

Часть IV

Сообщество

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Глава 10

Место имеет значение

В один прекрасный весенний день в начале тысячелетия, прогуливаясь по студенческому городку Университета Карнеги — Меллон, я натолкнулся на молодых людей, которые сидели за столом, разговаривали и наслаждались замечательной погодой. На некоторых из них были голубые футболки с надписью `Trilogy@CMU` (`Trilogy` — это расположенная в Остине компания по разработке программного обеспечения, которая часто нанимает наших лучших студентов). Я подошел к столу. «Ребята, вы занимаетесь подбором персонала?» — спросил я. «Нет, конечно нет, — ответили они, как будто удивившись моему вопросу. — Мы не агенты по найму. Мы просто отдыхаем, играем с друзьями во фрисби». Как интересно, подумал я. Они проделали весь этот путь из Остина в Питсбург в рабочий день, чтобы провести время с новыми друзьями.

Затем я заметил, что один из членов группы развалился на траве неподалеку. У этого молодого человека, явного оболтуса, одетого в майку, были торчащие в разные стороны волосы, выкрашенные в разные цвета, татуировки по всему телу и пирсинг в ушах. «А вы чем здесь занимаетесь?» — спросил я его. «Привет, — ответил он. — Я только что подписал контракт с этими ребятами». Впоследствии я узнал, что этот молодой человек заключил сделку на самую большую сумму за всю историю своего факультета — прямо здесь, за стоящим на траве столиком, с агентами по найму, которые не занимаются «подбором персонала», поскольку это, разумеется, было бы слишком бесцеремонно и совсем не круто. Такой подход сильно отличается от того, что был во времена моей учебы в университете, когда студентам приходилось надевать свою самую нарядную одежду и тщательно скрывать все признаки принадлежности к контркультуре в стремлении показать агентам по найму, что они смогут соответствовать их требованиям. Здесь же сама компания пыталась соответствовать запросам студентов. `Trilogy` угощала этого молодого человека коктейлями «Маргарита» в Питсбурге и оплачивала его перелеты в Остин на частные вечеринки в самых модных ночных клубах и на борту корабля компании. Когда я спросил агентов по найму, зачем они все это делают, они ответили: «Все просто. Мы хотим заполучить его, потому что он рок-звезда. Кроме того, когда крупные компании

с Восточного побережья приедут посмотреть, кто работает над их проектом, мы покажем его, поразив воображение клиентов его способностями и крутизной».

Так обстояли дела в дни бума доткомов. Но меня больше всего поразил тот факт, что очередной талантливый молодой человек уезжает из Питсбурга. Именно эта проблема заставила меня заняться данным направлением исследований в первую очередь. Питсбург обладал ценнейшими активами, не последним из которых был Университет Карнеги — Меллон, один из самых крупных в мире исследовательских центров в области информационных технологий, в котором я преподавал почти 20 лет. Рядом с ним находится Питсбургский университет, с его медицинским центром мирового класса. В городе работают спортивные клубы трех крупных франчайзинговых сетей, имеются известные музеи и культурные центры, замечательная сеть городских парков, впечатляющая архитектура индустриальной эпохи и поистине прекрасные городские кварталы с изобилием замечательного, но все же доступного жилья. Это дружелюбный город, характер которого определяет сильное сообщество с развитым чувством гордости. Тем не менее лучшие и самые талантливые воспитанники университетов уезжают из города сразу же после завершения учебы.

Размышляя обо всем этом, я спросил молодого человека с торчащими в разные стороны волосами, почему он переезжает в небольшой город в штате Техас, где совсем маленький аэропорт и нет профессиональных спортивных команд, музеев и центров высокого искусства, сопоставимых со всем тем, что есть в Питсбурге. Он ответил, что будет работать в исключительной компании, общаться с замечательными людьми и заниматься интересным делом. В качестве последнего довода я сказал: «Но ведь эта компания находится в Остине. Что здесь хорошего?» Мой собеседник объяснил, что там много молодых людей, всегда есть чем заняться, богатая музыкальная среда, этническое и культурное разнообразие, чудесные возможности для активного отдыха на природе и насыщенная ночная жизнь. Вот что имело для него значение! Кроме того, Остин не такое дорогое место, как Кремниевая долина, где этот молодой человек тоже мог бы найти подходящую работу. (Он был прав: в то время город занимал четвертое место по доступности среди подобных ему специалистов по информационным технологиям. Разница в оплате труда с учетом стоимости жизни по сравнению с районом залива Сан-Франциско составляла 18 тысяч долларов [1].)

«В Остине у меня может быть жизнь, а не только работа», — сказал мой собеседник напоследок. Когда я спросил его о Питсбурге, где он решил в свое время учиться в университете, он ответил, что прожил здесь четыре года и хорошо знает город. После окончания университета этот молодой человек получил несколько интересных предложений от расположенных в Питсбурге компаний, занимающихся высокими технологиями. Однако эти предложения его не заинтересовали, поскольку здесь ограниченный выбор вариантов образа жизни, не хватает культурного разнообразия и городу не свойственна толерантность, которая сделала бы его более привлекательным местом для жизни. В заключение он добавил: «Разве мог бы я соответствовать всему этому?»

