь того, что я называю силой кластеризации. В сегодняшней креативной экономике подлинный источник экономического роста — кластеризация и концентрация талантливых, продуктивных людей. Новые идеи рождаются, а наша продуктивность растет, когда мы живем поблизости друг от друга, заселяя города и целые регионы. Сила кластеризации делает каждого из нас более продуктивным, а это, в свою очередь, делает более продуктивными места, где мы живем, значительно увеличивая ВВП и наше благосостояние.



Благодаря эффекту кластеризации такие города и регионы стали подлинными двигателями экономического роста. Неудивительно, что они продолжают расширяться. Сегодня больше половины населения мира живет в городских зонах. В США более 90% продукции производится в городских агломерациях — метрополиях, причем 23% от этого объема выпускают в пяти крупнейших городских центрах. А города и окружающие их «коридоры» внутри метрополий превращаются в массивные мегарегионы, где живут десятки миллионов людей, которые производят продукцию на сумму в сотни миллионов, а порой и триллионы долларов. Место остается осью, вокруг которой вращается наша эпоха, сегодня оно более важно для мировой экономики и жизни каждого из нас, чем когда-либо раньше.

Мы, самые мобильные люди в истории человечества, счастливо можем выбирать из невероятно разнообразного меню мест, расположенных в наших родных странах и по всему миру. Это важно, поскольку у каждого из нас свои нужды и предпочтения. К счастью, места различаются между собой не меньше, чем мы. Здесь процветает рынок труда, там отлично удовлетворяются базовые потребности, такие как образование и безопасность. Где-то приятно жить одному, а где-то лучше с семьей. Здесь хорошо работать, там хорошо проводить досуг. Здесь больше консерваторов, там больше либералов. Каждое место удовлетворяет чьему-то вкусу, у каждого есть свой характер, своя душа. Казалось бы, распознать специфику разных мест нелегко, — но не невозможно. Мы составили карты, которые можно найти в главе 11.

Дело не просто в том, что у каждого места свой характер. В разные периоды жизни мы предъявляем разные требования к месту жительства. Когда люди молоды, только что закончили учебу и одиноки, многие предпочитают жить в местах, которые стимулируют их активность, предлагают много рабочих мест и возможностей сделать карьеру, веселую ночную жизнь и оживленный «брачный рынок», на котором можно найти с кем встречаться. Чуть повзрослев, а тем более женившись и заведя детей, мы меняем приоритеты. Теперь мы уже хотим жить там,

где есть хорошие школы, где на улицах безопасно, а наша семья может наслаждаться уютом. А когда дети покидают дом, уезжая учиться, наши нужды и интересы вновь меняются.

Сегодня все больше людей имеют возможность выбрать место, которое точно соответствует их потребностям в любой из этих ключевых периодов, да и в интервалах между ними.

Но с чего начинаются размышления об этом выборе? Около пятидесяти лет назад замечательный экономист Чарльз Тибо разработал концепцию, которая позволила определить, на какие компромиссы идет человек при выборе места<sup>3</sup>. Он утверждал, что районы «специализируются» и каждый предлагает свой набор услуг («общественных благ»), будь то образование, охрана порядка, пожарная охрана, парки и так далее. Разным наборам услуг и разному их качеству соответствует разная «цена», которую потребитель платит в виде налогов. Поэтому, выбирая место, мы выбираем не только физическое местоположение, но также набор благ и услуг, которые будут для нас доступны, когда мы там поселимся. Согласно знаменитому выражению Тибо, люди будут «голосовать ногами», выбирая тот район, который предоставляет услуги и блага, соответствующие их личным нуждам. Одни предпочитают сильные школы и готовы платить за них. Одинокие люди или те, чьи дети уже покинули дом, ценят школы гораздо меньше; скорее им понадобятся хорошие рестораны, первоклассные пляжи, гольф-клубы и низкие налоги. Модель Тибо предлагает базовую логику для понимания того, что мы ценим в своих районах. Имея большой выбор, мы должны определить свои ключевые потребности и приоритеты, а затем найти такое место, где они доступны по цене, которую мы хотим и можем платить.

К слову о цене. Место, где мы живем, — одна из самых дорогостоящих вещей в нашей жизни. Кто-то хочет лихорадочного возбуждения и заманчивых возможностей, которые предлагают большие города вроде Лондона и Нью-Йорка. Но надо понимать, что к этим свойствам места прилагается счет на круглую сумму. Жизнь в этих городах — как и в Сан-Франциско, Амстердаме, Бо-

стоне, Чикаго, Торонто и Сиднее — стала чрезвычайно дорога. Работники финансовой сферы могут считать, что стоимость жизни в Нью-Йорке или Лондоне компенсируется успехом, которого там можно достичь. То же самое можно сказать о режиссерах, которые переезжают в Лос-Анджелес, или о дизайнерах одежды, которым нужно во что бы то ни стало оказаться в Милане или Париже, а также о других местах, доминирующих в иерархии той или иной индустрии.

Но что, если вы работаете в другой отрасли, которая не сконцентрирована вокруг одного места, или вы просто не такой человек, чтобы стремиться быть первым в своем деле? Тогда есть множество прекрасных, очаровательных местечек, где вы можете жить за меньшие деньги. Абсолютно необходимо соотнести карьерные цели с качеством жизни, которого вы стремитесь достичь.

Я написал эту книгу, чтобы помочь в выборе места, которое подходит именно вам. Я поделюсь с вами плодами более чем двадцатипятилетнего труда, а также результатами исследований многих других ученых<sup>4</sup>. Свои советы я структурировал при помощи трех ключевых идей.

1. Несмотря на весь ажиотаж по поводу глобализации и «плоского мира», сегодня место еще более важно для мировой экономики, чем раньше.

2. Усиливается специализация мест. Они все сильнее различаются по своей экономической структуре и рынку труда. Места предлагают нам разное качество жизни, и живут в них разные типы людей.

3. Мы живем в высокомобильном обществе, в котором у большинства из нас больше возможностей выбрать себе место для жизни, чем раньше.

Взятые вместе, эти три факта означают, что место, которое вы выберете для жизни, решительно повлияет на все, начиная с вашего финансового положения и работы и заканчивая друзьями, потенциальным партнером и будущим ваших детей.

Часть I этой книги обрисовывает общее положение дел. В ней мы рассматриваем, как и почему место продолжает иметь значе-

ние в условиях глобальной экономики. Карты и статистические данные, приведенные в этой части, раскрывают реальный смысл глобализации и функции мегарегионов — новых экономических единиц того, что я называю миром пиков (spiky world).

В части II мы говорим о том, как место, где вы живете, влияет на ваше экономическое положение, — о новой реальности рынка труда, о трендах на рынке жилья и ценах на недвижимость, то есть о том, что может ударить вас по карману. Мы показываем, как экономическое преимущество накапливается в одних местах в большей степени, чем в других, детально описываем новую миграцию талантливых людей и квалифицированных специалистов в ограниченное число регионов и выявляем силы, вызывающие колебания цен на рынке жилья. Там же охарактеризована тенденция кластеризации профессий: высокие технологии — в Кремниевой долине или Остине, финансы — в Нью-Йорке, кинопроизводство — в Голливуде, музыка — в Нэшвилле.

В части III говорится о, возможно, самом сложном из компромиссов, на которые приходится идти, выбирая место жительства, — о том, как соотнести карьерные цели со стилем жизни и другими потребностями. Мы рассматриваем связь между местом, где мы живем, и нашей способностью быть счастливыми и жить полной жизнью. Раздел основан на крупномасштабном исследовании, в котором приняли участие 28 тысяч человек. Я провел его совместно с Институтом Гэллага. Этот «Опрос о месте и счастье» («Place and Happiness Survey») показал, что место жительства так же важно для благополучия человека, как работа, деньги и личные отношения.

В части IV книги рассматриваются развитие и изменение потребностей и предпочтений при выборе места жительства по мере того, как человек проходит через три основные жизненные стадии: сначала он молод и одинок, потом состоит в браке и растит детей, а затем дети уезжают из дома, и он остается в «пустом гнезде». В этом разделе приводятся рэнкинги, разработанные мной и моей командой для определения наилучшего места каждой из этих стадий.

Последняя глава посвящена практическим советам. В ней перечислены основные инструменты, с помощью которых можно определить место, которое лучше всего подходит для вас. Даже если вы в восторге от того места, где живете сейчас, эта глава поможет вам лучше понять, что вы на самом деле цените и что вам нужно. Если вы подумываете о переезде, эта глава содержит детальное руководство, что и где вам искать. Дочитав книгу до конца, вы станете лучше понимать критически важную роль места в сегодняшней глобальной экономике и будете знать, как максимизировать шансы на счастливую, удовлетворяющую вас во всем жизнь, выбрав место как раз по себе.



ЧАСТЬ I.  
МЕСТО ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

## 2. МИР ПИКОВ

«Мир плоский» — пишет колумнист The New York Times Томас Фридман. Благодаря технологическим достижениям игровое поле во всем мире стало ровнее, выигрыш — доступнее, и все мы являемся игроками независимо от того, в какой точке земной поверхности находимся. Когда мир плоский, пишет Фридман, инновации возможны без эмиграции<sup>1</sup>.

Это старая идея, у нее долгая история. Уравнивающий эффект торговли и технологий, который якобы сделает местоположение несущественным, наблюдается с самого начала XX века. Изобретались телеграф, телефон, автомобиль, аэроплан, распространялись компьютеры и интернет, и часто говорилось, что технологический прогресс подрывает экономическое значение физического местонахождения.

Подобные пророчества публикуются и сегодня. В 1995 году «смерть расстояния» провозгласили с обложки журнала The Economist. Британский экономист Фрэнсис Кэрнкросс предсказывала, что «благодаря технологиям и конкуренции в телекоммуникациях скоро исчезнет такая вещь, как расстояние». Через четыре года тот же журнал гордо возвестил о «покорении места»: «Беспроводная революция самым решительным образом кладет конец диктатуре места»<sup>2</sup>. Утверждалось, что новые коммуникационные технологии — это «великие уравниатели» в мире растущей глобализации. Нас приучили верить, что место больше не имеет значения. Нам следует чувствовать, что мы вольны жить там, где нам нравится.

Большую часть последнего десятилетия я провел в попытках дать бой этим идеям, сопоставив провокативные концепции



с фактами. С моей командой мы перерыли горы научных трудов и статистических данных о роли места в глобальной экономике, которые будут подробно рассмотрены в двух следующих главах. Итог?

Почти по всем параметрам международный экономический ландшафт — совсем не плоский.

«Приходя в этот мир, дети могут получить многообразные преимущества, в том числе ум, физическую силу и ловкость, привлекательную внешность и заботливых родителей, — писал экономист из Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе и эксперт по мировой торговле Эдвард Лимер в своем превосходном обзоре «Мир плоский», который опубликовал очень уважаемый *Journal of Economic Literature*. — Имеет значение и то, где вы живете»<sup>3</sup>. И хотя теоретически мы можем выбрать себе для жизни почти любое место, реальность глобальной экономики такова, что в одних местах намного больше возможностей, чем в других.

Наиболее очевидно противоречит гипотезе плоского мира взрывной рост городов и городских ареалов по всему миру. Все больше и больше людей кластеризуются в городских ареалах, и нет никаких оснований предполагать, что в ближайшем будущем этот процесс прекратится. В мире доля населения, проживающего в городских ареалах, выросла с 3% в 1800 году до 14% в 1900-м. В 1950 году она составила 30%. Сегодня она превышает 50%. В развитых странах три четверти людей живут в городских ареалах<sup>4</sup>.

Рост населения — не единственный индикатор того, что мир какой угодно, только не плоский. В этой главе я приведу подробные карты, иллюстрирующие предельную концентрацию экономической активности и инноваций. Это касается и производства, и инновационных прорывов, — движущие силы современной экономики сосредоточены в немногих местах. Более того, игровое поле не обнаруживает никаких признаков выравнивания. Высочайшие пики — города и регионы, которые движут мировой экономикой, — все растут и растут, а «равнины» — места, в которых экономическая активность незначительна, если вообще есть, — в основном чахнут.

Мощь глобализации несомненна. В местах, у которых ранее не было шанса стать частью мировой экономики, теперь хоть что-то происходит. Но не все из них способны в равной степени участвовать в экономической деятельности и получать от этого выгоду. Инновации и экономические ресурсы по-прежнему сильно концентрированы. В результате число мест, подлинно значимых для мировой экономики, остается ограниченным.

Реальность такова, что у глобализации две стороны. Первая, более очевидная — географическое распространение рутинных экономических функций, таких как простое производство или сервис (например, обзвон клиентов). Вторая, менее очевидная — тенденция концентрации экономической деятельности более высокого уровня (инновации, дизайн, финансы, массмедиа) в сравнительно небольшом числе мест.

Когда мыслители вроде Фридмана рассуждают о том, как глобализация способствует распространению экономической активности (так сказать, о центробежной силе глобализации), они упускают из виду реальность этой кластеризации (центростремительную силу). Профессор Гарвардской школы бизнеса и эксперт по стратегии конкурентной борьбы Майкл Портер назвал это явление «парадоксом места». В августе 2006 года он говорил журналу *BusinessWeek*: «Место все еще имеет значение. Чем выше мобильность, тем более значимо местоположение. На этом ошиблось много умнейших людей»<sup>5</sup>.

Ошибка была в том, что, рассматривая глобализацию, они стремились обязательно выбрать одну из противоположностей: «или — или». А это неверно. Ключ к пониманию новой глобальной реальности — в понимании того, что в мире есть и плоские равнины, и острые пики.

## МИР НОЧЬЮ

Я очень люблю карты. Те, что вы увидите ниже, созданы ученым из Центра исследований международных отношений и безопасности Мэрилендского университета Тимоти Гулденом. Они ото-

бражают в мелком масштабе глобальную экономическую активность. Предыдущие версии этих карт, опубликованные в октябре 2005 года в *Atlantic Monthly*, вызвали бурную реакцию<sup>6</sup>. С тех пор мы обновили карты, чтобы они отражали более полные данные. Будучи основаны на традиционных показателях плотности населения и новых измерениях глобального экономического производства и инноваций, эти карты демонстрируют поразительную географическую неравномерность глобализации. Грубо говоря, в мировой экономике доминируют две-три дюжины мест — пиков.

На рисунке 2.1 приведено распределение населения по планете. Рисунок основан на уже имеющихся данных, которые мы с командой собирали, чтобы определить очертания мегарегионов мира (о которых я скажу подробнее в главе 3). Самый густо населенный регион — Дели-Лахор в Индии, где живут больше 120 миллионов человек. В 8 регионах население больше 50 миллионов, в 12 — от 25 до 50 миллионов, а в 33 живут от 10 до 25 миллионов человек.

Конечно, плотность населения — рудиментарный показатель экономической активности, который не полностью отражает всю глубину разрыва, отделяющего наиболее продуктивные регионы мира от остальных. Иногда сравнительно небольшие города, как Хельсинки, могут иметь очень высокий показатель регионального продукта на душу населения. И наоборот, некоторые огромные городские поселения, например в развивающихся странах, демонстрируют небольшой объем производства и остаются небогатыми. Поэтому важно определить мегарегионы не только относительно плотности населения, но и относительно объемов производства.

К сожалению, не существует единого источника информации об объемах производства по всем регионам мира. Впрочем, возможно грубое приближение. Наша вторая карта представляет собой вариацию широко известного изображения поверхности суши в ночное время, где места с повышенной освещенностью и, следовательно, с более высоким потреблением энергии — что



Рисунок 2.1. Население в мире пиков  
Данные: база демографических данных LandScan, Оксфордская национальная лаборатория  
Карта: Тим Гулден

предположительно соответствует более высокому объему производства — выделены более высокими пиками (рисунок 2.2).

Для создания этих карт Гулден взял данные программы метеорологических и оборонных спутников Национального управления океанических и атмосферных исследований США. Он нанес на карту смежные освещенные области, отмечая источники света — дома, заводы, улицы, оживленные районы развлечений. Применив ряд географических и статистических методов, Гулден смог оценить объем экономической активности этих областей соответственно интенсивности излучаемого ими света. Я называю показатель, полученный Гулденом, СРП (световой региональный продукт — *light-based regional product*).

Полученные примерные значения Гулден откалибровал в соответствии с официальными показателями объема производства регионов-метрополий (*metropolitan regions*) США и опубликованными Всемирным банком значениями валового внутреннего продукта по странам. Затем на карту освещенности он наложил детальные данные по плотности населения, собранные в Окриджской национальной лаборатории, чтобы убедиться, что его метод дает приемлемые оценки экономической активности. Наконец Гулден сравнил свои оценки СРП с оценками ВВП, выполненными в Йельском университете группой Уильяма Нордхауса<sup>7</sup>. Итоговые результаты, показанные на рисунке 2.2, отражают нашу оценку СРП на каждый квадратный километр поверхности суши за 2000 год.

Как показывает эта карта, мировая экономика формируется вокруг пары дюжин мегарегионов. Два из них, как будет подробно объяснено в следующей главе, выпускают продукцию на сумму больше 2 триллионов долларов — это Большой Токио (2,5 триллиона долларов) и гигантский мегарегион, который простирается от Бостона через Нью-Йорк в сторону Вашингтона, округ Колумбия (2,2 триллиона долларов). Среди национальных экономик эти мегарегионы заняли бы третье и четвертое места, что сопоставимо с экономикой Германии; только экономики США и Японии крупнее. Еще четыре мегарегиона произ-



Рисунок 2.2. Экономическая активность в мире пиков  
Данные: программа метеорологических и оборонных спутников США  
Карта: Тим Гулден

водят продукции на сумму более 1 триллиона долларов каждый: гигантский мегарегион, раскинувшийся от Чикаго до Питтсбурга (1,6 триллиона долларов), европейский регион Амстердам–Брюссель–Антверпен (1,5 триллиона долларов), регион Осака–Нагоя в Японии (1,4 триллиона долларов) и Большой Лондон (1,2 триллиона долларов). Каждый из этих регионов вошел бы в десятку крупнейших национальных экономик, и все они крупнее, чем экономика Италии, Канады, Индии, Южной Кореи, России или Бразилии. Сорок регионов производят продукции более чем на 100 миллиардов каждый. Мегарегионы не только становятся «моторами» национальных экономик; они же стоят за экономикой мировой.

Экономики Индии и Китая, хоть и не конкурируют пока с экономиками США, Европы или Японии, тоже заметно выделяются. По расчетам освещенности у Гулдена, в Китае 68% продукции производится в местах, где живут всего 25% населения страны. В Индии районы с 26% населения производят больше половины валового продукта. Сравним эти показатели с США, где доля производимой регионами продукции приблизительно соответствует их доле в населении страны. Население и производственные мощности США, которые обнаруживают очень неравномерное размещение, распределены по сравнительно большим пространствам. В Китае и Индии, где индустриализация произошла значительно позже, ресурсы и производственные мощности сконцентрированы намного сильнее. На нынешнем этапе глобализации в мире становится еще больше пиков, чем раньше.

## УМНЫЕ МЕСТА

Население и экономическая активность распределены неравномерно. Но более всего концентрации подвержены инновации, этот двигатель экономического роста. Именно в этой области игровое поле наименее ровное. На нашей третьей карте показаны мировые центры инноваций соответственно числу зарегистрированных патентов (рисунок 2.3). Гулден сделал эти кар-



Рисунок 2.3. Инновации в мире пиков  
Данные: Всемирная организация интеллектуальной собственности,  
сти, Бюро по регистрации патентов и товарных знаков США  
Карта: Тим Гулден



ты с помощью еще одного хитроумного метода. Определив экономические регионы по уровню освещенности, он использовал данные Бюро по регистрации патентов и товарных знаков США, которое фиксирует местонахождение каждого изобретателя, регистрирующего патент в Соединенных Штатах. Но, поскольку американские данные сфокусированы на патентах, выданных гражданам США, а также жителям других стран, которые получили патенты в США, Гулден далее использовал данные Всемирной организации интеллектуальной собственности, чтобы оценки для каждого места по всему миру были более точными<sup>8</sup>.

Наша карта мировых инноваций ясно показывает, что мир делится на инновационные пики и равнины. Лидерами (высочайшие пики) являются регионы-метрополии вокруг Токио, Сеула, Нью-Йорка и Сан-Франциско. Обращают на себя внимание Бостон, Сиятл, Остин, Торонто, Ванкувер, Берлин, Париж, Стокгольм, Хельсинки, Осака, Сеул, Тайбэй и Сидней. В отдельных точках Китая и Индии по мере того, как развиваются экономики этих государств, также появляются инновации. Ряд городов в этих странах накапливают заметный инновационный потенциал, хотя до высочайших пиков на карте им далеко. Так, в Индии Бангалор производит примерно столько же патентов, как Сиракьюс в штате Нью-Йорк, а Хайдерабад сравним с Нэшвиллом. В Китае Пекин производит примерно столько же патентов, сколько Сиятл или Феникс, а Шанхай — столько же, сколько Торонто или Солт-Лейк-Сити. Наши собственные оценки показывают, что объем инноваций в этих городах вырос в четыре раза с 1996 по 2001 год и, вероятно, рос еще быстрее в последующие годы. Судя по всему, Пекин и Шанхай готовы войти в число глобальных инновационных центров.

Возможно, этот тренд формируется за счет США, которые долго зависели от инновационных и предпринимательских способностей иммигрантов из Индии и Китая. Детальное исследование Анны-Ли Саксенян из Калифорнийского университета в Беркли показало, что в 1980–1999 годах индийские и китайские предприниматели запустили 25% стартапов в Кремниевой

долине, получив 17 миллиардов долларов прибыли в год и создав 58 тысяч рабочих мест<sup>9</sup>. К 2005 году их доля увеличилась до 30%.

Но карта показывает, что в мире есть еще две дюжины мест, производящих большую долю инноваций. В этих регионах сложились экосистемы, состоящие из передовых университетов, влиятельных компаний, гибких рынков труда и венчурного капитала, внимательного к нуждам коммерческих инноваций, — а таких экосистем немного.

Неравномерность коммерческих инноваций проявляется и в их финансировании. Венчурный капитал в виде фондов, инвестирующих в высокотехнологичные компании, также географически сконцентрирован. В США основной его центр — Кремниевая долина, центры поменьше есть в Бостоне, Нью-Йорке и некоторых других городах. Согласно исследованию эксперта по технологиям Мартина Кенни из Калифорнийского университета в Дэвисе, за пределами Северной Америки перспективными считаются несколько мест в Европе, Индии, Китае и Израиле<sup>10</sup>. Но, несмотря на сравнительно ограниченное число «горячих точек», в которых присутствует венчурный капитал, венчурные инвесторы часто применяют «правило двадцати минут». Они считают, что вложения с высоким риском оправданны, только если компании, в которые вкладывается инвестор, находятся не более чем в двадцати минутах езды от офиса инвестора. Даже те высокотехнологичные компании, чьи товары и услуги связаны с междугородной связью, не считаются достойными вложений, если физически они находятся слишком далеко. Это не значит, что инвесторы не делают исключений, но, если учесть практические аспекты венчурного финансирования, близость к клиентам, инвесторам и коллегам становится приоритетом. Правило двадцати минут отчасти объясняет, почему так много стартапов, основанных в других местах, в конце концов переезжает в Кремниевую долину. А на мировом рынке IPO летом 2007 года доминировали всего три города: Лондон (51 миллиард долларов), Нью-Йорк (46 миллиардов долларов) и Гонконг (41 миллиард долларов)<sup>11</sup>.

## УЧЕНЫЕ-ЗВЕЗДЫ

Научные открытия — источник многих технологических инноваций — также сконцентрированы и распределены неравномерно. Места, в которых делаются значительные открытия, можно по пальцам сосчитать; в основном они находятся в США и Европе.

Четвертая наша карта (рисунок 2.4) показывает местонахождение 1200 самых цитируемых ученых в ведущих областях знания. Она основана на данных, которые впервые собрал географ и урбанист Майкл Бэтти из Университетского колледжа Лондона<sup>12</sup>. Исследование Национального бюро экономических исследований, выполненное в 2006 году Линн Закер и Майклом Дарби, дало схожие результаты. Проследив за перемещениями более чем 5 тысяч ведущих ученых и инженеров из 179 регионов США и 25 стран в 1981–2004 годах, Закер и Дарби обнаружили, что в основном ученые концентрировались на Восточном (Бостон, Нью-Йорк, Вашингтон–Балтимор) и Западном (Сан-Франциско, Лос-Анджелес, Сиэтл) побережьях США, в Чикаго и некоторых других регионах США, а также в крупнейших городах Европы (Лондон, Амстердам, Париж), Японии и в ряде других мест<sup>13</sup>.

Обратите внимание на сходство третьей и четвертой карт. Коммерческие инновации и научное развитие в равной степени подвержены концентрации, и на экономической карте мира есть места, где обе эти тенденции выражены явно. Но не везде они представлены одинаково интенсивно. Некоторые города Восточной Азии, особенно японские, активно внедряют коммерческие инновации, но все еще сильно зависят от научных прорывов, сделанных где-то еще. Аналогично, другие места преуспевают в науке, но отстают в коммерческом внедрении ее достижений.

Если посмотреть на все четыре карты, можно заметить любопытную вещь. По мере того как мы добавляем слой за слоем — плотность населения, экономическую активность, инновации, — концентрация становится все более выраженной. Для начала, высокая концентрация населения: большинство людей в мире живут в больших городах, число которых относительно невелико. Но распределение экономической активности еще более неравно-



Рисунок 2.4. Ведущие ученые в мире пиков

Источник: Майкл Бэпти, Центр пространственного анализа Университетского колледжа Лондона

Карта: Тим Гулден

мерно: здесь многие места достойны только беглого упоминания, несмотря на свое большое население. Инновации и ведущие ученые сосредоточены в еще меньшем числе мест.

По мере того как вы поднимаетесь по лестнице экономического развития от производства базовых товаров к внедрению серьезных инноваций, мир становится все более и более неравномерным.

Как мы увидим дальше в главе 4, географическая концентрация особенно важна для инноваций. Идеи витают свободнее, лучше оттачиваются и могут быть реализованы быстрее, если инноваторы, разработчики и инвесторы постоянно поддерживают контакт друг с другом как на работе, так и в свободное время. Креативные люди кластеризуются не только потому, что любят находиться вместе, или потому, что все они внезапно предпочли удобные космополитичные центры с большим выбором развлечений, хотя оба этих объяснения тоже справедливы. Креативные люди и компании кластеризуются из-за больших производственных преимуществ, которые дают эффект масштаба и обмен знаниями, возможный в условиях компактного проживания и расположения.

Итак, хотя «инновации возможны без эмиграции», географическая концентрация остается их необходимым условием. Инновации, экономический рост и благосостояние по-прежнему наблюдаются в местах, привлекающих критическую массу креативных умов. Поскольку глобализация повышает отдачу от инноваций, позволяя быстрее доставлять инновационные продукты и услуги потребителям по всему миру, инновационные центры становятся все более привлекательны для самых ярких умов планеты. Все это лишь усиливает глобальную неравномерность распределения экономической активности.

## ПИКИ И РАВНИНЫ

В прошлом города одной страны или одного региона конкурировали за инвестиции и талантливых людей с другими городами той же страны или того же региона. Теперь соревнуются друг

с другом места по всему миру. И самая острая конкуренция — за умных, предприимчивых людей, склонных к инновациям.

В ландшафте мира пиков можно выделить четыре типа мест.

— В первую группу входят сравнительно немногочисленные места, где рождаются инновации. Это самые высокие пики. Они притягивают одаренных людей со всего света, генерируют новое знание и производят львиную долю мировых инноваций. Благодаря всевозрастающей эффективности международных коммуникаций и перевозок идеи циркулируют между этими местами легко и непрерывно.

— Вторая группа включает регионы, которые пользуются чужими инновациями и чужой креативностью, часто импортируемой, для производства товаров и услуг. Это растущие пики. Некоторые из них (Дублин, Сеул, возможно, также Сингапур и Тайбэй) превращаются в места, которые не только используют знание, но и генерируют его. Впрочем, большинство таких мест функционирует в глобальной экономике XXI века прежде всего в качестве центров материального производства и сервиса. От Гвадалахары и Тихуаны до Шанхая и Филиппин, люди в таких регионах работают на фабриках и отвечают на звонки, обслуживая подлинные двигатели инноваций.

— Третья группа состоит из мегаполисов развивающегося мира, в которых концентрация населения высока, но экономическая активность недостаточна, чтобы прокормить такое количество людей. Многие из этих мегагородов обезображены огромными «глобальными трущобами», где живут нищие и бездомные, общественная и политическая обстановка там очень нестабильна, а экономической активности почти нет. Такие места, которые все более отрываются от глобальной экономики, мешают радоваться тому, что мир стал плоским, — «плоский» он лишь для везучего меньшинства<sup>14</sup>.

— Наконец, в мире пиков есть большие равнины — сельские территории и обширные пространства, которые почти не связаны с мировой экономикой, где концентрация населения невелика, а экономическая деятельность выражена слабо.

За последние два десятилетия мир не стал более плоским, — основное различие в том, что пики теперь сильнее разбросаны по миру, причем число уже имеющих или растущих пиков (центров производства и сервиса) увеличивается, а сами они смещаются. Большую часть XX века львиная доля мировой экономики (и инновационных пиков) приходилась на США, и потягаться с ними могли разве что отдельные места в Европе и Японии. Но с тех пор США лишились ряда пиков, поскольку утратили свое значение такие индустриальные столицы, как Питтсбург, Сент-Луис и Кливленд. В то же время выдвинулись вперед различные регионы Европы, Скандинавии, Канады и Тихоокеанского региона.

Кто-то скажет, что мир сегодня кажется плоским из-за сокращения экономической и социальной дистанции между пиками. Люди, живущие в пиковых местах, часто связаны с жителями аналогичных мест теснее (даже если между ними полмира), чем со своими ближайшими соседями. Упрочению этих верхушечных связей способствует высокая мобильность креативного класса, численность которого во всем мире составляет около 150 миллионов человек. Эти люди вовлечены в глобальную технологическую систему и глобальный рынок труда, что позволяет им свободно мигрировать между городами-лидерами. Хотя сам по себе мир отнюдь не плоский, он может казаться таким привилегированному меньшинству из-за плотности связей, соединяющих пики.

Исследование, выполненное в Брукингском институте демографом Робертом Лэнгом и урбанистом Питером Тейлором, посвящено соединительной ткани, связывающей воедино мировые пики, а также растущей экономической и социальной дистанции, отделяющей пики от равнин<sup>15</sup>. Лэнг и Тейлор выделили сравнительно небольшую группу взаимосвязанных городов-лидеров — Лондон, Нью-Йорк, Париж, Токио, Гонконг, Сингапур, Чикаго, Лос-Анджелес и Милан. Также была выделена более крупная группа агломераций, которые слабее связаны с мировой экономикой.

Статья о глобальных финансовых рынках в журнале The Economist за 2007 год содержит схожие выводы. Хотя технологический бум значительно упростил международные финансовые операции, крупнейшие финансовые центры мира более, чем когда-либо, кластеризованы и оторваны от других центров. Автор статьи задается вопросом: «С чего финансистам жить и работать в забитых пробками городских джунглях с их дороговизной? Благодаря широкополосному интернету, мобильным телефонам и Blackberry они могут работать практически откуда угодно». Но Лондон, Нью-Йорк и Токио, как и растущие центры вроде Гонконга и Сингапура, все крепче держат мировые финансы в кулаке. «В отличие от средневековых городов-государств, обнесенных стенами, нынешние финансовые центры все больше зависят от связей друг с другом, — продолжает автор статьи. — Технологии, мобильность капитала и повсеместное дерегулирование рынков создали оживленную, быстро растущую сеть. Пока один город спит, другой бодрствует, так что торговля ведется круглосуточно. Число сделок между финансовыми центрами в последнее время выросло, поскольку инвесторы диверсифицировали регионы и виды активов»<sup>16</sup>. Вот очередное доказательство взаимосвязанности пиков, оборотной стороной которой является растущий экономический и социальный разрыв между ними и остальным миром.

Концепция мира пиков предполагает совсем другие геополитические и экономические выводы, нежели идея «плоского мира». Последняя утверждает, что развивающиеся области могут с легкостью встроиться в существующую систему. Несомненно, развивающиеся экономики типа Индии или Китая обладают ценовым преимуществом, опытом в высоких технологиях и предпринимательской энергией, что позволяет им эффективно конкурировать с производящими отраслями и традиционными сервис-центрами. В теории плоского мира трудности, возникающие из-за все большего выравнивания игрового поля, бьют прежде всего по развитым странам, так как не только материальное производство, но и рабочие места в высокотехнологичных отраслях



вроде разработки программного обеспечения и финансовых услуг выводятся оттуда за границу.

Эта теория скрывает от нас куда более коварные проблемы, вызревающие в мировой экономике, и, что еще хуже, не дает политикам способов их разрешения. Нельзя больше думать о мире в традиционных оппозициях «богатые — бедные», «развитые — развивающиеся». Насколько можно заглянуть в будущее, глобальная политика будет зависеть от нарастающего напряжения между стремящимися вверх пиками, уходящими на дно «равнинами» и нестабильными «возвышенностями». В этом ракурсе нарастающие противоречия и разрывы можно рассматривать как несколько пересекающихся линий фронта. Растет напряжение между «имущими» инновационными регионами, которые привлекают талантливых людей, и регионами «неимущими», из которых таланты экспортируются. Среди городов второго эшелона (от Детройта до Нагои и Бангалора) разворачивается потенциально опустошительная борьба за рабочие места, людей и инвестиции. В мире быстро углубляется неравенство — даже в самых процветающих и инновационных региональных центрах.

Заваривается опасная каша, куда более губительная, чем «плоский мир», описанный Фридманом; складывается ситуация куда более ненадежная, чем старое доброе противостояние бедных и богатых. Вопреки знаменитому тезису Сэмюэля Хантингтона, который противопоставлял так называемые современные иудеохристианские ценности «отсталым» мусульманским, мы стали очевидцами не конфликта цивилизаций, а углубления экономической пропасти между пиками и равнинами. Сегодня большая часть мировых конфликтов — даже тех, что, казалось бы, не связаны с экономикой, — коренится в невидимых силах мира пиков.

Больше десяти лет назад политический мыслитель Бенджамин Барбер пророчески писал, что рост глобальной экономики, которую он окрестил словом McWorld («МакМир», мир «Макдоналдса»), оказался настолько сильным и всеохватным, что это вызовет мощную обратную реакцию<sup>17</sup>. Эта тенденция, которую

он называл «джихадом», питается тревогой и страхами миллионов и миллионов людей, чьи социальные группы или «племена» напуганы безличной силой глобализации. Лишенные образования, квалификации или мобильности, эти люди не в силах влиться в глобальную экономику и становятся пленниками мест, которые все больше и больше отстают в своем развитии.

Неудивительно, что пиковая глобализация несет опустошение переходным и развивающимся экономикам. Быстрый рост китайской экономики в последние 10 лет вывел эту страну в первые ряды игроков мирового экономического процесса. Китай все чаще воспринимают как «всемирную фабрику», основной центр производства и поле для аутсорсинга ведущих мировых компаний. Эксперты отмечают, что Китай быстро поднимается по лестнице креативного развития, расширяя штат ученых, развивая университеты и привлекая лучших специалистов в области высоких технологий.

Но выдающийся рост китайской экономики обеспечивают лишь несколько быстро развивающихся регионов, которые привлекают большинство талантливых людей, создают основной объем инноваций и производят основную часть впечатляющего богатства этой страны. Умы там сконцентрированы в нескольких пиковых центрах — Шанхае, Шэньчжэне, Пекине, — каждый из которых представляет собой целый мир, далекий от обширных нищих сельских областей. На десять богатейших регионов Китая приходится всего 16% населения страны, зато почти 45% университетов, готовящих интеллектуальную элиту, и 60% технологических инноваций<sup>18</sup>.

Китай — пример растущего классового неравенства, от которого страдают быстро развивающиеся экономики. В его крупнейших городах живут 560 миллионов людей, это динамичные, инновационные, космополитичные места. Деревня, в которой живут 750 миллионов человек, остается в кильватере, хотя составляет большую часть страны. Согласно детализированному опросу, проведенному Институтом Гэллага в 2006 году, средний доход домохозяйства в городском Китае был в два с поло-

виной раза выше, чем в деревенском, и почти удвоился по сравнению с 1999 годом. По нашим собственным расчетам, жители ведущих мегарегионов Китая в три с половиной раза богаче, чем остальное население страны. «В Шанхае обычный представитель среднего класса живет лучше, чем в США, а в деревне, прямо за городской чертой, люди живут в условиях, которые нельзя назвать иначе, как доисторическими» — так резюмировал ситуацию один мой китайский студент. Его впечатления подтверждает статистика: 17% населения Китая живут менее чем на 1 доллар в день, почти половина — менее чем на 2 доллара в день, а 800 миллионов крестьян не могут показаться врачу.

Эта пиковость, неровность китайской экономики дает о себе знать в политических делах государства. В 2005 году в китайской деревне произошло, по оценочным данным, 87 тысяч восстаний и демонстраций, что вполтину больше, чем в 2003-м<sup>19</sup>. В ответ правительство страны стало внедрять новые механизмы управления — например, проекты развития бизнеса, образования и здравоохранения в сельской местности, — чтобы справиться с растущим социально-экономическим разрывом<sup>20</sup>. Впрочем, перспективы преодоления этого разрыва весьма сомнительны. По мере того как пики китайской экономики благодаря международным связям становятся все более похожи на своих зарубежных конкурентов, деревня и ее население обречены на отставание.

Но все это меркнет в сравнении с нарастающей болью, которую испытывает индийская беднота. Отрыв экономических пиков Индии — агломерации Бангалора, Хайдерабада, Мумбаи и частично Нью-Дели — от остальной густонаселенной страны усиливается. По замечанию Рафика Доссани (Стэнфордский университет), быстро растущим отраслям индийской экономики — а это технологии и бизнес-сервис — недостает той обширной базы наемных работников, которой располагают китайские производители<sup>21</sup>. Пока Индия не придумает, как обеспечить работой неквалифицированное население, глобализация будет лишь усугублять внутреннее экономическое, политическое и социальное разделение страны.

Ответная реакция на глобализацию выплескивается за пределы растущих экономик. За то, что в 2005 году население Франции и Нидерландов отвергло конституцию Евросоюза, ответственные низкоквалифицированные сельские и городские рабочие, которые испытывают понятный страх перед глобализацией и интеграцией. Живя в развитом мире, они, тем не менее, чувствуют себя брошенными и отстающими.

Пиковая глобализация стоит также за политической и культурной поляризацией США, где экономические и социальные пропасти между инновационными метрополиями, встроенными в систему глобальных связей, и остальной частью страны все увеличиваются. Как показывают мои подсчеты, наиболее пиковые, самые инновационные центры в США — например, Кремниевая долина, Бостон и «исследовательский треугольник» в Северной Каролине — могут «похвастаться» также высочайшим в стране уровнем неравенства.

Эта же «пиковость» играет ключевую роль в увеличении разрыва между двумя полюсами рынка недвижимости (подробнее об этом речь пойдет в главе 8). В таких городах, как Лондон, Нью-Йорк, Сан-Франциско и Гонконг, жилье дорожает, а в других районах тех же стран цены переживают стагнацию или спад.

Оставаясь незамеченной, эта искусственно культивируемая тревога перед лицом пиковой глобализации уже породила потенциально гибельный политический ответ на мировой вызов инноваций. Питаемые беззащитностью, страх, злоба и ressentiment поднимаются оттуда, куда все глубже и глубже проваливаются не нашедшие себе места на пиках. Вдобавок лучшие, умнейшие люди уезжают из этих стран. И нет недостатка в самовлюбленных фанатиках — что в сельской Пенсильвании, что во французских деревнях, что в Восточной Европе или на Ближнем Востоке, — которые подпитывают эти страхи ради политической выгоды.

Если все это напоминает мир по Гоббсу, то потому, что глобализация вкупе с бедностью на фоне изобилия дали старт новому процессу географической сортировки, который разделяет

экономические и социальные классы как в национальном, так и в глобальном масштабе. В нынешнем мире пиков социальные связи подвергаются эрозии — и внутри отдельных стран, и между ними. Неудивительно, что мы обнаруживаем себя во все более раздробленном глобальном сообществе, неуклонно растущая часть которого готова возвысить свой голос против — а то и низвергнуть — тех, кого воспринимает как экономическую элиту мира.

Не то чтобы теория плоского мира была всецело ошибочной. Мир явно становится более взаимосвязанным. Производится больше благ, чем когда-либо раньше; в целом богатство растет. В среднем у людей по всему миру все больше возможностей присоединиться к глобальной экономике. Но большинству людей нет дела до обобщений — они справедливо беспокоятся о собственном процветании. Пока экономики переходного типа стремятся получить максимум от пиковой глобализации, они останутся уязвимы для ее негативных эффектов. А так как современное развитие коммуникаций делает мир меньше, а глобализация возвращает пики, те, кто застрял на «равнинах», могут своими глазами видеть вершины и растущее неравенство в распределении богатства, возможностях и образе жизни.

Таким образом, мы стоим перед величайшей дилеммой нашего времени. Экономический прогресс требует роста и укрепления пиков. Но такой рост лишь усугубляет экономическое и социальное неравенство, провоцируя политическую реакцию, которая начинает угрожать инновациям и экономическому прогрессу. Продолжая утверждать, что мир плоский, игровое поле — ровное и у каждого есть шанс, мы не можем посмотреть в глаза проблемам глобализации, которые приводят в отчаяние столь большую часть мира. Только признав, что «пиковость» нашей экономики неотделима от растущего напряжения и неравенства, мы можем начать овладевать ситуацией. Сглаживать различия между пиками и равнинами во всем мире — способствовать возвышению равнин, не принося в жертву пики, — вот, несомненно, величайший политический вызов нашего времени.

### 3. ПОДЪЕМ МЕГАРЕГИОНА

Rolling Stones знамениты на весь мир. Не сосчитать, сколько раз они объехали земной шар. Но в 2006 году они включили в свое кругосветное турне новый пункт — Шанхай. Мик Джаггер сказал прессе: «Все мы знаем, что Шанхай — большой важный город, поэтому мы проследили, чтобы он вошел в наш маршрут». Так музыкальная группа признала то, что давно известно международным инвесторам, компаниям-производителям и инвестиционным банкирам: Шанхай совсем не похож на остальной Китай. Он не только привлекает таланты и инвестиции, но намеренно трансформируется в глобальный креативный центр: поддерживает искусства, развивает квартал ночных клубов, укрепляет космополитические связи с мировыми центрами.

Растущее различие между Шанхаем и большей частью Китая — не уникальный случай. В нем отразился широкий и мощный процесс подъема мегарегиона в качестве фундаментальной экономической единицы нашего времени. Сегодня в мегарегионе могут проживать от 5 до 100 с лишним миллионов человек; они добавляют к ВВП сотни миллиардов, а то и триллионы.

Они используют человеческую креативность в огромных масштабах и отвечают за большую часть научных достижений и технологических инноваций.

Город всегда был естественной экономической единицей (*unit*). Но в последние несколько десятилетий то, что когда-то называлось городами, что состояло из ядра, окруженного селами, а позднее пригородами, выросло в мегарегионы, включающие две или более агломерации, как, например, коридор Бостон–Нью-Йорк–Вашингтон. Мегарегион — не просто увеличен-

ная версия города. Подобно тому, как город состоит из отдельных районов, а метрополия — из центрального города и пригородов, мегарегион — новая естественная экономическая единица, которая появляется при разрастании, уплотнении и взаимном проращении агломераций.

Сегодняшние мегарегионы выполняют функции, отчасти схожие с функциями великих городов прошлого, — аккумулируют таланты, производственные мощности, инновации и рынки. Но мегарегионы делают это в значительно больших масштабах. Раньше города были частью национальных систем — нынешние города глобализация включила во всемирную конкуренцию. Когда распределение экономической активности приобрело глобальный характер, глобальной стала и система городов, а это значит, что теперь города состязаются между собой в глобальном масштабе. Следовательно, функция подлинных двигателей глобальной экономики переходит от городов к более крупным и более конкурентоспособным экономическим единицам — мегарегионам.

### ЕДИНСТВЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЕДИНИЦА, КОТОРАЯ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

Об экономическом росте и развитии принято думать в терминах национальных государств. Классики экономической теории Адам Смит и Дэвид Рикардо утверждали, что национальное государство является движущей силой экономического роста. Согласно знаменитой теории Рикардо, у разных стран есть стимул специализироваться на различных видах производства, так как это позволит им приобрести и сохранить «сравнительное преимущество» перед другими<sup>1</sup>.

Многие специалисты по экономической истории считают, что сельские поселения перерастают в города, а города — в национальные государства. На самом деле экономическая активность — ремесло, торговля, инновации — всегда возникала в городах. Города, а теперь мегарегионы, всегда были главными двигателями экономического роста и развития.

Первой поняла это великая урбанистка Джейн Джекобс, из работ которой наиболее известен полный язвительной критики труд «Смерть и жизнь больших американских городов»; еще две ее важные книги, «Экономика городов» и «Города и богатство наций», менее популярны<sup>2</sup>. В «Экономике городов», опубликованной в 1969 году, Джекобс опровергает старую теорию о том, что города начали возникать лишь после того, как земледелие стало достаточно продуктивным, чтобы производить излишки пищи сверх необходимого для выживания. По мнению Джекобс, первые города формировались вокруг зачаточных рынков дикорастущих злаков и дичи, после чего их жители открывали для себя сельское хозяйство с его экономическими выгодами. Даже те виды деятельности, которые традиционно считаются деревенскими, возникали в городах и лишь затем проникали в их окрестности. Джекобс указывала, что усовершенствования в технике земледелия делались горожанами и только потом их перенимали жители сельской местности. Например, механическая жатка была изобретена и совершенствовалась в городах и там же применялась до тех пор, пока не оказалась в деревне, произведя там революцию. Чтобы проиллюстрировать этот свой тезис, Джекобс описала, как задержка в развитии городов в Ирландии 1840-х годов помешала стране оправиться от голода.

«Не было портов, чтобы принять присланное в качестве помощи продовольствие... Не было мельниц, чтобы смолоть присланное зерно. Не было механиков, инструментов, оборудования, чтобы построить мельницы. Не было печей, чтобы испечь хлеб. Не было способов распространить информацию о том, как выращивать какие-либо культуры, кроме картофеля. Не было возможности раздать семена других культур и сельскохозяйственные орудия, которые были нужны для перехода к новым культурам».

В столь ужасное положение, продолжает Джекобс, ирландцев поставила железная хватка британских властей: «Но сама суть этого подчинения — и причина того, что оно оказалось настолько успешным и сделало ирландцев настолько беспомощными, —



состояла в систематическом подавлении городской промышленности, принципиально не отличавшемся от того, какое Англия тщетно пыталась навязать промышленности маленьких городов в американских колониях».

По мнению Джекобс, динамичный город интегрируется с прилегающими территориями и превращается в настоящую агломерацию, «город-регион». По мере того как созданные в городе технологии и инновации революционизируют близлежащий сельскохозяйственный район, жители этого района переезжают ближе к городу и ищут работу на производстве. Город производит больше продукции, появляется больше средств для развития инфраструктуры и городской среды, а также для распространения новых технологий и инноваций в его окрестностях.

Сравнительное преимущество, как его понимал Рикардо, сегодня все еще имеет значение, но национальные границы больше не определяют экономики. Напротив, появился мегарегион как новая *естественная* экономическая единица. В отличие от национального государства и его провинций это не артефакт искусственных политических границ — это результат взаимопритяжения центров инноваций, производства и потребления. Сегодня мегарегионы, представляющие собой агломерации соседних городов вместе с пригородами, простираются далеко за пределы отдельных городов и районов.

В 1957 году экономический географ Жан Готтманн впервые употребил термин «мегалополис» для описания формирующегося экономического узла между Бостоном и Вашингтоном<sup>3</sup>. Этот греческий по происхождению термин (дословно «очень большой город») впоследствии применялся к ряду других регионов, включая длинный калифорнийский коридор между Сан-Франциско и Сан-Диего, обширный мегаполис на Среднем Западе США (Чикаго–Детройт–Кливленд–Питтсбург) и бурно развивающийся регион Японии Токио–Осака.

В 1993 году влиятельный японский эксперт по стратегическому менеджменту Кэнъити Омаэ написал для Foreign Affairs статью, в которой утверждал, что естественные экономические

зоны («регионы-государства») отбирают у национальных государств функцию организующих экономических единиц мира, которому он дал знаменитое определение «мир без границ»: «Границы регионов-государств могут совпадать или не совпадать с границами наций-государств. Это не важно. Это не имеющий значения результат исторической случайности. Их определяет не положение политических границ, а тот факт, что они обладают подходящими размерами и масштабом, чтобы стать подлинными, естественными единицами бизнеса в современной глобальной экономике. Именно их границы и связи между ними имеют значение в мире без границ»<sup>4</sup>.

Но не все крупные города успешно функционируют в качестве мегарегионов. Калькутта и Дели огромны, но бедны. Омаэ пишет, что они «не обращаются — или не могут обратиться — к глобальной экономике за решениями своих проблем или за ресурсами, которые заставили бы эти решения работать».

Здесь Омаэ говорит важную вещь. Экономический рост не сводится к росту населения. Такие мегагорода существенно отличаются от настоящих мегарегионов, в которых помимо многочисленного населения есть большие рынки, значительные производственные мощности, существенная инновационная активность и высокообразованные кадры.

Рассматривать экономический рост и формирование богатства только через призму данных о национальных государствах неправильно, поскольку национальные границы мало что значат для локализации экономической активности. Деньги и капиталы стремятся туда, где больше отдача, а люди переезжают туда, где у них больше возможностей. Конечно, следствием этого становится бóльшая интеграция глобальной экономики. Но это также значит, что таланты и капиталы концентрируются там, где возможности быть продуктивным и получать отдачу наиболее высоки.

Национальные границы значат все меньше и для культурной идентичности. Все мы знаем, насколько различны между собой могут быть два города, которые находятся в одном штате,

в одной провинции и уж тем более — в одной стране. Места, расположенные на условных равнинах, не только отстают в экономическом развитии; в культурном плане они также все больше отличаются от соседних мегарегионов. Растущее напряжение, которому сопутствует все более явное экономическое неравенство, усиливает всемирный разрыв между имущими и неимущими, между городскими «умниками» и сельскими жителями.

В то время как города, находящиеся в границах одного национального государства, разбегаются все дальше, физически удаленные один от другого мегарегионы сближаются. Чем больше общего у двух мегарегионов в финансовом смысле, независимо от расстояния или исторических связей между ними, тем более вероятно, что у их жителей разовьются схожие нравы, культурные вкусы и даже политические предпочтения. Это справедливо не только для Нью-Йорка и Лондона, благодаря сходству которых появилась аббревиатура «НьюЛон» (*NyLon*); возможно, даже у Нью-Йорка и Шанхая больше общего, чем, например, у Нью-Йорка и Луисвилла<sup>5</sup>.

### МЕГАКАРТИРОВАНИЕ

Итак, давайте копнем глубже и, оставив на поверхности политическую географию, посмотрим на более реалистичный портрет глобальной экономики.

Ряд экспертов скорректировали идеи Готтманна и Омаэ в соответствии с новыми эмпирическими данными и нанесли на карту очертания и размеры мегарегионов в США и за их пределами. Роберт Лэнг и Доун Дхавале из Политехнического университета Виргинии обнаружили, что в десяти мегарегионах, которые заправляют экономикой США, проживают почти 200 миллионов человек, что составляет больше двух третей населения страны, и это число увеличивается намного быстрее, чем численность населения США в целом<sup>6</sup>.

Еще и сегодня мы сравниваем размеры и рост экономики США с параметрами экономик их давних конкурентов — Герма-

нии, Японии — или с параметрами переходных экономик (Индия, Китай). Национальные границы диктуют нам, как измерять объем производства и производительность, подсчитывать население, оценивать инновации и делать выводы о масштабах роста. Все — от международных организаций и информагентств до глобальных финансовых компаний — ограничены одним и тем же набором данных.

К счастью, Тим Гулден предложил остроумное решение. Он использовал спутниковые снимки ночной Земли (о них шла речь в прошлой главе), чтобы распознать мегарегионы, которые выглядят как сплошь освещенные области. Основываясь на этих результатах, он смог отделить крупные области экономической активности от меньших центров. Далее он скомбинировал данные об освещенности с результатами других эконометрических исследований, откалибровал показатели в соответствии с имеющимися оценками объемов национального и регионального продукта и таким образом получил оценки экономической активности каждого мегарегиона в мире (СРП)<sup>7</sup>. Гулден любит говорить, что мегарегион — такое место, которое можно насквозь пройти пешком, от края до края, не имея при себе ничего, кроме некоторой суммы денег, и при этом ни разу не испытать ни голода, ни жажды.

Я понял всю важность этих ночных снимков, когда летел из Колумбии (в Южной Каролине) в Торонто поздно ночью в конце 2007 года. Когда мы покинули Колумбию, расположенную в сердце мегарегиона Шарланта (Шарлотт–Атланта), яркие огни можно было видеть в течение минимум сорока пяти минут. Потом около часа небо было темным, пока мы не долетели до Буффало, расположенного на окраине мегарегиона Тор–Буфф–Честер (Торонто–Буффало–Рочестер). Была глубокая ночь, но облака впереди на горизонте были освещены так ярко, как будто занимался день.

Строго говоря, мегарегион определяется по двум критериям. Во-первых, это должна быть сплошная освещенная область, содержащая более одного крупного города или метрополии. Во-вто-

рых, показатель СРП для этой области должен составлять не меньше 100 миллиардов долларов. Этому определению в мире удовлетворяют ровно 40 мегарегионов (см. Приложение А). Вот кое-какая важная статистика.

1. Крупнейшие мегарегионы по населению:

— в 10 крупнейших мегарегионах живут 666 миллионов человек, что составляет 10% населения мира;

— в 20 крупнейших мегарегионах живут 1,1 миллиарда человек, что составляет 17% населения мира;

— в 40 крупнейших мегарегионах живут 1,5 миллиарда человек, что составляет 23% населения мира.

2. Данные об экономической активности еще более поразительны:

— 10 крупнейших по производительности (СРП) мегарегионов мира, в которых проживают 416 миллионов человек (6,5% населения мира), обеспечивают 43% экономической активности (13,4 триллиона долларов) и 57% патентов на инновации, здесь работают 53% наиболее цитируемых ученых;

— 20 крупнейших по производительности мегарегионов, где проживают 10% населения, ответственны за 57% экономической активности и 76% патентов на инновации и работу 76% наиболее цитируемых ученых;

— 40 крупнейших по производительности мегарегионов, где проживают 18% населения мира, обеспечивают 66% экономической активности, 86% патентов и 83% наиболее цитируемых ученых.

Теперь рассмотрим более детальные карты некоторых важнейших мегарегионов мира.

### СОЕДИНЕННЫЕ МЕГАРЕГИОНЫ АМЕРИКИ

На первой карте отмечены мегарегионы, из деятельности которых состоит экономика Северной Америки; она, помимо прочего, дает понять, сколь ошибочно считать, будто экономику США творят пятьдесят штатов (см. рисунок 3.1). В действительности



Рисунок 3.1. Мегарегионы Северной Америки

Карта: Тим Гулден и Райан Моррис

ядро экономик США и Северо-Американского континента определяется примерно дюжиной мегарегионов, которые захватывают Канаду и частично Мексику и производят основную долю национального продукта.

Как показывает карта, крупнейшие мегарегионы сосредоточены на побережьях. Босваш, который протянулся на более чем 800 километров вдоль Восточного побережья от Бостона через Нью-Йорк в Вашингтон, занимает в мире второе место по объему продукции, уступая только Большому Токио. В 1957 году, когда Готтман впервые выделил этот регион, здесь жили 32 миллиона человек. Сегодня население составляет около 54 миллионов —

это больше 18% всего населения Америки. Регион производит продукции на 2,2 триллиона долларов и мог бы войти в число крупнейших национальных экономик мира. Несмотря на разнообразие видов деятельности, экономика региона имеет свои сильные стороны и специализацию. Нью-Йорк сосредоточен на финансах и бизнес-сервисе, а также на сфере искусства и культуры. Бостон известен своими биотехнологиями и образовательными ресурсами. Массмедиа, стратегическая разведка и биотехнологии кластеризуются в Вашингтоне, округ Колумбия, и вокруг него.

Южнее Босваша находится мегарегион Шарланта, где живут 22 миллиона человек и производится продукция на 730 миллиардов долларов (СРП). В этом мегарегионе находятся притягивающая одаренных людей Атланта (ее можно назвать штаб-квартирой региона), Шарлотт (главный финансовый центр) и «исследовательский треугольник» в Северной Каролине — технологическая столица Шарланти.

Еще дальше к югу лежит крупный мегарегион в Южной Флориде, в который входят Майами, Орlando и Тампа, — там живут 15 миллионов человек и выпускается продукция на 430 миллиардов долларов. Среди сильных сторон этого региона — центральное положение Майами в латиноамериканской банковской системе и сфере инвестиций, а также в индустриях развлечений и дизайна; в Орlando сосредоточен значительный потенциал индустрии развлечений и искусства, там же находится Всемирный центр отдыха Уолта Диснея, из которого вышла едва ли не вся поп-культура.

Еще три важных мегарегиона расположены на Западном побережье. Крупнейший из них, где живет 21 миллион человек и производится продукция на сумму 710 миллиардов долларов (СРП без учета государственной границы), простирается от Лос-Анджелеса через Сан-Диего до мексиканского города Тихуана. Лос-Анджелес господствует в сфере кинопроизводства, развлечений и поп-культуры. Это также важный порт и центр притяжения компаний, работающих в сфере финансов, банковских услуг

и технологий. В Сан-Диего развиваются информационные технологии, телекоммуникации и биотехнологии. Тихуана — один из крупнейших в мире центров производства, специализирующийся на телевидении, электронике и высокотехнологичной продукции. Все вместе это — мощная комбинация. Это один из очень немногих регионов мира, где передовые инновации и креативность сочетаются с возможностью производить товары по сравнительно низкой себестоимости.

Второй мегарегион окружает залив Сан-Франциско. Здесь проживают 13 миллионов человек и производится продукции на более чем 470 миллиардов долларов, это ведущий центр технологической индустрии и венчурного капитала, здесь же расположена группа всемирно известных университетов, каждый из которых имеет свою специализацию: Стэнфорд и Калифорнийский университет в Беркли специализируются на естественных науках и инженерии, Калифорнийский университет в Сан-Франциско — на биотехнологиях, а Калифорнийский университет в Дэвисе — на сельском хозяйстве и виноделии. Регион располагает производственными мощностями в индустрии развлечений (здесь расположены студии Pixar, Electronic Arts и Industrial Light & Magic). Разумеется, сердцем региона остается Кремниевая долина, знаменитая концентрацией технологичных производств и инноваций.

На Западном побережье также расположен мегарегион Каскадия, простирающийся от Медфорда и Портленда (Орегон) до Сиэтла и Ванкувера (Канада), насчитывающий около 9 миллионов населения, которое производит продукции на 260 миллиардов долларов (СРП). Помимо исторически обусловленного превосходства в авиационно-космической промышленности, этот регион является глобальным центром программного обеспечения и интернет-индустрии (здесь расположены компании Microsoft, Amazon и Real Networks), а также компаний, важных для формирования образа жизни потребителя (здесь находятся Starbucks, Nike, REI и Costco). Еще два мегарегиона — Денвер-Боулдер и Феникс-Тусон — производят каждый примерно по 140 миллиардов долларов СРП.



Южное побережье США тоже не сидит без дела. В огромной энергопроизводящей зоне между Хьюстоном и Новым Орлеаном живут около 10 миллионов американцев и производится 330 миллиардов долларов национального продукта. Также в Техасе находится регион, включающий Даллас, Сан-Антонио и Остин, где проживают 10 миллионов человек и производится продукция на 370 миллиардов долларов. Согласно сообщению Федерального резервного банка Далласа за 2004 год, эти мегарегионы можно рассматривать как «Техасский треугольник» поистине колоссальных размеров. Успешный авиадискаунтер Southwest Airlines начинал с челночных перевозок между этими техасскими городами. Исследователи из банка пришли к выводу, что «сочетание хьюстонского порта, роли Далласа в сухопутных перевозках, доступа к далекому Южному Техасу и Северной Мексике, который дает Сан-Антонио, а также политической столицы штата способно создать на „третьем побережье“ мегаполис, способный конкурировать с Нью-Йорком, Лос-Анджелесом и Чикаго»<sup>8</sup>.

Но глубинке не о чем беспокоиться: в сердце США тоже имеются мегарегионы. Гигантский мегарегион Чипитс, простирающийся от Питтсбурга и Кливленда к Детройту, Чикаго и Миннеаполису, охватывает больше 100 тысяч квадратных миль, здесь живут 46 миллионов человек. Чипитс выпускает продукции на 1,6 триллиона долларов (СРП) и является третьим среди мегарегионов мира.

Поблизости от него расположен другой двунациональный мегарегион. Я сам придумал для него название в 2002 году, когда выступал на конференции, посвященной будущему Буффало. Меня спросили об экономических перспективах Буффало и о том, что я мог бы посоветовать, чтобы оживить регион, и я выпалил: «Тор-Буфф-Честер!» — имея в виду, что следует поощрять интеграцию Торонто, Буффало и Рочестера. Теперь же, когда у нас есть карты мегарегионов, я вижу, что этот регион простирается куда дальше, захватывая Ватерлоо и Лондон (провинция Онтарио), идет через Торонто на восток к Оттаве, Монреалю и городу Квебек, а затем спускается к Сиракьюсу, Итаке и Утике в США.

С учетом расположения его, возможно, следовало бы называть Тор–Буфф–Лоо–Мон–Тава. Но как его ни назови, этот двунациональный мегарегион насчитывает больше 22 миллионов населения и производит продукции на сумму больше 530 миллиардов долларов, что делает его пятым мегарегионом Северной Америки и двенадцатым по величине мегарегионом в мире. Торонто — важный экономический центр с прекрасными университетами, лидирующий в сфере искусства, развлечений, дизайна и культуры; он же, возможно, готов похвастаться самым разнообразным в мире населением. Подобно Лондону, но в отличие от большинства крупных городов США, Торонто предлагает своим жителям хорошие школы, низкий уровень преступности, безопасные улицы. Жить здесь не так дорого, как в Лондоне, Нью-Йорке, Лос-Анджелесе и Сан-Франциско, благодаря чему представители разных социальных слоев здесь живут вперемешку. Поблизости расположен крупный технологический центр — Ватерлоо в провинции Онтарио, где находится компания BlackBerry. Монреаль дал миру цирк Cirque du Soleil и легендарную музыкальную сцену, откуда вышли Arcade Fire — одна из самых популярных и успешных групп начала 2000-х<sup>9</sup>. По другую сторону от границы, в США, находится Рочестер, который, несмотря на убыль населения, остается одним из ведущих мировых центров оптоэлектронного и наукоемкого производства (здесь работают Херох, Kodak и многие их ключевые поставщики).

## ЕВРОПЕЙСКИЕ МЕГАРЕГИОНЫ

Подобно пятидесяти американским штатам, страны Европы представляют собой исторические артефакты в политических границах. В реальности экономику Европы составляют около дюжины мегарегионов, ответственных за большую часть инноваций и производства на континенте (см. рисунок 3.2).

Крупнейший мегарегион Европы — огромный экономический композит, который я назвал Ам–Брюс–Тверп. Здесь живут около 60 миллионов человек и выпускается продукция на сум-



Рисунок 3.2. Мегарегионы Европы  
Карта: Тим Гулден и Райан Моррис

му около 1,5 триллиона долларов — это четвертый по величине мегарегион мира.

Следующий по размеру — британский мегарегион, включающий Лондон, Лидс, Манчестер, Ливерпуль и Бирмингем. Лондон, где живет огромное количество космополитичных представителей креативного класса, включая немалую долю выходцев из США, превращается в ведущий мировой центр финансов и креативной мысли, конкурировать с которым может только Нью-Йорк. Этот мегарегион специализируется на культурном креативе — это кино, театр и музыка. Здесь возникли почти все лучшие, самые известные группы, в том числе Beatles, Rolling Stones, Led Zeppelin и Sex Pistols. Здесь живут 50 миллионов человек и произ-

водится продукция на сумму 1,2 триллиона долларов, что делает местную экономику шестой по величине среди регионов мира.

Огромный итальянский мегарегион, включающий Рим, Милан и Турин, является ведущим центром индустрии моды и промышленного дизайна. Примерно 48 миллионов его жителей производят продукцию на сумму около триллиона долларов, благодаря чему этот регион является третьим по величине экономическим конгломератом в Европе и седьмым — в мире.

В Германии мегарегион, охватывающий Штутгарт, Франкфурт и Маннгейм, населяют 23 миллиона людей, многие из которых работают в финансах и в производстве, принося 630 миллиардов долларов (СРП).

Западнее расположен Большой Париж, авторитетный в сфере моды и «высокой культуры» (*haute culture*), где живут около 15 миллионов человек и производится продукция на сумму около 380 миллиардов долларов.

В двунациональном мегарегионе Барселион живут около 25 миллионов человек и производится продукция на сумму 610 миллиардов долларов (СРП). Хотя выходцев из Северной Европы в этом регионе долго не было, сейчас сюда в поисках работы съезжается все больше людей. Высокопоставленная сотрудница министерства торговли Нидерландов призналась мне в частной беседе, что ее тревожит перспектива переезда североевропейских компаний в теплые и красивые края с высоким кадровым потенциалом.

Завершают перечень мегарегионов Европы Вена–Будапешт (180 миллиардов долларов по СРП), Прага (150 миллиардов долларов по СРП), Лиссабон (110 миллиардов долларов по СРП), шотландский Глазбург (110 миллиардов долларов по СРП), Мадрид (100 миллиардов долларов по СРП) и Берлин (100 миллиардов долларов по СРП).

## МЕГАТИГРЫ

Азиатскую экономику также определяют мегарегионы (рисунок 3.3). Четыре из них находятся в Японии, в том числе два

крупнейших в мире. Большой Токио, где проживают больше 55 миллионов человек и производится продукция стоимостью почти 2,5 триллиона долларов, является крупнейшим в мире мегарегионом и специализируется на финансах, дизайне и высоких технологиях.

Второй японский мегарегион, простирающийся от Осаки до Нагасаки, насчитывает 36 миллионов жителей, которые производят 1,4 триллиона долларов валового продукта. Его нишевая специализация — высокотехнологичные инновации и производство, от автомобилей до передовой электроники. Мегарегион Фукукюсю (Фукуока–Китакюсю) насчитывает 18 миллионов жителей и производит 430 миллиардов долларов СРП, а в Большом Саппоро живут больше 4 миллионов человек и производится 200 миллиардов долларов СРП. Границы японских мегарегионов уже расплываются. Вероятно, значительная часть Японии вскоре интегрируется в первый известный миру *супермегарегион* — одну гигантскую, экономически связную сущность с более чем 100 миллионами населения и 4,5 триллиона долларов валового продукта.

Мегарегион, простирающийся от Сеула до Пусана, насчитывает 46 миллионов жителей и производит 500 миллиардов долларов валового продукта (СРП), здесь обосновывается все больше высокоинновационных компаний с широкой специализацией — от электроники и телекоммуникаций до полупроводников и плоских дисплеев.

Тайбэй является ядром мегарегиона с населением более 20 миллионов человек и производит продукции на 130 миллиардов долларов, включая товары, подобные тем, которые выпускает его северный сосед; здесь же расположены всемирно известные производства полупроводниковых приборов.

Большой Сингапур — классический город-государство, его шестимиллионное население производит 100 миллиардов долларов валового продукта. Омаэ пишет, что Сингапур «добровольно и явно отбросил оковы национального государства, получив взамен почти неограниченную свободу вписываться в глобальную экономику». Будучи мировым центром производства нако-



Рисунок 3.3. Мегарегионы Азии

Карта: Тим Гулден и Райан Моррис

питателей информации, Сингапур также обладает сильными нишевыми индустриями в науке и технологиях, вследствие чего ведущие западные университеты стали создавать там свои филиалы. Долговременная стратегия, нацеленная на превращение города в креативный центр, окупилась: крупные инвестиции в культуру (и в «высокую», и в «уличную») сделали Сингапур

привлекательным для новаторов независимо от их интересов и стиля жизни.

В Таиланде 19 миллионов людей живут в Бангкокском мегарегионе, где производится продукции на 100 миллиардов долларов.

### МЕГАРЕГИОНЫ В ДВИЖЕНИИ

Еще большую роль играют мегарегионы в развитии так называемых переходных экономик. Несколько лет назад аналитики Goldman Sachs обозначили быстро растущие экономики Бразилии, России, Индии и Китая аббревиатурой БРИК<sup>10</sup>. Но рост и развитие государств этой четверки, а также других развивающихся экономик — от Мексики до Малайзии — протекают очень по-разному.

Движущей силой развивающихся экономик являются мегарегионы. В некоторых случаях мегарегионы обнаруживают быстрый экономический рост (тогда как остальные регионы развиваются медленно, если вообще развиваются), привлекают значительный приток населения из села и порождают огромные трущобы, где люди живут в крайней нищете. Большинство мегарегионов в странах с экономикой переходного типа оказываются источниками экономического и географического неравенства. И потому, что их экономики по сравнению с близлежащей сельской местностью процветают, и потому, что внутри мегарегионов растет разрыв между имущими и неимущими.

Например, в экономике Китая доминируют всего три мегарегиона, расположенные вдоль Восточного побережья страны. Крупнейший по населению — треугольник Шанхай–Нанкин–Ханьчжоу (более 66 миллионов населения, 130 миллиардов долларов по СРП). Севернее находится Большой Пекин (43 миллиона человек, 110 миллиардов долларов по СРП). Южнее — коридор из Гонконга в Чжэньцзян (45 миллионов человек, 220 миллиардов по СРП). Эти три мегарегиона, вместе взятые, производят 460 миллиардов долларов валового продукта, что составляет 43%

всей экономической активности страны (СРП). А если добавить сюда все мегарегионы Китая, получится, что они производят 735 миллиардов долларов (СРП), или 68% ВВП.

Благодаря обширным инвестициям в новые университеты, появлению исследований мирового уровня и почти неисчерпаемым кадровым ресурсам эти три мегарегиона, вероятно, вскоре превратятся из мировых фабрик в растущие центры инноваций и креативности. Впрочем, неясно, смогут ли китайские мегарегионы воспитать в себе открытость, толерантность и независимость, необходимые всемирным центрам.

Индийскую экономику тоже определяют мегарегионы. В мегарегионе Дели–Лахор живут больше 120 миллионов человек и производится 110 миллиардов долларов (СРП).

Еще два огромных центра в Индии находятся в состоянии преобразования в полномасштабные мегарегионы. На севере в регионе Мумбаи–Пуна живут 62 миллиона человек, производящие 60 миллиардов долларов СРП. Здесь зародилась индустрия Болливуда — крупнейшее кинопроизводство в мире, который ежегодно выпускает больше 900 фильмов.

Технологический коридор Бангалор–Мадрас в Южной Индии насчитывает 72 миллиона населения и производит 50 миллиардов долларов (СРП). Оба этих региона продолжают взрывное развитие, наращивая в год не менее чем по 10% мощностей. Поскольку наши оценки сделаны в 2000 году, резонно предположить, что оба региона уже преодолели отметку в 100 миллиардов долларов и стали полномасштабными мегарегионами. Индия, в которой есть Болливуд и бангалорские технологии, — не просто сборочный цех дешевых товаров. Престижный Индийский институт технологии стал одной из самых выдающихся инженерно-технологических школ мира; на подъеме находится индустрия моды и промышленного дизайна, а ритмы бхангры завоевывают Лондон, Торонто и Нью-Йорк. Немногие знают, что индийская индустрия видеоигр, по прогнозам, должна к концу этого десятилетия вырасти в десять раз, а анимации — втрое.



Мегарегионы играют все более важную роль и в других переходных экономиках мира. Так, в Латинской Америке более 45 миллионов людей живут в Большом Мехико и производят 290 миллиардов долларов СРП, то есть более половины национального продукта Мексики.

В Бразилии мегарегион Рио-Паоло производит 230 миллиардов долларов (больше 40% национального показателя) и насчитывает 43 миллиона жителей.

В Большом Буэнос-Айресе живут около 14 миллионов человек, которые производят 150 миллиардов долларов СРП (больше половины показателя для всей страны).

На Ближнем Востоке более 30 миллионов человек живут в гигантском мегарегионе, который охватывает Тель-Авив, Амман, Дамаск и Бейрут и производит 160 миллиардов долларов СРП.

Важно подчеркнуть, что многие из этих мегарегионов переходных экономик, несмотря на большое население и высокий уровень экономической активности, также страдают от огромного экономического и социального неравенства, а в некоторых случаях миллионы их жителей влечат жалкое существование в трущобных кварталах.

Последние две главы эмпирически и визуально подтвердили, что мир не плосок, но полон пиков, рост которых подпитывается деятельностью мегарегионов — крупных образований, состоящих из множества городов и пригородов, — которые подчас упраздняют границы национальных государств, открывая широкие пути для торговли, перевозок, инноваций и талантов.

Пока я показывал, что происходит, но не говорил, почему. Чем объясняется такая концентрация экономической активности и роста? Почему место остается критически важным фактором глобальной экономики? Как это возможно, что мощные силы торговли, охватывающей весь земной шар, и технологий, сжимающих глобус, не разрывают мировую экономику на части? Как города и регионы сохраняют физические связи перед лицом таких сил? И что именно позволяет им преодолевать столь многочисленные неблагоприятные обстоятельства?

## 4. СИЛА КЛАСТЕРИЗАЦИИ

«Если мы ограничимся лишь общепризнанными экономическими силами, города должны будут разлететься на куски», — писал в 1988 году лауреат Нобелевской премии по экономике Роберт Лукас<sup>1</sup>. Он напоминал, что, помимо прочего, «за городом земля всегда дешевле, чем внутри него». Почему же тогда люди и бизнесы не переезжают скопом туда, где издержки значительно ниже? Лукас отвечал самому себе другим столь же простым наблюдением: «За что люди платят, снимая квартиру на Манхэттене или в чикагском даунтауне, как не за то, чтобы быть рядом с другими людьми?»

Одной этой фразой Лукас поставил вопрос о *месте* в первый ряд проблем, обсуждаемых там, где речь идет о движущих силах экономического роста. Он выделил в экономике глубинную *силу кластеризации* — кластеризации людей и производительности, креативности и таланта, который управляет экономическим развитием.

Вот почему города и мегарегионы являются подлинными экономическими единицами, которые и движут мир вперед. Эти географически организованные системы производства и рынки благодаря кластеризации людских ресурсов формируют, по мнению Лукаса, социально-экономическое преимущество, какого не могут предложить другие места. Выигрыш в инновациях и производительности с лихвой окупает дороговизну жизни и издержки, сопряженные с ведением бизнеса в подобных местах.

