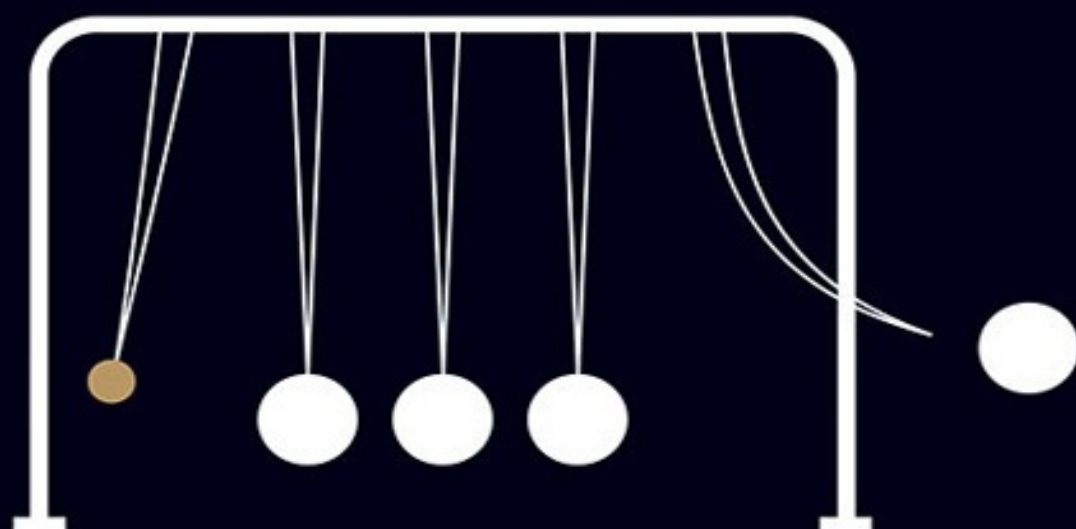


# МИКРО ТРЕНДЫ

МЕНЯЮЩИЕ МИР  
ПРЯМО СЕЙЧАС



## МАРК ПЕНН

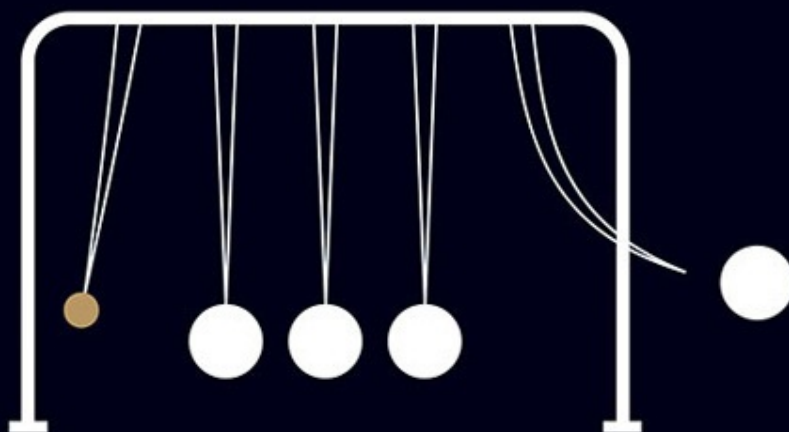
МЕРЕДИТ ФАЙНМАН

18+

 альпина  
ПАБЛИШЕР

# МИКРО ТРЕНДЫ

МЕНЯЮЩИЕ МИР  
ПРЯМО СЕЙЧАС



## МАРК ПЕНН

МЕРЕДИТ ФАЙНМАН



 альпина  
ПАБЛИШЕР

**Марк Пенн, Мередит Файнман**

**Микротренды, меняющие мир  
прямо сейчас**

Переводчик *Е. Деревянко*  
Редактор *А. Петров*  
Главный редактор *С. Турко*  
Руководитель проекта *О. Равданис*  
Корректоры *М. Смирнова, О. Улантимова*  
Компьютерная верстка *К. Свищёв*  
Арт-директор *Ю. Буга*

© Mark Penn, 2018

First Simon & Shuster hardcover edition March 2018

© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2019

© Электронное издание. ООО «Альпина Диджитал», 2019

*Все права защищены. Данная электронная книга предназначена исключительно для частного использования в личных (некоммерческих) целях. Электронная книга, ее части, фрагменты и элементы, включая текст, изображения и иное, не подлежат копированию и любому другому использованию без разрешения правообладателя. В частности, запрещено такое использование, в результате которого электронная книга, ее часть, фрагмент или элемент станут доступными ограниченному или неопределенному кругу лиц, в том числе посредством сети интернет, независимо от того, будет предоставляться доступ за плату или безвозмездно.*

*Копирование, воспроизведение и иное использование электронной книги, ее частей, фрагментов и элементов, выходящее за пределы частного использования в личных (некоммерческих) целях, без согласия правообладателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.*

\* \* \*

*Посвящается Нэнси, Джекки, Майлзу, Марго  
и Блэр*

# Предисловие

Мы живем в странное время – кажется, цифры и факты стали цениться меньше, чем предположения и личные мнения. В основе первой книги о микротрендах, вышедшей в 2007 г., лежала мысль о том, что прямо на наших глазах происходят незаметные на первый взгляд небольшие изменения, влекущие за собой огромные последствия. Там же предлагался и метод обнаружения микротрендов: выявить новые непривычные явления, подсчитать статистику, зафиксировать их причины и сдвиги, к которым они приводят, и спрогнозировать возможные последствия. Некоторые из таких микротрендов оказались находками для бизнеса: один из производителей одежды даже пересмотрел свой ассортимент в соответствии с потребностями «солнцenenавистников» – родителей, одержимых идеей защиты своих детей от солнечных лучей. Джим Крамер целую неделю рассказывал в своем телешоу об этой книге и о ее значении для инвесторов. На основе информации из «Микротрендов» Консервативная партия в Великобритании предложила распространить налоговые льготы на отдельно живущие пары. Одна из панельных дискуссий Всемирного экономического форума в Давосе была посвящена новым микротрендам. Телеобозреватель Морин Дауд в одной из своих колонок назвала себя «микротрендом», имея в виду, что в книге попала в категорию «впечатлительных элит».

Спустя десятилетие мир вступил в новую фазу перемен, и «Микротренды, меняющие мир прямо сейчас» написаны мной в попытке разобраться с целым рядом новых факторов, совместное действие которых радикальным образом влияет на наше общество, хотя на первый взгляд это влияние кажется необъяснимым. Внимательно присмотревшись, можно различить в хаотической картине происходящего ясные очертания трендов и изменений, притом что многие из них действуют одновременно, но разнонаправленно. По мере взросления миллениалов старшее поколение снова обретает утраченное влияние. С крахом высоколобой политики в моду возвращается здравый смысл. Пока в городах происходила реновация, наверх стывали упущенные сельские избиратели. На фоне взлета Кремниевой долины и новой экономики становятся все отчетливее голоса раздраженных сторонников старой. Хотя новейшие технологии существенно расширяют диапазон решений, люди предпочитают не

выходить за рамки зоны комфорта. Мы очень старались питаться здоровой пищей, но оказалось, что оптимальная еда для нас – протеины. Наряду со всем этим глобализация и технологии продолжали стремительно продвигаться в новых направлениях, в том числе и в тех, которые могут привести нас к катастрофе, если не разобраться, как сделать их более прозрачными и подконтрольными.

На страницах этой книги вы не найдете упрощенных объяснений для тех прорывов и радикальных перемен, в эпоху которых мы живем. Они стали результатом сложного сочетания происходящих одновременно изменений. Но если вам нужно понять, что происходит, почему и что делать, чтобы устранить опасности, связанные с этими трендами, то я именно об этом и рассказываю. Надеюсь также, что вы откроете для себя новые бизнес-идеи, достойные внимания общественные тренды и внятные объяснения того, как образ жизни людей приспосабливается к условиям XXI века. Во вступительной части я попытался рассмотреть микротренды, о которых вы будете читать далее, в контексте более крупных факторов изменений. А в заключительной главе я рекомендую кое-какие специфические решения, которые считаю необходимым применять.

Кроме того, мы вновь рассмотрим некоторые старые микротренды, со временем только усилившиеся. Нелегальные иммигранты стали еще более важным фактором политической жизни страны. Браки, заключаемые в результате интернет-знакомств, стали практически нормой, и это значительно влияет на состав и взаимопроникновение социальных групп. А склонность наиболее образованной части общества формировать мнения на основе комментариев в *The New York Times* или на кабельном ТВ, не обращая внимания на факты, приобрела еще более выраженный характер. Это переворачивает нашу представительную демократию с ног на голову.

Вдобавок ко всему прочему меня беспокоит характерное для наших дней игнорирование очевидных фактов, которым предпочитают сомнительные домыслы. Каким-то образом оказывается, что платные объявления в Facebook на сотню тысяч долларов повлияли на исход предвыборной кампании общей стоимостью \$2,4 млрд. Каждый новый опрос показывает, что людей, поверивших в российское вмешательство в выборы, больше, чем тех, кому известны хоть какие-то подтверждающие его факты. Хотя, в принципе, все должно быть наоборот – люди должны увидеть доказательства, чтобы увериться в чем-то. Это говорит о том, что мы вступаем в опасный период, когда общественность легко взбудоражить информацией на актуальные темы, которая впоследствии оказывается ложной. Один из важных принципов этой книги – то, что мы идем от

фактов к мнениям, а не наоборот.

Хочу поблагодарить моего соавтора Мередит Файнман за ее неустанные труды, за то, что мы все успевали, и за детальную разработку всех моих идей. Мой ассистент-исследователь Амелия Шоултер проделала огромную работу с цифрами и фактическим материалом. Спасибо им обоим за их неоценимый вклад и упорный труд. Надеюсь, вам будет интересно узнать о тех микротрендах, которые мы выявили, а новые вы начнете замечать сами.



# Кирпичики перемен

## *СИЛА МИКРОТРЕНДОВ*

Мы живем в мире микротрендов. Им движут относительно небольшие, разрозненные и часто разнонаправленные закономерности человеческого поведения, влияние которых тем не менее очень велико. Мир полон таких закономерностей, мы называем их *микротрендами*. Каждая из них – мазок на всеобъемлющей импрессионистской картине мира, оживающей, стоит окинуть ее более отстраненным и целостным взглядом. За последние годы влияние этих факторов лишь усилилось, и они начали перестраивать наше общество.

Десять лет назад, впервые выявив эти особенности перемен в «Микротрендах», я считал, что мир полон безграничных возможностей. Я был чрезмерно оптимистичен в своих ожиданиях относительно того, что микротренды позволят создать огромный новый ассортимент индивидуализированных товаров и услуг, а в Вашингтоне породят широкий выбор первоклассных, неизбитых политических решений. Разумеется, все оказалось не совсем так.

Вместо этого информационная эра сменилась эрой дезинформации с ее избытком фальшивок.

Нация, выстроенная на фундаменте свободы слова, пытается понять, как быть со свободой слова в эру интернет-троллей.

Оптимизм по поводу нашей экономики улетучился в момент неожиданного краха 2008 г., за которым последовал долгий период самого медленного восстановления в истории страны. На прежние позиции мы возвращаемся только сейчас.

Беспрецедентная широта потребительского выбора ведет не только к росту числа стартапов, но и к доминированию горстки интернет-компаний, приобретающих все большую власть на основе данных, добровольно предоставляемых не вполне осведомленными клиентами.

А старшие поколения, в свое время бунтовавшие сами, сегодня решительно недовольны политическими взглядами и культурными установками современной молодежи.

Микротренд оказался столь мощным инструментом именно потому, что позволяет объяснить происходящие на наших глазах перемены, которые иначе выглядят лишенными смысла. Например, на первый взгляд может

показаться, что прослойка среднего класса сужается, и это настораживает. Но мы лучше поймем значение статистики, лишь копнув глубже и увидев, что все большее количество людей благодаря полученному образованию переходит в более высокие слои общества. Часто существуют два одновременных диаметрально противоположных тренда, которые незаметны в среднестатистических значениях, но предстают во всей очевидности, если считать их порождением потока микротрендов.

Например, в современной политике нет радикальных идеологических разногласий, просто одна группа умеренных стала более консервативной, а другая – более либеральной. В результате общество стало одновременно и более либеральным, и более консервативным, а влияние любой из этих групп сводится на нет влиянием другой. Дальнейшее размежевание ведет, таким образом, к еще большей путанице и чревато политическим тупиком. Похожее тянитолкайство можно видеть и в других областях жизни общества. Одним нужно все больше и больше технологий, другие хотят максимальной тишины и покоя. Некоторые не выдерживают и одной рекламной паузы на телевидении, другие смотрят в телеэкран часами напролет. Кого-то вполне устраивает глобализация, а кто-то тяготеет к противоположному полюсу, вплоть до откровенного национализма. Чтобы разобраться во всем этом, мы прибегли к подходу ньютоновой механики: у любого тренда всегда есть противодействующий ему тренд. Это характерная особенность человечества в информационную эру – любое действие или движение в определенном направлении вдохновляет другую группу людей на прямо противоположное. На каждую группу радикалов есть своя группа консерваторов. На каждый новый продукт мобильных технологий есть те, кто предпочитает пользоваться телефонами-раскладушками. Только увидев сложные взаимосвязи между всеми этими явлениями, можно разобраться в происходящем, которое кажется нелогичным, запутанным и даже хаотичным.

Если опубликованные в 2007 г. «Микротренды» помогли вам начать ориентироваться в переменах наших дней, то, прочитав «Микротренды, меняющие мир прямо сейчас», вы лучше разберетесь в хаосе, порождаемом бесконечно противоборствующими силами, стремящимися доминировать в обществе, политике и культуре. Последние десять лет мир технологий пытался эксплуатировать микротренды и даже подчинить их себе, чтобы лучше приспособить товары и услуги под потребности индивидуальных потребителей, используя искусственный интеллект и большие данные. Но эти попытки не только изменили наш образ жизни, но и привели к серьезным нежелательным последствиям, омрачившим атмосферу в

обществе. Микротренды, которые лежат в основе многих битв за влияние, сотрясающих современный мир, позволяют разобраться, как же устроены все эти перемены. Прочитав книгу, вы сможете убедиться в том, насколько неожиданными оказываются победители и проигравшие в этих непрекращающихся битвах и как непредсказуемо меняется расстановка общественных сил.

## ***НЕЖЕЛАТЕЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА И ПЕРЕМЕН В ОБРАЗЕ ЖИЗНИ***

### **Чем больше выбор, тем меньше возможностей для него**

Хотя современные технологии, благодаря которым товары и услуги становятся все более индивидуализированными, существенно расширяют наш выбор в любых повседневных делах, люди предпочитают оставаться в привычных рамках. Мы рассчитывали, что прогресс откроет потребителям путь в мир бесконечных экспериментов. Спустя десятилетие произошло прямо обратное: люди обнаруживают устраивающие их решения и прибегают к ним вновь и вновь, а общество становится все более поляризованным.

В 2007 г. в «Микротрендах» объяснялось, как экономике Starbucks удалось превзойти экономику Ford. Форд предлагал покупателю выбрать любой цвет при условии, что он будет черным. Цель промышленности состояла в массовом производстве продукции с минимальными затратами, что означало максимальную стандартизацию товаров. Но новая экономика XXI в. резко отошла от этой модели, предложив потребителям цвета на любой вкус.

В основе экономики Starbucks лежит идея увеличения ценности даже самых простых товаров, таких как кофе или чай, путем их приспособления под индивидуальные запросы потребителей. Люди стали уделять все больше внимания личным предпочтениям и все меньше соглашались подчиняться общепринятым стандартам вроде аккуратно постриженных лужаек перед домом с заборчиком из белого штакетника. Рынок отреагировал, предложив потребителю возможность получать «именно то, что хочется», и это предложение было принято. Разумеется, предполагалось, что расширение выбора приведет к большей удовлетворенности потребителей. Оно должно было сделать их более счастливыми и открытыми новому опыту, лучше понимающими друг друга благодаря возможности постоянно сочетать и сопоставлять самые разные варианты.

Однако вместо этого происходило нечто удивительное. Оказалось, что люди предпочитают придерживаться единственного варианта – того, который понравился им больше других. Расширение выбора в конечном счете обернулось тем, что люди делают его реже. Общество, ставшее менее моногамным в буквальном понимании этого слова, стало более «моногамным» в том, что касается выбора продукта. Получив от Starbucks возможность выбирать свой идеальный напиток, подавляющее большинство людей сегодня заказывают «как обычно» – то есть большой мокко фрапучино, который они пьют каждый божий день.

Представим себе Америку в виде ресторана со скучным меню, состоящим только из курицы и рыбы. Чтобы привнести разнообразие, дополним его стейками и суши. Действительно, окажется, что американцы, поедавшие до этого курицу и рыбу, были не слишком привязаны к своему выбору. Но поклонники стейков стали яркими их приверженцами. А любители суши – отдельное сообщество, признающее только свежую рыбу из Японии. Эти метафорические потребители стейков и суши оказались настолько довольны своим выбором, что у них и в мыслях нет попробовать что-то еще. Результатом расширенного выбора становится раздробленность потребителей, в условиях которой люди раз за разом обращаются к своему излюбленному варианту.

В новостях и политике происходит то же, что и в области товаров и услуг. До появления кабельных телеканалов люди смотрели две-три более или менее похожие одна на другую новостные программы эфирного телевидения. С появлением кабельных каналов многие обнаружили, что им нравится Fox News, и, подобно любителям стейков, перестали смотреть все остальные программы. А после того как несколько «полевел» телеканал MSNBC, своя преданная аудитория появилась и у него (назовем их любителями суши). Огромное разнообразие возможностей привело к тому, что люди стали делать выбор реже.

Таким образом, мы наблюдаем парадокс современности: расширенный выбор не создает аудиторию, готовую с воодушевлением пробовать что-то новое. Он создает популяцию сурков, еще глубже закапывающихся в свои норки. Он поощряет людей отказываться от широко распространенных видов деятельности и замыкаться в том, что им действительно нравится. Но, оказываясь в рамках все более узкой ниши, человек утрачивает связь с общей картиной происходящего за ее пределами.

В том, что в обществе возникают разрушающие его перегородки и нарастает взаимная отчужденность, остается винить именно процесс, имевший целью осчастливить людей благодаря расширению возможностей

выбора. Вместо того чтобы объединять людей, технологии разделяют их на враждующие радикальные группировки, а значение центра при этом снижается. Такое размежевание стало важным и непредвиденным результатом некоторых микротрендов.

### **Выбор делают за вас, но *ваши* ли это выбор?**

Стоит обратить внимание и на другое интересное явление из области технологий, индивидуализации и выбора. По мере развития искусственного интеллекта и больших данных индивидуализация все чаще осуществляется с помощью скрытых алгоритмов. Теоретически системам известно о людях столько, что им не требуется сам человек, чтобы и дальше облегчать ему жизнь – например, подавать тапочки по возвращении домой. Исполнительный вице-президент Microsoft, ответственный в том числе и за искусственный интеллект, сказал мне как-то: «Ну, с человечеством я разобрался быстро». Кто бы сомневался. Он думал, что полностью постиг процесс принятия решений.

На примерах микротрендов раз за разом убеждаешься, что в основе новой экономики лежит стремление соответствовать индивидуальным запросам. Действительно, то, что начиналось с кофе на любой вкус и персонифицированных опций для автомобиля, сегодня распространилось практически на все аспекты вашей жизни – от предложений недвижимости и выбора романтических партнеров до новостей. Все это подается как идеально подходящее именно вам, исходя из результатов обработки тысяч или миллионов единиц информации. Искусственный интеллект изучает товары, которые вы купили или хотя бы просмотрели, чтобы показать вам рекламные объявления, появляющиеся, стоит вам кликнуть на какой-то предмет. Ваш профайл постоянно анализируют, и в результате вам показывают рекламу одежды, которую вы просматривали вчера на другом сайте. Все происходит со скоростью света. Каждый клик делает вас частью какого-то микротренда.

В мире микротрендов, меняющих мир прямо сейчас, ваш смартфон – не просто телефон. Это главный шпион бизнеса, прекрасно осведомленный о том, во сколько вы встаете, во сколько ложитесь, где бываете, и даже о том, что говорите и покупаете. В ближайшие годы именно информация, а не нефть или золото станет главной ценностью планеты. Для более чем 5 млрд человек сервис по запросу означает возможность получить песню, фильм, рекламу, автомобиль, домашнего питомца или помощника именно тогда, когда они вам нужны. Вся эта экосистема функционирует на основе информации. Чем она точнее, тем точнее таргетинг и выше прибыль

одного из участников цифровой цепочки.

Все это начинается достаточно безобидно, но не факт, что так останется и дальше. ИИ-приложения в основном устроены по принципу черного ящика, а интересы компаний могут расходиться с вашими собственными. В большинстве случаев технологическим компаниям платите не вы, а рекламодатели, так что именно последние (а не вы) являются реальными потребителями их сервисов. Даже такая незамысловатая штука, как приложение с прогнозом погоды, может на самом деле предназначаться для продажи зонтиков, а не для того, чтобы предупреждать вас о дожде. Оно существует не для того, чтобы вы не промокли, а для продвижения продукции своих рекламодателей.

Эта бизнес-модель существует уже десятилетие, и тем не менее очень немногие понимают, сколько информации о себе предоставляют люди и как эту информацию могут использовать политические деятели, лоббисты, рекламщики и даже иностранные правительства. Бесплатных приложений не бывает – за них платите либо вы, либо рекламодатели, или же разработчик торгует вашими данными.

Работая в Microsoft, я придумал кампанию под названием Scroogled, призванную предупредить потребителей о том, что происходит на самом деле. Людям открытым текстом объясняли, что Google может читать их почту и делает это, а то, что преподносится пользователю как нейтральная и бесплатная информация о товарах и услугах, на самом деле замаскированная коммерческая реклама. Потребители откликнулись на эту кампанию с удивительным энтузиазмом. На сайт Scroogled ежедневно заходило около 250 000 человек, отчаянно желавших понять, что происходит с их личной информацией. Шутки ради я открыл онлайн-магазин Scroogled, и в течение первых 30 часов его существования страницу посетили 450 000 человек, чтобы купить кружки и прочие мелочи с надписями типа «Сохраняйте спокойствие – мы скачиваем ваши данные!». Понятно, что в Google не сочли это очень остроумным.

В наши дни данные собирают прежде всего для создания таргетированной рекламы. Но со временем будут появляться и другие варианты их использования, и не исключено, что они окажутся намного более важными, а иногда и более опасными для нас. По сути, происходящее означает, что технологические компании могут собрать досье на любого человека, включая его привычки и предпочтения, и отслеживать изменение всех параметров от рождения до самой смерти. Сегодня Facebook располагает, вероятно, самым полным и пригодным для дальнейшей разработки массивом персональных данных из когда-либо

существовавших. А поскольку люди все чаще прибегают к ДНК-тестированию, то к медицинским и поведенческим данным прибавятся генетические, что послужит прогрессу науки, но уничтожит самые элементарные представления о неприкосновенности личной жизни.

Сегодня большие данные создаются при каждом удобном случае, как по крупным, так и по незначительным поводам, чему способствует превращение облачных сервисов в главное хранилище информации. Иногда их используют довольно неожиданным образом. Например, один из ведущих производителей лифтов объединил в сеть все когда-либо установленное или обслуживаемое им оборудование по всему миру. Компания получает данные о каждой поездке каждого лифта – время, этаж и количество пассажиров. Эта информация используется для организации сервисного обслуживания и ремонтов, но ее ценность возрастает по мере накопления данных со всех 50 000 лифтов. Системы распознавания лиц или электронные ключи сообщают, куда направляются люди, и дают возможность рассчитывать нагрузку на лифты и даже управлять ими на расстоянии. На основе накопленных данных искусственный интеллект определяет, когда пора делать профилактический ремонт, и даже прогнозирует аварийные ситуации. Получается, технологии, большие данные и ИИ совершают революцию в управлении лифтовым хозяйством. И если подобным образом можно управлять даже лифтами, то как скоро данные, собираемые с наручных часов и фитнес-браслетов, позволят точно так же обращаться с людьми? Видимо, недалек тот день, когда хирурги, оперирующие коленные суставы, смогут находить себе потенциальных пациентов среди людей, которые пока и не догадываются, что им нужно подновить колено. ИИ будет делать вывод об этом на основе данных о скорости их ходьбы и бега.

По мере того как большие данные будут загружаться в ИИ, машины смогут все серьезнее влиять на ваш опыт и ощущения. Вероятно, вы знаете, что Amazon рекомендует товары на основе ваших прошлых покупок. Точно так же поступает и Netflix, рекомендуя вам фильмы и сериалы. На смену тщательно оформляющим витринную выкладку мерчендайзерам приходят невидимые алгоритмы, и постепенно они берут на себя все большую часть ответственности за то, что вы видите и слышите. На смену мерчендайзерам с их искусством пришли боты. И это же прекрасно, верно? Ведь теперь все точно соответствует нашим индивидуальным потребностям, да? Возможно. Но это зависит от того, как устроен конкретный алгоритм. Считайте, что домашние странички Netflix и Amazon – витрины этих компаний. Они могут выкладывать на них все что

угодно и будут исходить при этом как из своего представления о том, что должно вам понравиться, так и из того, что принесет им больше всего денег. Так что, если вы любите научно-фантастические фильмы, на виду окажутся те, которые увеличивают прибыль компании, а не те, которые больше понравились бы вам. А рекламные объявления в Google размещаются на платной основе. Поскольку об этом никто не распространяется, а сам сервис выглядит в ваших глазах бесплатным, вы естественным образом считаете это дополнительным плюсом. Вот в чем загвоздка: индивидуализация постепенно искажается ботами так, чтобы создавать компаниям условия для максимизации их прибылей, а вы продолжаете считать, что бесплатные сервисы работают на вас.

