



Конспект. Урбанист Ричард Флорида — о таланте, технологиях и толерантности как главных факторах экономического развития



Редакция «Инде»

Создавайте комфортную среду, будьте терпеливы и поощряйте в сотрудниках любопытство

В [первый день](#) образовательного [проекта MadeInKazan](#) перед слушателями эксперт-классов выступил Ричард Флорида — экономист, урбанист, автор теории креативного класса, профессор Школы менеджмента имени Джозефа Ротмана в Торонтском университете. «Инде» публикует конспект его лекции.

Как и когда возникает креативный класс



Большую часть истории люди создавали богатство физическим трудом.

Сначала это было земледелие, потом, несколько сотен лет назад, начинают появляться мануфактуры — процесс охватил Италию, Нидерланды, распространился на Великобританию и остальную Европу, потом на США, Канаду, Азию и весь мир. Промышленная революция подняла стандарты проживания на 300–400 процентов. Стали появляться большие города, продолжительность жизни людей удвоилась, человечество придумало социализм, мир содрогался от экономических депрессий, мы прошли через две мировые войны. Но я здесь, чтобы доказать вам, что социально-экономическая трансформация, которая происходит прямо сейчас, возможно, гораздо масштабнее, чем всё, что было с миром до этого.

В эпоху земледелия и ранних этапов развития промышленности города формировались вокруг ресурсов.

Сельскохозяйственные общества возникали рядом с реками, мануфактурные города — вокруг месторождений руды и угля. Чтобы вырастить экономику, нужно было оптимальное сочетание трёх производственных факторов: земли, труда и капитала. Но в последние несколько десятилетий появилось что-то принципиально новое.

Многие по инерции говорят, что мы создали сервисную экономику, что нашим прогрессом движут технологии.

Один из моих учителей, Питер Дрейкер, в 1950-е исследовал General Motors — на тот момент это была самая крупная промышленная корпорация в автомобилестроении. И он обнаружил, ещё до студенческого движения 1960-х, до Вудстока, что источник экономического благосостояния — не производительность людей, а их знания и умение нестандартно мыслить.

Сегодня общество двигают вперёд не физический труд, не те знания, которые люди получают в школе, не технологии, не услуги, которые нам оказывают, и не инновации, которые мы внедряем.

Решающее значение имеет то, что я вижу в своих детях и племянниках, в каждом ребёнке на детской игровой площадке. Я говорю о креативности.

В 1950–1960-е членами креативного класса — учёными, предпринимателями, художниками, литераторами, проектировщиками, разработчиками — были менее 10 процентов рабочих.

В конце 1960-х появилась контркультура. Я помню ту эпоху, помню, как смотрел первый концерт «Битлз» по американскому телевидению, помню, как меня захватили Вудсток и опыт Джимми Хендрикса. Это движение было неким накопителем: люди рождали креативность в тесных сообществах, вопреки директивам, исходящим от правительства, вопреки всем действующим законам.

Креативная география



В странах типа Дании, Норвегии, Швеции, Сингапура к креативному классу относятся 45 процентов всех рабочих.

Лондон, Нью-Йорк, Сан-Франциско, Стокгольм, Хельсинки, Москва — в больших городах креативной работой занимаются 50–60 процентов занятого населения. В центрах крупных городов процент таких сотрудников увеличивается до 80–90. Если взять спутниковые снимки Земли и изобразить, как экономическая активность распределяется по планете, мы увидим яркие вспышки посреди больших тёмных пятен. Не Индия целиком, а Мумбай, не Бразилия, а Рио и Сан-Паулу. Нью-Йорк, Вашингтон, Бостон, Чикаго, Детройт, обе Калифорнии, зоны вокруг Лондона, Москвы и Казани — таких мегарегионов на планете около 40 и там живут 18 процентов всего населения. Именно они ответственны за львиную долю экономических результатов всего мира.

Помню, как работал над стратегией экономического роста Питтсбурга.

В 1970–1980-е город, когда-то являвшийся крупным промышленным центром, был в упадке: закрывались предприятия, люди лишались работы, с одного миллиона жителей население уменьшилось до 300 тысяч. Мы пытались выяснить, что происходит и как это остановить. Наша идея заключалась в том, что нужно объединить людей из исследовательских, разработческих отделов предприятий с учёными из крупных университетов, создать технологический совет. И это сработало: начали появляться компании нового типа, что в конечном итоге привело к возрождению города.

В 2000 году меня пригласили в Гарвард читать лекции.