Исследования экономического роста — область таинственная. Вплоть до недавнего времени те, кто писал об этом, уделяли мало внимания важности местоположения. В 1776 году Адам

Смит опубликовал свой труд «Богатство народов», в котором доказывал, что основной причиной преуспевания является растущее разделение труда (специализация). Проиллюстрировав свою мысль классическим примером с булавочной фабрикой, — десять работников, каждый из которых специализируется на своей операции, могут произвести намного больше булавок, чем десять булавочников, работающих поодиночке, — Смит показал, что специализация необходима для успеха предприятий<sup>2</sup>.

Примерно через четверть века Дэвид Рикардо начал формулировать собственные теории экономического богатства. Он рано умер (в 1823 году), но успел высказать идею сравнительных затрат, разрешив фундаментальную экономическую загадку, которая всю жизнь волновала Смита, — каким образом страны получают выгоду от торговли.

Построенная Рикардо теория сравнительных преимуществ описывает относительное преимущество одной страны перед другой (в ресурсах и производственных мощностях), вследствие которого обе страны получают возможность извлечь пользу из торговли. Будучи крайне упрощена, эта идея становится понятна интуитивно. Предположим, что в стране А прекрасное ткацкое производство, а в стране Б делают отличные пуговицы. Чтобы каждая из этих стран могла выпускать рубашки без особого труда (и без особых затрат), им необходимо завязать торговые отношения. Но что, если страна А обладает абсолютным преимуществом, то есть способна производить и ткань, и пуговицы, тогда как страна Б производит только пуговицы? Рикардо утверждает, что в таком случае торговля по-прежнему имеет смысл, поскольку стране А все равно выгоднее сосредоточить усилия на производстве товаров, которые не производит страна Б. Таким образом, стране А выгоднее выпускать ткани (которые можно продавать, чтобы покупать у страны Б пуговицы), чем растрачивать капитал и труд на производство пуговиц<sup>3</sup>.

Но для Рикардо, как и для Смита, нация оставалась фундаментальной экономической единицей. Однако к концу XIX века первые теоретики места начали формулировать новые идеи от-

носительно того, почему обрабатывающая промышленность кластеризуется в индустриальных центрах вроде Манчестера и Питтсбурга. Чуть позже великий экономист Альфред Маршалл выдвинул теорию, согласно которой компании и отрасли кластеризуются и агрегируются, чтобы воспользоваться экономическими преимуществами близкого соседства. (Об этом подробнее будет сказано в главе 7.)

Но, хотя экономисты и географы разрабатывали новые подходы к пониманию природы городов и кластеризации, изучение экономического роста по-прежнему сосредоточивалось вокруг предприятий и наций. По мнению большинства экономистов, города слабо влияли на экономический рост — они попросту вносили свой вклад в национальные экономики. Когда заходила речь о выявлении движущих сил экономического развития (то есть того, что именно заставляет экономики расти), исследователи продолжали игнорировать значение местоположения.

Вплоть до середины XX века господствовало мнение, что больше те экономики, в которых больше труда и капитала. Другими словами — что денег будет тем больше, чем крупнее будут заводы и машины.

Положение изменилось после Великой депрессии и Второй мировой войны, когда все больше экономистов, бизнес-лидеров и политиков стали увлекаться теорией Йозефа Шумпетера, согласно которой не размер и специализация предприятий, а новаторство и предпринимательский дух движут экономикой и порождают явления, которые Шумпетер назвал великими бурями «созидательного разрушения», — при этом стабильные системы уничтожаются и на смену им приходят новые компании и отрасли<sup>4</sup>. Шумпетер не отрицал постепенной эволюции, но призывал не недооценивать значимость создания чего-то совершенно нового. В последние годы жизни он критиковал засыле бюрократии в научно-конструкторских отделах корпораций и предсказывал, что искры изобретательства и предпринимательства, жизненно важные для духа капитализма, скоро угаснут совсем<sup>5</sup>.

В 1957 году Роберт Солоу разработал теорию Шумпетера, используя формальные инструменты эконометрики, чтобы выявить и строго измерить воздействие технологий на экономический рост<sup>6</sup>. Его модель показала, что в США примерно четыре пятых экономического роста в пересчете на одного рабочего происходят из технического прогресса, повышающего эффективность капитала и труда. Солоу утверждал, что не существует мест, обладающих постоянным преимуществом в технологиях, хотя краткосрочные преимущества формируются то тут, то там. Эта идея подразумевает, что продукты технологического развития распространяются свободно.

Новую теорию роста выдвинул в 1980–1990-х годах экономист из Стэнфордского университета Пол Ромер, который внес в идеи Солоу одно существенное изменение. Причины роста не экзогенны, инновации приходят не откуда-то извне — напротив, экономическое богатство создается тогда, когда на основе имеющихся достижений делаются новые открытия<sup>7</sup>. Технические знания не продуцируются за пределами системы, чтобы потом получить применение внутри нее, — они создаются в системе, по ходу процессов накопления новых идей и знаний, и все это оборачивается созданием новых технологий и полезной информации, служащих источником роста. Говоря словами самого Ромера, «экономический рост наблюдается всякий раз, когда люди берут те же ресурсы и упорядочивают их новым, более совершенным способом. Полезной метафорой экономической продуктивности можно считать кухню. Чтобы создать ценные конечные продукты, мы смешиваем согласно рецепту недорогие ингредиенты. Список блюд, которые мы при этом можем приготовить, ограничен перечнем имеющихся ингредиентов, а в экономике значительная часть готовки сопряжена с нежелательными побочными эффектами. Если экономический рост достигим только за счет возрастания объема стряпни, у нас в конце концов закончится сырье, а уровень загрязнения и неудобства станет неприемлем. Как бы то ни было, история показывает, что экономический рост возникает при использовании лучших ре-

цептов, а не только при увеличении объема готовки. Новые рецепты обычно вызывают меньше нежелательных побочных эффектов и позволяют получить большую экономическую выгоду на единицу сырья».

Безусловно, эти идеи важны. Но, если не считать некоторых недавних комментариев к феномену роста Кремниевой долины, новая теория роста явно не уделяет должного внимания местоположению. В ней знание тоже рассматривается как нечто свободно перетекающее с места на место. В экономической теории экономический рост рассматривался как абстрактный процесс, в котором место было не важно.

### ДЖЕЙН ГОВОРИТ

Так было, пока Лукас не вернул в рассматриваемую нами картину города и место. Для этого он обратился к ранним работам Джейн Джекобс. Лукас осознал, сколь многим он, как и другие теоретики экономического роста, обязан Джекобс, и предсказал, что ее идеи в конце концов окажутся в фокусе будущих исследований роста. «Я буду весьма последовательно придерживаться линии Джейн Джекобс, чья замечательная книга „Экономика городов“, как мне представляется, имеет непосредственное и важное отношение к внешним эффектам человеческого капитала (хотя Джекобс не пользуется этим термином)», — писал он. Позднее в своем получившем широкое хождение письме Лукас добавлял, что идеи Джекобс были настолько фундаментальны, что она, не имевшая экономического образования и даже не окончившая колледж, заслуживает Нобелевской премии.

Основываясь на базовых тезисах Джекобс, Лукас объявил мультипликативный эффект, возникающий благодаря кластеризации талантов, *первичной* детерминантой экономического роста. Он признавал, что труд, капитал и технические познания нужны и важны, но сами по себе не дадут значительных результатов, если люди не смогут собрать свои таланты, идеи и энергию в конкретных местах.

Когда люди, особенно одаренные и креативные, собираются вместе, обмениваться идеями становится легче, и как следствие их индивидуальные и совокупные способности возрастают экспоненциально, то есть конечный результат значительно превосходит сумму его слагаемых. Эта кластеризация делает каждого из нас более продуктивным, отчего место, где мы живем, в свою очередь становится еще более продуктивным, и соответственно растут коллективная креативность и экономическое богатство. Вот в чем, если коротко, состоит сила кластеризации. Одно из ее проявлений — сортировка регионов в рамках экономической иерархии. Как будет показано в главах 6 и 7, по мере того, как талантливые и образованные люди собираются в определенных регионах, рабочие места также становятся более концентрированными и специализированными. Согласно теории, когда люди кластеризуются в городах, они больше производят, следовательно, стоимость жизни в этих местах неизбежно растет и появляются те «чикагские цены на жилье», о которых пишет Лукас. Таким образом, районы и люди выстраиваются в экономическую иерархию.

Лукас высоко оценил ту идею, которую я считаю важнейшим вкладом Джекобс в исследование темы, — о центральной роли кластеризации людей и их креативности для экономического роста. Джекобс сама считала это очень существенным. Когда в 2001 году у нее спросили, в каком качестве она хотела бы остаться в памяти людей, она ответила: «Если меня будут помнить как мыслителя, действительно важного для нашего столетия, то важнейшее мое достижение — вопрос „Что заставляет экономику расширяться?“». Людей всегда занимала эта загадка. Думаю, мне удалось ее разгадать и понять, что расширение и развитие — не одно и то же. Развитие — это дифференциация, появление различий в том, что уже существует. Практически любая новация — это видоизменение чего-то уже существующего, будь то новая обувная подметка или поправки в законодательстве, — это все дифференциация. Расширение — это рост, увеличение размеров или объемов деятельности. Это другое дело»<sup>8</sup>.

Под расширением Джекобс понимает обычный вид экономического роста. Расширение означает простое увеличение производства, например увеличение производительности конвейера. Если так, то большой город (city) — просто расширенный город (town), а мегарегион — расширенный регион.

Но есть и другой, более взрывной вид экономического роста. Для Джекобс, как и для Шумпетера, этот вид зависит от инноваций, от способности не просто делать больше, а делать нечто новое. Экономическим ростом управляет не специализация. Скорее инновации, источник которых в разнообразии накопленных ресурсов. А разнообразие, по мысли Джекобс, скорее формируется в местах определенного типа. В «Экономике городов» она пишет: «Разнообразие любого рода, генерируемое крупным городом, зиждется на том факте, что в крупном городе собрано воедино великое множество людей с разнообразными вкусами, навыками, потребностями, возможностями и причудами».

В то время как компании тяготеют к специализации, места формируют огромные спектры талантов и специальностей, широкое разнообразие которых жизненно необходимо для инноваций. Это эпигенетический процесс. Города не просто увеличиваются в размере; они становятся многогранными и разнообразными. И при этом они — а не компании — являются кладями новых инноваций, создающих новую работу и новые отрасли производства. Город, по мысли Джекобс, — это комплексная самоорганизующаяся экосистема, форму которой сторонний наблюдатель не может ни предсказать, ни проконтролировать. Его разнообразие — подлинный источник инноваций и экономического роста<sup>9</sup>.

### БЫСТРЕЕ, БЫСТРЕЕ

Идеи Джекобс иллюстрируют то, каким образом место влияет на производительность и инновации. Но как же неизбежные помехи и препятствия для роста городов? Перегруженность дорог, рост преступности, недоступность жилья ожидаемо сопутствуют



городской жизни. В конечном счете они ставят труднопреодолимые барьеры для будущего развития городов.

Может показаться, что такие трудности погубят город. Однако есть убедительное междисциплинарное исследование, авторы которого приходят к противоположным выводам. Согласно выводам команды ученых, которую возглавляет Джеффри Вест из Института Санта-Фе, большие города и мегаполисы обладают неким базовым механизмом, который позволяет им преодолевать эти ограничения<sup>10</sup>.

Любой ученый скажет вам, что интенсивность метаболизма живых организмов — скорость, с которой они преобразуют пищу в энергию, — снижается по мере того, как организмы увеличиваются в размере<sup>11</sup>. Команда из Санта-Фе задалась вопросом: возможно ли, что города и мегарегионы функционируют подобно живым организмам, не являясь таковыми в буквальном смысле? Ускоряется ли их «метаболизм» по мере того, как растут население, производительность, инновации? Чтобы проверить эту идею, исследователи взяли данные, полученные в разное время в США, Европе и Китае, и изучили большой спектр характеристик — уровень преступности, распространение инфекционных заболеваний, демографические показатели, потребление энергии инфраструктурой, экономическую активность и инновации. Как можно догадаться, они обнаружили, что «общественные организации, подобно живым организмам, потребляют энергию и ресурсы, зависят от сетей, по которым текут информация и вещество, производят артефакты и отходы... Города обнаруживают подчиненность степенному закону, который подобен эффекту масштаба, наблюдаемому в биологии: при удвоении населения объем определенных ресурсов увеличивается менее чем вдвое. Материальная инфраструктура, аналогичная биологической передающей сети, — газовые станции, протяженность электрического кабеля, дорожного покрытия, — постоянно обнаруживает сублинейную зависимость от численности населения [с коэффициентом меньше единицы]».

Этого можно было ожидать. Но ученые никак не ожидали увидеть, что корреляция между ростом населения и характе-

ристиками, не имеющими аналогов в биологии, — инновации, патентная активность, число сверхкреативных людей, цены, ВВП, — окажется *больше* единицы. Иными словами, удвоение населения вызывает увеличение креативного и экономического продукта более чем вдвое. В отличие от живых организмов, функционирование которых замедляется по мере их увеличения в размерах, города тем богаче и креативнее, чем крупнее. Исследователи назвали этот феномен «сверхлинейным» соответствием: «Почти для каждого способа измерений получается, что чем больше население города, тем большая доля инноваций и богатства приходится на душу населения». Эта возрастающая скорость «метаболизма» сама по себе является продуктом силы кластеризации, ключевым компонентом того роста производительности, который возникает из-за концентрации одаренных людей.

#### НАСКОЛЬКО БОЛЬШИМИ ОНИ ВЫРАСТУТ?

Благодаря таким мыслителям, как Лукас, Джекобс и члены команды из Института Санта-Фе, мы начинаем понимать, как города и регионы стимулируют инновации и экономическое развитие. Мы знаем, что кластеризация таланта и труда ведет к увеличению продуктивности и креативности; мы видели, что развитие города начинается изнутри. Мы также знаем, что мир состоит из множества городов и мегарегионов разного размера — больших, как Токио, Нью-Йорк, Лондон, быстро растущих, как Шанхай и Бангалор, высокоинновационных, как Кремниевая долина, малых и средних, а также приходящих в упадок. Как формируется и эволюционирует эта обширная система городов?

Чтобы понять это, я объединил усилия с Робертом Экстеллом, замечательным специалистом по компьютерному моделированию из Университета Джорджа Мейсона, который изучает самые разные вопросы — как развиваются общества, как формируются компании, как растут экономики<sup>12</sup>. Вместе мы предприняли попытку построить базовую модель, которая смогла бы отобразить рост и развитие городов и регионов, составляющих

мировую экономику. Мы хотели, чтобы модель показала, как изначально возникали эти города, почему одни выросли, а другие зачахли и как они в конце концов объединились в глобальную систему.

Наша модель была структурирована вокруг трех основных предположений:

1. Люди могут выбирать, насколько тяжело они хотят работать. Люди разные. Одни работают усердно, другие нет. И предпочитают проводить время по-разному. Не все хотят достигать одного уровня квалификации и работать с одинаковой интенсивностью.
2. Мы основывались на том, что, как и в реальном мире, наиболее способные и усердно работающие люди кластеризуются, по крайней мере изначально. Такие компании с наибольшей вероятностью будут расти, а те, где работают менее продуктивные люди, станут отставать и в итоге развалятся.
3. Мы предположили, что продуктивные фирмы будут тянуться к равно продуктивным местам. Места, где располагаются динамично развивающиеся фирмы, будут расти, а места, где их нет, придут в упадок.

В нашей модели экономический рост подчиняется основному закону «предпочтительного присоединения», согласно которому умелые и продуктивные люди привлекают к себе других умелых и продуктивных людей. Они объединяются, создавая предприятия, и эти креативные организационные единицы начинают разрабатывать новые идеи и продукты. Эти единицы растут, притягивая других усердно и продуктивно работающих людей.

Эта динамическая модель создана для симуляции реального мира. Трудолюбивые, предприимчивые, креативные люди собираются вместе, чтобы создать новые компании, которые затем

перебираются в определенные места. Некоторые из этих мест растут и процветают, пока могут удерживать таланты. Другие исчезают, когда населяющие их люди решаются переехать куда-то еще. Такие места переживают первую волну экономического роста на ранней стадии образования компаний, когда относительно высококвалифицированные люди скапливаются в малом и среднем бизнесе. Со временем эти города привлекают все больше людей с похожим складом ума, развивают большую деловую активность и в конце концов вырастают в регионы. Эти регионы привлекают еще больше разнообразных людей, которые начинают кластеризоваться вокруг исходной популяции. По мере того как возникают новые компании и исчезают старые, вновь прибывшие растворяются в этой смеси. Некоторые города расширяются и растут.

А затем начинает происходить нечто очень интересное. Вместо того чтобы просто расти вверх, эти города-регионы расширяются вовне, пока не оказываются вынуждены срастись с другими городами-регионами. Теперь, на стадии образования ядер, города-регионы сливаются в мегарегион. Чем мегарегион крупнее, тем он более живуч. Меньшие мегарегионы или отдельные большие города переживают взлеты и падения быстрее. Но нет непотопляемых городов и региональных образований: даже самые крупные мегарегионы порой приходят в упадок, хотя обычно они держатся долго.

Как выясняется, наша модель почти идеально отражает современный мир. Креативные люди и их бизнесы плотно кластеризуются, формируя верхушку иерархии городов-регионов, которые поразительно явно подчиняются знаменитому степенному закону Джорджа Ципфа. В середине распределения отдельные города и регионы постоянно борются за местечко получше, а на вершинах движения почти незаметно. Это не просто иерархия мест. Это иерархия показателей продуктивности, метаболизма и затрат. Места, расположенные выше, более продуктивны, быстрее функционируют и дороже, чем те, что располагаются ниже. От людей, которые могут позволить себе жить в таких

топ-местах, все чаще требуется высокопроизводительная работа в специализированных индустриях (достаточно вспомнить инвестиционные фонды в Лондоне или Нью-Йорке или киноиндустрию Лос-Анджелеса). Соответственно, на вершине иерархии остается все меньше и меньше пространства для, скажем так, вольных художников или даже обычных людей. Сортировка мест под действием силы кластеризации неизбежно оборачивается сортировкой людей.

Модель также предсказывает, что в мире все более явно будут доминировать мегарегионы. К 2025 году мир будет значительно заметнее сконцентрирован вокруг мегарегионов, чем сегодня. К тому времени, возможно, будут существовать мегарегионы с населением в несколько сотен миллионов человек, что сегодня звучит фантастически. Этот прогноз кажется слишком смелым, но с учетом исторических прецедентов и современных темпов ускорения такой мир вполне реален. Представьте, всего двести лет назад население крупнейших городов составляло меньше 100 тысяч человек; тогда город-миллионер было невозможно вообразить. В 1900 году население Нью-Йорка, крупнейшего города в США, едва достигало 3,5 миллиона. Думаете, тогда можно было представить себе город с 10 миллионами жителей? Долго ждать не пришлось — спустя всего полвека население метрополий вроде Лондона и Нью-Йорка достигло этой отметки. Сегодня существуют мегарегионы с населением в 25, 50, 100 миллионов и больше.

А имея перед глазами примеры такого роста, следует ли считать, что мегарегионы с населением в несколько сотен миллионов человек лежат за границами возможного? Я бы так не сказал. Когда Экстелл подсчитал, каких размеров будет крупнейший мегарегион в мире мегарегионов, полностью подчиняющемся распределению по Ципфу, если в наименьшем из них живет 10 миллионов человек, у него получилось, что население крупнейшего мегарегиона составит 400 миллионов. Какое место могло бы вместить такое множество людей? Вот как Экстелл это объясняет: «Предположим, что каждому индивиду нужно 465 квадратных метров под жилье, парковку, офис, школы, дороги и зеле-

ные зоны. Тогда на семью из 5 человек нужно примерно 2,3 тысячи квадратных метров. На каждого жителя Токио приходится 176 квадратных метров, следовательно, плотность населения Токио в два с половиной раза выше, чем в том месте, что я вообразил. Тогда 400 миллионам человек понадобится 185 806 080 квадратных метров, что составляет почти 19 тысяч гектаров — квадрат со стороной в 435 километров или прямоугольник размером 1100 на 160 километров. Это похоже на Босваш Готтманна, если взять полосу шириной 160 километров, идущую вдоль атлантического побережья от границы Нью-Гэмпшира до Норфолка в Виргинии, или на полосу от Сакраменто до Тихуаны, граница которой отстоит на 160 километров от тихоокеанского побережья».

Как показывает наша модель, маловероятно, что существующий мегарегион будет просто расти вверх за счет строительства более высоких зданий и прироста населения. Вероятнее, что его расширение примет форму слияния двух или более мегарегионов в супермегарегион. Структура освещенности территории Японии уже позволяет предположить возможность возникновения супермегарегиона, который начинается в Токио и кончается в Фукуоке. В обозримом будущем мегарегионы будут теми экономическими единицами, которые структурируют и ориентируют мировую экономику.

Конечно, супермегарегионы несут с собой новые, разнообразные и острые вызовы. По мере ускорения инноваций и миграции можно ожидать, что в ведущих мировых мегарегионах будет концентрироваться все больше ключевых функций. А социальная и экономическая дистанция между ведущими мегарегионами и отстающими городами и регионами будет расти. Мегарегионы будут становиться все теснее и дороже, что усилит социальную и экономическую сегрегацию. Несомненно, потребуются крупные прорывы в перевозках и природопользовании. Основной задачей ведущих мегарегионов станет поддержание темпов инноваций. Без этого, как предупреждают Вест и его коллеги, они «перестанут расти и даже могут сокращаться, что приведет к стагнации или полному коллапсу».

Перед регионами второго и третьего эшелонов встанут еще более серьезные проблемы. Одни будут преуспевать и расти, другие — изнывать под гнетом суровой всемирной конкуренции. Глобальная система городов и регионов переживает процесс консолидации и перестройки, подобный тому, который изменил облик промышленности (сталеварение, автомобилестроение, электроника), перераспределив рынки между небольшим числом крупных и наиболее эффективных игроков. Многие города-регионы США могут серьезно пострадать, когда мегарегионы — и за границей, и в стране — будут увеличивать ставки, привлекая больше топ-тантов и ускоряя темпы инноваций. По всему миру местные Кливленды и Питтсбурги окажутся зажатые в клещах — высшие бизнес-функции отойдут к более крупным регионам вроде Чикаго, а производство будет переноситься в центры наподобие Шанхая. По всему миру Остины и «исследовательские треугольники» будут сталкиваться со все более мощной конкуренцией не только со стороны Кремниевой долины, но и со стороны напористых новых мест типа Бангалора, Дублина, Тель-Авива. Вероятно, в будущем мировая экономика будет формироваться вокруг еще меньшего числа мегарегионов и специализированных центров и все большее число мест будет обречено на мрачное будущее, в котором им придется бороться за то, чтобы вообще остаться в игре.





**ЧАСТЬ II.  
БОГАТСТВО МЕСТА**

## 5. МОБИЛЬНЫЕ И УКОРЕНЕННЫЕ

Со времен Маркса класс понимается как сила, разделяющая всякое общество. Много написано о том, как растет разрыв между высокооплачиваемым и средним работником, а также о том, что в карманах одного преуспевающего процента населения оседает все бóльшая доля ВВП<sup>1</sup>.

Но можно посмотреть на наши экономические перспективы и под другим углом, чего до сих пор почти не делали, — подумать о роли места.

Я буду говорить об этом добавочном географическом измерении социально-экономического понятия «класс», выделяя две группы, которые я коротко называю «мобильными» и «укорененными». У мобильной группы есть средства, ресурсы и желание смотреть по сторонам и переезжать туда, где они могут применить свои способности. Такие люди не обязательно родились мобильными, и не всегда они богаты. Но мобильная часть населения понимает, что поиск экономических возможностей часто требует переезда.

Инвестор Джордж Сорос неоднократно говорил, что он мало чего добился бы, если бы остался жить в своей родной Венгрии, так как там попросту негде было применить его таланты. Но он переехал в США; остальное, как говорится, уже история.

По сегодняшним оценкам, около 200 миллионов человек (одна тридцать пятая часть населения мира) живут за пределами той страны, в которой родились. Потомство этих мигрантов в первом и втором поколениях неисчислимо больше. Покойный колумнист The New York Times Герберт Масчемп окрестил растущий класс людей, чья мобильность достигла международного

уровня, «глобальными номадами»<sup>2</sup>. Как их ни называй, в некоторых городах-регионах США, Канады и Австралии доля иммигрантов превышает 40%. Аудитория моего учебного курса и та представляет собой отличную иллюстрацию высокой мобильности нашего общества: у меня есть студенты из Европы, Японии, Китая, Индии, Южной Америки и Африки, не говоря уж о Канаде и, конечно, США.

Но намного больше в мире укорененных — людей, которые тесно привязаны к своему месту. Конечно, некоторым из них повезло «пустить корни» там, где экономика бойкая, а перспективы неплохие. Но множество людей застряли в уголках с ограниченными ресурсами, угасающей экономической жизнью и скудными финансовыми возможностями. Конечно, многие из них родились в бедности и лишены ресурсов, которые позволили бы им уехать.

Не все укорененные сидят, где сидят, в силу экономических обстоятельств. Немало таких людей, которые предпочитают не трогаться с места, хотя имеют для того все возможности. Иногда их удовлетворяет та жизнь, которую они ведут, пусть даже они сознают, что где-то еще, возможно, жили бы лучше. Это не всегда плохо: исследования показывают, что возможность жить рядом с семьей и друзьями и постоянно видеться с ними положительно влияет на самочувствие и ощущение счастья.

### ОСТАТЬСЯ ИЛИ УЕХАТЬ?

Говоря о мобильности, социологи обычно имеют в виду социально-экономическую мобильность, то есть степень легкости, с которой люди повышают или понижают свой социальный и экономический статус. Но мои исследования и личный опыт убедили меня в том, что социально-экономическая мобильность и мобильность географическая взаимозависимы и отнюдь не исключают друг друга.

Исследование, выполненное в 2007 году учеными из Шеффилдского университета, как раз показывает, насколько важна

роль нашего местоположения в вопросах нашей классовой принадлежности, здоровья, образовательных возможностей и экономической мобильности. Согласно его результатам, люди, рожденные в неблагополучных местах, всю жизнь не могут преодолеть изначальных барьеров. Бетан Томас пишет, что «на каждой ступеньке у вас все меньше и меньше шансов. Это не детерминация; очевидно, что порой из неблагополучных мест выходят люди, которым удастся достичь многого, а из благополучных — те, кто не пытается ничего добиться, но это редкие случаи». Исследователи обнаружили, что распределение районов, находящихся выше и ниже среднего уровня благополучия, когда-то напоминало колоколообразную кривую (на одном конце богатые, на другом бедные, но большинство посередине), а теперь топография разделилась на две отчетливо выраженные категории — одна группа мест обладает возможностями, другая — нет. Авторы работы заключают, что эта новая география классов демонстрирует «ясно, как никогда, что место, где вы живете, может ограничивать или разнообразить ваши возможности от колыбели до могилы»<sup>3</sup>. Сегодня место представляет собой еще одну линию раздела между имущими и неимущими, наряду с расовой и этнической принадлежностью, профессией и уровнем дохода. Ранее статус человека сильно зависел от того, где он родился. В нашем высокомобильном и взаимосвязанном обществе на жизненных перспективах индивида сказывается также его готовность к переездам.

Экономисты и демографы кое-что сообщают о мобильном и укорененном населении. Переезжают обычно люди с хорошим образованием, которых заставляют сниматься с насиженных мест интересы карьеры. Среди них есть молодежь, которая хоть и привязана к родным и друзьям, но может получить намного большую выгоду от смены места жительства.

Но даже среди тех, кто отвечает критериям мобильности, далеко не все стремятся к переезду. У кого есть время и способность оценить все возможности и подсчитать выигрыш и затраты для каждого возможного места жительства? Когда возникает необхо-

димось в переселении, большинство, как в рекламе Nike, «просто делают это». Что-то заставляет чашу весов склониться в ту или иную сторону — в другом городе живет любимый человек, есть жилье получше или более интересная работа либо просто хочется начать с чистого листа, — и мы принимаем решение. Мы говорим себе, что там, где нас нет, всегда лучше. Это не просто слова — их подтверждают психологи и экономисты, занимавшиеся этой темой. В большинстве случаев мы переоцениваем выгоды от переезда. А потом делаем шаг.

Этому посвящен забавный эпизод телесериала «Студия 30». Лиз Лемон, продюсер шоу, похожего на Saturday Night Live, которую играет Тина Фей, не мыслит себя без Нью-Йорка. Но ее новый бойфренд из Кливленда, и, когда ему отказывают в повышении на работе в Нью-Йорке, пара решает провести недельку в Кливленде. Они живут в даунтауне и гуляют по Флэтсу (это район развлечений на берегу Эри). Заходят в Зал славы рок-н-ролла. Люди там милые. С ними здороваются незнакомцы, спрашивают у Лиз, обладающей довольно заурядной внешностью, не модель ли она. Парень подумывает устроиться в кливлендскую юридическую фирму. За ужином представитель местного телеканала предлагает Лиз вести утреннюю кулинарную передачу. Окрестности очень красивые; жилье паре по карману. Вернувшись в Нью-Йорк, они только о том и думают, как хорошо было бы жить в Кливленде. Их живые воспоминания резко контрастируют с тем, что они видят в Нью-Йорке: у входа в метро — вооруженные полицейские, на тротуарах толкотня, какой-то тип плюет на Лиз. Приняв предложение кливлендских юристов, ее парень не может сдержать радости и начинает уговаривать Лиз уехать с ним. Но после долгих и трудных размышлений о том, что будет значить этот переезд для ее карьеры и социальной жизни, Лиз решает, что было бы глупо бросать столь многообещающую работу и все то хорошее и плохое, что способен предложить Нью-Йорк.

Не могу судить, ошиблась ли Лиз Лемон. Ее бойфренду было явно легче выбирать. Отчего бы ему не сменить работу без пер-

спектив и дорогое жилье на позицию, которая оплачивается лучше, и более дешевый дом?

Большую часть истории человечества миграция была делом вынужденным. Люди переезжали, потому что должны были спастись от войны, избежать политического или религиозного преследования, найти работу. Еще в 1950–1960-х годах большинство людей, будь то белые или синие воротнички, переезжали в поисках работы. Ни у кого не было особого выбора. Вакансии для синих воротничков были сосредоточены исключительно в городах, выросших на месте добычи природных ресурсов, и в транспортных узлах. А белые воротнички принадлежали своим фирмам и отправлялись туда, куда их посылало начальство. В 1970-х годах сотрудники IBM шутили, что название компании расшифровывается «I've Been Moved» — «Меня заставили переехать». В этой шутке была значительная доля правды, и она относилась не только к компьютерному гиганту, но и к другим компаниям.

Однако сегодня переезжают обычно по доброй воле. В развитых странах лишь меньшинство граждан привязано к работе. По данным Бюро переписи населения США, лишь немногие указывают в качестве основной причины переезда «новую работу или перевод на новое место работы»<sup>4</sup>.

Причины переезда для жителей США чаще всего связаны с жильем. По данным переписи, эта причина важна более чем для половины внутренних мигрантов (51,6%). Те, кто раньше снимал жилье, хотят обзавестись своим, молодые пары решают отселиться, а пенсионеры ищут квартиры подешевле. Еще четверть опрошенных (26,3%) отвечают, что переезжают по причинам, связанным с семьей, — вступают в брак, разводятся, заводят детей, съезжаются с родственниками, ищут перемен после смерти супруга и так далее.

Переезд по причинам, связанным с работой, оказывается третьим по популярности вариантом. Менее одной шестой американцев сказали, что основная причина переезда была связана с работой. Нет ничего удивительного в том, что более склонны переезжать по карьерным соображениям люди с высшим обра-

зованием. Но даже среди обладателей степени бакалавра лишь каждый четвертый снимается с места ради работы.

Но, несмотря на все доказательства обратного, господствует убеждение, что люди переезжают из-за работы. С тех пор как я заинтересовался тем, как люди выбирают, где жить и работать, я постоянно спрашиваю у своих студентов, куда они собираются после выпуска.

— Поеду куда угодно, где предложат хорошую работу, — обычно отвечают мне.

— О'кей, — настаиваю я, — а в Фарго, что в Северной Дакоте, поедете?

— Наверно, нет.

— А в Лафайетт, штат Луизиана?

— Нет, не думаю.

Я продолжаю допытываться и наконец задаю вопрос:

— Так куда бы вы поехали?

— Ну, — каждый раз отвечает студент, — я бы поехал в Чикаго, Бостон, Сиэтл, может, в Остин, в район Нью-Йорка, в Атланту или в Большой Вашингтон, в округ Колумбия.

— А почему?

— Там много вакансий. Много возможностей. Там круто жить, и у меня там много друзей.

Этот стандартный диалог демонстрирует три важные вещи. Во-первых, люди склонны при поиске работы сосредотачиваться на определенных местах. Во-вторых, имеет значение и то, где живут их друзья. В-третьих, — что, может быть, наиболее значимо, — не в любое место мы согласны переехать ради работы.

Этот тренд подтверждается различными исследованиями. В 2002 году компания Next Generation Consulting выяснила, что три четверти выпускников колледжей сначала решают, где жить, и лишь потом начинают искать работу на местном рынке труда. Более полное исследование, выполненное в июне 2006 года одним из подразделений компании Yankelovich для группы CEOs for Cities, показало, что почти две трети (64%) молодежи в возрасте между 25 и 34 годами поступают именно так<sup>5</sup>.

Есть много разных причин переезжать, но почему люди остаются на месте?

Для многих ключевую роль играют экономические обстоятельства — у них просто нет особого выбора. Многие представители укорененного населения малообразованны и бедны, соответственно, они не ждут многого от своей работы и не имеют больших карьерных перспектив.

История моей собственной семьи отражает этот разрыв между мобильными и укорененными. Родители моих родителей, выходцы из южноитальянского региона Кампанья, переехали в США в начале XX века. Не зная ни слова по-английски, они преодолели 8 тысяч километров, отделявшие их селение от Нью-Йорка, который был тогда самым большим и динамично развивающимся городом мира. Всего за одно поколение они переехали с острова Эллис в Маленькую Италию на Манхэттене, а оттуда в Ньюарк, где получили несложную работу на заводе и завели семьи. Из крестьян они превратились в городских рабочих, что дало их детям и внукам большой потенциал для экономической мобильности.

Но со времени приезда в Ньюарк моя семья перешла в категорию укорененных. Из десятков моих дядюшек и тетюшек лишь немногим случалось уезжать дальше чем на 30 километров от того места, где они выросли. Благодаря этому моя мать, пять ее сестер, братья и все их дети могли каждое воскресенье собираться за обедом в ньюаркском доме моей бабушки.

К счастью, мои родители всегда подчеркивали, как важно получить высшее образование. Для них это был ключ к социальной мобильности, путь к лучшей жизни. Да, они бы предпочли, чтобы дети не уезжали далеко — ходили в местный колледж, жили дома, ездили на занятия на машине. Но я отчаянно хотел уехать учиться. Признаться, меня привлекала сопряженная с этим свобода — возможность уходить из дома и возвращаться, когда мне вздумается, допоздна задерживаться в гостях и развлекаться с друзьями без присмотра родителей и близких. Но попутно интуиция говорила мне, что еще полезнее будет для меня поки-



нуть кружок моих сверстников, состоявший из «крутых парней» и работяг. Многие мои приятели уже впутались в наркобизнес и мелкий криминал. Среди тех, кто от этого удержался, немногим хватало амбиций думать о колледже, что уж тут говорить о карьере. Уже тогда я в какой-то мере понимал, что уехать учиться — значит для меня не просто встать на путь к своей мечте, но вырваться из этого круга.

Стипендия штата Нью-Джерси позволила мне сделать это. Получив деньги, которых хватило не только на обучение, но и на полный пансион, я сумел убедить родителей разрешить мне поступить в колледж Ратгерского университета в Нью-Брансуике, — километров пятьдесят на юг от дома по главной автомагистрали штата. Мне трудно было поверить, что Ратгерский университет, который казался таким далеким, пока я рос, на самом деле так близко. Впрочем, моя семья вела себя так, как будто я уезжал на другой конец света. Любой подумал бы так же, увидев набитый едой, пивом и прочими нужными вещами «шевроле-импала», на котором мои родные совершали ежемесячное паломничество ко мне.

Это был лишь первый из множества переездов, и каждый из них мои родственники обставляли так, будто я отправляюсь в великое путешествие. Когда я учился в магистратуре Колумбийского университета, откуда доехать домой можно было на прямом поезде, моя семья за пять лет выбралась в Нью-Йорк всего пару раз. Мои родственники жили и умирали, побывав хорошо если в трех разных штатах, причем никогда не летали на самолете и не устраивали себе отпусков. Путешествовать было дорого; чтобы поехать куда-то, приходилось тратить деньги, предназначенные для более важных нужд. Еще это означало оставить семью и дом, а моим родителям нравилось у себя дома.

Наверное, родители были счастливы, но они были укоренены. Я был мобилен. Благодаря усердному труду и покупке домика в пригороде Ньюарка они смогли улучшить свое экономическое положение, поднявшись из рабочих в нижний сегмент среднего класса. Но если бы не моя географическая мобильность,

я никогда не смог бы поступить в магистратуру, стать профессором и начать печататься. Тем не менее мои родители, никогда не изучавшие экономику, вполне представляли себе, чем приходится жертвовать — и тому, кто остается на месте, и тому, кто выбирает мобильность.

В 2007 году экономист из Лондонского университета Наттавудх Повдтхави провел опрос, участникам которого предлагалось выразить в денежном эквиваленте радость от частых встреч с друзьями и родными<sup>6</sup>. Выяснилось, что возможность почти ежедневно лично общаться с близкими оценивается более чем в миллион долларов годового дохода. В частности, Повдтхави установил, что, если вы переедете из города, где регулярно видите с семьей и друзьями, в чужое место, вам придется зарабатывать на 133 тысячи долларов больше, чтобы только компенсировать недостаток счастья, вызванный разлукой. Аргументируя важность сознательного выбора, Повдтхави пишет: «Поскольку обычно увеличение дохода, как и установление стабильных отношений, требует и времени, и усилий, то индивидуальное решение, во что инвестировать свое время и силы, зависит от того, что, по мнению выбирающего, сделает его более счастливым — деньги или дружба».

Я не уверен, что на личные отношения можно повесить ценник. Тем не менее, если верить расчетам Повдтхави, я должен очень крупную сумму своей жене Ране, которая, выходя за меня, покинула пять братьев и сестер, обоих родителей, множество племянников и племянниц и несчетное множество близких родственников и друзей.

Многие люди предпочитают оставаться укорененными, даже если экономические обстоятельства не мешают им собраться в дорогу. Быть может, они интуитивно понимают экономическую ценность близких отношений. А из тех, кто переехал, многие со временем решают вернуться. Тяга к дому невероятно сильна — притяжение семейных уз, необходимость заботиться о стареющих родителях или помогать с детьми, желание быть ближе к старым друзьям. Я был поражен тем, что на две сотни

подробных историй о переездах, которые я собрал для этой книги, обнаружилось множество случаев, когда люди, поездив по миру, под конец жизни возвращались домой.

Возьмем, к примеру, Линду Магуйар, талантливую оперную певицу, которая бросила успешнейшую карьеру в Торонто и вернулась в родную Виргинию. Она писала: «Мне знакома невероятная роскошь артистической, творческой и академической жизни; благодаря поддержке правительства я стала профессиональной певицей высочайшего уровня. Но я как раз подошла к той точке, когда я больше не могу отрицать, кто я есть на самом деле, — простая американка из Виргинии. Невероятно здорово — снова быть дома».

Или Веронику Эскобар, молодого и энергичного политика из Техаса. Она уехала из родного города, чтобы поступить в магистратуру и затем сделать карьеру. Я познакомился с ней, когда она принимала участие в нашем проекте «Лидерство креативных городов». Моя команда была под таким впечатлением, что мы позвали Веронику работать у нас координатором. «Мое желание [уехать] коренилось в понимании, что в Эль-Пасо мне нечего делать; я подозревала, что не найду там ни работы, ни своего призвания, ни будущего. Я знала, что другие города более привлекательные, интересные, блестящие, захватывающие». Магистратуру она закончила в Нью-Йорке и, пока училась, влюбилась в этот город. «Кто захочет жить где-то еще? — писала Вероника. — Я думала, что, когда стану магистром, перееду в Сан-Франциско ради программ PhD, которые есть в университетах на берегу залива, в Нью-Йорке тоже было много возможностей». По дороге на запад Вероника остановилась перекусить в Эль-Пасо и была поражена резким контрастом. Тем не менее, добавляет она, «местные писатели процветали, а политическая жизнь кипела». Ее и саму удивляло, как восстанавливается ранее незаметная для нее связь с родным городом. «Эль-Пасо внезапно показался мне совершенно новым. Через литературные кружки я подключилась к политическим кампаниям, мне открылся целый мир. Я поняла, какой захватывающей может быть жизнь в пограничном городе, где

все возможно. Я подружилась с людьми, похожими на меня, — тогда нам было за двадцать, сейчас за тридцать, — которые решили вернуться, пожить в Эль-Пасо, найти работу, бороться за благо нашего города, который мы любили». Видимо, даже самые мобильные люди не всегда могут противиться притяжению родного дома.

Замечательный социолог Альберт Хиршман предлагает схему, которая помогает сделать выбор — уехать и стать мобильным или остаться укорененным. Хиршман родился в Берлине в 1915 году, эмигрировал из Германии в США в годы нацизма, во время Второй мировой войны служил в американской армии, после чего был профессором Йеля, Колумбийского университета, Гарварда и Института перспективных исследований в Принстоне. В своей классической работе «Выход, голос и верность» (1970) Хиршман показал, что, оказавшись в дискомфортной ситуации, человек может «выйти» из нее или «озвучить» свое недовольство. Чем большую «верность» он ощущает, тем более вероятно, что он выберет второй вариант. Когда речь заходит о переезде, решение зависит от верности месту, где человек живет, и отношениям, которые у него там сложились<sup>7</sup>.

Но не исключено, что сегодняшняя экономическая ситуация нарушает хрупкое равновесие между двумя этими полюсами. По мере того как выгоды кластеризации растут, а в мире становится все больше пиков, больше людей могут почувствовать, что соображения экономического процветания вынуждают их примкнуть к «мобильным». Это не значит, что все мы обречены стать вечными глобальными кочевниками. Это значит, что для того, чтобы раскрыть свой потенциал и обрести счастье, следует помнить о важности места, уметь правильно оценивать возможности и быть готовыми к переезду, если это будет необходимо.

## 6. ГДЕ НАХОДЯТСЯ МОЗГИ

Люди всегда мигрировали — чтобы найти пропитание, спастись из зоны военного конфликта, убежать от религиозного или политического преследования либо расширить свои экономические возможности. Однако на протяжении большей части истории человеческие поселения были сравнительно невелики. В 2007 году журнал *The Economist* так подытожил накопленный человечеством опыт миграции: «Независимо от того, считаете ли вы, что история человечества началась в месопотамском саду, известном под названием Эдем, или более прозаично — в саваннах нынешней Восточной Африки, понятно, что *Homo sapiens* поначалу не был горожанином. Тогда для него важнее всего было найти себе пищу, а охота и собирательство — занятия для сельской местности. Не раньше конца последнего оледенения (около 11 тысячелетий назад) человек начал строить нечто, что можно было назвать деревнями, а к тому времени наш вид существовал уже около 120 тысяч лет. Прошло еще около шести тысяч лет, наступила классическая древность, и лишь тогда стали появляться города с населением больше 100 тысяч человек. Еще в 1800 году всего 3% населения мира жили в городах. Ну а в ближайшие несколько месяцев доля горожан превысит 50%, если уже не превысила. Стоило оно того или нет, но *Homo sapiens* превратился в *Homo urbanus*»<sup>1</sup>.

И эта тенденция далека от завершения. По прогнозам ООН, в 2030 году больше двух третей населения мира (4,4 миллиарда человек) будут жить в городах<sup>2</sup>.

Иногда утверждают, что с 1960-х годов вектор миграции изменился: до того времени людские потоки стекались в городские центры, а после — устремились в пригороды. При этом добавля-

ют, что многомиллионный исход из городов перевернул великий тренд движения «из села в город». Действительно, десятки миллионов горожан переехали в предместья, где дома и инфраструктура были новее, а качество жизни — ощутимо выше<sup>3</sup>. Это, несомненно, вызвало к жизни новые виды классового и расового разделения, повышенную зависимость от автомобиля, неуклонно растущее массовое потребление и совершенно новые жизненные паттерны.

Часто упоминаются также волны переселения из старых городских центров, расположенных в прохладном климате так называемого «морозного пояса» на северо-востоке и Среднем Западе США, в регионы «солнечного пояса». Действительно, население таких штатов, как Техас, Аризона, Флорида и Невада, в последние годы растет с феноменальной скоростью, поскольку окрестности Феникса и Лас-Вегаса привлекают невероятное количество иммигрантов. Наконец, многие американцы продолжают перебираться из городов в дальние пригороды (exurbs) и города-окраины (edge cities), как назвал их Джоэль Гарро, то есть в поселения вроде калифорнийской Кремниевой долины или Тайсонс-Корнер в Северной Виргинии, которые выросли на перекрестках крупных магистралей или вокруг бизнес-парков и торговых центров<sup>4</sup>.

Но в направлении противоположном этому тренду идет процесс мировой урбанизации, а также массовое возвращение в города — движение, особенно значимое в США. Мощная волна джентрификации очистила городской ландшафт, принесла с собой лофты, кондоминиумы, идею сохранения исторической среды, новые рестораны, торговлю и ночную жизнь. Впрочем, по некоторым прогнозам и этот тренд скоро сойдет на нет, поскольку жилье становится все менее доступным для тех групп населения, которые и были ведущей силой джентрификации.

По мнению ведущих демографов и специалистов по политической социологии, одно из многих следствий этой ситуации — новая «сортировка» населения по его ценностным, культурным и политическим ориентирам. Возможно, точнее всего эту раз-

дробленность отражают два канонических американских персонажа Дэвида Брука — пьющий капучино горожанин-бобо (bobo, сокращение от bourgeois-bohemian — буржуазно-богемный) и «человек с заднего двора» (patio man) из пригорода<sup>5</sup>.

### МИГРАЦИЯ В ПОИСКАХ БОГАТСТВА

В статье 2006 года для журнала The Atlantic я доказывал, что мы являемся очевидцами еще более важной демографической перестройки: массовое переселение высококвалифицированных, высокообразованных, высокооплачиваемых людей в сравнительно небольшое число метрополий, которому соответствует исход из этих регионов классических низов и среднего класса. Масштаб такой географической сортировки населения по признаку экономического потенциала беспрецедентен. Я называю это миграцией богатства (means migration), а регионы, притягивающие эту демографическую группу, — метрополиями богатства (means metros).

Этот род миграции особенно ясно проявляется в растущей географической концентрации выпускников высших учебных заведений (см. рисунок 6.1). Согласно исследованию, проведенному Эдвардом Глейзером из Гарвардского университета и Кристофером Берри из Чикагского университета, в 1970 году человеческий капитал был распределен по территории США приблизительно равномерно<sup>6</sup>. В масштабах страны 11% населения старше 25 лет имели высшее образование, и почти в половине из 318 американских метрополий этот показатель колебался между 9 и 13%. На нижней границе диапазона находился Кливленд, где только 4% взрослого населения имели высшее образование, чуть выше — Детройт и Сент-Луис с 6% каждый. На верхней границе располагался Сан-Франциско (17% взрослого населения — с высшим образованием), а первое место занял Вашингтон (18%).

За прошедшие три десятилетия доля американцев, окончивших вузы, выросла более чем вдвое и в 2004 году достигла 27%. Но, как показывает карта, этот прирост распределен неравномер-

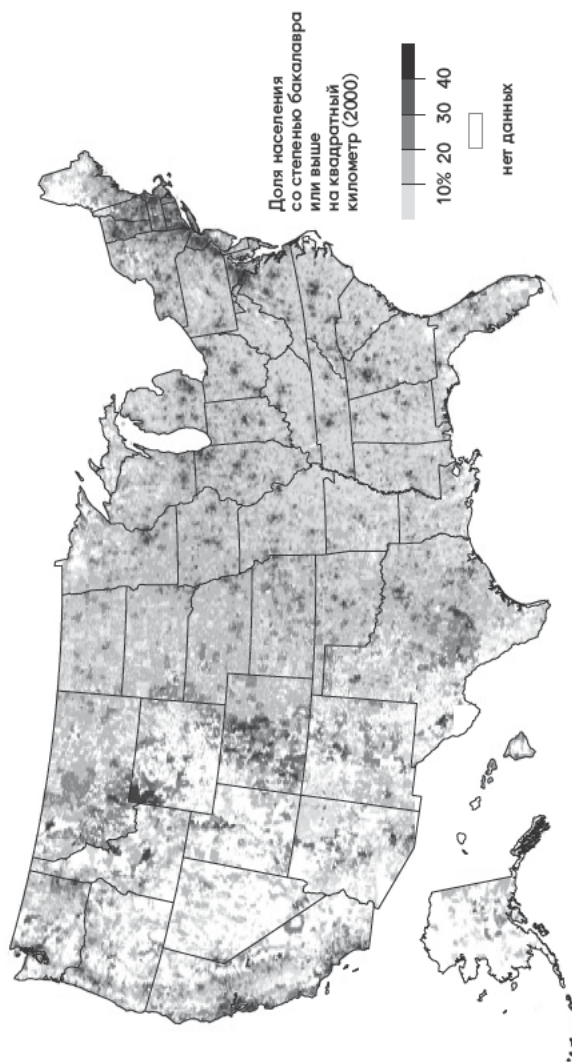


Рисунок 6.1. Карта человеческого капитала

Источники данных: Центр международной информационной сети по наукам о Земле, Институт Земли Колумбийского университета; Бюро переписи населения США  
Карта: Райан Моррис



но. Например, дипломы есть теперь у более чем половины жителей региона Сан-Франциско. Всего по Соединенным Штатам выделяются пять регионов, где выпускники вузов составляют более 45% населения. В Вашингтоне их почти половина. И, несмотря на то что в масштабах страны число взрослых с дипломом удвоилось, такие регионы, как Детройт и Кливленд, улучшили свои показатели тридцатилетней давности незначительно — у них 11 и 4% соответственно. В 2004 году в США было двенадцать метрополий, где доля выпускников вузов составляла меньше 20%, а в некоторых из них степень бакалавра имели менее одной десятой жителей.

Распределение магистров обнаруживает схожие тенденции. В 2004 году более 20% взрослого населения Вашингтона и Сиэтла имели степень магистра, в то время как для Кливленда этот показатель составлял 5%, для Детройта — 4%, а для Ньюарка — всего 2%. В центральных районах энергично развивающихся городов этот процент еще выше. В 2000 году больше двух третей населения чикагского даунтауна и манхэттенского мидтауна имели дипломы — статистика, более характерная для благополучных пригородов<sup>7</sup>. Наметилось отставание ряда старых промышленных центров, пригородов и близлежащих сельских округов. В метрополиях — там, где концентрируются высокооплачиваемые и образованные, — растет число одиноких молодых людей, которые живут в нужде, пока, в конце концов, не добьются успеха — либо пока непосильные цены не вынудят их оттуда уехать. Подробнее об этом речь пойдет в главе 13.

Миграция в поисках богатства видна и в региональной дифференциации по уровню доходов. В течение одного-двух последних десятилетий домохозяйства с высокими доходами заметно сосредоточились в метрополиях богатств. В 2006 году медианный доход семьи в Сан-Хосе (Калифорния) составлял 80 638 долларов, а в Вашингтоне (округ Колумбия) 78 978 долларов. Для сравнения: в Новом Орлеане и Оклахома-Сити медианный доход был ниже 50 тысяч долларов. Неравномерность станет еще более заметна, если включить в рассмотрение метрополии с на-

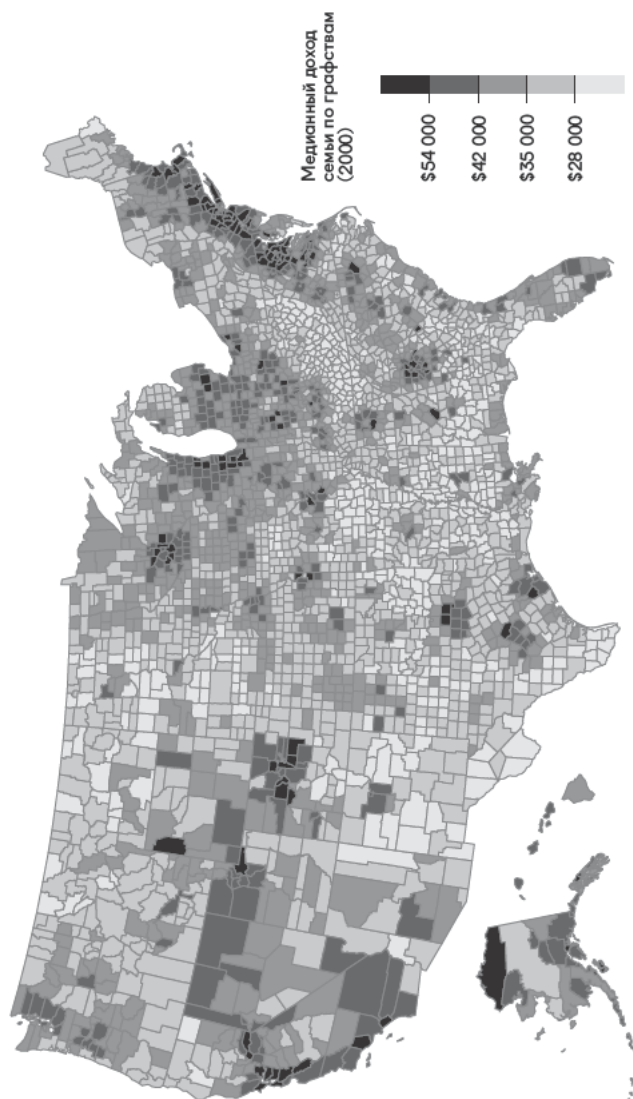


Рисунок 6.2. Карта уровня дохода  
Источник данных: Бюро переписи населения США  
Карта: Райан Моррис

селением меньше миллиона человек. В Техасе медианный доход семьи составлял 28 660 долларов в Мак-Аллене и 27 672 доллара в Браунсвилле.

Что означает этот феномен? Дело не только в том, что люди предпочитают жить в метрополиях богатств. Бесспорно, некоторые из этих городов эстетически приятны — они красивы, динамичны, в них не скучно жить, — но другие страдают от тесноты, скученности и дороговизны.

Но есть и более глубокая, фундаментальная причина, укорененная в самом устройстве современной экономики. Сегодня все более очевидно, что самым одаренным и амбициозным людям *нужно* жить в метрополиях богатств, чтобы полностью реализовать свой экономический потенциал. Как было показано в главе 4, присутствие талантливых людей с хорошим образованием оказывает мощное влияние на инновации и рост экономики. В местах, где собираются разнообразно одаренные работники, темпы экономического развития выше. Там, где множество предпринимателей, финансистов, инженеров, дизайнеров и прочих умных, креативных людей сталкиваются друг с другом на работе и в свободное время, формируются бизнес-идеи; там они оттачиваются, приводятся в исполнение и, в случае успеха, отсюда начинают распространяться. Чем выше интеллектуальный уровень этих людей и чем прочнее связи между ними, тем быстрее это происходит — работает мультипликативный эффект, присущий силе кластеризации.

Помимо выгод от соседства с умными и полными креативных идей людьми, у метрополий богатств есть еще одно простое, но весомое преимущество перед другими регионами: фора на старте. По ряду исторических причин, одной из которых обычно является наличие крупных университетов, метрополии богатств включаются в гонку, уже имея сравнительно высокую концентрацию сравнительно одаренного населения. По мере того как таких людей становится больше, усиливается мультипликативный эффект роста. Причем растут не только совокупные, но и индивидуальные доходы и возможности.

Конечно, не бывает равных возможностей для всех. На протяжении большей части истории человечества рост населения означал экономический рост. Именно так обстояло дело в сельскохозяйственных экономиках, где прирост населения означал увеличение числа работников, занятых в хозяйстве. Но и в индустриальных экономиках рост населения означал новые рабочие руки для фабрик. В обоих случаях в целом рост населения был ключевым фактором экономического роста, а экономический рост означал более широкие возможности.

Миграция в поисках богатств разрывает устоявшуюся связь между ростом населения и экономическим развитием. Изменения в технологиях, расширение объема торговли и возможность отдать рутинные функции на аутсорсинг привели к тому, что высококвалифицированные работники стали менее зависимы от близости неквалифицированных и обладающих средней квалификацией.

Сегодня имеет значение не то, где живет больше людей, а то, где живет *больше квалифицированных работников*. Поскольку компактное проживание наиболее способных несет с собой такие выгоды, а заработки в верхнем сегменте растут настолько быстро, для этой группы работников имеет смысл продолжать взвинчивать цены на недвижимость (об этом я расскажу в главе 8) и идти на другие издержки, которые обычно не могут себе позволить работники среднего класса и их семьи. По мере того как на смену традиционной семье среднего класса приходит меньшая семья с большими доходами, население может сокращаться, даже если экономический рост сохраняется. В населении наиболее успешных городов и регионов США и всего мира все большую долю может составлять ядро зажиточных высококомобильных привилегированных работников, которых обслуживают низшие классы, живущие все дальше и дальше от них.

Последствия таковы: миграция в поисках богатств делит мир на две группы регионов с очень разными экономическими перспективами. В немногочисленные метрополии богатств стягивается львиная доля мобильных и квалифицированных работни-

ков, чьи доходы растут (впрочем, вместе с ценами на недвижимость), а в жизни подавляющего большинства все происходит наоборот. Рост цен на жилье и стоимости жизни со временем может привести некоторые сегодняшние метрополии богатств к упадку. Но есть существенные аргументы в пользу того, что экономическое неравенство между двумя группами регионов продолжит расти, и, возможно, с еще большей скоростью, благодаря «эффекту снежного кома», возникающему при накоплении талантов.

Экономист из Уортонской школы бизнеса при Пенсильванском университете Джозеф Журко пишет, что «эта пространственная сортировка столь же сильно изменит лицо Америки, сколь изменила его миграция из сельской местности в города в конце XIX века»<sup>8</sup>. Журко предлагает вообразить общество будущего, в котором люди взаимодействуют только с теми, кто близок им по уровню образования, финансовому положению и психологическим характеристикам. «В метрополиях уже сейчас сильна сегрегация по уровню дохода. Но как все изменится, если почти все сообщества в пределах метрополии будут примерно такими же обеспеченными и квалифицированными, как мое?»

К вопросу Журко я добавлю свой: как растущий разрыв между мобильными и укорененными повлияет на саму ткань общества? Как нам удастся поддерживать социальное разнообразие, если богатые города-регионы будут недостижимы для людей с иным бэкграундом? По мере того как США все более поляризуются — на одном полюсе собираются те, кто переезжает, на другом — те, кто остается на месте, — где гарантия, что мы и далее будем страной равных возможностей, которую так долго обещали своим детям и себе?

## 7. ПЕРЕМЕЩЕНИЕ ПРОФЕССИЙ

Давайте рассмотрим наш предмет в меньшем масштабе. Сила кластеризации не только заставляет таланты концентрироваться в отдельных регионах; она же сортирует нас по признаку профессии и карьерного успеха. Сколько мы получаем, зависит от того, где мы находимся; от этого же зависит, что мы делаем на работе и насколько хорошо.

Регионы все сильнее различаются по набору вакансий, которые они предлагают. Наш труд становится все более и более специализированным — не только профессионально, но и географически. Элита финансистов концентрируется в Лондоне и Нью-Йорке, специалисты по технологиям — в Кремниевой долине, киношники — в Лос-Анджелесе, а музыкальная индустрия — в Нэшвилле; это лишь немногие, самые очевидные примеры. Хотя этот процесс характерен не для всех профессий (врачи, юристы, медсестры и учителя требуются практически везде, а их зарплата в пределах страны различается незначительно), подвержено ему оказывается все больше сфер деятельности.

Мы посвящаем своей карьере немало раздумий и усилий. Мы усердно учимся — а получив диплом, нередко продолжаем учиться. Потом мы тратим уйму времени на выбор компании, в которой хотели бы работать. Мы ищем вакансии, рассылает резюме, ходим на собеседования. Трудоустроившись, мы стараемся произвести впечатление на начальника. Поднимаемся по карьерной лестнице, зарабатываем поощрения и повышения. Тратим время и деньги, чтобы развивать свои таланты и приобретать новые навыки. Обзаводимся сетью контактов среди коллег, расширяя поле своих возможностей. Некоторые решаются

быть начальником самому себе, работать на себя и становятся фрилансерами, тогда им приходится искать заказы и клиентов<sup>1</sup>. Мы делаем все это, чтобы заработать на жизнь и прокормить свою семью.

Но немногие понимают, как важно, *где* мы работаем. Я не говорю о людях, которые решают, где жить, прежде чем начать искать работу. Я говорю о самом устройстве рынка труда: как различаются в зависимости от географического местоположения зарплаты и возможности трудоустройства? Вакансий программиста в Кремниевой долине не просто много — там работники сферы хай-тека получают на 75% больше, чем в среднем по стране, причем многие из них участвуют в опционных программах, которые дают шанс разбогатеть.

Уилл Уилкинсон, один из редакторов онлайн-дискуссий Cato Unbound, написал мне: «По-моему, действительно важно это знать, чтобы понимать, как важен может быть для амбициозных людей переезд в какое-то место, которое само по себе им, возможно, и не нравится. Любишь сцену, но терпеть не можешь Лос-Анджелес, Нью-Йорк, округ Колумбия или Чикаго? Не повезло. Смирись и давай представления в ресторане в Билокси».

## ГИКИ И ЧЕРНОРАБОЧИЕ

Сегодня передовые экономики переживают эпохальную трансформацию. По масштабу и значимости она оставляет далеко позади переход от фермы к фабрике, случившийся 100–200 лет назад. Как следствие — разделение труда на производстве и труда творческого переформируется; повсюду обособляются сектор низкооплачиваемой сервисной работы — от розничной торговли до сферы услуг, и сектор высокооплачиваемого, инновационного и дизайнерского труда, который я называю креативным сектором экономики. Для многих эта трансформация болезненна и разрушительна. Особенно трагична судьба людей, потерявших за последние несколько десятилетий хорошую высокооплачиваемую работу на производстве.

Я знаю не понаслышке, что это значило для семей, которые зависели от своих кормильцев-рабочих. Мой отец больше пятидесяти лет проработал в компании Victory Optical (Ньюарк, Айронбаунд). Благодаря этой работе у моих родителей появились деньги, чтобы купить домик близ Ньюарка, отдать меня с братом в частную католическую школу, наконец, дать нам высшее образование.

Я жил в Питтсбурге в те самые годы, когда под сокращение там попали более 150 тысяч синих воротничков, когда закрывались и шли под снос сталелитейные заводы, и имел возможность наблюдать своими глазами, насколько болезненна передислокация экономической активности для людей и регионов.

Позднее я видел, чем упадок автомобилестроения обернулся для Детройта, где родилась моя жена.

Например, в США занятость в промышленности, на которые приходилось 49% рабочих мест в 1950 году, к 1990 году сократилась до 27%, к 2005-му — до 24% и продолжает падать. По прогнозам, в ближайшие 10 лет США потеряют еще полмиллиона рабочих мест в производственном секторе.

В то же время экономика США и других развитых стран порождает новые профессии и рабочие места. Работающее население отчетливо разделяется на две группы, которые экономист из Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе Эдвард Лимер называет «гиками» и «чернорабочими». У гиков высокооплачиваемая работа в креативном секторе, требующая высокой квалификации; чернорабочие заняты в секторе услуг, менее квалифицированы и получают меньшую плату.

Мы с успехом превратились в «постиндустриальное общество», предсказанное в 1970-х годах гарвардским социологом Дэниелом Беллом. Он связывал процветание этого общества с экономикой знаний и ростом «знающего класса», уверенного в способности науки и инноваций вызывать социальные перемены; этот класс зависит от рынка услуг больше, нежели от товаров. Около 59 миллионов американцев (больше 45% работающего населения США) заняты в розничной торговле, общепите, работают в парикмахерских или маникюрных салонах, инструктора-



ми по лечебной физкультуре или стоматологами-гигиенистами, ухаживают за больными на дому и занимаются ландшафтным дизайном. Многие из этих профессий развиваются с невероятной скоростью. По прогнозам Статистического управления министерства труда США, к 2014 году в экономике страны появятся миллионы новых рабочих мест в сфере услуг, в том числе: 735 тысяч мест — в розничной торговле, 550 тысяч — в сфере общественного питания, 470 тысяч — в сфере обслуживания, 440 тысяч вакансий уборщиков, 375 тысяч вакансий — в ресторанном бизнесе и 230 тысяч — в ландшафтном дизайне. Но это по большей части малооплачиваемый труд, по крайней мере сейчас. В среднем работник сферы услуг зарабатывает в год меньше 27 тысяч долларов.

Будущее сферы услуг имеет огромное значение — как для США, так и для глобальной экономики. Не каждый может и хочет быть профессионалом: врачом, юристом или инженером. Учитывая, что огромное число рабочих мест на производстве утрачено навсегда, очень важно, чтобы эти миллионы вакансий, которые наша экономика создает в сфере услуг, превратились в надежную, уважаемую и высокооплачиваемую работу. Когда я спросил у своих студентов, что они предпочтут — надежное и хорошо оплачиваемое место на заводе или временную и низкооплачиваемую работу парикмахера-стилиста, большинство выбрали второй вариант как более креативный: им казалось, что такая работа принесет большее удовлетворение. По-видимому, рынок отражает этот психологический тренд. Программам подготовки машинистов остро не хватает учащихся, тогда как на курсах косметологов группы всегда переполнены.

Я понял это, когда весной 2005 года зашел в спа-салон. В таких местах я чувствую неловкость, поэтому завел разговор с одной из сотрудниц. Я спросил, откуда она родом.

— Из Коннектикута.

— Как же вы оказались в округе Колумбия?

— Училась.

— Где вы учились?

— В Мэрилендском университете.

Это очень хороший вуз, подумал я. Что же она там изучала?

— Экономику.

Постойте, но как экономика привела ее на работу в спа?

— Ну, после диплома я устроилась на работу в Статистическое управление.

У меня отвисла челюсть.

— В Статуправление?! — спросил я.

*Официальный источник едва ли не всех моих лучших данных?  
Основа аргументации моей предыдущей книги?*

— Ну да.

Я спросил, почему она сменила профессию. Признался, что, честно говоря, переход из Статистического управления в спа-салон кажется мне не очень практичным карьерным решением для девушки на третьем десятке с таким образованием, как у нее. «Это было не важно», — сказала она.

— Я скучала. Я целый день сидела перед компьютером и смотрела в таблицы. Думать там было не нужно. Все это можно было терпеть только потому, что каждый вечер я могла пойти куда-нибудь с друзьями. Но через какое-то время все это стало невыносимо. Просто это было очень скучно.

Естественно было задуматься о смене работы. «Мне была нужна цель».

Она записалась в школу косметологов. Устроилась на работу в офис пластического хирурга и получше изучила этот бизнес. Теперь она работает в Four Seasons в Джорджтауне, округ Колумбия, и подрабатывает во втором спа-салоне.

Я спросил, стабильная ли у нее зарплата, получает ли она бонусы, — предполагается, что все мы этого хотим. «Это не имеет значения», — без колебаний ответила она.

Она неплохо зарабатывает (в основном за счет комиссионных) и может работать столько, сколько хочет. Она любит свою работу. Ей интересно, ей нравится свобода, она мобильна. Она не ищет стабильности, по крайней мере пока. Но поневоле я напомнил себе, что рано или поздно ей захочется гарантий — уверен-

ности в том, что она сможет продолжать заниматься любимым делом, не рискуя своим финансовым благополучием.

В своей прежней жизни эта девушка была одной из тех, кого покойный Питер Друкер назвал работниками знания (knowledge workers). Она получила хорошее образование и нашла работу в солидном правительственном агентстве<sup>2</sup>. В конце концов она возненавидела эту работу. Она поняла, что ключ к профессиональному счастью для нее не в применении знаний, которые она получила в университете, а в использовании своих врожденных творческих способностей. Не хочу утверждать, что ее нынешняя работа объективно лучше предыдущей — или, если уж на то пошло, лучше, чем то, чем столько лет занимался на заводе мой отец. Но я утверждаю, что это в интересах самого общества — добиться, чтобы креативная работа в сфере услуг была стабильной и хорошо оплачивалась, поскольку (и это не единственный аргумент) ее чрезвычайно трудно отдать на аутсорс.

Почему такая работа до сих пор остается малооплачиваемой — вопрос спорный. Одни утверждают, что игроки рынка состоят в сговоре и искусственно сдерживают рост зарплат в этом секторе. Другие — что высокие зарплаты в нем невозможны без серьезных преобразований. Ну а пока экономисты и политики пререкаются, компании по всему миру — от Starbucks и Whole Foods до Target и Container Store — разрабатывают стратегии, нацеленные на повышение качества услуг. Они увеличивают зарплаты и бонусы и позволяют работникам использовать свой творческий потенциал, чтобы лучше обслуживать клиентов, предполагая, что все эти усилия в итоге увеличат прибыль.

Хороший пример — компания Best Buy. Это крупнейший в мире специализированный розничный продавец бытовой электроники со 140 тысячами сотрудников и ежегодной выручкой около 36 миллиардов долларов. Ориентируясь на хваленую систему менеджмента Toyota, глава Best Buy Брэд Андерсон декларировал в качестве миссии своей компании создание «инклюзивной инновационной рабочей среды, которая высвобождает силы *всех* наших людей, чтобы они получали удоволь-

ствие». Пытаясь поднять продажи и выручку и сделать труд более продуктивным, а рабочие места — более приятными, компания поощряет предложения рядовых сотрудников по оптимизации рабочего процесса и технологий, по разработке новых способов обслуживания клиентов. Немало случаев, когда маленькие идеи, родившиеся прямо в торговом зале, — например, молодой продавец создает новый интерфейс для сервиса Vonage или продавец-иммигрант придумывает, как привлечь больше потребителей из неанглоговорящих общин, — внедрялись в магазинах по всему миру и повышали выручку на сотни миллионов. Андерсон понимает, что недостаточно применять новые технологии и производить привлекательные новые продукты, чтобы преуспеть в обслуживающей индустрии, например в розничной торговле. Ему нравится говорить о великом обещании креативной эры, которое заключается в том, что впервые в истории конкурентоспособность национальной экономики основывается на развитии творческого потенциала людей.

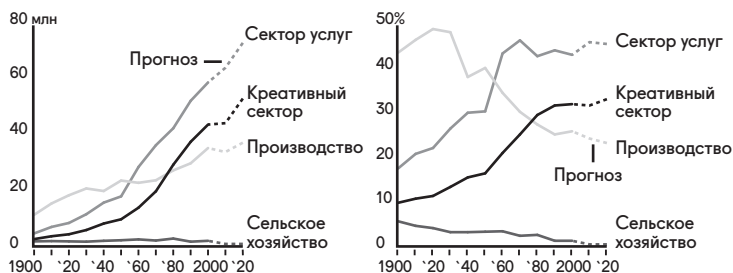
Или, как сформулировал бы я, наш будущий экономический успех все больше зависит от нашей способности использовать креативность и талант каждого работника, независимо от пола, возраста, расовой или этнической принадлежности либо сексуальной ориентации.

### РАБОТАТЬ УМНЕЕ

Второй сектор на рынке труда, в котором занят креативный класс, растет еще быстрее и еще более значим для роста нашей национальной экономики. К нему относится работа в науке и технологиях, искусстве и дизайне, индустрии развлечений и медиа, юриспруденции, финансах, менеджменте, здравоохранении и образовании.

Не будучи сам по себе чем-то новым, креативный сектор, тем не менее, лишь в последнее столетие стал расти ошеломляющими темпами. В 1900 году в этой сфере были заняты всего 5% работников, к 1950 году их доля выросла почти до 10%,

Численность работников по десятилетиям      Доля рабочей силы по десятилетиям



Доля рабочей силы и доля выплаченных окладов (2006)

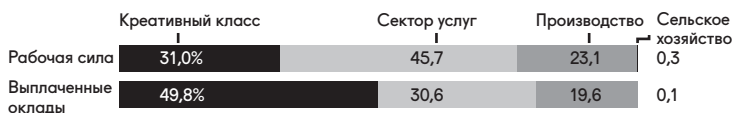


Рисунок 7.1. Подъем креативной экономики

Источник данных: Кевин Столарик

к 1980-му — до 15%, а к 2005-му составила больше 30% (см. рисунок 7.1). Сегодня в креативном секторе работают около 40 миллионов американцев. На их долю приходится *половина* зарплат (2,1 триллиона долларов) и почти 70% дискреционного дохода (474 миллиарда долларов). В сравнении с этими цифрами соответствующие показатели сферы услуг кажутся не столь уж значительными: здесь работникам достается всего 31% зарплат и окладов и какие-то 17% дискреционного дохода<sup>3</sup>. По нашим оценкам, к 2014 году в национальной экономике США появится еще 10 миллионов рабочих мест в креативном секторе. То же справедливо практически для всех развитых государств, где креативный класс составляет 35–45% рабочей силы в зависимости от конкретной страны.

Можно подумать, что креативный класс — не более чем группа высокообразованных людей. Это не так. При измерении че-

ловческого капитала (совокупности знаний и умений рабочей силы) экономисты, как правило, учитывают формальное образование, то есть долю населения с образованием не ниже степени бакалавра. Но образование — лишь один из индикаторов креативного потенциала личности.

В нашем обществе не редкость творческие и успешные люди, которые так и не получили высшего образования. Билл Гейтс, Стив Джобс и Майкл Делл — три ключевые фигуры в современном бизнесе, и все трое бросили колледж. Более того, из двадцати шести человек, которые «сделали себя сами» (и попали в 2007 году в список пятидесяти богатейших в мире людей по версии Forbes), колледж не закончили одиннадцать<sup>4</sup>.

Это не значит, что кто угодно может бросить колледж и стать легендой предпринимательства, как Стив Джобс. Большинству людей высшее образование приносит весомые дивиденды в экономическом плане. Но надо сказать, что умения приобретаются не только в колледже. Опыт реальной работы, здравый смысл и сообразительность, а также креативность, амбиции и предпринимательский талант относятся к числу тех качеств, которым нельзя научить формально, но которые необходимы, чтобы преуспеть в креативной экономике.