Эти тренды выглядят тревожно и в связи с растущей монополизацией в отрасли высоких технологий. На долю одной компании приходится 50 % всех покупок, совершаемых онлайн. Только у одной компании новостная лента пользуется бóльшим влиянием, чем *The New York Times*. И одна-единственная компания занимает 98 % мирового рынка поисковых систем. Количество стартапов сокращается. По мере взросления высокотехнологичной отрасли ее мощь относительно других отраслей стремительно нарастает. По своей рыночной капитализации пять крупнейших технологических компаний оставили далеко позади семь крупнейших банков.

Мы не только все охотнее позволяем искусственному интеллекту вторгаться в область наших личных решений. Другой потенциально неприятной проблемой может стать использование ИИ для создания помощников, или «существ». Мы все ближе и ближе к тому, чтобы вступать в отношения с роботами и ботами. С одной стороны, эти боты и роботы, среди которых пока наиболее известны Siri и Alexa, на редкость услужливы и всегда в вашем распоряжении. Со временем на основе полученных знаний о людях приложения можно будет научить играть на эмоциях и слабостях владельца. В ближайшие десять лет они превратятся из подобий раздражающего цифрового консьержа, который отвечает на ваши звонки в авиакомпанию, в домашних сиделок, сексуальных партнеров и самостоятельных шоферов. Отношения с ними будут выглядеть реальными, поскольку боты смогут учитывать особенности вашей личности и ваши прошлые реакции. Но боты не реальны. Это не подлинно разумные существа, а не более чем высокотехнологичные сладкоголосые сирены, манящие вас в свои сети при помощи скрытых коммерческих предложений. Они – неизбежный результат стремления к максимальной индивидуализации, и они способны усугублять



поляризацию общества, отвлекая людей на отношения, которые невозможно испортить.

### **Миллениалы адаптируются к машинам**

Представитель поколения миллениалов хватается за свой смартфон в среднем 237 раз в день. Не машины подстроились под миллениалов, а наоборот. Миллениалы адаптировались к машинам: они прикованы к ним и находятся в ожидании команд – что сделать, как одеться и что съесть.

Требования информационной эры и новая экономика полностью изменили нашу жизнь: сегодня две трети выпускников школ получают высшее образование, а средний возраст обзаведения первым ребенком за период с 1975 г. повысился на пять лет и сейчас равняется 32 годам. Неудивительно, что, получив эти дополнительные годы свободы, многие миллениалы забыли о религии и заполняют свою жизнь технологиями, ни к чему не обязывающим сексом и компаньонами, включая соседей по арендуемому жилью или домашних питомцев, к которым относятся как к детям.

С другой стороны возрастного диапазона мы видим плоды экономического бума и технологической революции: старшие поколения живут зажиточнее, чем когда-либо прежде, и все чаще доживают до 90 лет и более. Эти тренды порождают новые стили жизни и сообщества: от студентов, массово арендующих жилье в окрестностях университетов, до сторонников активного образа жизни старше 40 лет, создающих закрытые объединения. Те самые люди, которые сетовали по поводу сожительства во грехе молодежи, сегодня сами сожительствуют во грехе в общинах для пенсионеров, где самым завидным пожилым холостяком считается тот, кто продержался до 70.

Сегодняшняя жизнь растягивается, как мехи аккордеона, и все новые ее стороны открываются перед людьми – будь то молодые, бодрые двадцатилетние холостяки или умудренные опытом старики на пороге девятнадцатого столетия. Такое разнообразие возможностей в последние годы давало самую плодородную почву для неожиданных перемен и новых микротрендов, и так будет и впредь.

### ***ПОБЕДИТЕЛИ И ПРОИГРАВШИЕ***

Мы убедились в том, как сильно влияют микротренды на технологии, рекламу и образ жизни, и в том, что сегодня корпорации стремятся адаптировать свои продукты к микротренду из одного человека, то есть *лично к вам*. Помогая нам разобраться во всем этом, микротренды также

проливают свет и на базовые конфликты, которые ложатся в основу прорывных изменений наших дней. Эти конфликты не сводятся к тому, что люди переключаются с замороженного йогурта обратно на диетическое мороженое или начинают покупать больше собак. Когда противоположные друг другу микротренды сталкиваются, победителями и проигравшими могут оказаться фигуры национального или даже мирового масштаба.

Возьмем в качестве примера одну из самых простых из описанных в книге микротрендов: замещение углеводов в рационе белками. С одной стороны, это выглядит банальным и даже забавным. С другой – противостояние между скотоводами и земледельцами было одним из величайших сражений времен становления Запада, и оно продолжается до сих пор. Этот отдельно взятый микротренд затрагивает интересы держателей акций агропромышленных компаний с многомиллиардными оборотами; влияет на вопросы землепользования и борьбы с загрязнением окружающей среды на миллионах акров сельскохозяйственных угодий; воздействует на пищевые предпочтения миллионов людей, а значит, и на здоровье населения в долгосрочной перспективе. В последнем десятилетии некогда всемогущие производители пшеницы уступили животноводам и птицеводам.

Именно это смещение баланса сил от одной группы к другой отличает первые микротренды от нынешних. У ранних микротрендов математика была линейной – одна реакция противостояла другой, как прямые линии, пересекающиеся в определенной точке. Однако в квадратных уравнениях (где одна из величин возведена в квадрат) график часто пересекает прямую в двух различных точках. Так же и с сегодняшними микротрендами. Они намного значительнее по своим последствиям и часто тянут нас в разные стороны: они пересекаются с поведением человека не в одной, а в двух или более очень разных точках. А когда такое пересечение происходит, то появляются победители и проигравшие (в том числе и проигравшие в современных социальных медиа), что не проходит для общества даром.

### **Седина побеждает миллениалов**

Пока рекламщики убеждали вас в том, что миром правят миллениалы, избиратели поколения Кеннеди (те, кто голосовал за Джона Кеннеди в 1960 г.) вернули себе утраченные позиции и в культуре, и в политике, и на потребительском рынке, и в развлечениях. Как в США, так и в Великобритании старшие поколения взяли верх над молодыми, и это стало главной причиной разочарования и непокорности последних.

Нечто совершенно неожиданное происходило в период между

сексуальной революцией 1960-х и нашими днями в наиболее развитых странах: США, Великобритании, Италии, Японии и др. Чем больше люди зарабатывали, тем меньшим количеством детей обзаводились. Профессиональная жизнь мужчин и женщин стала куда более увлекательной, поскольку тяжелый и однообразный физический труд сменился созданием идей и переключением бумажек. Обзаводиться детьми стало не так интересно, как собаками и кошками. В результате поголовье домашних питомцев росло как на дрожжах на фоне резко упавших темпов прироста населения.

Затем по мере достижения поколением беби-бумеров пожилого возраста демографическая пирамида стала превращаться в квадрат, который постепенно снова превращался в пирамиду, но уже в перевернутую. В 1960 г. в США насчитывалось в два раза больше людей в возрасте от 18 до 29 лет, чем тех, кто старше 65. Сегодня численность этих групп населения примерно одинакова. Показатель среднего возраста пошел вверх, как и возраст тех, кому принадлежит политическая власть. На выборах последнего времени силу демонстрировала именно стареющая часть населения, а не миллениалы. Победу Дональда Трампа на выборах в США и решение в пользу Brexit на референдуме в Великобритании обусловила высокая явка избирателей старшего возраста.

Так, в 1964 г. люди старше 65 лет составляли примерно 9 % населения страны и в большинстве своем голосовали за Линдона Джонсона. В 2016 г. к возрастной группе «старше 65» относилось 15 % населения, и в ней было на 8 % больше тех, кто отдавал предпочтение Трампу. В то же время за океаном 61 % британских избирателей старше 65 проголосовал за Brexit, и лишь 39 % – за то, чтобы Великобритания оставалась в ЕС.

Два микротренда противоположной направленности столкнулись между собой, и в этом раунде молодежь проиграла. На фоне либеральных взглядов молодежи на социальные, иммиграционные и экономические проблемы старшие поколения становились более консервативными. И в Англии, и в Соединенных Штатах молодые в основном одобряли концепции большей глобализации и открытых границ, которых придерживались канцлер Германии Ангела Меркель и Европейский союз. Молодежь выступала за однополые браки и легализацию марихуаны и считала нынешнюю политическую систему рассадником неравенства и расизма. Сорок лет назад те, кому сегодня за 65, были молодыми и шли в авангарде антивоенного движения и сексуальной революции. Сегодня эти же избиратели недоумевают: «Почему они не могут быть таким же идеальными, какими в свое время были мы?» В большинстве своем они

считают, что современный мир по уши увяз в политкорректности и теряет веру, религиозные и семейные ценности.

Наблюдается еще одна интересная пара микротрендов внутри возрастной группы самих миллениалов. Ни одно поколение не извлекало для себя такой выгоды из богатства Америки, как миллениалы. И вместе с тем это поколение испытывает больший скепсис по отношению к капитализму и лучше относится к социализму, чем любое предшествующее.

На долю миллениалов не выпали войны с массовым призывом в армию. Технологии в диапазоне от ПК до интернета открывали перед ними новые направления развития карьеры. Да, возможно, вариантов работы на заводе для них уже не осталось, но зато были открыты пути к новым интересным профессиям: разработчиков, цифровых маркетологов, водителей Uber. Новые рабочие места создавались на всех уровнях экономики в диапазоне от работы с цифрами в хедж-фондах до управления электропогрузчиком на складах Amazon. Женщины добились огромных успехов в деле расширения своих прав и полномочий, а Америка получила первого чернокожего президента и переизбрала его на второй срок подавляющим большинством голосов.

Между тем непростое отношение миллениалов к капитализму обусловлено уникальностью их опыта. С одной стороны, они были свидетелями некоторых выдающихся достижений свободного предпринимательства – например, на их глазах недоучившиеся студенты становились миллиардерами, а телевизионные реалити-шоу вроде Shark Tank, восхваляющие культуру стартапов, приобретали огромную популярность. Однако они видели и самые темные стороны капитализма. Финансовый кризис 2008 г. и рекордное имущественное расслоение убедили многих миллениалов, что капитализм – это система, в которой жадность Уолл-стрит обездоливает простых людей, что также способствовало популярности фильмов вроде «Игры на понижение».

Пока миллениалы, адаптирующиеся к информационной эре, претерпевали эти культурные и политические сдвиги, старшее поколение с все большим беспокойством и даже раздражением наблюдало за тем, как взрослеют его отпрыски. С ростом влияния новых поколений росло и недовольство старших тем, что в их глазах выглядело отказом от вековых устоев общества: религии, брака, свободы предпринимательства, уважения к полиции, самостоятельного пути к успеху без помощи государства. Они считали, что политкорректность искусственно насаждается в колледжах для маскировки и даже оправдания того факта, что молодежь не принимает

их совершенно разумных представлений о правильном и неправильном. Таким образом, информационная эра наделила силой два очень разных поколения и создала микротренды, которые, пересекаясь и сталкиваясь между собой, спровоцировали борьбу за власть, способную растянуться на ближайшие 20 лет. В мире актуальных микротрендов старшим поколениям удалось одержать победу в некоторых важных политических моментах, но это отнюдь не означает, что для миллениалов все кончено.

### ***ПОДВИНЬТЕСЬ, ГОРОДСКИЕ, СЕЙЧАС СВОЮ СИЛУ ПОКАЖУТ ВЫМИРАЮЩИЕ СЕЛЯНЕ***

Так же, как и голос старших поколений, которые вчистую проигрывали молодым вплоть до 2016 г., голос сельских избирателей был практически неслышен – все деньги, ресурсы и таланты уходили в большие города. Несмотря на все обещания, широкополосный доступ в интернет так и не добрался до последних 20 % американского населения. Промышленность не восстановилась, и рабочие места на производстве продолжали сокращаться. Семейные фермы уступали индустриальным комплексам.

Цифры поражали. Люди в городах были всерьез озабочены перенаселенностью и дорожными пробками, а в это время малонаселенные местности пустели еще больше. За предыдущие 40 лет количество сельского населения сократилось вдвое, и в последние годы этот тренд сохранялся. Например, по данным экзитполов, доля сельских избирателей составляла в 2000 г. 23 %, а в 2012-м – уже только 14 % (хотя в 2016-м она немного увеличилась – до 17 %).

Война, объявленная углю в связи с глобальным потеплением, также имела серьезные политические последствия для людей в таких штатах, как Западная Вирджиния, которые стали еще беднее и даже подвергались прямым нападкам со стороны элит. Жителям Огайо и Мичигана казалось, что они остались за бортом экономического восстановления после кризиса 2008 г., и это вдобавок к многолетнему снижению занятости в сфере производства, в котором они винили соглашение НАФТА и прочие меры в области свободной торговли. На их взгляд, низкие цены в гипермаркетах Walmart стоили им рабочих мест и зарплат. У этих регионов были все основания для возмущения.

Сельские местности США по-прежнему имеют непропорционально высокое политическое значение по сравнению с населением в целом. Согласно конституции, каждому штату, вне зависимости от размера, положено иметь двух сенаторов. Мажоритарная система назначения президентских выборщиков и высокая концентрация сторонников

Демократической партии в штатах Нью-Йорк и Калифорния также ограничивают возможности роста для демократического большинства в этих штатах. Некоторые видят тут актуальную проблему нашей демократии, но такое распределение власти было предусмотрено именно для того, чтобы не допустить возможности доминирования отдельных, наиболее густонаселенных штатов.

В день президентских выборов 2016 г., когда начали поступать данные экзитполов, стало понятно, что сегодня на избирательные участки приходят три очень разные Америки. Двое из трех американских сельян проголосовали за Дональда Трампа, среди жителей пригородов голоса за каждого из двух кандидатов распределились примерно поровну, а среди горожан было вдвое больше тех, кто проголосовал за Клинтон. Однако в географическом разрезе Средний Запад и Юг высказались однозначно в пользу Трампа. И вновь судьбоносное значение имел демографический аспект. СМИ были настолько увлечены собственной кухней, что полностью упустили из виду происходящее в стране. А когда они наконец заметили противоположные тренды, было уже слишком поздно.

### **Высоколобые теории и политика здравого смысла**

Война между тем, что я называю высоколобыми теориями, и политикой здравого смысла – еще один конфликт, выросший из микротрендов последнего времени. Десятилетиями высоколобые подходы в политике побеждали. Эксперты считают, что многие сдвиги в политике, происходившие с 1990-х гг. и вплоть до наших дней, были обусловлены неочевидными и даже парадоксальными факторами.

Например, согласно классической теории экономики, свободная торговля может приводить к определенному уменьшению занятости, но в то же время стимулирует снижение цен и экономический рост. Однако, если посмотреть на ее реальный эффект, который ощутили на себе десятки миллионов простых американцев, становится очевидным, что мы просчитались в оценке последствий и должны либо пересмотреть условия этих соглашений, либо выйти из них.

В рамках высоколобой политики стратегия отказа от активных мер против стран-изгоев оправданна, поскольку позволяет снизить градус напряженности в данный момент, а что будет происходить в мире потом, никто не знает. В политике здравого смысла нельзя идти ни на какие послабления в отношениях со странами, которые провозглашают «Смерть Америке!» или испытывают межконтинентальные баллистические ракеты, заверяя при этом, что свернули свою ядерную программу.

Наука утверждает, что глобальное потепление не создаст нам проблем в ближайшие 50 лет, но мир погибнет, если немедленно не сосредоточить усилия всего человечества на сокращении выбросов углекислого газа в атмосферу. А с точки зрения здравого смысла шахтеры теряют работу прямо сейчас, и кто знает, на что станет способна наука спустя 50 лет?

Здравый смысл предполагает, что наличие в стране 11 млн низкоквалифицированных иммигрантов, готовых работать за гроши и без официального разрешения, понижает средний уровень заработной платы американцев. Но при этом лидеры профсоюзов почему-то перешли от протестов против либеральных иммиграционных правил к поддержке неограниченной иммиграции. И рядовым членам профсоюза это совершенно непонятно.

Раз за разом избиратели убеждались, что по многим проблемам существует совершенно необъяснимое для них согласие между ведущими республиканцами, профессурой и руководством университетов, профсоюзными лидерами и прогрессивными лидерами демократов. И произошел бунт: люди перестали соглашаться с научными теориями и пришли к выводу, что если окружающий мир в эти теории не вписывается, то и верить им больше нельзя. Простой здравый смысл взял верх над концепциями наших нобелевских лауреатов.

### **Позиции глобалистов подорвали националисты**

Похожая реакция отчетливо заметна в новом подъеме национализма в США. С момента окончания Второй мировой войны глобализация работала на Америку, и, как это ни парадоксально, американские интересы оставались в приоритете. План Маршалла по восстановлению Европы и Японии был американской идеей. В условиях холодной войны простая мысль о необходимости конкуренции на рынке была неотъемлемой частью усилий по удержанию этих стран в орбите США. С ООН все складывалось прекрасно при условии, что ею руководили Штаты. Президент Джон Кеннеди верил, что Америка с ее свободой предпринимательства, религиозным плюрализмом и демократией будет путеводной звездой для стран, стремящихся освободиться от авторитаризма. Люди убедятся в величии Америки и захотят последовать ее образцу. Президент Рейган наблюдал это воочию, когда Советский Союз рухнул сам по себе, без какого-либо военного конфликта.

Президенту Джорджу Бушу – младшему повезло не так же сильно. Попытавшись применить те же подходы на Ближнем Востоке, он убедился, что племенное мировоззрение, религия и местничество слишком сильны,

чтобы преобразовать страны региона в либеральные демократии, хотя попытки сделать это в Ираке продолжаются до сих пор. Буш усвоил, что наш, возможно, самый лучший государственный строй был порожден исторической ситуацией, чуждой народам и государствам некоторых регионов, и насаждать его силой оружия бесполезно.

Горячим сторонником глобализации был и президент Барак Обама. Но он не связывал ее с концепцией американской исключительности. Если Кеннеди и Буш рассматривали глобализацию как продвижение американских ценностей за пределы страны, то Обама, наоборот, считал, что США должны прислушаться к остальному миру и даже поступиться частью своего суверенитета. У него было очень масштабное видение вопроса, и терроризм, по его словам, не представлял собой «экзистенциальной угрозы».

В принципе, в глазах многих американцев и Буш, и Обама выглядели наивными. Жители США считали готовность Буша бесконечно вкладывать ресурсы в построение государств бессмысленной затеей, стоившей Америке триллионы долларов. С их же точки зрения, Обама рассуждал не менее глупо, сделав слишком большие экономические послабления для иранцев и китайцев.

Но те, кто в свое время голосовал за Кеннеди, никогда не забывали его наказ. Они видели в глобализации всего лишь еще один способ утверждения сильной Америки в качестве мирового лидера. Обама уступил часть этого лидерства, войдя в сделку с Ираном и в Парижское соглашение – по сути, многосторонние договоры, которые он подписал самостоятельно, не заручившись согласием конгресса. Спровоцированные Обамой перемены в понимании и воплощении принципов глобализма породили противоположный тренд – новый национализм, несогласный с такой политикой и его подходами в целом. Не будем забывать о возникновении подобных настроений в таких странах, как Великобритания и Франция, для формирования национального характера которых в XX веке много сделали великие лидеры Уинстон Черчилль и Шарль де Голль. Такое возрождение патриотического национализма было бы легче всего поднять на смех как нелепое копирование Адольфа Гитлера и Третьего рейха, однако это означало бы упустить из виду тот факт, что обе нации вышли из Второй мировой войны и с пониманием необходимости более тесных мировых связей, и с закаленным национальным самосознанием, не позволившем Гитлеру стереть их с лица земли. Именно такой национализм в ходу в наши дни: мощная ответная реакция на старательные попытки заместить собственную идентичность более общей идеей мирового



гражданства, в основе которого лежат свобода иммиграции и открытые границы. И это еще один мощный конфликт, который будет продолжаться на протяжении всего нынешнего века и породит множество противоборствующих микротрендов в лагерях обеих сторон.

### **Подъем старой экономики на фоне ограничений в новой**

Не успели мы размечтаться о том, как хорошо заживем с роботами и беспилотными автомобилями, как реальность поставила нас на место. На самом деле, похоже, дело идет к засилью все более и более дешевой рабочей силы, которой будут помогать довольно бестолковые роботы, и близко не оправдывающие поднятой вокруг них маркетинговой шумихи. Я все жду, когда появится робот, способный пропылесосить квартиру, пока я на работе, и при этом не засосать внутрь кошку или не застрять в углу. Но хорошо хотя бы то, что теперь я могу без проблем заказать себе лимузин, который подадут в течение четырех минут.

Многие из важнейших микротрендов последнего десятилетия связаны с постоянным развитием интернета и цифровой экономики. Мы живем в период расцвета информационной эры, и поиск ответов, для которого в моем детстве потребовалось бы засесть на несколько дней в библиотеке, сегодня отнимает не более пары секунд. Даже самые сложные научные и математические решения всегда под рукой в виде системы Wolfram Alpha. Я могу моментально связаться с любым своим другом практически в любом конце земного шара. Новости мы получаем круглосуточно. Ежедневно в Facebook размещается 4 млрд постов. Люди постоянно на связи, они как никогда прежде ощущают себя частью мирового сообщества, однако при этом зажаты, настороженны и напуганны.

При всех потрясающих успехах, которые стали возможными благодаря интернету, у него есть и темное подполье. Мошенничество в виртуальном мире развивается самыми бурными в истории темпами. На каждые пять интернет-аккаунтов приходится один фальшивый. Миллениалы знакомятся с новостями в ленте Facebook, и в то же время, по данным совместного опроса Центра изучения американской политики (CAPS) Гарвардского университета и Harris Poll 2017 г., 60 % из них не доверяют информации, полученной из интернета. Дезинформация способна превращать детей в террористов, мошенники продают поддельные лекарства, компании платят за просмотры рекламы ботами, и одни люди по-прежнему убеждают других отправлять деньги липовым нигерийским князькам.

Та же двусмысленность характерна и для экономики в целом. Детство сегодняшних молодых людей проходило в период технологического бума,

совпавшего с экономическим спадом. Они постоянно слышали, как их родители обсуждают экономические проблемы. Но наши дни – время наибольшего процветания в истории страны и мира. Последняя фраза может показаться удивительной, но никогда прежде такое количество людей по всему миру не относилось не просто к среднему классу, а к его верхушке. Многие статьи говорили о сокращении среднего класса, и формально так и было. Но в них игнорировался важный факт: трое из четырех бывших представителей среднего класса покидали эту категорию в связи с ростом, а не падением своих доходов.

Наличие противоборствующих трендов не дает поводов для особого оптимизма даже в условиях процветания. В нашем обществе налицо острый конфликт между старой и новой экономикой. Хотя полная или частичная цифровизация захватывает все большее число отраслей, страна избрала президентом представителя старой экономики, и этот президент, всю свою жизнь занимавшийся строительством физической инфраструктуры, видит свою главную задачу в восстановлении занятости на промышленных предприятиях Среднего Запада. Схожим образом обстоят дела и в Великобритании, где популистская революция, также в основном вызванная переносом производства за пределы страны, способствовала нарастающему неприятию иммиграции, свободной торговли и глобализации.

Несмотря на бурный рост и впечатляющий прогресс новой экономики, старая решительно восстанавливает свои позиции с требованием не отказываться от производства в развитых странах. И этот тренд со всей наглядностью проявился у избирательных урн.

### ***РЕЗУЛЬТАТЫ ВЫБОРОВ СКВОЗЬ ПРИЗМУ МИКРОТРЕНДОВ***

Результат выборов настолько шокировал американское экспертное сообщество, что представители элит и избиратели массово поверили, будто Дональд Трамп не победил бы без тайной помощи русских хакеров.

Наверное, Владимиру Путину срочно понадобилось немного подзаработать. Или некие русские блогеры каким-то образом получили тайное знание об американских выборах, которого нет у самих американцев, потративших на это собственные \$2,4 млрд. Я общаюсь с исключительно образованными людьми, обладателями нескольких ученых степеней, и они рассказывают мне, что Трампу помогали русские, а платили им деньгами, отмытыми через его компании. Спрашиваешь, на основе чего сделан такой вывод, и слышишь в ответ, что они «знают

точно». Нельзя исключать вероятность их правоты – в один прекрасный день что-то может и обнаружиться, – но обычно подобная убежденность все же основывается на фактах. Объясняется все просто: эти люди полностью исключали возможность победы Трампа на выборах, а учитывая, что на протяжении года в этом их убеждали эксперты высочайшей квалификации, не стоит удивляться такой неспособности увязать реальную действительность со своим представлением о ней.

Среди распространителей полуправды особенно выделяется группа «впечатлительных элит», отмеченная в числе важных микротрендов в 2007 г. За последние десять лет она достигла апогея своей траектории развития: проще говоря, наиболее образованная часть общества, то есть люди, на знания и опыт которых можно было рассчитывать в решении сложных вопросов, уже не заслуживает доверия. Теперь это стадо леммингов, бездумно поглощающих заголовки *The New York Times* и темы обсуждений на кабельном ТВ. Поразительно, но факт: человеком, который предсказал победу Трампа и наиболее точно спрогнозировал, как проголосует коллегия выборщиков, была Келлиэнн Конуэй. Когда она впервые высказала свою точку зрения в интервью, над ней открыто посмеялись, а в некоторые программы ее вообще не пускали, обвинив в распространении дезинформации. Но ее прогноз оказался вполне точным. А *The New York Times* ровно за неделю до выборов сообщала элитам, что шансы на победу Клинтон составляют 93 к 7, и это ошибочное утверждение было воспринято как непоколебимая истина.

СМИ, освещавшие предвыборную борьбу, почти не анализировали расклад в коллегии выборщиков. Ни одна живая душа не потрудились опубликовать ни подробного комментария по прогнозу явки в разрезе штатов в сопоставлении с данными общенациональных и местных опросов, ни объяснения, как можно интерпретировать примерное равенство кандидатов по данным национальных опросов, притом, что в Айове и Огайо с большим отрывом лидировал Трамп. Разумеется, ответ состоял в том, что дела Клинтон шли хорошо в крупных штатах, таких как Нью-Йорк, Калифорния и даже Техас, несколько хуже во Флориде и Северной Каролине и совсем плохо – по всему Среднему Западу, от Индианы до Пенсильвании. Хотя любой анализ, увязывающий воедино все эти элементы информации, показал бы как минимум большую вероятность победы Трампа даже при его проигрыше во всенародном голосовании, комментаторы твердили прямо обратное – что в коллегии выборщиков у Клинтон все под контролем.