Естественно, я приводил студентам Питтсбург в качестве примера удачной промышленной перестройки. В один весенний день я приехал в офис, выпил пару чашек кофе и открыл газету. Там я увидел статью, которая изменила всю мою жизнь. Дело в том, что в Питтсбурге после наших преобразований появилась интернет-компания — реальный конкурент Google и Yahoo. И в газете писали, что она переезжает из Питтсбурга в Бостон. Я был в шоке. Я спрашивал себя: почему? Может, переезд был вызван необходимостью снижения затрат? Нет, жизнь в Бостоне дороже. Возможно, причина в том, что руководство компании хотело снизить сумму налогообложения? Нет, бостонские налоги выше, чем питтсбургские. Вероятно, в Бостоне более грамотное руководство? Но и это никак не подтверждалось. Последним моим предположением было, что в Бостоне просто дали взятку владельцам компании, чтобы переманить их, но это, разумеется, было не так. Причина переезда крылась в следующем: компании нужны были особенные сотрудники. Финансисты, исследователи, разработчики — в Бостоне их было много и они никуда не собирались оттуда уезжать. Компания сама приехала к своим будущим сотрудникам — удивительно! Порты, гавани, пресные реки, природные ресурсы, выгодное торговое положение — всё это больше не важно. Важны люди.

Самый важный выбор,

который молодой человек должен сделать, пока не обзавёлся семьёй и только начинает строить свою карьеру, — выбор места, где ему жить. Нам удалось привлечь таланты в Питтсбург, но в конечном итоге люди уезжали оттуда в Бостон, Нью-Йорк, Сан-Франциско и другие города, которые считали своей мечтой.

Муниципалитеты, местные власти — именно тот уровень, на котором моделируются изменения.

Национальные концепции развития слишком абстрактные, поэтому создавать условия для креативной индустрии должен мэр города. Если город будет в упадке, люди не будут чувствовать себя комфортно. Туда не станут мигрировать рабочие из других регионов, более того, те, кто родился и вырос в этом городе, начнут уезжать в другие места.

Факторы креативности



Чтобы понять, почему США переживают деиндустриализацию, я стал изучать промышленность.

Я ездил по миру и однажды оказался на производстве стали в Японии. Сталелитейный процесс очень сложный и трудоёмкий, и я спросил у руководства завода, каких учёных они задействуют, чтобы оптимизировать и развивать предприятие. Мне ответили: «У нас нет отделов разработки, мы используем идеи всех наших сотрудников». То есть рабочие сами искали способы сделать процесс более быстрым и эффективным. Вся японская фабрика была одной большой исследовательской лабораторией, потому что руководство давало сотрудникам свободу высказывать предложения.

Места, где есть художники, исследователи, разработчики, всегда преуспевают.

Но как сделать так, чтобы все эти люди поселились в том или ином месте? Для прироста креативного класса нужно менять среду обитания: проектировать открытые пространства, общественные места, где люди могли бы создавать сообщества. Мы со студентами даже вывели категорию «богемный фактор» — критерий оценки креативности мест.

Некоторые из моих студентов были гомосексуальны,

и мы решили выяснить, есть ли связь между количеством гомосексуальных людей и высокоэффективных компаний в том или ином месте. Выяснилось, что корреляция присутствует, хотя это и не причинно-следственная связь. Места, где открыты новым идеям, привлекают свободолюбивых людей, будь то гомосексуалисты, дизайнеры, художники, литераторы или разработчики.

Толерантность — важный фактор развития креативности.

Креативные люди приезжают из разных стран мира, происходят из разных слоёв общества, и нельзя их отпугивать. Креативность дана мужчинам и женщинам, холостым и состоящим в браке, натуралам и гомосексуалистам, представителям всех рас и культур. Это качество есть в каждом из нас, но, чтобы его раскрыть, нужны возможности.

Креативные люди хотят жить в насыщенном событиями уникальном месте.

Важен природный ландшафт — горы, море, сады, но ещё важнее история. Новые идеи требуют старых зданий, из этого соображения вышла идея лофтов. Старые фабрики преобразовывают в коворкинги и запускают там стартапы, потому что людям нравится создавать связи не на пустом месте. Я вывел теорию трёх «Т»: креативности нужны технологии, толерантность и таланты. Но есть ещё четвёртая «Т» — территориальная уникальность.

Недавно мы с коллегой обсуждали креативность и сошлись на том, что у выражено креативных людей есть какие-то генетические, социальные отклонения.

Взять хотя бы Джимми Хендрикса: его самоощущение, то, как он выглядел, его лирика — всё кричало о том, что ему противны любые рамки. Быть нонконформистом сложно, потому что ты всюду будешь наталкиваться на консерватизм, иерархические структуры. И это характерно не только для России — в Штатах, в Канаде то же самое. Возьмите креативного ребёнка, отдайте его в школу — и всё, его креативность тут же начнёт усыхать. Не позволяйте выжимать из себя креативность, оставайтесь любопытны и открыты.