Слова этого молодого человека помогли мне сформулировать вопросы, поиск ответа на которые стал основной темой этой книги: как мы принимаем решение о том, где жить и работать? Что действительно имеет значение при принятии столь важного решения? Как изменились подходы к этому вопросу и почему?

Большинство экономистов сказали бы, что мы меняем место жительства в поиске работы и заработков. Однако работа — это еще не все. Принимая решение о том, где жить и работать, люди руководствуются множеством других соображений. Сегодня нам требуется совсем не то, что в свое время нужно было нашим родителям и даже не то, что мы сами считали когда-то необходимым. И хотя молодой человек с волосами торчком и впечатляющими татуировками не олицетворяет собой креативный класс в целом, мои исследования показывают: то, что ему понравилось в Остине, интересует и многих других представителей этого класса, когда они выбирают, где им хочется жить.

Переезжая в другие места, креативные люди не руководствуются традиционными соображениями. Большинство городов фокусируются на строительстве физических объектов: стадионов, скоростных автострад, городских торговых комплексов и напоминающих тематические парки районов для туризма и развлечений. Однако эти объекты не имеют особого значения для креативных людей, не соответствуют их потребностям или просто им неинтересны. Творческие люди испытывают потребность в большом количестве высококачественных удобств; они хотят получать массу разных впечатлений и ищут среду, которой было бы свойственно разнообразие во всех смыслах этого слова, и прежде всего им необходима возможность подтвердить свою идентичность в качестве креативных личностей. Города, которые их привлекают, процветают не в силу таких традиционных экономических причин, как доступ к природным ресурсам или близость к крупным транспортным магистралям. Их экономический успех не связан также с налоговыми льготами или другими стимулами для привлечения бизнеса. Успех таких мест во многом объясняется тем, что там хотят жить креативные люди. Это позволяет решить извечный вопрос причины и следствия: что первично — рабочие места или люди? Ответ прост: не или-или, а и то, и другое. В креативных центрах сформирована интегрированная экосистема, или среда обитания, в которой пускают корни и процветают все виды креативности: художественная и культурная, технологическая и экономическая. В этой части книги представлено краткое описание результатов моих первоначальных исследований о важности места, которые были положены в основу первого издания. Кроме того, здесь приведены и новые данные, полученные в ходе исследований, которые я проводил со своей командой за прошедший с тех пор период. Однако прежде чем приступить к анализу факторов и мотивов, определяющих решения креативного класса при выборе места жительства, важно понять, почему роль места только увеличивалась, несмотря на множество разных прогнозов, предупреждающих, что глобализация и технология сделают его не имеющим особого значения.

Консенсус по этому вопросу по-прежнему не достигнут, дискуссии о роли места в современной экономике и обществе не утихают. Возможно, один

из величайших мифов эпохи новой экономики состоит в том, что «географии больше нет». Считается, что благодаря развитию технологий глобальное поле игры стало ровным, а все мы — потенциальными участниками этой игры, независимо от того, чем занимаемся и где живем. Томас Фридман пишет: «В плоском мире инновации перестают быть синонимом эмиграции» [2].

Эта мысль не нова. Эксперты говорят о снижении значимости места со времен появления телеграфа и телефона, автомобиля и самолета. В 1995 году журнал *Economist* заявил на своей обложке о «смерти расстояния». Журналист Френсис Кернкросс прогнозировала: «Благодаря технологиям и конкуренции в области телекоммуникаций расстояние скоро потеряет свою значимость». Четыре года спустя тот же журнал провозгласил «победу над местом», а Кернкросс заявила: «Беспроводная революция вот-вот положит конец диктатуре места» [3].

Мои собственные исследования убедили меня в том, что все эти рассуждения по поводу «кончины места» в корне ошибочны. Самый веский аргумент против гипотезы о плоском мире — стремительное развитие городов и городских зон во всем мире, причем ничто не указывает на то, что эта тенденция может вскоре замедлиться. Доля населения мира, проживающего в городских зонах, возросла с 3 процентов в 1800 году до 14 — в 1900-м. В 1950 году она увеличилась до 30 процентов. В наши дни этот показатель составляет более 50 процентов, а в развитых странах на города и городские агломерации приходится около трех четвертей от общей численности населения. Согласно прогнозам, численность населения городов будет увеличиваться на 1,8 процента в год, что почти в два раза выше темпов роста общей численности человечества. В эссе *The World Is Spiky* («Остроконечный мир»), которое я опубликовал в октябре 2005 года в журнале *Atlantic*, а также в моей книге *Who's Your City?* («Кто твой город?») я представил подробные карты светового излучения, составленные по спутниковым фотографиям. На них отчетливо видны густонаселенные мегарегионы, составляющие основу экономики мира: коридор между Бостоном и Вашингтоном (обеспечивающий объем производства в 2 триллиона долларов), Большой Токио (2,5 триллиона долларов) и регион Амстердам—Брюссель—Антверпен в Европе (1,5 триллиона долларов). Мир совсем не плоский. Самые высокие его пики (города и регионы, которые определяют мировую экономику) становятся еще выше. В то же время долины (темные места на картах с низкой экономической активностью или полным ее отсутствием) в основном сокращаются [4].