Но итог выборов – это не только результаты голосования в том или ином штате. Это еще и микротренды, лежащие в их основе. Некоторые из них заставили Клинтон занять более прогрессивную позицию, чтобы соответствовать запросам своих избирателей-миллениалов. В то же время упоминавшиеся выше противоборствующие тренды заставили республиканцев выдвинуть кандидатом аутсайдера, а не кого-то из семнадцати претендентов более традиционного толка. Электоральная база республиканцев сдвинулась вправо, притом что нынешнее руководство партии больше тяготеет к центру.

В день выборов за Трампа проголосовало две трети сельских избирателей. Он победил в штатах, являющихся оплотом старой экономики, таких как Мичиган, Пенсильвания, Огайо, Висконсин, Айова и Индиана. Среди избирателей старше 65 лет поддержавших Трампа было на 8 % больше (процент мужчин среди них был еще выше). Хиллари Клинтон получила более 60 % голосов молодых избирателей. Как говорилось выше, старики восстановили свои позиции и оттеснили миллениалов, а сельские избиратели ослабили влияние городских. Основанная на здравом смысле повестка Трампа победила более детальную и прогрессивную политическую программу Клинтон. Неожиданный результат этих выборов вполне объясним, если рассматривать его в контексте меняющихся поведенческих установок и демографии. Можно понять также и неприятие этого результата, если учесть, что молодые прогрессивные городские избиратели утратили власть, которую непрерывно собирали в своих руках на протяжении почти двух десятилетий. В этом суть анализа базовых

трендов, меняющих мир сейчас: какого-то «единственного» объяснения не существует, есть лишь множество часто противоречивых, пересекающихся между собой трендов борьбы за власть. Это привело к труднодостижимому результату, который тем не менее становится понятным, если присмотреться внимательнее и учесть одновременное влияние разнонаправленных сил, действующих в глубинах нашего общества.

### ***ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ***

Десять лет, минувших с написания первых «Микротрендов», пролетели довольно быстро, но это был период значительных перемен. Их двойственность обусловила картину мира, способную привести в замешательство. Хотя у молодежи сейчас как никогда много времени на то, чтобы получить образование и пожить для себя, на самом деле общество сильно постарело. Капитализм создал совершенно новые отрасли и позволил людям добиваться экономического успеха через стартапы, и при этом банковский кризис заставил говорить о социализме. Приток новых жителей из сельских районов дал новый импульс развитию крупных городов, но те, кто остался в глубинке, все сильнее отдаляются от нового общества. Наши элиты становились еще могущественнее и все больше отрывались от реальности, с которой сталкивались в повседневной жизни рядовые избиратели, – до тех пор, пока трудящиеся не вернули свои позиции, проголосовав за политику здравого смысла. Элиты поддавали под все большее влияние говорящих голов из телевизора и проявляли все меньше интереса к тому, чтобы возглавить общественную дискуссию, что само по себе является симптомом усиления экономики Starbucks. По мере технологического прогресса и цифровизации все большего количества товаров и услуг люди делали выбор все реже и реже. Стремление к индивидуализации развело их по нишам, как в потребительском, так и в политическом плане. Этот тренд сохранится и будет развиваться, поскольку технологическая отрасль обещает новые потрясающие успехи в использовании больших данных и искусственного интеллекта. Те же данные, которые призваны помочь в создании лекарства от рака, могут сослужить службу новым группам виртуальных мошенников или диктаторам, стремящимся к еще более жесткому контролю над обществом и избавлению от несогласных.

Вихрь парадоксальных перемен затрагивает все без исключения части нашего общества. В то же время вдумчивый анализ позволяет разложить происходящие на наших глазах прорывы на составляющие: более очевидные и понятные изменения в соотношении сил конкурирующих

групп и программ, обусловленных изменениями в демографии, технологиях и ценностных установках.

Десятки новых микротрендов, о которых пойдет речь ниже, выросли из потока перемен последнего десятилетия. Это не полный их перечень, а срезы различных областей жизни, наиболее типичные из сотен или даже тысяч новых трендов, возникающих в современном обществе. Некоторые из микротрендов прогремят во всем мире; некоторые забавны и необычны; некоторые помогут вам понять, что произошло на последних выборах. Может показаться, что многие из них не имеют отношения друг к другу, однако связывающие их воедино нити существуют. Это похоже на то, что происходит при тектонических сдвигах – едва заметные вначале движения земной коры со временем разъединяют континенты и разносят их на многие тысячи миль.

В 2007 г. казалось, что мир идет к единству и спокойствию; сегодня кажется, что он на пороге катастрофы. Нам нужно не только понимать суть и влияние этих перемен, но и быть готовыми что-то сделать, чтобы устранить возникающие в обществе разломы. Так что учитывать эти микротренды необходимо, чтобы построить план действий, который заставит нарождающиеся общественные силы работать на благо, а не во вред нашей демократии, рынку и личным свободам.

# Раздел 1

## ЛЮБОВЬ И ОТНОШЕНИЯ

- 1. Мужья на вторых ролях*
- 2. Холост / не замужем*
- 3. Открытые браки*
- 4. Седящие холостяки*
- 5. Победа с третьей попытки*
- 6. И нашим и вашим*
- 7. Еще раз о браке по интернету*
- 8. Независимые супруги*

## 1. Мужья на вторых ролях

Традиционное представление о мужчине-добытчике перевернулось с ног на голову: на фоне растущих заработков огромного числа американских женщин множество молодых мужчин в этом отношении в лучшем случае топчутся на месте. Некоторые из талантливых карьеристок подыскивают себе не менее талантливых мужчин, но многие ищут нечто иное – супруга на вторых ролях. Это новая разновидность мужей, понимающих, что раз уж экономические рычаги не в их руках, то надо брать на себя больше обязанностей по дому и воспитанию детей – обязанностей, которые традиционно лежали на женщинах.

Женщины всегда обладали огромной властью в семье, но источником этой власти обычно не было образование, служебное положение и деньги. Теперь все чаще это именно так. Женщины стали образованнее, чем когда-либо прежде, – среди выпускников они составляют 60 %. Прогнозируется, что к 2023 г. выпускниц будет почти в два раза больше, чем выпускников. Можно уверенно предположить, что в наше время хватает женщин, которые смотрят на мир подобно мужчинам эпохи, отраженной в сериале «Безумцы», и не ждут от противоположного пола лишней амбициозности.

Исторически мужчины часто оказывались в тупике. Если дела шли плохо на работе, то не складывалось и дома. Очень многие мужчины не могли угнаться за меняющимися требованиями. Заводские профессии и физический труд уходили в прошлое, от работника требовалось все больше интеллектуальных усилий, навыков общения и усидчивости. И мужчины ломались. Они разбивались на машинах, устраивали пьяные выходки, перебирали с наркотиками и попадали в тюрьмы. Простым парням переход к информационной эре давался нелегко.

Теперь муж на вторых ролях может быть полным неудачником у себя на работе, оставаясь успешным в роли преданного и любящего супруга. Его жизнь не будут оценивать по уровню зарплаты или названию должности. Тренд «муж на вторых ролях» может оказаться настоящим спасением для мужчин: вступая в брак с новым пониманием своих обязанностей, они перестают испытывать постоянную тревогу по поводу успехов в карьере.

Количество браков, в которых мужья находятся на вторых ролях, растет и в Соединенных Штатах, и за их пределами. Работающие супруги все больше времени проводят на работе, но этот показатель увеличивается в



основном именно за счет женщин. В большинстве случаев жены, чей заработок становится главным источником дохода домохозяйства, относятся к числу наиболее образованных. Это очевидно связано с ростом образованности американок по сравнению с американцами, что, в свою очередь, ведет к сужению круга успешных мужчин, представляющих интерес как потенциальные партнеры.

Рост числа мужей на вторых ролях отчасти связан с изменениями во взглядах на работу и воспитание детей, которые чаще воспринимаются как одинаково важные обязанности обоих супругов. Спокойное отношение к тому, что женщина может работать и содержать семью, особенно распространено среди мужчин-миллениалов. По данным исследовательского центра Pew Research, количество неработающих отцов удвоилось – с 1,1 млн в 1989 г. до 2,2 млн в 2012-м. Свою роль в этом сыграл и рост безработицы, в том числе обусловленный спадом в экономике, но в то же время налицо и долгосрочный тренд: мужчины все чаще берут на себя уход за детьми. По данным того же исследования, доля неработающих отцов, называющих своей главной мотивацией воспитание детей, вырос с 5 до 21 %.

**Рис. 1.1. Распределение зарабатывающих женщин по уровню доходов семьи**



\* Процентиль, кратный 20%. Процентиль – термин из математической статистики; n-й процентиль – это такое значение наблюдаемой переменной, ниже которого располагается n% ее возможных значений. Отдельные слова существуют также для обозначения 50-го percentиля – «медиана», а также для percentилей со значениями, кратными 25%, – «квартили», – и 10% – «децили». – *Здесь и далее прим. ред.*

Мужья на вторых ролях стали появляться и в поп-культуре. В сериале «Секс в большом городе» Миранда – влиятельный адвокат, а ее муж Стив – бармен. В фильме «Стажер» героиня Энн Хэтуэй – успешная руководительница стартапа в области интернет-торговли, а ее муж не работает. Показанная картина, правда, далека от идеальной. В обоих случаях мужья изменяют, а жены винят себя и свой «трудоголизм». Можно ожидать, что с ростом числа мужей на вторых ролях этот стереотип будет изменяться.

В целом можно говорить о двух основных видах брака с мужем на

вторых ролях. Один – добровольный, когда супруги решают, что основной доход семье будет приносить жена, причем нередко это становится одним из базовых принципов отношений. Другой – вынужденный, обусловленный медицинскими проблемами или увольнением мужа. Как правило, пары, осознанно избравшие такой вариант, намного успешнее тех, которые прибегают к нему под давлением обстоятельств.

В 2014 г. журнал *Time* писал, что, по данным социологического опроса журнала *Money*, в семьях, где женщина зарабатывает наравне с мужчиной, было ничуть не меньше любви, а счастья даже немного больше, чем в обычных. Очень или в высшей степени удовлетворены своей жизнью были 83 % семей с мужьями на вторых ролях, тогда как во всех остальных этот показатель составил 77 %. Обнаружилось также, что в таких семьях хватает и романтики: 51 % опрошенных говорил об «отличных» или «страстных» отношениях, тогда как средний показатель по всем супружеским парам составил 43 %. В опубликованном в 2012 г. исследовании Американской социологической ассоциации говорилось, что «в браках с более равноправным распределением домашних обязанностей и мужья, и жены сообщали о большей интенсивности половой жизни». Это может свидетельствовать о том, что такие браки более выгодны обеим сторонам.

В браках, где муж оказывается на вторых ролях вынужденно, все обстоит далеко не так же хорошо. Активно искали работу 58 % респондентов из числа неработающих отцов и лишь 27 % неработающих матерей. Неясно, происходит ли так потому, что мужчины хотят больше зарабатывать, или им нужна работа, чтобы ощущать себя полноценными мужчинами. В упоминавшемся выше исследовании центра Pew Research говорилось, что 23 % таких отцов ищут работу, но не могут ее найти. Доля отцов, не работающих по болезни или инвалидности, составляет 35 %, что резко контрастирует с 11 % женщин, не работающих по тем же причинам.

Бирн и Барлинг (2017) указывают, что, когда жены зарабатывают больше мужей, это может приводить к «потере статуса», иначе говоря к «негативным чувствам из-за пониженного статуса мужа» со стороны жены, или даже к неудовлетворенности отношениями. Мужчины часто чувствуют себя подкаблучниками, если оказываются в таком союзе вынужденно. Ссылаясь на одну из статей Кейт Рэтлифф, Ласкомб (2013) указывает, что в такого рода парах может возникать соперничество и неприязнь. В статье говорилось, что даже в отсутствие соперничества «мужчины автоматически расценивают успех партнерши как собственную неудачу».

Бертран и др. (2013) установили, что опрошенные в целом неприязненно воспринимают ситуацию, когда жена зарабатывает больше

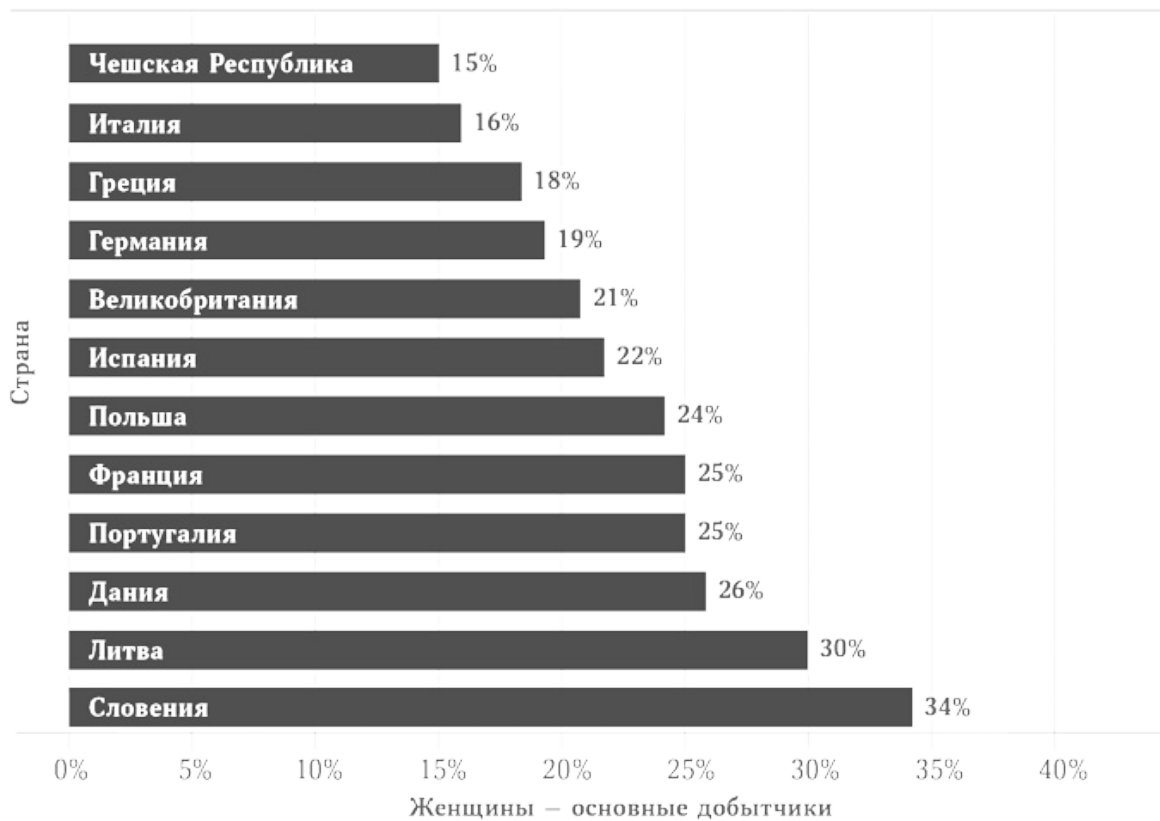
мужа. Эта «неприязнь влияет также на развитие брака, возможность жены зарабатывать собственным трудом, удовлетворенность браком, вероятность развода и распределение домашнего труда». Но это не останавливает женщин от получения дипломов о высшем образовании и научных степеней в рекордных количествах. Что касается браков со «смешанным уровнем образования», то налицо выраженный рост числа женщин с высшим образованием, «выходящих замуж за неровню». Количество таких браков возросло с 12,8 % от всех браков, заключенных в 2008 г., до 14,7 % в 2015-м. Другой тип смешанного брака, в котором уровень образования мужчины выше, чем у женщины, остается исключительно стабильным: его доля составляет примерно 8,6 %. Но за этот же период доля браков, заключенных обладателями университетских дипломов, повысилась с 19,9 до 24,5 %. Можно с уверенностью предположить, что это связано с общим ростом числа американцев с высшим образованием и особенно женщин.

Пар, в которых муж находится на вторых ролях, становится все больше и в остальном мире. Исследовав данные опроса, проводившегося в странах ЕС, Клесмент и Ван Бавел установили, что более высокий уровень образования женщин увеличивает ее шансы стать основным добытчиком. Из того же исследования: «В отличие от ситуации сорокалетней давности в наши дни работающая жена, скорее всего, делает брак более стабильным. Но если на ее долю приходится более 60 % общего дохода семьи, риск развода вновь возрастает».

В Великобритании женщина является основным добытчиком в 21 % гетеросексуальных семей. За период между 2006 и 2010 гг. доля таких семей в странах ЕС росла. Однако некоторые страны – Италия, Греция, Австрия и Германия, – где сильны патриархальные традиции, идут против общего тренда.

Рост числа женщин – основных добытчиков связан также с экономическими кризисами, когда многие из высокооплачиваемых мужчин теряют работу. В Греции и Испании, по которым экономический кризис 2008 г. ударил особенно больно, количество женщин-добытчиков возросло. Это был первый кризис, когда мужчины теряли работу чаще, чем женщины.

**Рис. 1.2. Доля женщин – основных добытчиков в некоторых странах Европейского союза**



*Источник: Мартин Клесмент и Ян Ван Бавел*

Поскольку в США и остальном мире женщины приобретают все большее влияние на экономику, многие из них могут просто избегать вступать в брак и обзаводиться детьми до тех пор, пока не образуется достаточно широкий выбор потенциальных мужей на вторые роли. Это уже происходит в Южной Корее и может приобрести значительно бóльшие масштабы в США. Японские брачные посредники знакомят мужчин с малоимущими женщинами, поскольку успешные и образованные женщины не хотят оставлять работу ради семьи. Несмотря на огромное количество мер по содействию домохозяйкам, поддержка мужей на вторых ролях обычно бывает откровенно слабой и зачастую представляет собой объект насмешек.

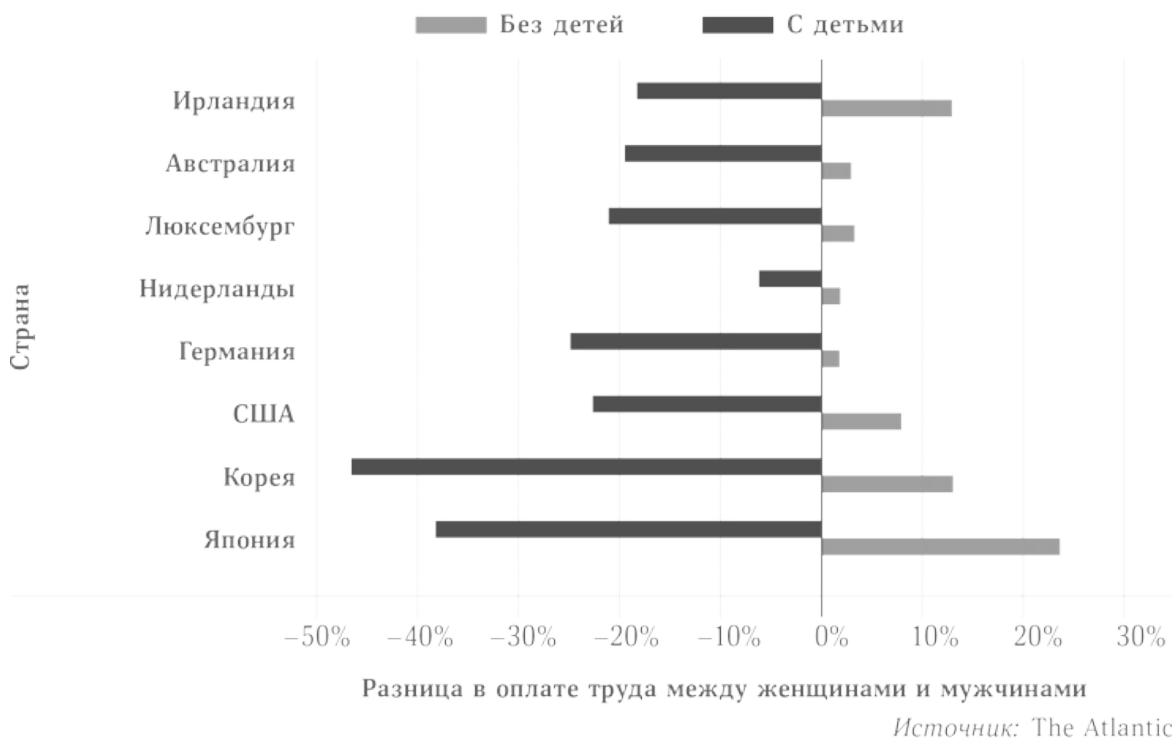
Переход мужей на вторые роли влияет и на такие экономические факторы, как образ жизни и потребительские привычки, и на управление денежными средствами. Вайссер и Рензулли (2014) указывают, что

женщины – основные добытчики предпочитают самостоятельно управлять своими деньгами и отличаются высокой финансовой грамотностью. Кроме того, чем больше зарабатывает жена, тем «значительнее ее вовлеченность во все аспекты семейных финансов, особенно в таких традиционно мужских областях, как инвестирование и пенсионные накопления». В будущем это может привести к появлению большого количества финансово неграмотных мужчин, нуждающихся в помощи в пожилом возрасте и плохо справляющихся с последствиями развода, потери работы или ухода на пенсию. Вполне возможно, что впервые появится значительное число мужчин, живущих на алименты, поскольку основной доход в семью приносили не они, а шансов получить работу у них почти нет.

Тренд мужей на вторых ролях заметен в Америке, но его последствия особенно серьезно проявляются в Южной Корее. Ма (2016) указывает, что южнокорейские женщины, зарабатывающие больше, хотят иметь меньше детей. Если раньше южнокорейские женщины были домохозяйками, а их главной задачей считалось рождение и воспитание детей, то теперь, заняв важное место на рынке труда, получив хорошее образование и заработок, они не склонны обзаводиться большим количеством детей. Как и в США, женщины в Южной Корее зарабатывают меньше, чем их коллеги-мужчины. Однако после обзаведения детьми разрыв между их заработками и заработками американских матерей значительно увеличивается. Американские матери зарабатывают приблизительно на 25 % меньше, чем американские отцы, а южнокорейские – почти на 50 % меньше своих мужей.

Кроме того, в Южной Корее отсутствуют такие прогрессивные практики, как, например, гибкий график, который мог бы позволить местным женщинам сочетать карьерный рост с воспитанием детей. Вплоть до 2001 г. в стране даже не существовало оплачиваемого отпуска по рождению ребенка с гарантированным сохранением рабочего места. В странах, где наиболее сильны традиционные представления о женщине как о домохозяйке, семьи с мужьями на вторых ролях менее благополучны. Все эти тренды говорят о том, что в скором будущем Южную Корею может постигнуть горькое разочарование.

Рис. 1.3. Процент гендерного различия в оплате труда родителей и бездетных



Главный секрет успеха для мужа на вторых ролях заключается в том, чтобы не позволять своему меньшему доходу становиться источником обиды и злости, а, напротив, использовать его как отправную точку на пути к большей взаимной удовлетворенности и тесному партнерству. Возможно, мужья на вторых ролях никогда не окажутся в большинстве. Однако, поскольку женщины становятся все более образованными и продвигаются все выше по карьерной лестнице, они будут все чаще оказываться женами на первых ролях, и им потребуется соответствующая инфраструктура: дошкольные детские учреждения, инвестиционные консультации и защита на случай развода. Иначе множество этих блестящих женщин просто откажется от брака и деторождения, что станет огромной потерей и для нынешнего человечества, и для будущих поколений.

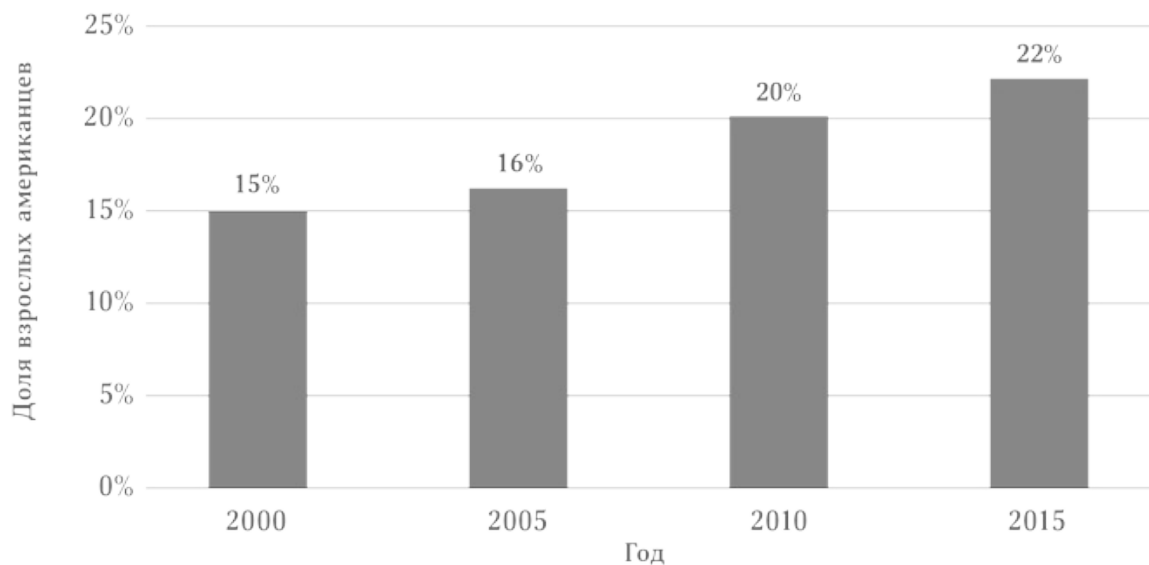
## **2. Холост / не замужем**

В знаменитом фильме «Эта прекрасная жизнь» Джимми Стюарт получает возможность выяснить, как сложилась бы жизнь его жены, если бы его никогда не было на свете. К своему ужасу, он узнает, что она была бы одинокой старой девой – библиотекарем. Это настолько душераздирающее зрелище, что движимый желанием спасти ее от ужасной участи Стюарт передумывает совершать самоубийство. Промотаем время вперед на несколько десятилетий, и окажется, что канонический образ старой девы с котами растаял; мало того, теперь к такой судьбе даже стремятся. Число никогда не состоявших в браке растет, равно как и влияние этой категории американского населения; анкетная запись «холост / не замужем» уже не воспринимается как признак жизненной неудачи и может даже означать принадлежность к новой успешной прослойке общества.