Обратная сторона креативности

Слишком много креативных людей — это саморазрушающая сила.

Я недостаточно хорошо знаю ситуацию в России, но в Торонто определённо существует антикреативный класс.

Антикреативный класс выступает против «чуждых» этнических и религиозных групп, не признаёт людей с другой сексуальной ориентацией, дискриминирует женщин. Роб Форд (бывший мэр Торонто, умерший в марте 2016 года от рака. — Прим. «Инде») консолидировал группы людей, чувствовавших себя вне креативного класса, — так называемых «голубых воротничков». Ещё один представитель антикреативного класса — Дональд Трамп. В основе агрессивной реакции таких людей — страх того, что креативная прослойка общества вытеснит их на обочину жизни.

Только треть представителей креативного класса успешны, и неравенство растёт.

Исследования доказывают, что большинство людей предпочитают творческую работу, на которой они смогут развиваться и самостоятельно принимать решения, механической, пусть и более высокооплачиваемой.

Если вы занимаетесь делом, которое не гибко по отношению к вам, не даёт вам достаточно свободы, скорее всего, вы будете растить детей в духе авторитаризма и рано или поздно станете кем-то похожим на Дональда Трампа. Наша работа определяет наше бытие.

Фотографии предоставлены MadeInKazan

ENGLISH TRANSLATION

Abstract. Urbanist Richard Florida - the talent, technology and tolerance as the main factor of economic development

"Indus" Issue

Create a comfortable environment, be patient and encourage employees to curiosity

On the first day of the educational project MadeInKazan the listeners expert classes made Richard Florida - economist, urbanist, author of the theory of the creative class, the professor of the School of Management named Joseph Rothman at the University of Toronto. "Indus" publishes a summary of his lectures.

As and when there is a creative class

Most of the history, people have created a wealth of manual labor.

At first, it was agriculture, then, a few hundred years ago, begin to appear manufacture - process involved Italy, the Netherlands, Great Britain and spread to the rest of Europe, then to the United

States, Canada, Asia and the whole world. The Industrial Revolution raised the standards of living in the 300-400 percent. Began to appear the big cities, life expectancy of people has doubled, mankind has invented socialism, the world was shocked by the economic depression, we have gone through two world wars. But I'm here to prove to you that the socio-economic transformation that is happening right now, probably much bigger than all that was the world before.

In the era of farming and the early stages of industrial development of the city formed around resources.

Agricultural Society appeared next to rivers, manufactory of the city - around the deposits of ore and coal. To grow the economy, it was necessary to the optimum combination of the three factors of production: land, labor and capital. But there was something fundamentally new in the last few decades.

Many of inertia say that we have created a service economy that our progress is driven by technology. One of my teachers, Peter Draker in 1950 investigated the General Motors - at that time it was the largest industrial corporation in the automotive industry. And he found, before the student movement of the 1960s, to Woodstock, the source of economic well-being - not the performance of people, and their knowledge and ability to think outside the box.

Today's society does not move forward physical labor, not the knowledge that people get in school, not the technology, not the services that we provide, and innovations that we are introducing. Crucial is what I see in my children and nephews, in every child on the playground. I'm talking about creativity.

In 1950-1960-the members of the creative class - scientists, entrepreneurs, artists, writers, designers, developers - were less than 10 percent of workers.

In the late 1960s there was a counter-culture. I remember that time, I remember watching the first performance of "The Beatles" on American TV, I remember, I was captured and Woodstock Jimi Hendrix Experience. This movement was a kind of drive: people are born creative in close communities, contrary to the directives emanating from the government, contrary to all applicable laws.

Creative geography

In countries such as Denmark, Norway, Sweden, Singapore, to the creative class includes 45 percent of all workers.

London, New York, San Francisco, Stockholm, Helsinki, Moscow - in big cities are engaged in creative work 50-60 per cent of the employed population. In the centers of large cities in the percentage of employees increased to 80-90. If we take the Earth's satellite images and to portray as an economic activity spread across the planet, we see bright flashes in the middle of a large dark spots. Not India as a whole, and Mumbai is not Brazil, and the Rio and Sao Paulo. New York, Washington, Boston, Chicago, Detroit, both of California, areas around London, Moscow and Kazan - these mega-regions on the planet about 40 and live there 18 percent of the population. It is they who are responsible for the lion's share of economic performance around the world.

I remember working on a strategy for economic growth in Pittsburgh.

In 1970-1980-s the city was once a major industrial center, was in decline: closed businesses, people lose their jobs, with one million inhabitants of the population decreased to 300 thousand. We tried to find out what is happening and how to stop it. Our idea was that you need to bring together people from research, development departments of companies with scientists from major universities, to create technological advice. And it worked: the company began to emerge of a new type, which eventually resulted in the revival of the city.