В действительности у процесса глобализации есть два аспекта. Первый и более очевидный состоит в географическом рассредоточении рутинных экономических функций, таких как непосредственное производство или сфера обслуживания (например, прием и обработка телефонных звонков). Второй, менее очевидный, аспект глобализации заключается в том, что сферы экономики более высокого уровня: инновации, дизайн, финансы и медиа — чаще всего развиваются в относительно небольшом количестве мест. Мыслители-утописты, в частности Фридман, фокусируются на том, как глобализация рассредоточивает экономическую активность по всему миру (на ее центробежной силе, так

сказать), упуская из виду факт кластеризации (наличия центростремительной силы). Профессор Гарвардской школы бизнеса, эксперт по вопросам конкурентной стратегии Майкл Портер называет это «парадоксом места». «Место по-прежнему имеет значение, — сказал он в интервью Business Week в августе 2006 года. — Чем более мобильным все становится, тем более решающим фактором становится место. Эта мысль, — прибавил Портер, — поставила в тупик многих по-настоящему умных людей» [5]. Эти люди совершают ошибку, рассматривая глобализацию как ситуацию или-или. На самом деле дело обстоит иначе: ключ к новой глобальной реальности заключается в понимании того, что мир и плоский, и остроконечный одновременно.

Все это сводится к одному простому факту: место вытеснило промышленную корпорацию в качестве ключевой экономической и социальной организующей единицы нашего времени. Города всегда были важной движущей силой экономического роста, но в современной экономике знаний, в которой этот рост в значительной мере зависит от локальных экосистем, значение городов еще больше возрастает. Ученые, изучающие городское и региональное развитие, уже давно обратили внимание на роль городов как инкубаторов креативности, инноваций и новых отраслей [6]. Известно, что процветают именно те города и городские агломерации, которые привлекают человеческий капитал. Еще более важна их способность упорядочить и сфокусировать готовый к применению интеллектуальный потенциал, вдохновить разрозненные группы людей на достижение общей цели — и убедить венчурных инвесторов в целесообразности инвестиций в ваши идеи, а также продать акции вашей компании скептически настроенным инвесторам. Города — это не просто вместительные для умных людей, а благоприятная инфраструктура, в которой устанавливаются связи, создаются сети контактов и образуется принципиально новое их смешение.

Для многих местных экономик характерно образование кластеров однотипных компаний. Как заметил в свое время великий экономист XIX столетия Альфред Маршалл, компании извлекают выгоду из «экономии от агломерации», образующейся за счет их размещения в непосредственной близости друг от друга. Другими словами, компаниям выгодно быть частью компактной сети поставщиков, пользователей и клиентов [7]. Такие кластеры можно найти в Детройте (автомобильная промышленность), в театральном и швейном кварталах Нью-Йорка и, конечно же, в Кремниевой долине с ее высокими технологиями. Среди зарубежных можно назвать кластеры предприятий по сборке электроники и автозапчастей в Мексике, а также кластеры производителей дисководов в Сингапуре и плоскопанельных мониторов в Японии. Майкл Портер выделил также кластеры страховых компаний в Хартфорде, казино в Лас-Вегасе, мебельного производства в Хай-Пойнте и лабораторий по усовершенствованию технологии обработки изображений в Рочестере. На съезде организации «Глобальная инициатива Клинтона», который состоялся летом 2011 года, Портер сказал: «Единой американской экономики больше нет; есть совокупность местных экономик».

Таким образом, следует задавать себе не вопрос: объединяются ли компании в кластеры, а вопрос: почему они это делают? Существует несколько вариантов ответов. По мнению одних экспертов, кластеризация позволяет извлечь выгоду из тесных связей между компаниями. Другие считают, что это связано с преимуществами размещения в одном месте, которое они называют «перетеканием». Есть также эксперты, которые объясняют это тем, что определенные виды экономической деятельности требуют личного общения [8]. Все перечисленные причины действительно имеют место, но они отражают только часть происходящего. Как я уже говорил, истинный фактор процесса образования кластеров — это люди.

Экономика Джейн Джекобс

Экономический рост — довольно неопределенная область для изучения, в которой до недавнего времени уделялось недостаточно внимания важности места. Еще в 1776 году Адам Смит в своем «Исследовании о природе и причинах богатства народов» утверждал, что специализация, эффективность и разделение труда — краеугольные камни экономического роста. Впоследствии Давид Рикардо сформулировал теорию сравнительного преимущества, согласно которой не только компании, но и страны получают преимущество за счет специализации на определенных видах экономической деятельности. Экономисты и географы всегда признавали, что экономический рост начинается и обеспечивается в конкретных регионах, городах и даже городских районах. Однако традиционная точка зрения гласит, что та или иная местность развивается либо благодаря близости к транспортным магистралям, либо благодаря наличию природных ресурсов, ради которых компании размещают в тех или иных местностях свои мощности. Согласно этому традиционному подходу экономическая значимость места зависит от того, насколько эффективно компании могут там что-то выпускать и вести бизнес. Именно на эту теорию опираются местные органы власти, когда для привлечения компаний используют налоговые льготы и строительство автомагистралей.