В наши дни американцев, связывающих себя брачными узами, становится меньше, и это заметно влияет на нашу жизнь. Количество не состоящих в браке американцев в возрасте от 35 лет стремительно растет, что сказывается на городской жизни, политике и даже на продажах зубной пасты в тубиках увеличенного размера в центрах мелкооптовой торговли Sam's Club.



**Рис. 2.1. Доля взрослых американцев, никогда не состоявших в браке**



Источник: данные опроса IPUMS

Среди американцев в возрасте старше 35 лет 13 % никогда не состояли в браке, причем за последние пять лет их стало на 45 % больше. Если рассматривать группу населения в возрасте от 36 до 45 лет, то окажется, что в ней никогда не состоявшие в браке составляют 22 %. Если только большая их часть не вступит в брак позже, можно ожидать, что эта категория будет расти ускоренными темпами и перевалит за 30 % взрослого населения. Обычное представление о семейной жизни с детьми канет в Лету. Мечта о загородном доме с оградой из белого штакетника уступит место некоему новому идеалу.

В авангарде этого наступления – отнюдь не жизнелюбивые холостяки, а женщины. Они предпочитают не выходить замуж, даже несмотря на то что такое решение резко понижает их шансы обзавестись детьми (хотя, возможно, мы увидим рост числа женщин, добровольно становящихся матерями-одиночками). Напротив, мужчинам, похоже, нравится жениться; неоднократно женился даже Хью Хефнер – создатель архетипа современного холостяка. Очевидно, что тенденция к росту числа холостых и незамужних коррелирует с ростом уровня образованности и финансовой независимости женщин в Америке и других странах. Резко возросло также число никогда не вступавших в брак среди чернокожих в возрасте старше 25 лет – с 9 % в 1960 до 36 % в 2012 г.

Незамужняя женщина, успешно делающая карьеру, не такой уж новый для Америки типаж. В популярной культуре он появился еще в полюбившемся зрителям комедийном телесериале «Шоу Мэри Тайлер Мур», героиней которого была незамужняя женщина, сделавшая успешную карьеру на новостном канале. На момент выхода в 1970 г. сериал выглядел новаторским: прежде успешная незамужняя женщина никогда не становилась главным действующим лицом телешоу. «Шоу Мэри Тайлер Мур» получило рекордные 29 «Эмми» и послужило предшественником сериала «Секс в большом городе», в центре внимания которого целеустремленные незамужние женщины, выбирающие себе мужчин по вкусу. Ключевую фразу в этом сериале произносит одна из героинь, Саманта Джонс. Расставаясь с бойфрендом, она говорит ему: «Я люблю тебя, но себя я люблю больше».

**Рис. 2.2. Причины, по которым холостые/незамужние не вступают в брак, 2014 г.**



Источник: Pew Research

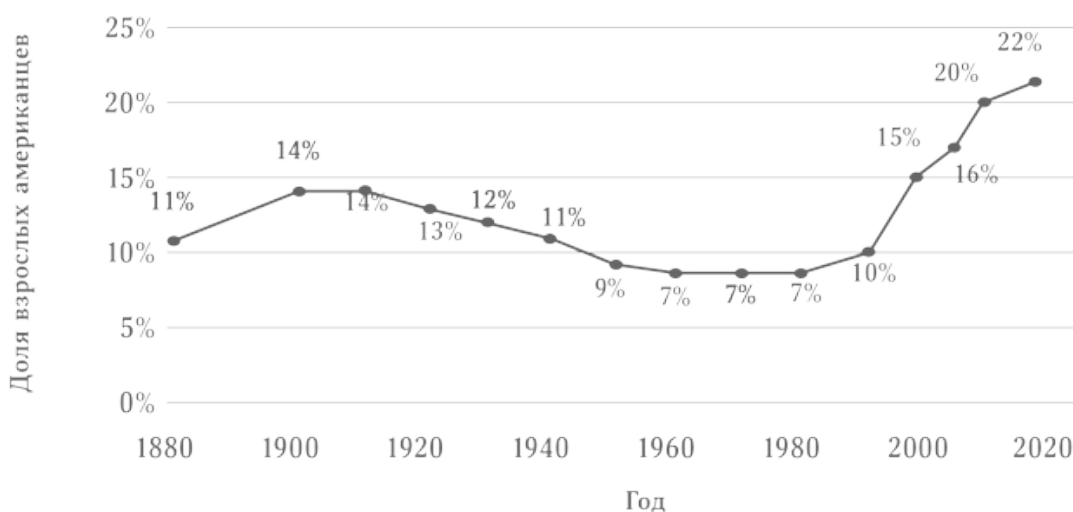
Тем не менее рост числа холостых и незамужних связан не только с добровольным выбором: согласно данным исследовательского центра Pew Research, 55 % мужчин и 50 % женщин хотели бы вступить в брак, что вдвое превышает количество тех, кто счастлив вне брака. Судя по всему, многим просто не выпадает удачная возможность в подходящее время.

Начиная с 1970-х гг. стало совершенно понятно, что типичное

американское домохозяйство уже никогда не будет прежним, а с 1990-х его изменения приобрели полномасштабный характер. Процент никогда не работавших мамочек-домохозяек пошел на убыль, а на смену им пришли работающие матери, берущие отпуск по рождению ребенка и, возможно, еще пару лет отпуска сразу после него. Но в то время это не выглядело явлением, подрывающим устои брака и семьи как таковых.

Работа стала привлекательнее и даже соблазнительнее. По мере того как образованность и личные качества становились все более важными факторами успешной работы, она приносила женщинам все большую удовлетворенность собой. В прошлом выбор в пользу сидения дома с детьми мог быть вполне оправданным по сравнению с монотонной низкоквалифицированной работой. Но кто предпочтет жизнь домохозяйки возможности путешествовать по всему миру, представляя крупную компанию? Чем лучше работа, тем больше ее обычно ценят. Добавим к этому доступность противозачаточных средств, возможность отложить замужество, увеличившиеся заработки, и станет понятно, почему баланс постепенно смещается в сторону незамужних женщин, особенно среди наиболее образованных и успешных из них.

**Рис. 2.3. Доля взрослых американцев в возрасте 36–45 лет, никогда не вступавших в брак, 1880–2015 гг.**



Источник: данные опроса IPUMS

Такое смещение вполне устраивает и большие, и малые компании. Им нравится брать на работу холостых и незамужних – меньше отгулов,

меньше расходов на медицинское страхование и меньше недовольства по поводу работы допоздна. А холостым/незамужним проще делать карьеру своей мечты без обузы в виде жены/мужа и детей. До сих пор холостые/незамужние положительно относились к перспективе работать больше, чтобы быстрее продвигаться по службе. Правда, они не всегда отдают себе отчет в том, что наличие детей дало бы им право на три месяца оплачиваемого отпуска при рождении ребенка и на отгулы в дни родительских собраний. Если тренд продолжит развиваться, вполне можно представить себе, что холостые/незамужние потребуют для себя трехмесячных оплачиваемых каникул каждые пять лет и, возможно, бонусы за сэкономленные расходы работодателя на медицинское страхование. Такие технологические компании, как, например, Facebook, даже оплачивают своим сотрудницам заморозку яйцеклеток, чтобы обеспечить их лояльность.

Таким образом, сочетание денег, свободы и доступа к благам современного мира, которое получают холостые и незамужние, приводит к взрывному росту этого микротренда. Всего примерно за десятилетие это явление превратилось из исключительного в повсеместное.

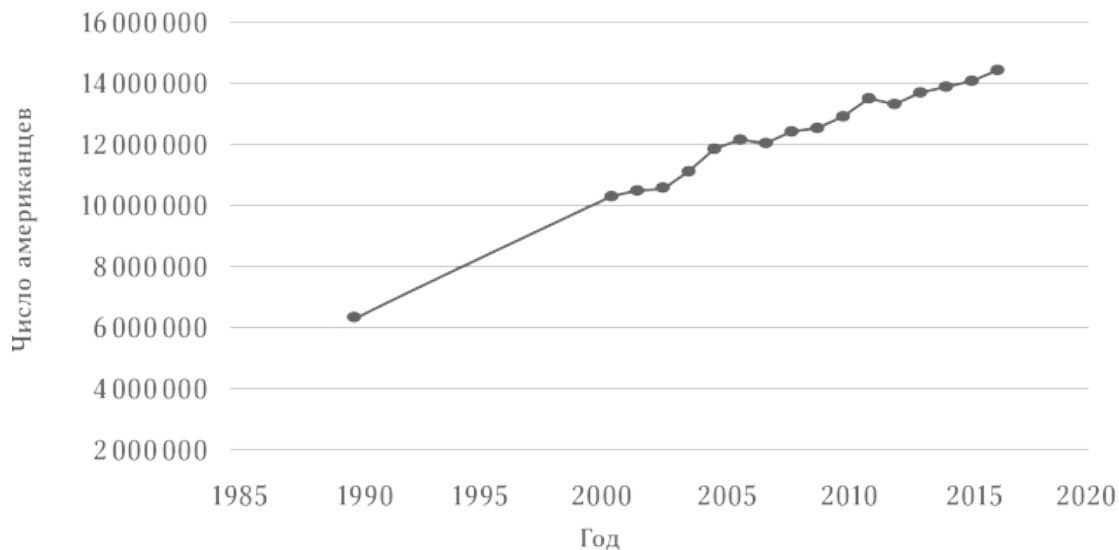
Справедливости ради стоит отметить, что многие из никогда не вступавших в брак состоят в долгосрочных отношениях, не оформляя их. Эти отношения могут длиться годами, а могут и десятилетиями. Совсем недавно одна пара, которую я считал супружеской, сообщила мне, что на самом деле живет раздельно, и я был поражен тем, как этим людям удается сохранять отношения и производить впечатление супругов, оставаясь независимыми.

В 1990 г. Бюро переписи населения США разрешило главам домохозяйств указывать в их составе своего неофициального партнера. В 1990 г. таких партнеров насчитывалось 3,3 млн, то есть в общей сложности в таких отношениях состояли 6,6 млн человек. Сегодня в незарегистрированном браке живут 14 млн человек, и ежегодно их число увеличивается еще на 250 000. Как гласил заголовок статьи Мэтта Иглесиаса в *Vox*, «Сожительство – новый брак, даже для родителей».

Подгруппу холостых/незамужних американцев составляют родители-одиночки, число которых также растет быстрыми темпами. Иглесиас отмечает: «За последнее десятилетие доля рождающих незамужних женщин резко возросла – с 21 % от общего количества в начале 1980-х до 43 % в период с 2009 по 2013 г.». Однако подобные связи менее стабильны по сравнению с браками и не подразумевают тех же прав и обязанностей. Женщины, выбирающие такой путь, убеждаются, что защищены хуже, чем

замужние, когда речь заходит об алиментах и содержании ребенка после разрыва отношений.

Рис. 2.4. Американцы в неформальных браках, 1990–2015 гг.



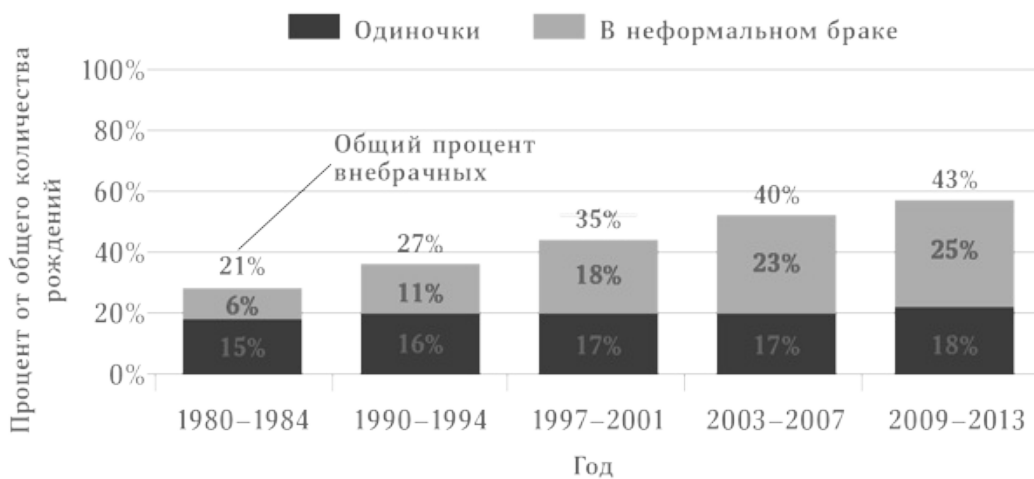
Источник: данные опроса IPUMS

В этом американки не одиноки. Например, в Южной Корее не состоят в браке четверо из десяти взрослых, а одиноким женщинам раздают учебные пособия по «Плану Б», объясняющие, как можно оставаться одинокой и чувствовать себя счастливой и уверенной в себе. За период с 1990 по 2010 г. число не состоящих в браке жителей Южной Кореи удвоилось. Но в азиатских странах, где нередко прерывают беременность, узнав, что должна родиться девочка, мужчины часто не вступают в брак вынужденно, из-за дефицита женщин.

Отношения мужчин и женщин изменяются даже на Ближнем Востоке, где, казалось бы, традиционные ценности остаются нерушимыми. По самым свежим данным Центрального статистического управления Саудовской Аравии, в этой стране с 33-миллионным населением не состоят в браке более 5,26 млн человек (3 млн мужчин и 2,26 млн женщин). Это озадачивающий тренд для страны, в большинстве семей которой принято выдавать дочерей замуж, едва те окончат школу. Но теперь, когда в процветающих странах этого региона женщины все чаще продолжают образование и получают больше возможностей сделать карьеру, молодежь откладывает вступление в брак до появления подходящего во всех

отношениях партнера.

**Рис. 2.5. Доля матерей-одиночек и матерей, состоящих в неформальном браке**



Источник: Уэнди Мэннинг, Сюзан Браун и Барт Стайкс

Рост числа не состоящих в браке создает множество новых экономических возможностей, одновременно разрушая другие. Он сослужил отличную службу агентам по недвижимости, занимающимся малогабаритными городскими квартирами, а также сайтам и агентствам знакомств для более взрослой аудитории. Холостяки/незамужние меньше готовят, чаще едят в ресторанах, больше пользуются личными услугами и чаще голосуют за демократов, особенно если речь идет о родителях-одиночках. Тем не менее при всех многочисленных преимуществах холостой жизни она может оказаться не столь прекрасной в старости, особенно в отсутствие детей и человека, поклявшегося быть рядом «в горе и в радости». По мере старения этой группы ее система поддержки, скорее всего, будет значительно меньше, чем у тех, у кого много детей и внуков.

Тренды иногда поворачивают вспять, и главный вопрос можно сформулировать так: насколько мы уверены в том, что для 20–30 % населения действительно лучше не вступать в брак, иметь меньше детей и жить в первую очередь для себя? В зависимости от ответа нам нужны либо меры поддержки для холостяков/незамужних на закате их жизни, либо более серьезное экономическое и общественное стимулирование семьи и брака. Держу пари, что мы станем свидетелями того, как этот тренд достигнет пика, следующее поколение постарается вернуться к браку, а

больше половины нынешних холостых/незамужних в конце концов создадут семьи. Браку суждено возвратиться.

### 3. Открытые браки

По сравнению с другими эта тема выглядит едва ли не табуированной, но американских пар, экспериментирующих с открытым браком, становится больше. Несколько лет назад ходили разговоры о том, что два синих деревянных шезлонга на лужайке перед домом означают, что живущая в нем пара практикует открытый брак. Возможно, это всего лишь городская легенда. Но синих шезлонгов на лужайках перед домами более чем хватает по всей Америке.

На фоне сокращающегося количества браков в них все чаще вступают люди, которые перекраивают саму суть этого института. Трудно не согласиться с тем, что брак Билла и Хиллари Клинтон был открытым хотя бы со стороны одного из партнеров. Слухи об этом ходили годами до тех пор, пока факт не стал очевидным. Однако не было ни малейшего сомнения в том, что супругов связывают прочные и искренние отношения. И если такой пример подавала первая пара страны, то что это значило для всех остальных?

Отношения, подразумевающие свободу выбора, получают все более широкое распространение, и было бы интересно понять, среди кого именно. В основном это вновь миллениалы и отдельные представители «поколения икс», которые привыкли к разнообразию связей за десять лет свободы и экспериментов между окончанием школы и достижением возраста 29 лет.

Типичную клиентуру среднестатистического психотерапевта, практикующего в пригороде, составляют семейные пары, обращающиеся именно по этому поводу. Все большее число американских супружеских пар впускают в свои отношения других партнеров, хотя нельзя назвать это повальным явлением. Иногда брак становится открытым по обоюдному согласию, а иногда – в силу обстоятельств, после измены одной из сторон.

Открытые браки наших дней сильно смахивают на то, чем десять лет назад были интернет-знакомства, – это широко распространенное явление, но не из тех, о которых рассказывают детям или родственникам. Свинг существует уже очень давно, но это совершенно другое. В основе открытых браков не столько секс, сколько любовь, а сторонние связи становятся в определенном смысле их значимой частью, которая может появляться и исчезать на орбите устойчивого ядра – семейной пары.

У каждого есть собственное представление о том, что значит



«открытый брак». В своей книге «Новая моногамия: Как переосмыслить отношения после измены» (The New Monogamy: Redefining Your Relationship After Infidelity) сексолог Тэмми Нелсон пишет: «Откровенно говоря, новая моногамия есть признание того факта, что для все большего числа пар брачные отношения – более растяжимое понятие с точки зрения связи с основным партнером, чем это подразумевала "старая моногамия". В рамках новых представлений о моногамии каждый партнер исходит из того, что другой останется его главной привязанностью, но это не исключает возможности разного рода внешних связей при условии, что они не угрожают главной».

Открытые браки крайне трудно отследить, поскольку далеко не все пары делают их достоянием общественности. Но целый ряд цифр позволяет говорить о том, что в открытых отношениях состоят от 1,7 до 9 % всех супружеских пар. Отказ от моногамии все еще выглядит предосудительным, и поэтому многие пары, живущие в открытом браке, остаются «социально моногамными», то есть поддерживают в своем социальном кругу видимость моногамии. Люди не признаются в том, чем занимаются.

Одно из мест, где можно убедиться в росте интереса к открытым бракам, – Google (там же можно обнаружить, что пользователи стали чаще использовать этот термин). В научной работе, опубликованной в *Journal of Sex Research*, говорилось, что результаты исследования нескольких сот тысяч анонимных поисковых запросов в Сети в период между 2006 и 2015 гг. «показывают значительный рост числа поисковых запросов, связанных с полиаморными и открытыми отношениями (но не со свингом)». Многие американцы хотят узнать об открытых браках побольше, вне зависимости от того, одобряют их или нет.

В опросе 2000 американцев, проведенном в 2016 г., 4 % респондентов признавались, что находятся в того или иного рода открытых отношениях. Это вообще-то достаточно большая цифра – 80 человек из выборки открыто признали наличие связи, не соответствующей традиционным представлениям. По всей вероятности, тех, кто думал или обсуждал такую возможность либо воспользовался ею, но не признался, еще больше. По данным другого исследования, более 20 % супружеских пар сообщали о немонагамном поведении по обоюдному согласию.

Похоже, что открытый брак является идеальным образом жизни для Голливуда: тамошние пары редко хранят верность друг другу. Возможно, они считают это более привлекательной идеей, чем бесконечная череда браков, которая стала привычным явлением даже для самых обаятельных и

солидных звезд, раз за разом встречающих нового супруга на съемочной площадке нового фильма. Для воспитания детей может быть полезнее, если они просто объявят свой брак открытым. В Голливуде реальная жизнь обычно вторит сценариям. Например, в сериале «Карточный домик» Фрэнк и Клэр Андервуд делают вид, что не обращают внимания на наличие у каждого множества сексуальных партнеров, включая обитателя Белого дома. А в глубине души они, кажется, бешено ревнуют.

Реальность повседневной супружеской жизни радикальным образом отличается от того, что показывают в кино, или от того, что происходит в актерской среде. В большинстве браков время от времени случаются какие-то неурядицы. Иногда это отдельные эпизоды, и жизнь продолжается своим чередом; но иногда это лишь часть целого клубка более серьезных проблем. В подобных ситуациях открытые браки могут служить своего рода временным облегчением, не являясь настоящим социальным экспериментом. Когда в одной очаровательной супружеской паре моих знакомых из Майами муж заикнулся об открытом браке, жена выставила его за дверь. Она считала, что открытый брак – это когда по свиданиям можно ходить только ей самой.

Ситуация с супружеской неверностью в Америке характеризуется мрачными цифрами: общенациональная статистика говорит о том, что она присутствует в 60 % (то есть более чем в половине) браков, и, судя по всему, этот показатель возрастает. По данным исследования Научного центра здоровья и поведенческих рисков Вашингтонского университета, за последние два десятилетия неверность среди молодых замужних женщин возросла на 20 %, а среди молодых женатых мужчин – на 45 %.

В недавней передовице журнала *The New York Times Magazine* говорилось о том, что открытый брак может делать супружеский союз более удачным. Сам факт, что этот вопрос стал темой номера столь популярного журнала, говорит о том, что им задается все большее число американцев. Статья получила широкий резонанс среди читателей и вызвала множество откликов в других СМИ (подкастах, обзорных статьях и т.п.). Выводы: открытые браки могут подходить одним и не подходить другим, но теперь мы не только больше готовы обсуждать это с партнером, мы также признаем факт существования женского либидо. Открытых браков хотят не только мужчины, но и женщины; как писалось в статье, «симптомом моногамии может быть пресловутое слабое женское либидо».

Несмотря на потенциально позитивный характер дискуссии об открытых браках, существенное социальное отторжение, связанное с

несоблюдением общепринятых норм супружеской жизни, по-прежнему налицо. По данным опроса компании YouGov, 61 % американцев считает идеальными полностью моногамные отношения, а 18 % считает, что отношения должны быть в основном моногамными. Полностью отрицали моногамные отношения лишь 7 % респондентов. Люди эволюционировали, и отношения между ними должны отражать этот факт. Известный секс-обозреватель и гей-икона Дэн Савадж считает, что открытый брак может быть похож на дверь, которая открывается и закрывается по мере прохождения парой этапов совместной жизни.

Разумеется, распространённости открытых браков поспособствовали и технологии. Раньше у занятой круглые сутки мамочки почти не было шансов обзавестись новыми ухажерами. Теперь для знакомства достаточно смартфона или планшета, и большая часть людей, живущих в открытом браке, обращается в первую очередь к соответствующим сайтам. Открытые браки могут также уравнивать шансы женщин, которым раньше приходилось мириться с донжуанством своих мужей.

В определенном смысле открытые браки порождают два типа связей: основную на всю жизнь и недолговечные побочные, преимущественно с холостяками и незамужними, которых стало намного больше. Такие связи могут быть хороши для тех, кто состоит в браке, но последствия тупиковых побочных связей для одиноких людей могут оказываться разрушительными и плохо влиять на их самооужание («Он меня любит, но ее он любит больше, сильнее и дольше»).

Возможно, что, подобно свингу, это явление впоследствии будет встречаться все реже и останется существовать в виде незначительного микротренда. Возможно, поэкспериментировав, многие пары сочтут, что с появлением первенца продолжать в этом направлении не имеет смысла. А может быть, мы станем свидетелем общего упадка брака как такового – многие откажутся от него, а остальные не будут придавать особого значения клятвам у алтаря. С другой стороны, более длительный период добрачного сожителства и независимость, характерная для современных брачных отношений, могут способствовать закреплению тренда к открытому браку. Все больше людей предпочитают отдельные спальни и живут собственной жизнью, пересекаясь с партнером на двадцать минут в день; наличие собственной сексуальной жизни является просто логическим продолжением такого тренда.

Лично я надеюсь, что это скорее мода, чем тренд и что вполне возможна обратная реакция, когда люди в большинстве своем станут прославлять ценности глубоких и преданных отношений. Мы уже

пережили пик разводов, и я считаю, что чем больше люди экспериментируют, тем больше им будет хотеться стабильности и уверенности долгосрочных отношений с единственным любовным партнером. Я надеюсь на появление противодействующего микротренда – «моногамов». Невзирая на все разговоры, наличие множества одновременных связей вряд ли способно излечить эмоциональную пустоту. С другой стороны, я могу и ошибаться, точно так же, как ошибался и десять лет назад.

## **4. Седеющие холостяки**

Вы наверняка знакомы с потоком телевизионных реалити-шоу, в которых привлекательные одинокие молодые люди и девушки соперничают между собой, стараясь обрести свою «половинку». Однако в центре новейшего тренда отнюдь не мужчина, образ которого автоматически возникает при мысли о «завидном холостяке».

Новейший, моднейший и самый востребованный холостяк – мужчина на седьмом, восьмом или даже девятом десятке, неженатый, часто разведенный и обретший вторую молодость в романтических отношениях на позднем этапе своей жизни. Возможно, он не был популярен в старших классах школы, но на финишной прямой жизни стал пользоваться большим спросом. К 64 годам на сотню незамужних женщин приходится всего 62 холостяка. Это период наибольших возможностей в жизни мужчины.

Сегодня средняя продолжительность жизни выше, чем когда-либо прежде: у американских женщин это 81 год, а у мужчин – 76 лет. С 1940-х гг. мужчины умирают раньше женщин. В результате на множество вдов и пожилых незамужних женщин приходится все меньше и меньше мужчин.