Хотя уровень образования и креативная профессия коррелируют друг с другом — большинство работников креативной сферы имеют высшее образование, — роль этих двух факторов в обеспечении экономического роста очень разная. Во время исследования, которое я проводил совместно с Шарлоттой Мелландер и Кевином Столариком, обнаружилось, что креативный сектор и слой общества, имеющий высшее образование, воздействуют на развитие региональной экономики разными путями<sup>5</sup>. По сравнению с креативным классом люди с высшим образованием имели больший доход (доход понимался как совокупность денег, получаемых из всех источников, в том числе в виде заработной платы, доходов от инвестиций, дивидендов, пособий и проч.). Но в креативном секторе были выше оклады — суммы, которые платят за определенное количество труда. Суммы окладов отража-

ют работу, которая выполняется на конкретном месте, и потому служат более точными индикаторами продуктивности региона. Неаполь во Флориде и Кремниевая долина — две самые богатые метрополии в США. Но истоки их богатства на удивление различны. В Неаполе оклады составляют меньше трети дохода (32%), а в Сан-Хосе больше 90%.

Наше исследование позволило обнаружить и другой важный способ влияния профессий на региональный рост. Рассмотрев корреляцию между профессиями и региональным доходом, мы выяснили, что одни виды деятельности вносят больший вклад в региональную экономику, чем другие. Наиболее сильно коррелировали с региональным доходом деловые и финансовые операции, IT-индустрия и математика, далее шла торговля, а за ней искусство, дизайн, медиа и развлечения. Следующее место заняли рабочие места в сфере менеджмента и инженерии, потом — юристы и ученые<sup>6</sup>. Особенно интересны показатели для профессий, связанных с искусством и развлечениями. Часто думают, что это богатство производит и поддерживает эту сферу, а не наоборот. Но что, если искусство и развлечения тоже вносят свою лепту в доход региона?

Многие регионы, потеряв рабочие места на производстве, восстановили свою экономику, сделав ставку на образование и здравоохранение. В бывших промышленных центрах вроде Детройта, Кливленда, Сент-Луиса и Питтсбурга крупнейшими работодателями стали колледжи, университеты и больницы. Казалось бы, это хорошая новость — по крайней мере, это означает, что жители перечисленных городов смогут найти работу. Но анализ, проведенный моей командой, показал, что высокая концентрация рабочих мест в этих сферах в конечном итоге не сулит экономике города ничего хорошего. В сфере образования и здравоохранения может найти работу множество людей, существенно вырастет качество услуг, но доходы региона изменятся незначительно<sup>7</sup>. Еще более справедливо это наблюдение, если рассматривать рабочие места в сфере образования и здравоохранения как часть креативной экономики региона. Чем большая

часть населения занята в этой сфере, тем ниже доход региона. Чем больше представителей креативного класса устраиваются на работу в здравоохранении и образовании, тем ниже становятся оклады в их регионе.

Почему так? С одной стороны, сектор образования и здравоохранения склонен монополизировать рабочую силу в регионе — поскольку спрос на рабочие руки очень велик, остальные отрасли сталкиваются с дефицитом кадров. Образование и здравоохранение, подобно охране порядка и пожарной безопасности, имеют дело с первоочередными нуждами человека. Каждый регион обязан уделить им часть своих трудовых ресурсов. Они привлекают в регион извне сравнительно небольшие деньги. Их доход состоит в основном из средств региона, за исключением государственных грантов на исследования и платы за обучение, поступающей из бюджета других штатов. Это резко отличается от поведения инновационной креативной компании либо кластера таких компаний — они приносят в штат деньги, которые платят их клиенты по всему миру. Растущие регионы обычно имеют более высокую концентрацию других ключевых профессиональных групп — и вот эти профессии концентрируются по географическому признаку.

### ВИДЯТ ИЗДАЛЕКА

Профессии и индустрии всегда в той или иной степени были подвержены кластеризации. Высокая концентрация сталелитейных заводов в Питтсбурге и его окрестностях и крупный автомобилестроительный комплекс в Детройте — лишь два исторических примера силы кластеризации.

Классические теоретики места Иоганн фон Тюнен и Альфред Вебер (брат социолога Макса Вебера) много писали о том, как выбор площадки для производства становится компромиссом между стоимостью сырья и транспортными издержками<sup>8</sup>. Предприятия тяжелой промышленности обычно вырастают там, где много сырья, а крупные водные пути и транспортные магистрали позволяют минимизировать расходы на перевозку.



Регионы индустриальной эры были организованы вокруг ключевой отрасли, иногда — нескольких. Они росли вверх и в стороны, концентрически<sup>9</sup>. Отдельные производственные зоны вырастали рядом с портами, и со временем в этих городах появлялись специализированные деловые районы даунтауна, предлагавшие целый спектр услуг в области бизнеса и финансов. Жилые кварталы, которые поначалу тяготели к портам и заводским комплексам, вытягивались вдоль трамвайных линий, давая импульс формированию первых пригородов. Большинство этих регионов обслуживались фермами и сельскохозяйственными производствами, расположенными относительно недалеко.

Подъем креативной экономики изменил ситуацию, резко снизив зависимость от природных ресурсов. Считалось, что индустрию ожидает децентрализация. В ряде отраслей так и произошло, поскольку производство в них было выведено из развитых стран в развивающиеся. Но не все индустрии децентрализовались. Хороший пример — Италия 1980-х годов, где экономисты и социологи были поражены гибкостью индустрии моды. Как этому традиционному сектору итальянской экономики удавалось выживать, если повсюду более дешевая продукция конкурентов из Индии и Китая вытесняла национальных производителей одежды из экономики или, по крайней мере, вынуждала их уходить в офшоры?

Ответ может дать понятие «агломерация», введенное великим экономистом Альфредом Маршаллом<sup>10</sup>. Некоторые компании выигрывают, используя эффект масштаба, интегрируя свою деятельность и укрупняясь. Но выгодна также стратегия, основанная на процессе агломерации, при которой компании размещают производства поблизости друг от друга. Позже в общественных науках это явление назовут эффектом «промышленного района». Но, как ни назови этот феномен, такие компании, как Armani, Prada и Gucci, выиграли благодаря высокой производительности и инновациям, но еще больше — благодаря тому, что стали частью плотного кластера поставщиков, производителей и клиентов. Экономическая сила и эффективность этих класте-

ров были более чем достаточны, чтобы уравновесить растущее давление на итальянскую модную индустрию, вытеснявшее эти предприятия за границу.

К началу 1990-х годов эта гибкость ряда индустриальных кластеров привлекла внимание ведущих экономистов и социологов, включая профессора Гарвардской школы бизнеса Майкла Портера<sup>11</sup>. Признанный одним из важнейших в мире мыслителей в области менеджмента, в середине 1990-х он посвящал почти все свои усилия изучению ведущих индустриальных кластеров планеты.

Благодаря исследованиям Портера возникла новая экономическая карта США (и мира), очертания которой были заданы кластерами: индустрия страхования в Хартфорде (Коннектикут), развлечения и казино в Лас-Вегасе, мебель в Хай-Пойнте (Северная Каролина), офисная мебель в Гранд-Рapidсе (Мичиган), снаряжение для гольфа в Карлсбаде (Калифорния), томографы и переносное медоборудование в Рочестере (Нью-Йорк) и так далее. По мнению Портера, эти кластеры смогли выжить благодаря близости к искушенным потребителям и клиентам, возможности рекрутировать работников из местного пула высококвалифицированных кадров, а также поддержке региональных институтов, например университетов и программ профобразования. Многим казалось, что вывод компаний в офшоры и глобализация ударят по этим кластерам, но в 2006 году Портер утверждал обратное в онлайн-интервью BusinessWeek: «Теперь, когда глобализация продолжает мощно двигаться вперед, кластеры в конкретных местах должны стать еще более специализированными. В глобальной экономике идет процесс, который ускоряет их фокусировку».

Еще интереснее, что хай-тековые отрасли (например, программирование и биотехнологии), не связанные напрямую с производством, кластеризуются даже более явно. В детальном исследовании биотехнологической индустрии, опубликованном в 2001 году, Джозеф Кортрайт и Хайке Майер утверждают, что три четверти биотехнологических фирм, основанных в 1990-х годах, сосредоточены всего в девяти регионах<sup>12</sup>. В этих регионах

по сравнению с остальными биотехнологические исследования велись в восемь раз интенсивнее, компаний соответствующего профиля было в десять, а венчурных инвестиций в биотехнологии — в тридцать раз больше.

Венчурный капитал — другой полезный индикатор кластеризации хай-тековых отраслей. По состоянию на второй квартал 2007 года три региона — Кремниевая долина, Сан-Диего и Большой Бостон — привлекали больше половины всех венчурных инвестиций, причем более чем две трети этой суммы доставалось Кремниевой долине (от одной пятой до двух третей всех венчурных инвестиций в широком спектре хай-тековых отраслей)<sup>13</sup>.

А Кремниевая долина не собирается сбавлять обороты. Несмотря на то что вести бизнес там дорого, хай-тек-компании продолжают стекаться туда, а рабочие места — множатся. В 2006 году Wall Street Journal отмечал, что в Кремниевую долину переехали шесть фирм: Mobius Microsystems (технология регулирования синхронизирующих импульсов в микрочипах) — из Детройта, VideoEgg (интернет-видео) и LicketyShip (интернет-компания, которая организует доставку товаров) — из Нью-Хейвена (Коннектикут), Meetro (мобильные приложения для социальных сетей) — из Чикаго, Vox.net (сайт-файлообменник) — из Сиэтла<sup>14</sup>. Компания, которая занимается интернет-видео, прибыла из самого Тель-Авива.

Эти предприятия переехали, несмотря на то что средний годовой оклад в сфере хай-тека в Кремниевой долине был примерно на 50 тысяч долларов выше, чем в среднем по стране. Но ресурсы, которые предоставляет кластер в долине, компенсировали эти издержки с лихвой. Основатель компании VideoEgg Мэтт Санчес заявил в интервью Wall Street Journal: «В Кремниевой долине есть набор уникальных ресурсов, которого нет в других местах. Так что, если вы собираетесь строить техническую компанию, делать это надо там».

Кластеризуются не только хай-тек-отрасли. Многие другие сферы экономики также выигрывают оттого, что их предприятия располагаются ближе друг к другу. Рассмотрим для начала

тенденции в двух основных секторах экономики — секторе услуг и креативном секторе.

Лас-Вегас, Невада и ряд регионов поменьше в Техасе и Флориде возглавляют рейтинги наиболее быстро растущих рынков труда, потому что порождают максимальное количество вакансий в сфере услуг. С другой стороны, такие регионы, как Кремниевая долина, Вашингтон (округ Колумбия), «исследовательский треугольник» в Северной Каролине, Боулдер (Колорадо) и Остин (Техас), намного более популярны среди работников креативного сектора. Почти 40% рабочей силы в этих регионах задействованы в креативном секторе, это вчетверо больше среднего показателя по стране (см. рисунок 7.2).

Ряд экономистов-урбанистов и регионалистов составляют карты растущей географической специализации труда. Энн Маркузен, специалист по региональной экономике и пионер в области анализа распределения специальностей (*occupational analysis*), называет этот феномен рождением «дифференцированного города» (*distinctive city*), где труд и экономическая жизнь стали по преимуществу специализированными<sup>15</sup>.

Роджер Мартин, мой декан и коллега по Школе менеджмента имени Ротмана, утверждает, что, хотя возможности для повышения конкурентоспособности компаний есть внутри них самих, не последнюю роль в успехе бизнеса играет его географическое местоположение. Мартин употребляет выражение «юрисдикционное преимущество» (*jurisdictional advantage*) — имеется в виду, что каждое место можно рассматривать как уникальный трудно-воспроизводимый актив<sup>16</sup>, или, как выражается он сам, «способ, которым конкретная юрисдикция, будь то юрисдикция города, региона, провинции или страны, получает преимущество перед другими юрисдикциями в привлечении определенных видов человеческого капитала и предприятий, предоставляя, на их взгляд, оптимальное место для выполнения назначенных им задач. Мы говорим лишь об определенных типах людей и бизнесов, поскольку не считаем, что какая-либо из существующих на планете юрисдикций может быть или стать оптимальной для всех типов людей

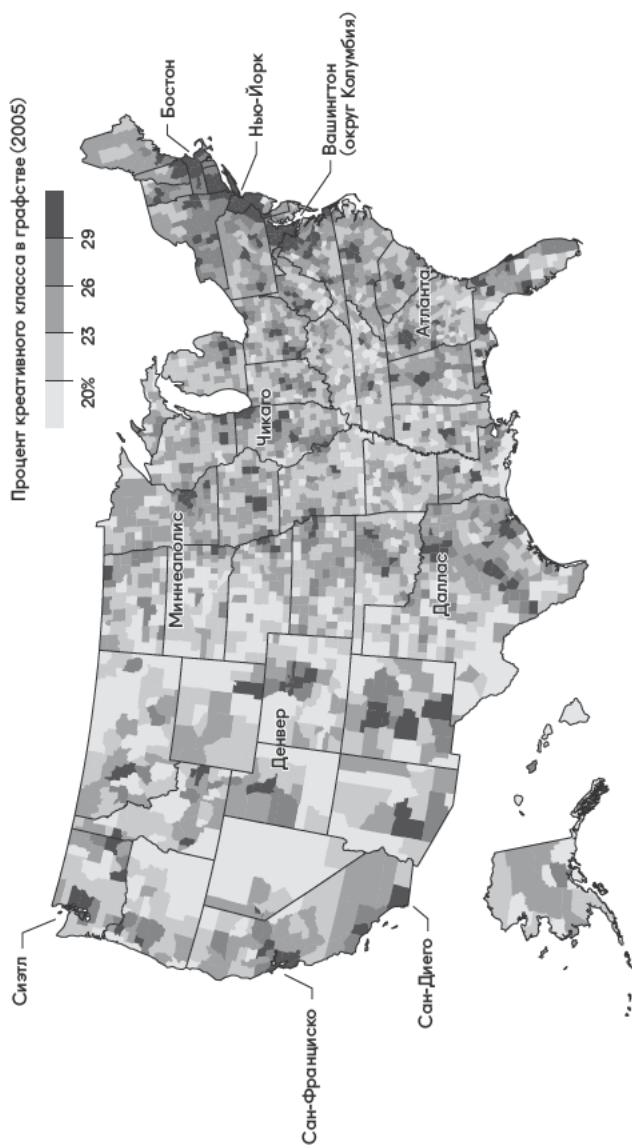


Рисунок 7.2. Карта креативного класса  
 Источник данных: Кевин Столарик  
 Карта: Райан Моррис

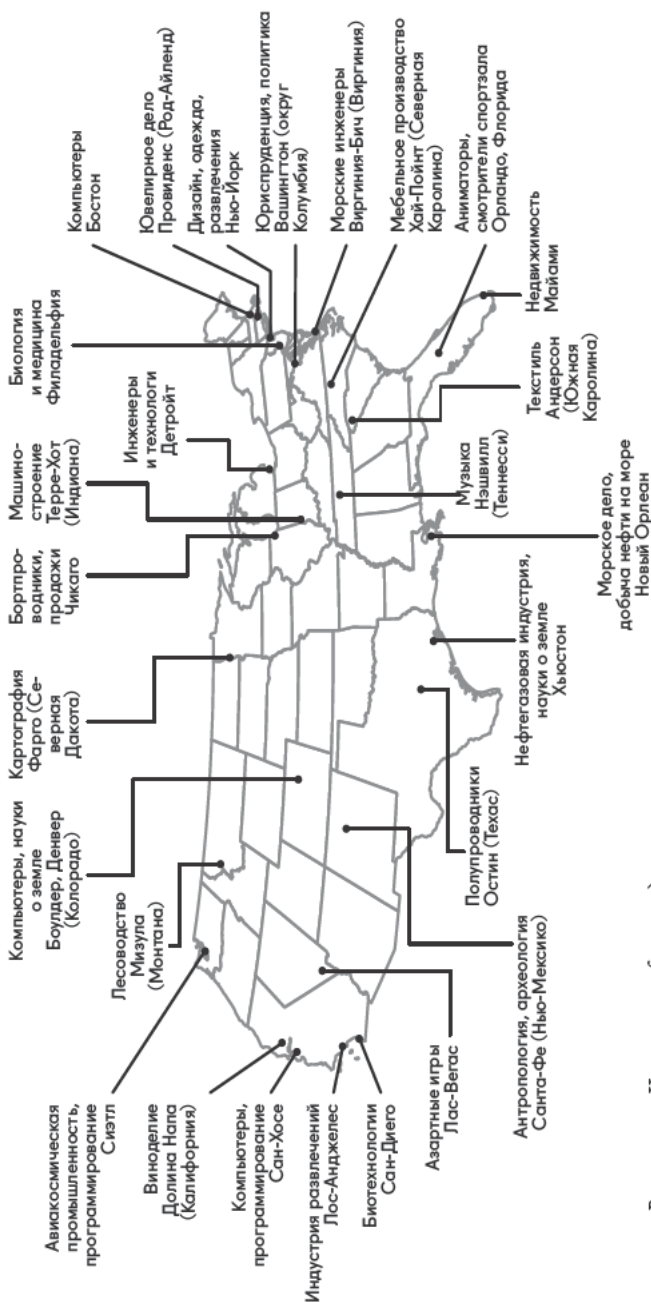


Рисунок 7.3. Новая география труда  
Источник данных: Статистическое управление США  
Карта: Райан Моррис

и бизнесов. Одни высококвалифицированные люди и крупные бизнесы сочтут лучшим на планете местом Бостон (Массачусетс), другие — Гранд-Рапидс (Мичиган), и, несомненно, в каждом случае они будут по-своему правы. Поэтому многие юрисдикции, задействованные в современной экономике, получают юрисдикционное преимущество в своих областях специализации».

Мы с командой воспользовались подробными данными Статистического управления о занятости населения США, чтобы оценить кластеризацию профессий и труда по регионам. Предметом оценки служил статистический коэффициент местоположения (location quotient, LQ), позволяющий сравнить долю определенного вида деятельности в регионе с тем же показателем по стране, посчитанный для всех основных профессий и всех крупнейших регионов США. Большинство экспертов признают, что достаточно высокий LQ — на уровне 1,25 — указывает на наличие регионального профессионального кластера.

В США обнаружилось девять регионов, у которых показатель местоположения превышает 100. Это такие места, как Далтон (центр текстильной промышленности Джорджии) и Тибодо (город в Луизиане, столица речных лоцманов). У 37 регионов LQ больше 50, а более чем у 500 регионов выше 10, что тоже свидетельствует об очень высокой концентрации однопрофильных предприятий.

Это неудивительно, да и не так уж важно, когда речь идет о сравнительно редких профессиях вроде речного судоходства (если, конечно, вы не капитан баржи). Но эти данные становятся чрезвычайно интересными, когда мы переходим к секторам, в которых занято значимое для экономики количество людей. Рассмотрим карту ключевых отраслевых кластеров в США на рисунке 7.3.

- Три четверти занятых в национальной индустрии развлечений и шоу-бизнеса работают в Лос-Анджелесе, как и 25% театральных агентов.
- В Вашингтоне (округ Колумбия) работают 78% политологов и значительная доля экономистов, математиков и астрономов.

- Больше половины дизайнеров одежды работают в Нью-Йорке. В этом же районе сосредоточена четверть всех рабочих мест для маклеров. Мой редактор Билл Фрухт рассказал, что на Манхэттене есть перекресток Двадцать третьей улицы и Пятой авеню, где в пределах пяти минут ходьбы расположены офисы шести или семи крупных издательств: Basic, Holt, FSG, St. Martin's, Abrams, Sterling и так далее. Можно не только поменять работу, не меняя парковку, но и проработать всю жизнь возле одной-двух станций метро.
- Больше трети вакансий в сфере нефтедобычи приходится на Хьюстон.
- И почти треть всех супервайзеров казино (gaming supervisors) работает в Лас-Вегасе, как и 20% кассиров казино и 16% костюмеров и управляющих залами игровых автоматов.

Порой люди стоически соглашаются ездить на работу за тридевять земель, лишь бы не покидать эти кластеры. В августе 2005 года много шума наделала статья в Post-Gazette, где рассказывалось о нескольких топ-менеджерах, которые ездят на работу в Питтсбург из Нью-Йорка и Шарлотта, так как опасаются, что, оставив эти крупнейшие финансовые центры, в долгосрочной перспективе навредят своей карьере<sup>17</sup>. Они чувствовали, что им нужно оставаться частью кластера, поддерживать сеть контактов и профессионально развиваться.

Региональная концентрация и специализация профессий — прямое следствие эффекта кластеризации, о которой шла речь в главе 4. Вспомним ответ Лукаса на больной вопрос современности: «Почему люди должны снимать жилье по заоблачным ценам?» — чтобы использовать чужую продуктивность. Людям, занятым на схожей работе, выгодно жить рядом, будь то программисты в Кремниевой долине, инвестбанкиры и дизайнеры одежды в Нью-Йорке, магнаты шоу-бизнеса, актеры и режиссе-



ры в Лос-Анджелесе, — не только потому, что там же находятся компании их отрасли. Компании находятся там в первую очередь потому, что могут встроиться в существующий кластер, увеличить свою общую продуктивность и заработать хорошие деньги. Или, как обнаружили исследователи из Института Санта-Фе, эти большие города и кластеры вынуждены постоянно ускорять городской метаболизм, чтобы не отставать. Прирост продуктивности, вызванный кластеризацией труда, создает новую, более специализированную географию труда в США и мире. Это происходит по мере того, как город и место выстраивают профессии и возможности трудоустройства в региональную иерархию.

#### НА СЦЕНЕ И ЗА СЦЕНОЙ

Физическое соседство, связанное с кластеризацией, расширяет возможности для личного общения, обмена информацией и формирования команды, а это необходимо для инноваций и повышения продуктивности. В отличие от стандартизированного труда индустриальной эпохи, когда знание могло отливаться в форму стандартизированных процедур и чертежей и таким же образом передаваться, креативный труд сильно зависит от того знания, которое можно найти только в голове живого человека — или, как мне нравится говорить, *между головами*.

Сети — то есть связи, благодаря которым люди и компании могут обмениваться этим жизненным знанием, — детально описаны гарвардским политологом Робертом Патнэмом в его бестселлере «Боулинг для одиночек». Идея Патнэма об упадке социальной жизни и плотных сетей (вроде боулинг-клубов в 1950-х) и идущем на смену им обществе взаимного безразличия и индивидуализма стала невероятно популярной<sup>18</sup>. В формировании этих сетей участвуют два вида социального капитала — бондинг (bonding) и бриджинг (bridging). Бондинг — тесные связи, существующие внутри больших семей и этнических общин; упадок именно этого феномена оплакивал Патнэм.

Бриджинг — это менее интенсивные связи, которые устанавливаются между различными группами. Именно этот тип связей имеет значение для кластеризации. Бриджинг «включает человека в поток иных мыслей и действий, которые в каждом отдельном мире — свои», — пишет директор программ технологического менеджмента в Калифорнийском университете в Дэвисе Эндрю Харгадон<sup>19</sup>. По сути, бриджинг, продолжает Харгадон, «меняет взгляд человека не только на чужие идеи, которые он находит в мирах других, но и на мысли и действия, которые доминируют в его собственном мире. Бриджинг создает условия для креативности, для моментов озарения, когда внезапно становятся очевидными новые возможности».

Анна-Ли Саксенян из Беркли в своем исследовании предприятий хай-тек-индустрии, сосредоточенных в Кремниевой долине и на шоссе 128 в окрестностях Бостона, показывает, что своей гибкостью и высокой продуктивностью компании Долины в 1990-х годах были обязаны имевшимся в этом регионе децентрализованным, но открытым к сотрудничеству сетям предпринимателей, венчурных капиталистов, технологов и талантливых выпускников<sup>20</sup>.

Какую бы форму он ни принимал, нетворкинг обнаруживает качество, которое социолог из Стэнфордского университета Марк Грановеттер назвал «силой слабых связей», — в этом прекрасном выражении схвачена самая суть явления<sup>21</sup>. В своем исследовании реальных механизмов трудоустройства Грановеттер приходит к выводу, что многочисленные слабые связи между людьми на самом деле важнее сильных и немногочисленных. Мысль о том, что близость к совершенно незнакомым людям значит больше, чем контакты со старыми друзьями, может показаться странной, если не задумываться о том, как функционируют сети. Прелесть слабых связей в том, что они приносят новую информацию. Вероятно, вы с вашими друзьями вращаетесь примерно в одних и тех же кругах. Вы знаете одних и тех же людей, бываете в одних и тех же местах, вам подворачиваются одни и те же возможности. Слабых связей больше, и их легче поддерживать.

Они привносят в уравнение элемент хаоса, который чаще всего и становится проводником новых возможностей и идей.

Места нашего сетевого взаимодействия, разумеется, различаются в зависимости от нашей профессии, но его значение и функции всегда одинаковы. В среде классических офисных работников нетворкинг может принимать форму разговора у кулера с водой или воскресного гольфа. Для инвестиционных банкиров это деловые обеды и корпоративные выезды на восточное побережье Лонг-Айленда. Сотрудники хай-тека встречаются за завтраком, на вечеринках или велопрогулках. Один венчурный инвестор из Кремниевой долины говорил: «Кто не в пелотоне (пелотон — основная группа участников велогонки), тот не в деле». И это была не метафора.

Или рассмотрим атмосферу, которая окружает творческую работу, например музыку, литературу и изобразительное искусство, — через такую призму лучше видны причины кластеризации профессий и труда. Для успеха в креативном труде сырьё (типа угля или руды) либо не нужно совсем, либо нужно лишь в небольшом объеме; здесь не возникает больших предприятий. Обычно конечный продукт креативной деятельности производится небольшим числом людей, он уникален и ни на что не похож.

Что скрывается за сценой? Обычно, думая о театральной или музыкальной сцене, представляют себе скопление людей, которые создают художественные произведения (экономисты назовут их производителями). Конечно, они важны. С тех пор как появились первые артистические колонии, феномен «сцены» давал талантливым людям возможность сотрудничать и состязаться друг с другом — искать друг у друга вдохновения, изучать друг друга, учиться друг у друга. В мире музыки слово «сцена» используется для обозначения стиля, характерного для какой-либо местности, будь то новоорлеанский джаз, кантри в Нэшвилле или чикагский блюз. Но «сцены» не выжили бы без социальной и экономической инфраструктуры.

В своей книге «Креативные индустрии» гарвардский экономист Ричард Кейвс объясняет, что в музыке успех зависит от си-

стемы, в которой художники, писатели и музыканты занимаются своим делом, а агенты и менеджеры продают результаты их труда. А в книге Элизабет Каррид «Экономика по Уорхолу» показано, как «сцены» подпитываются социальной средой, включая клубы, рестораны и другие площадки, где происходит нетворкинг<sup>22</sup>.

Сцены — двигатель производства, потребления и эволюции культурного продукта, и они же ответственны за производство впечатлений. По выражению Дэниела Сильвера, Терри Кларка и Лоуренса Ротфилда из Чикагского университета, которые являются ведущими специалистами по этой теме, сцены представляют «способы организации производства и потребления культуры»<sup>23</sup>. Сцен много, и они разные. В Нэшвилле есть музыкальная сцена, в Нью-Йорке — театральная, в Майами — клубная, а в Лос-Анджелесе — кинематографическая. Но дальше перечисленные мной авторы задаются вопросом: «Что делает сцену сценой?» Что отличает набор театров в Нью-Йорке на Бродвее от театров в любом другом месте?

«Сцена» определяется через предоставляемые ею возможности «на людей посмотреть и себя показать», отмечают авторы. Это «тотальная культура развлечений, которая и мысли не допускает о работе». Ключ к пониманию сцены, по мнению авторов, в том способе, которым «в нагромождении удовольствий и людей воспитываются общие ценности и вкусы, определенные типы отношений и легитимируется то, что ты делаешь или не делаешь». Сцены — та призма, через которую можно рассмотреть причины продолжающейся кластеризации труда.

### ДЖЕК УАЙТ ПЕРЕЕЗЖАЕТ В НЭШВИЛЛ

Казалось бы, музыканты творят в одиночку и могут жить где захочется. Искусство востребовано повсюду — все к тому, чтобы артисты разлетались кто куда. Но они не разлетаются, что доказывают цифры.

Аспирант Университета Джорджа Мейсона Скотт Джексон отслеживал местоположение музыкантов и музыкальных

групп между 1970 и 2004 годами, используя данные из широкого круга источников<sup>24</sup>. Поскольку с 1970 года определение регионов-метрополий несколько раз менялось, Джексон уделил особое внимание тому, чтобы избежать путаницы с границами регионов и данными по ним. В результате он получил детальную информацию о расселении музыкантов в тридцати одном регионе-метрополии.

Его анализ показал четкую тенденцию к растущей концентрации и специализации в музыкальной индустрии. Доля музыкантов, которые живут в метрополиях, увеличилась с 52% (1970) до 63% (2004). Но один регион на голову превзошел остальные. В 1970 году Нэшвилл был всего лишь центром кантри-музыки. В 2004 году только в Нью-Йорке и Лос-Анджелесе — а это огромные города — было больше музыкантов, чем в Нэшвилле.

Взлет Нэшвилла выглядит еще более впечатляющим, если учесть его коэффициент местоположения (LQ). В 1970 году город даже не входил в первую пятерку регионов по этому показателю для музыкальной индустрии. К 2004-му он стал национальным лидером, чей LQ вчетверо превосходит средний по стране. Когда Джексон составил график роста коэффициентов местоположения с 1970 по 2004 год, Нэшвилл оказался *единственным* местом с положительной динамикой. По сути, он поглотил весь рост в индустрии, не только в кантри, но во всех музыкальных жанрах (особенно в рок- и поп-музыке). Сегодня там живут многие известные во всем мире студийные музыканты; в качестве места, где создают, записывают и издают музыку, Нэшвилл затмил даже Нью-Йорк и Лос-Анджелес.

Подобно тому, как хай-тек-компании перебираются в Кремниевую долину, огромное количество музыкантов первой величины рано или поздно переезжают в Нэшвилл. В 2005 году один из наиболее значимых рок-музыкантов последнего десятилетия, основатель легендарных The White Stripes Джек Уайт перевез сюда свою новую группу The Raconteurs, оставив легендарную сцену Детройта, где возникли такие инновационные и влиятельные коллективы, как MC5 и The Stooges Игги Попа,

студия Motown с ее фирменным звучанием и другие музыкальные стили<sup>25</sup>. Ранее Уайт спродюсировал в Нэшвилле тепло принятый критикой альбом Лоретты Линн «Van Lear Rose». Под впечатлением от увиденного здесь он бросил Детройт и купил дом в Нэшвилле. Среди музыкантов The Raconteurs нет уроженцев Нэшвилла. Уайт и Брендон Бенсон — из Детройта, барабанщик Патрик Килер и басист Джек Лоуренс играли в группе The Greenhornes из Цинциннати. Когда Уайта спрашивают о причинах переезда, он отвечает, что сцена Детройта стала слишком тесной и мрачной. Его бывшие друзья и коллеги, по слухам, стали завидовать успеху The White Stripes. Нэшвилл, говорит Уайт, не такой — более профессиональный, менее склонный к мелодраммам и конфронтации. Это место, где, как и в Кремниевой долине, лучшие представители своей профессии могут сотрудничать с другими талантами первой величины и пожинать блага экономической инфраструктуры мирового уровня.

Работа, которую мы выполняем, критически важна для нашего благосостояния и благополучия. Но как мы распоряжаемся деньгами, которые заработали, — другой вопрос. Для большинства людей крупнейшее вложение, какое им доводится делать в жизни, — покупка дома. Цена, которую мы платим за жилье, зависит от места, которое мы выбираем, — но еще сильнее от выбора места зависит, окупится ли это наше вложение и как быстро.

## 8. ГОРОДА-СУПЕРЗВЕЗДЫ

Я не слишком люблю телевизор, но есть одна передача, которую я смотрю все чаще и чаще. Она называется «Что вы получаете за свои деньги». В каждом выпуске выбирают четыре-пять мест в США и показывают, какая там продается недвижимость — от 300 тысяч долларов и до миллиона и больше. Например, за 300 тысяч можно купить нуждающийся в ремонте дом конца 1950-х во Флагстаффе (Аризона), особняк площадью 215 квадратных метров в колониальном стиле с четырьмя спальнями близ Рочестера (Нью-Йорк) или современный таунхаус площадью 170 квадратных метров в Луисвилле (Кентукки). В миллион баксов вам обойдется реконструированная бревенчатая хижина в Денвере, современный дом в Нэшвилле или пентхаус в кондоминиуме в бостонском даунтауне.

Откуда такой разброс вариантов, доступных по одной и той же цене? Ответ вкратце сводится к старой песне всех риелторов: «Место, место и еще раз место». Многие говорят, что хотели бы накопить денег, чтобы купить большой дом по приемлемой цене. Путешествуя по миру, я часто слышал, как люди хвастаются: «Здесь можно купить дворец за такие деньги, за какие на Манхэттене даже студию не купишь». Никто не спрашивает, почему эти дворцы ценятся меньше, чем 37 квадратных метров с видом на вентиляционную шахту где-нибудь на Восемьдесят третьей улице.

Покупка недвижимости — это больше, чем просто сделка. Стоимость самой постройки — обычно наименьшая из составляемых цены. Главную роль играет стоимость земли, ценность местоположения. Здесь и начинается та самая старая песня. Там, где

спрос высок — особенно если он превышает предложение, — место само по себе может стоить целого состояния.

Местоположение определяет не только сумму, которую вам придется заплатить, но и то, окупится ли со временем ваше приобретение. В случае недвижимости, как это обычно бывает с инвестициями, критерием оценки является не сумма вложения, а ее ожидаемый прирост. Для многих из нас покупка жилья — крупнейшая инвестиция в жизни. Очень важно понимать, как может сказаться на нашем благосостоянии скорость, с которой эта сумма будет расти в долгосрочной перспективе.

Как будет показано в этой главе, место становится все более значимым для рынка недвижимости фактором. Цены на жилье все сильнее варьируются в зависимости от местоположения. Ведущие экономисты, специализирующиеся на недвижимости, говорят о появлении так называемых городов-суперзвезд, где цены выросли намного больше, чем в среднем по стране. Наиболее динамичные из этих городов расположены в ведущих мегарегионах США и мира.

### ВСЕ ИМЕЕТ СВОЮ ЦЕНУ

Экономисты утверждают, что эффективный спрос на жилье в том или ином месте лучше всего отражают цены на недвижимость. Как показывают данные «Всеамериканского районного опроса» («American Community Survey»), проведенного Бюро переписи США<sup>1</sup> (см. рисунок 8.1), между самыми доступными по цене и самыми дорогими районами существует огромный разрыв. В 2006 году самой дорогой метрополией был Сан-Хосе, где медианная стоимость жилья превышала 740 тысяч долларов, а самой дешевой — Одесса (Техас), где медианная стоимость составляла всего 54 тысячи долларов. Кроме того, бросалась в глаза дороговизна жилья в Сан-Франциско, Лос-Анджелесе, Нью-Йорке, Бостоне и Вашингтоне.

Контраст будет еще нагляднее, если задать более мелкий масштаб, например взять районы по почтовым индексам. В США на-



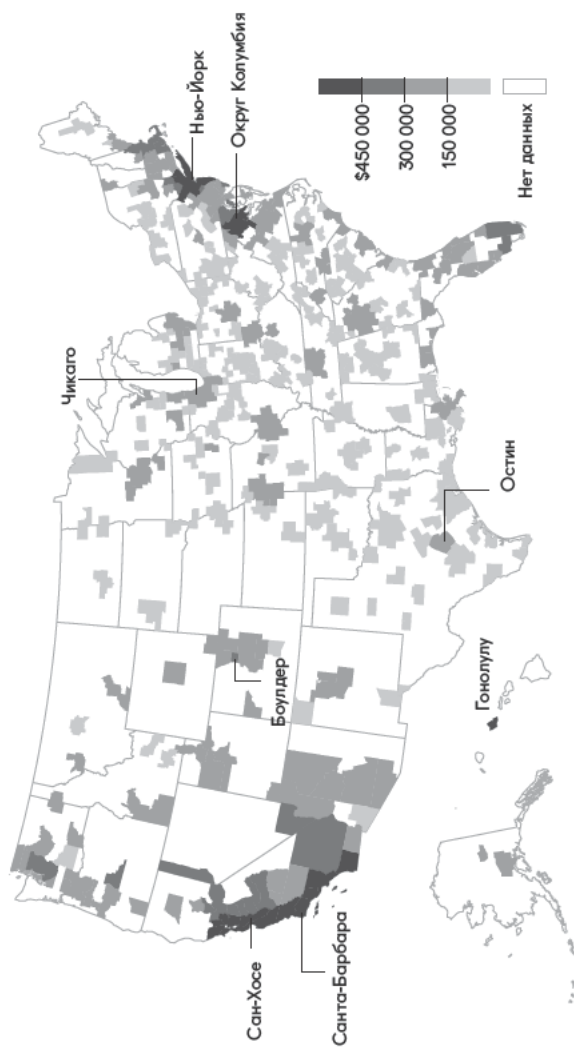


Рисунок 8.1. Карта недвижимости  
 Медианная стоимость жилья в метрополисах  
 Источник данных: «Всеамериканский районный опрос» Бюро переписи США  
 Карта: Райан Моррис

считывается пять таких районов, где медианная стоимость дома превышает 2 миллиона долларов, сообщал в 2007 году журнал BusinessWeek. В 24 районах медианная стоимость была больше 1,5 миллиона, но меньше 2 миллионов. В 66 районах медианная стоимость составляет от 1 миллиона до 1,5 миллиона долларов<sup>2</sup>. А ведь это *медианное* значение: половина домов в каждом из этих районов стоит еще дороже.

С другой стороны, по данным «Всеамериканского районного опроса», во многих метрополиях (включая Талсу в Оклахоме, Эль-Пасо, Уичито и Буффало) медианная стоимость дома в 2006 году составляла меньше 120 тысяч долларов. В Эль-Пасо медианная ежемесячная выплата за дом равнялась 936 долларам, в Талсе, Сент-Луисе, Буффало, Тусоне, Кливленде, Толедо, Вичите и Мемфисе она была меньше 1300 долларов. Фантастические цены, особенно если вспомнить, как много людей платят в месяц 2 тысячи долларов, а то и больше, за однокомнатную квартиру-студию на Манхэттене.

Это все замечательные места. В некоторых из них я жил, в других работал и почти везде хоть раз да побывал. Когда в начале 1980-х меня пригласили читать лекции в Буффало, я снял прелестную квартиру близ Элмвуда — района с первоклассными магазинами, ресторанами и ночными клубами. В Эль-Пасо мы с моей командой тоже много работали. Это прекрасный пограничный город, полный невероятной энергии, место интенсивного межнационального обмена.

Я хорошо знаю Мемфис — мы проводили там Memphis Manifesto Summit, крупнейшую национальную конференцию, посвященную креативному обновлению городской среды. Я работал с лидерами городских сообществ в Цинциннати, Кливленде, Луисвилле, Лексингтоне, Талсе и Оклахома-Сити, и все эти города тоже производили на меня приятное впечатление.

Но, несмотря на доступное жилье, почти каждый из них сегодня теряет одаренных людей.

Несколько лет назад автор экономической колонки в The New York Times Дэвид Леонхардт задал мне несколько вопро-

сов об этом явлении. Почему компании и люди не переезжают в Буффало или Кливленд? Базовые познания в экономике позволяют предположить, что по крайней мере некоторые люди и предприятия, заинтересованные в снижении издержек, предпочтут воспользоваться преимуществами дешевой недвижимости. Но большинство ими не пользуется — и по очень простой причине. Цены на жилье отражают готовность людей платить определенную сумму за возможность жить в определенном месте. Цены растут там, где люди очень хотят жить, и стагнируют либо снижаются там, где спрос невысок.

### ЗВЕЗДНАЯ БОЛЕЗНЬ

Оценивая долговременные тренды в колебаниях цен на жилье, уртонский специалист по недвижимости Джозеф Журко и его коллеги Тодд Синай и Крис Майер из Колумбийского университета отметили на территории США ряд мест, которые они назвали городами-суперзвездами (они состоят из городов-центров и пригородов)<sup>3</sup>. Изучив динамику цен на жилье в 50 американских метрополиях с 1950 по 2000 год, Журко, Майер и Синай выделили группу городов-суперзвезд, где рост стоимости жилья быстро и неуклонно опережал средний по стране, а рост предложения на рынке жилья был ограничен. В топ-10 городов-суперзвезд вошли Сан-Франциско, Окленд, Сиэтл, Сан-Диего, Лос-Анджелес, Портленд (Орегон), Бостон, Берген-Пассейик (Нью-Джерси), Шарлотт и Нью-Хейвен.

Рассмотрим это опережение средних по стране темпов удорожания недвижимости. С 1954 по 2000 год цены на жилье в Кремниевой долине выросли более чем в 11 раз. В Сан-Франциско они выросли в 9 раз. В 1940 году дом в Цинциннати стоил в среднем 65 тысяч долларов — больше, чем в Сан-Франциско. К 2004 году медианная стоимость дома в Сан-Франциско составляла 661 900 долларов, что более чем в 5 раз превышало тот же показатель для Цинциннати (118 350 долларов) и в 10 — для Буффало (59 370 долларов), где было зафиксировано низшее значе-



*Рисунок 8.2. Города-суперзвезды*

*Рост стоимости жилья в пересчете на год (1950–2000)*

*Верхние 10 и нижние 10 городов среди метрополий, где на 1950 г. население превышало 500 тыс.*

*Источник данных: Джозеф Журко, Кристофер Майер, Тодд Синай*

ние для 50 городов той выборки, которую проанализировали Журко и его соавторы.

По их мнению, драматическое удорожание недвижимости в городах-суперзвездах — долговременный тренд. Цены на недвижимость там могут колебаться вверх и вниз, но в долгосрочной перспективе они неуклонно растут. Можно спросить, как обстоят дела в городе типа Лас-Вегаса, где на протяжении 40 лет из пятидесяти охваченных исследованием резко росло население (и выросло примерно на 50%). Многие думают, что именно рост населения сделал Лас-Вегас крупным центром роста. Но Журко подчеркивает, что было бы ошибкой приравнять увеличение численности жителей к приобретению статуса суперзвезды, если одновременно не происходит заметного роста стоимости жилья. Что до Лас-Вегаса, добавляет Журко, то, учитывая сравнительно

низкий рост цен на жилье, там может поселиться практически любой желающий.

Суммы, которые множество людей готовы платить за проживание в этих немногочисленных городах, говорят нам нечто важное об экономическом значении городов-суперзвезд. Конечно, на рынке жилья бывают колебания, надуваются и лопаются пузыри, но города-суперзвезды вот уже минимум полвека демонстрируют явную способность выживать. «Исключительность — в их природе», пишет Журко, а «благодаря ценам, которые они диктуют, люди вынуждены существенно переплачивать за право жить там». Суперзвезды поддерживают свой статус, привлекая все больше жителей одного типа — людей квалифицированных и зажиточных. Происходит своеобразный естественный отбор — более богатые домохозяйства переезжают в эти города, а более бедные вытесняются прочь. Поскольку, по словам Журко и его соавторов, спрос на свободное место в городах-суперзвездах очень велик, а предложение мало, этим городам нужен только рост ВВП, чтобы в них все дорожало быстрее, чем в остальной стране.

Глобализация рынков недвижимости в США и мире подливает масла в огонь. Я осознал это, когда мы с женой прошлой весной присматривали дом в Торонто. Обнаружив, что цены в жилых кварталах Торонто внутри кольцевой дороги заметно выше, чем в северо-восточной части Вашингтона (округ Колумбия), откуда мы готовились переехать, я спросил у риелтора, чем это вызвано. Она тут же ответила: «Иностранцы — не американцы, а в основном русские — скупают почти всю самую дорогую недвижимость».

На фоне глобализации рынков и слабости доллара жилье на Манхэттене или в Беверли-Хиллз может показаться выгодной покупкой по сравнению с недвижимостью в Лондоне, Токио, Гонконге, Москве и других глобальных центрах. На рынках городов-суперзвезд возникает дилемма доступности. Раньше покупатели конкурировали друг с другом на локальных рынках недвижимости, теперь же спрос охватывает буквально весь мир.

Мир пиков постепенно выстраивается вокруг сравнительно небольшого числа глобальных мегарегионов. И мы, возможно, окажемся в новой фазе эволюции рынка недвижимости, в которой рынок распадется на две части — глобально ориентированные центры, где цены с течением времени значительно вырастают, и локальные рынки, где цены стоят на месте или падают.

Однако не все экономисты согласны с тем, что высокие цены на недвижимость в городах-суперзвездах останутся такими навсегда. Среди тех, кто предсказывает конец этого тренда, — йельский экономист Роберт Шиллер, автор бестселлера «Иррациональный оптимизм. Как безрассудное поведение управляет рынками», в котором он предсказал коллапс акций высокотехнологичных компаний в начале 2000-х годов. В своей колонке (май 2007 года) Шиллер задавался вопросом: «Почему цены на жилье в гламурных городах должны расти вечно?»<sup>4</sup> Конечно, города-суперзвезды не смогут вырасти до масштабов Нью-Йорка или Лондона. Но, пишет Шиллер, «в любом случае есть обширные участки земли, где можно заложить новый город», как неоднократно случалось в прошлом. Шиллер указывает, что частные девелоперы «находчиво строят новые гламурные районы в городках, откуда до крупного города не больше часа езды. Это случается так часто и так регулярно, что мы принимаем это как должное и редко замечаем этот процесс».

По итогам анализа Шиллер предположил, что в ходе жилищного бума в начале 2000-х годов общая стоимость жилья выросла настолько, что к 2007 году полностью перестала соответствовать доходам населения<sup>5</sup>. Он предсказывает повсеместное падение цен на жилье на 30–50% к концу десятилетия.

Может, и так. Но недвижимость отличается от других видов инвестиций, и по очень простой причине. Главная цель вложений в жилье — не приумножить деньги, а приобрести крышу над головой.

«Вот в чем проблема идеи, что рынок жилья похож на рынок доткомов, — пишет бывший репортер Wall Street Journal Роджер Левенстайн. — Большинство людей покупают жилье, чтобы

им было где жить. Если цены снижаются, они не реагируют как фондовые трейдеры: не выпрыгивают с парашютом, а, наоборот, сидят на месте. Каждая доля в Cisco может каждый день выстав- ляться на продажу, но не каждый дом»<sup>6</sup>.

В трудные времена многие домовладельцы просто сидят тихо. Рынок жилья редко переживает внезапный бум. Скорее он может замереть в развитии на несколько лет, пока доходы и спрос не вырастут настолько, чтобы начался цикл резкого удорожания.

Экономист из колледжа Уэллсли и партнер Шиллера по науч- ной работе Карл Кейс проследил судьбу более чем 600 объектов недвижимости, выставленных на продажу в Бостоне в 2006 году на фоне снижения цен. Через четыре месяца большинство этих жилищ еще не были проданы, но продавцы тем не менее снижа- ли цену максимум на 4%. Кейс заключил, что рынок недвижи- мости «упрямее», чем рынок других активов. Шиллер не согла- сился с этим, сказав, что владельцы жилья наивно ждут подоро- жания недвижимости.

Города не взаимозаменяемы, как указывает вашингтонский экономист Райан Эвент<sup>7</sup>. Жить и работать в Нью-Йорке — совсем не то же, что жить и работать в городе поменьше, где всего не- сколько тысяч жителей. У городов, особенно у давно упрочивших свои позиции городов-суперзвезд типа Нью-Йорка, Сан-Фран- циско, Лондона, есть преимущества в производстве и потребле- нии, недоступные другим городам. Более того, новые люди, пе- реселяясь в эти города, скорее умножают их преимущества, чем уменьшают.

Кроме того, Эвент напоминает, что город-суперзвезда играет роль фильтра для людей, желающих с пользой применить свое образование и квалификацию. В конце концов, те, кто ожидает меньшей отдачи от своих усилий, не увидят преимуществ жиз- ни в Нью-Йорке, особенно если там дорогое жилье. Эти люди отправятся куда-нибудь еще, а разрыв между преимуществами Нью-Йорка и преимуществами других городов продолжит расти. Сила кластеризации и город-суперзвезда работают сообща, сор- тируя людей по географическому признаку.

## ПОЧЕМУ ТАК ЗАВЕЛСЯ КОЛЬБЕР

Чтобы получить большие дивиденды от вложений в недвижимость, важно, как и в случае с любыми инвестициями, заранее определить выигрышные активы. Девелоперы и инвесторы уже много лет интересуются любыми индексами городской и региональной производительности, в том числе «индексом богемы» и «гей-индексом». Сопредседатель правления одной из крупнейших на мировом рынке недвижимости компаний Forest City Enterprises Альберт Ратнер любит напоминать мне: он в одиночку сделал такую рекламу моей книге «Креативный класс», что она вошла в число бестселлеров. Другой инвестор, работающий с недвижимостью, так сказал однажды о моей работе: «Вы дали нам карту мест, в которые нужно вкладываться». Я этого отнюдь не планировал, но все же это правда — мои региональные показатели в силу самой своей природы позволяют выявить «горячие точки» на рынке недвижимости.

Заинтересовавшись этой корреляцией, я рассмотрел ее подробнее. Зимой 2007 года мы с Шарлоттой Мелландер изучали влияние различных региональных факторов, в том числе удобства для жизни и окружения на стоимость жилья<sup>8</sup>. Экономическая теория помещает стоимость жилья на пересечении предложения (наличие жилых помещений) и спроса (который определяется зарплатами и доходом). В тех местах, где относительно легко построить новое жилье, предложение будет расти, стремясь удовлетворить спрос, и цены будут более или менее стабильны. Но если вырастут доходы жителей наиболее привлекательных мест или районов со сложными и строгими правилами зонирования, цены на жилье там повысятся.

Города-суперзвезды вынуждают платить больше, поскольку в них предложение на рынке жилья чрезвычайно ограничено. Не существует единого национального рынка жилья, и есть много причин того, что одни места дороже других. Регионы, притягивающие людей с высоким образованием и высоким заработком, обычно формируют большой спрос на жилье, особенно усилиями людей, которые готовы заплатить больше, чтобы



только поселиться там. В регионах с высокой концентрацией быстро развивающейся хай-тек-индустрии цены на жилье, скорее всего, тоже опережат рост доходов, как показывает исследование Кремниевой долины (2002)<sup>9</sup>.

В более комфортных и привлекательных местах, например на побережье, цены на недвижимость обычно выше — эту корреляцию обнаружила в 1982 году экономист Дженнифер Робак Морзе, которая показала, что уютное окружение столь же значимо для формирования цен на жилье, как стоимость земли и уровень зарплат<sup>10</sup>.

Другие исследования подтверждают этот вывод. В своей работе «Город потребителей» Эдвард Глейзер и его коллеги показали, что цены на жилье в городах растут быстрее, чем зарплаты, и предположили, что более высокая стоимость жилья связана с большей «приятностью» среды, а не с более высокими доходами<sup>11</sup>. Глейзер и его соавторы вывели простую формулу: переплата за жилье в городе = доплата за продуктивность города + доплата за «приятность» города.

Но красивые пляжи, уличные кафе и велодорожки — не единственные индикаторы «горячих точек» на рынке недвижимости.

«Хотите знать, где через 5–10 лет будет отличное место для инвестиций в недвижимость?» — спрашивал в 2007 году BusinessWeek в статье с провокационным заголовком «Сегодня место богемное, а завтра дорогое»<sup>12</sup>. «Посмотрите, где сейчас живут люди искусства». В статье говорилось, что социологи и политики уже давно воспринимают художников, дизайнеров, музыкантов и писателей как городских первопроходцев, как экономическую панацею, которая своим присутствием стимулирует локальные экономики и взвинчивает цены на жилье по соседству.

Специалист по региональной экономике Энн Маркузен и ее коллега назвали этот феномен «артистическими дивидендами»<sup>13</sup>. Аналогичным образом социологи показали, как поднимает цены на жилье в городах джентрификация (облагораживание района), которую зачастую начинают художники, люди креативного труда и геи.

Но доля артистов и геев в населении сравнительно невелика, а данных об их связи с ценами на жилье мало. На 2000 год богема в США насчитывала около 1,3 миллиона человек, если посчитать всех, кто работал в сфере искусства, дизайна, развлечений и медиа. Это составляло всего 1,3% рабочей силы в стране. Людей, которые признают себя геями и лесбиянками, в США 8,8 миллиона — около 4% взрослого населения страны.

Могут ли столь небольшие группы быть так тесно связаны с ценами на жилье?

В своем исследовании мы с Мелландер рассмотрели все эти факторы, и не только их. Мы внимательно изучили влияние хай-тек-индустрии, человеческого капитала, высокооплачиваемых работников и профессий, зарплат и доходов, а также популярности людей искусства, богемы и геев. С помощью статистических методов мы посчитали изолированную корреляцию между каждым из этих факторов и ценами на жилье, а также корреляцию между факторами более чем для 300 метрополий США. Результаты были поразительны.

Мы выяснили, что цены на жилье формирует комбинация двух факторов. Первый очевиден — это доход: чем богаче жители определенной местности, тем дороже там дома. Но это корреляция с богатством, а не с зарплатами. Сами по себе зарплаты, в отрыве от доходов с капитала и из других источников, слабо связаны с ценами на жилье. Не связаны с ними также уровень образования, человеческий капитал, присутствие креативного класса или набор профессий.

Второй, более значимый фактор отражен в нашем индексе геев и богемы, накладывающем показатель концентрации художников, музыкантов и дизайнеров в регионе на концентрацию геев и лесбиянок. Какие бы переменные мы ни использовали, какую бы версию модели ни брали, какие бы регионы ни включали в рассмотрение, концентрация богемы и геев неизменно обнаруживала значительную корреляцию с ценами на жилье.

Часто считают, что геи и лесбиянки не способствуют экономическому росту, а всего лишь стремятся в места определенно-

го рода. Используя пат-анализ (*path models*, сложный статистический инструмент, позволяющий связать между собой независимые, промежуточные и зависимые переменные), мы смогли изолировать связи между популяциями геев и богемы и другими факторами, с одной стороны, и стоимостью жилья — с другой, а также связи этих факторов между собой.

Наши первоначальные результаты оказались верны. Мы выяснили, что присутствие этих групп непосредственно связано с ценами на жилье. Как и другие переменные, характеризующие место (такие, как доход и человеческий капитал), оно делает соответствующие районы более привлекательными для других демографических групп. Иными словами, присутствие этих групп связано не только с более высокими ценами на жилье, *но и с более высокими доходами.*

Почему так? Мы предполагаем, что богема и геи выигрывают от двух различных факторов, ведущих к удорожанию жилья.

Во-первых, существует доплата за «приятность» и эстетическую привлекательность места. Люди искусства и богема не только производят таковую приятность, но и перемещаются в места, которые уже отвечают этому требованию. Будучи разборчивыми покупателями, которых интересуют уют, аутентичность места и его эстетическая привлекательность, они склонны концентрироваться в районах, где все это налицо.

Во-вторых, существует доплата за толерантность или открытость местной культуры. В регионах с большим числом представителей богемы и геев нет строгих культурных фильтров на входе, это дает им возможность привлекать человеческий капитал, минуя расовые, этнические и другие барьеры. Кроме того, для сообществ, в которых обычно кластеризуются художники и геи, характерны широта взглядов и стремление к самовыражению.

Кроме того, исторически эти группы оцениваются остальным обществом как маргинальные, поэтому люди искусства и геи во всем полагаются на себя и отзывчивы к нуждам вновь прибывших. Им пришлось выстраивать свои сети контактов

с нуля, независимо от других сообществ мобилизовать ресурсы и создавать свои собственные организации и фирмы.

По всем этим причинам районы, где поселились художники и геи, с большей вероятностью, чем другие места, будут приветствовать инновации, предпринимательство и появление новых компаний. Дело не в том, что геи и богемы взвинчивают цены на жилье, потому что платят больше; их влияние на стоимость жилья не прямое. Из-за богемы и геев растут цены на жилье, потому что они делают места, уже готовые пуститься в рост, еще более привлекательными для большего числа людей.

### КОГДА МЕСТО СТАНОВИТСЯ СКУЧНЫМ

Как обычно, не каждый выигрывает от этого вида роста. Жилье в некоторых городах-суперзвездах США теперь по карману только действительно богатым людям. Как показывают измерения Кевина Столарика, наименее доступны города побережья, в том числе Нью-Йорк, Сан-Франциско, Сан-Диего и Лос-Анджелес, ряд университетских городов с развитым хай-теком и элитные курорты. Эксперты и финансовые консультанты давно рекомендуют тратить на жилье не больше 25–30% совокупного дохода, но в этих местах люди порой отдают за дом половину своего дохода или больше.

Наше с Мелландер исследование показывает, что стоит за проблемой доступности. Жилье больше не связано с локальным процессом накопления богатства (wealth-building), продуктивностью региона и его экономическим развитием. По нашим данным, ключевые факторы цен на жилье — доход, человеческий капитал и концентрация богемы и геев, а не уровень зарплат и набор профессий в регионе. Доход, в отличие от зарплат, перемещается вместе с людьми, которым принадлежит. Например, в регионах вроде Южной Флориды полно богачей, но велика вероятность, что свое состояние они заработали где-то еще. Проблема не в том, что локальный рынок труда порождает слишком большой спрос. Скорее цены на жилье растут до небес из-за того,

что привлекательность того или иного места сочетается с возросшей мобильностью.

Рост цен на жилье может препятствовать инновациям. Многие формы инновационной и креативной деятельности, будь то высокотехнологичное производство, арт-галерея или музыкальная группа, нуждаются в одном — в дешевом пространстве. Вот что подразумевала Джейн Джекобс в своей знаменитой фразе: «Новым идеям нужны старые здания». В пространствах такого рода, каких раньше было много в Кремниевой долине, Сан-Диего, Кембридже, Массачусетсе и нью-йоркском даунтауне, начинали самые разные люди — от Стива Джобса до Боба Дилана. Теперь в этих городах трудно найти дешевое пространство. Некоторые гаражи Кремниевой долины, где в 1990-х зарождались успешные стартапы, стали музеями. Когда цены на жилье растут, а здания превращаются в дорогие кондоминиумы или роскошные бутики, исчезают места, где можно было бы возвращать креативность.

Безудержное удорожание жилья в регионе также препятствует привлечению и концентрации новых талантов. Тридцать лет назад молодой исследователь в Массачусетском технологическом институте, Стэнфордском университете или Калифорнийском университете в Сан-Диего мог найти доступное жилье рядом с кампусом. Сегодня трудно представить, что молодой ученый мог бы купить дом в радиусе 15 километров от любого из этих заведений. Я знаю *профессоров* — семейных людей под пятьдесят, находящихся на пике карьеры, — которые вынуждены переезжать с квартиры на квартиру, потому что дома, где они снимали жилье, превращаются в кондоминиумы. Когда креативные, продуктивные регионы становятся периферией и наводняются людьми, сделавшими состояние в других местах, цикл производства локального благосостояния прерывается. Именно об этом пророчески сказала мне однажды Джекобс: «Когда место становится скучным, уезжают даже богатые».

И все же эти места как-то выживают. Отчасти благодаря тому, что некоторые университеты прилагают усилия, чтобы

обеспечить жильем своих сотрудников. Многие люди просто готовы отдавать непропорциональную долю дохода, чтобы жить там, где хотят; на худой конец, они могут сэкономить, поселившись в квартире с двумя-тремя приятелями. Свою роль играет региональный прирост продуктивности, возникающий благодаря скученности талантливых и креативных людей. И, конечно, некоторые отрасли — финансы, хай-тек — предлагают настолько большие компенсации, что их работники могут позволить себе жить в Нью-Йорке или Кремниевой долине.

Когда я спросил у высокопоставленного сотрудника ведущего инвестиционного банка, сказался ли рост стоимости жилья на Манхэттене на возможности нанять в его компанию талантливых сотрудников, он ответил просто: «Мы — причина, а не результат такого рынка недвижимости». Это не значит, что подобные места не платят свою цену. Хотя Манхэттен остается местом, где расположены рынки креативности, собственно производство в креативных и инновационных отраслях выносятся из города в удаленные районы, в близлежащие города Нью-Джерси и даже в филаделфийский даунтаун.

Еще опаснее, что рынки недвижимости могут становиться препятствием для мобильности. Автор книги «Экономист под прикрытием» Тим Хартфорд в своей колонке в Slate недавно задался вопросом, почему некоторые люди «все еще живут в Детройте, который так пострадал? Почему они не переезжают в Чикаго или Нью-Йорк?»<sup>14</sup>. Он цитирует работу британского экономиста Эндрю Освальда, обнаружившего, что собственный дом может стать ловушкой, особенно для не слишком зажиточных людей<sup>15</sup>. Освальд выяснил, что и в США, и в Европе массовое владение недвижимостью коррелирует с высоким уровнем безработицы, причем сильнее, чем с другими сопутствующими ей факторами — членством в профсоюзах или социальными пособиями. Хартфорд обращает внимание на данные других исследований, согласно которым, хотя владельцы жилья и те, у кого его нет, находят работу за одно и то же время, люди, не владеющие жильем, чаще соглашаются ездить на работу далеко.

Недвижимость ограничивает мобильность. «Дома не ходят», как выразился один экономист. Доступность жилья попросту не коррелирует с экономическими возможностями населения. Хартфорд пишет: «Не важно, насколько плохи дела в Детройте или Треорхи [в Уэльсе], дома там все равно будут, и, если они достаточно дешевы, люди захотят в них жить. Ожидаемый результат — прискорбная сегрегация. Те, кому кажется, что они сумеют найти хорошую работу в городах, переживающих бум, переедут туда и будут переплачивать за жилье. Те, кто в этом не столь уверен, предпочтут прозябать без работы в дешевом доме, а не в дорогом». Этот простой факт дает уверенность в том, что города, пришедшие в упадок, «еще не скоро будут покинуты жителями».

В этом отношении нынешний рынок недвижимости, кажется, входит в противофазу с запросами нашей высокомобильной и гибкой экономики. США долго гордились статусом нации домовладельцев. Мы хвастались, что более чем у 60% американцев есть свое жилье. Мы поощряли стремление молодежи накопить на собственный дом. Государство всячески — от налоговых вычетов на проценты по ипотеке до государственных инвестиций в инфраструктуру — стимулировало покупку недвижимости. В конце концов, свой дом — неотъемлемая часть американской мечты.

Не могу не задаться вопросом, не принадлежит ли эта мечта отошедшей в прошлое индустриальной эпохе. Центральный элемент креативной экономики — гибкость. Люди часто меняют работу. Компании отдают часть работы на аутсорс. Развитие технологий позволяет работать из таких мест, где это раньше было невозможно. Все больше людей и бизнес-структур обнаруживают, что мобильность необходима им, чтобы воспользоваться этими новыми возможностями. Но странным образом наша система владения недвижимостью сильно ограничивает мобильность, а это значит, что экономика страны, где почти две трети населения привязаны к своим домам, не может не страдать.

Не исключено, что век креативности потребует альтернативных отношений между человеком и его жильем, чего-то средне-

го между владением и арендой. Сегодня на многих рынках выгоднее снимать жилье, а не покупать. Но возможности аренды могут быть ограниченны, а обустроить съемное жилье в соответствии со своим вкусом — недешево. Вероятно, один из вариантов — следовать примеру коммерческих девелоперов, которые часто строят новые офисы по проекту заказчика, взамен принимающего на себя долгосрочные обязательства по аренде. Как мы увидели, есть много причин поселиться в городе-суперзвезде или «горячей точке». Но желание обзавестись собственным домом в их число не входит.



ЧАСТЬ III.  
ГЕОГРАФИЯ СЧАСТЬЯ



## 9. ТАМ, ГДЕ СЧАСТЬЕ

Мерилом человеческого прогресса мы считаем вещи материальные. Признаком успеха является богатство. Социальный статус семьи определяют дом и машины, развитие страны — валовой внутренний продукт, развитие города — экономические возможности, которые он предоставляет своим жителям. Это не значит, что люди поверхностны. Материальное благополучие было критически важно для выживания и развития человеческого вида с незапамятных времен.

Но, как заметил Аристотель, человек прежде всего стремится к счастью. Растущий интерес к психологии счастья — или, как назвал это в 2005 году в журнале *Time* психолог Мартин Селигман, к «созданию условий для процветания людей» — вызвал обширные исследования и обсуждение этого предмета<sup>1</sup>. Кто-то назовет такую озабоченность побочным продуктом нашего нарциссического века. От ажиотажа вокруг сайтов типа MySpace или YouTube и до обложки *Time*, на которой вместо Человека года — 2006 красовалось зеркало с подписью «ТЫ», — в нашем обществе человек одержим собой и своим счастьем. Хорошо это или плохо, но ситуация вряд ли изменится.

Те, кто изучает счастье, утверждают, что при всей важности денег и материального прогресса эти вещи сами по себе не могут гарантировать подлинного удовлетворения. «Измерения богатства или здоровья не дают полного представления о том, как идут дела у общества или конкретных его слоев», — говорит Даниэль Канеман из Принстонского университета, получивший в 2002 году Нобелевскую премию за свои прорывные работы в области поведенческой экономики<sup>2</sup>. Большинство ученых, избрав-

ших счастье своим предметом изучения, говорят, что подлинное благополучие начинается с социальных связей (то есть близости с семьей и друзьями) и любимой и осмысленной работы.

В своем захватывающем бестселлере «Спотыкаясь о счастье» гарвардский психолог Дэвид Гилберт пишет, что «большинство из нас принимают в жизни по меньшей мере три важных решения: где жить, что делать и с кем это делать»<sup>3</sup>. На первое место он ставит вопрос «где?». Но, как и большинство авторов, рассуждающих о счастье, в своей книге он большей частью концентрируется на вопросах «что?» и «кто?».

Гилберт и другие исследователи счастья обычно игнорируют вопрос «где?». Но очевидно, что многие слагаемые счастливой жизни — уровень заработка и образования, здоровье, подверженность стрессу, карьерные перспективы и круг общения — в значительной степени определяются тем, где человек живет. Место играет основную роль в наших попытках стать счастливыми. Во многом вопрос места предшествует всем другим вопросам.

В этой и следующей главах будет показано, как место, где мы живем, влияет на нашу способность жить счастливой и полной жизнью. Основываясь на крупномасштабном исследовании «Опрос о месте и счастье», которое я провел совместно с Институтом Гэллапа, я покажу, как значимо место, где мы живем, для нашего счастья, а в следующей очерчу круг тех характеристик места, которые мы действительно ценим — и какие делают нас действительно счастливыми.

## В ПОИСКАХ СЧАСТЬЯ

Исследователи счастья сходятся в одном — одними деньгами счастья не купишь. В богатых странах, где сравнительно высокое качество жизни стало достоянием многих, люди склонны искать удовлетворения в трудноуловимых вещах, таких как самореализация, удовольствия и позитивные эмоции. Селигман и Эдвард Динер объясняют это в своей работе, суммировавшей данные сотен исследований по теме.

«Поскольку в современных обществах блага и услуги доступны в избытке, а простые потребности по большей части удовлетворены, люди сегодня могут позволить себе роскошь переключиться на поиски „хорошей жизни“, то есть жизни приятной, осмысленной, увлекательной и приносящей удовлетворение», — пишут авторы<sup>4</sup>. Они замечают, что «люди ставят счастье и удовлетворение выше денег в иерархии жизненных целей», и предполагают, что развитым странам следовало бы вести статистику благополучия так же, как они ведут учет доходов и экономической производительности. Если существует ВВП — внутренний валовой продукт, — почему бы не ввести показатель ВНС — валового национального счастья?

Несомненно, счастье связано с доходами — но лишь до известного предела. Жители богатых стран обычно счастливее, чем жители бедных. Но когда какой-то пороговый уровень дохода перейден, влияние денег и материальных благ на способность человека чувствовать себя счастливым снижается. Высокий уровень дохода или экономического роста не обязательно превращается в высокий уровень счастья. Доказательством этого могут служить США, где с 1940–1950-х годов ВВП существенно возрос, а уровень счастья населения оставался практически неизменным.

Детальные исследования показывают, что уровень счастья стабилизируется или, по крайней мере, начинает расти медленнее, когда годовой доход достигает примерно 10 тысяч долларов на человека в год. Это не так уж много. Не менее удивительно, что, если взять отдельных людей, а не население в целом, корреляция между ростом счастья и ростом доходов окажется относительно небольшой.

Другие исследователи предполагают, что корреляция между деньгами и счастьем существует — просто банальный здравый смысл интерпретирует ее с точностью до наоборот. Не богачи становятся счастливее — это счастливые люди больше зарабатывают.

«Типичная корреляция между доходом и благополучием обязана своим существованием скорее тому, что благополучие увеличивает доход, а не наоборот. Счастливые люди зарабаты-

вают больше, чем несчастные», — пишут Динер и Селигман. Несчастливые люди склонны растрачивать время и усилия, нацеливаясь на материальные блага. Они становятся корыстными, пренебрегают отношениями и впечатлениями, которые, по мнению исследователей, имеют наибольшее значение для личной самореализации. Новая машина, новый набор клюшек для гольфа, новая сумочка или новый дом лишь на время делают своего обладателя счастливым. Машина царапается, сумочка выходит из моды, в подвале появляется течь. А впечатления и отношения со всеми присущими им взлетами и падениями дают отдачу более долговечную, чем любое материальное приобретение.

Если не деньги, то что же делает нас по-настоящему счастливыми?

По данным исследования, один из факторов здесь — активная социальная жизнь. Люди, которые делают то, что им нравится, вместе с теми, кто им нравятся, счастливее других.

Другой фактор — физическое и душевное здоровье. Неудивительно, что респонденты, страдающие депрессией и другими психическими расстройствами, сообщают о куда меньшем уровне удовлетворенности жизнью.

Счастье сильно зависит и от качества личных связей. Любовные отношения с супругом или партнером, с детьми, частое общение с членами семьи и друзьями необходимы, чтобы быть счастливым. Установлено, что в среднем люди, состоящие в браке, счастливее холостяков. Религия, вера также могут давать большой положительный эффект.

Счастье связано с работой, но опять же значение здесь имеет работа, а не зарплата.

### СВЯЗЬ С МЕСТОМ

Место — вот недостающее звено в исследованиях счастья. Это странно, ведь так много людей довольны своим домом. Но в изучении вопроса «где?» большинство ученых не идут дальше обсуждения тягот дороги на работу и с работы.

Вообще-то, ежедневные поездки туда и обратно — одна из тех вещей, которые способны сделать нас несчастными. Но даже те, кто изучает этот эффект, часто упускают из виду ключевой факт: как ни неприятно ездить на работу, люди все равно ездят. По данным статьи, опубликованной в *New Yorker* в 2007 году, примерно каждый шестой американец проводит в дороге на работу и с работы больше сорока пяти минут, а быстрее всего растет доля «экстремальных путешественников» — тех, у кого эта дорога занимает минимум девяносто минут в один конец<sup>5</sup>. Почему люди так обходятся с самими собой? Очевидный ответ — они не могут или не хотят переехать поближе к месту работы, но в то же время не могут или не хотят работать там, где живут. Добровольное или вынужденное, решение ездить на работу связано с местом. Какие-то соображения оправдывают эту езду туда-сюда — сохранить хорошую должность, спать там, где вам нравится (или с тем, кто вам нравится), работать в интересном месте, быть поближе к стареющим родителям. Но мне неизвестны работы, в которых систематически исследовалось бы, почему место остается решающим фактором благополучия человека.

Совместно с Институтом Гэллапа я предпринял масштабное исследование этой темы, которое назвал «Опрос о месте и счастье». Мы выделили в понятии счастья четыре основные составляющие. Три из них мы взяли из авторитетных исследований счастья: счастье в личной жизни, счастье в работе и счастье в финансовых делах. Мы добавили четвертую — ощущение *счастья от места*. В ходе опроса участникам предлагались прямые вопросы, касающиеся их удовлетворенности районом и населяющим его сообществом, чувств, которые вызывают у них эти сообщества, ожиданий, которые с ними связываются, — собираются ли они переезжать или останутся там же, порекомендуют ли свой район другу или родственнику.

Затем мы сосредоточились на тех характеристиках места, которые могут влиять на удовлетворенность и общее благополучие местного сообщества, задавая вопросы о рынке труда, школах, здравоохранении, культурной жизни, парках и общественных

пространствах, а также о многих других факторах (подробнее об этом будет рассказано в следующей главе). В сумме мы задали больше ста вопросов, описывающих счастье и удовлетворенность во всех их проявлениях, какие только можно вообразить. Мы провели предварительное тестирование опроса и детальный статистический анализ, чтобы убедиться, что в ответах, которые мы получим, будут точно отражены теоретические догадки, которые мы хотели проверить. Первый опрос был проведен летом 2005 года; в нем участвовали 2300 жителей 22 городов США. Объем выборки следующего опроса, проведенного годом позже, был еще больше — свыше 27 тысяч человек из 8 тысяч местных общин по всей территории США. В этой выборке были представлены люди с разным уровнем дохода и образования, разных профессий, возраста, расовой и этнической принадлежности, сексуальной ориентации.

Наши выводы говорят об определяющем влиянии места на ощущение счастья. Наряду с личными отношениями и работой место — третья опора благополучия. Когда респондентов просили оценить по пятибалльной шкале связь счастья с работой, деньгами, личной жизнью и местом, место получило среднюю оценку 3,63, уступив личной жизни (4,08) и работе (3,98), но опередив деньги (3,46).

Чтобы аккуратнее оценить взаимодействие этих факторов, мы с Иреной Тинальи из Университета Карнеги–Меллона провели многомерный статистический анализ, который учитывал показатели удовлетворенности местом, работой, финансами, ощущение безопасности или стресса, а также демографические переменные, такие как возраст, раса, пол и доход.

По результатам анализа Тинальи, четверть всех колебаний уровня удовлетворенности жизнью в целом была связана с удовлетворенностью местом, работой и финансовым положением — для статистики это существенное значение. Эта цифра станет более наглядной, если принять во внимание, что все демографические факторы, вместе взятые (включая доход), дают всего 1,2% колебаний общего уровня удовлетворенности жизнью<sup>6</sup>. Место,



где мы живем, важнее для нашего счастья, чем образование или даже величина заработка.

Впоследствии этот вывод подтвердился, когда мы взглянули на проблему счастья с другой стороны. Высокий уровень депрессии или стресса соответствует низкому уровню благополучия или удовлетворенности. По всему выходит, что стресс — важная проблема для жителей США, да и всего мира. Более чем две трети (67%) опрошенных сообщили, что испытывают по меньшей мере умеренный стресс. Далее, 11% назвали свой уровень стресса «крайним». Но место редко называют в качестве источника стресса. Отвечая на вопрос о том, что вызывает стресс, более 30% опрошенных упомянули «работу», 20% — «деньги», 13% — «семью», 10% — «здоровье», а 8% — «преступность». Только 3% опрошенных указали место как единственный источник стресса в своей жизни. Среди всех возможных факторов место заняло последнее место.

Мы с Тинальи также проследили влияние факторов типа дохода, образования, возраста и пола на то, насколько люди удовлетворены местом, где они живут. Скрупулезный анализ данных опроса выявил ряд четких тенденций.