Великий теоретик урбанизма Джейн Джекобс не была профессиональным экономистом, но ее теория роста городов внесла бесспорный вклад в эту область [10]. Она утверждала, что именно новые виды труда и новые методы работы обеспечивают масштабный экономический рост. Но если большинство экономистов считали движущей силой такого роста крупные компании, предпринимателей и государства, то, по мнению Джекобс, основная движущая сила инноваций — города. Компании подвергаются сильнейшему давлению в плане специализации: им необходимо постоянно заботиться о сокращении затрат, повышении эффективности и обеспечении непрерывности развития. В то же время города — средоточие самых разных талантов и специалистов, широкое разнообразие которых становится важнейшим стимулом к созданию чего-то

поистине нового. Джекобс писала: «Порождаемое городами разнообразие, о какой бы его форме ни шла речь, объясняется тем, что много людей там находятся рядом друг с другом, и этим людям свойственно множество разных вкусов, навыков, потребностей и оригинальных идей». Когда в 2001 году у Джейн Джекобс спросили, чем она хотела бы запомниться людям, она ответила:

Если предположить, что меня запомнят как действительно важного мыслителя столетия, то самый существенный мой вклад состоит в постановке вопроса, от чего зависит экономический подъем. Люди всегда ломали над этим голову. Думаю, я поняла, в чем здесь дело. Подъем и развитие — разные вещи. Развитие — это видоизменение, новый уровень того, что существовало раньше. Практически все новое — измененная форма предыдущего. Почти все, от новой обувной подошвы до внесения поправок в законы, представляет собой такое видоизменение. Подъем — фактический рост масштаба и объема экономической активности. Это совсем другое дело [11].

Под влиянием ранних работ Джейн Джекобс лауреат Нобелевской премии Роберт Лукас считал города одним из основных факторов экономического роста. «Я буду строго придерживаться курса Джейн Джекобс, которая в своей замечательной книге *The Economy of Cities** убедительно показала роль внешних эффектов человеческого капитала (хотя сама она и не использует эти термины)», — писал Лукас. Опираясь на основные тезисы Джекобс, Лукас назвал мультипликативный эффект, возникающий благодаря кластеризации талантов, основным фактором экономического роста. По его мнению, города были бы нежизнеспособны с экономической точки зрения без эффекта увеличения производительности благодаря наличию человеческого капитала (он обозначил это термином «экстерналии Джейн Джекобс»):

Если учитывать только обычный набор экономических факторов, города должны были бы рассыпаться на части. В теории производства нет ничего, что могло бы удержать город от развала. Город — это просто совокупность факторов производства, таких как капитал, люди и земля, а земля всегда гораздо дешевле на окраинах. ...Я считаю, что единственный «фактор», которым можно было бы объяснить роль городов в экономической жизни, имеет ту же природу, что и «внешний человеческий капитал». ...За что люди платят такую высокую аренду на Манхэттене или в центре Чикаго, если не за возможность быть рядом с другими людьми? [12]

* Издана на русском языке: *Джекобс Дж. Экономика городов*. М.: Культурное наследие, 2008. *Прим. ред.*

Лукас пришел к выводу, что рабочая сила, капитал и технические знания — это прекрасно, но ни один из этих факторов не обеспечит существенных результатов, если люди не смогут объединить свои таланты, идеи и энергию в реальных местах. Музыкальная индустрия — яркий тому пример. Музыкантам не нужно много оборудования или большой капитал; используя компьютер и интернет, они могут сочинять и записывать музыку где угодно. Каждый город — и маленький, и большой — нуждается в определенном количестве музыкантов — если не для того, чтобы делать музыкальные записи, то хотя бы для того, чтобы давать уроки игры на пианино или развлекать публику в ночных заведениях и на свадьбах. Если использовать терминологию Лукаса, то музыкальный бизнес и сами музыканты имеют все основания разойтись в разные стороны. Однако этого не происходит. В действительности в музыкальном бизнесе наблюдается тенденция ко все большей концентрации в определенных местах.

На протяжении прошедших пяти лет или около этого мы с коллегами отслеживали местоположение музыкантов и музыкальных групп в США, используя для этого данные из разных источников [13]. В 1970 году, несмотря на статус столицы музыки кантри-энд-вестерн, Нэшвилл не входил даже в число первых пяти регионов с развитым музыкальным бизнесом. Однако в 2004-м больше музыкантов и музыкальных компаний было только в Нью-Йорке и Лос-Анджелесе. Вообще-то на долю Нэшвилла, который все это время активно распространял свое влияние на многие другие музыкальные направления, особенно такие, как рок- и поп-музыка, приходится почти весь рост этой отрасли за 34 года. Сейчас этот город стал родным домом для лучших звукозаписывающих студий мира и превзошел даже Нью-Йорк и Лос-Анджелес в качестве самого подходящего места для создания, записи и выпуска музыкальных произведений.