**Рис. 4.1. Возрастное распределение доли незамужних мужчин и женщин в населении США**



Источник: исследование Pew «Тренды общества»

Интернет-знакомства теперь не только для молодых, но и для тех, кто молод душой независимо от возраста. Сегодня у седеющих холостяков появилась возможность устраивать себе массу свиданий, притом что до появления интернета старость означала исключительно новости по телевизору, посещение спортивных соревнований по воскресеньям и теплое молоко в постель. По данным Национальной медицинской библиотеки учреждений здравоохранения США, по сравнению со своими сверстниками пожилые люди, которые ходят на свидания, «более социально адаптированы, с большей вероятностью имеют высшее образование и более состоятельны, отличаются более крепким здоровьем и сообщают о большей вовлеченности в жизнь общества».

В Америке наших дней огромная часть населения развелась или разъехалась со своими партнерами, поэтому седеющих холостяков действительно много. По данным Американской ассоциации пенсионеров, 45 % американских мужчин в возрасте старше 65 лет разведены, разъехались с супругой или овдовели. До 1970-х гг. разводы были редкостью, но рост их числа, начавшийся 45 лет назад, привел, помимо прочего, к распространению флирта среди пожилых.

Седеющий холостяк очень много занимается сексом, возможно, даже больше, чем его молодые «коллеги». Новые интрижки не остаются без

последствий. Во многом это связано с использованием виагры, сиалиса и других новых лекарств. Газета *The New York Times* писала, что, по данным ряда современных опросов, «более половины мужчин и 40 % женщин в возрасте старше 60 оставались сексуально активными».

У сидящих холостяков есть некоторые проблемы со здоровьем, и одна из них может показаться удивительной: это болезни, передающиеся половым путем. Понятно, что на седьмом или восьмом десятке о нежелательной беременности можно не беспокоиться, но отсутствие мер предосторожности при занятиях сексом приводит к скачку заболеваемости некоторыми ЗППП. Как сообщают центры контроля и профилактики заболеваний, для хламидиоза этот скачок составляет 52 %, для сифилиса – 65 %, а для гонореи – умопомрачительные 90 %. И все это среди людей старше 65 лет. Взросление беби-бумеров пришлось на время, когда до эпидемии СПИДа было еще далеко, а вопрос заболеваний, передающихся половым путем, еще не приобрел общенационального значения. В статье *The New York Times* под заголовком «Секс и одинокий пенсионер» говорилось, что «согласно данным Общенационального исследования сексуального здоровья и поведения 2010 г., среди университетской молодежи презервативы при половых контактах использовались в 40 % случаев, и лишь в 6 % – среди лиц в возрасте 61 года и старше. Исследование, опубликованное в журнале *Annals of Internal Medicine*, показало, что мужчины старшего возраста, принимающие виагру и аналогичные средства, пользуются презервативами в шесть раз реже, чем 20–30-летние».

**Рис. 4.2. Американские мужчины и женщины, которые значительно старше своих супругов, по уровню дохода на домохозяйство, %**

Доход на домохозяйство	МУЖЧИНЫ		ЖЕНЩИНЫ	
	10 и более лет разницы	20 и более лет разницы	10 и более лет разницы	20 и более лет разницы
<20 000	10,2%	2,6%	3,7%	0,6%
20–50 000	7,8%	1,7%	2,3%	0,4%
50–100 000	7,7%	1,2%	2,0%	0,3%
100–200 000	8,9%	1,2%	1,2%	<0,1%
200 000+	10,3%	2,2%	0,5%	<0,1%

*Источник: Институт Остина*

Районы, населенные преимущественно состоятельными пенсионерами и обычно расположенные неподалеку от полей для гольфа, сегодня представляют собой нечто среднее между загородным клубом и студенческой общагой. Один хорошо знакомый мне седеющий холостяк рассказывал, что не прошло и часа, после того как, расставшись с подружкой, он сменил статус в интернет-сервисе знакомств, а его прежняя пассия уже предложила ему возобновить отношения. Возвращение седеющего холостяка на рынок – важная новость, и современные сайты знакомств позволяют ей распространиться моментально.

Однако в число новых возможностей не входит верность. Седеющий холостяк, кроме всего прочего, охотно изменяет своей подружке или супруге. Статья, опубликованная в 2008 г. в британской газете *Telegraph*, гласит: «По данным одного из опросов, сегодняшние пожилые мужчины и женщины – многие из которых выросли в эпоху "свингующих шестидесятых" – более склонны изменять и менее склонны сожалеть об этом, чем пары в возрасте 20–30 лет. Пожилые также более конкретны в определении неверности, чем младшее поколение: подавляющее большинство опрошенных в возрасте старше 55 говорило о том, что целоваться с кем-то, кто не является постоянным партнером, – не измена».

Выбор у седеющего холостяка богаче еще и потому, что чем старше становятся мужчины, тем шире рассматриваемый ими возрастной диапазон потенциальных партнерш, особенно если это мужчины при деньгах. Встретиться с женщиной на три десятка лет младше считается совершенно

нормальным, но вот обратный вариант – по-прежнему табу. Женщины в поисках партнера обычно придерживаются диапазона плюс-минус пять лет относительно собственного возраста. Мужчины, напротив, опускают планку «минимально допустимого возраста» все ниже и ниже.

Седеющие холостяки с годовым доходом более \$200 000 женятся на женщинах на десяток лет моложе себя. Недавний опрос показал, что 10,3 % женившихся из этой возрастной группы находили супругу более чем на десять лет моложе. Ну а президент Трамп в свои 71 женат третьим браком на Мелании, которой 47, – то есть их разница в возрасте составляет 24 года.

По данным исследования, опубликованного в журнале *Archives of Sexual Behavior* за март 2017 г., сексуальная активность снизилась во всех возрастных группах, за исключением американцев старше 70 лет. «По самым свежим данным, полученным для исследования, которое ведется начиная с 1972 г., миллениалы и "поколение икс" показали снижение ежегодного количества занятий сексом по сравнению с предыдущими периодами. Но беби-бумеры и их родители занимаются сексом чаще, чем аналогичные возрастные группы в прошлом». А по данным Национального совета по проблемам старения, их секс еще и лучше. Комиссия докладывала, что пожилые больше довольны своей сексуальной жизнью, чем люди среднего возраста.

Так что если вы думаете, будто для вас все закончилось, то на самом деле в современном мире вы, возможно, вступаете в лучший период своей жизни. Вам, пожалуй, потребуются кое-какие обновки, машина получше, какой-нибудь классный лосьон после бритья и инструктор по соблазнению, который поможет освоиться. Потребуется убрать в квартире или вызвать уборщиков – в грязную квартиру с разбросанными коробочками из-под китайской еды никто не захочет прийти в гости. А может быть, вы вообще решите свалить из этого кооператива куда-нибудь в теплые края, как поступает все большее число пожилых людей.



**Рис. 4.3. Пять стран с наибольшей долей людей старше 65 лет в общем составе населения**

МЕСТО	СТРАНА	ПРОЦЕНТНАЯ ДОЛЯ НАСЕЛЕНИЯ В ВОЗРАСТЕ СТАРШЕ 65 ЛЕТ
1	Япония	26,3%
2	Италия	22,4%
3	Греция	21,4%
4	Германия	21,2%
5	Португалия	20,8%

*Источник: World Atlas*

Массовая культура обращает внимание на эти перемены в седеющих холостяках и на то, что пожилые американцы развлекаются по полной программе, а не просто просиживают целыми днями в креслах-качалках. Кроме того, пожилые выводят на новый уровень туризм. Растет не только популярность туров для бабушек и дедушек с внуками, но и круизов и туров для пожилых одиночек. Некоторые из них, например Silversea Cruises, предлагают своим клиентам старше 55 эксклюзивные программы «любовных приключений на волнах».

Кстати, раз уж заговорили о море. По ту сторону океана европейцы тоже ценят преимущества старости, что способствует процветанию европейской «экономики для поседевших». Если раньше старшие члены семьи обычно жили у родственников, то недавние исследования показали, что все большее число пенсионеров, в первую очередь мужчин, предпочитают жить отдельно. А в Дании новейшей модой стали самостоятельные общины пенсионеров, где зачастую селится больше женщин, чем мужчин.

Однако есть страна, где все наоборот, – Китай. Лучшее, что может сделать стареющий китайский холостяк, – переехать жить в Штаты. По данным статистического бюро провинции Фуцзянь, численность холостых мужчин в Китае может в ближайшие пять лет превысить численность всего населения Австралии, и очень скоро стареющие холостяки будут полностью доминировать на рынке знакомств. Это результат политики «одного ребенка на семью», предпочтительно мальчика, которую проводила коммунистическая партия. Даже после ее отмены китайцы, похоже, по-прежнему производят на свет больше мальчиков, чем девочек.

По прогнозу статистического бюро провинции Фуцзянь, к 2020 г. на каждые 100 новорожденных девочек будет приходиться 119 новорожденных мальчиков. Этим потенциальным холостякам явно ждут проблемы, и, возможно, им даже пригодится глава, где рассказывается о ботах с привилегиями.

Если сейчас в телесериале «Американская семейка» уже присутствует пожилой разведенный мужчина с молодой женой, то в ближайшие годы создателям придется ввести в состав персонажей старого холостяка, у которого в каждой серии будет новая подружка. Этот тренд характерен не только для США – посмотрите на стареющее население Японии, Германии, Италии и Греции. И во всем мире он создает одинаковые проблемы, не считая стран, где развод – редкость.

Седеющий холостяк с нами надолго. И если ваша мама живет с вами, проверьте, есть ли у нее профайл на match.com, и не удивляйтесь, когда заезжают или заходят за ней, а не за вашей дочерью. Вполне возможно, что человек прибудет к вашим дверям не на «мустанге» с откидным верхом, а на гольф-мобиле, с красивым букетом алых роз. Такая вот теперь новая жизнь у стареющих холостяков.

## **5. Победа с третьей попытки**

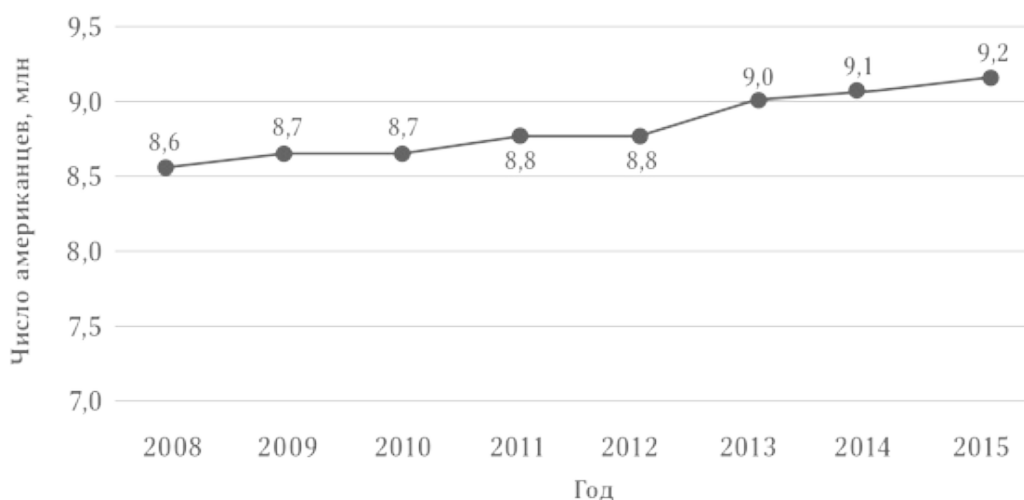
В моем детстве по телевизору часто показывали рекламный ролик чипсов Lay's: американцы изо всех сил стараются ограничиться одним ломтиком, но искушение оказывается сильнее их. В те времена брак был важнейшей формой взаимоотношений, в которую вступали лишь единожды или, в крайнем случае, дважды, в случае развода по обоюдному согласию. Но сегодня все большее число американцев полагается в большей степени на удачу, чем на опыт, и отправляется к алтарю в третий раз.

Раньше многократные браки были уделом знаменитостей и эксцентриков. Теперь отправляться к алтарю вновь и вновь, чтобы обрести свою истинную любовь (или самый подходящий вариант на ближайшее десятилетие), стало обыденным делом – 9 млн человек вступали в брак три и более раз. Этот тренд влияет на бизнес брачных посредников и организаторов церемоний, культурные традиции, институт семьи... и делает поведение порхающих от супруга к супругу знаменитостей заурядным явлением.

В среднем затраты на свадьбу в США составляют \$26 720. Но первый

же поиск в Google выдает сообщение о том, что развод может обойтись всего «в \$89! В три простых этапа. Гарантия 100 %». Однако даже самый дешевый развод способен привести к огромным эмоциональным и социальным потерям самих разводящихся и их родственников, детей и друзей, которые оказываются меж двух огней. Количество разводов в Америке достигло пика в 1980-х гг., с тех пор не возрастало и даже пошло на убыль. Итак, надо ли считать готовность к третьей попытке позитивным трендом (основанным на стремлении к глубокому и прочному союзу), или брак просто стал чем-то вроде грязной пеленки, которую проще выкинуть, чем отстирать? Семей становится меньше, но количество браков из года в год остается стабильным – люди пробуют снова и снова.

Рис. 5.1. Число американцев, состоящих в третьем или более браке



Источник: данные исследования IPUMS «Американское сообщество»

За период с 2008 по 2015 г. число серийных брачующихся подскочило с 8,6 до 9,2 млн. Проще говоря, в наши дни примерно каждый девятнадцатый из состоящих в браке состоит в нем третий раз. Численность американцев, побывавших в браке три и более раз, ежегодно возрастает примерно на 100 000 человек. Пика этот показатель достиг в 2013 г., когда составил 200 000 человек. Возможно, это было неслучайно, потому что именно в том году Бюро переписи населения США стало учитывать в данных своих обследований однополые браки.

До 1970-х гг. разводы случались редко. С 1940 по 1970 г. расторгались всего лишь 1 % браков. Возможно, многие люди и хотели бы развестись,

но изменения в законодательстве, упрощающие эту процедуру и делающие ее более справедливой, правительство ввело только в 1970-х. До 1970 г., чтобы подать на развод, одному из супругов было необходимо представить доказательства «вины» другого – измены, злонамеренного оставления, жестокого обращения, алкоголизма и т.п. И даже после этого раздельно живущим супругам приходилось долго ждать окончательного оформления развода. Как саркастически заметила в 1987 г. Жа Жа Габор, «лучшие друзья девушек – не бриллианты, а адвокаты по бракоразводным делам». Когда женщины вышли на рынок труда и обрели финансовую независимость, многие из них решили, что пора стать независимыми и от первого мужа.

Урон святыне брака нанесли и постоянные разводы и новые браки, ставшие привычным атрибутом жизни богатых и знаменитых. Многие американские актеры и рок-звезды склонны регулярно менять имидж и начинать новую жизнь, что почти автоматически влечет за собой появление все новых и новых супругов. Разводы самых заметных персонажей не могут не влиять на отношение американцев к браку. Среди знаменитостей, состоявших в браке больше трех раз, можно назвать Кейт Уинслетт, Тома Круза, Ким Кардашьян, Дженнифер Лопес и Николаса Кейджа. Глядя на звезд первой величины, люди думают: «Если уж даже такие гламурные браки распадаются, то почему должен сохраниться мой, самый что ни есть заурядный?»

Времена бурных перемен в отношениях затронули и наших президентов. Рональд Рейган стал первым президентом, переехавшим в Белый дом со второй женой. Дональд Трамп стал первым, кто переехал туда с третьей. Как ни странно, президент Трамп пользуется при этом рекордно высокой поддержкой среди евангельских христиан.

**Рис. 5.2. Количество браков у ныне состоящих в браке американцев, 2015 г.**

СРЕДИ АМЕРИКАНЦЕВ, СОСТОЯЩИХ В:	ИХ СУПРУГ/СУПРУГА СОСТОИТ В:		
	первом браке	втором браке	третьем браке
первом браке	88%	10%	2%
втором браке	42%	46%	12%
третьем браке	24%	46%	29%

*Источник: данные IPUMS American Community Survey*

Третий брак случается обычно примерно в пятидесятилетнем возрасте. Обычно разводы происходят на какой-то из трех разных стадий: в самом начале, когда появляются сомнения, не был ли брак ошибкой; после семи–десяти лет супружеской жизни, когда дети и домашние обязанности становятся обременительными, и на стадии опустевшего гнезда, когда дети разъехались и оставаться вместе ради них нет необходимости. Обычно третью попытку предпринимают люди, прошедшие через какие-то две из этих стадий.

Неудивительно, что в третьем браке предпочтение отдается партнерам, также прошедшим через развод, и на фоне связанных с этим дополнительных сложностей бледнеют даже сюжеты сериала «Семейка Брейди». Чтобы разобраться, кто из чьих детей к кому из родителей придет на Рождество, может понадобиться специальное компьютерное приложение. Последний опрос Бюро переписи населения, проводившийся в 2015 г., показал, что в парах, где для одного партнера это третий (или более) брак, второй обычно тоже был разведен.

Давайте представим себе типичного пятидесятилетнего человека, дважды состоявшего в браке и подумывающего о третьем. Допустим, что он рассматривает потенциальных партнеров в возрасте от 40 до 60 лет. Среди холостых и незамужних (включая разведенных и овдовевших) в этом возрастном диапазоне менее 20 % ранее состояли в браке дважды или более. Большинство (44 %) не состояли в браке никогда.

И тем не менее всего 18 % из таких пятидесятилетних ведут к алтарю кого-то, кто никогда не был в браке прежде. Наоборот, супругами тех, для кого этот брак третий, чаще всего становятся те, для кого это вторая (45 %) или третья и более (37 %) попытка. Похоже, что более подходящим партнером для третьего брака выглядит человек с аналогичным опытом.

Американцев, сочетавшихся браком ровно дважды, насчитывается 33 млн. Из них по-прежнему состоят в браке 22 млн, а 2,9 млн овдовели. Примерно 8,5 млн развелись или снова разъехались. Другими словами, около 26 % вторых браков окончились неудачей.

Но, может быть, бог троицу любит? Из 9,2 млн предпринявших третью попытку 5,6 млн остаются в браке, а 830 000 овдовели. Примерно 2,7 млн разведены или разошлись, то есть доля неудачных третьих браков составляет 30 %. Так что вероятность того, что брак закончится неудачей, у вступающих в него в третий раз немного выше по сравнению с теми, кто делает это впервые. Однако разница не слишком велика и не означает, что надо отказаться от поиска идеального варианта. Скорее всего, можно

просто сделать вывод, что третий брак требует таких же усилий и способности к компромиссу, как первый или второй.

Третий брак не столь сильно влияет на детей и в большей степени ориентирован на обретение покоя и комфорта в старости: людям хочется, чтобы рядом был человек, на которого можно рассчитывать. Но напряженные ситуации в отношениях все равно порой возникают – например, если взрослые дети неприязненно относятся к новому члену семьи, с которым не состоят в биологическом родстве.

Рост числа третьих браков может означать, что с институтом брака не все в порядке, но зато бизнес на свадьбах процветает – сегодня его годовой оборот достигает \$70 млрд. Наряду с бумом интернет-сервисов регистрации брака и торговли свадебными товарами (в которой лидируют Williams Sonoma, Pottery Barn и Target) появляются десятки свадебных стартапов вроде WeddingWire и Lover.ly, а перспективы для новых приложений кажутся безграничными. Брак, даже третий, остается важной жизненной вехой, и люди обычно подробно освещают это событие в соцсетях. Что может привлечь больше внимания или заработать больше лайков, чем пост о помолвке в Instagram? Или фото подаренного кольца в Facebook? Или видео прохода к алтарю в окружении вытирающих слезы растроганных друзей?

Хотя третья по счету свадьба – не гарантия счастливого брака, она все равно будет радостным и волнующим событием для родственников и друзей, за которым обязательно последует замечательный медовый месяц. Два медовых месяца в жизни давно никого не удивляют, а миллионы людей уже на пути к третьему. Можно ожидать, что с приближением средней продолжительности жизни к 90 и 100 годам все большее количество людей станет обзаводиться вторыми и третьими супругами – не одновременно, конечно же.

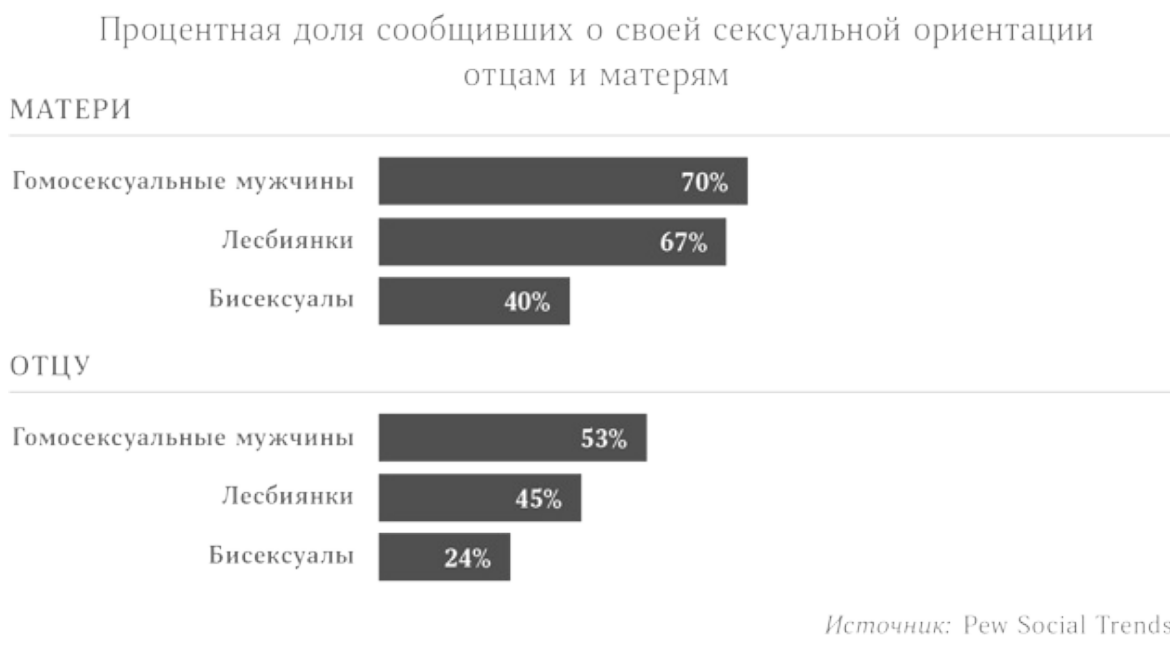
## **6. И нашим и вашим**

На протяжении последнего десятилетия отношение американского общества к ЛГБТ становилось все более терпимым. Кульминацией этого процесса стала легализация однополых браков, за которую высказалось большинство членов Верховного суда и граждан, принимавших участие в опросах общественного мнения на эту тему. Сегодня в центре внимания находится вопрос справедливого отношения к трансгендерам. Однако любопытно вот что: необычно мало внимания по-прежнему уделяется

самой многочисленной части ЛГБТ-сообщества – той, что обозначена буквой «Б». Это *бисексуалы*, о которых почти не говорят, даже несмотря на то, что их процент среди молодых женщин достигает двузначных чисел.

Куда дальше в открытом признании бисексуальности продвинулся Голливуд, а во главе этого движения такие звезды, как Анджелина Джоли, Дрю Бэрримор, Энн Хеч, Кристен Стюарт, Энди Дик и Анна Пэкуин. Однако, как говорит актриса сериала «Секс в большом городе» и открытая бисексуалка Синтия Никсон, «[в Голливуде] никто не любит бисексуалов. Нас не уважают». Возможно, поэтому бисексуалы, по статистике, менее склонны признаваться в своей ориентации, чем американские геи.

**Рис. 6.1. ЛГБТ-американцы, признавшие своим родителям**



Бисексуалы не спешат сообщать о своих истинных наклонностях, даже несмотря на то, что лишь очень немногие из них отмечают дискриминацию в связи с сексуальной ориентацией, а бисексуальность как таковую вряд ли можно считать чем-то новым. Это достаточно распространенное явление не только среди людей, но и в природе: оно встречается у змей, дельфинов, бабочек и лягушек.

Исследования показывают, что по сравнению с остальным ЛГБТ-сообществом бисексуалы считают ориентацию не столь важной составляющей своей личности. Так, один из опросов исследовательского

центра Pew Research показал, что 70 % геев и 65 % лесбиянок готовы открыться своим матерям, а 53 и 45 % соответственно – отцам. В то же время лишь 40 % бисексуальных американцев рассказали об этом своим матерям, а отцам – менее четверти, то есть 24 %. Каминг-аут – непростое дело в принципе, и если к гомосексуализму люди стали относиться с определенным пониманием, то к бисексуальности по-прежнему есть множество вопросов, что может влиять на готовность признаться в ней своим родным.

Хотя голливудским звездам, как правило, каминг-аут дается довольно легко, в американской массовой культуре бисексуальность представлена все еще недостаточно. Можно сказать, что бисексуальность пока не совершила такого же культурного прорыва, как гомосексуальность после фильма «Горбатая гора». В докладе организации GLAAD («Альянс лесбиянок и геев против диффамации») о представленности ЛГБТ на телевидении говорится, что, хотя бисексуальные персонажи и стали появляться в сериалах чаще, многие из них являются носителями опасных стереотипов вроде неуправляемости или неуравновешенности.

Исследователь Макки Фридман указывает: «Бисексуальные мужчины и женщины сталкиваются с предрассудками, предубежденностью и дискриминацией как со стороны гетеросексуалов, так и со стороны гомосексуалов обоюбого пола». Далее он пишет, что «это может становиться причиной чувства отчужденности и маргинальности, которые, как известно, увеличивают вероятность усугубления вредных привычек, депрессии и рискованного сексуального поведения». Кроме того, это может приводить к более пренебрежительному отношению к риску заражения и лечению ВИЧ. Короче говоря, быть бисексуалом в Америке опасно – как для физического, так и для душевного благополучия.