- *Доход.* Доход в целом лишь незначительно влияет на то, насколько мы удовлетворены своим местом жительства<sup>7</sup>. Но если рассмотреть группы, выделенные по размерам дохода, становится ясно, что удовлетворенность своим районом возрастает с ростом доходов — по крайней мере, до какого-то предела. Всего 43% людей, которые зарабатывают меньше 20 тысяч долларов в год, сообщили, что они довольны или очень довольны своим районом. Среди респондентов, зарабатывающих 20–40 тысяч, доля таких людей составила 56%, 65% — среди тех, чей доход колеблется от 40 до 60 тысяч, 72% — среди тех, кто зарабатывает 60–100 тысяч долларов, а максимума (77%) это значение достиг-

ло среди респондентов, чей доход составляет 100–150 тысяч долларов, после чего, в группе с доходом больше 150 тысяч, резко упало.

- *Владение жильем.* Любопытно, что, хотя большинство людей считают собственный дом основой так называемой американской мечты, данные опроса показывают, что те, кто снимает жилье, в среднем чуть больше удовлетворены своим районом, чем домовладельцы.

- *Образование.* Результаты большинства исследований показывают, что образование тесно коррелирует с профессиональной и финансовой удовлетворенностью. Чем выше образование, тем вероятнее, что человек будет чувствовать удовлетворенность своим профессиональным и финансовым положением. Тинали также обнаружила значительную положительную корреляцию между образованием и удовлетворенностью местом жительства. 73% респондентов со степенью бакалавра и 68% респондентов со степенью магистра сообщили, что удовлетворены или глубоко удовлетворены своим районом, тогда как для людей, не закончивших среднюю школу, этот показатель составляет 57%, а для тех, кто закончил школу и не стал продолжать учебу, 63%. Напротив, люди, не получившие школьного образования, более чем вдвое чаще, чем выпускники высших учебных заведений, отвечали, что совсем не удовлетворены либо не удовлетворены местом, где они живут (7 и 16% соответственно). Люди с более высоким уровнем образования обладают большей мобильностью и чаще могут выбирать, где им жить.

- *Семейное положение.* Женатые люди более счастливы там, где они живут. 69% людей, состоящих в браке, выбрали варианты «удовлетворен» или

«глубоко удовлетворен», отвечая на вопрос о месте жительства; для тех, кто живет отдельно от супруга, этот показатель составил 53%, а для разведенных — 60%.

- *Возраст.* В целом пожилые люди более счастливы в своих районах: 71% респондентов старше 65 лет ответили, что удовлетворены или глубоко удовлетворены районом, тогда как среди людей в возрасте от 25 до 45 лет таких 65%, а среди опрошенных моложе 25 лет — 56%.

- *Расовая принадлежность.* Расовая принадлежность оказывает значительное влияние на удовлетворенность местом жительства. Среди всех выделенных нами этнических групп наибольшую удовлетворенность своим районом обнаружили латиноамериканцы, следом за ними шли белые, а наименьшую удовлетворенность местом жительства высказывали афроамериканцы.

## ГОРОД И ДЕРЕВНЯ

Когда корреляция между местом и счастьем стала для нас установленным фактом, мы с командой занялись рассмотрением того, как различные типы районов сказываются на благополучии человека.

Мы обнаружили, что разные города — и разнородные местные сообщества — влияют на наше благополучие по-разному. Отчасти дело в том, что район — не просто физическое пространство, но отдельный рынок труда и система личных отношений. Какие-то города заняли высокое место во всех категориях — например, Денвер и Остин, обитатели которых выражали глубокую удовлетворенность и своей личной жизнью, и работой, и финансовой стабильностью, и самим местом жительства.

Оценки других регионов их жителями были менее однородны; одни показатели там заметно превосходили другие. Респон-

денты из мест типа Вашингтона, округ Колумбия, где при знакомстве на вечеринках чаще спрашивают: «Чем занимаетесь?», а не «Где живете?», назвали удовлетворенность работой важнейшим слагаемым своего суммарного счастья.

Жителей некоторых мест делает особенно счастливыми их личная жизнь. По данным «Опроса о месте и счастье», среди таких мест выделяется Новый Орлеан. Несмотря на разговоры о том, что социальная ткань этого города износилась, жители Нового Орлеана продемонстрировали более высокий уровень удовлетворенности своей личной жизнью, чем в каком-либо другом городе. Однако следует учесть, что опрос был завершен за несколько недель до удара урагана «Катрина».

Впрочем, речь идет о крупных регионах. Они состоят из даунтаунов, пригородов и дальних пригородов. Распространено мнение, что жители пригородов и сельской местности счастливее, чем население тесных городских центров, но опрос, проведенный исследовательской организацией Pew Research Center в 2006 году, показал, что это верно лишь отчасти.

Люди могут быть счастливыми где угодно. Одни обретают счастье в тихой, размеренной жизни маленького городка, но многим необходим гул большого города, чтобы чувствовать себя дома.

По данным «Опроса о месте и счастье», горожане получают удовлетворение от вещей, которые сельские жители порой не ценят. Жители сельских районов наслаждаются чистым воздухом и красотой природы, а для горожан важны школы, карьерные перспективы, безопасность. Горожане ценят новые профессиональные контакты и возможность заводить друзей, дорожат доступом к культурным ресурсам (театрам, музеям, арт-галереям и живой музыке) и насыщенной ночной жизни с ее барами, клубами и ресторанами. Существенно наличие общественного транспорта: многие горожане говорили мне, что не хотят водить — и даже покупать — машину. Им также нравится жить в сообществах, открытых для широкого спектра социальных групп, будь то расовые или этнические меньшинства, иммигранты,

молодежь, геи и лесбиянки. И, конечно же, у жизни в городах есть другие преимущества. Порой люди меняют большой дом в пригороде на квартиру в кондоминиуме, когда от них съезжают повзрослевшие дети или им просто хочется жить поближе к центру. Или, может быть, они всю жизнь мечтали оказаться в гуще событий.

Но вот что действительно интересно: опрос показывает, что большинство людей вполне счастливы там, где они решили жить.

68% жителей пригородов, 67% жителей сельской местности и 64% горожан удовлетворены и «глубоко удовлетворены» местом, где они живут. Больше половины горожан (56%) и 57% селян и жителей пригородов оценили свои районы как «едва ли не лучшие» или «очень хорошие» места для жизни.

На вопрос, порекомендуют ли они свои районы друзьям, 61% жителей пригородов и 57% горожан и селян ответили «да».

Большинство респондентов ответили, что предпочли бы оставаться там, где живут сейчас: 71% горожан, 73% жителей пригородов и 78% сельских жителей (эта группа традиционно наиболее привязана к своей земле). Но даже здесь ньюйоркцы всех заткнули за пояс. Несмотря на то что Нью-Йорк считается холодным, обезличивающим городом, оказалось, что патриотизм его жителей (который становится очевидным всему миру в годовщины трагедии 11 сентября) силен как никогда. Большинство из нас — хоть и не все, — видимо, находят те районы, которые им подходят.

Анализируя данные опроса, Тинальи выяснила, что респонденты — будь то жители городского центра, пригорода или сельской местности — ценят в своих районах одни и те же вещи. Разумеется, у горожан и у селян разный опыт жизни в местном сообществе, но психологические механизмы психики, влияющие на удовлетворенность местом, в целом схожи. Видимо, тому есть три основные причины.

Во-первых, место — серьезный источник вдохновения и стимулятор креативности, необходимая составляющая психологи-

ческого благополучия человека. Ведущий специалист по психологии креативности Михай Чиксентмихайи уже давно утверждает, что креативные виды деятельности — сочинительство, игра на музыкальных инструментах, программирование, альпинизм, игра в шахматы — являются главными источниками удовольствия и продуктивности. Он пишет, что такого рода занятия включают человека в состояние «потока», то есть свободного и интенсивного сосредоточения<sup>8</sup>. Прелесть этого состояния в том, что можно развлекаться и производить одновременно. Самые креативные люди склонны переходить из состояния интенсивного взаимодействия в состояние интенсивной концентрации. Они также чувствуют себя наиболее счастливыми, когда находятся в «потоке».

Чиксентмихайи рассказал мне, что великий физик Фримен Дайсон часто сидит у себя в кабинете, оставив дверь открытой. Случайному наблюдателю может показаться, что он ничего не делает. Но на самом деле Дайсон ждет стимула — интересного разговора в коридоре. Проведя неделю-другую за поглощением коридорного шума, он запирается и работает над новым изобретением. Креативные места — например, бруклинская сцена или хай-тековый район в Кремниевой долине — работают примерно так же. Они полны стимулов — культурных возможностей, интересных людей, с которыми можно сотрудничать, за которыми можно наблюдать, там вдохновляющие пейзажи. Там бурлит стимулирующая среда — включайся и впитывай! — но также много места для уединения и размышлений.

Мое предыдущее исследование (в соавторстве с Рональдом Инглхартом) выявило связь между креативностью, самовыражением и экономическим развитием. Но креативность и самовыражение также идут рука об руку со счастьем и благополучием. Тереза Амабиле из Гарвардской школы бизнеса в своем исследовании продуктивности рабочих мест обнаружила, что счастье ведет к креативности, а не наоборот<sup>9</sup>. Проверив широкий спектр факторов, Амабиле и ее команда выяснили, что положительный настрой можно рассматривать как предвестник инноваций на

рабочем месте; кроме того, они нашли свидетельства того, что инновации ведут к положительному настрою.

Найдя место, где он счастлив, человек получает мощный «включающий» импульс. Такие места побуждают людей делать больше, чем они делали бы в других условиях, в том числе участвовать в креативных предприятиях, изобретать новое, создавать компании — словом, делать разные вещи, которые одновременно служат их самореализации и повышению экономической продуктивности. Тинальи обнаружила, что такого рода «включение» в значительной степени зависит от визуальной и культурной стимуляции, которую предоставляют места, — парки и открытые пространства, культурные возможности, то, что Тинальи называет «символическими удобствами». Создается замкнутый цикл: стимуляция высвобождает креативную энергию, которая в свою очередь привлекает из других мест больше энергичных людей, результатом становится ускорение инноваций, экономическое процветание, более высокий уровень жизни — и более активная стимуляция.

Во-вторых, есть некое ощущение себя. Коротко говоря, люди рады быть собой, культивировать свою индивидуальность. Социологи и психологи уже давно указали, что самовыражение — важный источник счастья. Место — одно из средств самовыражения. Оно предоставляет среду, которую человек может принять, сделав ее своей. Нельзя отрицать, что у сегодняшнего мобильного общества есть большое преимущество — мы более не привязаны к идентичности того места, где родились, к передающимся из поколения в поколение нормам и обычаям семьи, религии, города. При желании мы можем пересоздать себя на основе того, что для нас важно, будь то работа, стиль жизни, личные интересы или занятия. Пусть не всегда сознательно, человек ищет места, которые соответствуют его психологическим нуждам, его потребности овладеть своей жизнью.

В-третьих, есть и оборотная сторона медали. Место — это что-то, к чему можно принадлежать, испытывая чувство гордости и привязанности. Место предоставляет характеристики, в соот-

ветствии с которыми можно определять себя, а также физическое и символическое пространство, в котором можно жить. Кто-то болеет за местные спортивные команды, кого-то вдохновляют пейзажи, кого-то — соседи.

Связь между местом и идентичностью видна повсюду. Даже на бамперах американских автомобилей. Когда я впервые увидел на задних стеклах машин наклейки с надписями типа MVY или ADKS, я понятия не имел, что они означают. Я заметил, что они часто не соответствуют номерным знакам. Потом мне объяснили, что это аббревиатуры топонимов (Martha's Vineyard, Марта-Винъярд, и Adirondaks, горы Адирондак), названий мест, где люди любят отдыхать или которые считают вторым домом. Новопоселенцы на Манхэттене очень сердились, когда телефонная компания давала им номера с префиксом 917 или 646, а не с желанным 212. Точно так же жители Саут-Сайда в Чикаго возмущались, получая номер на 773, а не на 312, как в даунтауне. Даже при переезде люди часто стараются сохранить номер телефона, и не только ради удобства — это часть их идентичности.

Единожды решив, что место нам подходит, мы носим его, как почетный знак. Гордость за место, где мы живем, воплощается и в словах песен. Вам случалось бывать на концерте, где певец подставляет в знакомый текст название города, в котором выступает? Он может рассчитывать на овацию... если только не назовет по ошибке город, где выступал вчера.

Мы разобрались с тем, как место, в общем, влияет на счастье, — но что мы любим и чего не любим в наших местах? Что есть в наших сообществах, большое и малое, что делает нас счастливыми или несчастными?



## 10. ЗА ПРЕДЕЛАМИ ГОРОДА МАСЛОУ

В 1943 году психолог Абрахам Маслоу предложил концепцию иерархии потребностей<sup>1</sup>. Его теория, которую часто представляют в виде пирамиды, постулирует, что человеку нужно нечто большее, чем еда, вода, воздух и секс, чтобы чувствовать себя удовлетворенным. Эти рудиментарные, физиологические потребности составляют лишь фундамент пирамиды. Поднимаясь по ее ступеням, мы видим потребность в безопасности, потребность в любви и принадлежности, потребность в самоуважении, наконец, потребность в самоактуализации. Лишь удовлетворив потребности из четырех нижних слоев, которые Маслоу называет дефицитарными (то есть возникающими вследствие того, что человек лишен необходимого), можно подняться к вершине пирамиды и реализовать свой подлинный потенциал.

В последние годы жизни (он умер в 1970 году) Маслоу пришел к выводу, что его первоначальная теория самоактуализации — способа быть «все́м, чем ты можешь быть» — была неполна. Он расширил область самоактуализации, включив в нее постоянное стремление к знанию и вечную жажду красоты, и ввел еще более высокий уровень, который назвал трансцендентным, — там люди, удовлетворив все предшествующие потребности, чувствуют себя обязанными помогать другим, чтобы достичь удовлетворения. Очевидно, что эти высшие уровни потребностей имеют мало общего с физическим выживанием человека, но в современном обществе изобилия они неизбежно влияют на психологическое развитие. Они дают человеку всесторонний импульс. В них ключ к счастливой и полной жизни.

Но вот что интересно: всякий, кажется, стремится удовлетворить потребности, которые Маслоу поместил на вершину пи-

рамиды, независимо от того, удовлетворены ли его предшествующие потребности. Тогда как теория Маслоу предполагает, что удовлетворение каждого последующего уровня потребностей опирается на удовлетворение предыдущего. Другими словами, прежде чем люди обретут чувство собственного достоинства, им необходимо удовлетворить базовые физиологические потребности и потребность в безопасности. Но в обществе, где имущие живут рядом с неимущими, вершина пирамиды не кажется роскошью. Отчасти это связано с американской мечтой, которая помимо жизни и свободы обещает каждому счастье. В этом случае процесс самоактуализации понимается как право, а не как нечто, что нужно заслужить.

Но почему-то разговор о роли места в этом процессе заходит в тупик — «или — или». Даже в нашем обществе изобилия, нацеленном на самовыражение, некоторые эксперты-урбанисты и лидеры местных сообществ продолжают считать, что значение имеют лишь базовые потребности. Они утверждают, что привлекательный район — это хорошие школы, безопасные улицы, современная инфраструктура. Все остальное — парки, велодорожки, музеи и прочие удобства, — это роскошь, которая нужна только богачам, яппи, привилегированным классам. Все это, говорят они, появляется позже, только когда местное сообщество достаточно богато. Для появления благосостояния и высоких доходов нужны работа и базовые услуги. А за все остальное мы заплатим за счет накопленных таким образом ресурсов. В этой главе будет показано, что это ошибочное мнение. Места, где люди по-настоящему счастливы, не идут на компромиссы. Там есть все сразу — и отличные школы, и спокойные улицы, и красивые парки.

В этой главе мы рассмотрим, что на самом деле важно для людей в тех местах, где они живут. Чтобы преодолеть позерство и манеру говорить лозунгами, которые до сих пор господствуют в обсуждении этой темы, мы используем больше 27 тысяч ответов, полученных во время «Опроса о месте и счастье». Они помогут нам выявить ключевые факторы, формирующие удовлетворенность местом.

В опросе речь шла о десятках специфических характеристик районов, которые впоследствии были рассортированы по пяти большим рубрикам:

- *Физическая и экономическая безопасность* — восприятие преступности и безопасности, общие тенденции в экономике, наличие работы.
- *Базовые услуги* — школы, здравоохранение, доступное жилье, дороги, общественный транспорт.
- *Лидеры* — качество и эффективность избираемых и неформальных (гражданских и в бизнесе) лидеров, возможность участия в государственной и политической деятельности на местном уровне.
- *Открытость* — уровень терпимости к различным группам населения, их принятия, включая семьи с детьми, этнические и расовые меньшинства, пожилых людей, иммигрантов, геев и лесбиянок.
- *Эстетическая составляющая* — красота природы, «приятность» места, культурная жизнь.

Поскольку в ходе опроса был собран широкий спектр демографических данных, мы также рассмотрели влияние таких факторов, как доход, образование, профессия, возраст, расовая и этническая принадлежность на то, что человек ценит в своем месте жительства.

Так что же наиболее важно для большинства американцев, когда речь идет о районе, в котором они живут? Все пять факторов играют важную роль, но два все же выделяются — это эстетика и базовые услуги, причем открытость занимает третье место и отстает от них ненамного. (Ключевые статистические результаты опроса изложены в Приложении Б.) Как мы увидим, здесь компромиссов не бывает, по крайней мере в восприятии более чем 27 тысяч респондентов «Опроса о месте и счастье». Само собой, каждая из пяти категорий очень важна.

## ДОПЛАТА ЗА КРАСОТУ

Хотя результаты нашего исследования, касающиеся роли эстетических характеристик места (красоты природы и улиц), могут на первый взгляд показаться противоречивыми, они сообщают нам нечто важное. Большинство людей полагает, что в их районе должны быть доступны базовые услуги, — в большинстве районов так оно и есть. И, как показывает наш обзор, базовые услуги высоко ценятся.

Но красота тоже значит многое. Чем выше люди оценивают красоту своего района (природной среды и рекреационного пространства), тем выше их общий уровень удовлетворенности местом. И поскольку они ожидают, что базовые услуги будут им предоставлены по умолчанию, в конце концов они начинают ценить эстетику чуть выше. Это похоже на покупку машины. Когда автомобильные марки существенно различались между собой по качеству, покупатели выбирали более качественный товар. Но теперь большинство людей ожидают, что любая машина будет соответствовать некоторому пороговому уровню качества, поэтому при выборе они ориентируются на дизайн, стиль, тип и набор желательных опций.

В книге «Сущность стиля» и других своих работах Вирджиния Пострел глубоко и проникательно пишет об экономической ценности эстетики<sup>2</sup>. «При наличии минимальной стабильности и средств к существованию люди хотят видеть и ощущать свою жизнь ярче и обогащают ее ритуалами, украшениями и декорациями», — констатирует она. Даже первобытные люди, которые с трудом добывали пищу и жили в пещерах, находили способ украсить себя бижутерией и косметикой, а свои жилища — корзинами и горшками. Пострел утверждает, что инстинкт, который заставляет нас как-то «выделиться», не просто «приносит эмоциональное и сенсорное удовлетворение»; в нем проявляется врожденное универсальное стремление, присущее каждому человеку.

Барбара Стейнфельд жила во Флориде и в середине 1990-х годов потеряла работу — она была менеджером по продажам в ту-

ристической индустрии. Ей казалось, что Орландо, где она живет, — сущая Мекка для туристов, но она не могла найти подходящую работу, как ни старалась. Они обсудили с мужем возможность переезда. Она всегда хотела перебраться в Орегон, хотя была в этом штате только раз, 20 лет назад, и провела там всего несколько дней. Вскоре ей попало объявление о вакансии директора по культурному туризму в портлендском турбюро, и, как говорит она сама, на нее снизошло озарение. «Вот что я хотела бы делать — и как раз там, где я хотела бы». Устроившись на эту работу, Барбара почувствовала: Орегон — это то, что ей было нужно. Она влюбилась в его «энергию, атмосферу без претензий, красоту природы, всепроникающий артистизм, вовлеченность местного сообщества в процесс принятия любых решений и превосходную кухню». Климат ей тоже понравился — «не слишком жарко, не слишком холодно, всегда есть чем дышать, свежо и зелено». По окрестностям города оказалось приятно гулять, и улицы были оживленными. «В первые пять лет каждый раз, когда я шла через даунтаун на ланч, мне казалось, что я в отпуске». Всю жизнь она провела в местах вроде Флориды или Среднего Запада и чувствовала себя не в своей тарелке. Теперь ей впервые в жизни уютно — здесь «достаточно места для преуспевающей еврейской общины, гей-сообщества и арт-сцены, а в центре есть великолепные магазины, где товары не облагаются налогом», причем благодаря тому, что рост города ограничен, а вокруг полно зелени, Портленд «достаточно мал, чтобы казаться своим местом».

Так что же в эстетике места такого, что способно сделать нас счастливыми? Чтобы понять, почему красота находит такой широкий отклик у жителей, мы включили в свой опрос пункт, где респондентов просили проранжировать разные составляющие природной среды в их районе — красоту места, парки, игровые площадки, дорожки, даже климат и воздух. Затем мы сравнили эти оценки с показателем удовлетворенности людей своим районом. Результаты вышли любопытные. Красота природы оказалась важнее всего. Следом за ней шли парки, площадки, дорожки. Климат и воздух тоже имеют значение, но меньшее.

Маслоу ошибался? Пострел считает, что не совсем. Просто изображение его концепции в виде пирамиды может привести к неверному выводу, «что эстетика — роскошь, о которой думают только богатые люди». Пострел отмечает, что не существует такой пирамиды потребностей, по ступеням которой можно было бы подниматься, лишь полностью удовлетворив все предшествующие потребности. «Следующий шаг нашего потребления зависит от того, что у нас уже есть... Маржинальная стоимость таких вещей, как пища и убежище, высока изначально — никому не хочется умереть от голода или замерзнуть в метель, — но она падает быстрее, чем маржинальная стоимость других вещей, в том числе эстетики». Люди жаждут красоты, ищут ее во всем, что их окружает, а особенно в местах, где они живут.

Экономисты называют это доплатой за красоту (*beauty premium*). То, что эстетически приятно, привлекает людей и заставляет их платить больше. Только подумайте, сколько внимания готовы уделять те, кто продает дом, — и те, кто покупает, — красоте крыльца. В 2007 году британские и голландские экономисты предприняли исследование повторяющихся черт во внешности игроков, которых удаляли из одного игрового телешоу, которое шло в Нидерландах<sup>3</sup>. Обнаружилось, что «доплата за красоту» свойственна не только неодушевленным предметам. Красивым людям симпатизируют, но еще сильнее антипатия к некрасивым. Исследователи обнаружили, что даже при отсутствии всякой осмысленной причины дискриминировать менее привлекательных людей внешне привлекательные игроки «удалялись со значительно меньшей вероятностью» и что наименее привлекательный игрок «удалялся в конце первого раунда с вероятностью, почти вдвое превышающей вероятность удаления любого другого игрока». Авторы работы пришли к выводу, что менее привлекательные игроки «подвергаются дискриминации по причинам, не коррелирующим с их игрой и поведением во время игры». Раз уж в природе человека — держаться подальше от непривлекательных людей, несмотря на вред, который такая дискриминация может нанести их психике, нет ничего удиви-

тельного в том, что мы так же относимся к своим районам и их внешней привлекательности.

С городами из «ржавого пояса» практически та же ситуация. Как могут Питтсбург или Кливленд состязаться с такими городами, как Сан-Франциско, Сиэтл, Боулдер или Остин, если речь заходит о красоте, обстановке, пейзажах и возможностях для активного отдыха? Но, к счастью для Питтсбурга и Кливленда, эстетика — это не только красивые парки и вид на горные вершины. Во многих старых районах индустриальные постройки удивительным образом сочетаются с природными красотами. Там полно старых складов, исторических домов и потрясающих кварталов. Местами сохранились великолепные городские парки, распланированные великими ландшафтными дизайнерами XIX — начала XX века.

Прожив в Питтсбурге почти двадцать лет, я стал фанатом индустриальной эстетики. Меня невероятно манят и само положение города между тремя красивыми реками, и его основательный промышленный ландшафт. Я сохранил нежнейшие воспоминания о велосипедных прогулках по узким улочкам промышленной части Питтсбурга и крутых подъемах на холмы пригородов — а это было занятие не из легких! Может, Питтсбург подходит не каждому, но я, пожив там, ручаюсь: каждое место кому-нибудь да понравится.

Ренессанс озерного побережья Чикаго с невероятными постройками XX века и великолепно отреставрированными кварталами показывает, каким эффектным брендом может стать эстетика старых районов. Во многом Чикаго обязан этим мэру Ричарду Дейли, который не ограничился новым Миллениум-парком и реконструкцией береговой линии — при нем обновлялись многие районы, в городе были восстановлены муниципальные парки и сады, посажены деревья, обустроены клумбы, расставлены скульптуры и разрисованные вручную скамейки.

Мне вспоминается, как однажды я ехал через один из таких районов на семинар в Чикагский университет. Когда пригласивший меня Терри Кларк сказал, что мы проезжаем бедные кварталы, я был поражен: роскошные кадки для деревьев, нарядные

улицы и парки — все это даже я привык считать признаком зажиточных районов. В тот миг я понял, что придает неблагополучным районам такой нищенский вид: нагота улиц, где совершенно нет деревьев и зелени.

И хотя многие предпочитают жить в идеально ухоженных местах, я больше всего люблю в Торонто его «неряшливый урбанизм» — высоченные кондоминиумы рядом с ветшающими викторианскими особняками, роскошные бутики по соседству с семейными лавочками, лесные дорожки, которые упираются в платные дороги с оживленным движением, плотные городские кварталы, прорезанные оврагами, и велосипедистов, прокладывающих дорогу среди трамваев, автобусов и роскошных авто<sup>4</sup>.

## ЛЮДИ ВСТРЕЧАЮТ ЛЮДЕЙ

Неудивительно, что возможность общаться с людьми и заводить друзей оказывается одним из важнейших факторов, определяющих нашу удовлетворенность местом жительства.

К сожалению, все больше людей этой возможности лишены. Исследование, проведенное в 2006 году командой социологов из Аризонского университета и Университета Дюка, показало, что доля американцев, которые чувствуют себя социально изолированными внутри местных сообществ (изоляция понимается как отсутствие собеседника, с которым можно поговорить о личных делах), выросла с 10% в 1985 году до более чем 25% в 2004 году<sup>5</sup>. Обнаружилось также, что семьи из среднего класса с высшим образованием пострадали больше всего, возможно, вследствие долгого рабочего дня и необходимости далеко ездить на работу. Авторы отмечают, что люди проводят больше времени «общаясь с компьютером, а не друг с другом». Но главная перемена, которую претерпело общество с 1985-го, свидетельствуют данные исследования, — это обрыв связей между соседями. Все больше людей живут одни, и им не хватает общества родственников или друзей.

Это объясняет, почему так много респондентов заявляют, что хотели бы жить в местных сообществах, где легче налажи-



вать контакты и завязывать новые связи. Те, у кого есть друзья среди соседей, дорожат уже имеющимися отношениями. Достаточно опросить любую группу из тех, в которые сбиваются одинокие молодые люди и которые Итан Уотерс называет «городскими племенами»<sup>6</sup>.

Забавно, что побочным продуктом мировой глобализации становится растущая изоляция. Неудивительно, что участники «Опроса о месте и счастье» так высоко оценили возможность встречаться с людьми и заводить друзей.

### ПОЖИРАТЕЛИ КУЛЬТУРЫ

Города всего мира сегодня все больше инвестируют в культуру, что не только создает им хорошую репутацию, но и подстегивает экономический рост. В ходе «Опроса о месте и счастье» мы обнаружили, что хоть культурная и ночная жизнь и не так важны для респондентов, как красота и возможности для социализации, но тоже играют важную роль в формировании удовлетворенности местом.

Сегодняшнее понимание культуры шире, чем то, которое я для себя обозначаю аббревиатурой ВЫКЛ (высокая классика). Хотя балет, опера и симфоническая музыка сохраняют свою привлекательность для многих, районы с наиболее насыщенной культурной и артистической жизнью сочетают традиционные институты высокой культуры с уличным искусством, музыкой и театром. В обществе, где многие люди лишены возможности распоряжаться своим временем, оно стало одним из самых дефицитных ресурсов. Кажется, у предыдущих поколений было больше окон в расписании дня; сегодня же почти невозможно планировать что-либо заранее. Однако, даже если жесткий график не оставляет им времени на развлечения, людям нравится знать, что при желании они могут выйти из дома и заняться чем-то для себя. Многим достаточно, чтобы такая возможность просто существовала — на случай, если найдет вдохновение или приедут в гости родные или друзья<sup>7</sup>.

## ВСЕ СВОДИТСЯ К ОСНОВАМ

Базовые услуги также очень важны для счастья и удовлетворенности местом. Чем выше люди оценивают базовые услуги в своих местных сообществах, тем выше их удовлетворенность этими сообществами. Рискуя показаться навязчивым, повторю, что, судя по результатам опроса, выбирать между эстетической составляющей и базовыми услугами люди не готовы: для их счастья важно и то и другое.

В ходе опроса людей просили оценить некоторые аспекты инфраструктуры в их сообществах: начальные и средние школы, колледжи и университеты, учреждения здравоохранения, возможность найти работу, трафик и общественный транспорт, жилье, религиозные организации.

Из всех этих факторов начальные и средние школы в наибольшей мере участвуют в формировании удовлетворенности сообществом. Люди зависят от доступности школ, в которых будут учиться их дети, а подростки, которым пора получать высшее образование, уже способны преодолеть значительное расстояние ради хорошего учебного заведения.

Среди наиболее поразительных итогов нашего опроса то, что больше всего ценят близость колледжей и университетов люди со сравнительно низким уровнем формального образования. Это можно объяснить тем, что люди ценят стимулирующий пример, подаваемый детям студентами вузов. Или тем, что они рассматривают возможность продолжить собственное обучение. Или, может быть, они (и их дети) просто менее мобильны и потому требуют, чтобы доступ ко всей цепочке образовательных учреждений, от начальной школы до высшей, имелся на месте и чтобы образование было доступно по цене.

Дальше идет здравоохранение, тоже необходимая составляющая счастья. Ненамного отстало от него наличие рабочих мест. Не любых, а соответствующих профессии респондента. Но похоже, что в большинстве районов эта потребность плохо удовлетворяется. По данным опроса, всего чуть больше 17% респондентов оценили свою удовлетворенность карьерными возможностями как «очень хоро-

шую», больше трети выбрали вариант «плохая» или «очень плохая». Это позволяет предположить, что в местах, где люди хотят жить, нет той работы, которую они хотят выполнять. На мой взгляд, это ключевой вопрос — и важнейший компромисс, — о котором мы все должны помнить, выбирая место, где жить и работать.

Религия и духовная жизнь также имеют значение. Хотя целых 80% респондентов выразили удовлетворенность («хорошо» или «очень хорошо») доступом к религиозным институтам и общинам верующих, мы обнаружили заметную, хоть и не определяющую связь между религиозными организациями и уровнем счастья в конкретном местном сообществе.

Сообщества существенно различаются по уровню религиозного благочестия, хотя представители более образованных слоев населения (например, жители Сиэтла и Сан-Франциско в противовес жителям Нового Орлеана и Детройта) склонны к более светскому образу жизни и предпочитают посещению церкви менее традиционные духовные и религиозные практики.

Это не осталось незамеченным: как показывает обсуждение этой темы на форумах в сети, сейчас многие религиозные лидеры и активисты религиозных общин пытаются переформулировать свою повестку, чтобы соответствовать демографическим сдвигам. Один такой человек, Род Гарвин, которого я встретил благодаря организованной моей командой программе «Лидерство креативных сообществ» (Creative Community Leadership Initiative) в Шарлотте (Северная Каролина), задал в своем личном блоге следующие вопросы: «Готовы ли христиане в целом ответить на некоторые трудные и неудобные вопросы? Что происходит, когда общество принимает геев и лесбиянок спокойнее, чем церковь? Расизм и этническая сегрегация — глобальная проблема, но в церкви сегрегация намного сильнее, чем в большинстве корпораций и регионов. Бедность и низкие зарплаты производятся экономическими структурами и политиками, хотя личный выбор может сыграть свою роль. Есть ли у нас смелость, чтобы спросить, можно ли сделать нашу капиталистическую экономику лучше и превратить скудость в изобилие?»

Гарвин сожалел о том, что креативные люди покидают религиозные институты ради менее иерархических и более органичных форм духовности и духовного самовыражения. А религиозным организациям очень трудно дать упреждающий ответ на этот вызов по причинам, знакомым менеджеру всякой крупной компании. Гарвин говорил мне, что религиозным группам нужно стать менее «институциональными» (менее формальными и жесткими) и самим превратиться в более гибкие креативные сообщества, которые смогут отвечать как духовным, так и интеллектуальным запросам людей.

«Опрос о месте и счастье» показал, что такие факторы, как доступность жилья, трафик и общественный транспорт, играют в совокупной удовлетворенности сообществом меньшую роль. Однако в городах, где жилье очень дорогое, а трафик плотный, их значение велико. Более трети респондентов были обеспокоены дороговизной жилья в своих районах. А 45% ответили, что не удовлетворены имеющимся в их распоряжении общественным транспортом. Больше всего таких ответов поступило из регионов, которые в последние годы стремительно росли и обладают высоким уровнем человеческого капитала, — это метрополии богатств, о которых шла речь в главе 5 (Сан-Франциско, Вашингтон).

Многие люди вынуждены искать компромисс между местоположением и дешевизной жилья. Таков случай Тары Беард, которая переехала в Мидтаун-Филлипс (Миннеаполис), потому что могла позволить себе жилье по тамошним расценкам. «Многие не понимают, почему я живу там, где живу. Возможно, это второе по неудобству место в Миннеаполисе, и жить там трудно, не весело и страшно», — говорит она. Но «цена была подходящая».

Она добавляет, что не может понять, как ее коллеги, которые зарабатывают меньше, могут позволить себе жилье, которое стоит втрое дороже, чем дом, где живет она с семьей. «Мы зарабатываем почти 100 тысяч долларов в год и 30% своего дохода тратим на ипотеку и коммунальные платежи. А живем мы в развалюхе посреди жутковатого района. Диспропорция между ценами на

жилье и уровнем доходов сейчас поразительная. Для меня важнее жить по средствам, чем соревноваться с соседями».

Беард и ее семья счастливы там, где живут, — рядом проходит велослужба, до ее офиса в даунтауне — меньше 3 километров, и меньше полутора километров — до всех нужных магазинов. Неподалеку находятся остановки автобуса и монорельса, а люди в районе живут разные.

«Я хочу быть уверена, что каждый день смогу видеть кого-то, кто выглядит и ведет себя не так, как я, — говорит Беард, — быть уверенной, что я сумею неформально взаимодействовать с людьми, которые, как я верю, помогут мне отогнать страх перед всем другим, перед тем, чтобы выглядеть не как все. Я думаю, что каждый человек обязан познакомиться с возможно более разнообразными стилями жизни. Это часть воспитания достойного члена сообщества и ответственного гражданина. Едва ли не чаще, чем на английском, по соседству со мной говорят на испанском или на сомали. Я не сомневаюсь, что эта страна и все, что она может предложить, принадлежат нам всем поровну».

Да, ее район не лишен недостатков. «Мы часто слышим выстрелы, нам угрожали, когда в соседнем доме поселились дилеры. Хуже всего шум. В любое время, даже ночью, гудят машины, люди кричат и свистят на улицах, пока мы пытаемся заснуть. Ночью нам редко удается поспать. Я не могу пройти по району, не встретив нескольких проституток, которые охотятся на клиентов, и дилеров, торгующих невесть чем».

Но, по мнению Беард, жить здесь все равно стоит. «Для меня тут сплошные выгоды: я экономлю деньги, вношу свой вклад в то, чтобы мир стал лучше, могу быстро добраться туда, куда мне надо, узнаю разных людей, познаю себя и свою реакцию на вызовы и страхи».

## ОТКРЫТЫЙ ГОРОД

Гвенн Симел родилась во Франции и много путешествовала, но в конце концов решила поселиться в Портленде. Она говорит:

«Я одеваюсь пестро — и ярко, и странно, я хочу сказать. Я ношу пластиковые сабо цвета лайма или зелено-голубые, как перья чирка. Свитера я заказываю по каталогу для пожилых леди, потому что больше нигде не могу найти такой оттенок ультрамарина. Шарфы и шапки для меня вяжет старенькая бабушка, поэтому то, что задумывалось как остроконечная перуанская шапка, оказывается вязаным гондоном с собачьими ушками. Мои джинсы не синие, они раскрашены красками так, что желтый цвет на бедрах переходит в пурпурные отвороты».

Симел говорит, что в Париже «люди прячутся на эти штаны, ухмыляются и ехидно говорят что-нибудь своим спутникам, причем громко, потому что думают, что человек, который так одет, не может быть французом. Но я французенка. Мои родственники во Франции отказываются брать меня в клубы, если не утвердят предварительно мой гардероб». В Нью-Йорке люди вежливее, но не то чтобы поощряют ее эксцентричную манеру одеваться. Один из ее нью-йоркских друзей сказал, что лишь однажды видел такую же комбинацию цветов, и то на бездомном бродяге.

Но в Портленде Симел со своим уникальным стилем чувствует себя совершенно свободно. «Люди смотрят на мои штаны, а потом поднимают глаза, осматривая меня снизу вверх, добираются до лица и смотрят мне в глаза. Они улыбаются мне и смеются со мной. Некоторые даже говорят: „Клевые штаны!“»

Этот вид открытости стал весомым преимуществом Портленда, превратив его в Мекку инди-рокеров, если верить статье Тейлора Кларка в *Slate* (2007)<sup>8</sup>. Кларк пишет: «По звучанию у извилистого попа The Shins не так уж много общего с (говоря словами Стивена Кольбера) „высоколитературным прогрессивным роком“, который играют The Decemberists. И ни одна из этих групп не может считаться портлендской, поскольку, за очень редким исключением, они переехали в Портленд уже после того, как достигли хоть какой-то популярности... Здесь можно увидеть, например, как барабанщица группы Sleater-Kinney Дженет Вайсс паркует свой микроавтобус „Вольво“ рядом с кафе Stumptown

Coffee Roasters, но редко появляется чувство, что эти светила хоть как-то влияют на местный музыкальный ландшафт. Они все просто живут здесь. Вот почему часто шутят, что в Портленд стекаются хипстеры, которые уходят на пенсию».

Последняя строчка особенно показательна. Понятно, что если Портленд сам по себе не порождает оригинальные таланты, то в нем должно быть что-то такое, что побуждает музыкантов переезжать туда. Кларк заключает, что наиболее убедительное объяснение наплыва рокеров в Портленде то же, что и для людей вроде Гвенн Симел, — его открытость, креативность, оживленность в сочетании с доступным жильем и эстетической привлекательностью. Кларк пишет: «Можно выйти в люди, одевшись как осужденный насильник или бродяга, и никто не посмотрит косо. Нарядно, зелено. Жилье недорогое, особенно по сравнению с Сизтлом или Сан-Франциско. Люди приятные. Еда хорошая. Креативность — высший закон... Возможно, этого недостаточно, чтобы привлечь элиту, но портлендское сочетание доступности, природной красоты и отрешенной странности — просто мечта свободного художника».

Открытость, понимаемая как толерантность и принятие разнообразия в местном сообществе, — третий по важности фактор, согласно результатам «Опроса о месте и счастье». Мы задавали его участникам следующий вопрос: «Как вы оцениваете свой город или местность, где вы живете, в качестве места жительства для следующих категорий населения:

- семьи с детьми;
- расовые и этнические меньшинства;
- геи и лесбиянки;
- иммигранты из других стран;
- пожилые люди;
- люди, живущие за чертой бедности;
- одинокие молодые люди;
- выпускники высших учебных заведений, ищущие работу.

Когда к этим группам относятся со всей возможной толерантностью, общий уровень счастья в сообществе растет. Не потому, что мы все разделяем абстрактную ценность разнообразия. Многих людей приводит в открытые сообщества предположение, что в этих местах им будет легче оставаться самими собой. Это соответствует данным Рональда Инглхарта, чьи подробные опросы о ценностях «World Values Surveys», проведенные более чем в пятидесяти странах, показывают, что ценность индивидуального самовыражения является одним из определяющих элементов сегодняшнего общества<sup>9</sup>.

Здесь-то мы и подходим к одному из самых неожиданных результатов «Опроса о месте и счастье». Угадайте, кому достался самый низкий балл, когда люди оценивали открытость своего города для различных групп? Не иммигранты. Не расовые и этнические меньшинства. Не геи и лесбиянки. В самом низу графика, рядом с людьми, живущими за чертой бедности, оказались молодые выпускники вузов, пытающиеся выйти на рынок труда. Да. Образованные молодые ребята, которые ищут работу. Почти 45% респондентов сообщили, что их местные сообщества «плохо» или «очень плохо» подходят для выпускников, и только 7,3% считают, что их сообщества подходят «очень хорошо».

По-моему, это поразительно. Везде в США и по всему миру я слышу, как лидеры местных общин, матери и отцы жалуются, что теряют молодежь. Когда я жил в Питтсбурге, люди часто сокрушались, что крупнейшая статья экспорта в регионе — уже не сталь, а талантливая молодежь. Мэры и торговые палаты жаждут завербовать молодых, когда те возвращаются, подучившись или перебесившись, готовые осесть и завести семью.

У столь странного результата опроса есть несколько причин. Молодые выпускники вузов приносят на рынок труда новый уровень квалификации, что заставляет нервничать обладателей рабочих мест. Они не состоят в браке, поздно возвращаются домой и любят повеселиться. Для одних это означает шум и всякие бесчинства. Для других — изменение *status quo*. Молодежь легко распознает такое отношение к себе. Я слышал об этом, когда в начале



2000-х проводил фокус-группы среди старшекурсников и дипломированных выпускников. Эхо этого явления слышно в подробных работах консультантов Ребекки Райан, Кэрол Колетты и Джо Кортрайта, чьи исследования, проведенные в фокус-группах и в виде интервью, также показывают, что молодые выпускники ищут места, где их примут такими, какие они есть. Они хотят, чтобы вокруг было много молодежи, неформальным стилем одежды сигнализирующей об активном образе жизни, и, что важно, чтобы население было разнообразным и не отталкивало геев и лесбиянок.

Открытость определенно является ключевым фактором формирования удовлетворенности местом и совокупного ощущения счастья, но, к сожалению, во многих локальных сообществах и то и другое чувство представлены слабо. Многие респонденты указывали на наличие весомых препятствий, стоящих перед той или иной из выделенных нами групп.

Почти 45% респондентов ответили, что их районы — «плохие» или «очень плохие» места для геев и лесбиянок. Почти 40% сказали то же самое об иммигрантах. И больше половины считают, что их общины — «плохие» или «очень плохие» места для бедняков.

Ясно, что этим сообществам есть к чему стремиться в части открытости и социального разнообразия. Речь не идет о толерантности ради толерантности. Как свидетельствует все вышесказанное, нетолерантные места попросту не развиваются. И, как показывает «Опрос о месте и счастье», люди в таких местах менее счастливы и менее удовлетворены, чем члены толерантных и открытых общин.

## БЕЗОПАСНОСТЬ И УВЕРЕННОСТЬ

Когда 36-летняя Робин Эхтле решилаась купить дом, она подошла к вопросу ответственно. «Я купила кучу книг и даже два уик-энда ходила на курсы для тех, кто впервые покупает дом, где было еще двенадцать человек, которые хотели стать домовладельцами», — говорит она. Труднее всего было решить, где поселиться. Робин, которая сама себя называет «городским животным» и лю-

бит культуру, искусство, ритм городской жизни, рассматривала как варианты два самых крупных города, откуда удобно ездить в Сизтл, — Эверетт и Такому.

Побывав в Такоме, она влюбилась в этот оживленный город. Ей понравился даунтаун, который как раз тогда реконструировали: «красивые старые здания», «броские и чудные» этнические рестораны, «три превосходных новехоньких музея», три старинных театра, симфонический оркестр и, что для нее было важнее всего, опера. Но окончательно подкупило ее не пышное цветение культуры, а стабильность Такомы. Сделав «домашку по рыночной арифметике», Эхтле решила, что Такома, где медианный доход выше, а рынок труда растет быстрее, чем в Эверетте, и есть то место, которое она ищет.

Экономическая и физическая безопасность — четвертое изученное нами измерение; оно включает в себя совокупную характеристику состояния и направления развития экономики, природы и направления развития рынка труда, а также характеристики общества, в том числе безопасность. Это глубинные свойства, которые меняются медленно и трудно и неподвластны прямому воздействию государства или частных лиц. Экономическая и физическая безопасность играют важную роль в формировании удовлетворенности сообществом и, по результатам нашего опроса, влияют на нее лишь немногим меньше, чем открытость сообщества.

Исследователи уже прослеживали значение общего экономического роста для счастья индивидуума. В своей книге «Моральные последствия экономического роста» гарвардский экономист Бенджамин Фридман показывает, как экономический рост делает людей более сознательными, менее предрасположенными к преступлениям, более толерантными и щедрыми<sup>10</sup>. Возросший уровень счастья также является побочным продуктом этого роста, а продолжительная стагнация либо спад в экономике могут привести к понижению уровня счастья.

По данным опроса выходит, что экономическая безопасность значит для удовлетворенности сообществом больше, чем

физическая. (Статистическая корреляция между экономической безопасностью и общим ощущением удовлетворенности местным сообществом заметно выше, чем для физической безопасности, это один из самых высоких показателей по итогам опроса.) В целом респонденты считали экономические условия скорее хорошими, чем плохими, — 40% ответили, что они «хорошие» или «очень хорошие», хотя 29% оценили их как «плохие» или «очень плохие» (остальные 40% дали нейтральный ответ). Большая доля опрошенных (57%) сообщила, что в своих районах они чувствуют себя «хорошо» или «очень хорошо» защищенными. Всего 9,1% сказали, что совершенно не чувствуют себя в безопасности в своих местных сообществах.

### ЛИДЕРЫ ИЛИ ДУШИТЕЛИ

Лидеры — одно из тех невидимых для посторонних, но существенных благ, которыми может располагать локальное сообщество. На эту тему написано несчетное множество книг, но по-прежнему нелегко точно определить, что такое хороший лидер, как его отличить от плохого и точно оценить влияние деятельности лидера на организации, народы и сообщества.

«Опрос о месте и счастье» позволил изучить воздействие лидерства на общее ощущение удовлетворенности местом, поскольку жителей тех или иных районов просили составить рейтинг одобрения местных лидеров. Корреляция между оценкой лидеров и уровнем удовлетворенности местом была хотя и значительной, но в среднем наименьшей для всех пяти категорий.

Неудивительно, что, согласно результатам опроса, люди счастливее в городах, где лидеры позитивны и дальновидны, высокоморальны и верны себе. Но опрос показал и существенный разрыв в восприятии лидеров местными общинами. Хотя 60% опрошенных одобряли лидеров своих сообществ, целых 40% проявили неодобрение. Возможно, эти цифры отражают партизанскую природу сегодняшнего общества, где избиратели, видимо, более поляризованы, чем когда-либо.

Но даже в нынешнем политическом климате не все лидеры поляризуют электорат. В Денвере (Колорадо) локального лидера поддерживают более 90%. И я могу понять, почему. Джон Хикенлупер, избранный мэром в 2003 году, приобрел в своем городе огромную популярность и даже заслужил, после всего двух лет пребывания на посту, честь войти в топ-5 мэров крупных городов США по версии журнала Times. Он немало потрудился, чтобы создать позитивное видение этого города и обратить энергию жителей ему на пользу. В первые дни после избрания он даже включил своего конкурента в переходную команду и доверил ему ряд ключевых назначений в городском правительстве. Хикенлуперу удалось преодолеть подспудную разделенность города и выйти из идеологического тупика, что позволило ему сосредоточить усилия на общем благе.

К сожалению, местные лидеры куда чаще действуют в противоположном направлении, подавляя любую гражданскую активность. Джекобс как-то сказала мне, что местные сообщества повсюду полны креативности, но некоторыми из них заправляют «душители». Душители — люди, помешанные на контроле; они думают, что знают, как будет лучше для города или региона, даже если под их управлением (или при фактическом отсутствии управления) яркие, талантливые, креативные люди бегут отсюда прочь. По словам Джекобс, душители — это лидеры, которые злоупотребляют словом «нет». Они постоянно тормозят инициативы, возникающие внутри местного сообщества. Я сам наблюдал, как люди такого типа высасывают из общины жизнь и энергию. На новые идеи они отвечают что-то вроде: «У нас здесь так дела не делаются», «Это не сработает» или «Не нравится — уезжайте».

Я часто гадаю, какой стала бы наша страна, если бы все душители местных общин были в один прекрасный день по мановению волшебной палочки изобличены и нейтрализованы. Сколько муниципальных правительств оказались бы вмиг обезглавлены? Возможно, тогда мы наконец смогли бы высвободить позитивную энергию, в которой нуждается настоящее гражданское общество.

## УМНОЕ, БЕЗОПАСНОЕ, ЗЕЛЕНОЕ

Мой друг и коллега, голландский урбанист Эверт Верхаген любит говорить представителям местных общин, что в сегодняшнем мире действует новая формула успеха. Если раньше было достаточно оставаться «безопасными и умными», нынешние сообщества должны быть «безопасными, умными и зелеными». Я бы еще добавил сюда слово «честными».

Замечания Верхагена совпадают с результатами проведенного моей командой «Опроса о месте и счастье», который позволил выделить следующие семь факторов, критически важных для удовлетворенности людей своим районом и общиной: хорошее место, чтобы растить детей; хорошее место, чтобы общаться с людьми и заводить друзей; место красивое; с хорошими школами; а также парками и открытыми пространствами; безопасное; открытое для предпринимательства и новых компаний.

Кроме того, их подтверждает статистический факторный анализ, проведенный Тинальи для всех двадцати шести аспектов удовлетворенности местом, которые учитывались в нашем опросе. Ее анализ позволил выделить три группы факторов, определяющих уровень счастья в районных сообществах.

Первая группа включает факторы, которые делают сообщество «умным» и *живым*, — местные университеты и колледжи, искусство и культура, доступность вакансий в соответствующей интересам респондента области, возможность встречать новых людей, подходящее место для молодых выпускников, одиноких людей, предпринимателей, людей искусства и богемы.

Вторая группа связана с *эстетикой и пригодностью для жилья* и включает красоту природы, парки, открытые пространства, игровые площадки и спортивные дорожки, климат и чистоту воздуха.

Факторы третьей группы касаются вопроса о *равенстве* — доступное жилье, регулируемый трафик, подходящее место для пожилых людей и бедняков.

Мы стали считать чем-то само собой разумеющимся, что наше место жительства отвечает нашим базовым потребностям.

Мы принимаем как должное, что, если повернуть кран, потечет вода, а мусор вывезут, если оставить его на тротуаре перед домом. Большинство из нас чувствуют себя в безопасности, когда идут по улице, и уверены, что наши дети получают хорошее образование.

Хорошо это или плохо, но планка поднята. Чтобы быть счастливыми и полностью удовлетворенными, мы хотим большего и нуждаемся в большем. И возглавляют список желаемого две добавочные потребности — в красоте и открытости. *И это потребности.* Это не роскошь, а то, чего мы ждем от своих районов.

Вот что сказали нам жители Нового Орлеана, участвовавшие в первой версии опроса непосредственно перед тем, как на их город обрушилась «Катрина». Составленный ими список приоритетов возглавляли «красота города и природы» и «наличие парков и зелени». Церкви и религиозные институты также оказались для них очень важны. 61% жителей Нового Орлеана сообщили, что они ежедневно уделяют время религиозным практикам, молитве или медитации, и целых 56% сказали, что хотя бы один раз побывали в церкви за последние семь дней — это больше, чем в других городах, где проводился опрос. На второе место после церкви в списке своих приоритетов респонденты поместили «качество колледжей и университетов».

Новый Орлеан известен своей причудливой смесью декаданса, южного очарования и невинности, и все это отражается в ночной жизни города — одного из ценнейших его активов. Хотя Новый Орлеан — это не только Бурбон-стрит, этот бурлящий котел музыкальной изобретательности и фестивального веселья позволяет людям быть самими собой и — с учетом близости церквей — играет важнейшую роль в плетении плотной ткани «третьих мест», где люди могут встречаться, общаться и устанавливать связи за пределами дома и работы.

Сегодня, когда я пишу эти строки, город еще далеко не полностью восстановлен. Непростая задача — отстроить заново один из уникальных исторических центров нашей страны. Но «Опрос о месте и счастье», который ясно показывает, что именно жители Нового Орлеана больше всего ценят в своем городе (и чего им, ве-

роятно, сейчас больше всего не хватает), должен дать градостроителям понимание, с чего начинать. Концентрируясь на возрождении зданий и инфраструктуры (укрепляются дамбы, строится деловой район в центре и жилые дома), публичные политики и общественные деятели до сих пор почти игнорировали критически важную социальную инфраструктуру Нового Орлеана, которая только и может вернуть в него жизнь. Несомненно, Французский квартал с его джазовыми клубами, барами и тавернами, будучи крупнейшим источником доходов от туризма, является также и частью этой инфраструктуры. Но это не все. Жителям Нового Орлеана необходимо общаться друг с другом, а для этого нужны ключевые институты — церкви, таверны, бары, парки и школы. Они хотят вернуть себе личную жизнь и связи, установившиеся внутри сообщества.

Места, которые высоко оцениваются с точки зрения эстетической привлекательности и открытости, обладают уникальным свойством: они уравнивают возможности всех своих жителей — это чувствуется даже в таких городах, как Новый Орлеан с его расовым и социально-экономическим разделением. Эстетическая составляющая места, красота природы и предоставляемые ею возможности для досуга — те блага, которыми могут пользоваться и наслаждаться все. Парк открыт для всех слоев общества, будь то белые, черные, азиаты, латиноамериканцы, одиночки или пары, геи и натуралы, богачи и бедняки. Каждый может воспользоваться парком не в ущерб другим — пока в нем хватает места. В большинстве случаев парк делается только лучше, безопаснее и интереснее оттого, что в нем собираются больше бегунов, велосипедистов, роллеров, пешеходов, собаководов, родителей с детьми, любителей пикников или игр на свежем воздухе.

Места, обладающие такой открытостью, позволяют нам свободно выражать себя, становясь частью социального целого. Они предоставляют нам пространство, необходимое для того, чтобы открывать себя и реализовать свой потенциал, чтобы претворять в жизнь свои мечты, чтобы строить такую семью, какую мы хо-

тим. Они позволяют нам быть частью целого и оставаться собой, наполняя свою жизнь подлинным смыслом.

Предполагается, что результаты нашего опроса проливают свет на то, какие характеристики места сильнее всего сказываются на счастье его среднего жителя. Но, как свидетельствуют те же результаты, желания и потребности людей разнообразны; более того, на протяжении жизни они меняются. В конце концов, чтобы место могло сделать вас счастливым, нужно сперва понять, что соответствует вашему собственному образу жизни и базовым ценностям.



## 11. ГОРОД — ТОЖЕ ЛИЧНОСТЬ

Спору нет, хорошо знать, что место влияет на счастье, что самые счастливые районы обычно представляют собой открытые, динамичные сообщества, где люди свободны в самовыражении и формируют свою идентичность, что такие сообщества, как правило, поощряют креативность. Но решить первую часть уравнения — найти место, где будешь счастлив, — не так-то просто.

Найдем мы свое счастливое место или нет, зависит от того, чего мы больше всего хотим от этого места. Как гласит старая пословица, на вкус и цвет товарищей нет, — не все люди хотят одного и того же, не всем нужно одно и то же. Главное тут — понять, что важнее всего именно для вас, каковы ваши потребности и приоритеты.

Люфт между нашими психологическими нуждами и желаниями и тем, что могут предложить нам местные сообщества, я называю «подходящестью» (fit)<sup>1</sup>. Как это ни назови, важно найти то, что вам подходит. Моя жена Рана, которая вместе с тремя своими сестрами ведет колонку советов, посвященную отношениям, сравнивает поиск места с выбором брачного партнера. Она пишет, что нужно заглянуть в себя и понять, как вы устроены, чтобы выбрать место, где вы сможете расти и развиваться. И напоминает, что, если вы не стали счастливы, нет ничего позорного в переезде.

Одна молодая аспирантка сравнила переезд с флиртом. За свою недолгую жизнь она уже много раз переезжала, и с каждым новым местом у нее складывались новые отношения. Она никогда не связывала себя обязательствами по отношению к какому-либо месту — напротив, на разных этапах жизни она «встре-

чалась» с разными местами, которые казались ей подходящими. Один город она узнала довольно близко. Там она училась в магистратуре и теперь думает, что это, возможно, и есть ее настоящая любовь. Но сейчас она за тысячи километров от него, и ей нравится там, где она находится.

Но многим людям их место не подходит. По данным «Опроса о месте и счастье»:

- Примерно две трети (67%) людей счастливы там, где живут, оценивая свою удовлетворенность районом и местным сообществом на 4 или 5 (по пятибалльной шкале).
- Остается больше трети респондентов, испытывающих противоречивые чувства (24% оценили свои районы на 3 балла) или недовольных (10% оценили свои районы на 1 или 2 балла из 5).
- На вопрос о том, как, по их мнению, будут развиваться их районы в ближайшие пять лет, 43% респондентов ответили противоречиво (26% оценили перспективы своего района на 3 балла из 5) или пессимистично (14% оценили их на 1 или 2 балла).
- А на вопрос о том, порекомендуют ли они свой район родственнику или другу, 40% ответили противоречиво (21% опрошенных оценили свои районы на 3 балла из 5) или отрицательно (17% оценили их на 1 или 2 балла).

Задумайтесь на минуту о том, что происходит, если выбрать неправильное место, — о чем-то, что случится с вами или вашим знакомым. Как и в случае с неправильной работой или неподходящим партнером, возможны длительные и тяжелые негативные последствия. Намного быстрее и проще заранее распознать неподходящее вам место, чем потом еще раз переезжать.

Один из опрошенных мной людей рассказал, что, как только его семья переехала в новый город, он сразу же почувствовал:

«Не то». Ему было трудно добиться взаимопонимания с людьми, которые там жили. У его семьи оказались любезные соседи примерно того же возраста. Проблема была не в этом. Просто они не разделяли его мнений и ценностей, симпатий и антипатий. Мужчина просто ощущал, что это не его место. Он начал раздражаться без видимой причины. Ему ничего не нравилось: ни красивый дом, ни хорошая работа. Он чувствовал себя гостем в собственном теле. Потребовалось время, чтобы разобраться, но в конце концов он понял, что оказался не там, где может быть самим собой и воплощать свои мечты.

Мой респондент такой не один. Я слышал подобное от многих людей. Они признавались, что сначала их начинает раздражать, а порой даже бесить их район и местное сообщество. Порой они не понимают причины перепадов своего настроения или видят ее в чем-то другом. Но потом начинают осознавать: они чем-то не подходят тому месту, где живут.

Образ человека не на своем месте знаком нам по классической литературе и широко растиражирован массовым искусством — это золотое дно для комедий, ужастиков и всех жанров, что лежат в диапазоне между ними. Помните, как в сериале «Зеленые просторы» Эва Габор работает на ферме в вечернем платье?

Или как в «Деревенщине из Беверли-Хиллз» Ба, Па и Джетро приезжают в Лос-Анджелес в рабочих ботинках на потрепанном пикапе?

А Пэрис и Николь... Впрочем, это тема уже для другой книги.

У всех этих сюжетов общая завязка: затея найти место, которое бы нам подходило лучше всего, пошла не так, как задумывалось.

## БОЛЬШАЯ ПЯТЕРКА

Вопрос психологической «подходящести» играет важную роль в нашей удовлетворенности местом. Написав книгу «Креативный класс», я стал подозревать, что в дополнение к экономиче-

ским и социологическим факторам, которыми обычно объясняют наши решения, есть и психологические факторы. Мой интерес к ним обострился весной 2006 года, когда политический аналитик из Института Катона и ответственный редактор ежемесячного институтского онлайн-журнала Уилл Уилкинсон прямо спросил меня о них, прочтя один из набросков этой книги<sup>2</sup>. Уилкинсон хотел знать, случалось ли мне размышлять о том, как разные типы мест могут привлекать разные типы людей, предоставляя условия, приятные именно для них. Созвучна ли личность индивидуума его району? Становятся ли люди счастливее, когда находят местное сообщество, которое им подходит? Что происходит, если личность человека отличается от идентичности этого сообщества?

Психологи выделяют пять основных измерений личности. Эта пятифакторная модель, которую иногда называют «большой пятеркой» измерений личности, не так уж сложна<sup>3</sup>. Первый тип — открытость опыту. Открытые люди склонны получать удовольствие от нового опыта, особенно интеллектуального, от искусства, фантазии — всего, что знакомит их с новыми идеями. Люди, у которых открытость сильно выражена, обычно любопытны, артистичны, креативны.

Второй тип — добросовестность. Добросовестные люди усердно работают и обладают огромной самодисциплиной. Они ответственные, внимательны к деталям и стремятся к достижениям. Психологи выяснили, что люди, у которых уровень добросовестности высок, почти в любой сфере деятельности добиваются лучших результатов, чем средний работник, поскольку выполняют свои задачи компетентно и эффективно.

Третий тип — экстравертность. Экстраверты общительны, разговорчивы, контактны, напористы, полны энтузиазма и любят возбуждение. Им нравится встречаться с новыми людьми, они стараются сохранять устойчиво позитивное настроение почти в любых обстоятельствах.

Четвертый тип — доброжелательность. Доброжелательные люди теплы, дружелюбны, отзывчивы и беспокоятся о благопо-

лучии других. Обычно они доверяют другим и ждут, что те в ответ станут доверять им.

Пятый тип — невротичность. Невротики эмоционально нестабильны, склонны испытывать беспокойство, враждебность, подавленность; они застенчивы и импульсивны в поступках.

Как ни соблазнительна мысль, что перечисленные типы могут быть представлены в своей чистоте (все мы знаем экстравертов и интровертов), на самом деле большинство людей оказываются где-то между ними. И хотя во многих людях доминирует какой-либо из этих типов, в каждом из нас есть понемногу от всех пяти. Психолог мог бы сказать, что у Вуди Аллена низкая экстравертность (он кажется спокойным и замкнутым), низкая доброжелательность (сдержанный, отчужденный), более выраженная добросовестность (снимает же он фильмы), высокий невротизм (нервный, погруженный в себя) и очень высокая открытость опыту. В конце концов, это креативный, артистичный режиссер-новатор.

Специалисты по психологии личности эмпирически проверили пятифакторную модель во многих исследованиях и выяснили, что все пять базовых черт коренятся в биологии и на протяжении истории неизменно присутствуют во всех культурах. Другие психологи, которые специализируются на бизнес-процессах и организации, изучали связи между типом личности и профессиональной деятельностью. Например, обнаружилось, что экстравертам лучше удаются продажи. Доброжелательные люди добиваются большего в профессиях, предполагающих работу в команде. А добросовестные преуспевают там, где задания стандартные. Люди, открытые опыту, хороши на креативной работе и там, где нужны гибкость и изобретательность.

Но немногие из тех, кто исследовал взаимосвязь между людьми и средой, в которой они живут или работают, уделяли внимание взаимоотношениям между отдельными типами личности и тем, какое место они выбирают для жизни. Я так загорелся идеей связать место и личность, что решил посвятить ей свое вступительное слово на саммите по позитивной психо-

логии, организованном Институтом Гэллага осенью 2006 года (Gallup International Positive Psychology Summit). На конференции я почувствовал себя не в своей тарелке. В сущности, что я знаю о психологии? И я постарался извлечь выгоду из того, что смотрю на предмет снаружи. Многие люди, опрошенные в ходе нашего исследования, начал я, отвечали, что их привлекают места с «энергией».

— Сначала я не знал, как это понимать. Не забывайте, что мы, экономисты, когда говорим об энергии, обычно подразумеваем физический ресурс, — пошутил я. — Неужто всех этих людей привлекают просто-напросто места, где газ и электричество стоят дешевле?

Со временем я начал понимать, что имели в виду эти люди, объяснил я. Мои коллеги и интервьюируемые говорили об энергии не в физическом, а в психологическом смысле. Они описывали места оживленные, где много всего происходит, где живут энергичные люди.

К счастью, шутка сработала.

Я понял, что мое выступление удалось, когда после него три ведущих специалиста по позитивной психологии — Мартин Селигман из Пенсильванского университета, Кристофер Петерсон из Мичиганского университета и Михай Чиксентмихайи, главный авторитет в вопросах психологии креативности, — подошли ко мне и спросили, нельзя ли нам поговорить всем вместе.

На этой встрече Селигман заговорил о понятии энергии. Он объяснил, что это понятие находится на стыке биологии, физики и химии. Энергия вездесуща, ее могут зафиксировать самые разные приборы — от томографов до тонометров. «Тело человека — энергетическая система, сама жизнь основана на энергетических процессах в той мере, в какой живые существа должны постоянно поглощать и расходовать энергию».

Он предложил подумать о следующем поразительном факте. На мозг человека приходится всего 2% от массы тела, но он потребляет в среднем 20% всех калорий. Селигман сказал мне: «Хороший день начинается с высокой энергии, позитивных чувств,

приподнятого настроения. Плохие дни отмечены низкой энергией и вялым, унылым, подавленным состоянием».

Чиксентмихайи добавил, что, если вы хотите найти места, обладающие энергией, особенно высокой креативной энергией, ищите скопления любопытных людей — к этому тезису я вернусь ниже в этой главе.

Селигман добавил решающий довод: «Биографы людей, которые многого добились, часто отмечают энергичность своих героев, которая намного важнее для успеха, чем любые способности».

Я спросил у них, как обстоят дела с местом. Мы знаем, что некоторые города переживали периоды расцвета креативности и инноваций. Возможно ли, что этим городам удавалось привлекать и заряжать энергией определенные типы личностей?

Мы договорились исследовать этот вопрос. Селигман и Петерсон предоставили мне полный доступ к сотням тысяч анкет их опроса «Ценности в действии» («Values in Action»)⁴. Поскольку каждая анкета содержала информацию об адресе и почтовом индексе респондента, их можно было использовать для поиска существенной корреляции между местом и определенными чертами личности.

В то же время я наткнулся в одном блоге на пост об изучении связи между музыкальными вкусами и типом личности. Авторами исследования были психолог из Техасского университета Сэм Гослинг, который прославился работой о «личности» животных, и молодой психолог из Кембриджского университета Джейсон Рентфроу.

На сайте Гослинга мое внимание привлекло предпринятое этими авторами исследование личности. Гослинг и Рентфроу обнаружили, что могут идентифицировать базовые типы личности, всего лишь спросив, какую музыку люди любят, или рассмотрев интерьер их спальни либо офиса. Изначально это были интуитивные предположения, но затем они подтвердились фактами. То, как мы украшаем дома и офисы, какие книги и диски покупаем, какие фильмы смотрим, какую одежду носим, как об-

устраиваем свое личное пространство, — все это не случайность. Мы основываем эти решения на том, кто мы, кем хотим быть и как хотим быть восприняты.

Заинтригованный, я написал Гослингу, спрашивая, не знает ли он кого-нибудь, кто мог бы провести аналогичное исследование взаимосвязи между личностью и местом. Может быть, люди одних типов больше склонны к переезду, чем другие? Возможно ли, что города и регионы формируют собственную коллективную идентичность, которая со временем привлекает определенные типы людей?

Через несколько минут пришел ответ — Гослинг и Рентфроу уже заняты таким проектом.

Их первоначальное исследование под названием «География личности» было посвящено географической кластеризации базовых личностных черт<sup>5</sup>. Изучив имеющуюся литературу, они обнаружили устойчивый интерес к кросс-культурным личностным различиям, восходящий к пионерским антропологическим исследованиям Маргарет Мид и Рут Бенедикт начала XX века<sup>6</sup>.

С тех пор появление современных работ о личности и пятифакторной модели подогрели интерес к географии личности и исследованиям в этом направлении. Гослинг и Рентфроу цитируют публикацию 1973 года, в которой показано, что жители Северо-Востока, Среднего Запада и Западного побережья США имеют значительно более высокую «креативную продуктивность» (которая характеризуется высоким уровнем креативности, воображения, ума и нестандартности), чем жители других регионов США<sup>7</sup>.

Рентфроу и Гослинг опирались на эту и другие работы; они использовали обширную базу данных, собранную благодаря интернет-опросам более чем 600 тысяч человек, чтобы изучить распределение и кластеризацию типов личности по штатам<sup>8</sup>. Их результаты подтверждают, что в одних штатах высок уровень открытости, в других — доброжелательности, в третьих — невротичности и так далее. Эти личностные измерения также ассоциируются с ключевыми социальными и экономическими итога-



ми. Например, открытость опыту была наиболее высока у жителей штатов Северо-Востока и Западного побережья и связана с долей людей творческих профессий и работников индустрии развлечений в штате, процентом голосов, поданных за кандидатов-либералов в ходе президентских выборов, уровнем поддержки однополых браков и числом зарегистрированных патентов.

Весной 2007 года мы с Рентфроу встретились в Вашингтоне и решили объединить усилия. Из исследований Рентфроу и Гослинга было ясно, что существует связь между местом и личностью на уровне штатов. Мы подозревали, что люди склонны рассортировываться и кластеризоваться в конкретных регионах, кварталах и общинах.

### КАКОГО ЦВЕТА МОЙ ГОРОД?

Поскольку каждый человек, заполнивший опросник, указывал свой почтовый индекс, мы смогли привязать тип личности к местоположению. Так мы сумели создать карты размещения более чем 350 тысяч индивидуальных личностных портретов на всей территории США. На первой группе карт, выполненных моим коллегой Кевином Столариком, отражены все почтовые индексы США, которые встречаются в результатах опроса не менее 30 раз. Каждой карте соответствует один тип личности (см. рисунок 11.1). Обращают на себя внимание вырисовывающиеся на картах структуры. Каждый тип личности встречается в определенных местах.

Карта для экстравертов обнаруживает их мощную концентрацию на диагональной оси, которая идет от Большого Чикаго на юг через Сент-Луис, Луисвилл, Нэшвилл и Мемфис к Атланте, Бирмингему и Новому Орлеану, а дальше на юг через Южную Флориду. Концентрация экстравертов особенно сильна к северу от Чикаго (в Милуоки и Миннеаполисе), к западу (в Омахе, Уичито и Канзас-Сити), а также к востоку (в Кливленде и Питтсбурге).

Карты для доброжелательного и добросовестного типов показывают, что они селятся по соседству. Солнечный пояс — явно основное место проживания представителей этих типов. На обе-

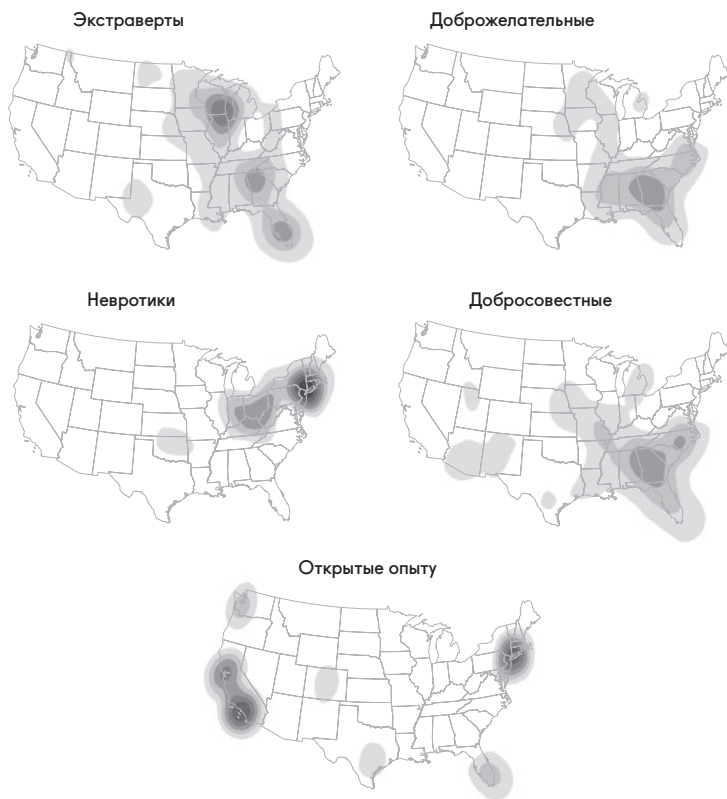


Рисунок 11.1. Карты типов личности

Источник: данные Джейсона Рентфроу и Сэма Гослинга

Анализ: Кевин Столарик

Карты: Райан Моррис

их картах заметен доминирующий кластер, который простирается от Ричмонда (Виргиния) через Шарлотт (Северная Каролина) к Атланте, на юг через Орландо (Флорида), а затем на запад через Новый Орлеан, на север к Джексону (Миссисипи) и Мемфису,

а потом обратно на восток к Ноксвиллу. Более низкая концентрация людей доброжелательного типа обнаруживается в окрестностях Большого Детройта, Миннеаполиса и Омахи. А более низкая концентрация людей добросовестного типа — в окрестностях Сент-Луиса, Детройта, Омахи, Феникса, Солт-Лейк-Сити, Альбукерке и Санта-Фе.

Карта невротических личностей показывает, что они плотно кластеризуются в области нью-йоркской метрополии, а также в промышленном сердце Среднего Запада, которое простирается от Питтсбурга, Кливленда, Детройта и Чикаго на юг к Цинциннати, захватывая часть Индианы, Западной Виргинии и Кентукки, а также Уичито, Талсу и Оклахома-Сити.

Итак, первые четыре фактора обнаруживают региональную кластеризацию. Открытые личности более рассеяны по стране, хотя и кластеризуются в бостонско-вашингтонском коридоре на Северо-Востоке, в Майами и Южной Флориде на Юго-Востоке, в Хьюстоне, Далласе и Остине (Техас), а также в Денвере, большом Лос-Анджелесе, районе залива Сан-Франциско, Портленде и Сиэтле на Западном побережье. Это географическое распределение показывает, что открытые люди наиболее склонны селиться близ больших городов. Следовательно, они предпочитают искать и заселять те регионы, которые предлагают им новый увлекательный опыт. Напротив, добросовестный и доброжелательный типы, представители которых меньше любят приключения и крепче привязаны к традиционным отношениям, склонны рассеиваться во все стороны из тех мест, где живут сейчас.

Но в населении региона комбинация разных человеческих типов даже сложнее, чем сплетение разных психологических черт в одном человеке. В регионах живут сотни тысяч или даже миллионы людей с разными комбинациями черт. Так, даже у Вуди Аллена — этого типичнейшего ньюйоркца — одни черты выражены слабо, а другие сильнее; разве не должен остальной Нью-Йорк быть ему под стать? Помимо большой концентрации личностей, открытых новому опыту, какое сочетание черт определяет совокупную идентичность региона? Как лич-

ность Нью-Йорка отличается, например, от личностей Чикаго и Лос-Анджелеса, Шарлотта и Солт-Лейк-Сити? Существуют ли особые конфигурации региональных «личностей», которые можно идентифицировать? Если да, то можно ли найти способ, который помогал бы человеку определить, какой регион точнее всего соответствует его психологическому портрету?