Подобно тому, как компании в сфере высоких технологий чаще всего размещаются в Кремниевой долине, большая доля музыкальных талантов рано или поздно попадают в орбиту Нэшвилла. В 2005 году Джек Уайт, один из крупнейших музыкантов прошедшего десятилетия и основатель группы The White Stripes, перевел свою новую группу и проект звукозаписи The Rascallz из Детройта в Нэшвилл. Уайт был продюсером и музыкантом известного альбома Лоретты Линн Van Lear Rose, записанного в американской музыкальной столице. То, что Уайт увидел в этом городе, произвело на него такое сильное впечатление, что он купил здесь дом. Ни один из участников группы The Rascallz тоже не был коренным жителем Нэшвилла: Уайт и Брендан Бенсон из Детройта; барабанщик Патрик Килер и бас-гитарист Джек Лоуренс играли раньше в составе группы из Цинциннати The Greenhornes. Когда Уайта спросили, почему он переехал, он ответил, что в Детройте возникла слишком негативная атмосфера, полная различных ограничений, а также что люди, которые когда-то были его друзьями и помощниками, начали завидовать успеху группы The White Stripes. В Нэшвилле, по его мнению, обстановка совсем другая: более профессиональная, менее агрессивная и мелодраматичная. Как и Кремниевая долина, это место, в котором лучшие и самые талантливые люди

могут сотрудничать друг с другом, извлекая максимальную пользу из инфраструктуры города мирового класса.

Когда талантливые, креативные люди собираются вместе, мультипликационный эффект увеличивается многократно, а конечный результат становится намного больше суммы составных частей. Кластеризация делает каждого из нас более продуктивным, благодаря чему растет наша коллективная креативность и экономическое благосостояние.

Город и человеческий капитал

На протяжении прошедшего десятилетия теория человеческого капитала была основной теорией регионального развития. Больше всего с ней связан профессор Гарвардского университета Эдвард Глейзер, в книге которого *Triumph of the City** приводятся убедительные аргументы в пользу того, что города процветают не благодаря грандиозным зданиям, компаниям или инфраструктуре, а благодаря концентрации квалифицированных людей, которые там живут [14]. Глейзер и другие сторонники теории человеческого капитала утверждают, что добиться высокого экономического роста регионов можно посредством защиты и приумножения местного резерва высокообразованных, продуктивных специалистов. Это подтверждают не просто единичные наблюдения. Результаты межнациональных исследований указывают на наличие очевидной связи между экономическим успехом стран и их человеческим капиталом, оценка которого осуществлялась по уровню образования. Именно кластеры человеческого капитала лежат в основе образования региональных агломераций компаний [15]. Компании собираются в одном месте, чтобы воспользоваться преимуществами общего резерва рабочей силы, а не просто ради того, чтобы подключиться к взаимосвязанным сетям клиентов и поставщиков, как принято считать. Как показывает исследование Спенсера Глендона, одного из гарвардских студентов Глейзера, в XX веке рост городов был в значительной мере обусловлен уровнем человеческого капитала в них в начале столетия [16]. Города с большим количеством образованных людей развивались быстрее и привлекали больше талантливых специалистов.

В моей теории есть много общего с теорией человеческого капитала. Безусловно, я согласен с тем, что квалифицированные, талантливые специалисты — основной фактор развития городов и регионов. Однако, как я уже говорил в главе 3, если теория человеческого капитала рассматривает в качестве источника навыков в той или иной области образование, я придаю большее значение тем видам работы, которую люди на самом деле выполняют, — к обсуждению этой темы я вернусь в главе 11.

* Издана на русском языке: *Глейзер Э. Триумф города. Как наше величайшее изобретение делает нас богаче, умнее, экологичнее, здоровее и счастливее.* М.: Издательство Института Гайдара, 2014. *Прим. ред.*

Городской метаболизм

Какковы неизбежные недостатки и препятствия, возникающие в результате кластеризации и концентрации талантливых людей и других ценных активов? Одно из негативных последствий состоит в ускоренном разделении людей и городов в соответствии с уровнями экономической иерархии. В современном обществе не просто формируется неравенство — оно находит свое отражение в экономической географии.

Концентрация и повышенная плотность населения в городах влечет за собой и ряд других проблем: перегрузку транспортной сети, повышение уровня преступности и чрезмерное увеличение стоимости жилья. Все это вполне предсказуемые побочные результаты жизни крупных городов. Можно было бы предположить, что такие проблемы (которые экономисты часто называют издержками городской жизни) грозят со временем погубить город или по меньшей мере стать серьезной преградой на пути его будущего развития. Однако убедительные результаты исследований говорят о том, что на самом деле складывается совершенно другая ситуация. В своих книгах *Who's Your City?* и *The Great Reset* я писал о выводах многопрофильной группы исследователей, которую возглавил Джеффри Уэст из Института Санта-Фе.