In 2000, I was invited to Harvard to lecture.

Naturally, I gave the students Pittsburgh as an example of successful industrial restructuring. One spring day I arrived at the office, had a couple of cups of coffee and opened a newspaper. There I saw an article that changed my whole life. The fact is that Pittsburgh after our changes appeared the Internet company - a real rival Google and Yahoo. And in a newspaper wrote that she moved from Pittsburgh to Boston. I was shocked. I asked myself: why? Perhaps the move was caused by the need to reduce costs? No, life is more expensive than in Boston. Perhaps the reason is that the company wanted to reduce the amount of tax? No, Boston taxes higher than Pittsburgh. Probably in Boston more reliable management? But this is not confirmed. The last of my assumption was that Boston simply bribed the owners of the company, to entice them, but it certainly was not the case. The reason for the move lay in the following: the company needed a special staff. The financiers, researchers, developers - in Boston there were many and they were not going out anywhere to go. The company itself came to their future employees - amazing! Ports, harbors, freshwater rivers, natural resources, favorable trading position - all this is no longer important. Important people.

The most important choice,

that a young man has to do, until the family has got, and just starting to build your career - choice of place where to live. We were able to attract talent in Pittsburgh, but ultimately people are left out in Boston, New York, San Francisco and other cities, who saw his dream.

Municipalities, local authorities - is the level at which the simulated changes.

National development concept is too abstract, so to create conditions for the creative industry should Mayor. If the city is in decline, people will not feel comfortable. There will not be migrating workers from other regions, moreover, those who were born and raised in this city, will leave for other places.

Factors creativity

To understand why the United States are experiencing de-industrialization, I began to study the industry.

I have traveled the world and at one point was on the production of steel in Japan. Steel process is very complex and time consuming, and I asked the management of the plant, some scientists they employ to optimize and develop the company. I was told: "We have development department, we use the ideas of all our employees." That is, the workers themselves looking for ways to make the process faster and more efficient. All the Japanese factory was a large research laboratory, because management gave staff the freedom to make suggestions.

Places where there are artists, researchers, developers, always succeed.

But how to make sure that all of these people settled in one place or another? For the growth of the creative class need to change the environment: design open spaces, public places, where people could create a community. We even brought the students category "bohemian factor" - the criterion of creativity assessment places.

Some of my students were homosexual, and we decided to find out whether there is a relationship between the number of homosexual men and high-performance companies in a particular place. It turned out that a correlation is present, although it is not a causal relationship. Places where open to new ideas, attract the freedom-loving people, whether gay, designers, artists, writers and developers.

Tolerance - an important factor in the development of creativity.

Creative people come from all over the world, come from different walks of life, and you can not scare them away. Creativity is given, single and married men and women, straights and gays, people of all races and cultures. This quality is in each of us, but to reveal it, need opportunities.

Creative people want to live in a unique place eventful.

Important natural landscape - the mountains, the sea, the gardens, but more importantly the story. New ideas need old buildings, from this consideration came the idea of lofts. The old factory converted into a coworking and launch startups out there, because people like to create links not from scratch. I brought the theory of the three "T": creativity needed technology, tolerance and talent. But there is a fourth "T" - the territorial uniqueness.

We recently discussed with a colleague creativity and agreed on the fact that creative people have pronounced some genetic, social deviations.

Take, Jimi Hendrix, his sense of self, the way he looked, his lyrics - all screamed that he was repelled any frame. To be a nonconformist is difficult because everywhere you will come up against conservatism, hierarchical structures. And this is typical not only for Russia - in the United States, in Canada the same. Take a creative child, give it to the school - and all of its creativity will start to shrink immediately. Do not allow yourself to squeeze out creativity, stay curious and open.

The reverse side of creativity

Too many creative people - a self-destructive force.

I know well enough the situation in Russia, but in Toronto there is definitely antikreativny class.

Antikreativny class opposes the "alien" ethnic and religious groups, does not recognize people with different sexual orientation, discriminates against women. Rob Ford (former mayor of Toronto, who died in March 2016 from cancer -. Note "Indus".) Has consolidated a group of people feel is the creative class - the so-called "blue collar." Another representative class antikreativnogo - Donald Trump. At the heart of the aggressive reaction of these people - the fear that the creative stratum of society drive them to the margins of life.

Only a third of the representatives of the creative class are successful and growing inequality.

Studies show that most people prefer creative work, in which they can develop and make their own decisions, mechanical, though better paid.

If you are a business that is not flexible in relation to you does not give you enough freedom, most likely you will be to raise children in the spirit of authoritarianism, and sooner or later will become someone like Donald Trump. Our work defines our existence.

Photos courtesy MadelInKazan

Share

Share

Tweet