Бисексуальны в подавляющем большинстве женщины, хотя причины этого остаются неясны. В своей книге «Сексуальная изменчивость: О понимании женской любви и влечения» (Sexual Fluidity: Understanding Women's Love and Desire) Лиза Даймонд поясняет, что в прошлом бисексуальность рассматривалась как простое удовлетворение людьми, преимущественно женщинами, своих фантазий, то есть временное состояние или этап, для которого придумывали хитрые названия вроде «гетеропластичные», «бывшианки» или «ЛДВ» (лесбиянки до выпускного). Такое отношение к «би» как к временному явлению годами использовалось в рекламе: это могли быть, например, женские пары, позирующие в откровенных нарядах, или тонкие намеки на происходящее «между девочками». В то же время мужская бисексуальность не считается



столь же приемлемой, и в ней часто видят просто попытку увильнуть от признания гомосексуальности. Бисексуалы борются за достойное место в рядах ЛГБТ-сообщества и за право считаться частью политического движения. Опрос, проведенный учеными среди 745 бисексуалов, показал, что наряду с дискриминацией со стороны лиц традиционной сексуальной ориентации они испытывают ее и со стороны отдельных геев и лесбиянок.

**Рис. 6.2. Распределение долей американцев, считающих себя ЛГБТ, по поколениям, 2012–2016 гг.**

	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %	2016 %
Миллениалы (1980–1988)	5,8	6,0	6,3	6,7	7,3
«Поколение икс» (1965–1979)	3,2	3,3	3,4	3,3	3,2
Беби-бумеры (1946–1964)	2,7	2,7	2,7	2,6	2,4
Традиционалисты (1913–1945)	1,8	1,8	1,9	1,5	1,4

*Источник: Gallup Daily Tracking*

В последние годы число открытых американцев-бисексуалов росло, в основном по причине отсутствия предрассудков в среде миллениалов. В 2016 г. о своей принадлежности к ЛГБТ заявляли 7,4 % миллениалов и лишь 3,2 % беби-бумеров. И рост бисексуальности все больше сказывается на том, как устроены знакомства, в первую очередь в интернете. На некоторых сайтах знакомств потенциального партнера по-прежнему предлагается выбирать только из двух вариантов, но в большинстве случаев можно указать интерес к мужчинам, женщинам или и к тем и другим. Тем не менее бисексуалы сталкиваются с особенно сильными предубеждениями и частыми домогательствами, когда знакомятся в интернете: бисексуальным женщинам часто предлагают поучаствовать в сексе на троих с парой традиционной ориентации, и они вынуждены регулярно писать в своих объявлениях «Я НЕ ИНТЕРЕСУЮСЬ ПАРАМИ» – именно капслоком.

Те, кому нравится и то и это, – чаще всего молодые женщины. Подавляющее большинство из 13 % женщин, идентифицирующих себя как бисексуальных в опросах исследовательского центра Pew Research, моложе 49 лет, в отличие от лесбиянок, которых поровну во всех возрастных категориях. Примерно половина гомосексуальных мужчин заявляет о том,

что им важна их сексуальная ориентация, но в случае бисексуальных мужчин об этом говорят только двое из десяти.

Бисексуальность накладывает отпечаток и на политику, и это совершенно не радует религиозных правых. В 2015 г. Кейт Браун из Орегона стала первой в истории США женщиной-губернатором, открыто признавшей свою бисексуальную ориентацию, и за ней последовали другие, например член палаты представителей от Аризоны Кирстен Сайнема. Будучи самой большой подгруппой американского ЛГБТ-сообщества, бисексуалы составляют важную часть электората. Хотя американские бисексуалы обычно не поддерживают республиканцев, они в то же время не так привержены демократам, как гомосексуалы. По данным Pew Research, 40 % относящих себя к бисексуалам придерживаются независимой позиции в отличие от геев-мужчин, которые чаще симпатизируют демократам. Кроме того, в отличие от геев американские бисексуалы придают меньшее значение традиционной проблематике ЛГБТ-сообщества – лечению ВИЧ, медицинскому страхованию трансгендеров и равноправию при приеме на работу. Избиратели-бисексуалы куда свободнее в выборе, однако они меньше, чем другие представители ЛГБТ-сообщества, интересуются политиками, которые уделяют много внимания вопросам гендера или самоидентификации.

**Рис. 6.3. Политические взгляды ЛГБТ-американцев, 2013 г.**

Процент ЛГБТ-американцев, сообщивших о том, что они...



Источник: Pew Social Trends

Помимо прочего, бисексуалы обычно принадлежат к менее состоятельной и образованной части общества, чем гомосексуалы и лесбиянки. Университетские дипломы есть лишь у 23 % бисексуалов и при

этом – у 40 % геев-мужчин и 36 % лесбиянок. Кроме того, среди бисексуалов значительно больше тех, кто зарабатывает менее \$30 000 в год, и неготовность к каминг-ауту в некоторых случаях может быть обусловлена чисто экономическими причинами.

Для молодых и небогатых женщин признание в собственной бисексуальности может означать потерю надежды выйти замуж и обзавестись детьми, и поэтому каминг-аут для них экономически не оправдан. А поскольку не существует такого понятия, как бисексуальный брак, им приходится ограничиваться одним партнером, если тот не согласен на другие варианты.

Поскольку отношение общества к сексуальности продолжает меняться, в ближайшем будущем можно ожидать, что бисексуалы все чаще станут признавать свою ориентацию. А значит, влияние этой группы на бизнес, политику и сферу развлечений станет более ощутимым, хотя и далеким от полномасштабного.

## **7. Еще раз о браке по интернету**

Спустя десять лет после того, как брак по интернету был описан нами в первых «Микротрендах», поиски любви в Сети стали признанным мегатрендом, полностью изменившим процесс знакомства и вступления в брак в XXI в.

В 2007 г. в первой версии «Микротрендов» мы прогнозировали, что из 4,4 млн американцев, которые заключают брак в год публикации книги, 100 000 познакомятся в интернете. Онлайн-знакомства были новым веянием, и, хотя в 2007 г. люди в большинстве своем относились к ним с тревогой (65 %), скепсисом (55 %) и смущением (27 %), они все чаще прибегали к этому способу. Промелькнуло десять лет, и цифра возросла десятикратно – до 700 000 браков в год, заключаемых при помощи сайтов знакомств.

Первый значительный сдвиг в интернет-знакомствах случился с переходом от громоздких профайлов на десктопах к простым, интуитивно понятным мобильным приложениям, в которых легко общаться. Появление в 2012 г. приложения Tinder больше всего повлияло на американцев в возрасте от 18 до 24. Доля представителей этой возрастной группы, использующих интернет-сервисы для встреч, возросла с 10 до 30 %. Взрывной рост сопутствовал поискам романтических встреч не только среди юных американцев – поразительный скачок популярности интернет-

знакомств произошел в возрастной категории от 55 до 64 лет. Всего за два года число любителей знакомиться онлайн среди людей старшего возраста удвоилось – от 6 % в 2013 г. до 12 % в 2015-м.

**Рис. 7.1. Демографические данные американцев, знакомых с теми, кто использует онлайн-сервисы встреч, 2015 г.**

ОТ ОБЩЕГО ЧИСЛА	Доля людей каждой возрастной категории, которые...	
	Знают кого-то, кто пользуется интернет-знакомствами	Знают кого-то, кто вступил в длительные отношения с помощью сервиса интернет-знакомств
	41%	29%
18–24	57	34
25–34	56	33
35–44	45	33
45–54	38	29
55–64	33	28
65 и старше	21	20
Среднее и неоконченное среднее образование	25	19
Неоконченное высшее	46	30
Высшее	58	46
Менее \$30 000 в год	30	20
\$30 000–75 000 в год	40	28
\$75 000 в год и более	58	43

Источник: Pew Research Center

Наличие в Tinder возможности находить пользователей в ближайшей округе и практически без усилий (достаточно войти через Facebook и добавить пару фраз в профайл) позволило сервису получить 10 млн пользователей к январю 2014 г. А к декабрю того же года их стало уже 40 млн и ежедневно они совершали 1 млрд свайпов<sup>[1]</sup> (свайп вправо – нравится, влево – убрать из списка). Сначала над Tinder издевались из-за того, что внешность при таком подходе явно оказывается важнее внутреннего содержания. Однако постепенно стало понятно: решающее

значение тут имеет то же, что и при обычных знакомствах, – первое впечатление. И хотя очевидно, что многие из подобным образом составленных пар окажутся неудачными, люди все равно продолжают знакомиться.

Цифры свидетельствуют, что широкое распространение онлайн-знакомств увеличивает число не только разовых сексуальных контактов, но и успешных браков. Хотя 48 % пар, познакомившихся онлайн, действительно порывают друг с другом при помощи электронной почты или SMS, ученые выяснили, что пары, встретившиеся на сайтах знакомств, чаще бывают довольны своим браком, а разводы у них случаются реже, чем у пар, встретившихся офлайн. Это привело руководителя исследования, проводившегося Чикагским университетом, к выводу: «Интернет, возможно, меняет то, как складываются и к чему приводят брачные отношения как таковые».

В другом недавнем исследовании использовались данные, полученные от 2669 пар специалистом по социальной демографии из Стэнфордского университета Майклом Розенфелдом. Выяснилось, что люди, вступающие в брак после знакомства в интернете, женятся гораздо раньше тех, кто знакомится другими способами (в течение трех-четырех лет после первой встречи против десяти лет).

Главным преимуществом знакомств в интернете является эффективность. Так же, как и в случае с вызовом лимузина или такси в Uber, приложения для знакомств предоставляют цифровую среду, в которой можно моментально найти нового партнера для встреч. Это намного быстрее и проще, чем знакомства в барах, на церковных собраниях или на встречах выпускников.

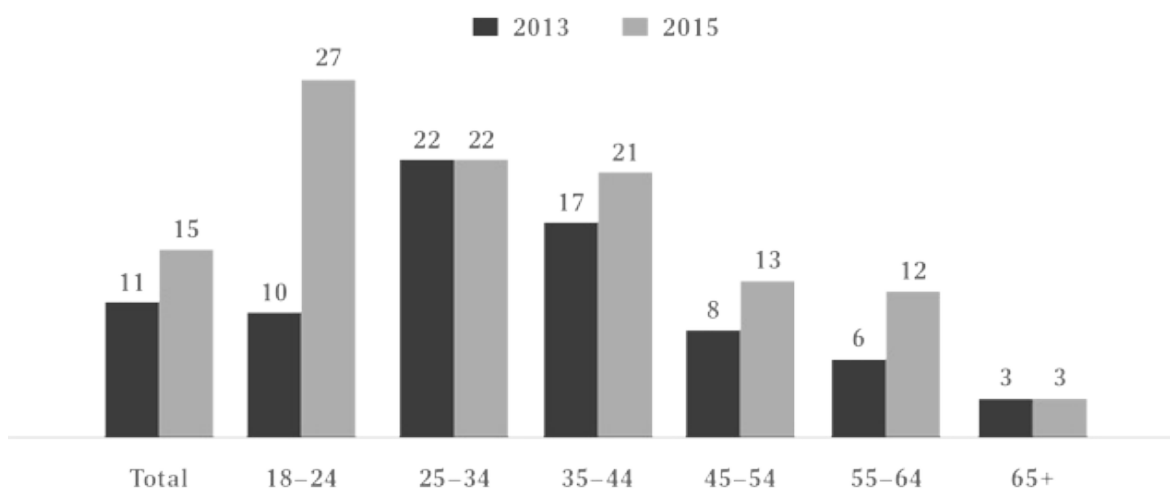
Но при этом они дают возможность с не меньшей легкостью выражать расовую, религиозную и возрастную неприязнь. В книге Кристиана Руддера «Инфоклизм. Любовь, секс, раса и идентичность: Что поведение в интернете говорит о нашем подлинном "Я"» (Dataclysm: Love, Sex, Race, and Identity – What Our Online Lives Tell Us About Our Offline Selves) рассказывается о том, как создатели портала OkCupid отслеживали оценки, которые пользователи ставят друг другу, и выясняли, насколько интернет-знакомства усугубляют социальные проблемы. Результаты оказались удивительными: старея, женщины обычно искали партнеров примерно такого же возраста; мужчины же, наоборот, всегда хотели познакомиться с женщинами значительно моложе себя. Это создает перекося: выбор у молодых одиноких женщин гораздо шире, тогда как пожилым женщинам приходится ждать свайпа или клика, которые могут никогда не случиться.

Это усугубляет проблемы тех, кому не удастся найти себе пару.

Проблема интернет-знакомств в том, что на фоне многочисленных счастливых пар некоторые группы выпадают из поля зрения. Например, в интернете мужчины любой расовой принадлежности оценивают чернокожих женщин ниже, чем белых, сужая тем самым диапазон их возможностей. Белые мужчины более высоко оценивают азиаток, что расширяет их возможности выбора. Все большее число белых женщин привлекают черные мужчины, но азиаты оцениваются не так высоко. По словам автора «Инфоклизма», такие предпочтения означают, что азиаты и черные женщины оказываются в целом на более низких уровнях иерархии знакомств.

**Рис. 7.2. Распределение пользователей приложений знакомств по возрастам**

Процент представителей каждой возрастной категории, когда-либо пользовавшихся сайтом или мобильным приложением для знакомств



Источник: Pew Research Center

Несмотря на это, очень немногие хотят встречаться только с представителями своей расы. По данным OkCupid, явно выраженное предпочтение таких знакомств за последние шесть лет упало на четверть – с более чем 40 % до менее чем 30 %. Это означает, что, несмотря на проблему расовых предпочтений, налицо движение в сторону большей открытости по отношению к людям самого разного происхождения. Это особенно справедливо для интернета, поскольку типичные клиенты

сервисов знакомств в целом более прогрессивны, лучше образованны и стоят на более высоких ступенях социальной лестницы. В результате интернет-знакомства не слишком способствовали тому, чтобы отношения завязывались между людьми, относящимися к разным классам, хотя именно это я прогнозировал в «Микротрендах» десятилетней давности. Получилось наоборот – например, новое приложение The League (ориентированное на прогрессивных горожан – выпускников элитарных университетов) предназначено для поиска партнера среди людей своего круга.

Важнейшим новым трендом в мобильных знакомствах является рост их популярности среди пожилых людей. Все большее число американцев старших поколений, от беби-бумеров до вдов хорошо за 70, ищут себе партнеров онлайн. Некоторые приложения, такие как Stitch, специально предназначены для возрастной категории старше 50. Возможно, данные Pew Research о том, что доля интернет-знакомств в возрастном диапазоне от 55 до 64 лет возросла с 6 до 12 % за период с 2013 по 2015 г., не выглядят грандиозным рывком. Но следует иметь в виду, что 65 % представителей этой возрастной категории уже состоят в браке, а значит, к интернет-знакомствам прибегает примерно треть холостых и незамужних ее представителей.

Гей-сообщество активнее, чем любая другая социальная группа, использует интернет-знакомства. Около 70 % гомосексуальных связей начинаются в интернете. Самым популярным приложением является Grindr с 2 млн активных пользователей ежедневно. Хотя оно позволяет найти партнера на одну ночь в радиусе нескольких сотен метров, почти 77 % пользователей Grindr говорят о своем желании вступить в брак, а 76 % хотят завести детей.

Интернет-знакомства и мобильные приложения влияют на институт брака и в других странах мира. В Индии, где брачное посредничество – обычное явление, сегодня наблюдается его бум в интернете. Интернет-сайт знакомств BharatMatrimony был создан около десяти лет назад и за два инвестиционных раунда привлек \$20,35 млн от трех инвесторов. Самый быстрорастущий сервис сватовства для экспатов в Юго-Восточной Азии Dil Mil привлек \$3,8 млн инвестиций.

Британская газета *Daily Mail* ставит интернет на пятое место в списке лучших способов познакомиться с потенциальным супругом. В разделе рекомендаций популярного сайта знакомств eHarmony говорится об огромном количестве пользователей таких сайтов в Великобритании и приводятся данные о том, что «две трети жителей страны воспользуются

сайтом знакомств, если в будущем окажутся без пары», после чего следует заявление о том, что «с 2007 г. число вступивших в отношения коллег и близких друзей упало с 18 до 12 %». Это, разумеется, означает, что меньшее число людей пользуется традиционными способами знакомства – личными или при посредничестве друзей.

За десять лет, прошедших с нашего первого исследования этой темы в «Микротрендах», сайты знакомств стали нормальным явлением. Сегодня их нельзя назвать прибежищем несчастных и всеми покинутых. По данным Pew Research, в 2005 г. 44 % американцев были согласны с утверждением, что специализированные сайты – отличный способ знакомства. Спустя десять лет их доля насчитывала уже 69 %. Однако на сайтах знакомств по-прежнему есть место предрассудкам – они остаются в числе немногих мест, где люди все еще могут открыто дискриминировать отдельные группы населения. Если мы хотим, чтобы счастливых браков становилось больше, необходимо помочь тем, у кого не настолько богатый выбор.



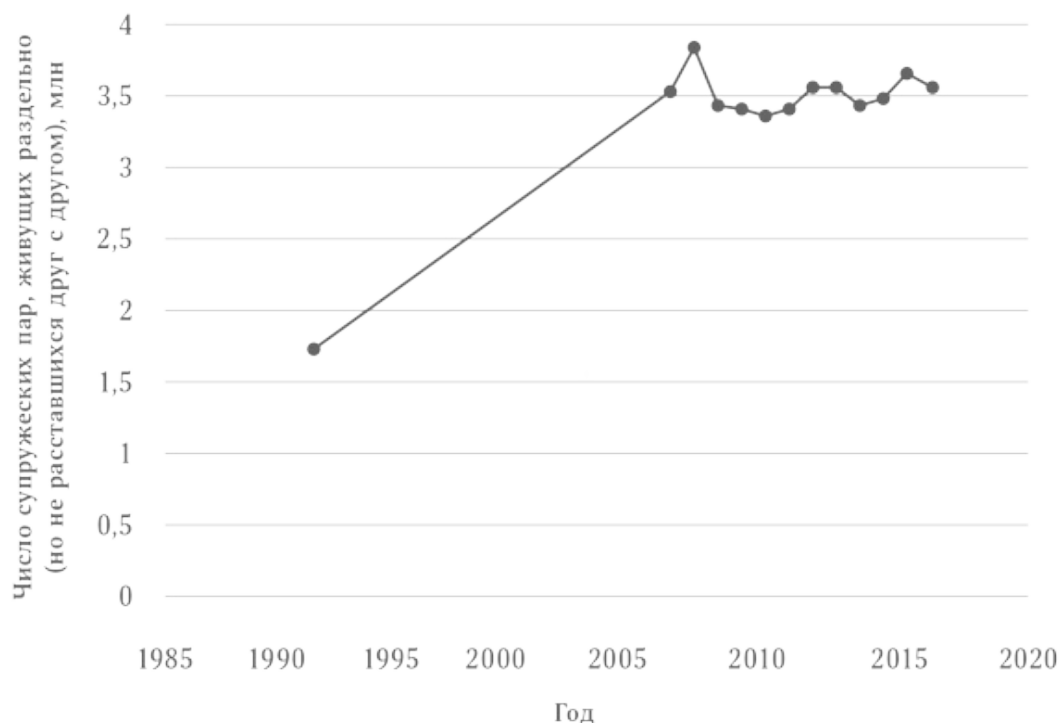
## 8. Независимые супруги

Все новые тренды свидетельствуют о том, что особенности современного образа жизни приводят к переосмыслению брака. Поэтому не стоит удивляться, что многие люди, решившие создать семью, особенно в относительно поздние периоды жизни, приносят в этот союз сильный оттенок независимости: отдельно проводят отпуска, ночуют в разных спальнях, сохраняют добрачные фамилии и т.д. Никогда прежде люди, связанные узами брака, не были столь независимы друг от друга.

Существуют группы, которые жили так всегда, – например, семьи военных. Такие пары постоянно «вместе, но врозь» из-за специфики профессии; тем не менее процент разводов в таких семьях один из самых низких. То же относится и к семьям бортпроводников. Вопрос в том, насколько такие результаты характерны для семей, в которых каждый из супругов живет собственной жизнью, хотя это не обусловлено родом их занятий.

В некотором смысле этот тренд перекликается с гостевыми браками из первых «Микротрендов», где отмечался двукратный рост числа пар, живущих вместе «наездами», за период с 1992 по 2005 г. За минувшее десятилетие число таких браков стабилизировалось на уровне 3,4–3,8 млн, и такой образ жизни больше не считается чем-то исключительным. И в любом случае разнообразие способов раздельного существования супружеских пар лишь возросло.

Рис. 8.1. Гостевые браки в Америке, 1990–2016 гг.



Источник: данные переписи населения США

Радикальный пример независимого существования – это нынешний президент Дональд Трамп и его супруга Мелания: отдельные спальни, отдельные квартиры и, до самого последнего времени, разные города. И, несмотря на все это, их союз производит впечатление очень крепкого.

Многое из того, что наблюдается в наши дни, – всего лишь результат долгого периода самостоятельной жизни, когда каждый человек приобретает собственные привычки: ритуал отхода ко сну, режим питания, количество света, температура воздуха, уровень шума в доме и прочие физические аспекты среды обитания. Поэтому, когда люди решают вступить в брак, они далеко не всегда готовы менять образ жизни. Они предпочитают жить как привыкли, в какой-то мере соглашаясь с идеалом из фильма «Энни Холл» – отдельные квартиры через парк одна от другой.

Как пишет журнал *Psychology Today*, более длительные периоды, проводимые раздельно, заставляют супругов заранее планировать общее время, особенно если они не живут под одной крышей. Если им требуется провести два часа в пути, чтобы встретиться, они будут тщательно готовиться к этой встрече, проявлять ответственность и избегать возможной «монотонности в отношениях», указывается в статье. И далее:

«Совершенно очевидно, что подобные "добровольные", а не "вынужденные" договоренности могут стимулировать пары к большей самоотдаче во время встреч, что ведет к более интересному и полезному времяпрепровождению, не дает скучать и повышает удовлетворенность браком».

Однако все эти поездки к любимому человеку могут быть утомительными, как минимум в первое время после обетов у алтаря. Регулярные перемещения на большие расстояния повышают вероятность развода. Если длительность поездки от супруга к супругу превышает 45 минут, вероятность развода возрастает на 40 %. Однако чем дольше независимые супруги живут в таком режиме, тем меньше значит длительность поездок. Но гостевые браки – лишь верхушка айсберга. Сегодня независимый образ жизни ведут даже пары, живущие под одной крышей.

Показательный пример микротренда независимых супругов – пары, спящие отдельно друг от друга. Один из опросов Национального фонда по проблемам сна показал, что примерно четверть супружеских пар спит по отдельным кроватям, а некоторые другие исследования говорят о том, что реальная цифра ближе к 30–40 %. Мебельщики и дизайнеры по интерьеру уже обратили на это внимание и все чаще предлагают планировки с двумя отдельными хозяйскими спальнями, оформленными и меблированными по-разному. По прогнозу Национальной ассоциации домостроителей, в ближайшем будущем 60 % домов в Америке будут строиться с отдельными хозяйскими спальнями.

Чем объясняется такая резкая перемена? Она может быть вызвана ростом заболеваемости сонным апноэ – действительно, спать рядом с храпящим медведем не хочется никому. Нарушения сна, сопровождающиеся расстройствами дыхательной функции, встречаются все чаще во всем мире и особенно в развивающихся странах, таких как Индия, Китай и Бразилия. Раньше спать отдельно от своего партнера считалось недопустимым. Это воспринималось как признак скорого краха отношений и недостаточной близости. Но, судя по количеству денег, которые тратятся на отдельные спальни для супругов, сегодня это не вызывает неодобрения. Многие специалисты также склоняются к выводу о пользе раздельного сна. Индивидуальные спальни способны улучшить отношения между партнерами, и неважно, в чем была проблема: в храпе, манере сна или потребности в личном пространстве.

Возможно, такой независимости в поведении и образе жизни супружеские пары хотели всегда. Брак не рухнет, если один из супругов не

переносит храпа другого и предпочитает пару дней в неделю проводить в собственной квартире. Учитывая то, насколько разноплановые пары создаются в сегодняшней Америке, и то, как устроена в ней жизнь, вполне возможно, что независимость супругов – полезное новшество, а не признак одиночества. Здоровый сон поднимает настроение и улучшает качество секса. Как отмечает в своей заметке в *The New York Times* эксперт по браку Стефани Кунц, пары с отдельными спальнями чувствуют бóльшую «уверенность» в своем браке, «не говоря уже об их сексуальной жизни».

Независимый образ жизни ведет к нескольким последствиям. В первую очередь это касается здоровья и болезней. Мало кто так переживает за здоровье человека, как его вторая половина, которая следит за тем, чтобы он проходил медосмотры и хорошо себя чувствовал. Могут ли новые тренды привести к тому, что один из супругов упустит появление тревожных симптомов, на которые другой не обращает внимания? Наука говорит о том, что брак положительно сказывается на здоровье. Недавнее обследование 25 000 жителей Великобритании показало, что наличие мужа или жены повышает вероятность выжить в случае инфаркта на 14 %. Семейные люди обычно живут дольше, меньше подвержены инфарктам и инсультам, меньше склонны к депрессиям и с большей вероятностью выздоравливают после тяжелых заболеваний, чем холостые и незамужние. В отдельных подгруппах населения это еще более выраженное явление – так, неженатым белым мужчинам хуже других дается восстановление после онкологических заболеваний. Может ли это способствовать уменьшению числа независимых супругов?

Другой важный вопрос – влияние образа жизни в паре на детей. Полезно ли им жить на два дома? Или это ведет к отчужденности, похожей на ту, что испытывают дети, оставшиеся с одним из родителей после развода? Возможно также, что дети независимых супругов пойдут по их стопам, когда, повзрослев, поймут, что независимость – залог успешного брака. Частично тренд к отказу от брака обусловлен значением, которое придают независимости молодые, но, возможно, модель «вместе, но порознь» станет для миллениалов удачным компромиссом. Если супруги будут сохранять свободу даже в браке, его привлекательность может увеличиться, или же, напротив, еще не состоящие в браке люди убедятся в том, что он не так уж и важен.