Уэст и его команда попытались найти ответ на вопрос, могут ли города и мегарегионы, не будучи живыми существами в буквальном смысле этого слова, иметь метаболизм, который ускоряется по мере увеличения численности населения городов и позволяет им не только преодолевать трудности, связанные с большими масштабами, но и продолжать процесс инноваций и повышать свою продуктивность с дальнейшим ростом. Для проверки этой гипотезы они собрали данные о разных городах США, Европы и Китая за разные периоды, после чего проанализировали эти данные по широкому ряду параметров: уровень преступности, распространение заболеваемости, демографический состав, инфраструктура, потребление энергоресурсов, экономическая активность и инновации. Как и следовало ожидать, исследователи пришли к следующим выводам:

Социальные организации, как и биологические организмы, потребляют энергию и ресурсы, используют сети для передачи информации и материалов, а также производят артефакты и отходы. ...Городам свойственно масштабирование по степенному закону, подобное эффекту масштаба в биологии: рост численности населения в два раза требует увеличения потребляемых ресурсов менее чем в два раза. Физическая инфраструктура, аналогичная биологическим транспортным сетям (автозаправочные станции, протяженность электрического кабеля, длина дорожного полотна), неизменно демонстрирует сублинейное масштабирование (с коэффициентом меньше единицы) [17].

Такой результат вполне предсказуем. Однако исследователи не ожидали, что коэффициент корреляции между ростом численности населения и свойствами, не имеющими аналога в биологии (инновациями, патентной активностью, количеством сверхкреативных людей, уровнем заработной платы и внутренним валовым продуктом), окажется больше единицы. Другими словами, увеличение численности населения в два раза приводит к получению в два раза большего объема креативного и экономического продукта. Авторы исследования обозначили этот эффект термином «суперлинейное масштабирование»: чем больше численность населения города, тем больше доля инноваций и богатства, приходящаяся на одного человека.

Устройство мира по закону Ципфа

Городской метаболизм не единственный парадокс, помогающий объяснить загадку крупных городов. Одна из величайших загадок экономики городов и регионального анализа связана с законом Ципфа [18]. Этот закон, открытый Джорджем Ципфом, называют также «правилом ранг-размер». Он гласит, что распределение численности населения практически всех городов страны подчиняется простому степенному закону: численность населения второго по величине города примерно в два раза больше самого крупного города в стране; численность населения третьего города составляет около одной трети самого крупного города и так далее. Результаты детальных эмпирических исследований говорят о том, что распределение реального размера городов США и других развитых промышленных стран, по данным за прошедшее столетие, в точности соответствует закону Ципфа. Если построить график численности населения городов в логарифмическом масштабе, получится почти идеальная нисходящая линия. (Безусловно, существуют исключения из этого правила: столицы или бывшие столицы империй, Лондон например, отличаются непропорционально большой численностью населения; не подчиняются этой закономерности и города в странах с плановой экономикой, скажем в Китае. Кроме того, следует обратить внимание на то, что закон Ципфа применим к относительным показателям размера города, а не городских агломераций. Численность населения Лос-Анджелеса примерно в два раза меньше численности населения Нью-Йорка, тогда как агломерация Большой Лос-Анджелес насчитывает почти столько же жителей, сколько Нью-Йорк.)

Несмотря на все попытки, экономистам и социологам так и не удалось найти правдоподобное объяснение того, почему закон Ципфа так хорошо описывает закономерности роста городов. В книге *The Spatial Economy* («Пространственная экономика») экономисты Масахиса Фудзита, Пол Кругман и Энтони Венаблс пишут: «Проблема, возникающая при попытке согласовать экономическую теорию с конкретными данными, состоит в том, что теория слишком изящна... тогда как реальный мир неизменно демонстрирует сложные и запутанные результаты.

Однако в случае распределения городов по размеру возникает совсем другая проблема: именно данные образуют поразительно стройную картину, которую трудно описать какой-либо правдоподобной (или даже неправдоподобной) теоретической моделью». Посвятив анализу этой проблемы восемь страниц, полных математических формул, авторы книги пришли к такому выводу: «На данный момент мы не можем объяснить причину поразительной регулярности в распределении городов по размеру. Мы вынуждены признать, что это поистине интеллектуальная задача в плане понимания жизни городов. ...Еще никому не удалось найти правдоподобное объяснение процесса, который обеспечивает выполнение “правила ранг-размер”» [19].