Чтобы понять это, Столарик применил факторный анализ (мощный статистический инструмент для поиска соответствий) к сотням тысяч фрагментов данных опроса о типах личности с целью выявить основные кластеры региональных типов личности на территории США. В ходе этого анализа выяснилось, что все метрополии США можно разделить на три категории.

Первый кластер я называю регионами контакта (outgoing regions). У регионов этого кластера высок уровень экстравертности, низок уровень невротизма, добросовестности, открытости и очень низок уровень доброжелательности. Их перечень возглавляют Чикаго и Миннеаполис, а также старые индустриальные регионы (Питтсбург, Кливленд, Милуоки, Детройт) вперемешку с городами Солнечного пояса (Солт-Лейк-Сити, Форт-Уэрт, Сан-Антонио, Орlando и Уэст-Палм-Бич).

Рентфроу замечает, что регионы контакта, вероятно, подойдут людям коммуникабельным и компанейским, которые любят групповую деятельность, играют в командные виды спорта и предпочитают находиться среди людей. Сомнительно, что там понравится тем, кто ценит очень тесные связи или дорожит вовлеченностью в свое сообщество, поскольку такие вкусы свойственны очень доброжелательным индивидам или тем, кто ищет возможность выбирать и пробовать новое (что присуще людям с высокой открытостью опыту).

Второй кластер я называю регионами условностей, или регионами долга (conventional или dutiful regions). Этим регионам присущ высокий уровень доброжелательности и добросовестности, а также экстравертности при низком уровне открытости и невротизма. Здесь выделяются преимущественно регионы Солнечного пояса: Атланта, Феникс, Шарлотт, Роли, Гринсборо,

Мемфис, Нэшвилл, Тампа, Форт-Лодердейл, Джексонвилл, Майами, а также Индианаполис и Портленд (Орегон).

Рентфроу предполагает, что регионы долга подойдут людям трудолюбивым, дружелюбным, доверчивым, готовым посочувствовать и помочь. В некотором смысле эти регионы можно назвать идеальными для примерных граждан. Это место для людей, которые хотят приспособиться к среде, которые придерживаются условностей и традиций в вопросах внешнего вида и ценностей, ценят статус-кво, соблюдают правила и не склонны высовываться. Здесь люди доверяют друг другу, не идут на конфликт ни с окружением, ни с властями, прилежны в работе и в жизни и делают то, чего от них ожидают. Если регионы контакта подходят тем, кто любит социализироваться в массе, то в регионах долга люди предпочитают социализироваться среди сравнительно немногочисленных близких друзей и членов семьи. Регионы долга вряд ли подойдут людям артистичным, креативным, которым постоянно нужно пробовать что-то новое.

Третий кластер составляют регионы опыта (*experiential*). Места, попавшие в этот кластер, имеют высокий уровень открытости и невротизма и низкий — добросовестности, экстравертности и доброжелательности. Среди регионов этой группы большие креативные центры — Нью-Йорк с окрестностями, район залива Сан-Франциско (Сан-Франциско, Сан-Хосе и Окленд), Лос-Анджелес и Сан-Диего, Бостон, Сиэтл, Вашингтон (округ Колумбия) и Балтимор, Денвер, Остин и Даллас, но также Лас-Вегас, Буффало, Луисвилл и Новый Орлеан.

Регионы опыта хороши для тех, кому не нужно присутствие других людей, кто спорит с властями и ищет интенсивных переживаний (интеллектуальных, креативных, эмоциональных и даже психологических) — например, в экстремальных видах спорта. По мысли Рентфроу, интересно также, что такие регионы могут хорошо подойти людям креативным, но погруженным в свой мир, изолированным от общества, отчужденным, даже сварливым, или тем, кто испытывает стресс, беспокойство, неуравновешенность. Регионы опыта вряд ли хороши для тех, кто

любит встречать новых людей и легко заводит друзей, разделяет традиционные ценности, кто ориентирован на статус-кво и предпочитает стабильную работу и стандартные задачи.

Итак, у регионов, как и у людей, бывают разные типы личности. Хотя порой противоположности притягиваются друг к другу и всегда возможны необычные сочетания, большинство людей будут более счастливыми и удовлетворенными в регионах, которые подходят им по типу личности. Поскольку опросы Рентфроу содержали вопросы о счастье и благосостоянии, нам удалось изучить связь между личностью, местом и счастьем. Действительно ли люди счастливее в тех местах, где выше концентрация людей, соответствующих им по типу личности? Коротко говоря — да, несомненно. Если учесть, что за направлениями индивидуальных миграций определенно стоят психологические факторы, представляется необходимым помнить о подобных географических кластерах по типам личности при выборе места для жизни.

Конечно, всегда можно поискать подходящее сообщество, даже в регионе, который не вполне отвечает вашим вкусам и предпочтениям. И, разумеется, некоторым людям бывает интересно жить в месте, нормам которого они не отвечают. Особенно это справедливо для тех, кто любит считать себя неординарной личностью. Как объяснил мне Рентфроу по электронной почте, «в месте типа Остина, где норма — быть открытым и креативным, недостаточно пить кофе и пиво, курить сигареты American Spirit и слушать Майлза Дэвиса. Если ты подлинно открыт и креативен и хочешь, чтобы тебя таким считали, важно демонстрировать это, перенимая вкусы и привычки, не соответствующие норме. В конце концов, быть креативным и инновационным — значит быть не таким, как все. Более того, я думаю, что эта группа ультракреативных ребят в своем стремлении казаться ультракреативными может приобрести замашки не только необычные, но требующие изрядной преданности делу; такие вещи нужно много раз повторять, прежде чем их станут терпеть и одобрять (это своеобразный ритуал перехода). Потребность быть уникальным тоже может оказаться важной причиной для переезда».

Но что вызывает кластеризацию типов личности и возникновение выраженной личностной специфики регионов? Так как я занимаюсь экономической географией, мне прежде всего приходит на ум влияние экономической и промышленной структуры. Представители доброжелательного и добросовестного типов личности сконцентрированы в старых индустриальных регионах типа Питтсбурга и Детройта, где возникло стандартизованное производство товаров массового потребления, а также в Солнечном поясе, особенно в коридоре вдоль автомагистрали I-75, прорезающей Огайо, Индиану и Кентукки, где устроились многие новые предприятия тяжелого машиностроения, включая заводы японских и немецких автомобильных компаний. Эти отрасли промышленности нуждаются в доброжелательных и добросовестных людях и нередко ориентируют свою кадровую политику именно на них. Экстраверты концентрируются вокруг Чикаго, Атланты и Шарлотта, где расположено много фирм, работающих в сфере продаж и высококласного сервиса, а также штаб-квартир компаний. Люди, открытые опыту, собираются в больших городах, особенно на обоих побережьях — там исторически сложилась пестрая экономическая структура, много иммигрантов, и с давних пор существуют кварталы художников и богемы.

Хотя сложно определить, что здесь первично — изначальная концентрация людей определенного типа способствует формированию соответствующей их психологическому типу промышленности или влияние структуры промышленности исторически способствовало отбору определенных людей, — совпадение паттернов несомненно. Это совпадение между преобладающим типом личности и экономической структурой может создать дополнительные препятствия для старых промышленных регионов. Они, очевидно, росли за счет того, что привлекали и мобилизовали людей доброжелательных и добросовестных, от которых требовалось выполнять стандартные задачи в производстве (а нередко и в верхнем сегменте сферы услуг), но глобализация означает, что многие такие функции выведены за рубеж — производство переехало в экономические центры типа Шанхая

и иные регионы Китая, а стандартные услуги перекочевали в другие места, например в Индию.

Присущая этим регионам ориентация на статус-кво и стремление «не раскачивать лодку» могут не только снижать креативность и тормозить появление инноваций в этих местах, но и побуждать к отъезду открытых людей, которые обычно как раз и являются источником новой креативной энергии и инноваций. Таким образом, стоящие перед этими регионами долговременные проблемы могут зависеть от их психологического типа (от того, что Рентфроу называет «психосоциальной средой»), а не только от бизнес-климата и экономической структуры.

Есть и другие возможные причины кластеризации личностей определенного типа. Первая из них, как полагают Гослинг и Рентфроу, связана с природной средой. Широко известно, что природная среда влияет на формирование обществ и культур. В своей богатой продуктивными идеями книге «Ружья, микробы и сталь» Джаред Даймонд перечисляет природные предпосылки бурного развития северной части Европы. Джеффри Сакс, директор Института Земли в Колумбийском университете, показал, что побережья обычно демонстрируют более высокие темпы экономического роста, чем области в глубине материков<sup>9</sup>.

Рентфроу и Гослинг утверждают, что природные факторы — например, климат и окружающая среда в целом — могут оказывать аналогичное влияние на личность человека. Жители мест с холодным климатом и темной зимой чаще подвержены сезонному аффективному расстройству и депрессии, испытывают стресс и беспокойство. В других исследованиях показано, что жители более теплого климатического пояса обычно демонстрируют более агрессивное поведение. Рентфроу в своей работе обнаружил положительную корреляцию между невротизмом и среднегодовым уровнем осадков.

Социальные факторы тоже значимы. Политологи и социологи давно заметили влияние ценностей и культуры на трудовую деятельность и экономическую жизнь. Широко известно, что Макс Вебер связывал развитие капитализма с протестант-



ской этикой труда. Исследование Рональда Инглхарта, охватившее больше пятидесяти стран, иллюстрирует взаимосвязь между местами, где ценят индивидуальное самовыражение, с одной стороны, и высоким доходом и устойчивым экономическим ростом — с другой<sup>10</sup>.

Мы знаем, что ценности, верования и наклонности кластеризуются по географическому принципу и благодаря социальному взаимодействию закрепляются во времени — это и есть определение культуры. Рентфроу и Гослинг утверждают, что рано или поздно те или иные места (и их жители) приобретают те или иные черты личности. Авторы называют это явление «социальным эффектом основателя». Это значит, что у людей появляются личностные характеристики, отражающие их опыт, стиль жизни и верования. Места, которые терпимы к открытости опыту или поощряют ее, в конце концов привлекут людей, ищущих среду, где они могут спокойно самовыражаться как им угодно. Даже люди, которые изначально не так уж открыты, могут со временем в какой-то мере перенять часть этих ценностей и предпочтений. В итоге подобные черты могут обнаружиться у многих людей в этом регионе.

Другой фактор Рентфроу и Гослинг называют «выборочной миграцией». По их словам, географические личностные различия «могли возникнуть в результате выборочного переезда иммигрантов в те места, которые соответствовали их психологическим и физическим нуждам». Согласно этой теории, первые группы поселенцев закрепили набор психологических черт, которые затем стали передаваться следующим поколениям, — Рентфроу и Гослинг подчеркивают, что тому есть немало свидетельств. Называя этот феномен «генетическим эффектом основателя», они утверждают, что миграция людей со сходным мышлением в определенные области может со временем снизить вариативность набора генов, увеличивая тем самым долю обладателей соответствующих черт.

Эти эффекты усугубляются социальным давлением и влиянием общества. Несомненно, людей определенного типа при-

влекают места соответствующего типа. Мы ищем для жизни места, которые подходят нам — тем, какие мы есть, и тем, какими хотим быть, — и усиливают эти наши стороны.

Конечно, миграция прежде всего мотивирована психологически. Не так уж странно, что некоторые типы людей склонны к мобильности. Рентфроу и Гослинг пишут, что люди открытые «могут попытаться бежать от скуки маленьких городков, перебираясь в метрополии, где их культурные интересы и потребность в социальном контакте и стимуле легче удовлетворить». Люди с высокой открытостью опыту по своей природе более всех мобильны и склонны к поиску приключений. Поэтому неудивительно, что они стекаются в места, которые предлагают разнообразные стимулы и увлекательный опыт и что в итоге они, пусть и непроизвольно, кластеризуются. Пока это происходит, другие, более традиционные регионы постепенно лишаются открытых людей, что усиливает роль менее открытых типов личности и способствует отъезду более открытых.

Потребность в вызове, в преуспевании, в том, чтобы быть лучшим, может играть свою роль. Рентфроу пишет: «Тот факт, что мои друзья-музыканты, построившие успешные карьеры в Остине, с тех пор переехали в Нью-Йорк и Лос-Анджелес, — не случайное совпадение; если действительно хочешь преуспеть, нужно жить там. Это непросто. Ведь там соревнуешься с профессионалами. Но это так. Моим знакомым, которые переехали туда, нужен был такой вызов среды. В Остине вызова для них больше не осталось, и они переехали туда, где нужно стараться, чтобы быть на высоте».

Рентфроу ставит в пример музыкантов, но то же самое можно сказать об инвестбанкирах, которых тянет в Нью-Йорк и Лондон, или о молодых технарях и предпринимателях, переезжающих в Кремниевую долину.

Насколько сильно влияние личностных характеристик на мобильность, мне стало ясно, когда я выступал перед ведущими маркетингологами компании Dewar's. Они прочли мою книгу «Креативный класс»; им было важно разрушить расхожее мнение, согласно которому виски пьют только богатые белые мужчины лет

шестидесяти. Они выяснили, что креативная молодежь, которую они назвали «независимыми горожанами», сосредоточенная в таких местах, как нью-йоркский Ист-Виллидж, Адамс-Морган и Ю-Стрит-Коридор в Вашингтоне, Уикер-Парк в Чикаго и Западный Голливуд в Лос-Анджелесе, пристрастилась к скотчу. Компания начала интересоваться своей растущей аудиторией, отслеживая их предпочтения и вкусы.

Во время этой встречи я задал маркетологам ряд вопросов. Любят ли потребители скотча громкую музыку и живые концерты? Отдают ли они эспрессо предпочтение перед латте?

Их ответы удивили даже меня. Да, эти молодые любители скотча предпочитают черный кофе и эспрессо, любят громкую музыку и пьют чистый скотч чаще, чем коктейли.

Все сходилось. Видимо, людям определенных типов нужна более интенсивная стимуляция — и в прямом, и в переносном смысле. Их привлекает экстремальный опыт — сложная музыка, насыщенный вкус, интересные места и эксцентричные люди. Думаю, не случайно люди с такими качествами собираются в «стимулирующих» местах. Они склонны искать такие места, а то и запрограммированы на них.

## АНАЛИЗИРУЙ ЭТО

Все это ставит перед нами большой вопрос. Если типы личности кластеризуются по географическому принципу, могут ли они также играть роль в региональных инновациях, накоплении талантов и экономическом росте?

Наблюдая мощную кластеризацию типов личности и узнавая больше о взаимосвязи психологии и места, я переживал медленную, но глубокую мировоззренческую трансформацию. Всю свою профессиональную жизнь я изучал то, как меняют мир социальные и экономические факторы. Я никогда не интересовался психологией, никогда не думал о том, как личные склонности могут влиять на инновации и экономическое развитие. Но внезапно я стал понимать, что психология играет главную роль.

Годами я старался разработать совершенный, точный инструмент для измерения того, что экономисты называют человеческим капиталом или квалификацией. Мои измерения креативного класса и креативных профессий, о которых шла речь выше, были попытками дополнить признаваемое экономистами значение человеческого капитала и уровня образования еще одним фактором — типом работы, которую выполняют люди.

Но что, если квалификация — нечто большее, чем образование и профессия? Рентфроу предполагает, что понятие личности включает в себя способность компетентно и эффективно выполнять задачи определенного рода. Он пишет, что тот вид квалификации, который интересует экономистов, «подразумевает нечто, что можно приобрести при условии правильной подготовки, наличия таланта, мотивации и ресурсов». Но, добавляет он, «теории личностей более свойственно утверждать, что личностные характеристики predispose людей к приобретению определенных навыков. Например, очень добросовестные люди склонны быть внимательными к деталям, загодя планировать свои действия, сохранять организованность. Открытость влияет на способность людей приобретать новые умения относительно быстро».

Очевидно, что некоторые люди более креативны, более амбициозны или более мотивированны, чем другие. Стива Джобса и Билла Гейтса отличает от других людей не уровень образования и не выполняемая ими работа, а это вот качество. Что, если оно коренится в психологии? Любая мать скажет (моя точно говорила), что ее дети появились на свет уже сложившимися личностями. Что, если личность сама является ключевым фактором нашей способности искать новые связи, мобилизовывать ресурсы, осуществлять инновации и чего-то добиваться?

Годами я пытался понять, почему рост, основанный на технологиях, начался с Массачусетского технологического института и Стэнфордского университета, а не с Университета Карнеги–Меллона, где я преподавал почти двадцать лет. Дело точно не в теплом солнечном климате. Но в конце концов мне стало казаться, что есть доля правды в старой шутке:

— Как получить вторую Кремниевую долину?

— Возьмите одну часть крутого университета, добавьте две части солнечного света и три части венчурного капитала и энергично взболтайте.

Что, если успех Кремниевой долины связан не только с высококвалифицированными кадрами, но и с тем, что она привлекает людей с высокой мотивацией, большими амбициями, очень любопытных и открытых? То же можно сказать о людях, которые перебираются в Нью-Йорк или Лондон и там достигают успеха в финансовой сфере, об актерах и режиссерах, делающих карьеру в Лос-Анджелесе, и о музыкантах, процветающих в Нэшвилле.

А как же мобильные и укорененные, о которых мы говорили в главе 5? Годами я исследовал миграцию молодых людей с хорошим образованием и высокой квалификацией. Но что, если склонность человека к переездам предопределяют не только образование, навыки и финансовые возможности? Что, если переезжают личности одного типа, а другие не трогаются с места? Что, если миграция богатств, о которой шла речь в главе 6, — это не просто движение образованных и одаренных? Что, если это перемещение определенных типов личности? И что, если это те самые типы, которые наиболее склонны рисковать, пробовать новое, внедрять инновации и создавать новые компании?

Я стал прозревать. Возможно, именно те типы людей, которые наиболее склонны к переездам, также наиболее склонны к инновациям и созданию новых компаний. Когда все больше людей покидают родные места и собираются вместе, точки их концентрации становятся рассадниками творческого духа, инноваций, стартапов и экономического роста. Перераспределение, свидетелями которого мы являемся, — это перераспределение не только образования и квалификаций, но также базовых типов личности.

Чтобы выявить влияние, которое оказывает это перераспределение личностей на инновации и экономический рост, мы с моей командой сопоставили свои данные об инновациях, человеческом капитале и экономическом росте с данными Рент-

фрой и Гослинга о типах личности и данными Селигмана и Петерсона о психологических «силах». Затем мы провели статистический анализ (включая довольно изощренный ряд байесовских оценок), чтобы установить взаимосвязи между личностью, инновациями, человеческим капиталом, креативным классом, доходом и экономическим ростом.

Полученные результаты нас поразили.

Прежде всего, мы нашли, что, приняв за переменные типы личности, мы в состоянии объяснить значительную долю вариативности в уровне инноваций, человеческого капитала, дохода, стоимости жилья и других факторов. Из пяти личностных факторов важнейшим явно была открытость опыту. Она неизменно обнаруживала значимые статистические отношения с каждым из этих факторов. Но прежде чем обратиться к ней, бросим взгляд на четыре других типа личности.

Невротизм обнаруживает отрицательную корреляцию с талантом, проявляющимся в форме человеческого капитала и порождающим верхушку креативного класса. В более изощренных моделях он также обнаруживает отрицательную корреляцию с креативным классом, хай-тек-отраслями и зарплатами. Иными словами, регионы с высокой концентрацией высокообразованных и ультракреативных индивидов обычно более стабильны эмоционально, менее волатильны и более жизнерадостны. Помимо прочего, это предполагает, что в этих местах люди более склонны рисковать, поскольку меньше боятся неудачи.

Доброжелательность связана с профессиями в менеджменте и здравоохранении. И хотя в наших более изощренных моделях она положительно коррелирует с инновациями, хай-тековыми отраслями, зарплатами и доходом, эти эффекты незначительны. Это может означать, что умение сотрудничать с другими людьми приносит пользу инновациям, пусть и незначительную.

Экстравертность обнаруживает значимую корреляцию с профессиями в менеджменте и продажах, но также не влияет на человеческий капитал в целом, хай-тековые профессии или региональный доход.

Добросовестность важна для успеха во многих сферах и отраслях. Один мой знакомый консультант по менеджменту любит говорить, что на каждого открытого и креативного человека, выдающего новую идею, в компании должно приходиться 10–20 добросовестных сотрудников, чтобы идея была реализована. Психологи выяснили, что предпринимателям присуще сочетание открытости и добросовестности, но прежде всего их характеризует настойчивость — способность добиваться своего, не отступая перед препятствиями. Но, как показывает наша статистика, добросовестность — не такой уж значимый фактор регионального роста. Более того, она обнаруживает отрицательную связь с инновациями, зарплатой и доходом, ценами на жилье. Опять-таки, как пишет Рентфроу, добросовестные люди склонны следовать правилам; дайте им ясно сформулированное задание, и они разработают наиболее эффективный способ его выполнения. Но если задание изложено нечетко или требует креативного мышления, человеку очень добросовестному, но не очень открытому будет трудно найти оригинальный подход. По моим наблюдениям, одной добросовестности недостаточно, чтобы подстегнуть рост региона. Однако она может быть полезна в комбинации с другими факторами, например в местах, где добросовестные люди перемешаны с представителями других типов личности.

Открытость опыту — единственная черта личности, роль которой в региональном экономическом развитии неизменно велика. Она сильно коррелирует с профессиями в компьютерной отрасли, науке, искусстве, дизайне, индустрии развлечений, с общим уровнем человеческого капитала, хай-теком, доходом и ценами на жилье.

А когда мы сопоставили измерения частотности типов личностей у Рентфроу и Гослинга с перечнем «сил» у Селигмана и Петерсона, то обнаружили, что открытость коррелирует с двумя факторами. Один из них — красота, что позволяет объяснить сильное влияние эстетики, которое мы наблюдали в главе 10. Другой — любопытство, тот самый фактор, который, по предположениям Чиксентмихайи, должен быть самым точным предвестником

концентрации креативных людей и креативной энергии. Проведя независимый анализ своих данных о «силах» и результатов моих измерений креативности, Петерсон нашел прямую связь между силами характера (восприятие красоты, креативность, любопытство, любовь к новому знанию) и индексом креативности для городов<sup>11</sup>. Однако также Петерсон обнаружил отрицательную связь между креативными городами и «силами», которые связывают людей друг с другом, — умеренностью, благодарностью, духовностью, командной работой, добротой и верностью. Вполне возможно, что в креативных городах повышена доля людей, основой личности которых является желание найти себя в своем деле. Это соответствует результатам, полученным моей командой, которые показывают, что региональная креативность и инновации связаны с разнообразием и открытостью, но не с тем видом социального капитала, о котором писал Роберт Патнэм. В своей недавней работе Патнэм тоже пришел к выводу, что разнообразие — помеха для социального капитала<sup>12</sup>. Все это нерадостно, если говорить о чувстве принадлежности к сообществу, социальной сплоченности. Кажется, что те же самые «силы», которые делают места разнообразными и креативными, наносят ущерб социальному капиталу и обязательствам перед сообществом.

Значение типа личности для регионального экономического развития станет еще более ясным, если подвергнуть его более сложному статистическому анализу. Открытость опыту во всех случаях имеет наибольшую оценку положительного коэффициента корреляции и входит по меньшей мере в восемь из десяти моделей для каждой переменной. Более того, это единственная переменная, которая в каждом уравнении была положительной и статистически значимой. Всего было рассчитано 60 моделей, а фактор открытости вошел более чем в пятьдесят из них.

Впрочем, наиболее мощные результаты дало сопоставление моих индексов геев и богемы с открытостью опыту — точки буквально не уместились на диаграмме. Связь между открытостью и гей-индексом была сильнейшей во всем анализе. Я стал подозревать, что мои старые измерения концентрации геев и бобе-



мы на самом деле выявили регионы с большой концентрацией людей, открытых опыту.

Когда в канадской газете *Globe and Mail* появилась статья о том, что я собираюсь переехать в Торонто (июль 2007), один читатель прокомментировал ее так: «Мне просто не кажется, что „гей-компонент“ настолько важен для этих городских преобразований, по крайней мере пока они не достигнут последних стадий. Но вот открытость мышления действительно важна! Думаю, мы все согласимся, что открытое мышление — ключевое свойство личности любого креативного человека. Но можно также сказать, что люди, „вымостившие“ эти места, были открыты множеству вещей... жизнь за гранью общественных норм, склонность менять ожидания от жизни... Наверно, я просто удивляюсь, почему в его работе так выпячивается слово „гей“».

В рассуждениях этого читателя было рациональное зерно, хотя я бы выразил его мысль другими словами. Концентрацию креативности и инноваций в регионе дает не сама по себе концентрация геев и богемы, но существующая в регионе более широкая и менее очевидная среда открытости опыту, которую эти два показателя на самом деле отражают.

Чем больше я думаю об этих результатах, тем сильнее уверен в том, что кластеризация людей, открытых опыту, является движущей силой инноваций и экономического роста в регионе. Ключевой для способности привлекать разнообразных людей и капитализировать это разнообразие является открытость. В сущности, региональный экономический рост имеет два измерения — глубину и ширину. Рост в глубину происходит благодаря специализации региона и накоплению опыта в ряде ключевых областей. Рост в ширину — благодаря разнообразию и открытости мышления, которая необходима, чтобы воспринимать, генерировать и конвертировать новые идеи. Центры инноваций, которые способны долго сохранять этот статус, — например, Лондон, Нью-Йорк и район залива Сан-Франциско, — это те места, которые могут постоянно развиваться, расти вширь и получать прибыль. Их устойчивость коренится не только в уровне обра-

зования, квалификации и технологиях. Неотъемлемой чертой в портрете каждого из этих регионов является их способность привлекать и мобилизовывать людей, открытых новому опыту.

Фактор личности играет значимую роль в понимании городов, регионов, миграции и экономического роста. А ключом к этому пониманию служит взаимодействие личности и места. Рентфруу пишет, что «способ проявления личности отчасти зависит от того, в какой ситуации находится человек». Разумеется, от личности зависит то, в какие ситуации, в какую среду попадает человек, а какой избегает. «Но иногда мы попадаем в ситуации, которых не выбирали. Думаю, именно этот аспект особенно интересно рассмотреть на региональном уровне. Если расширить понимание ситуации настолько, чтобы в нее оказались включены общины и города, где люди живут, то можно посмотреть, как социальный климат, экономические условия и доступные ресурсы взаимодействуют с личностными чертами региона, влияя на его рост».

К чему все это ведет? Для городов и регионов это значит, что их лидеры — политики, бизнесмены и другие люди — должны учитывать огромную роль психологии. Место действительно имеет свои личностные характеристики, свою личность. Эта личность вырастает из экономической структуры региона и определяет его будущее. Намного проще привлечь новую компанию или даже построить новый стадион, чем изменить психологический склад региона. Региональные лидеры должны осознавать, что коллективная личность каждого региона формирует виды экономической деятельности, которые могут успешно развиваться в нем. Они должны понимать также и то, каковы типы людей, которых регион может привлечь, сделать счастливыми и удержать.

Для каждого из нас как для индивида главное — найти соответствие между личностью и местом. Мысля стратегически, нужно определить свои приоритеты и выбрать место, которое нам больше всего подходит. Как будет показано в следующей части книги, приоритеты меняются по мере того, как мы взрослеем, проходя один отрезок жизненного пути за другим.

ЧАСТЬ IV.  
ГДЕ МЫ ЖИВЕМ СЕЙЧАС



## 12. ТРИ БОЛЬШИХ ПЕРЕЕЗДА

Идея о том, что жизнь делится на четко определенные периоды, сравнительно нова. Большую часть истории человек жил в составе одной большой семьи. Лишь относительно недавно люди стали переезжать в свои дома и жить меньшей семьей после свадьбы. Итак, если не считать последних двадцати лет, то раньше мы совершали один серьезный переезд в жизни — когда покидали родительский дом, вступая в брак.

Сегодня люди дольше остаются холостыми, позже заключают браки и живут дольше. Рассмотрим понятие юности, которая считается особым этапом между детством и взрослой жизнью. Идея юности появилась в XX веке. До этого ее просто не существовало. Позже первые годы после колледжа стали в некотором отношении напоминать юность — и была обозначена новая стадия жизни, которую некоторые шутливо называют «взрослужность» (*adulthood*, от *adult* — взрослый, *adolescence* — юность)<sup>1</sup>. Молодых взрослых людей побуждают пробовать себя в разных профессиях, встречаться с разными партнерами и жить в разных местах, не связывая себя обязательствами. На другом конце жизненного цикла — уход на пенсию, который теперь стал означать намного больше, чем просто конец карьеры. Для многих пожилых людей прекратить работать — значит обрести новый шанс в жизни!

Наша оценка того, как место, где мы живем, влияет на наше экономическое положение, стиль жизни и благосостояние может меняться по мере того, как мы переходим из одной жизненной стадии в другую. Многие из нас уже не ждут, что одно и то же место будет отвечать их меняющимся с течением вре-

мени потребностям. Место, идеально подходящее для молодежи чуть за двадцать, которую больше всего интересуют карьера, друзья и веселье, далеко не всегда годится для супружеской пары с детьми-подростками. Это кажется очевидным, когда проговорено вслух. Если для вас это не очевидно, спросите кого-нибудь, кому доводилось пытаться уснуть летней ночью в районе, где много баров для одиноких молодых людей.

Не у всех набор жизненных стадий — один и тот же, но три большие перемены — окончание вуза, рождение детей и их уход из родительского дома — заслуживают особого внимания. Сегодня каждая последующая стадия означает для все большего и большего числа людей новые возможности и более широкий спектр вариантов места жительства.

На практике это значит, что, выбирая место, в котором нам бы хотелось жить, мы должны учитывать два взаимосвязанных момента. Во-первых, как было показано в предыдущих главах, человеку стоит жить там, где есть хорошие вакансии и оживленный рынок труда, соответствующий его типу личности и образу жизни. Но, кроме того, нам стоит стремиться в места, которые соответствуют потребностям человека в конкретный период жизни. Подобно тому, как места специализируются, предлагая вакансии в определенных отраслях и предоставляя некие удобства, большинство мест отличаются еще и тем, для какого этапа жизни они лучше всего подходят.

Чтобы лучше понять связь между местом и жизненным циклом и помочь людям сделать правильный выбор, моя команда разработала новый рейтинг американских метрополий по соответствию жизненным стадиям. Чтобы сделать это, мы прежде всего выделили пять отдельных стадий.

Хотя обычно людей в возрасте 20–30 с лишним лет включают в одну категорию, мы с моей командой рассматриваем их как две различные группы. Первый сегмент — *недавние выпускники вузов*. Они молоды (20–29 лет), только начинают самостоятельную жизнь, обычно холосты и ищут места, где смогут начать карьеру, завести друзей, весело проводить время и, возможно,

найти свою половинку. Второй сегмент — *молодые профессионалы*. Они старше (30–34), продвинулись в построении карьеры, могут больше потратить на жилье и в целом тяжелее на подъем. Есть среди них одиночки, есть люди, которые живут с партнером, есть и зарегистрированные пары, но неперемнное условие — отсутствие детей.

Следующая фаза жизни наступает не тогда, когда люди вступают в брак, а когда они заводят детей. Третий сегмент — *семьи с детьми*. Хотя семью можно определять по-разному, особенно имевшихся у нас данных вынудили нас ограничиться парами, состоящими в официально зарегистрированном браке, где один из супругов не старше 64 лет и в доме есть дети.

Обычно выход на пенсию считают основной переломной точкой для этого возраста, но — по крайней мере, если речь идет о принятии решения, где жить, — столь же существенным моментом является отъезд детей из дома. Мы с моей командой разделили эту демографическую группу на две. Четвертый сегмент — *обитатели «пустого гнезда»* (empty-nesters) в возрасте 45–64 лет. Пятый сегмент — *пенсионеры* старше 65 лет.

Наши рейтинги, рассчитанные Кевинем Столариком, основаны на четырех ключевых факторах. Первый — доля людей, находящихся на определенном этапе жизни. Мне всегда казалось важным определить, какие популяции уже существуют в изучаемом месте, я считаю это единственным надежным индикатором пригодности места для конкретной группы.

Второй фактор связан с экономическим контекстом. Это единственный общий фактор для всех пяти жизненных стадий, он включает и региональный экономический рост, и особые показатели для уровня технологий, концентрации таланта и толерантности.

Третий фактор характеризует удобства и качество жизни, подходящие человеку на определенной жизненной стадии. Для холостых людей, которые выходят в свет, чтобы встретить новых людей и завести друзей, мы используем индекс ресторанов и баров и индекс искусства и культурного досуга. Для молодых

профессионалов, занятых упрочением своей карьеры, мы выбрали данные о среднем времени в пути на работу и данные о росте зарплаты для профессий творческих и основанных на знаниях. Семьям с детьми важнее хорошие школы и безопасность на улицах, поэтому мы воспользовались показателями общего уровня преступности и данными о среднем количестве учеников, проходящихся на одного учителя. Когда дети покинули дом, родители начинают искать новые занятия. Здесь мы применили индекс искусства и культурного досуга и индекс доступности рекреационных видов деятельности, например близость гольф-клубов и яхт-клубов. Для пенсионеров, которым важны безопасность, погода и доступ к высококачественной медицинской помощи, были использованы показатели уровня преступности, доступности врачей и данные о погоде (средняя разница температур в июне и январе).

Четвертый фактор демонстрирует специфику расходов. Для молодых выпускников колледжей основная статья расходов — аренда жилья. Поэтому мы использовали показатель доступности жилья — долю стоимости аренды жилья в доходе домохозяйства. В большинстве мест молодые профессионалы стремятся купить жилье. Мы используем показатели доступности собственного жилья в виде процентов дохода домохозяйства. Для семей мы используем совокупный индекс стоимости жизни. То же — для обитателей «пустого гнезда». С возрастом затраты на здоровье становятся выше. Поэтому для пенсионеров (от 65 лет) мы используем индекс трат на здравоохранение.

Столарик подсчитал эти рейтинги для 167 регионов, которые объединяются в три группы в зависимости от размера: 49 регионов с более чем миллионным населением; 46 регионов с населением от 500 тысяч до миллиона человек; 72 региона с населением 250–500 тысяч человек<sup>2</sup>. (В Приложении В приведены наши региональные рейтинги для всех домохозяйств, а в Приложении Г — суммарные для домохозяйств геев и лесбиянок.)

Помимо прочего, в ходе этого исследования моя команда выяснила, что некоторые места соответствуют одновременно раз-



личным стадиям жизни. Это видно по рейтингам, как будет показано в следующих трех главах. Для этой книги моя команда рассчитала больше 25 индивидуальных рейтингов, используя широкий спектр независимых источников, покрыв тем самым все — от лучших мест для семей до наиболее экологичных городов. Мы обнаружили, что существует относительно немного мест, которые занимают высокие позиции во всех рейтингах независимо от того, что в этих рейтингах измеряется.

Эти универсальные места не только имеют высокий рейтинг для людей на разных этапах жизни; они благополучны с точки зрения экономики и других социальных факторов. Возглавляет перечень район залива Сан-Франциско, который вошел в топ двадцати рейтингов лучших мест для жизни. Дальше идет Бостон (13 упоминаний), Остин, Миннеаполис, Роли и Сиэтл (по 11), Нью-Йорк (10). Среди регионов поменьше Анн-Арбор, Боулдер, Мэдисон, Санта-Барбара, Портленд (штат Мэн), Стэмфорд (штат Коннектикут) и Манчестер (штат Нью-Гэмпшир) имеют стабильно высокие оценки.

Не обязательно эти места дадут каждому человеку все, что ему нужно. Сегодня немногих устроит такая жизнь, какую вели мои родители, прожившие в одном доме (или хоть в одной общине) всю жизнь. Универсальные места не на любой вкус — скорее это мозаики, предлагающие выбор из различных специализированных сообществ, подстроенных под потребности людей на разных этапах жизни. Они похожи на то, что Джейн Джекобс называла подлинно великими городами, — «федерациями общин», отвечающих нуждам самых разных людей.

## 13. МОЛОДЫЕ И БЕСПОКОЙНЫЕ

Большинство из нас впервые переезжают, когда отправляются на учебу в колледж. Мы забираем из родительского дома самые ценные, самые нужные вещи и вступаем на дорогу к самостоятельной жизни и карьере.

Мой отъезд в Ратгерский университет кардинально изменил мою жизнь. В то время как многие мои друзья по средней школе попали в беду, сели в тюрьму или устроились на бесперспективную работу, я оказался в среде, где мне было комфортно быть самим собой и открыто удовлетворять свои интеллектуальные интересы. Впервые в жизни меня не заставляли скрывать, что я «умный». Вскоре я нашел товарищей, которые эти мои интеллектуальные интересы разделяли, — среди них был Марио Батали, который любил рассказывать, что мечтает открыть ресторан, и поэт Элиот Кац. Я жил в университетском городке, который был полон музыки. Практически все великие группы того времени, от Talking Heads и Ramones до Pretenders и Gang of Four, побывали в Нью-Брансуике, штат Нью-Джерси.

Мне настолько понравилось там, что я вернулся, проведя год в магистратуре Массачусетского технологического института, и занялся исследовательской работой в Центре исследований городской политики. Жить рядом с семьей было нетрудно — я мог ходить куда-то с младшим братом, который учился в Ратгерском университете, видеться с родителями, тетями и дядей. Вдобавок я находился рядом со многими друзьями по университету, которые никуда не уехали, и мог играть в группе вместе с другими приятелями. Живя в Нью-Брансуике, я также смог провести некоторое время в Колумбийском университете и решил в кон-

це концов, что он предлагает подходящую для меня программу докторантуры.

Но мой первый большой переезд совпал с первым настоящим трудоустройством — я стал доцентом в Университете штата Огайо. Я взял в аренду фургон и уехал на нем из Нью-Йорка в Колумбус, штат Огайо, где занял небольшую квартиру в районе Джерман-Виллидж и начал строить свою жизнь.

Многим выпускникам вузов жизнь кажется непростой, особенно если родственники стараются им помочь. Вот что рассказал мой редактор Билл Фрухт, когда мы обсуждали эту книгу.

«Когда моя сестра Марта окончила Корнеллский университет и решила, что хочет преподавать искусство, моя тетя Шарлотта, чиновница от образования в Рокфорде (Иллинойс), настояла на том, чтобы Марта ходила на собеседования. Шарлотта не столько хотела помочь Марте, сколько стремилась показать семье, что она сама достаточно успешна, чтобы найти работу племяннице, но это не важно. Она записала мою сестру на собеседования: одно получасовое собеседование в день пять дней подряд. В остальное время Марте оставалось бродить по многочисленным однообразным улицам Рокфорда, застроенным типовыми домами с разновысокими квартирами, и посещать местные „культурные“ центры — торговый центр, универсальный магазин — либо смотреть телевизор.

Вечером третьего дня Шарлотта с мужем повели Марту в свой любимый ресторан, где она заказала лазанью. Блюдо подали с картофельным пюре и подливкой. В тот вечер Марта в слезах позвонила моей матери: „Тетя Шарлотта хочет, чтобы я устраивалась на все эти места, но я не могу здесь жить! Что мне делать?“

Мама заверила Марту в том, что она не обязана переезжать в Рокфорд, если не хочет, и Марта отменила оставшиеся интервью, а потом первым же рейсом улетела домой. Осенью того же года она поселилась с подругой в Кембридже (Массачусетс), где и начала строить свою жизнь».

Сегодня у многих молодых людей горизонт куда шире, чем был у Марты или у меня. Выпускники высших учебных заведе-

ний рассматривают, открывают и выбирают для жизни места по всей стране, по всему миру. Многие студенты говорили мне, что ищут работу и жизненный опыт не только в США и Канаде, но и в Европе, Южной Америке, Африке, Азии. У многих уже есть друзья и сети контактов во множестве мест за границей.

Одна такая пара — Джон Тренут с девушкой — пожила более чем в двенадцати городах в полудюжине стран на трех континентах, прежде чем осела в Ванкувере. Оба они любят насыщенную жизнь в городах, способных предложить культурное разнообразие. Будучи любителями насыщенных и разнообразных городов, они выбрали Ванкувер, потому что он их буквально ошеломил. Там им открылось удивительное сочетание «стиля жизни и погоды Западного побережья» с «аутентичностью и энергией Восточного побережья».

«Даже заходить в бакалею интересно», — говорит Тренут. Вместо того чтобы закупать продукты в одном супермаркете, они обходят множество лавочек — овощных, мясных, булочных, — которыми кишит город. То же самое я могу сказать про Торонто. Поскольку пара принадлежит к разным расам, их привлекают также разнообразие и открытость Ванкувера, позволяющие им чувствовать себя комфортно и вместе, и порознь.

Свобода жить в месте, которое мы сами выбираем, независимо от океанов и границ, — сравнительно недавний феномен. До конца XX века большинство людей не уезжали далеко от дома. Это не значит, что молодежь не ездила на учебу, но даже те, кто учился далеко от дома, после выпуска обычно возвращались. Те, кто покидал родной край, оседали где-то и уже не трогались с места. Отчасти происшедшие изменения можно объяснить сменой представлений о семье. В 1950–1960-х люди вступали в брак рано и обычно переезжали из родительского дома прямо в дом своей новой семьи, где и проводили остаток жизни. Например, мои родители купили свой домик на две семьи в Норт-Арлингтоне (Нью-Джерси) в 1959 году и уже никуда оттуда не уехали.

Сегодня люди все реже и реже вступают в брак молодыми, откладывая свадьбу до конца третьего десятка, а то и на четвер-

тый, а некоторые вообще предпочитают не жениться. Как следствие — холостой период жизни существенно удлинился, в ней теперь больше гибкости и появилась необходимость искать подходящее место.

Среди всех демографических групп молодежь наиболее склонна к переездам. Вероятность переезда достигает максимума в возрасте около 25 лет, резко снижается к 45 годам и продолжает снижаться в предпенсионном и пенсионном возрасте. По данным исследования 2005 года<sup>1</sup>, в 25 лет переезд втрое более вероятен, чем в 45–50.

Также вероятность переезда возрастает вместе с уровнем образования. По данным многолетнего «Национального опроса молодежи» («National Longitudinal Survey of Young Adults»), 45% обладателей полного высшего образования в конце концов покидают свой родной штат — среди бакалавров таких 37%, а среди тех, кто окончил только среднюю школу, всего 19%<sup>2</sup>.

Для молодежи в этом есть нехитрый урок. Поскольку с возрастом способность (и склонность) к переезду убывает так стремительно, то место, где решает поселиться выпускник, может значительно повлиять на его будущее.

Для городов и регионов это означает, что места, привлекающие молодых людей, в конце концов побеждают в национальном соревновании по поиску талантливых работников. Эта тенденция не сулит ничего хорошего тем городам и регионам, которые, кажется, уверены, что сумеют привлечь обратно молодых ребят, уехавших на поиски интересной и насыщенной жизни, когда тем исполнится тридцать и они решат остепениться и завести семьи. Числа не сходятся. Места, откуда молодежь уезжает, никогда не смогут компенсировать эту потерю, поскольку с возрастом склонность к переездам слабеет. Победят те места, которые привлекают людей чуть старше двадцати. Эти места приобретают долгосрочное преимущество, а те, что проигрывают, обнаруживают, что наверстать упущенное уже невозможно.

Оценка мест, наиболее подходящих для жизни неженатым людям, и поиск мест, в которых они селятся, — это новая расту-

шая индустрия. Среди данных, которые могут быть использованы для такого рода исследований, важное место занимает список журнала Forbes. Моя команда консультировала его составителей<sup>3</sup>. При составлении этого рейтинга журнал принимает во внимание широкий спектр характеристик города: культуру, ночную жизнь, преобладание холостого населения, рост рынка труда и стоимость жизни. Первые места в этом списке неуклонно удерживают Денвер, Остин, Бостон, Сан-Франциско, Вашингтон (округ Колумбия), Атланта, Лос-Анджелес, Нью-Йорк, Чикаго и Сиэтл.

Я подвергся яростной критике, когда Питтсбург, где я тогда жил, занял последнее место в первом выпуске рейтинга Forbes. По счастью, к 2005 году Питтсбург переместился вверх и достиг середины списка.

На вопрос о том, что важнее всего в этих местах, 23% опрошенных, не состоящих в браке, ответили: «Число холостых и незамужних людей». Далее по важности расположились «большие карьерные перспективы» (20%), а намного ниже оказались «насыщенная ночная жизнь» и «низкая стоимость жизни». Данные онлайн-опроса Forbes подчеркивают, насколько важно для мобильных молодых людей при выборе места жительства соседство других одиноких молодых людей (в дополнение к прочному рынку труда).

Лучший на сегодня сравнительный анализ того, где и почему живут одинокие молодые люди, содержится в статье Джо Кортрайта и Кэрол Колетты «Молодые и беспокойные»<sup>4</sup>. Колетта уже давно интересуется этой демографической тенденцией. Весной 2003 года она участвовала в организации Memphis Manifesto Summit. Там встретились больше сотни умных и креативных молодых лидеров со всех Соединенных Штатов, работающих в самых разных сферах — от архитектуры и юриспруденции до НКО и кинодокументалистики. Сейчас Колетта возглавляет CEOs for Cities — группу, объединяющую бизнес-лидеров, мэров и президентов университетов, цель которой — развитие новых экономических стратегий для городов-метрополий. Кортрайт, ра-

ботающий в консалтинговой фирме Impresa, — один из ведущих городских аналитиков в стране.

Исследование Кортрайта и Колетты основано на статистических данных о местах проживания холостой молодежи, а также на детальных интервью и результатах фокус-групп, в которых ставился вопрос: что привело опрашиваемых туда, где они живут? В 2000 году верхние строки в списке мест США с наивысшей концентрацией молодежи (25–34 года) занимали Остин, Атланта, треугольник Роли–Дарэм–Чапел-Хилл, Даллас и Шарлотт. Кортрайт и Колетта также проследили, где концентрируются молодые люди с образованием не ниже степени бакалавра. Здесь ведущими регионами являются Роли (45%), Бостон (43%), Сан-Франциско (41%), Вашингтон–Балтимор (41%) и Миннеаполис–Сент-Пол.

Что касается причин, по которым молодежь переезжает, Кортрайт и Колетта приходят к выводу, что, хотя экономический рост тоже важен, образованные молодые люди считают «более приоритетными факторы качества жизни». Более того, их работа показывает, что молодежь с хорошим образованием «более склонна перебираться в места, где рынок труда растет медленнее, чем там, откуда они уехали, — почти в 60% случаев».

## БРАЧНЫЙ РЫНОК

Но у этих переездов есть и другая важная причина, столь базовая и объективная, что трудно понять, почему так много людей ее игнорируют: это базовая потребность находиться там, где можно найти партнера. Я называю это явление брачным рынком.

Позвольте задать вопрос так: как по-вашему, какое из этих двух решений оказывает большее влияние на вашу жизнь — выбор правильной работы или выбор правильной пары?

Возможно, не каждый в жизни стремится вступить в брак. Но для большинства людей найти любовь так же важно, если не важнее, чем решить, как зарабатывать на жизнь. Как ни трогательна свадьба с мальчиком или девочкой из соседнего двора, сегодня

такое случается все реже. Место, где мы живем, влияет на наши шансы найти партнера сильнее, чем когда-либо.

В своем увлекательном исследовании «Секс в большом городе» экономист из Колумбийского университета Лена Эдлунд обнаружила, что в большинстве городов промышленно развитых стран молодых женщин больше, чем молодых мужчин. Поскольку в городах лучше рынки труда для квалифицированных работников, они должны привлекать больше мужчин, чем женщин, или хотя бы поровну представителей обоих полов. Однако Эдлунд обнаружила, что, хотя мужчины в любом возрасте зарабатывают больше, чем женщины, женщины 25–44 лет живут в более богатых городах. Ответ она нашла в том, что называет «асимметриями брачного рынка». Эдлунд пишет, что мужчины «платят женщинам за брак», то есть за сравнительно большие издержки, которые женщины несут при рождении и воспитании детей<sup>5</sup>.

По мере того как места становятся более специализированными не только по профессиональным и карьерным возможностям, но и по типам людей, которых они притягивают и чьи желания удовлетворяют, шансы найти свою любовь становятся заметно выше в определенных местах по сравнению с другими. В некоторых городах намного больше одиноких людей, а также больше мест, в которых они могут встречаться. А для этих благоприятных мест различия между личностями городов означают, что любой найдет для себя на одном брачном рынке больше привлекательных людей, чем на другом. Коротко говоря, места, где можно найти супруга, кластеризуются, как и все прочее.

Я не понимал, как это верно, пока в апреле 2007 года не опубликовал в своем блоге пост, который казался мне вполне обычным. Это была карта (см. рисунок 13.1), без текста, без обсуждения, с заголовком «Карта одиноких людей»<sup>6</sup>. На ней красными точками были отмечены места, где одиноких женщин больше, чем одиноких мужчин, а голубыми — места, где, напротив, больше одиноких мужчин. Блог я завел в 2006 году; посещаемость его не переваливала за несколько тысяч в день. Но за первые часы



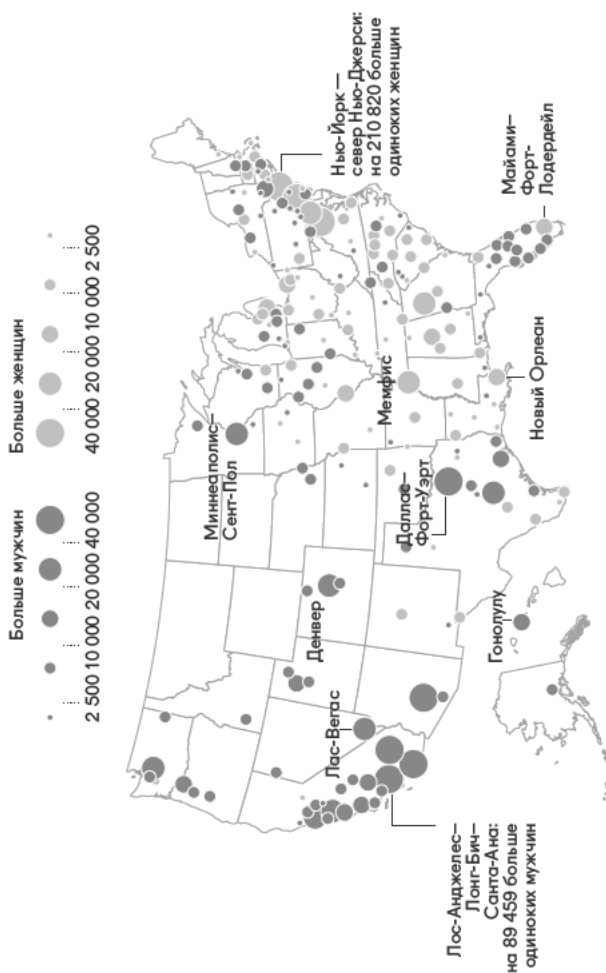


Рисунок 13.1. Карта одиноких людей

Размер кружка соответствует тому, насколько больше одиноких людей того или иного пола проживает в метрополии. Примечание. Учтены только одинокие люди в возрасте 20–64 лет

Данные: опрос Бюро переписи населения США за 2006 г.

после появления поста с этой картой число просмотров превысило 200 тысяч и на блог сослались многие популярнейшие сайты интернета.

Конечно, людям было очень интересно посмотреть, какие места обладают наилучшим с точки зрения их собственных нужд соотношением. Согласно карте и данным, впервые опубликованным в National Geographic, регион с лучшим соотношением для гетеросексуальных мужчин — метрополия Нью-Йорк, в которую входят город Нью-Йорк и его пригороды в Лонг-Айленде, Уэстчестере, Нью-Джерси и Коннектикуте. В совокупности население этих областей насчитывает на 165 тысяч больше одиноких женщин, чем одиноких мужчин. В число остальных мест, где одиноких женщин больше, входят Бостон, Вашингтон (округ Колумбия), Филадельфия, Балтимор, Майами, Чикаго, Детройт, Сент-Луис и Сан-Франциско.

С другой стороны, лучшее соотношение для гетеросексуальных женщин обнаружилось в большом Лос-Анджелесе, где одиноких мужчин на 40 тысяч больше, чем одиноких женщин. Среди мест, выгодных для поиска мужчины, также оказались Сан-Диего, Портленд (Орегон), Сиэтл, Даллас, Хьюстон и Остин.

Мой пост с картой проживания одиноких людей собрал много комментариев. Одни старались найти объяснение замеченным паттернам, другие говорили о личном, подчас в исповедальном тоне. Один из комментаторов написал: «Я — холостой мужчина, который переехал в Сан-Франциско полгода назад. Я из Чикаго и могу говорить о том, что отражает эта карта, исходя из личного опыта. Когда я жил в Чикаго, у меня между свиданиями не бывало большого перерыва. Я переехал сюда из-за бума новых технологий, этой золотой лихорадки, которая привлекает так много молодых неженатых парней. Часто мы сидим с друзьями где-нибудь, народу много, заведение огромное — но там нет или почти нет женщин. Мы постоянно говорим о том, что здесь не с кем встречаться. Одна моя подруга, которая тоже недавно приехала сюда, говорит, что никогда в жизни не пользовалась таким вниманием мужчин. Возможно, это объясняет,

почему в Кремниевой долине запущено большинство сайтов знакомств».

Как можно догадаться, этой темы касались многие. И лишь некоторые предлагали объяснения, основанные на более глубоких наблюдениях за экономическими или социальными процессами. Один постоянный комментатор сравнил места действия двух популярных сериалов.

«Действие сериала „Секс в большом городе“ происходит в центре региона № 1 по преобладанию женщин — в Нью-Йорке. Возможно, фрустрация главных героинь отражает большое численное превосходство одиноких женщин в этом городе.

Напротив, „Красавцы“ — сериал о молодых парнях из Квинса (Нью-Йорк), которые переселяются в Голливуд, в центр региона № 1 по преобладанию мужчин (Лос-Анджелес), и я думаю, что он основан на впечатлениях бостонского уроженца Марка Уолберга.

Согласен, на Западе многие молодые мужчины по-прежнему мыслят в категориях „золотой лихорадки“. На вершине их иерархии ценностей помещаются „горячие телки“ и прочие пляжно-серфинговые атрибуты пацанского менталитета, а Кремниевая долина с ее культурой ботаников типа А привлекает молодых людей с Востока. Думаю, это также связано с тем, что жители Запада — наименее укорененная часть нации. Молодому холостяку, который хочет отбросить семейные и общественные узы и включиться во вселенскую гонку, возможно, понравится на Западе.

Я не знаю точно, чем привлекателен для таких ребят Техас, но, возможно, сочетанием большой нефти Хьюстона, большого веселья Остина и просто больших денег Далласа. Кажется, Сан-Антонио еще не присоединился к ним. Я удивлен таким заметным преобладанием женщин на Юго-Востоке, но, наверное, и оттуда молодые парни мигрируют на Запад. Быть может, эта порой излишняя „укорененность“ южан побуждает самую амбициозную молодежь бежать на Запад».

Не рискуя предлагать здесь свои собственные объяснения, но скажу, что со своей женой Раной я познакомился на публич-

ной дискуссии в Лансинге (Мичиган). Она говорит, что существующую там диспропорцию между числом мужчин и женщин трудно понять: молодые мужчины более склонны переезжать в поисках экономических возможностей, тогда как молодые женщины остаются ближе к семье.

### ДЕМОГРАФИЯ — ЭТО СУДЬБА

За этой картой распределения одиноких людей стоит глубокий фундаментальный сдвиг в демографии и структуре семей нашей нации. Вот лишь несколько фактов, которые нужно учесть:

- В 1950-х годах около 80% американцев жили в домохозяйствах, которые возглавляли супружеские пары.
- Сегодня таких меньше половины — 49,7%. По данным Бюро переписи населения, это составляет 55,2 миллиона из 111,1 миллиона домохозяйств США.
- Всего четверть американцев живут в нуклеарной семье — семье, которая состоит из супружеской пары и живущих с ней детей.
- Около 5% американских семей — гетеросексуальные пары, которые живут вместе, но не состоят в браке.
- Каждый двадцатый домохозяин живет один.
- В США 5 миллионов геев и лесбиянок — от 2 до 3% всего населения страны<sup>7</sup>.

Тот факт, что понятие семьи столь диверсифицировалось, для некоторых людей представляет проблему. До недавнего времени не состоять в браке к 30 годам считалось «странным», а то и хуже. В 1957 году 80% американцев считали, что незамужняя женщина — это женщина «нездоровая», «невротичная» или «аморальная». Еще в 1986 году 38% американцев полагали, что одинокая жизнь не вполне приемлема.

Забавно, как медленно мы признаем современное устройство жизни и привыкаем к нему. Изданный в 1988 году «Справочник по социологии» употребляет выражение «нетрадиционные двухкомпонентные отношения» для описания всего, что не является частью традиционной семьи из мужа, жены и детей<sup>8</sup>.

Я жил во время этого сдвига, так что понимаю, как трудно справиться с этим вызовом. Я вырос в большой расширенной семье, которую знал как свои пять пальцев. У меня было десять дядюшек и тетюшек по матери и двенадцать кузин и кузенов. Каждое воскресенье все мы собирались на обед в бабушкином доме в Ньюарке. Примерно столько же родственников было у меня со стороны отца. Почти все они жили в 8–16 километрах от Ньюарка. Норт-Арлингтон, где я вырос (всего в 8 километрах от Ньюарка), был семейным городом. Все дети знали друг друга; мы ходили в одни и те же кружки кабскаутов и герлскаутов и играли в одних и тех же бейсбольных командах Малой лиги. Ребенком, пока я рос в этом мире, я не видел взрослых, которые не состояли бы в браке или были бы разведены. В моем словаре не было слова «гей» и соответствующего понятия тоже не было. В сущности, я не могу вспомнить никого, кто не был бы частью расширенной семьи, очень похожей на мою собственную.

Времена меняются. Как это ни называй, наше понимание семьи радикально переопределяется — не политиками, не идеологами, а самими людьми. В недавнем международном опросе 75% американцев сказали, что основная цель брака заключается не в том, чтобы завести детей. Моим родителям или родителям родителей это показалось бы немыслимым. Во все времена брак был прежде всего средством продлить род в детях, эта мощная связь удерживала семью в целости. В XIX — начале XX века в трех четвертях домохозяйств были дети младше 18 лет. К 1960 году число таких хозяйств снизилось более чем вдвое, сейчас их не больше четверти.

Как уже говорилось, люди стали позже вступать в брак. Между 1960 и 2007 годами средний возраст вступления в брак вырос у мужчин с 23 до 27 лет, а у женщин с 20 до 26. Для женщин-ба-

калавров он составляет 27 лет, а для женщин с дипломом магистра или ученой степенью — 30.

Вдобавок сегодняшняя молодежь все более разборчива. По данным National Marriage Project<sup>9</sup>, в 2001 году 88% одиноких людей согласились с тем, что где-то в мире их ждет «кто-то особенный» — тот, кого обычно называют родственной душой. Что еще удивительнее, 87% этих одиноких людей, никогда не состоявших в браке, верят, что найдут эту родственную душу, когда будут готовы к браку.

Одно из последствий этого сдвига заключается в том, что с 1960-х число пар, которые живут вместе и при этом не состоят в браке, выросло на целых 1200%! Четверть незамужних женщин в возрасте от 25 до 49 лет на момент опроса живет с партнером, а еще 25% жили с партнером раньше. В 2006 году Аманда Хоун, двадцативосьмилетняя писательница, которая съехала с своим бойфрендом, сказала газете The New York Times: «Надоедает иметь три зубные щетки, а перед сном обнаруживать, что дома нет ни одной. Жить вместе оказалось проще»<sup>10</sup>. Теперь почти, по данным National Marriage Project Ратгерского университета, половине первых браков предшествует период совместной жизни. Некоторые эксперты называют совместное проживание суррогатом или эквивалентом первого брака.

По мнению ведущих демографов, мы сегодня переживаем второй переход. Первый происходил в начале — первой половине XX века и закончился золотым веком брака и семейной жизни. В это время больше людей состояли в браке, процент разводов был невысок, а средний возраст первого брака и у мужчин, и у женщин снизился до рекордной за несколько столетий отметки. Второй демографический переход, который начался в 1960-х и ускорился в 1980-х, отмечен сокращением процента браков, ростом числа разводов, снижением рождаемости и резким подъемом брачного возраста у мужчин и женщин.

Так у кого же люди ищут поддержки после того, как они съехали от родителей, и до того, как вступили в брак, — тем более что этот период жизни становится все более продолжительным?

По словам Итана Уотерса, ответом на этот вопрос является новый суррогат семьи — «городское племя»<sup>11</sup>. Уотерс определяет его как «плотное сообщество молодых людей, которые вместе (в разных комбинациях) живут и работают, создают собственные регулярные ритуалы и поддерживают друг друга так же, как члены расширенной семьи».

«Если бы наши племена максимально усиливали слабые связи внутри города, — продолжает Уотерс, — возможно, мы имели бы в общественных науках аналог понятия темной материи: силы, которая, оставаясь невидимой, связывает все воедино».

Более того, утверждает Уотерс, городское племя особенно хорошо отвечает потребностям своих членов в самовыражении и самоактуализации теми способами, которые настоящие родители и родственники иногда подавляют. Но эти племена — не просто замена семье; напротив, они образуют нечто равноценное настоящим семьям, но способами, недоступными для сообществ, к которым мы принадлежим по праву рождения. Или, как выразила это одна молодая женщина из Чикаго, «семью выбрать нельзя. Но можно выбрать новую семью — своих друзей».

### НАЙТИ СЕБЕ ГОРОД ДЛЯ ЖИЗНИ

С учетом всех этих факторов мы с моей командой занялись разработкой нового рейтинга и карты мест, которые лучше всего подходят людям, начинающим взрослую жизнь. Не забывайте, что мы делим молодежь на две разные группы — недавние выпускники вузов (неженатые и незамужние, 20–29 лет) и молодые профессионалы (состоящие или не состоящие в браке, 30–34 года).

Сан-Франциско, Вашингтон (округ Колумбия), Бостон, Лос-Анджелес и Нью-Йорк возглавляют наш перечень крупных регионов, наилучшим образом подходящих для одиноких молодых людей (см. таблицу 13.1). Но в качестве идеальных вариантов выделяются Остин и Миннеаполис. Мэдисон (Висконсин), Вустер (Массачусетс), Роли (Северная Каролина), Стэмфорд

ТАБЛИЦА 13.1  
ЛУЧШИЕ МЕСТА ДЛЯ ОДИНОКИХ ЛЮДЕЙ (выпускники  
высших учебных заведений в возрасте 20–29 лет)

ВСЕ ДОМОХОЗЯЙСТВА		
	В ЦЕЛОМ	ОПТИМАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ
Крупные регионы	Сан-Франциско	Вашингтон (округ Колумбия)
	Вашингтон (округ Колумбия)	Миннеаполис
	Бостон	Остин
	Лос-Анджелес	Сан-Франциско
	Нью-Йорк	Нью-Йорк
Регионы средних размеров	Мэдисон (Висконсин)	Стэмфорд (Коннектикут)
	Вустер (Массачусетс)	Мэдисон (Висконсин)
	Стэмфорд (Коннектикут)	Роли (Северная Каролина)
	Нью-Хейвен (Коннектикут)	Вустер (Массачусетс)
	Роли (Северная Каролина)	Де-Мойн (Айова)
Малые регионы	Боулдер (Колорадо)	Трентон (Нью-Джерси)
	Санта-Барбара (Калифорния)	Анн-Арбор (Мичиган)
	Трентон (Нью-Джерси)	Боулдер (Колорадо)
	Анн-Арбор (Мичиган)	Хантсвилл (Алабама)
	Санта-Роза (Калифорния)	Лексингтон (Кентукки)

ПРИМЕЧАНИЕ. Названия регионов сокращены до названия главного города. Полные названия регионов см. в Приложениях В и Г.



# ГЕИ И ЛЕСБИЯНКИ

В ЦЕЛОМ	ОПТИМАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ
Сан-Франциско	Вашингтон (округ Колумбия)
Вашингтон (округ Колумбия)	Миннеаполис
Бостон	Остин
Лос-Анджелес	Сан-Франциско
Нью-Йорк	Нью-Йорк
Мэдисон (Висконсин)	Стэмфорд (Коннектикут)
Вустер (Массачусетс)	Мэдисон (Висконсин)
Стэмфорд (Коннектикут)	Роли (Северная Каролина)
Нью-Хейвен (Коннектикут)	Вустер (Массачусетс)
Роли (Северная Каролина)	Де-Мойн (Айова)
Боулдер (Колорадо)	Трентон (Нью-Джерси)
Санта-Барбара (Калифорния)	Анн-Арбор (Мичиган)
Трентон (Нью-Джерси)	Боулдер (Колорадо)
Анн-Арбор (Мичиган)	Хантсвилл (Алабама)
Санта-Роза (Калифорния)	Лексингтон (Кентукки)

ДАННЫЕ: Кевин Столарик. Используются данные опроса Бюро переписи населения США (2005) и других источников.

и Нью-Хейвен (Коннектикут) — лучшие регионы средних размеров, причем оптимальным представляется Де-Мойн. Рейтинг малых регионов возглавляют Боулдер (Колорадо), Санта-Барбара (Калифорния), Трентон (Нью-Джерси), Анн-Арбор (Мичиган) и Санта-Роза (Калифорния). Идеальны Хантсвилл (Алабама) и Лексингтон (Кентукки). В противовес распространенным представлениям о потребностях молодых выпускников, в этот перечень вошел ряд городов, которые отнюдь не относятся к числу мест с наиболее оживленной ночной жизнью. Более того, такие места — Лас-Вегас, Майами — оказались в нашем рейтинге довольно невысоко.

Теперь рассмотрим лучшие места для молодых профессионалов в возрасте 30–34 лет (см. таблицу 13.2). Перечень крупных регионов возглавляют Сан-Хосе, Миннеаполис, Остин и Сан-Диего. Денвер, Канзас-Сити и Колумбус (Огайо) представляются оптимальными вариантами. Стэмфорд, Портленд (Мэн), Мэдисон, Омаха и Де-Мойн возглавляют перечень регионов среднего размера. Дарэм (Северная Каролина, часть «исследовательского треугольника»), Прово, Рино, Фейетвилл (Арканзас) и Боулдер возглавляют список малых регионов. Лексингтон (Кентукки) — идеальный вариант.

Далее обратим внимание на то, какие места лучше всего подходят для геев и лесбиянок на этих ранних этапах жизни. В топ крупных регионов, выгодных молодым одиноким геям и лесбиянкам, входят Сан-Диего, Бостон, Лос-Анджелес, Сан-Франциско и округ Колумбия. Это вызывает некоторое удивление, но давайте посмотрим на то, какие еще места вошли в список. Миннеаполис, Остин, Сан-Хосе и Хартфорд (Коннектикут) оптимальны. Стэмфорд, Вустер (Массачусетс), Портленд (Орегон), Мэдисон и Гонолулу возглавляют перечень регионов среднего размера, а Роли и Де-Мойн оказались наилучшими вариантами. Боулдер, Трентон, Санта-Роза (Калифорния), Манчестер (Нью-Гэмпшир) и Форт-Коллинс (Колорадо) — такова пятерка лучших малых регионов. Анн-Арбор, Грин-Бэй и Норидж (Коннектикут) стали идеальными вариантами для этой категории.

Что касается геев из категории молодых профессионалов (30–34 года), Сан-Франциско, Хартфорд, Колумбус, Остин и Миннеаполис возглавляют перечень крупных регионов. Канзас-Сити, Балтимор и Сиятл — оптимальные варианты. Стэмфорд, Портленд (Мэн), Чарлстон (Южная Каролина), Спрингфилд (Массачусетс) и Толедо (Огайо) возглавляют перечень регионов среднего размера, а Уичито (Канзас) и Де-Мойн стали оптимальными вариантами. Санта-Роза, Грин-Бэй, Фейетвилл, Рино и Манчестер вошли в топ малых регионов. Окала (Флорида), Уинстон-Сейлем (Северная Каролина), Спартанберг (Южная Каролина) и Грин-Бэй оказались идеальны. Сомнительно, что хотя бы некоторые из этих городов вошли в перечень мест, которые принято считать обиталищем геев.

### КАЖДОМУ СВОЕ МЕСТО

Но люди не просто предпочитают один регион другому. Нужно еще выбрать конкретный город и район. По итогам более чем двадцати лет исследований я разработал типологию районов для различных стадий жизненного цикла. Эта типология как ничто другое наглядно показала мне, насколько разными могут быть районы и населяющие их сообщества.

В дни моей молодости выбор был намного меньше. Были старые городские общины вроде Ньюарка, откуда были родом мои родители и родители родителей, — сродни тем местам, о которых пишет Филип Рот<sup>12</sup>. Были элитные районы, такие как Парк-авеню в Нью-Йорке. Были спальные районы и сельская местность. Сегодня перед нами огромный спектр районов и сообществ, который предоставляет разнообразным демографическим группам намного более широкий выбор.

Один из очевидных вариантов действий для выпускника вуза — остаться там, где он учился, хотя бы на год-другой. Большинство выпускников в конце концов уезжают прочь, но многие задерживаются по крайней мере на время — участвуют в исследовательской работе, встречаются с друзьями, работают на пози-

ТАБЛИЦА 13.2

ЛУЧШИЕ МЕСТА ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ, НАЧАВШИХ  
СТРОИТЬ КАРЬЕРУ (состоящие или не состоящие в браке,  
бездетные, в возрасте 30–34 лет)

## ВСЕ ДОМОХОЗЯЙСТВА

	В ЦЕЛОМ	ОПТИМАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ
Крупные регионы	Сан-Хосе (Калифорния)	Канзас-Сити
	Миннеаполис	Миннеаполис
	Остин	Сан-Хосе (Калифорния)
	Сан-Диего	Колумбус (Огайо)
	Денвер	Остин
Регионы средних размеров	Стэмфорд (Коннектикут)	Стэмфорд (Коннектикут)
	Портланд (Мэн)	Де-Мойн (Айова)
	Мэдисон (Висконсин)	Портланд (Мэн)
	Омаха (Небраска)	Омаха (Небраска)
	Де-Мойн (Айова)	Мэдисон (Висконсин)
Малые регионы	Дарэм (Северная Каролина)	Хантсвилл (Алабама)
	Прово (Юта)	Фейетвилл (Арканзас)
	Рино (Невада)	Дарэм (Северная Каролина)
	Фейетвилл (Арканзас)	Лексингтон (Кентукки)
	Боулдер (Колорадо)	Прово (Юта)

ПРИМЕЧАНИЕ. Названия регионов сокращены до названия главного города. Полные названия регионов см. в Приложениях В и Г.

# ГБИ И ЛЕСБИЯНКИ

В ЦЕЛОМ	ОПТИМАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ
Сан-Франциско	Канзас-Сити
Хартфорд (Коннектикут)	Хартфорд (Коннектикут)
Колумбус (Огайо)	Балтимор
Остин	Колумбус (Огайо)
Миннеаполис	Сиэтл
Стэмфорд (Коннектикут)	Стэмфорд (Коннектикут)
Портланд (Мэн)	Портланд (Мэн)
Чарлстон (Южная Каролина)	Уичито (Канзас)
Спрингфилд (Массачусетс)	Чарлстон (Южная Каролина)
Тоledo (Огайо)	Де-Мойн (Айова)
Санта-Роза (Калифорния)	Фейетвилл (Арканзас)
Грин-Бэй (Висконсин)	Окала (Флорида)
Фейетвилл (Арканзас)	Уинстон-Сейлем (Северная Каролина)
Рино (Невада)	Спартанберг (Южная Каролина)
Манчестер (Нью-Гэмпшир)	Грин-Бэй (Висконсин)

ДАННЫЕ: Кевин Столарик. Использованы данные опроса Бюро переписи населения США (2005) и других источников.

циях, связанных с вузом. Как показывают мои собственные рейтинги, университетские города (Мэдисон, Анн-Арбор, Боулдер) довольно успешно привлекают эту демографическую группу.

Именно так в свое время поступил я, и далеко не только я. Роджер Мартин, окончив Гарвард, решил на какое-то время задержаться в Кембридже. Будучи капитаном гарвардской волейбольной команды, он ухватился за возможность остаться, когда ее тренер сообщил о своем уходе.

Поскольку родителям требовалось сообщить более вескую причину задержки, он подал документы в Гарвардскую школу бизнеса и был принят. Так «годик в Кембридже» растянулся почти на двадцать лет. В школе бизнеса Роджер, несколько других выпускников и часть профессоров, включая светило бизнес-стратегии Майкла Портера, задумали создать новую консалтинговую фирму. В середине 1980-х они запустили чрезвычайно успешную Monitor Company и, как говорится, вошли в историю.

Итак, одно из мест, привлекательных для свежее испеченных выпускников вузов, — классический университетский городок. Там есть замечательные для таких небольших городов рестораны, великолепные культурные центры и музыкальные сцены, там быстро растет число иностранцев и есть оживленные места, куда можно пойти после работы. Даже большие города прилагают усилия к тому, чтобы удержать у себя выпускников: например, организация Campus Philly делает все возможное, чтобы более чем 90 тысяч филаделфийских студентов могли найти работу в Филадельфии и достичь необходимого лично им уровня жизни<sup>13</sup>.

Еще более заметный тренд в поведении молодых выпускников — переезд в большой город. С 2000 по 2005 год численность жителей Нью-Йорка, обладающих образованием не ниже бакалавриата, увеличилась примерно на 285 тысяч, согласно статье в New York Times за август 2006 года<sup>14</sup>. Другие магниты для выпускников — Чикаго, Большой Вашингтон (округ Колумбия), Бостон, район залива Сан-Франциско, Лос-Анджелес, Миннеаполис, Атланта, Сиэтл, Остин и Денвер.

Внутри городов и метрополий множество одиноких молодых людей стекаются в даунтаун. «Уровень образования растет во всех районах Нью-Йорка, но Манхэттен и Бруклин все-таки выделяются, — писали *New York Times*. — На Манхэттене более чем у 57% жителей есть по меньшей мере степень бакалавра». Поскольку им не нужно беспокоиться о детях, одиноких людей притягивает плотная, пронизанная связями ткань городских центров, где можно ходить пешком или ездить на работу на общественном транспорте, есть куда пойти вечером, где не обязательно иметь машину, а брачный рынок оживлен и насыщен местами, где можно с кем-то познакомиться, пообщаться и устроить свидание.