Обычаи, окружающие брак, также претерпевают очевидные изменения, и микротренд независимости супругов лишь расширяет представления американцев о нем. Если говорить о свадебном торжестве или ужине для родственников и друзей, то насколько изменятся старые обычаи, такие,

например, как танец с невестой? Может ли то, что невеста дружит только с одним из супругов, стать причиной не приглашать на свадьбу другого? Отомрет ли обязанность совместно посещать мероприятия и торжества?

Другой тренд, связанный с независимостью супругов, – отдельно проводимые отпуска. Если раньше было принято брать с собой в качестве попутчика супруга или супругу, то теперь это уже не так. Проводить отпуск по отдельности считается для американских пар вполне нормальным. Американцы все чаще предпочитают путешествовать поодиночке, будь то чисто мужская вылазка на природу или поездка с детьми, но без супруга. По данным портала путешествий TripAdvisor, 59 % его пользователей проводили отпуск отдельно от своих лучших половин. Интересно, что отдельно друг от друга отдыхали и президент Барак Обама и его супруга Мишель, что в глазах многих экспертов выглядело «признаком силы». Как и разные постели и разные квартиры, отдельный отдых может повышать качество совместно проводимого времени.

Раздельные отпуска и большие траты на себя сказываются и на потребительском поведении. Существует целый рынок путешествий, которые предлагаются отдельно мужьям или женам, с детьми или без них. Туриндустрия обращает на это особое внимание, равно как и на растущую популярность уик-эндов типа «девичник» или «мальчишник» среди супругов со стажем. Они все чаще служат сюжетами произведений массовой культуры, причем речь идет отнюдь не только о холостяцких вечеринках перед свадьбой. Одной из главных кинопремьер лета 2017 г. стала комедия «Улетные девочки» о путешествии четырех женщин (и состоящих в отношениях, и свободных).

Возможно, на рынке появится больше туров, ориентированных на путешествующих в одиночку или небольшой компанией, в которой нет супружеских пар. Возможно, отели также станут предлагать больше дешевых одноместных номеров для туристов-одиночек. Индустрии гостеприимства придется учитывать, что отношение к поездкам и затратам на них у таких путешественников иное. Теперь, когда есть Airbnb и возможность недорого снять комнату или однокомнатную квартиру, гостиничная отрасль будет вынуждена пересмотреть и свой обычный подход с упором на двухместные номера, и цены.

Независимые супруги повлияют и на рынок жилья – собственно, это уже происходит. Строители, мебельщики и дизайнеры интерьеров ищут новые подходы к бизнесу, начиная от строительства домов с двумя хозяйскими спальнями и вплоть до дизайна, отдельно учитывающего вкусы каждого из супругов. Как сообщает *The Wall Street Journal*,

предложения аренды домов с двумя или более хозяйскими спальнями в верхнем сегменте рынка в среднем на 9 % дороже, чем с одной. Журнал *Elle Decor* писал, что, по данным опроса 2016 г., «почти треть интересовавшихся домами стоимостью от \$2 млн хотели бы иметь две отдельные хозяйские спальни».

В своих вкусах, привычках, способах тратить деньги и заботиться о здоровье люди разобщены больше, чем когда-либо прежде. И это мировой тренд. Так, в 2011 г. перепись населения в Великобритании показала, что 6 % состоящих в браке лондонцев предпочитают жить отдельно друг от друга. На самом деле для Европы это характерно даже больше, чем для США. Решение часто принимается по практическим соображениям, например в связи с необходимостью продолжать учебу, или бывает следствием более либеральных взглядов. В таких странах, как Россия, Франция, Германия и Норвегия, отдельно живут около 10 % супружеских пар. В Великобритании к РПП (раздельно проживающим парам) относится около 10 % взрослого населения.

Может показаться, что отдельные спальни, собственные карьеры и уж тем более отдельное жилье отдаляют независимых супругов друг от друга. Но это далеко не обязательно так. Представления о браке меняются: люди все чаще хотят быть вместе со своей половиной, не поступаясь при этом собственной независимостью. В этом смысле независимые супруги стараются убить двух зайцев: получить максимум от брака, сохранив независимость.

## **Раздел 2**

### **Здоровье и диета**

*9. Профессиональные протеинщики*

*10. Парни не при делах*

*11. На десятом десятке*

*12. Детки на таблетках*

*13. Скороеды*

*14. Фанатики ЗОЖ*

*15. Победившие рак*

## 9. Профессиональные протеинщики

Одним из самых неожиданных трендов последних лет стала победа протеина над углеводами и растущее число адептов белковой пищи. Такое развитие событий сильно обрадовало скотопромышленников и рыбаков, но отнюдь не земледельцев. Но следствием стали не очереди в стейк-хаусы: основной куш сорвали производители куриного мяса – именно этот бизнес в свое время достался в наследство моему отцу. Говядина, баранина и свинина – под вопросом, с пастой покончено, а новым эталонным питанием является куриное мясо. Невероятно, но факт: в расчете на душу населения потребление красного мяса застопорилось и даже немного снизилось, а курицы – увеличилось более чем в три раза. Рафинированные углеводы и переработанное мясо считаются настолько вредными, что все мы уже должны были стать веганами или по крайней мере вегетарианцами. Но вышло совсем иначе.

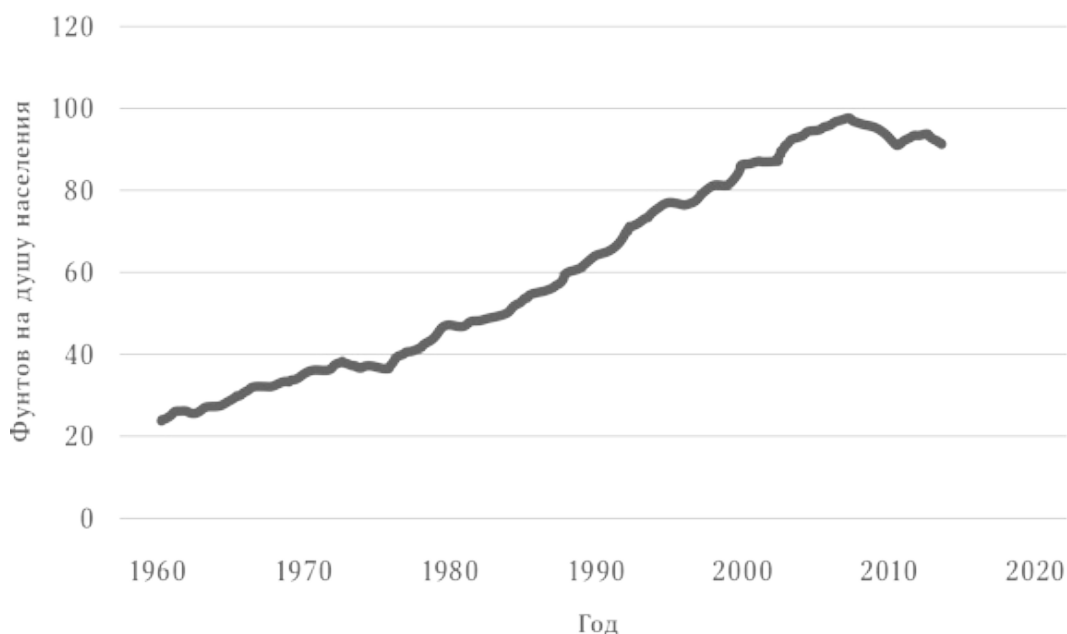
Еще только 25 лет назад протеины как пища казались полностью дискредитированными. Власти рекомендовали есть больше злаковых, а пасту провозгласили новым суперфудом. Спортсмены поедали ее, чтобы запастись энергией, а правительственные чиновники полагали, что такое изменение пищевых предпочтений американцев поможет справиться с растущим числом сердечно-сосудистых и онкологических заболеваний.

Постепенно протеины были реабилитированы. Этот процесс начался с диеты Аткинса, который выяснил, что полностью белковое питание (без углеводов) погружает организм в состояние кетоза и ведет к похудению. Сначала над худеющими по Аткинсу пожирателями яиц и стейков потешались. Но затем оказалось, что они действительно худеют. Вполне возможно, что похудению способствует отказ от любого определенного вида пищи, но именно этот рецепт оказался гораздо успешнее, чем считали многие, и выдержал самые суровые проверки. То, что выглядело как парадокс, стало общепринятым фактом. На сегодняшний день книги Аткинса разошлись тиражом в 15 млн экземпляров.

Новыми злодеями, виновными в ожирении нации, стали продукты глубокой переработки и углеводы, в том числе сахар. Лозунгом диетологов стала фраза «Ничего белого по вечерам», которая подразумевала, что ужин должен состоять из протеинов, салата и овощей. С мучным попрощались. Тяжело приходилось картофелю: достигнув пика в 1996 г., его продажи неуклонно падали.



**Рис. 9.1. Годовое потребление куриного мяса в США в расчете на душу населения, 1960–2012 гг.**



*Источник: Earth Policy Institute, министерство сельского хозяйства США*

Какое-то время под подозрением находилось и красное мясо. Иногда эти подозрения были оправданны, иногда – не вполне. Мясо обвинили в том, что из-за высокого содержания насыщенных жиров оно провоцирует сердечно-сосудистые заболевания. Сегодня американцы, несмотря на свою любовь к красному мясу, настроены по отношению к нему весьма скептически. Ему приписывали также и канцерогенные свойства, но при более пристальном изучении научных данных выяснилось, что опасность представляет в первую очередь мясо, жаренное на углях, а также переработанное – например, копченые колбасы и хот-доги.

Исследования последнего времени показали, что состав пищи куда меньше влияет на уровень холестерина, чем было принято считать ранее. Это сняло с красного мяса часть подозрений, несмотря на сохраняющееся общее согласие в том, что в больших количествах оно скорее вредно, чем полезно. Совсем забытые яйца подверглись повторному изучению. Возможно, их вычеркнули из рациона несправедливо, поскольку они представляют собой дешевый и доступный источник протеинов. В отличие от красного мяса в яйцах нет жировых прожилок, а их холестерин оказался не столь вредным, как думали раньше. В последние пять лет яйца

стремительно наверстывают упущенное: ежегодный прирост их продаж выражается в двузначных числах – неслыханное дело для обыкновенных продуктов.

Что касается красного мяса, то миллениалы не питают к гамбургерам такой же пламенной любви, как беби-бумеры. Потребление красного мяса в целом снижается. Но миллениалы внимательно следят за наличием мяса в диете. Белое куриное мясо не содержит большого количества насыщенных жиров, стоит недорого и вполне приятно на вкус. Объемы продаж куриного мяса растут как на дрожжах. В прошлом им питались разве что вынужденно. Если человек мог позволить себе стейк ежедневно, он, разумеется, так и делал. Теперь же куриное мясо – самый очевидный выбор для растущего числа сторонников белковой пищи.

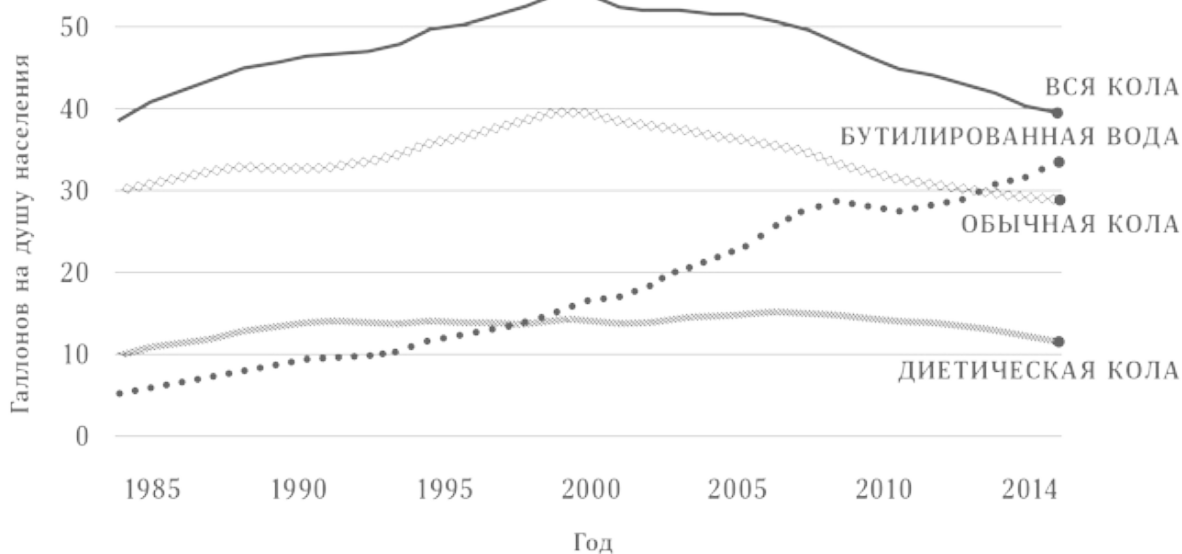
Проигрывают в этой битве паста, сладкая кола, сливки, ростбиф и бекон. Последние десять лет их потребление на душу населения падает. Снижаются даже объемы продаж диетической колы. Наряду с курицей безоговорочную победу одерживают также рыба и креветки. По данным Национального института рыболовства, за период с 2001 по 2012 г. потребление белой рыбы возросло примерно на 50 %, а потребление креветок – лишь немногим меньше.

Но всеобщее увлечение протеинами может означать, что их потребляют слишком много. Как сообщала в 2016 г. *The New York Times*, американские юноши и мужчины получают слишком много белков. Рекомендации по правильному питанию, утвержденные федеральными властями, впервые предписывали мужчинам и юношам прекратить поедать мясо, курицу и яйца в огромных количествах.

Мужчины и юноши «составляют почти половину населения Америки, так что это серьезный вопрос», говорит Майкл Джейкобсон, исполнительный директор инициативной группы по диетологии при Вашингтонском Центре по использованию достижений науки в интересах общества.

Помимо обычных продуктов, все чаще используются и белковые порошки. При этом их производство почти не контролируется, что может приводить к появлению сомнительных ингредиентов и токсинов в их составе. По данным отчета 2016 г., «считается, что огромное большинство американцев уже получает с пищей количество белка, превышающее рекомендованные суточные нормы, а долгосрочные научные данные, на основе которых можно было сказать, какое именно количество протеина избыточно, отсутствуют».

Рис. 9.2. Потребление колы, диетической колы и бутилированной воды в США, 1985–2014 гг.



Источник: The New York Times

Тем не менее производство белковых добавок в США растет, а потребителям не устают напоминать, что они получают недостаточно протеинов. На рынке пищевых добавок крутятся огромные деньги: по прогнозу исследовательской фирмы Euromonitor International, продажи белковых порошков и добавок достигнут к 2020 г. \$9 млрд. Выступая от имени Академии питания и диетологии, сертифицированный диетолог и спортивный врач Джим Уайт сказал, что организм использует не весь поступивший в него белок. «При каждом приеме пищи организм усваивает определенное количество протеина», примерно от 20 до 40 г. «Люди заправляются протеином, считая его чудодейственным средством и для похудения, и для улучшения физической формы, и для наращивания мышечной массы – но это не доказано». Кроме того, избыток протеина повышает риск диабета и заболеваний почек.

Страна одержима протеином настолько, что увеличиваются рыночные доли многих альтернативных белковых продуктов, таких как соя, миндаль и кокос. В отчете аналитической фирмы Research and Markets говорится, что «объем мирового рынка растительного белка составил в 2016 г. \$8,35 млрд и, по оценкам к 2022 г., достигнет \$14,22 млрд». Тофу, который традиционно считался продуктом для вегетарианцев, сегодня употребляют далеко не только они. В какой-то момент альтернативные белковые

продукты переключались из вегетарианских отделов супермаркетов на основные полки. Производство аналогов мяса – большая прибыльная отрасль. Компания Beyond Meat, один из ведущих игроков на рынке заменителей мяса, считает, что всеобщая любовь к курице должна обеспечить мировой успех и ее имитации куриных палочек под названием Beyond Chicken Strips. Основатель компании Итан Браун говорит, что «просто протеин люди уже не хотят. На планете достаточно насекомых и криля, чтобы обеспечить аминокислотами каждого человека».

В одном из докладов ООН, опубликованном в 2013 г., прямо указывалось, что в связи с ростом населения одним из главных источников протеинов должны стать мелкие насекомые. ООН убеждает американцев и жителей других развитых стран преодолеть фактор «отвращения» и начать есть насекомых. Например, население Конго поедает гусениц тоннами. Австралийское правительство продвигает в качестве доступного источника протеина саранчу и выпустило книгу рецептов ее приготовления под названием «Как готовить небесных креветок» (Cooking with Sky Prawns) (BBC, 2004). Даже в Америке есть несколько стартапов, предлагающих белковые батончики на основе насекомых. По данным статьи, опубликованной в *Wired* в 2016 г., компания Echo привлекла \$4 млн на организацию производства белковых батончиков с главным ингредиентом в виде насекомых, а на телешоу Shark Tank белковый батончик на сверчках Chapul получил инвестицию в сумме \$50 000 от миллиардера Марка Кьюбана.

Удивительно, но на протяжении нескольких последних десятилетий одной из жертв протеиновой лихорадки были тунцовые. В принципе, власти предупреждали только о возможном вреде тунцовых для беременных в связи с повышенным содержанием ртути, и это касалось только длинноперого тунца. (Уровень pH светлого тунца не позволяет накапливать ртуть в значимых количествах.) Однако, несмотря на свою дешевизну и пользу для сердечно-сосудистой системы, в XXI в. тунец оказался в числе потерпевших крупное поражение.

Рис. 9.3. Потребление рыбы и морепродуктов в США в расчете на душу населения, 2001–2012 гг.

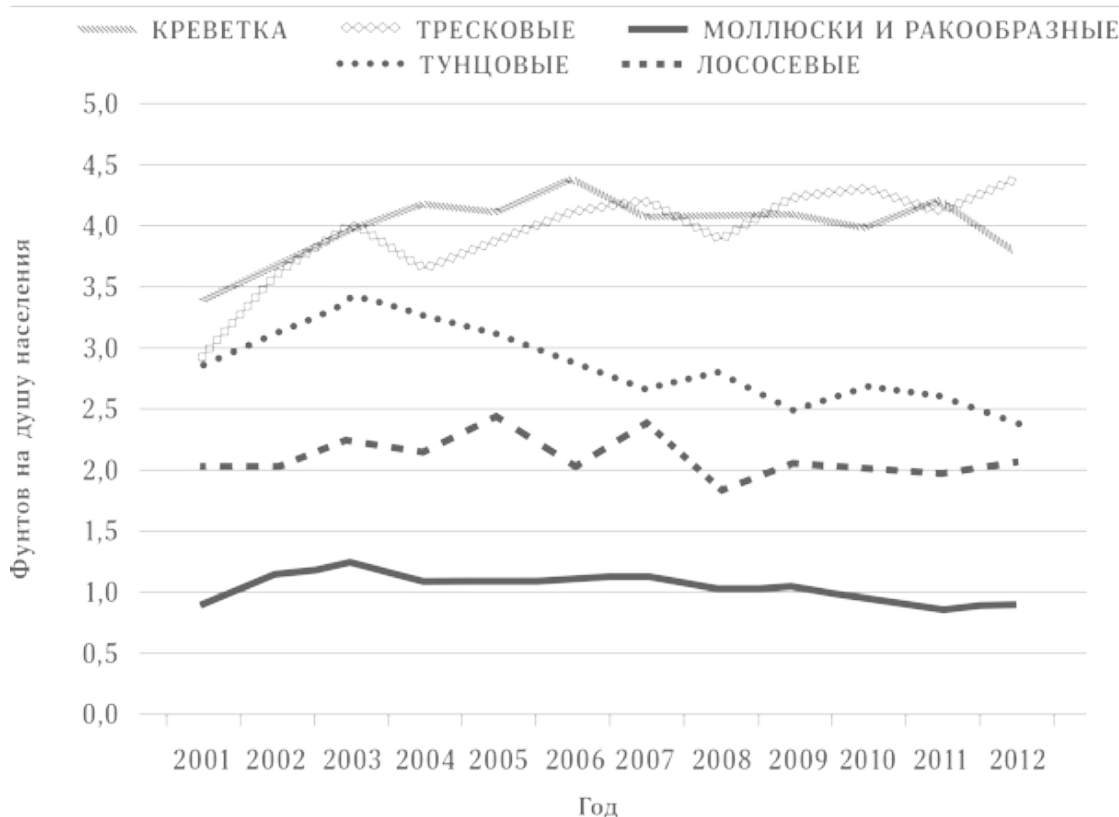


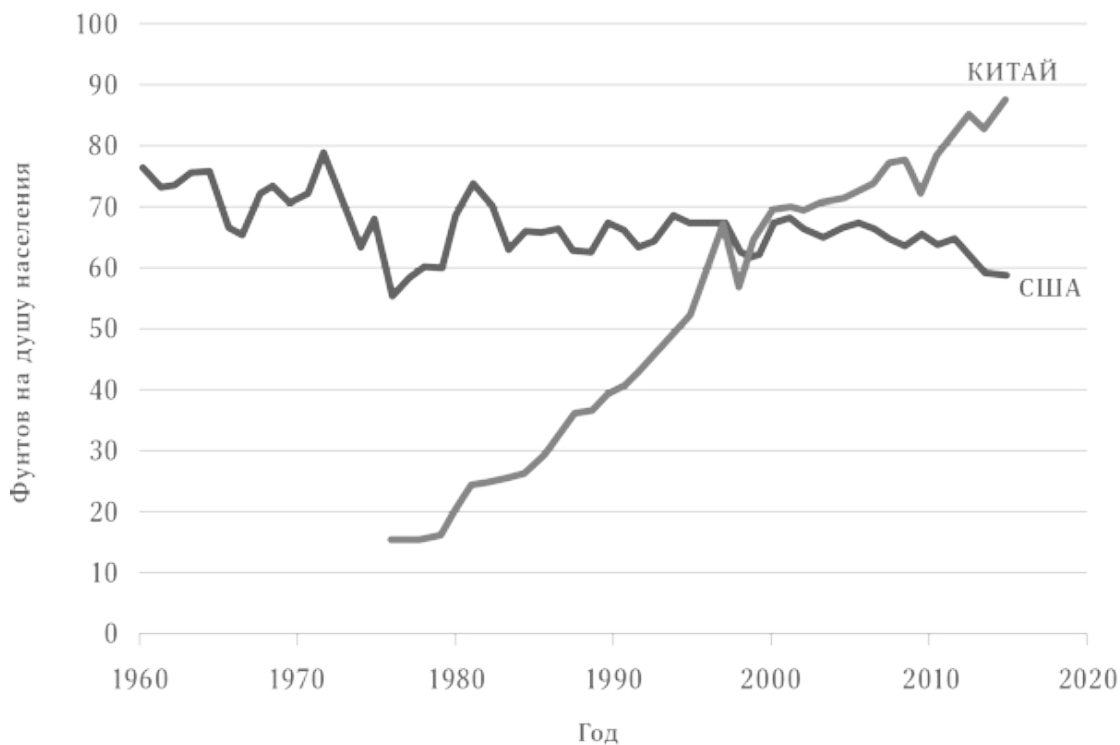
Таблица опубликована с разрешения Джона Сэктона из Seafood Datasearch, [www.seafood.com](http://www.seafood.com)  
 Источник: National Fisheries Institute, Undercurrent News

Но популярность суши неуклонно росла – за последние 25 лет количество суши-ресторанов в США выросло почти с нуля до 4000. Суши едят преимущественно в ресторанах, и, несмотря на их повсеместную распространенность, они не оказывают значительного влияния на динамику годовых объемов потребления рыбы и морепродуктов американцами. Для этого нужно, чтобы их стали готовить дома.

Взрывной рост пищевого производства ожидается в Китае и Индии. По потреблению свинины на душу населения Китай уже опережает США, и, возможно, по этой причине в 2013 г. крупнейшая китайская мясоперерабатывающая компания Shuanghui International купила американский бренд Smithfield за \$4,7 млрд. По душевому потреблению других видов белковых продуктов, например куриного мяса, Китай отстает от США. Но потребление курицы в Китае устойчиво растет, а размеры рынка таковы, что до насыщения ему еще очень далеко. В Индии также

едят больше куриного мяса, чем когда-либо прежде. В 2014 г. индийское государственное бюро выборочных обследований сообщало, что ежегодный прирост потребления курятины в стране составляет 12 %, что делает ее рынок одним из самых перспективных.

**Рис. 9.4. Годовое потребление свинины в расчете на душу населения в США и Китае, 1960–2012 гг.**



*Источник: Earth Policy Institute, министерство сельского хозяйства США, Отдел ООН по народонаселению*

Хотя в будущем может случиться что угодно, налицо общее согласие в том, что курица, креветки и лососевые отвечают критериям здоровой, вкусной и относительно недорогой пищи. Хотя производство животного протеина и сопровождается определенными проблемами экологического и иного характера, похоже, что мой отец в свое время сделал правильный выбор: зерновые, как ни странно, уходят в прошлое, а основу диеты следующего поколения миллениалов, не придерживающихся вегетарианства, составляют курица, индейка и яйца.

## 10. Парни не при делах

Мужчины с большей вероятностью попадают в тюрьму. Зависимости от азартных игр больше подвержены мужчины. Из школ исключают в основном учеников мужского пола. Агрессивные действия, владение огнестрельным оружием, нарушение правил дорожного движения, судебные ограничения в правах, террористические акты или их планирование – все это удел в первую очередь мужчин. В наши дни мужчины – в отстающих. Выше говорилось о том, что американские женщины опережают мужчин, прокладывая пути к масштабным экономическим, социальным и культурным переменам. А что же происходит с оставшимися на обочине прогресса парнями?