Но так было до настоящего момента. Замечательные компьютерные модели, разработанные Робертом Экстеллом, позволили пролить свет на распределение городов по размеру. Экстелл окончил университет Карнеги — Меллон, он занимает должность профессора в Университете Джорджа Мейсона и часто бывает в Институте Санта-Фе. Будучи специалистом по информационным технологиям, экономистом и физиком одновременно, Экстелл также ведущий специалист в области многоагентного моделирования. Вместе со своим коллегой из Института Брукингса Джошем Эпштейном он разрабатывает компьютерные программы высокого класса для оценки поведения людей или организаций, называя их «агентами». Взяв мою теорию креативного капитала в качестве отправной точки, Экстелл создал модель формирования городов, построенную по закону предпочтительного присоединения, согласно которому квалифицированные и продуктивные люди притягивают к себе других квалифицированных и креативных людей. Сначала креативные агенты группируются вокруг других креативных агентов, повышая продуктивность друг друга. Затем они объединяются и образуют более крупные экономические единицы, или компании. Эти экономические единицы, компании, размещаются в городах, где происходит их дальнейший рост и развитие. По мере роста в этих городах размещается еще больше креативных агентов и компаний. После того как компьютер выполняет тысячи итераций этого базового сценария, обнаруживается явная закономерность: иерархическое распределение почти идеально согласуется с законом Ципфа и совпадает с реальным распределением американских городов по размеру [20]. И хотя причины происходящего по-прежнему остаются загадкой, совершенно очевидно, что закон предпочтительного присоединения и креативность — это и есть механизм, лежащий в основе действия закона Ципфа.

Место для развития креативности

История развития творческого потенциала человека и человеческого общества тесно связана с историей развития городов. «Эпос о Гильгамеше» (старейшее из всех известных литературных произведений) заканчивается восторженным описанием стен города Урук. Диалог Платона «Государство» (в котором тоже есть

описание идеального города) был плодом культурного и интеллектуального процветания мирского города Афины, а также содержал жесткую критику в адрес политики Афин. Данте, Петрарка, Боккаччо, Брунеллески, да Винчи и Микеланджело родились во Флоренции или неподалеку от этого города. Великие мыслители, художники и предприниматели редко появляются из ниоткуда. Чаще всего они преуспевают в тех местах, которые притягивают к себе других креативных людей и обеспечивают среду, поддерживающую и стимулирующую творческий процесс.

Такая среда формируется в крупных городах, которые на протяжении многих веков остаются вместилищем креативности и средством ее мобилизации, привлекая креативных людей из прилегающих сельских районов и предоставляя в их распоряжение структуру, арену и экосистему, необходимые для поддержания творческого процесса. Оке Андерссон, великий шведский ученый, специализирующийся на экономической географии и изучающий взаимосвязь между креативностью и городами, говорит об этом так: «Креативным людям нужны креативные города» [21]. Он обращает внимание на расцвет креативности в четырех разных городах из разных регионов: Афин в 400 году до нашей эры, Флоренции эпохи Возрождения, Лондона эпохи Просвещения и Вены конца XX века. «Креативный город как неформальная и спонтанно развивающаяся пространственная организация был ареной всех крупномасштабных креативных революций, — пишет он. — На протяжении прошедших 2500 лет небольшое количество сравнительно крупных городов стали средоточием революционной креативности. Эти города притягивали непропорционально большую долю переселенцев с творческими наклонностями, а также способствовали развитию креативности местных жителей. Такие города становились ареной как для демонстрации результатов, полученных в других местах, так и для развития новых идей в сотрудничестве с другими креативными людьми».

Возможно, объединение людей во все более крупные, многочисленные и менее изолированные группы способствовало становлению человечества даже на более ранних этапах нашей истории. Археологи и антропологи давно находят доказательства процветания художественного и материального творчества, которое наблюдалось в Европе примерно 40 тысяч лет назад и нашло отражение в самых разных объектах — от пещерных рисунков, глиняных фигурок и украшений до сложных инструментов, позволивших нашим предкам перейти к активному преобразованию природы. Некоторые ученые объясняют этот скачок только эволюцией когнитивных способностей и памяти человека. Однако результаты последних исследований свидетельствуют о том, что именно сообщества, а не гены — основные факторы этого эволюционного перелома.

Исследования Стивена Шеннана из Университетского колледжа Лондона, Роберта Бойда из Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе и других ученых говорят о том, что именно изменение демографических условий было одной из основных причин для скачков в развитии человечества на ранних этапах его истории. В ходе своих исследований Шеннан пришел к выводу, что 10 тысяч лет назад в Африке и на Ближнем Востоке происходили скачки художественного

и технологического развития, подобные тем, что случились в Европе, а также что у всех этих изменений есть одна общая черта — рост плотности местного населения до уровня, превышающего определенный предел. (По наблюдениям Шеннана, во многих случаях такой расцвет культуры прекращался, когда со временем численность населения становилась меньше.) Исследования Бойда показывают наличие тесной связи между изготовлением инструментов и численностью населения. Когда люди начали объединяться в более крупные группы, они стали чаще вступать в контакт друг с другом и им было легче обмениваться информацией, сохранять и развивать знания. Начиная с самых ранних периодов истории современного человека культурный и техническое прогресс всегда был тесно связан с увеличением плотности населения [22].