Согласно исследованию Кортрайта и Колетты, одинокие молодые люди в возрасте от 25 до 34 лет на 33% более склонны жить близко к центру города (в пределах 5 километров), чем другие демографические группы. В Сиэтле 27% представителей этой возрастной категории кластеризуются не дальше чем в 3 километрах от делового района в центре; в Денвере таких 25%, в Портленде 21%, в Сан-Франциско 18%, а в Чикаго 16%. Половина представителей одинокой молодежи, опрошенных компанией Yankelovich, ответили, что рассмотрели бы возможность жить в даунтауне, две трети — что рассмотрели бы возможность жить близ даунтауна, а 69% сказали, что рассмотрели бы возможность жить в другом районе города, за пределами даунтауна. Всего 33% респондентов ответили, что рассмотрели бы возможность жить в удаленном пригороде<sup>15</sup>.

Молодежь кластеризуется в разнообразных районах и сообществах. Один из вариантов — то, что я называю «городской мозаикой». Это пестрый район в черте города, немного похожий на классическое городское сообщество в описании Джейн Джекобс, но с секретом. Там дешевая недвижимость, этнические рестораны с недорогими блюдами, оживленное движение на улицах, но часто также высокий уровень преступности, мало магазинов, ночных клубов и открытых пространств. Раньше такие места привлекали иммигрантов, семьи рабочих, небогатых стариков, а теперь — людей 20–30 с чем-то лет, которых притягивают бли-

зость к городу и невысокая стоимость жилья. Вашингтонский район Колумбия-Хайтс удовлетворяет всем этим требованиям. Есть пример еще лучше — это Астория в Квинсе или район Миссии в Сан-Франциско. К сожалению, городские мозаики едва ли не по определению изменчивы. Они балансируют на грани между нищетой и обветшанием, с одной стороны, и полной джентрификацией, сводящей на нет их своеобразие, — с другой.

Другой вариант я называю «пристанище хипстеров». Такие места, которым присуще грамотное сочетание блеска и нищеты, привлекают сравнительно богатое население, которое притом не хочет казаться *слишком* богатым. Здесь сразу же возникает музыкальная сцена, ночные клубы, кафе, и на этой волне коренные жители либо наживаются — либо их выживают отсюда. На время уик-энда хипстерские места привлекают жителей пригородов, которые не переносят городскую жизнь в течение недели, но любят приезжать в город с пятницы по воскресенье. Они предпочитают маленькие, яркие магазинчики, кафе со столиками на тротуаре и суету городского центра. Примером такого места могут служить Вильямсбург в Бруклине, Уикер-Парк в Чикаго, Западный Голливуд в Лос-Анджелесе, Квин-Уэст в Торонто, Ю-Стрит-Коридор в Вашингтоне (округ Колумбия), Дип-Эллам в Далласе, Монтроз в Хьюстоне, Шорт-Норт в Колумбусе (Огайо) и Ройал-Оук близ Детройта.

Пока я жил в Питтсбурге, я видел, как район Саут-Сайд трансформируется из старого городка сталеваров в оживленное прибежище хипстеров с магазинами, ресторанами и жилыми кварталами. Поскольку увеличился спрос на площади и выросла арендная плата, безудержная джентрификация стала вытеснять отсюда старые магазины, бары и рестораны. И сами эти места начали терять свою креативную энергию. Вдобавок шум отпугивает людей семейных.

Не все молодые люди хотят быть горожанами-хипстерами. Некоторые определенно предпочитают жить в пригороде. Хотя многие, если спросить их, признаются, что предпочитают более старые пригороды, где есть удобства, обычные для го-



родских кварталов. Дайанна Фуксман выросла в мэрилендском пригороде Вашингтона и поклялась, что «никогда не вернется туда, хотя там было здорово жить подростком». Когда пришло время учиться, многие ее друзья пошли в ближайшую школу; она переехала в Новую Англию и каждое лето путешествовала по крупным городам страны. Закончив магистратуру на третьем десятке лет, она стала искать работу в сфере арт-менеджмента. Вместе со своим бойфрендом она выбирала из четырех регионов — Чикаго, Нью-Йорк, Бостон и Вашингтон (округ Колумбия). Она говорит, что одно они знали точно — «в городе жить они не хотят». К удивлению Дайанны, в итоге они поселились в Колумбии (Мэриленд), откуда за разумное время можно было доехать до даунтауна округа Колумбия; там есть небольшие, но интересные рестораны и бары, доступное жилье и сообщество, в котором можно завести семью и растить детей.

Именно по этим причинам молодежь привлекают старые пригороды типа Колумбии (Мэриленд). Иногда они расположены близко к метро или к наземному транспорту — тогда ездить на работу еще проще. В общем, старые пригороды предлагают своим молодым жителям безопасность, удобства и доступ к брачному рынку при отсутствии ряда рисков, сопряженных с проживанием в самом городе. Естественно, такие районы подходят также многим молодым профессионалам 30 с чем-то лет, и женатым и холостым, многие из которых решают на время задержаться на одном месте.

Но для тех, кого уровень дохода побуждает перебираться в элитные районы, — или для тех, кто только хочет жить так, будто у него много денег (даже если денег нет), — есть более дорогостоящие сообщества внутри города — «дизайнерские берлоги». Для этих мест характерны роскошные кондоминиумы, подновленные таунхаусы, рынки органических продуктов, шикарные бакалейные лавки и нишевые бутики. Винные бары и первоклассные рестораны соответствуют в дизайнерских кварталах национальным забегаловкам «мозаичных» районов и хипстерским недорогим барам.

Я жил в двух таких районах. Устроившись на мою первую работу в Университете штата Огайо, я поселился в великолепном районе Джерман-Виллидж в городе Колумбус, который до сих пор считаю одним из красивейших городских районов США. Джерман-Виллидж — подлинно живописное место, там стоят изящные кирпичные домики, которые построили немецкие пивовары в конце XIX века. Небольшие улочки там вымощены булыжником, и много чудесных лавочек, которые благодаря сильной поддержке местного сообщества раз за разом избегают грозящего им сноса. В Джерман-Виллидж я понял, как важно для района сохранять старинные здания. Я влюбился в это место и завел там прекрасных друзей.

В 1987 году я перебрался в Университет Карнеги–Меллона и поселился в питтсбургском Шедисайде. Это место, где сохранилось много старинных зданий и ведется оживленная торговля. Я наблюдал своими глазами его трансформацию из района хиппи и ученых, где было полно книжных и антикварных магазинчиков, лавок, в которых продавались трубочки и кальяны, и баров, в дорогой торговый район с аутлетами Banana Republic, Pottery Barn, Williams Sonoma и Apple.

В Северной Америке много таких мест. Назовем лишь некоторые: Джорджтаун в округе Колумбия, Бэк-Бэй и Бикон-Хилл в Бостоне; Риттенхаус-сквер в Филадельфии; Линкольн-Парк и Голд-Кост в Чикаго; Йорквилл в Торонто; Юнион-сквер в Сан-Франциско; Ла-Джолла в Сан-Диего; и, конечно же, Беверли-Хиллз. Но все больше дизайнерских берлог появляется вдали от центров городов, в маленьких городках: Кармель и Пало-Альто (Калифорния); Корал-Гейблс и Уэст-Палм-Бич (Флорида); Скоттсдейл (Аризона); Бирмингем (Мичиган); Вейл, Аспен и Теллурид (Колорадо). Дизайнерские берлоги могут быть приятными местами, да многие и были когда-то приятными.

Но давление девелоперов, рост арендной платы и вторжение сетевых магазинов сделали их намного более однородными, чем они были еще 10–20 лет назад. В дизайнерских берлогах прекрасные здания, чистые улицы, потрясающая архитектура и ре-

ставрация, но цены на недвижимость заоблачные, а разнообразия, особенно экономического, не хватает.

Главное — найти место, которое подходит лично вам, что бы ни думали остальные. Именно это сделал Джон Уайтсайд, когда переехал из Вашингтона в Хьюстон. Его друзья были шокированы. Они не могли представить места, более несхожего с Вашингтоном и более отталкивающего. Но Уайтсайд хорошо подготовился: несколько раз съездил в Хьюстон на разведку, и ему понравилось то, что он там увидел. Лишь затем он попросил работодателя о переводе.

Ему понравились старые дома и тропическая зелень, интересные, умные люди, оживленная фолк-сцена и заметное гей-сообщество. Он обратил внимание на «общее ощущение того, что кто угодно может делать что угодно, творить что угодно и добиваться всего, чего хочет, если он просто хочет это делать». После переезда он завел свой собственный бизнес и тесный круг друзей, навсегда забыв о «крысиных бегах» округа Колумбия. Он признает, что «Хьюстон не ошеломит вас красотой природы, не очарует своими причудами, он не так крут, как Лос-Анджелес, и не настолько интеллектуален, как Бостон, но он бесконечно динамичный, настоящий и интересный».

### ЗВУК ВЕЛИКОЙ СОРТИРОВКИ

К добру или к худу, но мы являемся свидетелями растущей стратификации сообществ, стран и мира в целом. Это явление Билл Бишоп назвал «большой сортировкой»<sup>16</sup>. Люди разного возраста, с разным экономическим положением, культурными предпочтениями и политическими симпатиями когда-то жили рядом. Теперь мы все больше и больше сегрегируемся почти по всем экономическим и социальным измерениям. Меня тревожат не просто всепроникающая джентрификация и «обезличивание» наших городов, но то, что эта большая сортировка разрушает ткань нашего общества, разделяя и сегрегируя сообщества по границам классов.

Когда очередной молодой человек переезжает в «мозаичный» или хипстерский район, вероятно, оттуда съезжает очередная семья с низким доходом или как минимум часть такой семьи. На каждого молодого профессионала, который живет припеваючи в дизайнерском квартале, приходится много домохозяек из рабочего или низшего класса, в которых мучительно ищут жилье себе по карману, чтобы свести концы с концами и прокормить семью. Каждый городской район и местное сообщество — совершенный микрокосм, отражающий общую социальную оппозицию «укорененные против мобильных». И самые тяжелые последствия выпадают на долю людей с низким доходом.

Часто утверждают, что растущее экономическое расслоение нашего общества не является следствием аутсорсинга, иммиграции или даже разрыва в уровне зарплат. Хотя все эти факторы имеют свое значение, подлинная причина — расслоение человеческого капитала и уровня образования. Профессор-экономист и блогер Тайлер Коуэн пишет: «Высшее образование, если считать в процентах, сегодня примерно настолько же прибыльно, насколько прибыльно оно было в Позолоченном веке (конец XIX в.). Отсюда нынешняя борьба за места в топовых колледжах и университетах. Напротив, с 1915 по 1950 год относительная прибыльность образования снизилась, прежде всего потому, что растущее число выпускников боролись за сравнительно небольшое число топовых вакансий и поэтому зарплаты на топовых позициях были не слишком высоки». Примерно с 1950 года относительная прибыльность образования стала расти. С 1980 года она растет очень быстро.

Коуэн заключает, что причина здесь кроется в соотношении спроса и предложения. В *New York Times* Коуэн писал: «Впервые в истории Америки нынешнее поколение не является существенно более образованным, чем поколение его родителей. Работодатели, которым нужны квалифицированные кадры, выбирают примерно из одного пула работников и вынуждены платить больше». Более того, «установлено, что, когда дополнитель-

ное высшее образование становится доступно, каждый год обучения приносит лишние 10–14 процентов дохода, особенно для новичков на рынке труда»<sup>17</sup>.

Играет свою роль и наложение факторов: класса, расы и местоположения. Добавим к этому еще более тревожный факт — большой сегмент нашей молодежи (особенно лица с низким доходом и афроамериканцы) больше не живет в городских районах, где эти люди родились и выросли; они живут в тюрьме. По данным отчета Городского института (Urban Institute) за 2006 год, реальный уровень безработицы среди чернокожих мужчин, не достигших 30 лет и исключенных из вуза (включая тех, кто сидит в тюрьме и не занят активным поиском работы), в 2000 году составлял 65%, а в 2004-м — 72%<sup>18</sup>. Для белых, исключенных из вуза, тот же показатель составляет всего 34%, а для латиноамериканцев, не окончивших вуз, — 19%<sup>19</sup>. Используя данные 2000 года, Стивен Рафаэль из Калифорнийского университета в Беркли обнаружил, что среди чернокожих граждан неполных 30 лет, не получивших высшего образования, 34% сидят в тюрьме и всего 30% имеют работу<sup>20</sup>.

Место, где мы живем, влияет на то, кем мы становимся, как проводим свободное время, на доступные нам перспективы в образовании и на то, с какими людьми мы встречаемся. Привязанность к одному месту, добровольная или вынужденная, сказывается на финансовом успехе и на ощущении счастья. Но несомненно, что для многих людей укорененность имеет еще более серьезные последствия. Для кого-то она означает, что человек попал в западню, застряв там, где его возможности ограничены, а средств выбраться — меньше.

## 14. ЖЕНАТЫ... С ДЕТЬМИ

Блогер и автор книги «Беззастенчивый карьерист: новые правила успеха» Пенелопа Транк не раз переезжала. Она выросла в Уилметте, в Иллинойсе, оттуда перебралась в Лос-Анджелес, где профессионально занималась волейболом, потом поступила в магистратуру в Бостоне, а писательскую карьеру начала уже в Нью-Йорке. Но после рождения первого ребенка Пенелопа с мужем решили, что пора перебраться куда-то, где попросторнее, подешевле и есть хорошие школы.

И они провели исследование — настоящее исследование. Они не ограничились сообществами в районе Нью-Йорка, а изучили всю страну в поисках места, которое лучше всего подошло бы их молодой семье. Они шесть месяцев собирали информацию о различных районах и сообществах, соотносили ее со статистическими данными о счастье и в конце концов выбрали Мэдисон (штат Висконсин). Там было все, что они искали: и академическая среда, и открытость мышления, и места для прогулок — это одно из тех «универсальных» мест, которые получают высокие оценки по самым разным критериям. Тем не менее жизнь в Мэдисоне далека от идеала, это знает любой читатель блога Пенелопы Транк. Там холодно и культурная жизнь не так богата, как в Нью-Йорке. Пенелопа любит шутить, что первое слово, которое произнес ее ребенок, — «корова».

Как любой другой выбор в жизни, выбор места предполагает, что вы четко понимаете, что вам действительно нужно, а чем вы можете пожертвовать. Осознанность этой жертвы — ключ к тому, чтобы чувствовать себя счастливым там, где вы живете.

Для большинства людей второй переезд совпадает с рождением ребенка. В этот момент становятся очевидными неизбеж-

ные жертвы: школы вместо ресторанов, безопасность вместо крайностей, просторные площадки для игр — вместо интересной музыкальной сцены. Как показала предыдущая глава, многие молодые супружеские пары продолжают жить в том же районе, где жили до брака. Многие не трогаются с места, пока дети малы. Но когда дети собираются в школу, родители стискивают зубы и переезжают в место, соответствующее их новым потребностям.

Раньше большинство людей предпочитали переезд в близлежащие пригороды — так поступили и мои родители, сменив Ньюарк на расположенный в 8 километрах от него Норт-Арлингтон. Более дальние переезды обычно были вызваны решением корпорации о переводе сотрудника. Но сегодня многие люди видят для себя более широкие возможности. Они строят гибкую карьеру, не привязываясь к единственному работодателю, и ищут место работы по всей стране, а то и целому миру.

## ЦЕНИТЬ СЕМЬЮ

Наше общество не испытывает недостатка в самозванных защитниках семейных ценностей. Ученые мужи и «говорящие головы» из телевизора селятся превзойти друг друга, превознося семью и семейные ценности. Многие приравнивают упадок семьи к упадку американского общества. Я это знаю, мне довелось испытать их гнев на себе. Один из самых откровенных критиков книги «Креативный класс» сказал, что я вижу будущее за «яппи, софисто, модниками и геями» и вообще я против «нормальных семей». Другой — что я приближаю гибель иудеохристианской цивилизации.

Но я не вижу оснований делать различие между «настоящими» семьями и другими — надо полагать, менее настоящими. Каждый род семьи следует ценить, и ценить высоко.

Мы с Раной оба родились в больших, разветвленных семьях, члены которых остаются очень близки. Наш дом постоянно полон приехавших в гости братьев, сестер, тетюшек, дядюшек и их детей. Но когда мы задумались о том, чтобы создать собствен-

ную семью, я стал понимать, как сложно это сделать в современном обществе.

Родители из всех уголков США и мира рассказывают мне о своей ежедневной борьбе за семью под растущим гнетом работы, безденежья, нехватки времени и стресса. Списки их потребностей возглавляет доступный и качественный уход за детьми. Но много ли районов предоставляют такую возможность? В большинстве мест этот вопрос приходится решать самим родителям или, если повезет, им занимается работодатель. Вообразите, какое экономическое преимущество в плане привлечения талантливых людей появилось бы у местного сообщества, которое сумело бы дать каждому работнику возможность оставить ребенка под надежным присмотром.

Многие родители говорят мне, что одна из тех вещей, которых они больше всего хотят для своего ребенка, — культурное разнообразие. Одна молодая женщина, заканчивающая обучение в кливлендской клинике, полюбила этот город и его общину. Но, добавила она, «я никогда не завела бы семью в Кливленде, потому что здесь на каждом шагу узко мыслящие, боящиеся перемен люди, которые жаждут ограничить права других».

Когда речь заходит о ценности детей и семьи, ключевой пункт — образование. Все больше бизнес-лидеров, ученых-экспертов, родителей и детей сходятся в том, что наша нынешняя школьная система «неисправна», если воспользоваться выражением Билла Гейтса<sup>1</sup>. Но насколько она неисправна? Вот один поразительный статистический факт: больше одной десятой школ США — «фабрики исключений»; согласно исследованию сотрудников Университета Джонса Хопкинса, проведенному в 2007 году<sup>2</sup>, там доучиваются до конца не более 60% учеников, поступивших в первый класс. Если бы местные сообщества всерьез стремились создать комфортные условия для семей, им следовало бы заняться этой проблемой и решить ее. Некоторые местные сообщества, например в Провиденсе (Род-Айленд) со своей инновационной школьной программой MET schools, подстраивают обучение под интересы ребенка, но в большинстве случа-



ев они стараются лишь корректировать традиционную образовательную модель.

Проблема в том, что наша образовательная система отвечает нуждам старой экономики массового производства, но не отражает реальность нашей креативной эпохи. Наша школьная система была создана для штамповки конформистов, которые незаменимы на конвейере и в строгой корпоративной иерархии, могут механически функционировать на заводах или в строгих корпоративных иерархиях, но не способны к успеху там, где нужно инновационное и независимое мышление. «Наша система сильно напоминает автомобильную промышленность США 1970-х годов, застрявшую в вялой, неэффективной, устаревшей модели производства», — писал в декабре 2006 года мэр Нью-Йорка Майкл Блумберг в своей статье для Wall Street Journal<sup>3</sup>.

Как сказал в феврале 2007 года футуролог Элвин Тоффлер, эта модель производства была в целом ориентирована на передачу производственной дисциплины, а не знания<sup>4</sup>. Представьте себе классический сборочный конвейер, управляемый тиканьем часов, которое задает максимально эффективный темп работы. Тоффлер замечает, что точное время не играет такой роли в сельскохозяйственных сообществах, где аврал чередуется с простым, как приливы и отливы; оно важно для конвейерного производства. Опоздаешь — и поток продукции прервется. Школа устроена похоже. Тоффлер пишет, что, когда звенит звонок, «медлить нельзя. И ты маршируешь из класса в класс, пока звонок не прозвенит опять».

Сегодня, в эпоху стандартизованных тестов, когда сама учеба превратилась в подготовку к тестированию, многие дети тратят уйму времени на унылое запоминание и выполнение повторяющихся заданий, как в индустриальную эпоху. Такой вид учебы имеет очень мало общего с потребностями экономики знаний. Тоффлер пишет, что сегодняшняя государственная школа «нацелена на производство рабочей силы для той экономики, которой уже не будет».

Большинство родителей хотят отдать детей в школу, учителя которой активно вовлекают учащихся в работу. И родители

ли, и сами работники сферы образования — против того, чтобы школьная система, доставшаяся нам в наследство от индустриальной эпохи, вытравливала из детей креативность. Большинство экспертов в области образования сообщают, что школьная система США эффективна для младших классов, там детям дают больше свободы и разнообразия, стараясь развить в них сам навык обучения. Настоящие проблемы появляются, когда начинается преподавание конкретных предметов. Вот тогда американцы и начинают отставать от своих сверстников из Европы и Азии.

Я согласен с этими оценками, хотя многие сегодняшние школы, несомненно, более продвинуты, чем городская приходская школа, в которую ходил я. В четвертом и пятом классах я любил школу. Но к началу средней школы мне стало скучно. Я хорошо учился и хорошо сдавал тесты, хотя и не прилагал больших усилий. Можно сказать, я попал в струю. По-настоящему интересовала меня музыкальная группа, которую мы с братом создали в гараже, и наши ежедневные репетиции в подвале дома моих родителей. Под конец средней школы я заскучал еще сильнее.

Самые умные ребята из тех, что я встречал, были исключены из школы просто потому, что у них не было достаточно сильного стимула, чтобы остаться. Чтобы уберечь детей от исключения, не обязательно делать что-то невероятно сложное. Хорошее образование не обязательно несовместимо в том, чем увлекаются дети, будь то искусство, мода, музыка, технологии или спорт. Большая ошибка — возлагать вину на учителей. Большинство знакомых мне учителей — люди трудолюбивые и преданные своему делу. Недавнее исследование Института Гэллага (2006) показало, что один из способов улучшить школы — лучше использовать учителей<sup>5</sup>. Согласно этой работе, ключ к повышению эффективности школ — вовлечение учителей в равной мере во все аспекты образовательного процесса, подобно тому как успешные и продуктивные компании вовлекают сотрудников во все аспекты своей деятельности.

Родители по-разному справляются с этим. Одни, как писал Wall Street Journal в феврале 2007 года<sup>6</sup>, переезжают на значи-

тельные расстояния, чтобы найти подходящую для них школу. Отчасти это стало возможно благодаря росту благосостояния и гибкости работодателей, которые позволяют некоторым родителям выбирать место работы. Интернет дает доступ к школам всей страны, открывая весь спектр возможностей тем родителям, кто готов собраться и переехать в поисках лучшего образования.

Некоторые вообще отказываются от этой системы, предпочитая самостоятельно обучать своих детей на дому. По мнению Мишель Конлин, высказанному в *BusinessWeek*, домашнее обучение «больше не является прерогативой религиозных фундаменталистов и неохиппи, которые стремятся вырваться из-за решетки культуры». Теперь это — растущий тренд в среде образованной элиты<sup>7</sup>. По данным департамента образования США, число детей, обучающихся дома, выросло с 850 тысяч (1999) до более чем 1,1 миллиона (2006).

Хотя принято считать, что родители выбирают домашнее обучение по религиозным причинам, более распространенная предпосылка — растущее беспокойство относительно школьной среды (негативное влияние сверстников, отсутствие безопасности, наркотики). Почти треть родителей-хоумскулеров, опрошенных Национальным центром образовательной статистики, упомянули «беспокойство относительно среды в других школах» как основную причину для того, чтобы их дети обучались дома. Конлин пишет, что все больше родителей «верят, что Старая Экономика вцепилась смертельной хваткой даже в самые обеспеченные школы. Дети там вынуждены учиться пассивно, тогда как должны бы учиться активно, особенно если хотят найти свое место в глобальной экономике знаний». Родители хотят больше гибкости, больше знаний и возможность сильнее влиять на формирование образовательной программы для своего ребенка.

На этот тренд существенно влияют изменения, принесенные глобализацией: возросшая гибкость рабочих мест, увеличение числа удаленных сотрудников, работающих из дома или виртуальных офисов, и возможность жить в разных местах. Конлин пишет, что домашнее обучение отрывает «семьи от почтовых

индексов и школьных округов, подобно тому как с помощью интернета дети могут освободиться от кабинетов, читать учебники Федерального резерва по экономике, совершать виртуальные экскурсии по флорентийской галерее Уффици, слушать семинары Корнеллского университета по орнитологии и курсы Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе по киносъемке на своих ноутбуках и портативных компьютерах».

Родители-хоумскулеры также имеют доступ к растущему набору ресурсов, которые включают личных наставников, киберсообщества, онлайн-расписания занятий и кружки родительской взаимопомощи.

В последние годы некоторые наиболее инновационные и успешные компании стали понимать, что сотрудники, имеющие детей, работают наиболее продуктивно в среде, демонстрирующей дружелюбное отношение к семье. Джим Гуднайт, один из основателей и CEO софтверной компании SAS Institute (Кэри, Северная Каролина), любит говорить, что его наиболее ценные активы входят через ворота в девять часов утра и уходят в пять часов пополудни. Гуднайту важно убедиться, что его сотрудники работают в среде, которая позволяет им быть настолько продуктивными и креативными, насколько это возможно.

Вот почему компания предлагает полный семейный соцпакет — от медицинских пунктов и детских садов на своей территории до школ (включая частную среднюю школу, тьюторов и помощь в прохождении стандартных тестов). Эта политика лежит в основе чрезвычайно высокой стабильности кадрового состава. Гуднайт полагает, что люди просто не могут хорошо работать, если их угнетают мысли о детях. Я знаю немало людей, которые охотно променяли бы прибавку к зарплате на те блага, которые предлагают сотрудникам компании, подобные SAS.

Конкуренция за одаренных сотрудников выходит на международный уровень, и промахи в этой сфере могут реально тормозить развитие местных сообществ США. Моя сотрудница Шарлотта Мелландер — мать, живущая в Швеции, — говорит, что ее страна — «место, где общество в целом более ответственно за се-

мью». Она довольна детскими садами в своем районе: «Я плачу не больше 200 долларов в месяц за то, что мои двое моих детей проводят там 40 часов в неделю, причем в эту сумму включена стоимость питания». Она добавляет, что безопасная среда означает, что «дети могут рано развить свои собственные интересы. Семилетки занимаются спортом по своему выбору. Зимой они с санками ходят в парк — без родителей. Я сказала бы, что у детей больше свободы, они не зависят от того, есть ли время у родителей».

Торонто, где мы сейчас живем, — потрясающее место для семей с детьми. Наш район расположен в 2 километрах от университета и менее чем в 3 километрах от сердца даунтауна. Там прекрасные люди, частные школы и много семей с детьми. Здесь просто не приходится чем-то жертвовать, переезжая из города в пригород. Вот как объясняет это Роджер Мартин:

«В Бостоне мы жили в красивом районе Уэсли-Хиллз. Хотя это было сообщество высшего класса, со множеством больших особняков, в которых жило по одной семье, мы не позволяли семилетнему сыну или десятилетней дочери пройти шесть-семь кварталов до дома приятеля, а двенадцатилетнему сыну — сходить за четыре квартала в торговый район у шоссе 16. Иначе мы бы почувствовали себя плохими родителями.

В Торонто наш младший сын ездит в школу на велосипеде с 13 лет — до школы минут двадцать езды вдоль одной из главных улиц города, идущих с севера на юг, — и мы никогда не волнуемся. Здесь мы просто не беспокоимся о безопасности детей».

Многие ли американские родители могут так сказать? В нашем прежнем районе в округе Колумбия все дети учились в частных школах. Государственные школы не просто никуда не годились — окружающее сообщество было крайне опасным. Мы осознали это, когда нам в Washington Post попала карта преступности округа Колумбия. Наш район на этой карте казался островком в море точек, которыми были помечены убийства и другие преступления, связанные с насилием.

Еще лучше мы поняли это, когда впервые встречали Хеллоуин в Торонто, — я тогда даже придумал в своем блоге название

«Индекс угощения». За три года в Вашингтоне ни один ребенок не постучался в дверь нашего дома в солидном районе на северо-западе города. Но в Торонто, где мы живем ближе к центру города и в районе, населенном заметно плотнее, чем наш район в округе Колумбия, на Хеллоуин у нас не было отбоя от детей разных рас. Один из комментаторов моего блога напомнил, что Кэтрин Остин Фиттс, бывшая помощница министра жилищного строительства и городского развития, ввела аналогичный «Индекс эскимо», показывающий, какова в локальном сообществе доля людей, спокойно отпускающих ребенка из дома за мороженым. Как будто этого было мало, на следующий же день после Хеллоуина Бюро переписи населения США опубликовало исследование, где говорилось, что почти половина детей в США живет в районах, где родители опасаются дурного влияния соседей, и более одной пятой детей не выпускают на улицу, потому что район опасен, — среди афроамериканцев таких 34%, среди латиноамериканцев 37%<sup>8</sup>.

Вот еще одна история. В конце 2006 года я обсуждал вопросы выбора места жительства с учащимися, среди которых было много иностранцев, на аспирантском семинаре в Университете Джорджа Мейсона. Когда я спрашивал у иностранцев, где, по их мнению, они могли бы осесть, ответы меня поразили. Большинство отвечали, что хотят получить ученые степени и начать карьеру в США.

Но они рассчитывали вернуться домой, когда вступят в брак и заведут детей. Уроженцы Восточной Азии, Индии, Латинской Америки, Европы, Африки — все хотели растить детей за пределами США. Они говорили, что школьные системы в других странах лучше, общество там не столь материалистично, люди меньше работают и намного больше времени и сил остается для семьи. И они добавляли, что намерены покинуть США, несмотря на возможную потерю денег и долгосрочных карьерных перспектив.

Перед людьми, которые ищут классное место для своей семьи, поистине открыт весь мир.

## ДРУЖЕСТВЕННЫЕ К СЕМЬЯМ

Ладно, хватит разглагольствовать. Ясно, что многие люди понимают, как важно для регионов быть открытыми для семей. Но немногие исследования содержат подробные эмпирические данные, которые необходимы для того, чтобы сравнить, насколько хороши для семей и детей конкретные города и регионы.

Один из рейтингов, выполненный журналом *Child*, был основан на показателях уровня здоровья, преступности, качества среды, жилья, уровня занятости, а также на других факторах; в итоге в десятку лучших мест для семейных граждан вошли Денвер, Норфолк, Миннеаполис–Сент-Пол, Майами, Орlando, Мэдисон, Анахайм, Рочестер, Бостон и Сан-Диего<sup>9</sup>.

Другой рейтинг городов, дружественных к детям, — *Kid Friendly Cities: Report Card 2004* — составлен организацией *Population Connection*<sup>10</sup>. Он основан на измерениях уровня здоровья, образования, численности населения и других факторов, присущих сообществам. Этот рейтинг возглавляют Де-Мойн и Спокан (оба получили A+), за ними идут Бостон, Мэдисон, Канзас-Сити, Индианаполис, Сиэтл, Фримонт, Йонкерс и Глендейл, получившие оценку A. Сан-Франциско, Сан-Диего и Миннеаполис оценены на A–.

Третий рейтинг, с более выраженной сравнительной составляющей, опубликован в 2007 году в работе Гарвардской школы общественного здоровья и Центра укрепления здоровья (*Center for the Advancement of Health*). Были исследованы области с наибольшей численностью детей разных рас в составе населения и измерено, какие сообщества лучше всего подходят для детей белой расы, азиатов, чернокожих и латиноамериканцев по стоимости жилья, составу соседей, уровню единства жителей, образованию и здоровью<sup>11</sup>. Согласно построенным исследователями рейтингам, лучше всего для белых детей Анн-Арбор, Бостон, Чикаго, Денвер и Миддлсекс (Нью-Джерси). Для азиатов — метрополии Остина, Балтимора, Монмута (Нью-Джерси), а также округ Нассау (штат Нью-Йорк). Топ мест для маленьких латиноамериканцев состоит из Анн-Арбора, Цинциннати, Колорадо-Спрингс,

Форт-Лодердейла и Джексонвилла. А чернокожим рейтинг рекомендует Колорадо-Спрингс, Денвер, Миддлсекс, Нассау, Портленд и Роли.

Теперь рассмотрим наши рейтинги мест, пригодных для проживания семей с детьми (таблица 14.1). Хотя семью можно определять по-разному, вследствие специфики доступных нам данных пришлось ограничиться парами, состоящими в официальном браке, где один из партнеров не старше 64 лет, а вместе с родителями проживают дети младше 18 лет. Помимо базовых факторов (например, преобладания обсуждавшихся ранее факторов численности населения и роста города) мы включили в анализ уровень преступности и соотношение числа учащихся и учителей.

Вашингтон (округ Колумбия), Бостон, Сан-Хосе, Нью-Йорк и Сан-Диего возглавляют наш перечень лучших мест для семей в крупных регионах, а оптимальными вариантами представляются Остин, Миннеаполис, Хьюстон, Атланта и Даллас.

Стэмфорд, Вустер, Покипси, Нью-Йорк, Вентура и Роли — лучшие среди регионов среднего размера. Де-Мойн и Мэдисон выделяются своей оптимальностью.

Манчестер (Нью-Гэмпшир), Трентон, Боулдер, Прово и Норридж возглавляют перечень малых регионов. Фейетвилл (Арканзас), Киллин (Техас) и Грин-Бэй — оптимальные варианты.

Давно пора преодолеть грубый стереотип, согласно которому геи и лесбиянки — одиночки, живущие в шумных городах. Не могу не улыбнуться, вспоминая геев из числа моих коллег и друзей: в большинстве своем они старше, более консервативны и крепче держатся за свои отношения, чем многие мои друзья традиционной ориентации. Мой опыт не уникален.

Тому, кто захочет тем не менее провести различие между обществом геев и традиционными семьями с детьми, придется учесть тот факт, что семьи с детьми — значительный сегмент популяции геев. Более четверти однополых пар (28%) имеют хотя бы одного ребенка в возрасте младше 18 лет, по данным подробного исследования демографа Гэри Гейтса из Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе и Джейсона Оста. Эта цифра



поражает, если вспомнить, что по США в целом лишь в каждой третьей семье есть дети. На каждую тысячу американских семей с детьми приходится 3,5 однополых семьи.

«По мере распространения толерантности жизнь геев чаще протекает в пригородах, в ней становится больше удовлетворения и даже скуки, — возвестил в 2007 году The Economist. — В Сан-Франциско круто, если вы молоды, одиноки и ищете, куда бы сходить на вечеринку. Но когда вы хотите осесть где-нибудь с партнером, привлекательнее пригороды и центр страны. Геи с детьми — а у четверти однополых пар есть дети — стремятся туда по тем же причинам, что и родители-гетеросексуалы: там лучше школы, больше садов, мира и тишины»<sup>12</sup>. По данным Гейтса, однополые пары все еще более склонны жить в городах, чем натуралы, но этот разрыв сокращается. В 1990 году 92% однополых пар жили в местах, которые Бюро переписи называет «городскими кластерами», тогда как для населения США в целом эта доля составляла 77%. К 2000 году эти цифры составили соответственно 84 и 80% — удивительно быстрое сближение!

Итак, рассмотрим наилучшие места для однополых семей с детьми. Хартфорд, Сан-Франциско, Бостон, Нью-Йорк и Балтимор возглавляют перечень больших регионов. Остин, Хьюстон, Миннеаполис, Канзас-Сити — оптимальные варианты. Вустер, Стэмфорд, Портленд (Мэн), Роли и Вентура — лучшие регионы среднего размера, а оптимален Де-Мойн. Манчестер, Трентон, Норидж, Грин-Бэй и Санта-Роза (Калифорния) — лучшие среди малых регионов. Фейетвилл, Киллин и Роанок (Виргиния) оптимальны для геев и лесбиянок.

#### ОТ СТРОЛЛЕРВИЛЛЯ ДО ФЭМИЛИЛЕНДА

Думая о местах, дружественных к семьям, большинство людей представляют себе лесистый уголок в маленьком городе или первоклассный пригород с большими домами и большими дворами. Но семьи живут счастливо в самых разных районах. В 2006 году исследование компании Yankelovich показало, что молодые су-

ТАБЛИЦА 14.1

## ЛУЧШИЕ МЕСТА ДЛЯ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ

ВСЕ ДОМОХОЗЯЙСТВА		
	В ЦЕЛОМ	ОПТИМАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ
Крупные регионы	Вашингтон (округ Колумбия)	Остин
	Бостон	Миннеаполис
	Сан-Хосе (Калифорния)	Хьюстон
	Нью-Йорк	Атланта
	Сан-Диего	Даллас
Регионы средних размеров	Стэмфорд (Коннектикут)	Де-Мойн (Айова)
	Вустер (Массачусетс)	Мэдисон (Висконсин)
	Покипси (Нью-Йорк)	Роли (Северная Каролина)
	Вентура (Калифорния)	Вустер (Массачусетс)
	Роли (Северная Каролина)	Бриджпорт (Коннектикут)
Малые регионы	Манчестер (Нью-Гэмпшир)	Манчестер (Нью-Гэмпшир)
	Трентон (Нью-Джерси)	Фейетвилл (Арканзас)
	Боулдер (Колорадо)	Килин (Техас)
	Прово (Юта)	Боулдер (Колорадо)
	Норидж (Коннектикут)	Грин-Бэй (Висконсин)

ПРИМЕЧАНИЯ. Названия регионов сокращены до названия главного города. Полные названия регионов см. в Приложениях В и Г.

## ГБИ И ЛЕСБИЯНКИ

В ЦЕЛОМ	ОПТИМАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ
Хартфорд (Коннектикут)	Остин
Сан-Франциско	Хьюстон
Бостон	Хартфорд (Коннектикут)
Нью-Йорк	Миннеаполис
Балтимор	Канзас-Сити
Вустер (Массачусетс)	Вустер (Массачусетс)
Стэмфорд (Коннектикут)	Де-Мойн (Айова)
Портленд (Мэн)	Портленд (Мэн)
Роли (Северная Каролина)	Стэмфорд (Коннектикут)
Вентура (Калифорния)	Роли (Северная Каролина)
Манчестер (Нью-Гэмпшир)	Манчестер (Нью-Гэмпшир)
Трентон (Нью-Джерси)	Фейетвилл (Арканзас)
Норидж (Коннектикут)	Грин-Бэй (Висконсин)
Грин-Бэй (Висконсин)	Кишлин (Техас)
Санта-Роза (Калифорния)	Роанок (Виргиния)

ДАННЫЕ: Кевин Столарик. Использованы данные опроса Бюро переписи населения США (2005) и других источников.

пружеские пары с детьми столь же склонны переезжать в городские районы близ даунтауна (51%), как и в малые города (52%) или дальние пригороды (54%). Однако справедливо также, что большинство молодых семей (73%) предпочитают жизни в городе проживание в старых пригородах близ него<sup>13</sup>. Забудьте фильм «Предоставьте это Биверу» — есть немало дружественных к семьям районов (с тупиками и без), о которых стоит думать.

Один из таких вариантов для молодых семей — места, которым я дал собирательное название *строллервилль* (strollerville, от stroller — прогулочная коляска). Это районы, населенные стойкими горожанами — молодыми семьями, которые не устали и не выгорели от городской жизни. Такие есть в каждом городе. Мой брат растит троих детей в Хобокене (Нью-Джерси) — и плотность гуляющих в маленьких парках этого города удивляет меня при каждом визите. То же самое можно сказать о Капитолийском холме в Вашингтоне или о районе Кэббиджтаун в Торонто, где улицы усеяны прогуливающимися взрослыми и детьми.

Или о Сент-Луисе. Когда Марк Оллгейер с женой стал искать там дом для семьи, пара поначалу рассматривала только пригороды. Но дома и сообщества в нескольких районах показались им слишком однообразными, и они обнаружили, что лучше всего им подходит Мейплвуд — старый городской район с не похожими друг на друга зданиями, почтамтом, рестораном, пабами, церковью и бакалейным магазином в двух шагах от дома. Это место казалось каким угодно, только не однообразным. «Вы бы видели ночь Хеллоуина!» — говорит Оллгейер, вспоминая, как дети высыпают на улицу просить угощения.

Районы Нью-Йорка, где раньше отсыпались одинокие люди и даже торговали наркотиками, теперь кишат молодыми матерями и нянями, которые гуляют с детьми. В марте 2007 года Сэм Робертс писал в New York Times: «Манхэттен, воспетый когда-то в сериале „Секс в большом городе“ как место гламурное и по большей части бездетное, стал похож на рафинированную и еще более ванильную версию пригорода 1960-х годов, каким он предстал в сериале „Чудесные годы“»<sup>14</sup>. Робертс указывает,

что с 2000 года число детей в возрасте до 5 лет, проживающих на Манхэттене, выросло почти на треть (32%).

В статье Робертса представлены Дэвид Бернارد и Джоанна Берс, владельцы фирмы, занимающейся консалтингом в менеджменте и маркетинге, которые выросли в пригороде, но теперь живут со своими маленькими близнецами на Пятой авеню. Мистер Бернارد сказал изданию: «Мне нравится идея растить детей в городе, потому что они будут готовы почти ко всему. Город бросает вызов. Он готовит к жизни». Бернارد и Берс отстаивают понимание Нью-Йорка как плавильного котла, несмотря на взрывной рост числа белых детей в последнее время. «Мы недавно побывали в Детском музее, и мне не показалось, что там недостает разнообразия, — говорит миссис Берс и добавляет: — Мы намерены отдать детей в государственную школу № 6. Нью-Йорк — прекрасное место для детей, особенно если их много и на них тратится много средств».

Конечно, у Нью-Йорка немало черт, которые отпугивают семейных людей. Милая квартирка с двумя спальнями на Манхэттене стоит 2 миллиона долларов, а то и больше. А государственная школа № 6 — одна из трех, всего трех школ Верхнего Ист-Сайда, которые нью-йоркская Родительская лига считает приемлемыми.

Однажды мой приятель по университету Марио Батали сказал, что важнейшая привилегия для него как для знаменитого шеф-повара — возможность отдать детей в частную школу. Там полно детей инвестбанкиров и прочих финансистов, но много ли школ, где учатся дети знаменитых поваров?

Но удобным городским строллервиллям недостает спонтанности в том, что касается воспитания детей. Билл Фрухт сообщает, что он с женой никогда не позволяли себе просто выпустить детей на улицу, родителям приходилось идти вместе с ними. Дети никогда не могли спонтанно заглянуть к другу домой и посмотреть, что тот делает, тогда как мы с Биллом поступали так уже года в четыре. Либо Биллу, либо его жене приходилось назначать время для игры, приходиться в гости и болтать с родителями, пока не при-

дет время возвращаться домой. Родителям порой надоедает следить за играми детей — вот одна из причин того, что среди женщин с колясками на улицах строллервиллей много нянь (а также одна из причин дороговизны жилья в таких районах).

И мы еще не говорим о том, как пагубно для развития креативных способностей ребенка то, что он почти все время находится под присмотром. Значительную часть времени в детстве мы с Биллом проводили без взрослых, чего нельзя сказать о теперешних детях. Смешно сказать, но то, как креативный класс растит своих детей, тормозит детскую креативность.

Порой строллервилли снижают уровень разнообразия, которого живущие в них родители добиваются для своих детей. Сейчас белые дети составляют большинство среди детей Манхэттена, где есть и азиаты, и латиноамериканцы, а доход их родителей на 2005 год составлял в среднем 284 208 долларов в год. Для сравнения: средний доход других домохозяйств Манхэттена составлял тогда 66 213 долларов у азиатов, 31 171 доллар у чернокожих семей и 25 467 долларов у латиноамериканцев.

Подобные результаты часто вызывают вопрос: чего ради жить в городе, который по демографической картине напоминает пригороды?

Другой тип района — *этнический анклав*. Это районы, населенные прежде всего иммигрантами, построенные на специфической религиозной, культурной или этнической идентичности. Часто прохожие на их улицах чувствуют себя в чужой стране — бакалейные лавки, рестораны, церкви и магазины сплошь отмечены культурными особенностями. Таких мест много в Торонто, где мы сейчас живем. Теперь этнические анклавы усеивают и улицы пригородов. Особенно популярны они у семей, которые хотят погрузить детей в языковую и бытовую среду своей родной страны. Нередко в таких районах ощущается напряженность, поскольку им приходится бороться за сохранение своего облика в условиях конкуренции с другими стилями жизни; кроме того, они сильно сконцентрированы на семье и рассматривают детей как важнейшее наследие своей культуры.

Моя жена Рана — иорданка и выросла в городе Трой (Мичиган) близ большого анклава выходцев с Ближнего Востока. Окончив магистратуру, она стала директором по связям с общественностью в детройтском зоопарке. Ее двоюродная сестра Суха работает в младших классах государственных школ Детройта, обучая арабских иммигрантов на двух языках.

Однажды весной несколько лет назад сестры повели класс в зоопарк. Несколько недель Суха рассказывала детям о своей младшей кузине. Когда класс пришел в зоопарк, Рана выехала им навстречу на электромобиле, принадлежащем зоопарку, одетая в мини-юбку, на каблуках, распустив длинные волосы.

Когда Суха познакомила ее с учениками, одетыми в паранджи и традиционное арабское платье, те стали хихикать и дразнить учительницу: «Это не может быть твоя кузина!» В их сообществе они не знали никого, кто одевался бы по-американски и был бы похож на американцев.

Аналогично по мере притока молодежи в этнические анклавы этническая составляющая этих районов становится бледнее.

Для родителей, которые хотят пользоваться городскими удобствами, но не хотят жить в тесноте, имеются *богемные пригороды* (boho-burb). Это более старые районы, обычно сформировавшиеся во время грандиозного послевоенного строительства пригородов. Часто они расположены на маршруте трамвая, железной дороги или метро и включают оживленные торговые улицы с кафе, ресторанами, бутиками и магазинами. Среди таких мест Арлингтон и Александрия (Виргиния), Монтклер (Нью-Джерси), Бруклин (Массачусетс), Оук-Парк близ Чикаго и много других. Богемные пригороды расположены недалеко от городов, там есть старинные здания и оживленные места розничной торговли, но им также присущи некоторые проблемы стролервиллей: цены на жилье очень высоки, а детей часто нельзя отпустить на улицу без присмотра.

Другой вариант — *города-заповедники* (preservation-burg). Это места с полуторавековой историей, где вдоль рек и железных дорог стоят огромные викторианские дома, эти пустые оболоч-

ки, покинутые духом индустриального века. Это наиболее аутентичные уголки Америки, их благородные, прочные дома покрыты патиной богатого прошлого. Раньше они были транспортными, промышленными и торговыми центрами, но к середине XX века утратили большую часть своего блеска и живости. Теперь такие места, застроенные крепкими старыми домами, возрождающимися городскими центрами и складскими помещениями, которые можно реконструировать, привлекают молодые семьи, которые любят подлинность и ощущение реальности города. Здесь можно упомянуть нью-йоркские пригороды в долине Гудзона, а также многие города Иллинойса, стоящие по берегам рек. А еще Гросс-Пойнт близ Детройта, Сьюикли близ Питтсбурга и множество своеобразных городов близ Филадельфии, вверх и вниз по течению Саскуэханны. В городах-заповедниках есть чудные старинные дома, но обычно они расположены далеко от центра города и ездить оттуда на работу приходится долго.

Фэмилиленд (family land) — классический выбор для семьи. Там полно матерей, играющих с детьми в футбол, людей, сидящих во двориках (patio men), шумных детей, ухоженных задних дворов и огромных газовых грилей. Там отличные школы и аккуратно подстриженные газоны.

Пегги Дженкинс — фанатка таких районов. Пожив в Бостоне, Вашингтоне и Гонолулу, она решила завести семью в Москву (Айдахо). Она говорит: «Любой другой город этому и в подметки не годится. Представьте себе деревянные дома, реку, травяные луга — вовсе не картофельные поля и никакого Наполеона Динамита. Подумайте об университетах — в Москву расположен Университет Айдахо, а всего в 10 километрах Университет штата Вашингтон». Она прибавляет, что это сообщество предлагает что-то свое каждому. Здесь есть художники, ученые, любители природы, носители прогрессивных ценностей и консерваторы — и все они обогащают сообщество. Кроме того, в Москву встречаются разные классы общества, что все реже можно найти в США. «Дети из трейлера в парке гуляют с детьми из особняка на холме».



Хотя школы в фэмилиленде часто лучше, чем городские государственные школы, таким пригородам не хватает разнообразия. Ездить на работу в город часто трудно, а застройка может выглядеть очень скучно. Школы и церкви служат узлами, вокруг которых концентрируются такие сообщества; большая часть социальной жизни проходит на заднем дворе, в частных клубах либо еще где-то за закрытыми дверями — как следствие тот, кого никуда не приглашают, может никогда не узнать, какие группы вообще существуют в городе. При отсутствии физического центра в городе часто нет и социального центра<sup>15</sup>.

Другие хотят жить еще дальше от города. Они хотят дом и участок побольше и выбирают более традиционные пригороды. Такие люди тяготеют к городам-окраинам — первым популяризатором этого понятия стал Джоэль Гарро<sup>16</sup>. Один из пунктов предложенного им определения — в будни к девяти часам утра население окраинного города увеличивается, то есть больше людей приезжают туда на работу, чем уезжают оттуда, как было бы в традиционном жилом пригороде («спальном районе»). В окраинных городах есть большие моллы и торговые комплексы, которые — на радость одним и к неудовольствию других — играют роль городского центра. Кремниевая долина — классический пример окраинного города с уклоном в технологии. Или Шомберг в Иллинойсе. Тайсонс-Корнер (Виргиния) считается архетипом окраинного города, поскольку он послужил моделью для книги Гарро. Гарро пишет, что окраинные города «настолько разбросаны по стране, что это противоречит их определению».

Многие окраинные города, которые в 1980–1990-х быстро росли, сегодня борются за выживание. В них стало тесно, а моллам не пошло на пользу старение. Перед ними стоит ряд вызовов; прежде всего, им предстоит понять, как трансформироваться в реальные *сообщества*. Как отучить жителей ездить только на машинах? Как уплотнить расселение? Как сделать города более дружелюбными к пешеходам и удобными для массовых перемещений? Как из приложений к торговым центрам превра-

тяться в сообщества, где жизнь, работа, учеба и игра неотделимы друг от друга?

Еще один вариант — *неоурбия* (*newurbia*). Это дитя архитекторов Андре Дюани и Питера Кэлторпа — искусственно распланированный район, призванный казаться старым<sup>17</sup>. Дома стоят близко друг к другу, но их окружает большое озелененное пространство. Обычно такие места ориентированы на пешеходов (въезд автомобилей запрещен) и окружают центр города. Один из самых известных примеров — район Селебрейшн во Флориде на задворках Диснейленда. Но этим новым городским районам может не хватать разнообразия, пусть даже в них есть центры. Сисайд во Флориде — визитная карточка Дюани — стал местом съемок фильма «Шоу Трумана», в котором персонаж Джима Керри не знает, что живет в реальности, сконструированной режиссером, среди ненастоящих друзей и родных, чтобы развлекать зрителей, находящихся вне шоу.

Наконец, есть *дальние пригороды* (*exurbia*). Это кварталы на самой окраине метрополий, которые в последние два десятилетия переживают стремительный рост. Это не сельская местность, но самая дальняя периферия крупнейших мегарегионов. Иногда туда переселяются люди, которым нужен простор, но которые при этом не могут себе позволить жить ближе к центру; другие бегут от шума и суеты большого города. Но по иронии судьбы они скоро обнаруживают, что по-прежнему живут в городе, только теперь проводят в дороге на работу больше полутора часов в один конец.

Каждый из этих типов местных сообществ требует определенных жертв. Строллервилли подкупают удобством, близостью к центру, городским духом и разнообразием, но жизнь там дорогая, а детям трудно жить спонтанно. Фэмилиленды и окраинные города предлагают большие дворы, много места, где могут играть дети, и прекрасные школы, но в них может не хватать этнического и расового разнообразия. Многие жители этих районов или еще более отдаленных пригородов, работающие в центре, вынуждены долго добираться на работу, тогда как психологи

в последнее время считают эти поездки одним из видов деятельности, приносящих наименьшее удовлетворение. Суть в том, что каждый тип сообщества чем-то хорош, но ни один не идеален. Важно обдумать, что нужно именно вашей семье, и выбрать то, что лучше всего подходит вам.

### ПОДОБНОЕ БРАЧУЕТСЯ С ПОДОБНЫМ

Часто говорят, что для успешного брака одной любви недостаточно. Наиболее удачные партнерства основываются также на единстве ценностей, общности бэкграунда и схожих вкусах в быту. В последние 50 лет женщины отвоевали себе право иметь все это, результатом чего стали так называемые эгалитарные браки — пары, где жены столь же образованны, обеспеченны и ориентированы на карьеру, как мужья. В конце 2006 года *New York Times* привлекала внимание к тревожным последствиям этой, казалось бы, прогрессивной тенденции: «Не растет ли число эгалитарных браков за счет того, что общество становится менее эгалитарным?»<sup>18</sup>

Другими словами, хотя партнеры чаще достигают равенства в образовании и доходах, растет разрыв между этими парами и их менее образованными, менее привилегированными соседями, вследствие чего нынешнее социально-экономическое неравенство только крепнет. Мужчины и женщины с высшим образованием сегодня все менее склонны выбирать супругов, у которых уровень образования ниже. Согласно работе социологов Кристин Шварц и Роберта Мера 2005 года, шанс, что выпускник средней школы заключит брак с обладателем диплома о высшем образовании, за период между 1940-ми и 1970-ми годами упал на 43%<sup>19</sup>. Исследователи сообщили журналу *Demography*, что в этом году доля пар с одинаковым уровнем образования достигла максимума за последние 40 лет.

Трудно вменить людям в вину это явление, которое лауреат Нобелевской премии Гэри Беккер назвал биологическим термином «ассортативное спаривание» (*assortative mating*); обычно

под ним понимают склонность особей искать пару среди себе подобных<sup>20</sup>. А в мире, где высококвалифицированные и высокооплачиваемые работники концентрируются в немногочисленных местах, нет ничего удивительного в том, что они вступают в браки друг с другом. Со временем эта все более явная тенденция заключать браки с себе подобными лишь усилит кластеризацию и географическую сортировку классов, надолго закрепив формирующуюся ныне карту социальной, экономической и культурной сегрегации.

Понятно, что тенденция ассортативных браков отражает существующее экономическое неравенство, но недавние исследования показывают также, что этот феномен является движущей силой неравномерного распределения богатства. Исследование экономистов Ракель Фернандес и Ричарда Роджерсона, опубликованное в 2001 году в *Quarterly Journal of Economics*, заканчивается выводом, что все более очевидная сортировка брачных партнеров (при которой люди с высоким доходом вступают в браки с обладателями высокого дохода и наоборот) «заметно усилит неравенство в доходах»<sup>21</sup>. Аналогично, в 2003 году экономист из Брукингского института Гэри Бартлесс обнаружил, что выросшая с 1979 по 1996 год «рассортированность» брачных партнеров увеличила рост экономического неравенства за этот период на 13%. Однако Бартлесс предупреждает, что не стоит преувеличивать значимость этого явления, так как мужчины испокон веков выбирали жен среди представительниц своего класса. Энни Мерфи Пол пишет в *New York Times*, что «теперь, когда женщины, которые могут себе позволить [работать или стремиться в высшие слои общества], учатся в вузах и аспирантуре и получают специальность, экономические последствия ассортативной манеры американцев выбирать себе супругов становятся очевиднее».

За ростом социально-экономического неравенства стоит также растущий разрыв между супружескими парами и одиночками. Недавние исследования показывают, что брачные перспективы богатых и бедных людей все заметнее различаются между собой. Как я отмечал, число браков падает во всех группах обще-

ства независимо от уровня дохода, но люди с высшим образованием и высоким доходом живут в браке значительно лучше, чем пары с низким доходом. В марте 2007 года Washington Post писала, что, «по мере того как брак ради продолжения рода становится скорее исключением, чем правилом, социологи предполагают, что он также становится добровольным делом зажиточных обладателей высшего образования»<sup>22</sup>.

Похоже, что классовая принадлежность — лучший индикатор того, брак или сожительство выберет американец, возможно, потому, что брак — очень дорогое дело. Так рассуждает Памела Смок, профессор социологии из Мичиганского университета<sup>23</sup>. Это верно не только в отношении небогатых горожан, но в равной мере в отношении жителей пригородов и сельской местности.

С учетом нехитрого эффекта капитализации результат становится совсем предсказуемым: семьи с высоким образованием имеют два источника растущих доходов, а люди победнее и с меньшими возможностями — один или ни одного. Во всем — от обстоятельств их первой встречи до их пути к успеху в обществе — видна неразрывная связь с нашим все более пиковым миром; таким образом, семья подвержена той же сортировке, что и другие аспекты социальной жизни, — подобное кластеризуется с пободным.

В то же время все труднее дифференцировать разные типы семей. Пока добровольцы на войне культур рассуждают о том, как «яппи, софисто и геи» разрушают традиционные «семейные ценности», факты говорят, что лучшие места для традиционных семей часто являются наиболее подходящими и для семей с однополыми родителями. Возможно, недостаточно просто думать о том, где вы собираетесь растить своих детей, — возможно, пора переосмыслить сами семейные ценности.

## 15. КОГДА ДЕТИ УЕХАЛИ

2 января 2005 года Маргарет Пейн кое-что поняла. Прогуливаясь у сияющей водной глади в Такоме, Вашингтон, она проходила мимо музея, полного невероятных стеклянных творений Дейла Чихули, и сказала своей взрослой дочери: «Я хочу жить здесь». Вскоре она уже подписывала договор об аренде лофта площадью 56 квадратных метров, однако перед этим, конечно, взяла паузу на размышление: как-никак, ей предстояло бросить свой старый дом, ферму и сад площадью около половины гектара в Гиг-Харборе, Вашингтон.

Теперь она говорит: «Этот переезд — одно из лучших решений в моей жизни. Он изменил мою жизнь!» Поначалу ее поразили виды города — чередование подновленных старых зданий и промышленных комплексов, вода в действующем порту Такомы, — ее и по сей день восхищает энергия этого места. Она завела много новых друзей, и, поскольку ей нет необходимости ездить на работу, у нее остается время для других дел — например, для волонтерства в Комиссии по делам искусства Такомы и во Дворце мира. На деньги от продажи своего старого дома она даже купила небольшую парусную лодку.

Когда мы с женой жили в Вашингтоне (округ Колумбия), среди наших соседей было много тех, кто уже осознал, что «гнездо опустело», или был близок к этому. Летом по субботам и воскресеньям, когда мы собирались у районного пруда, я неизбежно слышал разговоры двух типов.

Во-первых, дети наших соседей — старшим было лет двадцать пять, они приезжали навестить родных — бурно обсуждали плюсы и минусы тех мест, где жили, и тех, куда собирались отправиться.

Во-вторых, родители, чьи дети покинули дом или собирались это сделать, говорили о том, чтобы продать свои большие дома и перебраться куда-нибудь.

Но куда? Одни хотели в Джорджтаун, до которого было аж почти 5 километров, там они могли бы ходить пешком по магазинам и ресторанам. Те, кто подумывал уехать за пределы округа Колумбия, хотели найти аналогичное сообщество в густонаселенном, аутентичном городском центре. Я ни разу не слышал, чтобы кто-то упоминал Флориду, Аризону и другие места, которые традиционно отождествляются с сообществами пенсионеров, — разве что с презрением.

Третий большой переезд в нашей жизни происходит обычно тогда, когда из дома уезжают дети. Многие обитатели «пустого гнезда» и пенсионеры рассматривают близлежащие районы, но у многих выбор шире. Хотя среди американцев в возрасте старше 65 лет переезжает меньше людей, чем среди более молодых, они склонны к самым дальним переездам: 37,3% лиц пенсионного возраста уезжают дальше чем за 800 километров, тогда как, например, в возрастной группе от 45 до 54 лет эта доля составляет 25,6%.

Предпочтения этой возрастной группы в выборе места жительства приобретают еще большее значение по мере того, как разменивают седьмой десяток дети поколения беби-бума, родившиеся в 1946–1964 годах<sup>1</sup>. Совокупная доля лиц старше 65 лет среди населения США, которая в 1900 году была меньше 5%, на 2000 год составляла 12,4%, а к 2025-му прогнозируется ее рост до 18,4%.

Если только история может хоть чему-то учить, следует считать, что воздействие беби-бума превзойдет все ожидания. Гиджет, Вудсток, Кремниевая долина, индивидуальные пенсионные планы — беби-бумеры переопределяли стиль жизни, стиль потребления и ценности для каждой стадии своей жизни. Паттерны расселения — не исключение. Беби-бумеры подстегнули джентрификацию городских районов в конце 1970-х — начале 1980-х и возрождение внутренних пригородов в конце 1990-х —

2000-х годах. Старая, они почти наверняка переопределят привычное нам сообщество пенсионеров. Стареющая часть населения страны более богата, обладает более высоким образованием и ведет более активный образ жизни, чем любое предыдущее поколение, — эти выходцы из «пустых гнезд» проживут свои пенсионные годы совсем по-новому. А поскольку их много и у них накоплен значительный капитал, выбор ими места жительства окажет небывалое воздействие на то, какой выбор откроется молодым поколениям.

Но хотя это поколение в целом зажиточное, не все беби-бумеры будут жить хорошо. Согласно крупному исследованию Уильяма Фрея и Росса Девоя, в течение нескольких десятилетний рост числа «пожилых яппи» — женатых, здоровых, с накоплениями, ведущих более активную жизнь и имеющих возможность выбирать где жить — будет идти параллельно росту другой группы — «нуждающихся пожилых людей», особенно вдов в возрасте старше 75 лет, которые сильно зависят от родственников и социальных институтов<sup>2</sup>.

#### ПО ТУ СТОРОНУ ДЕРЕВЕНСКОГО ПОКОЯ

Куда же направятся стареющие беби-бумеры? По мнению Фрея и Девоя, у них намного больше вариантов, чем у предыдущих поколений. Флорида и Аризона больше не считаются наилучшими местами для пенсионеров. Заметное место в результатах их анализа занимает Лас-Вегас: его выдвижение в качестве пристанища пенсионеров — одно из направлений его всестороннего роста. Миртл-Бич (Южная Каролина), Уилмингтон (Северная Каролина) и Лас-Крусес (Нью-Мексико) возглавляют перечень, а также Остин, Атланта, Роли, Денвер, Вашингтон и Хьюстон. Городские центры тоже обращают на себя внимание. Составленный Фреем список городов с наибольшим числом беби-бумеров на одного ребенка выглядит так: Сан-Франциско (2,48), Сиэтл (2,01), Портленд в штате Орегон (1,48), Вашингтон в округе Колумбия (1,42), Лексингтон в Кентукки (1,37), Нэшвилл (1,33),



Питтсбург (1,32), Бостон (1,29), Денвер (1,29), Миннеаполис (1,27), Майами (1,27), Атланта (1,23) и Остин (1,22).

Американская ассоциация пенсионеров (AARP) регулярно публикует свой собственный список мест, подходящих, чтобы начать жизнь заново. Этот список составляется на основании данных о доступности работы и жилья, культурно-развлекательных возможностей, возможностей для отдыха на свежем воздухе, безопасности, близости университетов и других образовательных учреждений, здравоохранения, а также на основе других данных. Топ этого рейтинга возглавляют Лавленд и Форт-Коллинс (Колорадо), Беллингем и Спокан (Вашингтон), Роли и Эшвилл (Северная Каролина), Сарасота и Гейнсвилл (Флорида), Фейетвилл (Арканзас), Чарлстон (Южная Каролина), Сан-Диего (Калифорния), Сан-Антонио (Техас), Санта-Фе (Нью-Мексико), Айова-Сити (Айова), Портсмут (Нью-Гэмпшир) и Ашленд (Орегон).

Большинству людей выход на пенсию кажется важнейшим поворотом в этой жизненной стадии, но, по крайней мере, если говорить о выборе места жительства, не менее важное событие — отъезд детей из дома. Я разделил эту демографическую группу на две четко очерченные фракции — обитателей «пустого гнезда» (от 45 до 64 лет) и пенсионеров (старше 65 лет). Теперь давайте посмотрим на рейтинги.

Сан-Франциско, Сиэтл, Бостон, Миннеаполис и Хартфорд возглавляют список крупных регионов, подходящих для родителей, от которых отселились дети. Стэмфорд, Портленд (Мэн), Мэдисон, Гонолулу и Рочестер (Нью-Йорк) — лучшие из регионов среднего размера, а Омаха выделяется как оптимальный вариант. Боулдер и Форт-Коллинс (Колорадо), Трентон, Санта-Роза и Норидж лидируют среди малых регионов. Чарлстон (Западная Виргиния), Хантсвилл (Алабама) и Манчестер (Нью-Гэмпшир) — оптимальные варианты.

Перейдем к пенсионерам в возрасте от 65 лет. Сан-Франциско, Нью-Йорк, Бостон, Сан-Хосе и Майами возглавляют наш перечень больших регионов. Но оптимальные варианты — Питтсбург

ТАБЛИЦА 15.1.

## ЛУЧШИЕ МЕСТА ДЛЯ ОБИТАТЕЛЕЙ «ПУСТОГО ГНЕЗДА»

ВСЕ ДОМОХОЗЯЙСТВА		
	В ЦЕЛОМ	ОПТИМАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ
Крупные регионы	Сан-Франциско	Миннеаполис
	Сиэтл	Сиэтл
	Бостон	Сан-Франциско
	Миннеаполис	Хартфорд (Коннектикут)
	Хартфорд (Коннектикут)	Бостон
Регионы средних размеров	Стэмфорд (Коннектикут)	Мэдисон (Висконсин)
	Портленд (Мэн)	Портленд (Мэн)
	Мэдисон (Висконсин)	Стэмфорд (Коннектикут)
	Гонолулу (Гавайи)	Рочестер (Нью-Йорк)
	Рочестер (Нью-Йорк)	Омаха (Небраска)
Малые регионы	Боулдер (Колорадо)	Боулдер (Колорадо)
	Трентон (Нью-Джерси)	Чарлстон (Западная Виргиния)
	Форт-Коллинс (Колорадо)	Хантсвилл (Алабама)
	Санта-Роза (Калифорния)	Форт-Коллинс (Колорадо)
	Норидж (Коннектикут)	Манчестер (Нью-Гэмпшир)

ПРИМЕЧАНИЯ. Названия регионов сокращены до названия главного города. Полные названия регионов см. в Приложениях В и Г.

## ГВИ И ЛЕСБИЯНКИ

В ЦЕЛОМ	ОПТИМАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ
Сан-Диего	Миннеаполис
Сан-Хосе (Калифорния)	Остин
Хартфорд (Коннектикут)	Сан-Хосе (Калифорния)
Балтимор	Хартфорд (Коннектикут)
Бостон	Сан-Диего
Стэмфорд (Коннектикут)	Портленд (Мэн)
Портленд (Мэн)	Стэмфорд (Коннектикут)
Гонолулу (Гавайи)	Де-Мойн (Айова)
Вустер (Массачусетс)	Мэдисон (Висконсин)
Рочестер (Нью-Йорк)	Тоledo (Огайо)
Трентон (Нью-Джерси)	Грин-Бэй (Висконсин)
Норидж Коннектикут)	Уинстон-Сейлем (Северная Каролина)
Санта-Роза (Калифорния)	Манчестер (Нью-Гэмпшир)
Манчестер (Нью-Гэмпшир)	Чарлстон (Западная Виргиния)
Форт-Коллинс (Колорадо)	Трентон (Нью-Джерси)

ДАННЫЕ: Кевин Столарик; использованы данные опроса Бюро переписи населения США (2005) и других источников.

и Тампа. Стэмфорд, Гонолулу, Вентура (Калифорния), Палм-Бэй и Сарасота (Флорида) получили наивысшие оценки для регионов среднего размера. Гаррисберг и Аллентаун (Пенсильвания), Портленд (Мэн) и Кейп-Корал (Флорида) — оптимальные варианты. Санта-Барбара и Санта-Роза (Калифорния), Трентон (Нью-Джерси), Порт-Сент-Люси и Нейплс (Флорида) возглавляют перечень малых регионов. Пенсакола (Флорида), Роанок (Виргиния) и Эри (Пенсильвания) оказались оптимальными.

Среди тех, кто остается в «пустом гнезде», все больше геев и лесбиянок. По данным исследования Гэри Гейтса, больше 1/10 гомосексуалистов (11%) уже старше 64 лет. Идя навстречу их потребностям, в Голливуде (Калифорния) в марте 2007 года открыли один из первых комплексов, где дешевое жилье сдается преимущественно геям, лесбиянкам и трансгендерам: там есть 104 квартиры, бассейн, открытый двор, спортивный зал и все удобства. Согласно сообщению Reuters об открытии этого комплекса, он предоставляет уход пожилым геям, которые «сталкиваются с предрассудками и отсутствием системы семейной поддержки, которыми пользуются их гетеросексуальные сверстники» и «вынуждены скрывать свою сексуальную ориентацию после того, как, прожив открыто многие годы, перебираются в дома престарелых»<sup>3</sup>. По мнению Гейтса, в число регионов с наибольшей концентрацией геев и лесбиянок в возрасте от 65 лет входят Санта-Роза, Сан-Франциско, Санта-Крус, Риверсайд (Калифорния), Барнстейбл (Массачусетс) на мысе Кейп-Код, Форт-Лодердейл (Флорида), Берлингтон (Вермонт), Голдсборо (Северная Каролина) и город Нью-Йорк.

Наши рейтинги наилучших мест для гомосексуальных обитателей «пустого гнезда» и пенсионеров учитывают их нынешнее расселение, а также принимают во внимание те же самые факторы удобств и стоимости, которые существенны для гетеросексуальных семей. Сан-Диего, Сан-Хосе, Хартфорд, Балтимор и Бостон — вот верхушка списка регионов для геев и лесбиянок, от которых отселились дети. Миннеаполис и Остин — оптимальные варианты. Стэмфорд, Портленд (Мэн), Гонолулу,

Вустер и Рочестер возглавляют перечень регионов среднего размера. Де-Мойн, Мэдисон и Толедо оптимальны. Среди малых регионов выделяются Трентон, Норидж, Санта-Роза, Манчестер и Форт-Коллинс. Здесь оптимальны Грин-Бэй, Уинстон — Сейлем и Чарлстон (Западная Виргиния).

Перейдем к гомосексуалистам на пенсии. Среди крупных регионов лидируют Сан-Диего, Сан-Франциско, Бостон, Нью-Йорк и Лос-Анджелес. Орlando, Сиэтл и Тампа — оптимальные варианты. Стэмфорд, Вустер, Гонолулу, Портленд (Мэн) и Чарлстон (Южная Каролина) возглавляют группу регионов среднего размера, а Палм-Бэй (Флорида) оказывается оптимальным выбором. Санта-Роза, Трентон, Манчестер (Нью-Гэмпшир), Норидж и Порт-Сент-Люси возглавляют набор малых регионов. Оптимальны здесь Киллин и Пенсакола.

#### ПОКОЛЕНИЕ БЕЗ ВОЗРАСТА

«Когда речь заходит о выборе места для жизни, сегодняшние пенсионеры ищут что-то совсем иное», — писал *Wall Street Journal* в октябре 2006 года<sup>4</sup>. Хотя климат и возможность проводить досуг сохраняют свою важность, пенсионеры ищут местное сообщество, «где они смогут быстро завести друзей и связи, будь то маленький городок или квартал большого города, удобный для пеших прогулок». Кроме того, пенсионеры хотят жить в таком месте, где можно заниматься любимым делом, освоить новый вид спорта или находиться поближе к внукам. Это может быть новый городской многофункциональный проект, маленький городок или центр большого города. В наши дни у обитателей «пустого гнезда» и пенсионеров есть большой выбор. Освободившись от стрессов работы на полный день и родительских обязанностей (также на полный день), некоторые из них даже обнаруживают у себя достаточно гибкости и средств, чтобы разделить свое время между несколькими местами.

Посвятив много лет воспитанию детей и уходу за большими домами, все больше представителей этой демографической груп-

ТАБЛИЦА 15.2

## ЛУЧШИЕ МЕСТА ДЛЯ ПЕНСИОНЕРОВ (СТАРШЕ 65 ЛЕТ)

## ВСЕ ДОМОХОЗЯЙСТВА

	В ЦЕЛОМ	ОПТИМАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ
Крупные регионы	Сан-Франциско	Питтсбург
	Нью-Йорк	Тампа
	Бостон	Нью-Йорк
	Сан-Хосе (Калифорния)	Сан-Франциско
	Майами	Майами
Регионы средних размеров	Стэмфорд (Коннектикут)	Палм-Бэй (Флорида)
	Палм-Бэй (Флорида)	Гаррисберг (Пенсильвания)
	Гонолулу (Гавайи)	Портленд (Мэн)
	Вентура (Калифорния)	Аллентаун (Пенсильвания)
	Сарасота (Флорида)	Кейп-Корал (Флорида)
Малые регионы	Санта-Барбара (Калифорния)	Пенсакола (Флорида)
	Трентон (Нью-Джерси)	Порт-Сент-Люси (Флорида)
	Санта-Роза (Калифорния)	Нейплс (Флорида)
	Порт-Сент-Люси (Флорида)	Роанок (Виргиния)
	Нейплс (Флорида)	Эри (Пенсильвания)

ПРИМЕЧАНИЕ. Названия регионов сокращены до названия главного города. Полные названия регионов см. в Приложениях В и Г.

# ГЕИ И ЛЕСБИЯНКИ

В ЦЕЛОМ	ОПТИМАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ
Сан-Диего	Сан-Диего
Сан-Франциско	Сан-Франциско
Бостон	Орландо (Флорида)
Нью-Йорк	Сиэтл
Лос-Анджелес	Тампа
Стэмфорд (Коннектикут)	Портленд (Мэн)
Вустер (Массачусетс)	Стэмфорд (Коннектикут)
Гонолулу (Гавайи)	Вустер (Массачусетс)
Портланд (Мэн)	Палм-Бэй (Флорида)
Чарлстон (Южная Каролина)	Гонолулу (Гавайи)
Санта-Роза (Калифорния)	Манчестер (Нью-Гэмпшир)
Трентон (Нью-Джерси)	Киллин (Техас)
Манчестер (Нью-Гэмпшир)	Пенсакола (Флорида)
Норидж (Коннектикут)	Санта-Роза (Калифорния)
Порт-Сент-Люси (Флорида)	Порт-Сент-Люси (Флорида)

ДАННЫЕ: Кевин Столарик, использованы данные опроса Бюро переписи населения США (2005) и других источников.

пы заинтересованы в «даунсайзинге» и в возвращении к шуму и живости городских районов. «Мы не хотим навсегда оставаться рабами своих домов», — сказал по этому поводу один из моих бывших соседей в округе Колумбия. Многих обитателей «пустых гнезд» притягивают те же сообщества, которые привлекают молодых профессионалов и представителей гей-сообщества. Одна из причин очевидна: у них всех нет детей. Другая — некое общее тяготение к городским удобствам, где все близко к дому.

Все больше представителей этой группы вновь стали одиночки, и, присоединяясь к сообществам, где можно завести друзей и познакомиться с другими одинокими людьми, они могут образовывать свой вариант «городского племени» подобно людям средних лет.

Как писала в мае 2007 года газета Washington Post, коридор Росслин–Болстон в Арлингтоне (Виргиния) привлек тысячи людей предпенсионного возраста, которые хотят начать все заново<sup>5</sup>. Рэй Тененхольц встретил здесь новую подругу, Ким Слейд (обойм по 63 года), когда развелся с женой после более чем 35 лет совместной жизни и переехал в Арлингтон. «Людьми вроде нас, которые развелись или овдовели или у которых выросли дети, нужно жить в обществе и заводить новых друзей», — сказал он газете.

Конфликты, возникающие между живущими в одном и том же месте молодыми холостяками и хозяевами «пустого гнезда», стали темой очерка в майском номере Wall Street Journal за 2007 год, уместно озаглавленного «Зверинец встречает пустое гнездо»<sup>6</sup>. В очерке прослеживалась все более мощная тенденция, заметная во всех уголках США, — проекты кондоминиумов, которые изначально должны были привлекать людей 20–30 лет, стали интересовать более пожилых американцев.

В очерке также говорилось о возможном напряжении между этими двумя группами. Джулия Ламмел, специалист по речевым патологиям, разменявшая шестой десяток, назвала окрестности бассейна в своем нэшвилльском доме «зверинцем». «Раз я пошла к бассейну, но ребята лет двадцати заполонили все места, и я подумала: „Ну, не сегодня“». Она смогла организовать группу ак-



тивных пожилых людей, которые захватили места в управляющем совете кондоминиума. Вот одна из сторон проблемы: молодежь недовольна тем, что ей кажется стариковским занудством и «фермерским распорядком дня», не говоря уже об изменении цен на жилье в, казалось бы, чисто хипстерских районах под воздействием интереса со стороны пожилых клиентов.

Все чаще обитатели «пустого гнезда» выбирают университетские города, поскольку там есть отличная медицина, приятная среда и разнообразие сообществ, стимулирующее интеллектуальную жизнь. В наши списки попали Мэдисон, Боулдер и Форт-Коллинс. Согласно работе Фрея и Деволя, существенно прибавилось пожилого населения в Берлингтоне (где расположен Вермонтский университет), Блумингтоне (Индианский университет), Стейт-Колледже (Государственный университет штата Пенсильвания) и Ист-Лансинге (Мичиганский государственный университет). Эти исследователи также приписывают наплыв жителей в возрасте между 45 и 64 годами в Миннеаполис и Колумбус (Огайо) наличию в этих городах крупных университетов.

Конечно, не все люди в этом возрасте пускаются на поиск приключений. Многие предпочитают жизнь попроще на лоне природы. Проработав 30 лет в сфере коммуникаций, Донна со своим мужем Джином переехала из Каламазу в деревенский округ Аллеган (Мичиган). Они хотели вести спокойную жизнь на природе и смогли купить ферму в 2 гектара, где выращивают органические овощи и держат кур, которые несут органические яйца. Джин, кузнец-любитель, получил шанс построить свою собственную кузницу. Они научились сами делать бумагу ручной работы, и теперь Донна создает из нее произведения искусства, она даже открыла собственную студию White Oak Studio & Gallery. Переезд в округ Аллеган также позволил паре вступить в артель ремесленников Blue Coast Artists, которая продает свои поделки людям, приезжающим провести в Аллегане лето или погулять на каникулах, или тем, кто купил здесь второй дом.

Для многих обитателей «пустого гнезда» и пенсионеров ключевым фактором в выборе места жительства, как и во всем, что

они делают, является близость к детям и внукам. Хотя порой дети возвращаются домой, получив высшее образование или узнав, что родители заболели, все чаще родители сами перебираются к детям, особенно те, у кого есть деньги. Одни переезжают полностью и бесповоротно, других устраивает небольшой второй дом поближе к молодым. Нередко родители поддерживают детей материально или помогают их семьям. Подчас родители из поколения беби-бума хотят разделить удовольствия от новой жизни, которую ведут их дети в оживленном большом городе, — идея, к которой у детей может быть двойное отношение!

А если переезжает вся семья? Именно так поступили Том Хуг и его домочадцы. Когда Хуг ушел на пенсию с поста СЕО в нью-йоркской компании Hill & Knolton, он задумался о том, куда им с женой перебраться. Они посоветовались с тремя взрослыми детьми. Один сын жил в Колорадо, откуда семья переехала в Нью-Йорк, другой в Виргинии, а дочь в Техасе.

Хуг говорит, что, когда все было проговорено, стало ясно, что «есть смысл воссоединить всю семью в одном месте». Было выбрано место в Скалистых горах близ Денвера, почти там же, где семья жила, пока росли дети, и был выстроен новый дом в шести кварталах от старого. Один из сыновей, Майкл, построил там дом для себя, дочь Мишель и ее семья приехали из Техаса, а второй сын, Марк, тоже не заставил себя ждать. Хуг говорит, что, так как все его внуки примерно одного возраста, «они играют в одних и тех же командах детской лиги, девочки вместе ходят в танцевальные кружки, и все очень дружны между собой».

Что бы ни делали беби-бумеры, общество к ним прислушивается и подыгрывает им<sup>7</sup>. Куда бы они ни направлялись, повсюду возникают новые виды сообществ и растут цены. Не случайно два предыдущих больших переезда в жизненном цикле поколения беби-бума, в 1970-х и 1980-х годах, совпали с крупными всплесками активности на рынке недвижимости. Там, где укореняются беби-бумеры, исчезают скидки, мясной магазинчик сменяется паназиазиатским фьюжен-рестораном, а на месте магазина скобяных товаров возникает элитная компания, занимающаяся

перепланировкой. Вскоре приходится осознать, что аутентичность уступила место чему-то прямо противоположному. Люди, жившие ранее в этих сообществах, чувствуют себя так, будто в их города вторглись носители чуждой культуры, хотя некоторым удается выгодно продать свои дома.

Недавно оформившееся среди беби-бумеров движение возвращения в города уже изменило динамику целых районов — теперь новые поколения с трудом могут купить себе жилье в городе и вынуждены селиться на окраинах или в пригородах. Иногда, если я верно задаю вопрос, мои студенты и младшие сотрудники рассказывают мне, как их раздражает то, что сделали беби-бумеры: мало того, что они навязывают молодежи *«эту свою музыку»*, они захватили целые районы города и взвинтили там цены.

Быть может, мы сеем семена конфликта поколений из-за места жительства и сообщества? Время покажет.

## 16. НАЙДИТЕ СЕБЕ МЕСТО

Когда я впервые объявил, что хочу написать книгу, которая могла бы действительно помочь людям в выборе наилучшего места для жизни, многие мои коллеги беспокоились. Они говорили: «Ты серьезный ученый. Академики не пишут книг из серии „Сделай сам“». Впрочем, некоторые пишут. Ведущие психологи, вроде Мартина Селигмана, много писали о том, как сделать свою жизнь лучше, осознавая пределы своих возможностей. Десятки ведущих исследователей в области медицины и клиницистов писали полезные книги, делясь своими взглядами на самые разные предметы — от того, как сбросить вес, до общих вопросов управления здоровьем.

После более чем двадцатилетних исследований роли места жительства я надеялся, что и я смогу сообщить людям какую-то информацию, которой они смогут воспользоваться. Я воодушевился, когда мой редактор предложил, как обычно, мудрое решение: «Если ты правда хочешь давать советы, это право нужно заслужить. Чтобы его заслужить, нужно написать серьезную, увлекательную и убедительную книгу». Если вы дочитали до этого места, надеюсь, вы считаете, что я заслужил право советовать.

Надеюсь, теперь вы согласны, что сегодня место еще важнее, чем когда-либо. Несмотря на все пророчества о том, как новые технологии (автомобиль, мобильный телефон и, конечно, интернет) освободят нас от уз места, позволят работать откуда угодно и жить где угодно, местоположение остается ключевым фактором глобальной экономики.

Если посмотреть, где в мире наблюдаются инновации и экономическая активность, обнаруживается, что значимы здесь

всего два-три десятка мест. Какие бы показатели для измерения экономического роста прошлого, настоящего или будущего мы бы ни выбрали — численность населения, уровень экономической активности, объем инноваций, присутствие талантливых ученых, — эти мегарегионы на голову выше своих соседей. И за всеми этими трендами стоят великая мощь эффекта кластеризации — склонность креативных людей искать и пополнять собой группы со схожим мышлением — и самовоспроизводящееся экономическое неравенство, которое проистекает из этой тенденции. Но место важно не только для глобальной экономики. Оно важно и для вашей жизни.

Я начал эту книгу, констатируя, что большинство людей уделяют огромное внимание двум ключевым вопросам: чем зарабатывать на жизнь и кого сделать своим жизненным партнером. Какую бы карьеру мы ни выбрали, мы все время от времени принимаем трудные решения насчет того, где работать и как лучше всего профессионально развиваться. Некоторые тратят еще больше времени на то, чтобы убедиться, что выбрали правильного человека для совместной жизни и создания семьи.

Но немногие уделяют достаточно времени размышлению над третьим вопросом — над вопросом, где жить. Во время исследований, результатом которых стала эта книга, я понял, что этот третий вопрос по меньшей мере столь же важен, как и два первых.

Как мы уже видели, место, где мы живем, все теснее связано с тем, какие виды работы нам доступны. Во многих специальностях рабочие места приобрели географическую специализацию, сконцентрировавшись в определенных населенных пунктах. Для людей важнее всего не неограниченные карьерные возможности и не безбрежный рынок вакансий, а достаточное число надежных вариантов, которое дает возможность выбора и гибкой карьеры.

Место, где мы живем, может определять и другие аспекты нашей экономической стабильности. Рассмотрим покупку дома — единственное крупное финансовое вложение, которое большинству из нас доводится делать в жизни. Производитель-

ность рынков недвижимости, рост и удорожание стоимости жилья сильно различаются в разных местах. Это не значит, что место жительства следует выбирать исключительно на основе возможного дохода от продажи дома, — все равно что вступать в брак ради денег. Но пока покупка дома остается одним из крупнейших вложений в нашей жизни, лучше знать, какова ситуация на разных рынках.

Помимо финансового положения и профессионального пути, выбор места жительства может во многом повлиять на то, насколько счастлив будет человек в личной жизни. От места, где мы живем, может зависеть то, кого мы встретим, как встретим, и возможности проводить время с друзьями и любимыми.

Быть может, еще важнее, что место жительства может влиять на то, насколько счастлив человек сам по себе. Помимо экономической и культурной специализации, сила кластеризации привела к географической концентрации разных типов личности. Разные места подходят разным людям. Человек, который на Манхэттене как рыба в воде, может чувствовать себя плохо в Бойсе (Айдахо), и наоборот. На верхней строчке списка дел у каждого человека должно быть написано: «Понять, какое место мне лучше всего подходит».

Итак, при выборе места для жизни важно учесть пять ключевых факторов.

Во-первых, следует подумать о том, как место, где вы поселитесь, повлияет на ваши рабочие и карьерные перспективы. Как мы видели, многие виды деятельности кластеризуются и концентрируются в отдельных местах. Прежде чем вы где-то поселитесь, очень важно посмотреть внимательно, как это место сочетается с вашими краткосрочными и долгосрочными карьерными целями.

Во-вторых, критически важно понимать, насколько вам нужно иметь поблизости родных и близких друзей и от чего вам придется отказаться при дальнем переезде. В главе 5 обсуждалась одна работа, в которой говорится, что расставание с близкими друзьями стоит по меньшей мере шестизначной суммы денеж-

ной компенсации. Независимо от того, верите ли вы этой цифре, она помогает сосредоточиться на вопросе о том, как повлияет ваш выбор места жительства на отношения с семьей и друзьями.

В-третьих, нужно честно сказать себе, какого рода место подойдет вашим привычкам. Одни любят шум и суету большого города, другие — простую жизнь в пригородах, третьи хотят быть частью природы и видеть вокруг ее красоту. Какие хобби, виды деятельности и жизненные интересы приносят вам подлинную радость? Я велосипедист, и я не стал бы думать о переезде туда, где кататься по дорогам неприятно. Если вы любите лыжи, вам, возможно, хочется жить поближе к заснеженным горам. Если вы любите серфинг, плавание под парусом или просто прогулки по пляжу, вам захочется жить рядом с красивым побережьем.

В-четвертых, важно тщательно обдумать соответствие места, где вы собираетесь жить, свойствам вашей личности. Если вы любите новые впечатления, вам понравится в месте, полном новых стимулов. Экстраверту захочется, чтобы вокруг было много людей, с которыми легко познакомиться и подружиться. Человеку добросовестному — чтобы рядом были люди, которые серьезно относятся к работе и уважают свои обязательства.

Наконец, в-пятых, вам следует убедиться, что выбранное вами место подходит вашей жизненной фазе. Человек холостой захочет жить там, где удобно заводить друзей и ходить на свидания. Семье с детьми нужно безопасное сообщество с хорошими школами. Жильцы «пустого гнезда» хотят перебраться куда-нибудь не очень далеко от детей, где можно предаваться своим любимым хобби.

Главное, не забывайте о неизбежных жертвах и компромиссах. Очень важно понимать, насколько важен для вас каждый из этих пяти пунктов, когда вы сужаете список рассматриваемых мест и делаете окончательный выбор.

Найти место, которое наилучшим образом подходит нам, не так-то просто — все подлинно важное в этой жизни непросто, — но сделать это можно. Чтобы помочь вам лучше оценить свои приоритеты и возможности выбора, я описал общую кар-

тину и некоторые инструменты, а также составил план из десяти шагов, который поможет вам сузить пространство для выбора и принять решение.

### ШАГ ПЕРВЫЙ: УТОЧНИТЕ СВОИ ПРИОРИТЕТЫ

Если спросить у людей, что для них важнее всего в партнере или в работе, велика вероятность услышать заготовленный и отрепетированный ответ. Отношения человека с местом столь же интимны, и не следует ими пренебрегать, недооценивать или принимать их как должное. Осознать свои приоритеты — первый и самый главный шаг в принятии решения, где жить.

Поймите, что действительно важно для вас, задав себе несколько основных вопросов о месте, где вы живете или где можете захотеть жить:

- Что нравится вам больше всего и меньше всего там, где вы живете сейчас?
- Где находятся места, в которых вам больше всего хотелось бы жить? Если место, где вы живете сейчас, не входит в этот список, заметьте этот факт.
- Важно ли для вас найти работу в определенной области или вы обдумываете смену вида деятельности?
- На какой стадии жизни вы находитесь и как она вписывается в ваши ожидания?
- Что важнее всего для вас прямо сейчас? Работа? Поиск партнера? Природная среда? Семья?
- Насколько важны для вас природная среда и отдых на свежем воздухе?
- Насколько важны для вас климат и погода?
- Насколько значимы для вас возможности культурного досуга — доступ к искусству, кинотеатрам, театрам и музыке?
- Любите ли вы новые впечатления? Нужно ли



вам, чтобы рядом были другие люди, или вы любите уединение?

- Вы предпочитаете шум и гам большого города, уютный пригород или деревенскую местность? Вы любите быть в центре событий или держаться подальше от безумия?

- Что заставит вас принять решение о переезде?

Что заставит вас отказаться от мысли о переезде?

Возьмите ручку и бумагу и запишите свои предпочтения по этим пунктам, а также по всем ключевым вопросам вашей жизни. Не думайте, что какой-то из вопросов слишком трудный, а какой-то — тривиальный. Рассматривайте их все.

## ШАГ ВТОРОЙ: СОСТАВЬТЕ ШОРТ-ЛИСТ

Большинство людей откроют для себя много нового, если только поразмыслят над этими вопросами хоть немного. Но мы с моей командой разработали ряд базовых инструментов, способных помочь вам определить те крупные метрополии, которые могут вам подойти.

Чтобы сократить список мест, воспользуйтесь «калькуляторами места», которые мы разместили на сайте [whosyourcity.com](http://whosyourcity.com) (можете также перейти по ссылке с сайта [creativeclass.com](http://creativeclass.com)). Среди них мне очень нравится сайт Берта Сперлинга Find Your Own Best Place<sup>1</sup>. Составьте с помощью этих калькуляторов перечень из 5–10 мест (то есть крупных метрополий), которые могут вам подойти. Не огорчайтесь, если калькулятор не сможет подобрать идеальный вариант. Я перепробовал очень многие из них, когда готовил эту книгу, и порой они выдавали места, которые не кажутся подходящими для меня. Если с вами получится так же, попробуйте еще раз, внимательно следя за своими ответами. Если сайт опять выдаст места, которые вам не подходят, можно поступить проще: напишите названия мест, где бы вам больше всего хотелось жить.

### ШАГ ТРЕТИЙ: ВЫПОЛНИТЕ ДОМАШНЮЮ РАБОТУ

Было бы здорово просто нажать кнопку и узнать название идеального для вас места, но все не так просто. Огромный объем информации о месте, которое вам подходит, нельзя загнать в компьютерную программу.

Итак, если у вас уже готов шорт-лист, мы с моей командой разработали набор тезисов, который поможет вам оценить имеющиеся варианты. Он организован вокруг так называемой пирамиды места (см. рисунок 16.1), отражающей исследования, результатом которых стала эта книга.

В основании пирамиды лежат возможности. Выше — базовые услуги (образование, здравоохранение и т.д.) Лидеры занимают позицию в середине. Дальше идут ценности, а верхушку пирамиды составляют эстетическая привлекательность и качество места. Как было показано в главе 11, все уровни важны. Большинство людей будут счастливее всего, когда найдут место, отвечающее их потребностям и предпочтениям на всех этажах пирамиды. Цель — жить в таком месте, которое удовлетворяет вашим запросам, от самых базовых до самых изысканных. Когда вы размышляете о возможном переезде, очень важно оценить, насколько сообщество, где вы предполагаете поселиться, будет соответствовать вашим пожеланиям на каждом уровне.

Для тех пунктов, по которым доступна детальная статистика, я сообщу вам, где ее взять и как ею пользоваться. Но для многих вещей, о которых вам следует знать, количественных данных просто не существует. Вам придется собирать качественные оценки — читать местные газеты, разговаривать с людьми, просто поехать туда, где вы собираетесь поселиться, и посмотреть своими глазами. Во многих случаях сбор информации такого рода поможет вам лучше и глубже понять те места, которые вы рассматриваете. По-настоящему значима только комбинация обоих видов информации — суровых статистических данных и ваших личных оценок. Если все цифры утверждают, что вы нашли идеальный вариант, но что-то подсказывает, что это не так, не отмахивайтесь от предчувствия. Помните, что ваша главная цель — ваше собственное счастье.

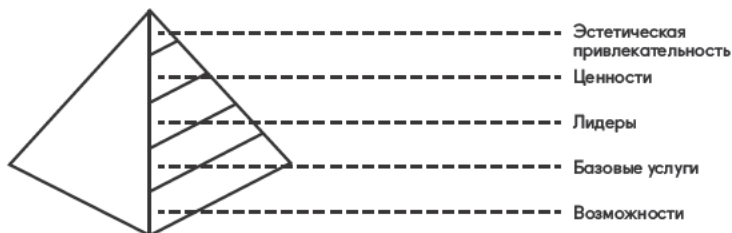


Рисунок 16.1. Пирамида места

Чтобы помочь вам собрать эту информацию, мы с моей командой разработали специальный опросник «Как найти свое место», включенный в эту книгу (приложение Д). Он может показаться очень простым, но, поверьте мне, за ним стоят десятилетия научной работы и бесчисленные исследования. (Можете загрузить сколько угодно его версий с сайтов [whosyourcity.com](http://whosyourcity.com) и [creativeclass.com](http://creativeclass.com).) Я вижу в нем способ помочь вам организовать свои мысли, осознать свои приоритеты, собрать и проанализировать количественную и качественную информацию и наконец сравнить, оценить и проранжировать места. Оцените каждый пункт по пятибалльной шкале, где 1 — низший балл, а 5 — высший. Даже если статистические данные вы уже собрали, остается немало места для ваших личных суждений. Впишите баллы, которые лучше всего отражают ваши оценки, ваши нужды, ваши наблюдения и то, к чему вы чувствительны.

#### ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ: ЧТО ОНИ ПРЕДЛАГАЮТ?

Четвертый шаг алгоритма начинается с самого основания пирамиды: какие экономические возможности предлагают места из вашего списка? Если они не предлагают никаких, вам будет трудно позволить себе жить на новом месте. На этот счет существует немало статистики. Деловые журналы — *Forbes*, *Money* и *Business 2.0* ежегодно публикуют списки лучших мест для создания биз-

неса и построения карьеры. Местные газеты и деловые журналы более подробно освещают локальную экономику. Уделите внимание местным бизнес-медиа и сайту местной торговой палаты. В большинстве крупных городов есть также блогеры, которые регулярно пишут о состоянии местной экономики.

## РАБОЧИЕ МЕСТА

Насколько вам подходит выбор вакансий в рассматриваемых вами местах? Ответьте на следующие вопросы. Вы хотите продолжать работать в той же сфере, в которой работаете сейчас, или задумываетесь о том, чтобы сменить профессию? Вы любите рисковать или хотите иметь надежный тыл? Вы хотите работать на компанию или открыть свое дело? Отличное место для поиска статистических сведений о рабочих местах — Статистическое управление министерства труда. У него прекрасный сайт, где есть профили с указанием количества рабочих мест и заработной платы более чем для 800 профессий и для каждой метрополии США<sup>2</sup>. Это основа тех данных, которые мы с моей командой использовали для исследований. По ней можно понять, сколько рабочих мест в городах из вашего списка и сколько там платят. Сравните рассматриваемые вами города друг с другом по этим показателям.

Не забывайте о стоимости жизни. Некоторые места дороже, чем другие, а зарплата необязательно выше там, где выше цены. Не забудьте рассчитать сравнительные затраты, чтобы понять, на что в действительности будет хватать вашего дохода. Существуют онлайн-калькуляторы, которые помогут вам точно подсчитать разницу в стоимости жизни для мест из вашего списка. Еще они помогают понять, какая зарплата вам понадобится, чтобы поддерживать привычный уровень жизни на новом месте. Эти сайты (один из них — [salary.com](http://salary.com)) также дадут вам объективные, основанные на фактах аргументы для того, чтобы оговаривать величину зарплаты с работодателем, — это особенно важно, если одной из причин для переезда является новая работа.

## ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

Независимо от того, нацелены ли вы на построение карьеры, доступ к возможностям профессионального развития и продолжения обучения важен для всех, если только не считать, что с возрастом мозг становится менее активным. Исследователи неоднократно показывали, что упражнение ума продлевает жизнь на годы. Доступ к таким возможностям отчасти зависит от близости колледжей и университетов и наличия в них программ второго высшего образования. Но еще важнее может оказаться обучение за пределами формальных образовательных учреждений — на семинарах, в рамках обмена опытом и программ обучения руководителей и профессиональной переподготовки. Обратите внимание на те места, где существует возможность продолжить образование, — воспользуйтесь руководствами (например, US News and World Report и BusinessWeek), просмотрите местные газеты и отраслевые журналы, поищите в интернете объявления о семинарах и курсах. Резюмируйте для себя, что может предложить вам сообщество. Загляните в местные вузы, ознакомьтесь с учебными программами, поговорите с их сотрудниками, которые могут удовлетворить ваши потребности.

## СЕТИ КОНТАКТОВ

Аналогичным образом исследования показали, что люди, которые чувствуют себя лишенными связей и изолированными, стареют быстрее; они также менее счастливы, что неудивительно. Вписаться на новом месте в сообщество, завести знакомства, найти друзей, встретить единомышленников — все это поможет не только расти профессионально, но и чувствовать себя спокойным и счастливым. Но в этом отношении, как и в других, не все места одинаковы. Знаете ли вы людей, уже построивших сеть профессиональных контактов там, куда вы подумываете перебраться? Если да, поговорите с ними. Спросите себя — сможете ли вы там вписаться в общество или столкнетесь с ощутимым сопротивлением?

## ШАГ ПЯТЫЙ: ОБЕСПЕЧЬТЕ БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ УСЛУГ

Далее посмотрите внимательно на качество базовых услуг сообщества — образования, безопасности, здравоохранения, жилья и т.п. Не забывайте, что это один из самых важных аспектов, предлагаемых местом. И в разных местах это все может выглядеть очень по-разному.

### ОБРАЗОВАНИЕ

Качество школ и выбор между ними, конечно, критически важны для семьи, в которой есть дети школьного возраста, но за этим показателем неплохо бы проследить всем, поскольку качество и развитие школьного образования могут служить индикатором качества и развитости других вещей, в том числе безопасности района. К сожалению, нет надежных данных о школах, пригодных для сопоставления. Разве что отдельные публикации, авторы которых стараются перечислить лучшие учебные заведения. Журналы Newsweek и US News and World Report ежегодно публикуют списки лучших школ. Но не всегда их статистике можно доверять. В конце концов, разным детям подходит разное окружение. Многие мои знакомые родители переехали поближе к хорошим государственным школам, а потом перевели своих детей в специализированные частные школы. Все это вам придется разузнать самостоятельно. Местные газеты и журналы часто публикуют списки лучших школ сообщества, основанные на результатах тестов и других измерений. Но необходимо посетить школы и поговорить с учениками и их родителями, прежде чем принять решение.

### ЗДОРОВЬЕ И БЕЗОПАСНОСТЬ

Разумеется, нужно принимать во внимание уровень безопасности и заботы о здоровье — это базовые факторы. К счастью, данные об уровне преступности и безопасности сообществ можно найти в отчетах ФБР Uniform Crime Reports<sup>3</sup>. Обратите внимание

также на местные газеты, которые обычно регулярно печатают сообщения о новых преступлениях. Постарайтесь уяснить, насколько эффективно работают в изучаемом городе полиция, пожарные и правоохранительные органы. Довольны ли жители их работой? Вовремя ли полицейские, пожарные и спасатели прибывают на место происшествия? Не слишком ли они агрессивны, на ваш взгляд?

Здоровье — еще один ключ к счастью; критически важно иметь доступ к качественному и доступному по цене здравоохранению. Как мы уже видели, значимость этого параметра зависит от возраста и от того, в какой стадии жизни находится человек. Есть ли врачи? Принимают ли они новых пациентов? Принимают ли они ваш страховой полис? Этот вопрос может показаться странным, но мы, когда жили в Вашингтоне, обнаружили, что врачей, которые берут новых пациентов, не просто трудно найти — почти все они требуют платить наличными и авансом. Какие крупные учреждения здравоохранения расположены поблизости? Есть ли травмпункт? Есть ли исследовательские клиники, связанные с вузами? Сколько приходится ждать в приемном покое? Насколько здорово сообщество в целом? Здесь опять вам нужно поговорить с людьми, которые уже живут в этом месте, узнать побольше об их опыте общения со структурами здравоохранения. Не стесняйтесь посетить местную больницу и заглянуть в приемный покой, особенно в горячее время — в пятницу вечером или в субботу.

## ЖИЛЬЕ

Если учесть, сколь различается рынок жилья в разных местах, очень важно хорошо понимать, каково его состояние там, куда вы собираетесь. Даже если сейчас вы снимаете квартиру, стоит понять, сможете ли вы когда-либо купить недвижимость в том месте, где хотели бы жить. Учтите не только текущие цены, но также исторические тренды и прогнозы на будущее. Начните с тех сведений о ценах на жилье, которые можно найти на сай-

те American Community Survey Бюро переписи населения США<sup>4</sup>. Журналы BusinessWeek и Money регулярно публикуют рейтинги цен на жилье по районам, обозначенным почтовыми индексами. На сайтах, посвященных недвижимости (например, zillow.com), содержится в виде удобных карт немало информации о ценах на недвижимость. Для многих штатов можно свободно воспользоваться данными по многим показателям. А если и нет, многие агентства по недвижимости выкладывают в интернет собственные отсортированные подборки и ссылки на другие. Загляните в открытые дома, чтобы понять, что вы можете получить за свои деньги.

## ПЕРЕДВИЖЕНИЕ

Возможность с легкостью передвигаться по городу — попадать на работу и домой или еще куда-нибудь — является для человека важным фактором повседневного ощущения благополучия. Психологи, изучающие проблему счастья, утверждают, что два крупнейших стрессовых фактора, связанные с местом жительства, — долгая дорога на работу и пробки. В одном из исследований Даниэля Канемана и его коллег, основанном на подробных дневниках ежедневных занятий группы людей, показано, что дорога на работу и с работы была наименее приятным занятием для каждого из них. (Неудивительно, что самым приятным делом названы интимные отношения!)<sup>5</sup> Можете ли вы позволить себе дом на разумном расстоянии от места работы или вам придется далеко ездить? Есть ли поблизости метро, железная дорога или другой вид общественного транспорта? Можете ли вы жить в районе, где почти всегда можно дойти, куда надо, пешком или доехать на велосипеде? Если вам нужна машина, насколько плотное там движение? На сайте American Community Survey есть подробные данные о дороге на работу. Специализированные обзоры перечисляют наиболее узкие места больших городов. Чтобы понять актуальное состояние транспортных потоков в часы пик, зайдите на местные сайты, посмотрите местные новости. И, главное, по-



старайтесь заранее проехать по той дороге, по которой вам придется добираться на работу.

Важно также изучить транспортную ситуацию в более широком контексте. Насколько доступно это место для внешнего мира? Есть ли поблизости крупный аэропорт-хаб? Если путешествия — часть вашей жизни или работы, сколько прямых рейсов отсюда в ключевые для вас пункты? Насколько легко вам — и не только вам — приезжать и уезжать? Безопасны ли маршруты?

Не забывайте о глобальной сети. Мои коллеги, переехав в Париж в 2006 году, прожили там больше месяца без телефона и интернета. В наше время, в условиях глобальной экономики быть отрезанным от сети равносильно смертному приговору.

#### ШАГ ШЕСТОЙ: КАК ЭТО МЕСТО СПРАВЛЯЕТСЯ С ВЫЗОВАМИ?

Далее, оцените лидеров тех мест, которые вошли в ваш список. Один из способов это сделать — анализ статистики и результатов опросов жителей. Но чтобы почувствовать, какое впечатление производят лидеры сообщества, лучше всего почитать местные СМИ, особенно оппозиционные газеты и блоги. Если есть возможность, почитайте что-нибудь о политической истории этого места — вне всякого сомнения, прошлое участвует в формировании настоящего. Кто лидирует в политике и бизнесе в этом городе? Что о них известно? Каков послужной список каждого? Заметно ли среди лидеров желаемое разнообразие? Соответствуют ли их взгляды и ценности вашим? Занимаются ли они важными для вас вопросами? Решения, влияющие на жизнь сообщества, обсуждаются и принимаются открыто или за закрытыми дверями? Есть ли у жителей возможности участвовать в этом процессе? Поговорите с местными. Насколько они информированы о политической жизни, насколько вовлечены в нее? Как они относятся к своим лидерам? Лидеры открыты, демократичны и толерантны — или это недоверчивые ворчуны? Сходите на собрание, понаблюдайте за лидерами в действии, расспросите жителей сообщества.

## ШАГ СЕДЬМОЙ: ПРОВЕРКА ЦЕННОСТЕЙ

Следующий шаг — внимательное изучение ценностей, преобладающих в сообществах из вашего списка. Обратите внимание на толерантность, доверие и самовыражение. Многие люди пренебрегают этими вещами при переезде на новое место, но, как мы видели, эти ценности входят в число факторов, наиболее значимых для того, насколько вы в конечном итоге будете счастливы.

### ТОЛЕРАНТНОСТЬ

Места, как и люди, по-разному встречают и принимают новичков, особенно тех, кто не похож на их нынешних обитателей. В некоторых городах, вроде Нью-Йорка или Торонто, полно иммигрантов со всего мира. Другие более похожи на островки, там новичкам труднее вписаться и стать своими. Где-то встречают тепло и по-дружески, где-то более холодно. Вам нужно понять, насколько это важно для вас и насколько хорошо (или не очень хорошо) вы будете чувствовать себя в новом месте. Поговорите с людьми, которые там уже живут. А лучше пройдитесь по улицам. Видите ли вы вокруг себя таких людей, которых хотите видеть, таких, какие вам нужны?

### ДОВЕРИЕ

Доверие — не только между людьми, но также между людьми и общественными институтами — измерить трудно, но возможно. Повсюду можно увидеть признаки его присутствия или отсутствия. Смотрят ли люди друг другу в глаза на улицах? Прячут ли они сумочки и кейсы, когда садятся? Сохранило ли честное слово свою роль в мелких повседневных сделках? Запирают ли люди двери, выходя из дома или из машины? Относятся ли они друг к другу с уважением? Как обращаются с детьми? С молодыми холостяками, семьями, пожилыми людьми и людьми с ограниченными возможностями? Не ощущают ли какие-то социальные группы себя маргиналами? Переехав из округа Колумбия

в Торонто, мы поразились тому, какие там вежливые люди, тому, что машины останавливаются и пропускают пешеходов и почти никто не кричит и не сигналит. Посещая город, в котором вы предполагаете поселиться, присмотритесь к тому, как люди ведут себя друг с другом и насколько уважают друг друга.

### САМОВЫРАЖЕНИЕ

В этом отношении места тоже бывают очень разными. Кое-где самовыражение приветствуется, кое-где преобладает конформизм. Насколько важно для вас быть собой? Какую роль играет в вашей повседневной жизни выражение собственной индивидуальности? Важно ли для вас найти место, где вы можете быть уникальны и меняться по своему желанию? Видите ли вы на улицах признаки самовыражения — или все люди причесаны под одну гребенку?

### ШАГ ВОСЬМОЙ: ГОРОД-СКАЗКА, ГОРОД-МЕЧТА

Теперь пришло время выяснить, есть ли в тех местах, из которых вы выбираете, та искорка, которая вам нужна. Напомним, что по результатам «Опроса о месте и счастье» эстетическая привлекательность и «энергетика» города признаны одним из важнейших факторов, определяющих, насколько счастливы живущие там люди. Отнеситесь к ним серьезно.

### КРАСОТА И ГЛАЗА СМОТРЯЩЕГО

Все мы тянемся к красивому, но не забывайте старую присказку: красота в глазах смотрящего. Каждый ищет что-то свое, выбирая место для жизни. Кто-то считает красивыми обычные городские улицы. Другой предпочитает ухоженные парки. Что вы считаете красивым? Соответствуют ли места, попавшие в ваш список, вашим представлениям о прекрасном? Их вид восхищает вас, заставляет вас радоваться жизни?

## НАСКОЛЬКО ЭТО РЕАЛЬНО?

В мире массового производства и массового потребления многие ценят аутентичность. Если вы из их числа, спросите себя, насколько аутентично это место. Есть ли в нем уникальная застройка и самобытные магазинчики или все типовое? Что делает это место живым? вкладывает в него душу? Ценят ли здесь историю, уникальность, природное и культурное своеобразие? Решите, что важно именно для вас, и дайте местам из вашего списка соответствующие оценки.

## ФАКТОР УДОВОЛЬСТВИЯ

В этом месте вам придется не только работать. Чем вы по-настоящему любите заниматься? Искусством и культурой, музыкой, театром, смотреть спортивные соревнования или заниматься спортом, бегать или кататься на велосипеде, лазать по горам или ловить рыбу? Можете ли вы в этом месте заниматься любимыми делами, которые много значат для вас? А тем, что вам когда-нибудь захочется сделать? Однажды заядлый велосипедист может захотеть попробовать другой вид спорта. Люди, которые в 20 лет любят тусоваться по клубам всю ночь, в тридцать могут пристраститься к симфонической музыке или джазу, а кто-то из них вдруг обнаружит, что учит своего ребенка играть в футбол. Поговорите с людьми, чьи интересы и хобби схожи с вашими. А лучше ответьте на вопрос: видите ли вы вокруг людей, занятых тем, что вам нравится? Я сразу могу сказать, что место мне подходит, если я вижу, как мимо проносятся велосипедисты в спортивной одежде.

## ЭНЕРГЕТИКА

У каждого города свой уровень энергичности. Вас вдохновляют бурная энергетика и постоянное движение — или вы предпочитаете двигаться помедленнее? Какой энергией заряжено это место? Соответствует ли его скорость вашей? Совпадает ли его уровень витальности с вашим?

## ШАГ ДЕВЯТЫЙ: ПОДВЕДИТЕ ИТОГ

Теперь, когда я напомнил обо всем, что вам следует рассмотреть и взвесить, важно не забывать: идеальных мест не бывает. Не сходите с ума, пытайтесь найти то, что подходит вам по всем статьям.

Подведите итоги и сравните рассматриваемые вами места. Взвесьте «за» и «против» для каждого варианта. Здесь не может быть правильных и ошибочных ответов. Помните, что цель — найти то место, которое лучше всего подходит вам.

## ШАГ ДЕСЯТЫЙ: ПОЕЗЖАЙТЕ ТУДА

Мало кто принимает важное решение — устраивается на работу или вступает в брак, — основываясь только на том, что ему посоветовали. Решение, где жить, мало чем отличается от этих двух. Я всегда поражаюсь тому, сколько людей рассказывают, что переехали, не посмотрев на свой будущий дом. Вы бы устроились на работу, не прикинув, как вы уживетесь с коллегами и начальством? Вы бы женились без единого свидания?

Не поймите меня превратно. Я знаю, что из этого правила есть исключения. Например, кое-кто клятвенно заверяет, что чем дольше люди встречаются, тем менее вероятно, что в конце концов они пожениются!

Но нет причин пренебречь предосторожностями. Поговорите со знакомыми, которые живут там, куда вы собираетесь переехать. Поговорите с ними. Согласно исследованию компании Yankelovich, опубликованному в 2006 году, люди высоко ценят информацию, полученную от друзей и родных, уже живущих в интересующем их сообществе<sup>6</sup>.

А потом отправляйтесь к ним в гости. Мой житейский опыт советует посетить по меньшей мере три места из списка, прежде чем принимать решение. Согласно тому же исследованию компании Yankelovich, лучший способ оценить место — провести там выходные. Я же советую побыть там подольше, столько, сколько понадобится, чтобы узнать место. Поверьте, это ваш долг перед вами самими, перед вашей семьей, перед вашим будущим.

А когда будете там, представьте, как вы будете чувствовать себя в этом сообществе на следующих стадиях жизни. Посетите район, где вам хотелось бы жить сейчас, и район, где вам хотелось бы жить через десять лет. Задайте себе вопросы, подумайте, каково вам будет через годы. Могут ли я представить, как день за днем хожу по этой улице? Приемлем ли для меня уровень шума? Не слишком ли тутлюдно, не слишком ли пустынно? Слишком серо, слишком банально? Что будет меня раздражать? Какие места я захочу посещать часто? Как я буду передвигаться?

И что особенно важно — если в то время, когда вы будете в одном из этих мест, оно почему-либо покажется вам неподходящим, не стесняйтесь вычеркнуть его на основании этого смутного ощущения, даже если вы высоко его оценили. Не забывайте, что интуиция подсказывает вам что-то важное. О том, что вы чувствуете к этому месту, и о том, какие чувства оно у вас вызывает.

## НАКОНЕЦ, ВЫБИРАЙТЕ

Теперь, когда вы сделали домашнюю работу, собрали много информации, оценили и сравнили варианты, поговорили с людьми и побывали во многих местах, пришло время выбрать место для жизни. Вдохните глубже. Выбор места жительства — одно из трех важнейших решений, если не самое важное решение на вашем веку.

Здесь есть о чем подумать. Задача непростая. Но если вы решите ее правильно и выберете наилучшее для себя место, ваша жизнь в целом станет лучше.

Выбирайте с умом.

## БЛАГОДАРНОСТИ

Написание книги, подобной этой, воистину требует работы в команде. Мне повезло — у меня была бесподобная команда коллег-исследователей. Прежде всего и больше всех я благодарю своего давнего сотрудника Кевина Столарика, с которым мы работали еще в Институте по изучению благосостояния Мартина (Martin Prosperity Institute) — он дал мне основной объем статистических данных, использованных в этой книге. Я также признателен Шарлотте Мелландер из Международной бизнес-школы Йенчепинга, которая работала со мной над рядом исследовательских проектов для этой книги и подробно комментировала варианты рукописи.

Я хочу поблагодарить и других людей, внесших свой вклад в исследования, на которых основана моя книга. Тим Гулден разработал методику картографирования мегарегионов и интенсивности освещенности, его карты использованы в главах 2 и 3. Роб Экстелл, которого я знаю с первых своих дней в Университете Карнеги–Меллона, построил модель развивающихся городов для главы 4. Дарби Миллер-Штейгер помогла разработать и провести «Опрос о месте и счастье», Ирена Тинальи и Дэвид Вильсон внесли вклад в анализ, которому посвящены главы 9 и 10. Джейсон Рентфроу сообщил мне данные о типах личности и помог выполнить работу, выводы которой можно найти в главе 11. Книга только выиграла от помощи нескольких ассистентов: Скотта Джексона (он анализировал музыкальные сцены), Брайана Кнудсена, а также Райана Саттера, работавшего над исследованием типов личности и местоположения.

Сделать эту книгу намного более читабельной помогли два отличных литредактора. Джесси Эллиотт бок о бок со мной про-

работал первый набросок рукописи, прежде чем уехать со своей группой These United States на гастроли и запись альбома; Эбигейл Катлер занялась вторым вариантом текста, и ее искусное редакторское перо облегчило слог, прояснило аргументацию и в целом помогло книге стать намного лучше. Аманда Стирон и Эбби Либскинд работали со ссылками, помогали собирать сведения, проверяли факты и выполняли самые разные задачи, когда бы я их об этом ни просил. Райану Моррису принадлежат графики. Ким Райан вычитал приложения технического характера.

Мой агент Сьюзан Шульман верила в этот проект и помогала его воплощению. Билл Фрухт — потрясающий редактор, но не только. Это друг и соратник, благодаря его уму и энергии мои идеи стали намного лучше. Кортни Миллер и Джоди Марчовски бережно провели рукопись через все стадии издательской работы. Вся команда издательства Basic Books — люди работающие и профессиональные, иметь с ними дело — одно удовольствие. Я благодарю каждого из вас.

Дон Пек из Atlantic Monthly помог оформить мои идеи на счет мира пиков и миграции в поисках богатств. Уилл Уилкинсон высказал ценные замечания, прочитав ранний вариант текста. Множество друзей и коллег поддерживали мои усилия самым разным образом. Среди них выделяются Элизабет Каррид, Мартин Кенни и Гэри Гейтс — люди, с которыми я постоянно работаю многие годы, чьи ум, взаимодействие и советы подстегивают мою мысль.

Я не смог бы придумать лучшего места для работы, чем Институт по изучению благосостояния Мартина. Роджер Мартин — лучший на свете декан. Он умен, увлечен большими идеями и неутомим. Он придумал этот институт и нашел для него финансирование. Я благодарю всю команду Школы менеджмента Ротмана за коллегиальность, поддержку и профессионализм. Отдельно хочу поблагодарить Джеффа Битти за то, что он с самого начала верил в эту идею, и наших спонсоров, прежде всего премьер-министра Далтона Мак-Гинти и Джозефа Ротмана, за их преданность этой работе.



Моя команда в Creative Class Group (CCG) не дает мне потерять почву под ногами. Дэвид Милле участвовал в мозговых штурмах, когда определялась концепция этой книги. Стивен Педиго работал с наборами данных для книги и помогал их структурировать, чтобы можно было построить по ним графики.

Путешествуя, я встречал столько людей, которые неустанно стараются принести изменения в свои сообщества и в места, где они работают! Их усилия не давали мне с моими идеями оторваться от земли, вдохновляли меня, давали мне энергию. Я благодарю Альберто Ибаргуэна и фонд Knight Foundation за поддержку ряда наших инициатив по развитию возможностей сообществ США.

Мне посчастливилось иметь большую семью — источник уюта и радости. Это мой брат Роберт, его жена Джинни, мои племянницы София и Тесса и племянник Лука; клан Кузузов — Зак и Рут Кузуз, Рехам, Маркис и Адиев Александр; Дин и Руба Александер; Лина, Адам, Кристиан, Мелия и София Хослер; Тариг и Анастасия, Рамиз и Кристина Кузуз; а также мои кузены Де Чикко, слишком многочисленные, чтобы перечислить их, — все эти люди приносят в мою жизнь невероятное счастье.

И наконец, я глубоко благодарен моей жене Ране. Ее энергия и энтузиазм безграничны; ее страсть к жизни невероятна; ее необычайное чувство юмора способно довести меня до колик. А попутно она ведет CCG, имеет дело с юристами и бухгалтерами, заведует веб-сайтом и программистами и возглавляет всю нашу команду CCG, тем самым освобождая мое время, чтобы я мог сосредоточиться на исследованиях и книгах. Я безмерно счастлив, что Рана — мой партнер в жизни и избранница моего сердца.



## ПРИЛОЖЕНИЯ

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### МЕГАРЕГИОНЫ МИРА

МЕГАРЕГИОН (сортировка по убыванию СРП)	НАСЕЛЕНИЕ (млн чел.)	МЕСТО В РЕЙТИНГЕ ПО ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ
Большой Токио	55,1	4
Бостон-Вашингтон	54,3	5
Чикаго-Питтсбург	46,0	9
Амстердам-Брюссель-Антверпен	59,3	3
Осака-Нагоя	36,0	14
Лондон-Лидс-Манчестер	50,1	6
Милан-Турин	48,3	7
Шарлотт-Атланта	22,4	18
Южная Калифорния	21,4	22
Франкфурт-Штутгарт	23,1	17
Барселона-Лион	25,0	16
Торонто-Буффало-Рочестер	22,1	19
Сеул-Пусан	46,1	8
Северная Калифорния	12,8	28
Южная Флорида	15,1	25
Фукуока-Китакюсю	18,5	24
Париж	14,7	26
Даллас-Остин	10,4	30
Хьюстон-Орлеан	9,7	32
Мехико	45,5	10
Каскадия	8,9	33
Рио-де-Жанейро-Сан-Паулу	43,4	12
Гонконг-Чжэньцзян	44,9	11
Саппоро	4,3	37
Вена-Будапешт	21,8	21
Тель-Авив-Амман-Бейрут	30,9	15

СРП (млрд долл.)	МЕСТО В РЕЙТИНГЕ	
	ПО ЧИСЛУ ИННОВАЦИЙ И ПАТЕНТОВ	МЕСТО В РЕЙТИНГЕ ПО ЧИСЛУ СВЕТИЛ НАУКИ
2 500	2	24
2 200	8	2
1 600	9	14
1 500	22	18
1 400	7	22
1 200	25	10
1 000	34	23
730	16	9
710	13	4
630	21	12
610	24	20
530	19	7
500	6	32
470	3	1
430	17	17
430	23	19
380	4	16
370	14	13
330	15	5
290	35	32
260	10	3
230	32	32
220	28	31
200	27	32
180	26	29
160	31	21

продолжение на следующей стр.

МЕГАРЕГИОН (сортировка по убыванию СРП)	НАСЕЛЕНИЕ (млн чел.)	МЕСТО В РЕЙТИНГЕ ПО ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ
Прага	10,4	29
Буэнос-Айрес	14,0	27
Денвер-Боулдер	3,7	40
Феникс-Тусон	4,7	36
Шанхай	66,4	2
Тайбэй	21,8	20
Лиссабон	9,9	31
Пекин	43,1	13
Дели-Лахор	121,6	1
Глазго-Эдинбург	3,8	39
Берлин	4,1	38
Сингапур	6,1	34
Мадрид	5,9	35
Бангкок	19,2	23

ИСТОЧНИКИ: данные Тима Гулдена, анализ и рейтинги Шарлотты Мелландер. Полные исходные данные и методологию см: *Florida R., Gulden T., Mellander C. The Rise of the Mega-Region* // Cambridge Journal of Regions. Economy, and Society. 2008. Vol. 1. № 1.

СРП (млрд долл.)	МЕСТО В РЕЙТИНГЕ	
	ПО ЧИСЛУ ИННОВАЦИЙ И ПАТЕНТОВ	МЕСТО В РЕЙТИНГЕ ПО ЧИСЛУ СВЕТИЛ НАУКИ
150	12	25
150	33	32
140	5	6
140	11	15
130	30	32
130	36	30
110	36	28
110	29	32
110	36	32
110	18	8
110	1	11
100	36	27
100	20	26
100	36	32

ПРИМЕЧАНИЕ. Рейтинги включают 40 мегарегионов, у которых показатель СРП не ниже 100 млрд долларов.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

«ОПРОСА О МЕСТЕ И СЧАСТЬЕ»

ФАКТОР	СРЕДНИЙ РЕЙТИНГ (MEAN RANKING)
ЭСТЕТИКА И СТИЛЬ ЖИЗНИ	3,65
Эстетика	3,88
Красота ландшафта	4,00
Парки, игровые площадки, дорожки	4,06
Качество воздуха	3,76
Климат	3,70
Стиль жизни	3,35
Возможность встречать новых людей и заводить друзей	3,65
Возможности в сфере культуры	3,38
Ночная жизнь	3,08
ОСНОВНЫЕ БЛАГА	3,46
Начальное и среднее образование	3,55
Здравоохранение	3,83
Наличие вакансий	3,15
Культовые организации	4,23
Высшее образование	3,93
Жилье	3,03
Трафик	3,33
Общественный транспорт	2,77
ОТКРЫТОСТЬ	3,03
Семьи с детьми	3,75
Пожилые люди	3,49
Одинокие молодые люди	2,94



ОБЩАЯ УДОВЛЕТВОРЕН- НОСТЬ МЕСТОМ	УДОВЛЕТВОРЕН- НОСТЬ ГОРОДОМ	РЕКОМЕНДОВАЛИ ЛИ	
		БЫ ЭТО МЕСТО РОДНЫМ И ДРУЗЬЯМ	ПРОГНОЗ НА БУДУЩЕЕ
0,622	0,581	0,579	0,503
0,560	0,534	0,510	0,456
0,499	0,475	0,463	0,395
0,445	0,424	0,413	0,355
0,389	0,371	0,341	0,333
0,373	0,358	0,340	0,300
0,457	0,412	0,438	0,367
0,528	0,486	0,500	0,422
0,342	0,309	0,329	0,272
0,289	0,254	0,281	0,233
0,603	0,545	0,558	0,509
0,468	0,443	0,427	0,384
0,410	0,383	0,380	0,334
0,401	0,365	0,380	0,327
0,346	0,324	0,334	0,265
0,321	0,292	0,305	0,261
0,310	0,257	0,278	0,293
0,306	0,266	0,257	0,299
0,188	0,161	0,179	0,162
0,509	0,455	0,475	0,427
0,558	0,506	0,516	0,466
0,466	0,432	0,418	0,394
0,384	0,337	0,373	0,310

продолжение на следующей стр.

ФАКТОР	СРЕДНИЙ РЕЙТИНГ (MEAN RANKING)
Недавние выпускники вузов	2,69
Расовые и этнические меньшинства	3,19
Иммигранты	3,00
Геи и лесбиянки	2,75
Люди, живущие в бедности	2,49
ИМУЩЕСТВЕННАЯ И ЛИЧНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ	1,72
Общая стабильность экономики	0,66
Экономические условия	3,24
Хорошее время, чтобы искать работу	Нет данных
Экономическое положение улучшается	Нет данных
Личная безопасность	3,54
ЛИДЕРСТВО	Нет данных

ПРИМЕЧАНИЕ. Средний балл рассчитан по шкале от 1 до 5, где 1 — низший балл, а 5 — высший (N = 27,885).

ОБЩАЯ УДОВЛЕТВОРЕН- НОСТЬ МЕСТОМ	УДОВЛЕТВОРЕН- НОСТЬ ГОРОДОМ	РЕКОМЕНДОВАЛИ ЛИ	
		БЫ ЭТО МЕСТО РОДНЫМ И ДРУЗЬЯМ	ПРОГНОЗ НА БУДУЩЕЕ
0,375	0,322	0,361	0,314
0,252	0,219	0,236	0,218
0,201	0,177	0,188	0,175
0,176	0,156	0,171	0,140
0,169	0,142	0,153	0,155
0,497	0,454	0,441	0,437
0,440	0,393	0,390	0,395
0,548	0,514	0,495	0,458
0,294	0,265	0,267	0,256
0,256	0,206	0,221	0,260
0,409	0,394	0,354	0,352
0,432	0,408	0,377	0,376

ПРИЛОЖЕНИЕ В

РЕЙТИНГ РЕГИОНОВ ПО СТЕПЕНИ СООТВЕТСТВИЯ  
ПОТРЕБНОСТЯМ ЛЮДЕЙ НА РАЗНЫХ СТАДИЯХ ЖИЗНИ  
(для всех типов хозяйств)

ОДИНОКИЕ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
(20–29 лет)\*

КРУПНЫЕ РЕГИОНЫ США (больше 1 млн жителей)		
Атланта–Сэнди-Спрингс–Мариетта (Джорджия)	39	48
Остин–Раунд-Рок (Техас)	13	6
Балтимор–Таусон (Мэриленд)	54	48
Бирмингем–Гувер (Алабама)	141	128
Бостон–Кембридж–Куинси (Массачусетс–Нью-Гэмпшир)	5	13
Буффало–Ниагара-Фоллс (Нью-Йорк)	75	74
Шарлотт–Гастония–Конкорд (Северная Каролина–Южная Каролина)	80	62
Чикаго–Нейпервилл–Джолиет (Иллинойс–Индиана–Висконсин)	39	36
Цинциннати–Миддлтаун (Огайо–Кентукки–Индиана)	123	85
Кливленд–Элирия–Ментор (Огайо)	103	96
Колумбус (Огайо)	43	26
Даллас–Форт-Уорт–Арлингтон (Техас)	80	73
Денвер–Орора (Колорадо)	27	16
Детройт–Воррен–Ливония (Мичиган)	106	84
Хартфорд–Вест-Хартфорд–Ист-Хартфорд (Коннектикут)	39	21
Хьюстон–Шугар-Ленд–Бейтаун (Техас)	105	75
Индианаполис (Индиана)	85	53
Джексонвилл (Флорида)	133	137
Канзас-Сити (Миссури–Канзас)	92	72
Лас-Вегас–Парадайз (Невада)	66	95
Лос-Анджелес–Лонг-Бич–Санта-Ана (Калифорния)	6	19
Луисвилл (Кентукки–Индиана)	146	119
Мемфис (Теннесси–Миссисипи–Арканзас)	124	130
Майами–Форт-Лодердейл–Майами-Бич (Флорида)	86	114
Милуоки–Уокешо–Уэст-Эллис (Висконсин)	68	54

ПРОФЕССИОНАЛЫ (29 лет — 44 года)		СЕМЬИ С ДЕТЬМИ		ОБИТАТЕЛИ «ПУСТОГО ГНЕЗДА» (45 лет — 64 года)		ПЕНСИОНЕРЫ (от 65 лет)	
56	44	22	11	91	68	100	107
8	10	19	2	59	21	94	101
42	27	51	66	17	16	37	40
141	100	95	59	120	95	74	78
28	53	5	20	6	12	5	19
102	86	96	115	82	105	66	75
40	23	90	47	103	71	122	140
91	102	16	14	62	68	43	45
73	54	81	51	98	66	108	74
109	104	85	73	80	73	46	35
12	9	88	85	80	81	121	126
44	48	40	12	116	88	119	89
10	18	40	35	33	28	80	89
129	122	99	104	109	115	107	82
35	31	21	32	10	9	23	36
71	55	33	6	112	77	94	93
67	32	70	51	95	73	119	91
83	46	111	84	75	47	71	49
17	5	42	23	50	18	84	64
82	105	135	140	88	98	127	120
84	118	26	50	38	67	15	22
139	109	128	109	78	60	124	113
93	76	147	129	129	112	143	131
116	130	115	120	88	101	10	13
59	73	93	75	35	17	84	104

продолжение на следующей стр.

ОДИНОКИЕ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
(20–29 лет)\*

Миннеаполис–Сент-Пол–Блумингтон (Миннесота–Висконсин)	25	5
Нэшвилл–Дэвидсон–Мерфрисборо (Теннесси)	84	56
Новый Орлеан–Метайри–Кеннер (Луизиана)	78	86
Нью-Йорк–Северный Нью-Джерси–Лонг-Айленд (Нью-Йорк–Нью-Джерси–Пенсильвания)	7	12
Оклахома–Сити (Оклахома)	118	91
Орlando–Киссимми (Флорида)	62	93
Филадельфия–Камден–Уилмингтон (Пенсильвания–Нью-Джерси–Делавэр–Мэриленд)	42	47
Феникс–Меса–Скоттсдейл (Аризона)	59	70
Питтсбург (Пенсильвания)	111	77
Портленд–Ванкувер–Бивертон (Орегон–Вашингтон)	35	42
Провиденс–Нью-Бедфорд–Фолл-Ривер (Род-Айленд–Массачусетс)	24	26
Ричмонд (Виргиния)	118	112
Риверсайд–Сан-Бернардино–Онтарио (Калифорния)	112	132
Сакраменто–Арден–Аркейд–Роузвилл (Калифорния)	45	69
Солт-Лейк-Сити (Юта)	71	51
Сан-Антонио (Техас)	128	121
Сан-Диего–Карлсбад–Сан-Маркос (Калифорния)	17	41
Сан-Франциско–Окленд–Фримонт (Калифорния)	2	11
Сан-Хосе–Саннивейл–Санта-Клара (Калифорния)	16	23
Сиэтл–Такома–Беллвью (Вашингтон)	21	18
Сент-Луис (Миссури–Иллинойс)	108	67
Тампа–Сент-Питерсберг–Клируотер (Флорида)	127	138
Виргиния-Бич–Норфолк–Ньюпорт-Ньюс (Виргиния–Северная Каролина)	114	123
Вашингтон–Арлингтон–Александрия (округ Колумбия–Виргиния– Мэриленд–Западная Виргиния)	3	4
РЕГИОНЫ США СРЕДНИХ РАЗМЕРОВ (от 500 тыс. до 1 млн жителей)		
Акрон (Огайо)	34	31
Олбани–Скенектади–Трой (Нью-Йорк)	20	14
Альбукерке (Нью-Мексико)	45	40

ПРОФЕССИОНАЛЫ		СЕМЬИ С ДЕТЬМИ		ОБИТАТЕЛИ «ПУСТОГО ГНЕЗДА»		ПЕНСИОНЕРЫ	
(29 лет — 44 года)				(45 лет — 64 года)		(от 65 лет)	
6	6	15	5	9	3	88	83
88	52	99	61	68	24	125	91
134	98	127	111	107	100	60	28
85	117	9	26	11	23	2	7
60	16	132	97	134	103	130	115
65	74	92	100	64	79	49	25
95	85	29	42	40	60	24	42
81	60	87	78	114	111	78	79
124	90	86	56	41	14	34	2
20	37	77	95	32	43	69	99
53	78	47	65	46	80	39	53
46	18	54	57	74	81	59	61
134	143	46	58	138	138	60	68
44	78	44	61	96	115	31	43
23	24	55	49	127	123	136	107
108	61	103	66	137	114	112	100
9	36	14	28	42	81	16	23
30	69	37	66	2	7	1	11
2	8	7	25	19	37	7	19
38	57	65	75	5	4	26	50
72	29	112	102	71	59	41	18
93	67	130	117	93	89	28	3
36	45	70	74	109	118	80	70
13	16	3	13	14	22	22	23
60	62	68	47	52	25	64	47
27	32	25	44	22	29	25	31
50	34	74	69	49	41	68	85

продолжение на следующей стр.

ОДИНОКИЕ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
(20–29 лет)\*

Аллентаун–Бетлехем–Истон (Пенсильвания–Нью-Джерси)	90	76
Оагаста–Ричмонд–Каунти (Джорджия–Южная Каролина)	121	104
Бейкерсфилд (Калифорния)	100	110
Батон-Руж (Луизиана)	76	70
Бойсе–Сити–Нампа (Айдахо)	51	44
Бриджпорт–Стэмфорд–Норуолк (Коннектикут)	10	1
Кейп–Корал–Форт–Майерс (Флорида)	100	116
Чарлстон–Норт–Чарлстон (Южная Каролина)	36	57
Колорадо–Спрингс (Колорадо)	23	22
Колумбия (Южная Каролина)	62	57
Дейтон (Огайо)	89	78
Де-Мойн (Айова)	33	9
Эль-Пасо (Техас)	125	122
Фресно (Калифорния)	74	87
Гранд–Рапидс–Вайоминг (Мичиган)	70	44
Гринсборо–Хай–Пойнт (Северная Каролина)	91	99
Гринвилл (Южная Каролина)	106	81
Гаррисберг–Карлайл (Пенсильвания)	72	43
Гонолулу (Гавайи)	19	35
Ноксвилл (Теннесси)	93	65
Лейкленд (Флорида)	117	125
Литл–Рок–Норт–Литл–Рок (Арканзас)	100	94
Мэдисон (Висконсин)	4	2
Мак–Аллен–Эдинбург–Мишн (Техас)	131	142
Нью–Хейвен–Милфорд (Коннектикут)	15	15
Омаха–Каунсил–Блафс (Небраска–Айова)	60	34
Окснард–Таузенд–Оукс–Вентура (Калифорния)	36	64
Палм–Бэй–Мельбурн–Тайтсвилл (Флорида)	78	101
Портленд–Саут–Портленд–Биддефорд (Мэн)	22	24
Покипси–Ньюберг–Миддлтаун (Нью-Йорк)	26	32
Роли–Кэри (Северная Каролина)	18	3



ПРОФЕССИОНАЛЫ		СЕМЬИ С ДЕТЬМИ		ОБИТАТЕЛИ		ПЕНСИОНЕРЫ	
				«ПУСТОГО ГНЕЗДА»		(от 65 лет)	
(29 лет — 44 года)				(45 лет — 64 года)			
112	115	34	39	42	58	36	6
124	86	72	41	101	76	90	66
77	96	67	88	127	131	110	114
127	81	117	94	130	109	117	98
14	14	20	10	70	52	70	66
1	1	1	9	1	4	2	9
52	22	113	112	73	77	21	8
22	25	97	96	54	54	51	68
23	40	26	18	55	32	79	107
48	21	83	53	64	31	76	81
41	35	113	89	67	39	75	62
11	2	17	1	45	11	98	60
87	63	48	27	133	117	72	52
63	88	64	93	119	129	106	119
85	71	52	64	88	101	109	95
98	93	101	89	85	68	82	106
78	41	74	44	118	93	73	70
53	28	30	33	29	33	31	4
101	119	60	99	8	15	8	12
53	13	74	35	68	20	54	14
118	77	107	107	121	125	27	25
58	15	109	71	86	49	98	57
4	11	12	3	7	1	53	51
64	48	53	22	131	97	102	85
34	68	32	54	27	47	18	33
5	7	49	19	42	10	102	72
48	80	10	24	25	44	11	19
57	38	66	72	36	36	6	1
3	3	18	17	4	2	20	5
78	107	8	16	22	29	44	47
29	25	11	4	36	26	65	76

продолжение на следующей стр.

ОДИНОКИЕ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
(20–29 лет)\*

Рочестер (Нью-Йорк)	30	28
Сарасота-Брейдентон-Венис (Флорида)	83	107
Скрантон-Уилкс-Барре (Пенсильвания)	57	38
Спрингфилд (Массачусетс)	29	36
Стоктон (Калифорния)	72	91
Сиракьюс (Нью-Йорк)	30	19
Тоledo (Огайо)	48	29
Тусон (Аризона)	47	50
Талса (Оклахома)	104	82
Уичито (Канзас)	86	52
Вустер (Массачусетс)	9	8
Янгстаун-Уоррен-Бордмен (Огайо-Пенсильвания)	129	98
МАЛЫЕ РЕГИОНЫ США (от 250 до 500 тыс. жителей)		
Анкоридж (Аляска)	65	83
Анн-Арбор (Мичиган)	12	10
Эшвилл (Северная Каролина)	88	113
Атлантик-Сити (Нью-Джерси)	94	134
Бомонт-Порт-Артур (Техас)	164	163
Боулдер (Колорадо)	1	17
Браунсвилл-Харлингс (Техас)	162	166
Кантон-Массиллон (Огайо)	154	148
Чарлстон (Западная Виргиния)	150	144
Чаттануга (Теннесси-Джорджия)	157	146
Колумбус (Джорджия-Алабама)	144	153
Корпус-Кристи (Техас)	120	141
Дэвенпорт-Молин-Рок-Айленд (Айова-Иллинойс)	96	61
Дельтона-Дейтона-Бич-Ормонд-Бич (Флорида)	147	160
Дулут (Миннесота-Висконсин)	113	106
Дарэм (Северная Каролина)	28	33
Эри (Пенсильвания)	116	114

ПРОФЕССИОНАЛЫ (29 лет — 44 года)		СЕМЬИ С ДЕТЬМИ		ОБИТАТЕЛИ «ПУСТОГО ГНЕЗДА» (45 лет — 64 года)		ПЕНСИОНЕРЫ (от 65 лет)	
39	51	24	29	12	6	37	27
74	50	110	115	21	18	12	17
106	91	80	92	111	120	47	15
26	47	58	89	38	64	62	97
104	129	59	78	116	127	114	128
80	69	55	46	51	39	50	16
60	75	126	113	57	45	113	102
36	39	105	103	46	41	58	63
75	43	69	34	93	53	90	88
43	20	57	37	104	89	90	58
19	41	4	8	29	50	19	31
100	65	98	85	57	45	63	46
90	132	94	138	26	85	153	164
32	99	34	61	22	50	48	53
138	113	119	131	87	107	33	37
155	165	102	144	115	144	118	147
152	138	165	160	166	162	146	144
21	82	13	30	3	8	42	76
154	157	121	77	167	155	132	105
161	160	121	124	113	124	100	112
165	149	138	123	33	13	56	44
104	65	149	139	102	91	130	130
157	158	163	158	153	147	161	162
167	164	158	137	152	134	151	132
107	82	144	143	79	92	145	127
143	147	157	161	126	140	39	55
131	125	142	149	31	57	135	143
7	30	77	80	76	84	57	96
132	139	91	110	76	98	67	37

продолжение на следующей стр.

ОДИНОКИЕ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
(20–29 лет)\*

Юджин–Спрингфилд (Орегон)	43	100
Эвансвилл (Индиана–Кентукки)	159	140
Фейетвилл (Северная Каролина)	160	164
Фейетвилл–Спрингдейл–Роджерс (Арканзас–Миссури)	132	136
Флинт (Мичиган)	125	101
Форт-Коллинс–Лавленд (Колорадо)	80	117
Форт-Смит (Арканзас–Оклахома)	167	165
Форт-Уэйн (Индиана)	134	97
Грин-Бэй (Висконсин)	54	39
Хикори–Ленуар–Моргантон (Северная Каролина)	161	158
Хантингтон–Ашленд (Западная Виргиния–Кентукки–Огайо)	165	157
Хантсвилл (Алабама)	52	25
Джексон (Миссисипи)	95	120
Каламазу–Портидж (Мичиган)	77	66
Киллин–Темпл–Форт-Худ (Техас)	158	162
Кингспорт–Бристоль (Теннесси–Виргиния)	166	146
Ланкастер (Пенсильвания)	129	131
Лансинг–Ист-Лансинг (Мичиган)	53	59
Лексингтон–Файетт (Кентукки)	54	30
Линкольн (Небраска)	122	105
Лаббок (Техас)	64	118
Манчестер–Нашуа (Нью-Гэмпшир)	36	79
Мобил (Алабама)	142	147
Модесто (Калифорния)	136	154
Монтгомери (Алабама)	137	109
Нейплс–Марко-Айленд (Флорида)	109	135
Норидж–Нью-Лондон (Коннектикут)	49	68
Окала (Флорида)	162	167
Огден–Клирфилд (Юта)	135	127
Пенсакола–Ферри-Пасс–Брент (Флорида)	155	159
Пеория (Иллинойс)	98	60

ПРОФЕССИОНАЛЫ (29 лет — 44 года)		СЕМЬИ С ДЕТЬМИ		ОБИТАТЕЛИ «ПУСТОГО ГНЕЗДА» (45 лет — 64 года)		ПЕНСИОНЕРЫ (от 65 лет)	
166	167	164	167	72	121	86	135
119	95	134	126	145	139	138	132
122	144	160	153	165	164	167	167
17	12	38	15	142	126	123	111
164	162	162	162	149	158	166	161
67	124	34	69	14	33	111	128
158	142	150	120	162	150	165	163
132	101	115	180	124	96	154	138
66	111	39	31	106	104	147	141
147	135	125	122	151	151	139	153
145	110	146	146	147	145	90	117
30	4	63	43	55	27	77	73
103	89	152	136	141	130	125	118
120	131	128	132	100	113	142	156
96	111	43	21	158	146	133	123
163	146	155	132	136	110	97	80
129	134	50	105	60	119	83	94
137	153	81	114	122	135	150	151
51	55	61	60	62	64	115	121
25	72	83	55	83	56	157	146
114	106	154	127	157	142	163	156
69	127	2	7	20	35	51	56
150	151	166	162	163	159	149	125
162	166	130	155	155	166	160	165
111	63	155	150	146	141	148	122
97	97	106	135	28	73	16	30
110	137	28	87	18	63	30	87
136	102	161	166	161	165	45	65
127	141	62	83	160	163	164	148
140	122	120	106	96	86	29	10
116	91	118	118	99	106	116	103

продолжение на следующей стр.

ОДИНОКИЕ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
(20–29 лет)\*

Порт-Сент-Люси-Форт-Пирс (Флорида)	153	161
Прово-Орем (Юта)	67	88
Рединг (Пенсильвания)	148	128
Рено-Спаркс (Невада)	58	101
Роанок (Виргиния)	143	126
Рокфорд (Иллинойс)	145	132
Сейлем (Орегон)	138	139
Салинас (Калифорния)	97	145
Санта-Барбара-Санта-Мария (Калифорния)	8	44
Санта-Роза-Петалума (Калифорния)	14	54
Саванна (Джорджия)	61	110
Шривпорт-Божер-Сити (Луизиана)	156	151
Саут-Бенд-Мишавока (Индиана-Мичиган)	140	150
Спартанберг (Южная Каролина)	139	123
Спокан (Вашингтон)	68	90
Спрингфилд (Миссури)	149	152
Таллахасси (Флорида)	32	63
Трентон-Юинг (Нью-Джерси)	10	7
Утика-Ром (Нью-Йорк)	115	108
Вальехо-Фэрфилд (Калифорния)	109	149
Висейлия-Портервилл (Калифорния)	151	155
Уилмингтон (Северная Каролина)	49	89
Уинстон-Сейлем (Северная Каролина)	99	79
Йорк-Ганновер (Пенсильвания)	152	143

Всего 167 регионов (N = 167).

ДАННЫЕ: анализ и рейтинги Кевина Столарика. Исходные данные взяты из «Всеамериканского районного опроса» за 2005 год, проведенного Бюро переписи населения США, и других источников.

				ОБИТАТЕЛИ					
				ПРОФЕССИОНАЛЫ		«ПУСТОГО ГНЕЗДА»		ПЕНСИОНЕРЫ	
				(29 лет — 44 года)	СЕМЬИ С ДЕТЬМИ	(45 лет — 64 года)		(от 65 лет)	
	160	156	148	157	105	132	14	29	
	15	58	23	38	154	156	152	137	
	149	155	73	119	108	136	94	83	
	16	82	141	156	92	128	134	154	
	123	114	107	82	64	37	35	34	
	76	128	136	142	156	160	159	160	
	121	150	145	158	148	161	139	155	
	91	148	79	134	140	157	55	116	
	33	108	31	98	53	122	2	37	
	47	120	45	108	16	72	13	58	
	98	116	137	148	143	152	137	152	
	153	139	167	165	159	153	141	134	
	155	151	151	128	132	108	155	150	
	113	94	153	145	144	137	156	158	
	142	154	143	147	61	87	143	159	
	143	136	140	130	150	143	158	149	
	124	126	139	151	139	148	127	139	
	89	133	6	40	13	62	9	41	
	146	144	133	154	135	154	104	136	
	148	163	88	141	122	149	89	142	
	151	161	123	152	164	167	162	166	
	115	120	159	164	48	94	104	145	
	69	59	124	100	83	54	87	124	
	159	159	103	125	125	133	129	107	

\* Для каждой группы в первой колонке приведены данные по всей совокупности соответствующих домохозяйств, во второй — для оптимальных вариантов, то есть для вариантов с наилучшим соотношением цены и качества. (Примеч. пер.)

# ПРИЛОЖЕНИЕ Г

## РЕЙТИНГ РЕГИОНОВ ПО СТЕПЕНИ СООТВЕТСТВИЯ ПОТРЕБНОСТЯМ ЛЮДЕЙ НА РАЗНЫХ СТАДИЯХ ЖИЗНИ (для геев и лесбиянок)

ОДИНОКИЕ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
(20–29 лет)\*

КРУПНЫЕ РЕГИОНЫ США (больше 1 млн жителей)		
Атланта–Сэнди-Спрингс–Мариетта (Джорджия)	59	70
Остин–Раунд-Рок (Техас)	16	6
Балтимор–Таусон (Мэриленд)	30	25
Бирмингем–Гувер (Алабама)	146	139
Бостон–Кембридж–Куинси (Массачусетс–Нью-Гэмпшир)	7	15
Буффало–Ниагара-Фоллс (Нью-Йорк)	90	84
Шарлотт–Гастония–Конкорд (Северная Каролина–Южная Каролина)	96	74
Чикаго–Нейпервилл–Джолиет (Иллинойс–Индиана–Висконсин)	62	57
Цинциннати–Миддлтаун (Огайо–Кентукки–Индиана)	124	77
Кливленд–Элирия–Ментор (Огайо)	81	80
Колумбус (Огайо)	31	14
Даллас–Форт-Уорт–Арлингтон (Техас)	73	71
Денвер–Орора (Колорадо)	31	23
Детройт–Воррен–Ливония (Мичиган)	109	89
Хартфорд–Вест-Хартфорд–Ист-Хартфорд (Коннектикут)	21	4
Хьюстон–Шугар-Ленд–Бейтаун (Техас)	80	59
Индианаполис (Индиана)	92	66
Джексонвилл (Флорида)	111	124
Канзас-Сити (Миссури–Канзас)	65	44
Лас-Вегас–Парадайз (Невада)	82	108
Лос-Анджелес–Лонг-Бич–Санта-Ана (Калифорния)	10	21
Луисвилл (Кентукки–Индиана)	140	117
Мемфис (Теннесси–Миссисипи–Арканзас)	118	123
Майами–Форт-Лодердейл–Майами-Бич (Флорида)	69	105
Милуоки–Уокешо–Уэст-Эллис (Висконсин)	98	81



ПРОФЕССИОНАЛЫ				ОБИТАТЕЛИ			
(29 лет — 44 года)				«ПУСТОГО ГНЕЗДА»			
				ПЕНСИОНЕРЫ			
				(от 65 лет)			
90	73	43	24	90	70	100	109
9	15	16	1	22	3	63	63
16	6	13	26	7	13	24	16
149	113	116	86	143	127	121	119
35	61	8	22	10	23	8	23
97	76	86	115	99	119	95	103
52	31	97	53	103	60	113	133
119	125	30	32	63	70	61	73
95	72	98	66	112	86	128	100
88	82	72	58	83	77	47	45
6	7	60	53	43	34	72	84
47	56	49	18	91	53	107	76
20	26	46	43	50	45	78	74
133	127	115	119	135	130	124	113
4	4	4	7	6	8	17	28
53	39	34	6	75	33	67	56
95	60	91	74	87	65	120	94
84	42	95	72	76	54	65	36
13	2	29	15	42	14	69	41
93	110	130	127	57	73	111	114
65	102	30	50	14	28	14	16
142	117	127	111	101	87	138	126
57	38	135	115	99	81	122	108
106	120	106	120	73	93	15	14
81	92	101	88	84	73	127	129

продолжение на следующей стр.