В начале XX столетия один из родоначальников социологии города Роберт Парк обратил внимание на функциональное значение ослабленных связей и анонимного образа жизни в возникновении того, что он назвал «мобилизацией индивида» [23]. Парк писал, что большие города «всегда были плавильным котлом для рас и культур. Оживленное, хоть и едва уловимое взаимодействие, средоточие которого они собой представляют, порождает людей новой породы и новый социальный тип личности. Они многократно увеличили возможности каждого индивида в установлении контактов и общении с себе подобными, но в то же время эти контакты и связи стали более преходящими и менее устойчивыми». Далее Парк указывает на важность подобных структур для креативной среды города: «Это позволяет каждому отдельному человеку быстро и просто переходить из одной нравственной среды в другую и побуждает к удивительным, но опасным экспериментам с одновременным пребыванием в нескольких смежных, но в то же время очень разных мирах. Все это придает городской жизни опасный и непредсказуемый характер, усложняет общественные отношения и приводит к формированию новых типов личности, отличающихся от всего того, что было раньше. Тем не менее во всем этом присутствует элемент везения и приключения, который еще больше усиливает стимулирующее воздействие городской жизни и делает ее особенно привлекательной для молодых людей с крепкими нервами».

Возможно, притягательность больших городов — это следствие стимулирующих факторов, воздействующих непосредственно на рефлексы.

Далее Парк противопоставляет застойную жизнь небольшой сплоченной общины динамичности большого города. «В маленькой общине больше всего шансов на успех у обычного человека, которому не свойственны эксцентричность или гениальность. Эксцентричность здесь разве что терпят, — отметил он. — Напротив, в крупных городах за нее вознаграждают. Ни преступник, ни умственно неполноценный человек, ни гений не получит в маленьком местечке таких возможностей для развития своих врожденных качеств, какие он непременно найдет в большом городе».

В ходе увлекательного и очень глубокого исследования жизни в Гринвич-Виллидж в 1920-х годах Кэролайн Уэр определила основную характеристику этой жизни так: «Многие из тех, кого притягивал к себе Гринвич-Виллидж, приезжали туда в поисках убежища от своей общины, семьи или от себя самих» [24]. Она отметила, что обитатели Гринвич-Виллидж демонстрируют «высокий уровень индивидуализма как в социальных отношениях, так и в выражении собственного мнения», а также что они «независимы практически от всех институтов». Они с презрением относились к «привычке поддерживать тесные связи и в полной мере воспользовались той избирательностью и анонимностью, которую предложил им город». Жители Гринвич-Виллидж «избегали повседневных контактов с членами семьи, друзьями, соседями или представителями того же экономического или социального класса, а также отношений, вырастающих из институциональных связей». Вместо такого традиционного образа жизни они «поддерживали личные связи с друзьями, разбросанными по всему городу».

Однако города не просто притягивают к себе креативных людей и обеспечивают благоприятную среду или экосистему для проявления креативности, но еще и стимулируют ее. Ведущий специалист по психологии креативности Дин Саймонтон считает, что это происходит двумя способами [25]. Во-первых, города играют решающую роль в развитии творческого начала. Будущие творческие личности должны еще в юности и раннем периоде взросления видеть примеры креативности и общаться с наставниками. «Этот этап обучения неизбежно происходит в городской среде, поскольку там выше вероятность встретить наставника», — пишет Саймонтон. «В действительности, — добавляет он, — исследования, посвященные проблеме развития талантов, позволяют определить, какому количеству исключительно одаренных людей приходится переезжать в городские агломерации после достижения определенного уровня интеллектуального или художественного развития».

Во-вторых, креативность нуждается в культурной неоднородности: ее усиливает «раннее погружение в среду, которой свойственно разнообразие и борьба идей, благодаря чему в зрелом возрасте человек обретает способность осуществлять культурное “скрещивание”, или взаимное обогащение идеями». И в этом случае вероятность такого развития событий выше в городах, где есть «образовательные и культурные учреждения, необходимые для формирования “новой породы”», не говоря уже об изобилии постоянно меняющихся объектов для наблюдения. Когда креативному человеку не удастся найти решение проблемы, он на какое-то время откладывает поиски и начинает заниматься повседневными задачами. В этот период он подвержен воздействию различных стимулов, вызывающих определенные ассоциации. Саймонтон пишет, что при наличии достаточного количества времени «один из путей, возникших под воздействием стимулов, может привести к решению проблемы». Это и есть момент озарения. «Совершенно очевидно, что в городской среде гораздо больше, чем в сельской, стимулов, способных вызвать различные ассоциации. Городская среда, в отличие

от сельской, представляет собой целый мир, в котором много разных языков, культур, религий и стилей жизни».

Несмотря на то что креативных людей принято считать отшельниками, в современном обществе креативность развивается именно в группах: научных лабораториях, кинематографических коллективах, архитектурных бюро и прочих организациях. «Вполне естественно, что членов групп, занимающихся поиском решения тех или иных задач или осуществляющих мозговую штурм, чаще всего привлекают из ближайшей среды, будь то пригородный район, ближайший небольшой поселок или крупный город», — отмечает Саймонтон. Чем выше уровень урбанизации этой среды, тем более разнообразной, а значит, и креативной будет такая группа.



[Почитать описание, рецензии
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