ОДИНОКИЕ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
(20–29 лет)\*

Миннеаполис–Сент-Пол–Блумингтон (Миннесота–Висконсин)	28	9
Нэшвилл–Дэвидсон–Мерфрисборо (Теннесси)	79	60
Новый Орлеан–Метайри–Кеннер (Луизиана)	122	116
Нью-Йорк–Северный Нью-Джерси–Лонг-Айленд (Нью-Йорк–Нью-Джерси–Пенсильвания)	17	20
Оклахома–Сити (Оклахома)	131	96
Орlando–Киссимми (Флорида)	52	78
Филадельфия–Камден–Уилмингтон (Пенсильвания–Нью-Джерси–Делавэр–Мэриленд)	46	49
Феникс–Меса–Скоттсдейл (Аризона)	75	89
Питтсбург (Пенсильвания)	118	79
Портленд–Ванкувер–Бивертон (Орегон–Вашингтон)	26	35
Провиденс–Нью-Бедфорд–Фолл-Ривер (Род-Айленд–Массачусетс)	23	31
Ричмонд (Виргиния)	133	120
Риверсайд–Сан-Бернардино–Онтарио (Калифорния)	94	117
Сакраменто–Арден–Аркейд–Роузвилл (Калифорния)	31	51
Солт-Лейк-Сити (Юта)	128	119
Сан-Антонио (Техас)	31	62
Сан-Диего–Карлсбад–Сан-Маркос (Калифорния)	2	13
Сан-Франциско–Окленд–Фримонт (Калифорния)	12	15
Сан-Хосе–Саннивейл–Санта-Клара (Калифорния)	15	10
Сизтл–Такома–Беллвью (Вашингтон)	77	47
Сент-Луис (Миссури–Иллинойс)	77	61
Тампа–Сент-Питерсберг–Клируотер (Флорида)	129	137
Виргиния-Бич–Норфолк–Ньюпорт-Ньюс (Виргиния–Северная Каролина)	104	120
Вашингтон–Арлингтон–Александрия (округ Колумбия–Виргиния– Мэриленд–Западная Виргиния)	13	11
РЕГИОНЫ США СРЕДНИХ РАЗМЕРОВ (от 500 тыс. до 1 млн жителей)		
Акрон (Огайо)	54	54
Олбани–Скенектади–Трой (Нью-Йорк)	25	23
Альбукерке (Нью-Мексико)	42	33

ПРОФЕССИОНАЛЫ (29 лет — 44 года)		СЕМЬИ С ДЕТЬМИ		ОБИТАТЕЛИ «ПУСТОГО ГНЕЗДА» (45 лет — 64 года)		ПЕНСИОНЕРЫ (от 65 лет)	
9	10	17	10	11	2	77	63
115	74	113	80	59	24	123	90
137	98	127	117	136	121	97	60
92	116	9	29	16	35	9	14
69	26	140	106	140	113	140	130
35	42	62	65	26	29	31	7
62	52	21	31	33	42	21	36
103	77	98	102	109	103	98	90
126	83	89	64	104	78	74	31
22	30	66	77	29	35	43	69
27	44	23	42	27	45	29	55
91	50	82	93	126	124	98	104
68	100	45	61	105	115	27	32
15	33	23	39	40	55	18	18
101	53	119	85	134	105	118	110
28	64	26	46	56	89	26	43
34	71	30	62	2	10	1	3
3	12	6	20	18	40	3	4
38	57	51	56	4	5	15	30
30	9	81	69	45	31	30	9
42	34	78	69	117	108	132	105
89	57	121	118	106	100	40	12
33	35	60	58	91	96	83	58
43	54	15	35	35	60	33	49
85	85	85	63	65	43	96	79
43	48	33	46	40	55	33	45
64	44	79	71	62	55	86	90

продолжение на следующей стр.

ОДИНОКИЕ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
(20–29 лет)\*

Аллентаун–Бетлехем–Истон (Пенсильвания–Нью-Джерси)	92	74
Огаста–Ричмонд–Каунти (Джорджия–Южная Каролина)	127	100
Бейкерсфилд (Калифорния)	120	122
Батон-Руж (Луизиана)	109	96
Бойсе–Сити–Нампа (Айдахо)	55	46
Бриджпорт–Стэмфорд–Норуолк (Коннектикут)	1	1
Кейп–Корал–Форт–Майерс (Флорида)	130	131
Чарлстон–Норт–Чарлстон (Южная Каролина)	36	52
Колорадо–Спрингс (Колорадо)	48	50
Колумбия (Южная Каролина)	66	64
Дейтон (Огайо)	99	86
Де-Мойн (Айова)	28	8
Эль-Пасо (Техас)	89	92
Фресно (Калифорния)	61	76
Гранд–Рапидс–Вайоминг (Мичиган)	84	58
Гринсборо–Хай–Пойнт (Северная Каролина)	95	99
Гринвилл (Южная Каролина)	115	89
Гаррисберг–Карлайл (Пенсильвания)	70	43
Гонолулу (Гавайи)	18	28
Ноксвилл (Теннесси)	83	62
Лейкленд (Флорида)	113	125
Литл-Рок–Норт-Литл-Рок (Арканзас)	114	107
Мэдисон (Висконсин)	11	2
Мак-Аллен–Эдинбург–Мишн (Техас)	101	128
Нью-Хейвен–Милфорд (Коннектикут)	46	52
Омаха–Каунсил-Блаффс (Небраска–Айова)	67	41
Окснард–Таузенд–Оукс–Вентура (Калифорния)	39	64
Палм-Бэй–Мельбурн–Тайтсвилл (Флорида)	71	98
Портленд–Саут-Портленд–Биддефорд (Мэн)	8	12
Покипси–Ньюберг–Миддлтаун (Нью-Йорк)	42	55
Роли–Кэри (Северная Каролина)	22	7

ПРОФЕССИОНАЛЫ		ОБИТАТЕЛИ		«ПУСТОГО ГНЕЗДА»		ПЕНСИОНЕРЫ	
		СЕМЬИ С ДЕТЬМИ		(45 лет — 64 года)		(от 65 лет)	
(29 лет — 44 года)							
120	119	52	58	78	92	54	25
122	75	76	40	95	63	92	67
74	93	96	112	125	131	104	111
138	88	125	105	132	109	117	98
41	41	40	21	61	44	74	69
1	1	3	8	1	4	2	2
77	37	110	112	107	105	59	56
7	8	36	30	25	17	12	20
77	93	71	49	97	82	93	111
46	23	70	41	51	21	65	61
70	67	112	98	97	80	115	95
25	10	20	3	34	6	90	44
31	20	36	16	93	64	46	27
14	28	54	78	66	95	62	83
121	96	73	88	82	100	108	93
102	91	103	92	63	52	104	117
110	69	107	76	126	99	103	96
71	47	44	46	59	68	41	13
58	80	52	91	9	22	7	7
47	16	67	27	68	26	45	11
99	49	87	100	101	104	31	29
111	65	123	86	110	76	116	81
20	31	18	11	21	7	39	50
18	13	56	19	112	67	86	62
94	115	65	97	66	98	50	86
23	24	63	25	46	12	109	82
55	89	12	33	36	62	12	23
62	36	68	68	76	84	21	6
2	3	7	4	3	1	10	1
112	135	19	35	49	68	57	72
40	29	10	9	23	15	42	53

продолжение на следующей стр.

ОДИНОКИЕ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
(20–29 лет)\*

Рочестер (Нью-Йорк)	24	26
Сарасота-Брейдентон-Венис (Флорида)	85	110
Скрантон-Уилкс-Барре (Пенсильвания)	53	35
Спрингфилд (Массачусетс)	27	38
Стоктон (Калифорния)	64	83
Сиракьюс (Нью-Йорк)	44	30
Тоledo (Огайо)	35	17
Тусон (Аризона)	40	39
Талса (Оклахома)	56	42
Уичито (Канзас)	57	35
Вустер (Массачусетс)	4	5
Янгстаун-Уоррен-Бордмен (Огайо-Пенсильвания)	88	68
МАЛЫЕ РЕГИОНЫ США (от 250 до 500 тыс. жителей)		
Анкоридж (Аляска)	37	45
Анн-Арбор (Мичиган)	20	18
Эшвилл (Северная Каролина)	76	105
Атлантик-Сити (Нью-Джерси)	137	149
Бомонт-Порт-Артур (Техас)	167	167
Боулдер (Колорадо)	3	19
Браунсвилл-Харлингс (Техас)	151	161
Кантон-Массиллон (Огайо)	142	138
Чарлстон (Западная Виргиния)	143	134
Чаттануга (Теннесси-Джорджия)	161	147
Колумбус (Джорджия-Алабама)	163	164
Корпус-Кристи (Техас)	101	130
Дэвенпорт-Молин-Рок-Айленд (Айова-Иллинойс)	125	82
Дельтона-Дейтона-Бич-Ормонд-Бич (Флорида)	144	163
Дулут (Миннесота-Висконсин)	126	111
Дарэм (Северная Каролина)	49	56
Эри (Пенсильвания)	97	95

ПРОФЕССИОНАЛЫ		ОБИТАТЕЛИ		«ПУСТОГО ГНЕЗДА»		ПЕНСИОНЕРЫ	
(29 лет — 44 года)		СЕМЬИ С ДЕТЬМИ		(45 лет — 64 года)		(от 65 лет)	
32	39	22	23	14	10	35	26
73	51	108	123	47	58	19	22
87	70	64	67	89	100	48	19
8	19	34	51	31	51	51	88
45	79	58	80	68	94	78	96
74	65	59	44	48	37	53	21
11	18	74	57	20	9	86	65
24	22	79	74	27	18	68	74
38	14	47	17	52	16	64	54
17	5	47	28	54	30	89	47
12	25	2	2	13	18	5	5
37	16	49	37	38	20	54	42

107	144	90	134	30	91	134	155
105	151	84	122	72	107	70	84
124	96	69	103	84	110	36	51
163	165	139	162	128	155	152	161
159	147	166	164	167	166	162	160
51	112	28	52	23	48	56	99
108	125	133	96	148	127	110	80
145	154	92	109	119	122	104	116
158	137	98	84	53	38	73	66
154	130	160	152	156	142	161	152
164	164	164	166	163	156	163	167
151	152	145	114	129	96	133	100
118	89	152	142	118	123	159	145
128	139	153	158	137	148	60	89
127	123	136	139	86	111	157	156
67	104	132	126	121	116	85	118
71	99	57	83	57	88	74	39

продолжение на следующей стр.

ОДИНОКИЕ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
(20–29 лет)\*

Юджин–Спрингфилд (Орегон)	115	146
Эвансвилл (Индиана–Кентукки)	157	134
Фейетвилл (Северная Каролина)	150	162
Фейетвилл–Спрингдейл–Роджерс (Арканзас–Миссури)	103	115
Флинт (Мичиган)	132	103
Форт-Коллинс–Лавленд (Колорадо)	14	31
Форт-Смит (Арканзас–Оклахома)	165	165
Форт-Уэйн (Индиана)	123	84
Грин-Бэй (Висконсин)	38	21
Хикори–Ленуар–Моргантон (Северная Каролина)	154	148
Хантингтон–Ашленд (Западная Виргиния–Кентукки–Огайо)	164	156
Хантсвилл (Алабама)	100	67
Джексон (Миссисипи)	136	143
Каламазу–Портидж (Мичиган)	111	93
Киллин–Темпл–Форт-Худ (Техас)	108	142
Кингспорт–Бристоль (Теннесси–Виргиния)	166	155
Ланкастер (Пенсильвания)	104	112
Лансинг–Ист-Лансинг (Мичиган)	115	113
Лексингтон–Файетт (Кентукки)	62	40
Линкольн (Небраска)	41	28
Лаббок (Техас)	138	152
Манчестер–Нашуа (Нью-Гэмпшир)	8	34
Мобил (Алабама)	152	150
Модесто (Калифорния)	147	159
Монтгомери (Алабама)	153	136
Нейплс–Марко-Айленд (Флорида)	135	144
Норидж–Нью-Лондон (Коннектикут)	19	27
Окала (Флорида)	159	166
Огден–Клирфилд (Юта)	144	140
Пенсакола–Ферри-Пасс–Брент (Флорида)	149	157
Пеория (Иллинойс)	107	73



ПРОФЕССИОНАЛЫ		ОБИТАТЕЛИ		«ПУСТОГО ГНЕЗДА»		ПЕНСИОНЕРЫ	
		СЕМЬИ С ДЕТЬМИ		(45 лет — 64 года)		(от 65 лет)	
(29 лет — 44 года)							
167	167	167	167	130	148	143	157
109	78	126	124	144	138	139	128
122	145	143	132	145	141	151	159
26	21	27	12	111	83	81	59
152	158	151	150	138	143	146	149
85	141	41	80	19	45	78	100
144	114	137	108	157	136	149	158
139	107	121	94	108	73	142	125
19	62	13	13	37	25	71	68
145	132	104	110	142	140	118	142
132	83	137	132	151	151	130	138
113	67	116	101	131	111	129	123
143	135	157	143	161	144	137	130
130	142	146	140	114	120	150	161
74	93	38	13	115	85	37	33
157	140	155	125	152	133	136	122
115	124	41	104	32	89	83	76
162	163	140	145	147	158	155	151
77	81	77	79	71	70	91	105
55	101	114	95	70	40	152	136
135	128	163	150	166	146	165	164
49	122	1	5	17	32	11	10
148	149	161	157	165	159	154	132
155	162	149	165	150	167	147	165
130	86	158	156	153	145	159	141
129	129	118	135	81	118	28	52
97	133	11	55	8	50	20	69
77	46	148	154	148	162	44	78
153	157	83	106	158	160	158	139
133	109	105	99	124	113	57	34
136	106	108	120	123	126	135	124

продолжение на следующей стр.

ОДИНОКИЕ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
(20–29 лет)\*

Порт-Сент-Люси-Форт-Пирс (Флорида)	139	160
Прово-Орем (Юта)	91	109
Рединг (Пенсильвания)	141	126
Рено-Спаркс (Невада)	58	103
Роанок (Виргиния)	106	87
Рокфорд (Иллинойс)	158	145
Сейлем (Орегон)	87	94
Салинас (Калифорния)	72	133
Санта-Барбара-Санта-Мария (Калифорния)	51	102
Санта-Роза-Петалума (Калифорния)	6	48
Саванна (Джорджия)	74	126
Шривпорт-Божер-Сити (Луизиана)	162	154
Саут-Бенд-Мишавока (Индиана-Мичиган)	155	158
Спартанберг (Южная Каролина)	134	113
Спокан (Вашингтон)	45	69
Спрингфилд (Миссури)	156	153
Таллахасси (Флорида)	60	100
Трентон-Юинг (Нью-Джерси)	5	3
Утика-Ром (Нью-Йорк)	147	141
Вальехо-Фэрфилд (Калифорния)	67	129
Висейлия-Портервилл (Калифорния)	121	132
Уилмингтон (Северная Каролина)	49	88
Уинстон-Сейлем (Северная Каролина)	86	72
Йорк-Ганновер (Пенсильвания)	160	151

ДАННЫЕ: анализ и рейтинги Кевина Столарика. Исходные данные взяты из «Всеамериканского районного опроса» за 2005 год, проведенного Бюро переписи населения США, и других источников.

				ОБИТАТЕЛИ					
ПРОФЕССИОНАЛЫ				«ПУСТОГО ГНЕЗДА»				ПЕНСИОНЕРЫ	
(29 лет — 44 года)				СЕМЬИ С ДЕТЬМИ		(45 лет — 64 года)		(от 65 лет)	
141	146	120	136	80	117	23	36		
53	105	38	44	154	157	145	127		
149	155	88	128	115	139	112	105		
29	103	146	159	96	135	114	147		
104	86	54	33	74	48	38	48		
140	159	156	161	164	163	167	166		
66	118	129	147	88	131	100	134		
60	138	92	137	119	150	51	121		
81	143	94	138	94	137	48	120		
5	63	25	88	12	66	4	35		
113	131	150	149	139	147	126	148		
155	134	165	163	162	151	156	144		
165	161	162	148	146	129	166	163		
71	59	144	131	133	125	141	146		
125	150	124	130	44	58	125	150		
161	156	159	152	160	154	164	153		
160	160	154	160	155	165	130	140		
61	110	5	38	4	39	6	39		
147	148	134	155	141	161	144	154		
100	152	74	129	79	134	25	87		
50	108	111	146	122	153	102	143		
117	120	130	141	39	78	94	137		
58	55	102	72	55	27	82	115		
166	166	142	144	159	164	148	134		

\*\* Для каждой группы в первой колонке приведены данные по всей совокупности соответствующих домохозяйств, во второй — для оптимальных вариантов, то есть для вариантов с наилучшим соотношением цены и качества. (Примеч. пер.)

## РЕЙТИНГ РЕГИОНОВ (ДЛЯ ГЕЕВ И ЛЕСБИЯНОК)

## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

### КАК НАЙТИ СВОЕ МЕСТО

Оцените каждую категорию по пятибалльной шкале, где 1 — низшая оценка, а 5 — высшая.

#### ВОЗМОЖНОСТИ

Экономические условия	Каково в целом экономическое положение места?
Рынок труда	Есть ли в этом месте хорошие вакансии вашего профиля с устраивающей вас зарплатой?
Профессиональное развитие	Доступны ли ресурсы для профессионального развития, нужные вам для жизни и карьеры?
Нетворкинг	Есть ли у вас готовая сеть рабочих контактов? Если нет, насколько легко войти в существующую сеть или построить новую?

#### БАЗОВЫЕ УСЛУГИ

Образование	Способно ли это место предложить образовательные ресурсы, которые нужны вам и вашей семье?
Здоровье и безопасность	Соответствует ли это место вашим критериям безопасности и вашим требованиям к здравоохранению?
Жилье	Есть ли в этом месте жилище, которое вам нравится, по доступной вам цене?
Связанность	Существуют ли у этого места связи — локальные, глобальные, цифровые, — которые для вас особенно важны?

#### ЛИДЕРСТВО

Политика	Внушают ли вам местные политические лидеры доверие и уверенность?
Бизнес	Принадлежат ли бизнес-лидеры к тому типу, который вам приятен, на который вы полагаетесь?



Разнообразие	Разнообразен ли круг лидеров по полу, расовой принадлежности, возрасту, этическим принципам, сексуальной ориентации и по другим факторам?
--------------	---

Доступ к политике и вовлеченность в нее	Насколько открыт процесс принятия решений, насколько в него вовлечены граждане?
---	---

## ЦЕННОСТИ

Толерантность	Как приняты в сообществе люди иной расы, иной этнической или религиозной принадлежности, ведущие иной образ жизни?
---------------	--

Доверие	Доверяют ли люди друг другу в целом?
---------	--------------------------------------

Самовыражение	Можете ли вы быть собой в этом месте?
---------------	---------------------------------------

Атмосфера	Как здесь оценивают людей?
-----------	----------------------------

## ЭСТЕТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ И СТИЛЬ ЖИЗНИ

Красота природы	Как вы оцениваете природную привлекательность этого места?
-----------------	--

Аутентичность	Есть ли у этого места свой уникальный характер?
---------------	---

Удобства	Есть ли в этом месте культурные и досуговые учреждения, необходимые вам?
----------	--

Энергетика	Насколько «энергетика» места совпадает с вашей?
------------	---



## ПРИМЕЧАНИЯ

### ГЛАВА 1

<sup>1</sup> Книги и статьи о счастье — быстро растущая отрасль. См., например: *McMahon D. Happiness: A History*. New York: Atlantic Monthly Press, 2006; *Haidt J. The Happiness Hypothesis*. New York: Basic Books, 2005; *Seligman M. Authentic Happiness*. New York: Free Press, 2004; *Layard R. Happiness: A New Science*. London: Penguin, 2005.

<sup>2</sup> См.: *Schachter J. Why People Move: Exploring the March 2000 Current Population Survey / US Census Bureau, Current Population Report*. 2001. Май. Эти данные ежегодно обновляются и доступны на сайте Бюро переписи населения США.

<sup>3</sup> *Tiebout C. A Pure Theory of Local Expenditures // Journal of Political Economy*. 1956. Vol. 64. № 5. P. 416–424.

<sup>4</sup> См. в особенности, труды Джекобс: *Jacobs J. The Death and Life of Great American Cities*. New York:

Vintage, 1992 (1-е изд.: 1961); *Idem. The Economy of Cities*. New York: Vintage, 1970 (1-е изд.: 1969); *Idem. Cities and the Wealth of Nations*. New York: Vintage, 1985 (1-е изд.: 1984). Мои основные выводы по этой теме подытожены в книге: *Florida R. The Rise of Creative Class*. New York: Basic Books, 2002.

### ГЛАВА 2

<sup>1</sup> *Friedman T. The World is Flat*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2005.

<sup>2</sup> Исходная статья: *Cairncross F. The Death of Distance // The Economist*. 1995. September 30. Vol. 336. № 7934. Позже она опубликовала важную монографию под тем же названием: *Cairncross F. The Death of Distance*. Harvard Business School Press, 2001 (1-е изд.: 1997). См. также: *Conquest of Location // The Economist*. 1999. October 7.



<sup>3</sup> *Leamer E. A Flat World, a Level Playing Field, a Small World after All or None of the Above? Review of Thomas L. Friedman, The World is Flat // Journal of Economic Literature. 2007. Vol. 45. № 1. P. 83–126.*

<sup>4</sup> Данные об урбанизации взяты из базы данных World Population Prospects: The 2006 Revision Population Database (Population Division, Department of Economic and Social Affairs, United Nations 2007 [[esa.un.org/unpp](http://esa.un.org/unpp)]).

<sup>5</sup> Q&A with Michael Porter // *BusinessWeek. 2006. August 21* [[www.businessweek.com/magazine/content/06\\_34/b3998460.htm](http://www.businessweek.com/magazine/content/06_34/b3998460.htm)].

<sup>6</sup> *Florida R. The World is Spiky // Atlantic Monthly. 2005. October. Vol. 296. № 3.*

<sup>7</sup> За базовую величину при оценке экономической активности Гулден взял яркость освещенности региона, которая видна ночью из космоса. Он откалибровал данные об освещенности, используя оценки ВВП для «нижних» сорока восьми штатов. Эту физическую величину экономической активности он перевел в стандартные единицы, заново пронормировав сумму для каждого государства так, чтобы 2 тысячи долларов государственного ВВП равнялись

2 тысячам долларов США по текущему рыночному курсу. Затем он наложил карты освещенности на подробные карты населения, разработанные в 2005 году Окриджской национальной лабораторией в рамках проекта «LandScan». В результате получилась сплошная серия оценок экономической активности местности, разбитой на квадраты со стороной в 30 секунд дуги меридиана (и площадью менее 1 квадратного километра). Подробнее об этой методике см.: *Florida R., Gulden T., Mellander C. The Rise of the Mega-region // Cambridge Journal of Regions, Economy and Society. 2008. Vol. 1. № 1. См. также: Nordhaus W. et al. The G-Econ Database on Gridded Output: Methods and Data. New Haven: Yale University. 2006. May 12; Nordhaus W. Geography and Macroeconomics: New Data and New Findings // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2006. March 7. Vol. 103. № 10. P. 3510–3517. Данные о продуктивности экономики и ВВП регионов США опубликованы организацией Global Insight: The Role of Metro Areas in the U. S. Economy. Подготовлено для Конференции мэров городов США 13 января 2006 года.*

<sup>8</sup> Гулден оценил число патентов на каждый регион мира, совместив данные Бюро по регистрации патентов и товарных знаков США, которые включают точное указание на город изобретателя, с данными Всемирной организации интеллектуальной собственности о национальных патентах (ВОИС). Поскольку в США стекаются люди со всего мира, чтобы защитить свое изобретение патентом, а Бюро по регистрации патентов отмечает, в каком городе живет получатель патента, Гулдену удалось подсчитать число патентов США для каждого города в мире. Данные о патентах по регионам США были собраны и предоставлены нам исследовательской группой Фила Ауэрсвальда (Школа государственной политики университета Джорджа Мейсона). Хотя эта статистика точно отражает распределение патентов по городам США, число изобретений в других странах она недоучитывает, местами капитально, так как не каждый изобретатель получает патент в США. Гулден компенсировал этот недостаток, используя данные Бюро по регистрации патентов и товарных знаков для оценки сравнитель-

ной важности городов в пределах каждой страны. Затем он принял, что все патенты, о регистрации которых сообщают головному отделу ВОИС национальные отделения, выдаются местным изобретателям, и соотнес их с городами, учитывая веса, подсчитанные с помощью данных Бюро патентов. Он предположил, что изобретатели, патентующие свои идеи в США, распределены в пространстве аналогично тем, кто патентует свои идеи на родине. Возможно, при этом преувеличивается роль больших городов, где доступ к мировой патентной системе обычно проще, но ошибка невелика. Подробнее об этой методологии см.: *Florida R., Gulden T., Mellander C. Op. cit.*

<sup>9</sup> *Saxenian A. Silicon Valley's Immigrant Entrepreneurs. San Francisco: Public Policy Institute of California, 1999; Wadhva V., Saxenian A., Rissing B., Gereffi G. America's New Immigrant Entrepreneurs. Durham: Duke University, Pratt School of Engineering; Berkeley: University of California, 2007. Part I. См. также: Dossani R. Chinese and Indian Entrepreneurs and Their Networks in Silicon Valley. Stanford: Stanford University, 2002.*

<sup>10</sup> См. статьи: *Kenney M.* The Globalization of Venture Capital: The Cases of Taiwan and Japan. 2004. November 17; *Idem.* A Life Cycle Model for the Creation of National Venture Capital Industries: Comparing the U. S. and Israeli Experiences. 2004. November 14; *Idem.* Building Venture Capital Industries: Understanding the U. S. and Israeli Experiences. 2003. November 26; *Idem.* Venture Capital Industries in East Asia. 2002. December 4. Все статьи есть на сайте: [<http://hcd.ucdavis.edu/faculty/kenney/>].

<sup>11</sup> Больше информации об IPO можно найти на ресурсах Комиссии по ценным бумагам и биржам США. На сайте SECLaw.com работает Центр IPO [<http://www.seclaw.com/centers/ipocent.shtml>].

<sup>12</sup> Эти данные могут быть отчасти перекошены, поскольку они включают цитирование в неанглоязычных журналах. Львиная доля глобального научного дискурса ведется на английском. Авторы, которые публикуются на других языках, вряд ли будут цитировать достаточно часто, чтобы они появились на этой карте. См.: *Batty M.* The Geography of Scientific Citation // Environment

and Planning A. 2003. № 35. P. 761–770. В более ранней версии статьи (от 19 декабря 2002 года) есть более подробные данные и карты. Ее можно загрузить здесь: [<http://www.casa.ucl.ac.uk/people/MikesPage.htm>].

<sup>13</sup> *Zucker L., Darby M.* Movement of Star Scientists and Engineers in High-Tech Firm Entry / National Bureau of Economic Research. 2006. September. Working Paper № 12172.

<sup>14</sup> *Davis M.* Planet of Slums. New York: Verso, 2006.

<sup>15</sup> *Taylor R., Lang R.* U. S. Cities in the “World City Network”. Washington: Brookings Institution, 2005.

<sup>16</sup> Magnets for Money // The Economist. 2007. September 13.

<sup>17</sup> *Barber B.* McWorld vs. Jihad // Atlantic Monthly. 1992. Vol. 269. № 3. См. также: *Barber B.* Jihad vs. McWorld: How the Planet Is Both Falling Apart and Coming Together and What This Means for Democracy. New York: Crown, 1995.

<sup>18</sup> *Li T., Florida R.* Talent, Technological Innovation and Economic Growth in China. February 2006. См. сайт [[creativecommons.com](http://creativecommons.org)].

<sup>19</sup> *Watts J.* Thousands of Villagers Riot as China Enforces Birth Limit // Guardian. 2007. May 22.

<sup>20</sup> Tao Wu. Urban-Rural Divide in China Continues to Widen / Gallup Organization. 2007. March 28.

### ГЛАВА 3

<sup>1</sup> Dossani R. Origins and Growth of the Software Industry in India. Stanford: Stanford University. 2005. September [http://aparc.stanford.edu/people/rafiqdossani].

<sup>221</sup> Ricardo D. Principles of Political Economy and Taxation. New York: Cosimo Classics, 2006 (1-е изд.: 1817).

<sup>3</sup> Jacobs J. The Economy of Cities. New York: Vintage, 1970 (1-е изд.: 1969); *Idem*. Cities and the Wealth of Nations. New York: Vintage, 1985 (1-е изд.: 1984).

<sup>4</sup> Gottman J. Megalopolis. New York: Twentieth Century Fund, 1961.

<sup>5</sup> Ohmae K. The End of the Nation State: The Rise of Regional Economies. New York: Simon and Schuster, 1995. См. также: *Idem*. The Rise of the Region State // Foreign Affairs. 1999. Spring.

<sup>6</sup> Gapper J. NyLon, a Risky Tale of Twin City States // Financial Times. 2007. October 24.

<sup>7</sup> Lang R., Dhavale D. Beyond Megalopolis: Exploring America's New Megalopolitan Geography. Brookings Institution,

2005. См. также: Glaeser E. Do Regional Economies Need Regional Coordination? Cambridge, MA: Harvard University, 2007 (= Institute of Economic Research Discussion Paper 2131).

<sup>8</sup> Чтобы сделать это, Гулден установил пороговое значение освещенности, соответствующее сути географической структуры мегарегионов США по описанию Лэнга и Дхавале, а также других авторов, использующих для выделения мегарегионов более сложные методики (с учетом населения, дохода, расстояния в пути на работу). Гулден выяснил, что, хотя эти факторы критически важны для понимания функционирования мегарегионов, строительство по соседству — достаточно влиятельный посредник экономической интеграции и может быть использовано в интересующем нас контексте. Определив порог освещенности, который наилучшим образом аппроксимировал структуру уже выделенных учеными мегарегионов США, он применил это же пороговое значение к набору данных о яркости ночной освещенности всего мира. Итогом стали десятки тысяч освещенных пятнышек, за которыми скрываются поселения самой раз-

ной величины — от крупнейших мегарегионов площадью в тысячи квадратных километров до деревушек и других источников света площадью около 1 квадратного километра. Затем Гулден закрыл небольшие разрывы, объединив освещенные зоны, расстояние между которыми было меньше 2 километров. Подробнее об этой методологии см.: *Florida R., Gulden T., Mellander C. The Rise of the Mega-region // Cambridge Journal of Regions, Economy and Society. 2008. Vol. 1. № 1.*

<sup>9</sup> The Texas Triangle and Megalopolis / Federal Reserve Bank of Dallas, Houston Branch. 2004. April [http://www.dallasfed.org/research/houston/2004/hbo403.html].

<sup>10</sup> О Монреале см.: *Stolarick K., Florida R. Creativity, Connections and Innovation: A Study of Linkages in the Montréal Region // Environment and Planning A. 2006. Vol. 38. № 10. P. 1799–1817.*

<sup>11</sup> *Wilson D., Purushothaman R. Dreaming with BRICs: The Path to 2050. Global Economics Paper № 99 / Goldman Sachs. 2003.*

#### ГЛАВА 4

<sup>1</sup> *Lucas R. On the Mechanics of Economic development // Journal of*

*Monetary Economics. 1988. № 22. P. 3–42.*

<sup>2</sup> *Smith A. The Wealth of Nations. New York: Bantam, 2003 (1-е изд.: 1776).*

<sup>3</sup> Или, как предпочитал объяснять это Рикардо: «Производство вина в Португалии может требовать труда только 80 человек в течение года, а производство сукна потребовало бы труда 90 человек в течение того же времени. Поэтому для нее будет выгодно вывозить вино в обмен на сукно. Этот обмен может иметь место даже в том случае, если ввозимый Португалией товар мог быть произведен там с меньшим количеством труда, чем в Англии. Хотя бы она могла изготовить сукно трудом 90 человек, она будет ввозить его из страны, где на производство его требуется труд 100 человек. Для нее будет выгоднее употреблять свой капитал предпочтительно на производство вина, за которое она получит больше сукна из Англии, чем она произвела бы сама, если бы она переместила часть своего капитала из виноделия в производство сукна» (*Ricardo D. Principles of Political Economy and Taxation. Cosimo Classics, 2006* [*Рикардо Д. Начала политической*

экономии и налогового обложения // Он же. Сочинения. М., 1955. Т. 1. Глава VII. О внешней торговле]).

<sup>4</sup> *Schumpeter J.* Theory of Economic Development. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934 (1-е изд.: 1911).

<sup>5</sup> *Schumpeter J.* Capitalism, Socialism and Democracy. New York: Harper, 1975 (1-е изд.: 1942). Томас Маккроу написал познавательную биографию Шумпетера: *McCraw T.* Prophet of Innovation: Joseph Schumpeter and Creative Destruction. Cambridge, MA: Belknap Press, 2007.

<sup>6</sup> *Solow R.* Technical Change and the Aggregate Production Function // Review of Economics and Statistics. August 1957. Vol. 39. № 3. P. 312–320.

<sup>7</sup> *Romer P.* Increasing Returns and Long-Run Growth // Journal of Political Economy. 1986. October. Vol. 94. № 5. P. 1002–1037; *Idem.* Endogenous Technological Change // Journal of Political Economy. 1990. October. Vol. 98. № 5. P. 71–102. Монография Дэвида Уорша содержит живо написанное и насыщенное информацией изложение идей Ромера и более подробно излагает теорию роста (*Warsh D.* Knowledge and

the Wealth of Nations. New York: W. W. Norton, 2006).

<sup>8</sup> *Steigerwald B.* City Views: Urban Studies Legend Jane Jacobs on Gentrification, the New Urbanism, and Her Legacy // Reason. 2001. June.

<sup>9</sup> См. обсуждение идей Джекобс у Дэвида Эллермана: *Ellerman D.* Jane Jacobs on Development // Oxford Development Studies. 2004. December. Vol. 32. № 4. P. 507–521.

<sup>10</sup> *West G., Bettencourt L., Lobo J., Helbing D., Kuehnert C.* Growth, Innovation, Scaling and the Pace of Life in Cities // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2007. April 24. Vol. 104. № 17. P. 7301–7306.

<sup>11</sup> *Zipf G.* Human Behaviour and the Principle of Least-Effort. Boston: Addison-Wesley, 1949; *Idem.* The Psychobiology of Language. Boston: Houghton-Mifflin, 1935.

<sup>12</sup> *Axtell R., Florida R.* Emergent Cities: Microfoundations of Zipf's Law. March 2006. См. сайт [creativeclass.com].

## ГЛАВА 5

<sup>1</sup> Сравнительное исследование этой темы (2005) позволило обнаружить, что зарплата и оклад

американца, находящегося посередине шкалы распределения национального дохода, выросли на 11% с 1966 по 2001 год. Для самых высоких зарплат рост составил 617%! Это значит, что в течение 35 лет прирост зарплат и окладов хотя бы соответствовал приросту национальной производительности только для десятой доли американских работников. Как показывает экономист из Корнеллского университета Роберт Франк в своей книге «Отстающие», доля национального дохода, принадлежащая богатейшему проценту американцев, выросла с 8,2% в 1980 году до 17,4% — в 2005-м. Согласно статье журналиста Клайва Крука, опубликованной в 2006 году в *Atlantic Monthly*, «еще удивительнее, что с 1997 по 2001 год 1% получил намного большую часть национального прироста в доходе от зарплаты и оклада, чем нижние 50%. И даже внутри этого процентиля прирост плотно сосредоточен в самой верхушке». См. доклад, прочитанный в Брукингском институте в сентябре 2005 года: *Dew-Becker L., Gordon R. Where Did the Productivity Growth Go? Inflation Dynamics and the Distribution of Income*; а также *Frank R. Falling*

*Behind: How Inequality Harms the Middle Class*. Oakland: University of California Press, 2007; *Crook C. The Height of Inequality* // *Atlantic Monthly*. September 2006. Vol. 298. № 2. P. 36–37.

<sup>2</sup> *Muschamp H. Checking in to Escapism* // *New York Times*. 2002. November 2.

<sup>3</sup> *Thomas B., Dorling D. Identity in Britain: A Cradle-to-Grave Atlas*. Cambridge: Polity Press, 2007. См. также: *Ward L. Where You Live Can Be Crucial to Your Future* // *Guardian*. 2007. September 8.

<sup>4</sup> *Schachter J. Why People Move: Exploring the March 2000 Current Population Survey / US Census Bureau, Current Population Report*. 2001. May.

<sup>5</sup> *Pick a Place to Live, Then Find a Job* // *Wall Street Journal*. 2002. January 27. Источник статьи — работа 2002 года, подготовленная Next Generation Consulting: «*Talent Capitals: The Emerging Battleground in the War for Talent: A White Paper*». См. результаты исследования мая 2006 года, выполненного по заказу CEOs for Cities: The Segmentation Company, a division of Yankelovich. *Attracting the Young College-Educated to Cities / CEOs for Cities*. 2006. May 11 [<http://www.ceosforcities>].

org/rethink/research/files/CEOs-forCitiesAttractingYoungEducated-Pres2006.pdf].

<sup>6</sup> См.: *Powdthavee N.* Putting a Price Tag on Friends, Relatives, and Neighbors: Using Surveys of Life Satisfaction to Value Social Relationships // *Journal of Socio-Economics*. 2008.

## ГЛАВА 6

<sup>1</sup> *Hirschman A.O.* Exit, Voice and Loyalty. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1970.

<sup>2</sup> The World Goes to Town // *The Economist*. 2007. May 3.

<sup>3</sup> *Martin A. H.* Cultural Changes: From the Rural World to Urban Environment // *United Chronicle*. 2006. November 4.

<sup>4</sup> *Jackson K.* Crabgrass Frontier. Oxford: Oxford University Press, 1987; *Brueggemann R.* Sprawl: A Compact History. Chicago: University of Chicago Press, 2005.

<sup>5</sup> *Garreau J.* Edge City. New York: Anchor, 1992.

<sup>6</sup> *Brooks D.* On Paradise Drive. New York: Simon and Shuster, 2004.

<sup>7</sup> *Glaeser E., Berry C.* The Divergence of Human Capital Levels across Cities. Cambridge, MA: Harvard Institute of Economic Research, 2005.

<sup>8</sup> *Florida R.* Where the Brains Are // *Atlantic Monthly*. 2006. October. P. 34.

<sup>9</sup> *Gyourko J., Mayer C., Sinai T.* Superstar Cities / National Bureau of Economic Research. 2006. July. Working Paper № 12355.

## ГЛАВА 7

<sup>1</sup> *Pink D.* Free Agent Nation. New York: Warner Books, 2001.

<sup>2</sup> *Drucker P.* Post-Capitalist Society. New York: Harper Business, 1993. См. также: *Idem.* Beyond the Information Revolution // *Atlantic Monthly*. 1999. October. Vol. 284. № 4. P. 47–57; *Idem.* The Next Society // *The Economist*. 2001. November 1. P. 1–20. Фрицу Махлупу часто приписывают введение термина «работник знаний» в книге 1962 года. См.: *Machlup F.* The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton: Princeton University Press, 1962.

<sup>3</sup> См.: *Florida R.* The Rise of the Creative Class. Basic Books, 2002. Данные обновлены Кевином Столариком.

<sup>4</sup> The World's Richest People // *Forbes Magazine*. 2007. March 8.

<sup>5</sup> *Florida R., Mellander C., Stolarick K.* Inside the Black Box of Economic



Development: Human Capital, the Creative Class, and Tolerance // Journal of Economic Geography. 2008. Vol. 8. № 5.

<sup>6</sup> Уровни корреляции между сферой занятости и доходом на душу населения таковы: 0,659 (компьютеры и математика), 0,549 (бизнес и финансы), 0,511 (искусство, индустрия развлечений, медиа), 0,480 (торговля), 0,472 (инженерное дело и архитектура), 0,393 (наука), 0,390 (юриспруденция), 0,358 (менеджмент).

<sup>7</sup> Уровни корреляции с региональным доходом: 0,052 (профессии в сфере здравоохранения), 0,055 (профессии в сфере образования).

<sup>8</sup> См., например: Weber A. Theory of the Location of Industries. Chicago: University of Chicago Press, 1929 (1-е изд.: 1909).

<sup>9</sup> Piore M., Sable C. The Second Industrial Divide. New York: Basic Books, 1984.

<sup>10</sup> Marshall A. Principles of Economics. New York: Cosimo Classics, 2006 (1-е изд.: 1890).

<sup>11</sup> Porter M. Clusters and the New Economics of Competition // Harvard Business Review. 1998. November–December; Idem. Location, Clusters, and Company

Strategy // Oxford handbook of Economic Geography / Ed. by G. Clark, M. Gertler, M. Feldman. Oxford: Oxford University Press, 2000; Location, Competition and Economic Development: Idem. Local Clusters in a Global Economy // Economic Development Quarterly. 2000. February. Vol. 14. № 1. P. 15–34.

<sup>12</sup> Cortright J., Mayer H. Signs of Life: The Growth of Biotechnology Centers in the US. Washington: Brookings Institution, Center for Metropolitan Policy, 2001.

<sup>13</sup> Данные о венчурном капитале взяты из доклада «Price-WaterHouseCoopers MoneyTree», см.: [<https://www.pwcmoneytree.com/MTPublic/ns/index.jsp>].

<sup>14</sup> Pui-Wing Tam. New Hot Spot for High Tech Firms is the Old One // Wall Street Journal. 2006. October 5.

<sup>15</sup> Markusen A., Schrock G. The Distinctive City: Divergent Patterns in Growth, Hierarchy and Specialization // Urban Studies. 2006. July. Vol. 43. № 8. P. 1301–1323.

<sup>16</sup> Feldman M., Martin R. Jurisdictional Advantage / National Bureau of Economic Research. 2004.

<sup>17</sup> Fitzpatrick D. Extreme Commuters at PNC Raise Eyebrows

// Pittsburgh Post-Gazette. 2005. August 7.

<sup>18</sup> Putnam R. D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon and Schuster, 2000.

<sup>19</sup> Hargadon A. Bridging Old Worlds and Binding New Ones: Toward a Micro-sociology of Creativity // Creativity and Innovation in Groups and Teams / Ed. by L. Thompson. London: Lawrence Erlbaum Associates, 2007.

<sup>20</sup> Saxenian A. Regional Advantage. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1994.

<sup>21</sup> Granovetter M. The Strength of Weak Ties // American Journal of Sociology. 1973. May. Vol. 78. № 6.

<sup>22</sup> Caves R. Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2002. См. также детальный анализ переплетения сцен для дизайна, музыки и изобразительного искусства в современном Нью-Йорке: Currid E. The Warhol Economy. Princeton: Princeton University Press, 2007.

<sup>23</sup> См.: Clark T. N. Making Culture Into Magic: How Can it Bring Tourists and Residents? // International Review of Public Administration. 2007. January 12. P. 13–25. См. также: Scenes / Ed.

by T.N. Clark, L. Rothfield, D. Silver. Chicago: University of Chicago, 2007.

См. также: Lloyd R., Clark T. N. The City as an Entertainment Machine // Research in Urban Sociology: Critical Perspectives on Urban Redevelopment. 2001. № 6. P. 357–378.

<sup>24</sup> Jackson S. The Music Machine: The Impact of Geography, History and Form on Music Innovation in the United States 1970–2004. Fairfax: George Mason University, 2007.

<sup>25</sup> Jack White Leaves “Super-Negative” Detroit // USA Today. 2006. May 25.

<sup>26</sup> Данные о трендах рынка жилья взяты из «Всеамериканского районного опроса», проведенного Бюро переписи населения США. См.: [<http://www.census.gov/acs/www/>].

## ГЛАВА 8

<sup>1</sup> Coy P. The Richest Zip Codes — and How They Got That Way // BusinessWeek. 2007. April 2.

<sup>2</sup> Gyourko J., Mayer C., Sinai T. Superstar Cities / National Bureau of Economic Research. 2006. July. Working Paper № 12355.

<sup>3</sup> Shiller R. Superstar Cities May Be Investors’ Superstardust // Shanghai Daily. 2007.

- May 22 [www.taipeitimes.com/News/editorials/archives/2007/05/20/2003361715].
- <sup>4</sup> *Shiller R.* Historic Turning Points in Real Estate. New Haven: Yale University. 2007. June. Cowles Foundation for Research in Economics Discussion Paper № 1610 [http://cowles.econ.yale.edu/P/cd/d16a/d1610.pdf]. Подробные данные о жилищном индексе Кейса–Шиллера см. здесь: [http://macromarkets.com/csi\_housing/sp\_caseshiller.asp]. См. также: *Shiller R.* Irrational Exuberance. Princeton: Princeton University Press, 2005.
- <sup>5</sup> *Lowenstein R.* Top Psychology // New York Times. 2007. March 18. Интересный общий обзор мыльных пузырей дан в книге: *Gross D.* Pop! Why Bubbles Are Great for the Economy. New York: Collins, 2007.
- <sup>6</sup> *Avent R.* Are Superstar Cities Super Investments? // The Bellows. 2007. May 22 [www.ryanavent.com/blog/?p=43].
- <sup>7</sup> *Florida R., Mellander C.* There Goes the Neighborhood: How and Why Artists, Bohemians and Gays Affect Housing Values. 2007. См.: [creativeclass.com].
- <sup>8</sup> *Landis J., Elmer V., Zook M.* New Economy Housing Markets: Fast and Furious — But Different? // Housing Policy Debate. 2002. Vol. 2. № 3. P. 233–274.
- <sup>9</sup> *Roback J.* Wages, Rents, and the Quality of Life // Journal of Political Economy. 1982. Vol. 6. № 90. P. 1257–1258.
- <sup>10</sup> *Glaeser E., Kolko J., Saiz A.* Consumer City // Journal of Economic Geography. 2001. Vol. 1. № 1. P. 27–50; *Glaeser E., Gottlieb J.* Urban Resurgence and the Consumer City // Urban Studies. 2006. Vol. 8. № 43. P. 1275–1299.
- <sup>11</sup> *Roney M.* Bohemian Today, High-Rent Tomorrow // BusinessWeek. 2007. February 26.
- <sup>12</sup> *Markusen A., Schrock G.* The Artistic Specialization and Economic Development Indications // Urban Studies. 2006. Vol. 10. № 43. P. 1661–1686.
- <sup>13</sup> *Hartford T.* Undercover Economist: On the Move // Financial Times. 2007. March 9.
- <sup>14</sup> *Oswald A., Blanchflower D., Sanfey P.* Wages, Profits and Rent-Sharing // Quarterly Journal of Economics. 1996. February. Vol. 1. № 111. P. 227–252.

## ГЛАВА 9

<sup>1</sup> *Willis C.* The New Science of Happiness // Time. 2005. January 9.

<sup>2</sup> Канеман утверждает, что бла-

госостояние можно точно оценить, используя метод подробной реконструкции дня для измерения счастья. См., например: Kahneman D., Krueger A., Schkade D., Schwarz N., Stone A. Survey Method for Characterizing Daily Life Experience: The Day Reconstruction Method // *Science*. 2004. December 3. Vol. 5702. № 306. P. 1776–1780. См. также: *Idem*. Would You Be Happier If You Were Richer? A Focusing Illusion. Princeton: Princeton University, Center for Economic Policy Studies, 2006.

<sup>3</sup> Gilbert D. Stumbling on Happiness. New York; Toronto: Knopf, 2006.

<sup>4</sup> Diener E., Seligman M. Beyond Money: Toward an Economy of Well-Being // *Psychological Science in the Public Interest*. 2004. Vol. 1. № 5. P. 1–31.

<sup>5</sup> Paumgarten N. There and Back Again // *New Yorker*. 2007. April 16.

<sup>6</sup> Обнаружились следующие коэффициенты корреляции между общим уровнем счастья и различными факторами: 0,369 (финансовая удовлетворенность), 0,367 (удовлетворенность работой), 0,303 (удовлетворенность местом). Ср. показатели для уровня дохода (0,153), наличия жилья в собственности (0,126) и возраста (0,06). Коэффициенты регрессии

(для обычной пробит-регрессии) составляют 0,342 для финансовой удовлетворенности, 0,254 для удовлетворенности местом, 0,254 для удовлетворенности работой. Ср. показатели для уровня дохода (0,039), возраста (–0,06) и образования (–0,09).

<sup>7</sup> В целом корреляция между доходом и удовлетворенностью своим районом относительно слаба (0,15).

<sup>8</sup> Csikszentmihalyi M. Flow: The Psychology of Optimal Experience. New York: HarperCollins, 1990; *Idem*. Finding Flow: The Psychology of Engagement with Everyday Life. New York: Basic Books, 1997.

<sup>9</sup> Amabile T. et al. Affect and Creativity at Work // *Administrative Science Quarterly*. 2005. March. № 50. P. 367–403.

## ГЛАВА 10

<sup>1</sup> Maslow A. A Theory of Human Motivation // *Psychological Review*. 1943. № 50. P. 370–396. Также см.: *Idem*. Motivation and Personality. New York: HarperCollins, 1987 (1-е изд.: 1954). Подробнее см.: [www.maslow.com].

<sup>2</sup> Postrel V. Why Buy What You Don't Need: The Marginal Appeal of Aesthetics // *Innovation*. 2004.

Spring; *Idem*. The Economics of Aesthetics // Strategy and Business. 2003. Autumn; *Idem*. The Substance of Style: How the Rise of Aesthetic Value Is Remaking Commerce, Culture, and Consciousness. New York: HarperCollins, 2003. Другие книги автора см. здесь: [<http://www.vpostrel.com>].

<sup>3</sup> *Bhaskar M., van de Ven J.* Is Beauty Only Skin Deep? Disentangling the Beauty Premium on a Game Show. Colchester: University of Essex, Department of Economics. 2007. January. Discussion Paper.

<sup>4</sup> *Rojas J.* A Messy, Inspiring Urbanism // National Post. 2007. October 18 [<http://www.canada.com/nationalpost/news/toronto/story.html?id=4e82b4f5-941a-421ea50c-18bd1d6dbff8&k=1731>].

<sup>5</sup> *McPherson M., Smith-Lovin L., Brashears M.* Social Isolation in America: Changes in Core Discussion Networks over Two Decades // American Sociological Review. 2006. June. Vol. 3. № 71. P. 353–375.

<sup>6</sup> *Watters E.* Urban Tribes: Are Friends the New Family? New York: Bloomsbury USA, 2004.

<sup>7</sup> *Lloyd R., Clark T.* The City as an Entertainment Machine // Research in Urban Sociology: Critical Perspectives on Urban

Redevelopment. 2002. № 6. P. 357–378.

<sup>8</sup> *Clark T.* The Indie City: Why Portland is America's Indie Rock Mecca // Slate. 2007. September 11 [[slate.com/id/2173729](http://slate.com/id/2173729)].

<sup>9</sup> *Inglehart R.* Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies. Princeton: Princeton University Press, 1997. Подробнее об опросе см. здесь: [<http://www.worldvaluessurvey.org/>].

<sup>10</sup> *Friedman B.* The Moral Consequences of Economic Growth. New York; Ontario: Knopf, 2005.

## ГЛАВА 11

<sup>1</sup> Психологи обнаружили, что «соответствие» между людьми и средой их обитания устанавливается благодаря трем основным факторам. Первый фактор — отбор. Он подразумевает, что люди ищут такую среду, где природа и общество удовлетворяют и подпитывают их психологические потребности. Второй — «вызывание»; люди бессознательно добиваются от своего окружения реакций, которые отражают их собственное психологическое устройство. Третий — манипуляция. Люди перекраивают, подгоняют среду

так, чтобы она подпитывала и выражала качества их психики. См.: Buss D. Selection, Evocation, and Manipulation // Journal of Personality and Social Psychology. 1987.

Vol. 53. № 6. P. 1214–1221.

<sup>2</sup> Wilkinson W. In Pursuit of Happiness Research: Is It Reliable? What Does It Imply for Policy? / Cato Institute Policy Analysis. 2007. April 11 [[http://www.cato.org/pub\\_display.php?pub\\_id=8179](http://www.cato.org/pub_display.php?pub_id=8179)]. Больше информации и блог автора: [<http://willwilkinson.net>].

<sup>3</sup> О разработанной психологами пятифакторной модели личности см.: Goldberg L. An Alternative Description of Personality: The Big-Five Factor Structure // Journal of Personality and Social Psychology. 1990. № 59. P. 1216–1229; *Idem*. The Development of Markers for the Big-Five Factor Structure // Psychological Assessment. 1992. № 4. P. 26–42; Costa P., McCrae R. Revised Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI) Professional Manual // Psychological Assessment Resources. 1992. См. также: [<http://www.centacs.com/quickstart.htm>].

<sup>4</sup> Об опросе Селигмана и Петерсона см.: [[www.authentic happiness.sas.upenn.edu/questionnaires.aspx](http://www.authentic happiness.sas.upenn.edu/questionnaires.aspx)].

<sup>5</sup> Rentfrow P., Gosling S., Potter J. The Geography of Personality: A Theory of Emergence, Persistence, Expression of Regional Variation in Personality Traits // Perspectives on Psychological Science. 2008.

<sup>6</sup> Mead M. Sex and Temperament in Primitive Societies. New York: Morrow, 1935; Benedict R. The Chrysanthemum and the Sword: Patterns of Japanese Culture. Boston: Houghton Mifflin, 1946.

<sup>7</sup> Krug S., Kulhavy R. Personality Differences Across Regions of the United States // Journal of Social Psychology. 1973. № 91. P. 73–79.

<sup>8</sup> При желании можно пройти тест или просто ознакомиться с ним. См.: [<http://www.outofservice.com/bigfive/>].

<sup>9</sup> Diamond J. Guns, Germs and Steel. New York: WW. Norton, 1997; Sachs J., Rappaport J. The United States as a Coastal Nation // Journal of Economic Growth. 2003. March. Vol. 8. № 1. P. 5–46.

<sup>10</sup> Weber M. The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. New York: Dover, 2003 (1-е изд.: 1905); Inglehart R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies. Princeton: Princeton University Press, 1997.

<sup>11</sup> Петерсон проанализировал данные для 50 крупнейших городов США (с населением от 300 тысяч), получив выборку из 203 тысяч человек. Наивысшую положительную корреляцию для городов, занявших высокое место по моему индексу измерения креативности и его «силам характера», дали: «любопытство» (0,43), «любовь к обучению» (0,36), «восприятие красоты» (0,29). Напротив, наивысшая отрицательная корреляция обнаружилась для «умеренности» (-0,65), «духовности» (-0,59), «благодарности» (-0,59), «командной работы» (-0,57), «настойчивости» (-0,52), «надежды» (-0,50), «доброты» (-0,49) и «верности» (-0,48). Корреляция между «креативностью» и «смыслом» оказалась отрицательной (-0,39) для «осмысленности» и положительной — для «поиска смысла» (0,30). См.: *Peterson C., Park N. Why Character Matters* (доклад на Международном саммите позитивной психологии 6 октября 2007 года).

<sup>12</sup> См.: *Gates G. Racial Integration, Diversity, and Social Capital: An Analysis of Their Effects on Regional Population and Job Growth / Williams Institute, UCLA School of Law. 2003. April; Knudsen B., Stolarick K., Rousseau D., Florida F. Bridging and*

*Bonding: A Multi-dimensional Approach to Regional Social Capital. Pittsburgh: Carnegie Mellon University, 2005; Putnam R. E. Pluribus Unum: Diversity and Community in the Twenty-First Century // Scandinavian Political Studies, 2007. Vol. 30. № 2. P. 137–174.*

## ГЛАВА 12

<sup>1</sup> Об истории понятия юности см. исследование: *Savage J. Teenage: The Creation of Youth Culture. New York: Viking Adult, 2007; Hall G. Adolescence: Its Psychology and Its Relations to Physiology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion and Education. New York: D. Appleton and Co., 1904. Остроумный взгляд на «adulthood» см. в статье: *Safire W. Lingo of Adulthood* // *New York Times Sunday Magazine. 2007. September 30. P. 46.**

<sup>2</sup> Изначально наши рейтинги создавались для журнала *Kiplingers* и были опубликованы в его июньском номере за 2007 год. Но с тех пор мы пересмотрели свою методологию по двум направлениям. Рейтинги для *Kiplingers* включали факторы издержек. Новые рейтинги сделаны и с учетом факторов издер-

жек, и без них, чтобы выявить лучшие регионы независимо от затрат, а затем проверить, где наблюдается оптимальная стоимость. Кроме того, ранний вариант рейтингов для Kiplingers включал все домохозяйства без учета сексуальной ориентации жильцов. Новая версия рейтингов учитывает отдельно домохозяйства геев и лесбиянок.

### ГЛАВА 13

<sup>1</sup> См.: Cortright J., Coletta C. The Young and the Restless in the Knowledge Economy / CEOs for Cities. 2005.

<sup>2</sup> «Национальный опрос молодежи» Статистического управления США. См.: [http://www.bls.gov/nls/].

<sup>3</sup> Rose L., Hoffmann L. The Best Cities for Singles // Forbes. 2006. July 25.

<sup>4</sup> Cortright J., Coletta C. Op. cit.

<sup>5</sup> Edlund L. Sex and the City // Scandinavian Journal of Economics. 2005. Vol. 1. № 107. P. 26–44.

<sup>6</sup> Singles Map // National Geographic. 2007. February.

<sup>7</sup> Gates G., Ost J. Gay and Lesbian Atlas. Washington: Urban Institute Press, 2004.

<sup>8</sup> Smelser N. Handbook of Sociology. New York: Sage Publications, 1988.

<sup>9</sup> Значительная часть статистических данных в этом разделе взята из базы данных «National Marriage Project» Ратгерского университета. См., например: The State of Our Unions. Rutgers University. 2007. А также ряд других исследований и данных на сайте: [http://marriage.rutgers.edu/].

<sup>10</sup> Roberts S. In the United States, the Married Are in the Minority // New York Times. 2006. October 15.

<sup>11</sup> Watters E. Urban Tribes: Are Friends the New Family? New York: Bloomsbury USA, 2004.

<sup>12</sup> См., например: Roth P. American Pastoral. Boston: Houghton Mifflin, 1997.

<sup>13</sup> Об инициативе Campus Philly см.: [http://www.campusphilly.org/about\_section/about.html].

<sup>14</sup> McGeehan P. New York Area is a Magnet for Graduates // New York Times. 2006. August 16.

<sup>15</sup> The Segmentation Company, a division of Yankelovich. Attracting the Young College-Educated to Cities / CEOs for Cities, 2006 [http://www.ceosforcities.org/rethink/research/files/CEOsforCitiesAttractingYoungEducatedPres2006.pdf].

<sup>16</sup> Bishop B. The Big Sort. Boston: Houghton Mifflin, 2008.

<sup>17</sup> Cowen T. Incomes and Inequality: What the Numbers Don't Tell Us //



New York Times. Economic Scene. 2007. January 25.

<sup>18</sup> Mincy R. Black Males Left Behind. Washington: Urban Institute Press, 2006.

<sup>19</sup> Eckholm E. Plight Deepens for Black Men, Studies Warn // New York Times. 2006. March 20.

<sup>20</sup> Raphael S. The Socioeconomic Status of Black Males: The Increasing Importance of Incarceration // Poverty, the Distribution of Income, and Public Policy / Ed. by A. Auerbach, D. Card, J. Quigley. New York: Russell Sage Foundation, 2005.

#### ГЛАВА 14

<sup>1</sup> См.: Selected Indicators of Child Well-Being / U. S. Census Bureau. 2004 [[http://www.census.gov/population/www/socdemo/2004\\_detailedtables.html](http://www.census.gov/population/www/socdemo/2004_detailedtables.html)]; Roberts S. Census Reveals Fear over Neighborhoods // New York Times. 2007. November 1.

<sup>2</sup> Gates B. Prepared Comments for the National Education Summit on High Schools. 2005. February 26 [<http://www.gatesfoundation.org/MediaCenter/Speeches/CoChairSpeeches/BillgSpeeches/BGSpeechNGA-050226.htm>].

<sup>3</sup> Согласно этому исследованию, в 1700 средних школах (что со-

ставляет 2% от числа таких школ в США) не более 60% принятых на учебу доучиваются до выпуска. См.: Zuckerbrod N. 1 in 10 Schools Are Drop Out Factories // Associated Press. 2007. October 29 [<http://www.huffingtonpost.com/huff-wires/20071029/dropout-factories/>].

<sup>4</sup> Bloomberg M. Flabby, Inefficient, Outdated // Wall Street Journal. 2006. December 14.

<sup>5</sup> Daly J. Future School: Alvin Toffler Tells Us What's Wrong — and Right — with Public Education // Edutopia Magazine. 2007. February.

<sup>6</sup> Gordon G., Crabtree S. Building Engaged Schools: Getting the Most Out of America's Classrooms. Washington: Gallup Press, 2006.

<sup>7</sup> Suein Hwang. Anxiety High: Moving for Schools // Wall Street Journal. 2007. February 20.

<sup>8</sup> Conlin M. Meet My Teachers: Mom and Dad // BusinessWeek. 2006. February 20. См. также: Homeschooling in the United States: 2003 / National Center for Education Statistics. 2006. February.

<sup>9</sup> Othersen M., Patel R., Gordon S.

10 Best Cities for Families // Child Magazine. См. сайт: [<http://www.child.com>].

<sup>10</sup> См. сайт: [[www.kidfriendlycities.org](http://www.kidfriendlycities.org)].

- <sup>11</sup> *Acevedo-Garcia D., McArdle N., Osypuk T., Leftkowitz B., Krimgold B.* Children Left Behind: How Metropolitan Areas Are Failing America's Children / Harvard School of Public Health and the Center for Health Advancement. 2007. January.
- <sup>12</sup> Out and Proud Parents // The Economist. 2007. June 28.
- <sup>13</sup> The Segmentation Company, a division of Yankelovich. Attracting the Young College-Educated to Cities. CEOs for Cities. 2006. May 11 [<http://www.ceosforcities.org/rethink/research/files/CEOs-forCitiesAttractingYoungEducatedPres2006.pdf>].
- <sup>14</sup> Roberts S. In Surge in Manhattan Toddlers, Rich White Families Lead Way // New York Times. 2007. March 23.
- <sup>15</sup> *Kunstler J. H.* Geography of Nowhere: The Rise and Decline of America's Man-Made Landscape. New York: Free Press, 1996.
- <sup>16</sup> *Garreau J.* Edge City. New York: Anchor, 1992.
- <sup>17</sup> *Duany A., Plater-Zyberk E., Speck J.* Suburban Nation: The Rise of Sprawl and the Decline of the American Dream. New York: North Point Press, 2001.
- <sup>18</sup> *Paul A. M.* The Real Marriage Penalty // New York Times. 2006. November 19.
- <sup>19</sup> *Schwartz C., Mare R.* Trends in Educational Assortative Marriage from 1940 to 2003 // Demography. November 2005. Vol. 42. № 4. P. 621–646.
- <sup>20</sup> *Becker G.* A Treatise on the Family. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1991.
- <sup>21</sup> *Fernández R., Rogerson R.* Sorting and Long Run Inequality // Quarterly Journal of Economics. 2001. November. Vol. 116. № 4. P. 1305–1341. См. также: *Feng Hou, Miles J.* The Changing Role of Education in the Marriage Market: Assortative Marriage in Canada and the United States since 1970 // Statistics Canada. 2007. May [<http://www.statcan.ca/english/research/11FO019MIE/11FO019MIE2007299.pdf>].
- <sup>22</sup> *Harden B.* Numbers Drop for the Married with Children: Institution Becoming the Choice of the Educated, Affluent // Washington Post. 2007. March 4.
- <sup>23</sup> *Smock P.* The Wax and Wane of Marriage: Prospects for Marriage in the 21st Century // Journal of Marriage and Family. 2004. Vol. 66. № 4. P. 966–973. См. также: *Avellar S., Smock P.* The Economic Consequences of the Dissolution of Cohabiting Unions // Journal of Marriage and Family. 2005. Vol. 67. № 2. P. 315–327.

## ГЛАВА 15

<sup>1</sup> *Steinhorn L.* The Greater Generation: In Defense of the Baby Boom Legacy. New York: St. Martin's, 2007.

<sup>2</sup> *Frey W., DeVol R.* America's Demography in the New Century: Aging Baby Boomers and New Immigrants as Major Players / Milken Institute Policy Brief. 2000. March.

<sup>3</sup> Gay and Lesbian Elder Housing Group. См. сайт [<http://www.gleh.org/>].

<sup>4</sup> *Leydens P.* Forget Golf Courses, Beaches and Mountains // Wall Street Journal. 2006. October 2.

<sup>5</sup> *Deane D.* Clarendon Area's Urban Energy Helps Melt Midlife Ordeals Away // Washington Post. 2007. May 21.

<sup>6</sup> *Casselman B.* Animal House Meets Empty Nest // Wall Street Journal. 2007. May 11.

<sup>7</sup> См.: *Walker Smith J., Clurman A.* Generation Ageless. New York: HarperCollins, 2007.

## ГЛАВА 16

<sup>1</sup> См. сайт Сперлинга: [[www.bestplaces.net/fybp/quiz.aspx](http://www.bestplaces.net/fybp/quiz.aspx)].

<sup>2</sup> На сайте Статистического управления министерства труда

США есть подробные и удобно организованные данные о занятости и заработках граждан: [[www.bls.gov](http://www.bls.gov)].

<sup>3</sup> См. следующие сайты: [[www.fbi.gov/ucr/ucr.htm](http://www.fbi.gov/ucr/ucr.htm)] (локализованные данные о самых серьезных преступлениях), [[www.fbi.gov/ucr/cius\\_04/offenses\\_reported/offense\\_tabulations/table\\_06.html](http://www.fbi.gov/ucr/cius_04/offenses_reported/offense_tabulations/table_06.html)] (подробные данные для метрополий), [[www.fbi.gov/ucr/cius\\_04/offenses\\_reported/offense\\_tabulations/table\\_08.html](http://www.fbi.gov/ucr/cius_04/offenses_reported/offense_tabulations/table_08.html)] (информация по городам и сообществам).

<sup>4</sup> См.: [[www.census.gov/acs/www/le](http://www.census.gov/acs/www/le)].

<sup>5</sup> *Kahneman D., Krueger A., Schkade D., Schwarz N., Stone A.* Survey Method for Characterizing Daily Life Experience: The Day Reconstruction Method // Science. 2004. December 3. Vol. 5702. № 306. P. 1776–1780.

<sup>6</sup> The Segmentation Company, a division of Yankelovich. Attracting the Young College-Educated to Cities / CEOs for Cities. 2006. May 11 [<http://www.ceosforcities.org/rethink/research/files/CEOsforCitiesAttractingYoungEducated-Pres2006.pdf>].

## УКАЗАТЕЛЬ ИМЕН

- Александр Д. 305  
Александр Р. 305  
Аллен В. 189, 195  
Амабиле Т. 158  
Андресон Б. 107, 108  
Аристотель 147  
Ауэрсвальд Ф. 346
- Барбер Б. 41  
Бартлесс Г. 268  
Баталии М. 218, 261  
Беард Т. 172, 173  
Беккер Г. 267  
Белл Д. 104  
Бенедикт Р. 192  
Бенсон Б. 126  
Бернард Д. 261  
Берри К. 95  
Берс Дж. 261  
Битти Дж. 304  
Бишоп Б. 243  
Блумберг М. 249  
Брук Д. 95  
Бэтти М. 35
- Вайсс Дж. 174  
Вебер А. 112
- Вебер М. 112, 200  
Верхаген Э. 181  
Вест Дж. 73, 78  
Вильсон Д. 303
- Гарвин Р. 171, 172  
Гарро Дж. 94, 265  
Гейтс Б. 110, 204, 248  
Гейтс Г. 256, 276, 304  
Гилберт Д. 148  
Глейзер Э. 95, 137  
Гослинг С. 191–194, 200–202, 206, 207  
Готтманн Ж. 49, 51, 54, 78  
Грановеттер М. 122  
Гуднайт Дж. 252  
Гулден Т. 26, 29–31, 33, 52, 54, 59, 62, 303, 308, 345, 346, 348, 349
- Даймонд Дж. 200  
Дайсон Ф. 158  
Дарби М. 35  
Деволь Р. 272, 281  
Дейли Р. 167  
Делл М. 110  
Джаггер М. 46  
Джекобс Дж. 48, 70–72, 74, 141, 180, 217, 239

- Джексон С. 124, 125, 303  
 Дженкинс П. 264  
 Джобс С. 110, 141, 204  
 Дилан Б. 141  
 Динер Э. 148, 150  
 Доссани Р. 43  
 Друкер П. 107  
 Дэвис М. 198  
 Дюани А. 266
- Журко Дж. 101, 131, 132
- Закер Л. 35
- Ибаргуэн А. 305  
 Инглхарт Р. 158, 176, 201
- Канеман Д. 147, 296, 355  
 Каррид Э. 124, 304  
 Катлер Э. 304  
 Кац Э. 218  
 Кейвс Р. 123  
 Кейс К. 135  
 Кенни М. 34, 304  
 Керри Дж. 266  
 Килер П. 126  
 Кларк Т. 124, 167, 174, 175  
 Кнудсен Д. 303  
 Колетта К. 177, 222, 223, 239  
 Кольбер С. 9–11, 174  
 Конлин М. 251  
 Кортрайт Дж. 114, 177, 222, 223, 239  
 Коуэн Т. 244  
 Крук К. 351  
 Кузуз А.А. 305
- Кузуз А. 305  
 Кузуз З. 305  
 Кузуз К. 305  
 Кузуз М. 305  
 Кузуз Рамиз 305  
 Кузуз Рехам 305  
 Кузуз Рут 305  
 Кузуз Т. 305  
 Кэлторп П. 266  
 Кэрнкросс Ф. 24
- Ламмел Дж. 280  
 Левенштайн Р. 134  
 Лемон Л. 85  
 Леонхардт Д. 130  
 Либскинд Э. 304  
 Лимер Э. 25, 104  
 Линн Л. 126  
 Лоуренс Дж. 126  
 Лукас Р. 66, 70, 71, 74, 120  
 Лэнг Р. 39
- Магуйар Л. 91  
 Майер К. 131, 132  
 Майер Х. 114  
 Мак-Гинти Д. 304  
 Макроу Т. 350  
 Маркс К. 82  
 Маркузен Э. 116, 137  
 Мартин Р. 116, 238, 253, 304  
 Махлуп Ф. 352  
 Марчовски Дж. 304  
 Маршалл А. 68, 113  
 Маслоу А. 161, 166  
 Масчепп Г. 82

- Мейсон Дж. 74
- Мелландер Ш. 110, 136, 138, 140, 252, 303, 308
- Мера Р. 267
- Мид М. 192
- Милле Д. 305
- Миллер Д. 9
- Миллер К. 304
- Миллер-Штейгер Д. 303
- Миллер Э. 9
- Морзе Дж.Р. 137
- Моррис Р. 54, 59, 62, 96, 98, 109, 117, 118, 129, 194, 304
- Нельсон Б. 9
- Нордхаус У. 29
- Оллгейер М. 260
- Омаэ К. 49, 51
- Патнэм Р. 121, 208
- Педиго С. 305
- Пейн М. 270
- Пек Д. 304
- Петерсон К. 190, 191, 206, 207, 208, 358
- Повдтхави Н. 90
- Пол Э.М. 268
- Поп И. 125
- Портер М. 26, 114, 238
- Пострел В. 164
- Райан К. 304
- Райан Р. 177
- Ратнер А. 136
- Рафаэль С. 245
- Рентфроу Дж. 191–194, 196–198, 200–202, 204, 205, 207, 210, 303
- Рикардо Д. 47, 49, 67, 349
- Робертс С. 260, 261
- Роджерсон Р. 268
- Ромер П. 69, 350
- Рот Ф. 235
- Ротман Дж. 304
- Ротфилд Л. 124
- Сакс Дж. 200
- Саксенян А.-Л. 33, 122
- Санчес М. 115
- Саттер Р. 303
- Селигман М. 147, 148, 150, 190, 191, 206, 207, 284
- Сильвер Д. 124
- Симел Г. 173–175
- Синай Т. 131, 132
- Слейд К. 280
- Смит А. 47, 66
- Смок П. 269
- Солоу Р. 69
- Сорос Дж. 82
- Сперлинг Б. 289
- Стейнфельд Б. 164, 165
- Стирон А. 304
- Столарик К. 109, 110, 117, 193, 194, 196, 215, 216, 233, 237, 259, 275, 279, 303, 316, 328
- Тейлор П. 39
- Тененхольц Р. 280
- Тибо Ч. 18

Тинальи И. 152, 154, 157, 159, 181,  
303

Томас Б. 84

Тоффлер Э. 249

Транк П. 246

Тренут Дж. 220

Тюнен И., фон 112

Уайт Дж. 124–126

Уайтсайд Дж. 243

Уилкинсон У. 103, 188, 304

Уолберг М. 227

Уорш Д. 350

Уотерс И. 169, 231

Фей Т. 85

Фернандес Р. 268

Фиттс К.О. 254

Флорида Дж. 305

Флорида Л. 305

Флорида Рана 9, 90, 185, 227, 247,  
263, 305

Флорида Роберт 12, 305

Флорида С. 305

Флорида Т. 305

Франк Р. 351

Фрей У. 272, 281

Фридман Т. 24, 26

Фридман Б. 178

Фрухт Б. 120, 219, 261, 304

Фукусман Д. 241

Хантингтон С. 41

Харгадон Э. 122

Хартфорд Т. 142

Хикенлупер Дж. 180

Хиршман А. 92

Хопкинс Дж. 248

Хослер А. 305

Хослер К. 305

Хослер Л. 305

Хослер М. 305

Хослер С. 305

Хоун А. 230

Хуг Т. 282

Ципф Дж. 76, 77

Чиксентмихайи М. 158, 190, 191,  
207

Чихули Д. 270

Шварц К. 267

Шиллер Р. 134, 135

Шульман С. 304

Шумпетер Й. 68, 69, 72, 350

Эвент Р. 135

Эдлунд Л. 224

Экстелл Р. 74, 77, 303

Эллиотт Дж. 303

Эскобар В. 91

Эхтле Р. 177, 178

РИЧАРД ФЛОРИДА  
КТО ТВОЙ ГОРОД?

Выпускающий редактор Татьяна Григорьева

Корректор Мария Смирнова

Верстка Алексей Тубольцев

Производство Сергей Николаев

Strelka Press

Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка»

119072, Москва, Берсеневская набережная, дом 14, строение 5а

Телефон: +7 (495) 268 06 19

e mail: [more@strelkainstitute.com](mailto:more@strelkainstitute.com)

[www.strelkainstitute.com](http://www.strelkainstitute.com)

Подписано в печать 11 ноября 2014 года

Формат 84 × 108/32. Гарнитуры Brioni, Fugue

Объем 19,32 усл. печ. л. Бумага офсетная. Печать офсетная

Заказ № 4508/14 . Тираж 3000 экземпляров

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)