Хотя Хиллари Клинтон так и не удалось стать первой женщиной – президентом США, становится все больше областей деятельности, где преуспевает женская половина населения, и при этом налицо статистически значимый и растущий слой никак не состоявшихся мужчин. Американские женщины упорно трудятся, чтобы доказать свое право на руководство и ликвидировать разрыв в оплате труда. А у мужчин назревают серьезные проблемы, в чем можно убедиться, посмотрев на статистику. Некоторые из этих статистических данных фиксируются уже долгое время, другие появились недавно. На фоне значительного прогресса, достигнутого женщинами в укреплении здоровья, повышении образованности и росте доходов, мужчины (особенно бедные) испытывают как никогда серьезные проблемы, которые продолжают усугубляться.

В 2015 г. в США насчитывалось 1,9 млн заключенных-мужчин и лишь 200 000 женщин. Хотя численность заключенных-женщин в последние десятилетия росла ускоренными темпами, в абсолютном выражении в тюрьму попадает в десять раз больше мужчин.

Кроме того, американские мужчины испытывают все больше проблем со здоровьем, и при этом многие из них не проходят регулярный медосмотр. А когда они наконец обращаются к врачу, может оказаться слишком поздно. По данным Кливлендской клиники, опросившей 500 американских мужчин в возрасте от 18 до 70 лет, только «трое из пяти мужчин проходят ежегодный медосмотр, а более 40 % идут к врачу, только когда опасаются, что серьезно больны». У каждого второго мужчины наготове отговорки – он слишком занят, не хочет проходить ректальное исследование или даже не хочет надевать больничный халат на голое тело.

Однако, как мне кажется, мужчины просто боятся, что доктор что-то у них обнаружит.

**Рис. 10.1. Причины, по которым мужчины отказываются от ежегодного медосмотра**



Источник: Orlando Health

Женщины не только ходят к врачам чаще, они также готовы обсуждать это. По тем же данным Кливлендской клиники, более половины опрошенных мужчин соглашались, что «не очень хотят обсуждать состояние своего здоровья». С этим необходимо что-то делать ради спасения человеческих жизней. Подойдут любые методы, способные заставить их идти к врачам. Целых 19 % мужчин признают, что идут к врачу, только чтобы их не пилила подружка или жена. Но с учетом того, что американцы женятся все реже, это не самый надежный способ обеспечить явку мужчин на обследование простаты.

Эта огромная проблема характерна не только для Америки. По данным обзора социальных факторов и здравоохранения в европейских странах, подготовленного ВОЗ, ранняя смертность мужчин «отражает ряд факторов, среди которых более высокая подверженность вредным физическим и химическим воздействиям на работе, характерная для мужчин склонность



к рискованным поступкам и авантюрам, свойственные мужчинам представления о здоровом образе жизни и то, что мужчины с меньшей вероятностью обращаются к врачу, когда болеют, а обратившись, не сообщают обо всех симптомах болезни». Мужчинам всего мира нужно разъяснить, насколько важны регулярные медицинские обследования, и при этом учесть их страхи, которые находятся в основе нежелания посещать врачей. Необходимо избавить мужчин от предрассудков относительно озабоченности своим здоровьем и направить их к врачам, для чего потребуются обсуждения в кругу друзей и коллег.

Но проблему представляют не только медосмотры. Мужчины по-прежнему более подвержены алкоголизму, чем женщины. Весят больше нормы или страдают ожирением почти три четверти мужчин – и менее чем две трети женщин. В автокатастрофах всегда погибало больше мужчин, чем женщин, прежде всего потому, что мужчины чаще садились за руль. Однако даже несмотря на то, что женщины стали ездить за рулем значительно больше, этот разрыв почти не сократился. По данным Американского института дорожной безопасности, в 2014 г. в автокатастрофах погибли 10 971 водителей-мужчин по сравнению с 4504 погибшими за рулем автомобиля женщинами.

Мужчины также чаще гибнут «смертью от отчаяния» – от алкоголизма, наркозависимости или в результате суицида. Это особенно заметно в среде рабочего класса, в первую очередь белых его представителей. «Смерть от отчаяния» распространена и среди малообразованных женщин, и рост такой смертности среди женщин даже выше, чем среди мужчин. Но в абсолютных показателях ей в наибольшей степени подвержены малообразованные мужчины.

**Рис. 10.2. Смертность от наркомании, алкоголизма и в результате самоубийств среди белых не латиноамериканского происхождения в возрасте 50–54 лет**



Источник: Brookings Papers, Financial Times

Многие из этих трендов заметно усугубились вследствие Великой рецессии. В декабре 2007 г., до начала экономического кризиса, процент безработных среди мужчин и женщин был примерно одинаковым. Но в последующие годы работы лишались в основном мужчины. Безработица среди мужчин подскочила с 4,4 до 7,2 %, а среди женщин – с 4,3 лишь до 5,9 %.

Что касается учебы, то мужчины не учатся так, как им следовало бы. Женщины получают почти 60 % университетских дипломов, а мужчины – всего 40 %. Это полная противоположность тому, что можно было наблюдать во времена моей юности, но сам тренд не нов – показателя 50 % женщины достигли еще в 1982 г. Этот разрыв может стать для мужчин очень серьезной проблемой, источником раздражения и даже причиной роста преступности. Женщины начинают постепенно доминировать и в профессиональных навыках. Пятьдесят лет назад женщин с квалификацией адвоката или врача было совсем немного, а сегодня на медицинских и юридических факультетах их учится как минимум столько же, сколько мужчин.

Наконец, женщины и живут дольше, чем мужчины, и это не ново. В целом разрыв в средней продолжительности жизни между мужчинами и женщинами составляет пять лет – для мужчин это 76 лет, а для женщин 81 год. Таким образом, как группа населения мужчины уступают женщинам во всех важнейших областях – состоянии здоровья, образовании и

продолжительности жизни. Единственное, в чем мужчины по-прежнему впереди, – имущественное положение (особенно когда речь идет о многомиллионных состояниях), но и это справедливо в основном для старших поколений. Разница в оплате труда молодежи сокращается, и налоговая статистика показывает, что в больших городах женщины в возрасте под 30 зарабатывают столько же, сколько их коллеги-мужчины.

Я присутствовал на лекции специалистки по гендерным аспектам медицины Мариан Легато, написавшей книгу «Почему мужчины умирают раньше: Как увеличить продолжительность своей жизни» (Why Men Die First: How to Lengthen Your Lifespan). Она приходит к выводу, что, несмотря на многочисленные преимущества своего положения в прошлом, сегодня мужчины в большой беде. Она полагает, что причиной тому особенности эволюции мужчин на протяжении тысячелетий и что сейчас они более, чем когда-либо прежде, уязвимы перед лицом «биологических и социальных» угроз.

Черты поведения и привычки, подобавшие мужчине в более опасные эпохи, оказываются не слишком полезны в информационную эру. Готовность к рискованным поступкам, самолюбие и склонность быстро переключать внимание выручали мужчин во все времена, от каменного века и до окончания Второй мировой войны. Сегодня подобные вещи скорее мешают. Преследование дикого кабана и изучение статей в «Википедии» требуют совершенно разных навыков.

К эволюционным теориям можно относиться по-разному, но сегодняшняя статистика подтверждает выводы доктора Легато. Действительно, различия становятся все заметнее, и это явление характерно не только для США. В развивающихся странах, например в Индии, женщины в целом считаются лучшими сотрудниками, чем мужчины, которые труднообучаемы, не прислушиваются к окружающим и чаще увольняются. Если дела обстоят именно так, то с наступлением информационной эры по всему земному шару огромное число мужчин может оказаться не у дел.

В современном обществе принято рассчитывать на мужчин как на добытчиков и защитников, от них скорее ждут эффективности, практичности и надежности, а не коммуникабельности. Однако с появлением социальных медиа культура стала в большей степени ориентирована на общение, и это заставляет отдельных мужчин чувствовать себя лишними людьми. В социальных сетях, например в Facebook, доминируют женщины, и сегодня единственным сообществом (не считая порносайтов), где большинство составляют мужчины, является

Xbox Live, причем разрыв сокращается и там. Научные данные свидетельствуют о том, что люди, поддерживающие тесные связи с друзьями и знакомыми, испытывают меньше проблем с физическим и психологическим здоровьем, а социальная изоляция связана с риском серьезных заболеваний, например болезни Альцгеймера, диабета, гипертонии, кардиомиопатии и даже рака. Люди с прочными социальными связями живут дольше и более коммуникабельны. В опросе, который проводила психолог Найоб Уэй, 85 % респондентов из числа молодых мужчин сообщили, что хотели завести близких друзей, особенно в позднем подростковом возрасте, но с трудом находили тех, кому могли бы довериться.

Проблемы у мужчин начинаются еще в детстве. В большинстве школ учеба становится все сложнее уже в младших классах, а мальчики не отличаются усидчивостью. Вероятность попадания в отстающие в полтора раза выше у восьмиклассников, чем у восьмиклассниц; мальчики составляют 67 % обучающихся по специальным образовательным программам; они же составляют 71 % учеников, временно отстраняемых от занятий. К моменту перехода в школу старшей ступени влияние сверстников убеждает многих мальчиков в том, что в академических успехах нет ничего прикольного.

Так что если эти долгосрочные тренды сохранятся, то продолжится и выдвижение женщин на передовые позиции, причем не только в учебе и на работе, но и в экономической жизни. Как потребители они будут больше влиять на все важнейшие отрасли, от здравоохранения и жилищного строительства до технологий и инвестиционного планирования. Женщины уже составляют большинство покупателей автомобилей, и в ближайшие 15 лет долгосрочные эффекты от углубления гендерных диспропорций и выравнивания оплаты труда откроют перед ними новые огромные возможности в самых разнообразных секторах потребительского рынка.

Микротренд парней не при делах очень во многом завязан на деньги, равно как и на классовую и расовую принадлежность. Состоятельные американские мужчины догоняют женщин по средней продолжительности жизни; белые мужчины живут дольше цветных. Слабым здоровьем отличаются в первую очередь американцы из бедных слоев населения. Недавно Национальное бюро экономических исследований выпустило прогноз, согласно которому продолжительность жизни мужчин «в возрасте 50 лет из двух высших квинтилей дохода возрастет на 7–8 лет для контингента родившихся в 1960 г. по сравнению с родившимися в 1930 г., но в то же время почти не возрастет для принадлежащих к двум низшим

квинтилям мужчин той же возрастной группы». Это влечет последствия и для системы социального обеспечения: если дольше живут только богатые, то мужчины в целом получают меньше социальных благ, что делает менее прогрессивной всю программу.

Социальные издержки, связанные с парнями не при делах, будут ложиться все более тяжелым бременем на общество и государственный бюджет. Десятилетие спустя после Великой рецессии федеральные и местные власти по-прежнему с трудом находят деньги на образование для заключенных, профессиональное обучение и переподготовку и прочие меры помощи парням не при делах. Хотя на нужды школ направляются огромные деньги, неясно, будет ли какая-то часть из них расходоваться на помощь испытывающим проблемы мальчикам. Если не принять действенных целенаправленных мер, отставание мужчин усугубится.

В этой связи весьма вероятно, что лучшая успеваемость девочек скоро будет считаться таким же «естественным» явлением, как большая продолжительность жизни женщин. Как указывает доктор Легато, гендерные различия в продолжительности жизни существовали не всегда: в 1900 г. она составляла примерно 47 лет и для женщин, и для мужчин. Расхождения стали проявляться лишь с увеличением средней продолжительности жизни. Вероятно, их можно минимизировать, направив на это определенные усилия, в том числе со стороны науки.

В том, что касается культуры и взглядов на отношения, стандартный образ парня не при делах будет и впредь пронизывать массовую культуру. Исходя из того, о чем шла речь в предыдущих главах, такие мужчины вполне могут становиться мужьями на вторых ролях или оставаться вечными холостяками. Что касается жилья, то существует вероятность, что в США последуют примеру Италии с ее феноменом *tammoni* – взрослых мужчин, живущих у родителей. В Италии под одной крышей с родителями живет больше половины мужчин в возрасте от 25 до 35 лет.

Хотя на дополнительные занятия при подготовке к экзаменам американцы официально тратят от \$1 млрд до \$4 млрд в год, существует крайне мало специальных программ, призванных помочь сократить гендерный разрыв в школьной и университетской успеваемости. Точно так же, как нет политических сил, которые призывали бы финансировать научные исследования загадочного явления – инфаркты у мужчин случаются в два раза чаще, чем у женщин. В политическом плане многие парни не при делах продолжают перемещаться в сторону популистского бунта. На фоне процветания остальных они чувствуют, что им все труднее преуспевать в Америке – из-за иммигрантов, международной торговли и

того, что социальную помощь оказывают кому угодно, только не им. Даже если все это по большей части попытка перевести стрелки, а не истинные причины, президент Трамп пользуется полной поддержкой таких мужчин, и так будет до тех пор, пока Демократическая партия не начнет уделять этой группе населения самое серьезное внимание.

Парни не при делах стоят перед лицом большего числа аварий со смертельным исходом, сужения поля возможностей в образовании, сокращения доходов, безработицы, алкоголизма, наркомании, избыточного веса, снижения политического влияния, увеличения частоты инфарктов и сокращения продолжительности жизни. И у них стало меньше политической власти, поскольку голосуют они реже и не так часто проявляют политическую активность. Не принимая всерьез это явление, мы можем загнать огромное количество мужчин в еще более глубокую яму, из которой им не выбраться.

## **11. На десятом десятке**

В следующей версии «Микротрендов» мы, наверное, будем писать уже о тех, кому перевалило за 100 лет. Но сегодня новой демографической группой взрывного роста являются люди в возрасте старше 90 лет, то есть находящиеся на десятом десятке. Согласно последней переписи населения, сегодня в Америке насчитывается примерно 2,5 млн человек старше 90 лет, что на 720 000 больше, чем в 1980 г.

При современном уровне развития медицины человек, которому стукнуло 80, доживет до 90 лет с вероятностью 30 %. Примерно такие же шансы и у тех, кто сейчас появляется на свет. В недавнем отчете британского министерства труда и пенсионного обеспечения говорилось, что шансы девочек, родившихся в Великобритании в 2011 г., дожить до 100 лет составляют один к трем, а мальчиков – один к четырем. Можно сравнить это с ситуацией родившихся в 1930 г. – для них такая вероятность составляет лишь 3 %.

Наиболее важными факторами, обусловившими этот тренд, являются сокращение числа курящих, рост популярности фитнеса и более регулярное прохождение медицинских обследований, позволяющих выявить возможные проблемы на ранней стадии. Предотвращению безвременных смертей способствовало также отсутствие войн, глобальных эпидемий и прочих катастроф. Демографы ожидают, что к 2050 г. численность группы населения «за 90» превысит 10 млн человек. Но в

демократическом обществе те, чей возраст перевалил за девятый десяток, будут по-прежнему обеспечивать перевес пожилых во властной иерархии.

В 2010 г. Бюро переписи населения США сообщало в своем отчете, что доходы людей старше 90 лет почти наполовину состоят из социальных пособий, а 20 % из них живут в домах престарелых. Простой рост численности этой группы потребует 2 млн дополнительных мест в домах престарелых, где сегодня находятся 1,3 млн человек. Примерно 40 % людей старше 90 лет живут отдельно, а еще 40 % – с ближайшими родственниками.

По данным того же отчета, 74 % достигших девяностолетнего возраста составляли женщины, в большинстве своем вдовы. Учитывая, что богатые живут в целом намного лучше, а также амортизацию активов (не надо забывать, что, по оценке журнала *Forbes*, инвестированный в 1935 г. \$1 млн сегодня равен \$2,8 млрд) вполне вероятно возрождение социальной прослойки вдовствующих богатых дам. За ними будут всячески увиваться седеющие холостяки, особенно в случае, если государство отменит налог на наследство. А поскольку мужской части населения не свойственна усиленная забота о своем здоровье, нет оснований полагать, что в обозримом будущем гендерный разрыв в среде долгоживущих сократится.

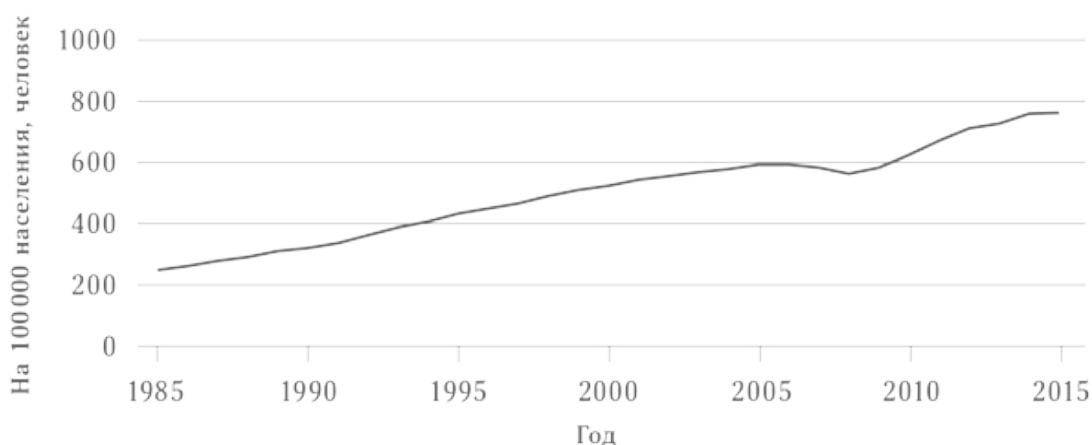
Наша система пенсионного обеспечения предполагает уход на покой в возрасте 65 или 67 лет, и поэтому те, кому за 90, получают почти вдвое больше социальных благ, чем те, кто уходит из жизни в среднем возрасте дожития. Это значительно усугубит кризис системы социального обеспечения, если ее не реформируют или если не произойдет резкий рост производительности труда благодаря роботам и технологиям.

Жизнь в возрасте за 90 способна быть и пугающей, и приятной. Ужас состоит в том, что каждый новый день может оказаться последним. Но оказывается, что большинство достигших такого возраста вполне довольны своей жизнью. Опросы, проведенные в Великобритании, показали, что, невзирая на разного рода немощи, те, кому за 90, демонстрируют меньше признаков депрессии, чем люди на четвертом, пятом и шестом десятке.

Соединенные Штаты – не единственная страна, где тех, чей возраст перевалил за девятый десяток, становится больше. По данным Национального статистического управления Великобритании, численность населения в возрасте 90 и более лет достигает около 1 % населения страны. В 2015 г. британцев старше 90 лет насчитывалось более полумиллиона, что намного больше, чем в 1985 г., когда их было чуть менее 200 000. Швеция прогнозирует, что к 2040 г. 8 % ее населения будут составлять люди старше 80 лет.

Сочетание бюджетного дефицита, быстро растущей численности пожилых людей и молодежи, которая дольше учится и не торопится пополнять ряды работающих, может оказаться гремучей смесью. По прогнозам, в ближайшие десятилетия в Евросоюзе на одного человека в возрасте старше 65 лет будет приходиться уже один-два в работоспособном возрасте, а не четверо, как сейчас. При прогнозируемом росте ВВП стран – членов Евросоюза на 4,75 процентных пункта к 2060 г. общая занятость сократится на 19 млн рабочих мест. Это означает, что работающей части населения придется работать дольше и платить больше налогов, чтобы поддерживать системы социального обеспечения, здравоохранения, ухода за престарелыми и пенсионные фонды.

**Рис. 11.1. Население Великобритании в возрасте старше 90 лет, 1985–2015 гг.**



Source: U.K. Office of National Statistics

Существует только два способа избежать надвигающегося кризиса, при котором молодые будут работать вместо стариков. Первый – увеличение иммиграции, обеспечивающей развитые страны молодыми работниками (никто не уезжает на заработки из Перу в возрасте 85 лет) и в долгосрочной перспективе способствующей экономическому росту. Второй связан с развитием технологий и резким повышением производительности труда. Главными бенефициарами замены все большего числа молодых работников роботами будут те, кто принадлежит к возрастной группе «за 90». Возможно, как считает Билл Гейтс, понадобится ввести новые налоги на роботов, но взлет производительности труда – один из немногих способов обеспечить экономический рост и продолжить заботиться о



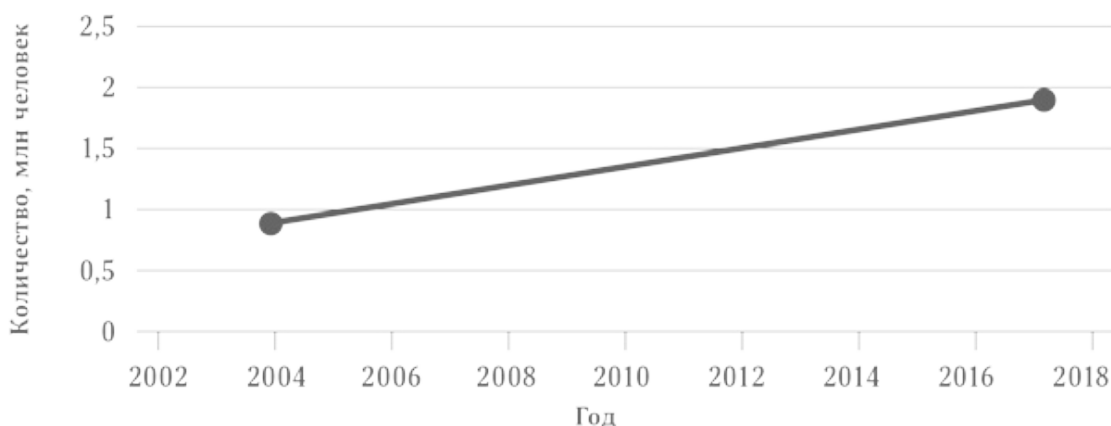
престарелых гражданах.

В США, Японии и ЕС растет процент пенсионеров. Все эти страны обеспечены мощными, хорошо обученными и в высшей степени компетентными трудовыми ресурсами, и им придется пересматривать системы пенсионных накоплений и практику досрочного выхода на пенсию. Можно прогнозировать изменения в общей картине занятости. Вероятно, люди куда чаще будут работать до более преклонного возраста, скажем 70 лет.

Сегодняшние пожилые необыкновенно хорошо образованны. Согласно последним данным, более продуктивные работники остаются в числе занятых дольше, чем менее продуктивные. Факты подтверждают, что работники в возрасте между 60 и 74 годами в целом продуктивнее, чем более молодые. Если они будут работать дольше, можно рассчитывать на изменения в критериях нетрудоспособности, позволяющие организациям дольше сохранять в своих рядах активных пожилых людей. В Японии уже создана система из 1300 «серебряных центров» трудоустройства для тех, кому за 60.

В Японии любят шутить, что в стране больше взрослых в памперсах, чем младенцев. Но в этом нет ничего смешного. В 2017 г. число японцев в возрасте 90 и более лет впервые превысило 2 млн. Сегодня те, кому за 90 и за 100, составляют уже 1,6 % от общего числа населения страны. Это деформирует обычную модель совместного проживания разных поколений семьи, поскольку трем поколениям уместиться под одной крышей крайне проблематично, особенно когда два поколения уже ушли на покой. Японцы впервые в своей истории начинают строить дома престарелых. Несмотря на предубежденность японцев по отношению к тому, что называется у них «социальной госпитализацией», министерство здравоохранения, труда и социального обеспечения страны заявляет, что к 2025 г. системе домов престарелых и здравоохранения потребуется дополнительно 1 млн работников.

Рис. 11.2. Население Японии в возрасте 90 и более лет, 2004–2017 гг.



Источник: The Independent, по японским официальным данным

Приятным сюрпризом в этой сфере стали доступные технологические системы, облегчающие жизнь всем. Примером может служить Европа, где одним из приоритетов развития информационных и коммуникационных технологий стала «простота доступа» к ним для пожилых людей. Смартфоны оснащаются крупными иконками и упрощенными функциями электронной почты и камер (я бы сказал, что это на пользу не только старикам). В игру вступили даже автопроизводители. Не так давно фирма Toyota представила робота, помогающего пожилым людям доставать и переносить вещи.

Забавно, что именно разменявшие десятый десяток вдохновляют компании на продвинутое решения в области роботизации и становятся движущей силой развития некоторых из самых прогрессивных технологий. Намного продвинулись в развитии роботы-гериатры: они способны наблюдать за состоянием пациента с помощью сенсорных датчиков и камер, тренировать его умственные способности, сообщать информацию врачам, напоминать старикам о важных вещах, например о необходимости принять лекарства или посетить медучреждение, и проводить регулярное (вплоть до ежедневного) медицинское тестирование. Роботы-гериатры могут даже становиться компаньонами для тех, кто чувствует себя одиноко, и помогать людям передвигаться. В японских больницах наряду с роботами-медсестрами начинают появляться гибридные «конечности», помогающие престарелым пациентам вставать и сохранять устойчивость. Прогресс будет открывать перед нами все новые возможности –

достаточно представить себе свободу, которую получают люди в возрасте за 90 с превращением беспилотных автомобилей в элемент реальной действительности.

Полезьа от стареющего населения не ограничивается достижениями в области медицины и технологий. Посмотрите на районы, где селятся пожилые, и вы увидите более ухоженные и лучше освещенные улицы, больше продуктовых рынков, кофейни и рестораны, которые открываются пораньше, чтобы обслужить рано встающих стариков, и торговые центры, в которых эскалаторы движутся не так быстро, а надписи на указателях набраны крупным шрифтом. Можно рассчитывать, что сектор потребления, ориентированный на тех, кому за 90, продолжит свой рост.

Схожим образом, можно рассчитывать, что средняя продолжительность жизни в развитых странах в течение ближайших 50 лет будет расти и достигнет практически предельных значений. Все больше ребятишек смогут получать открытки и подарки не только от бабушек и дедушек, но и от прабабушек и прадедушек, а некоторые счастливицы – даже от прапрабабушек и прапрадедушек.

## 12. Детки на таблетках

Употребление рецептурных лекарственных средств резко возрастает в одной из групп американского населения – среди детей. Наверное, это положительное явление, поскольку так подрастающему поколению легче справиться с вызовами современного мира. Но тренд требует пристального наблюдения – нельзя позволить ему выйти из-под контроля и нанести вред детям.

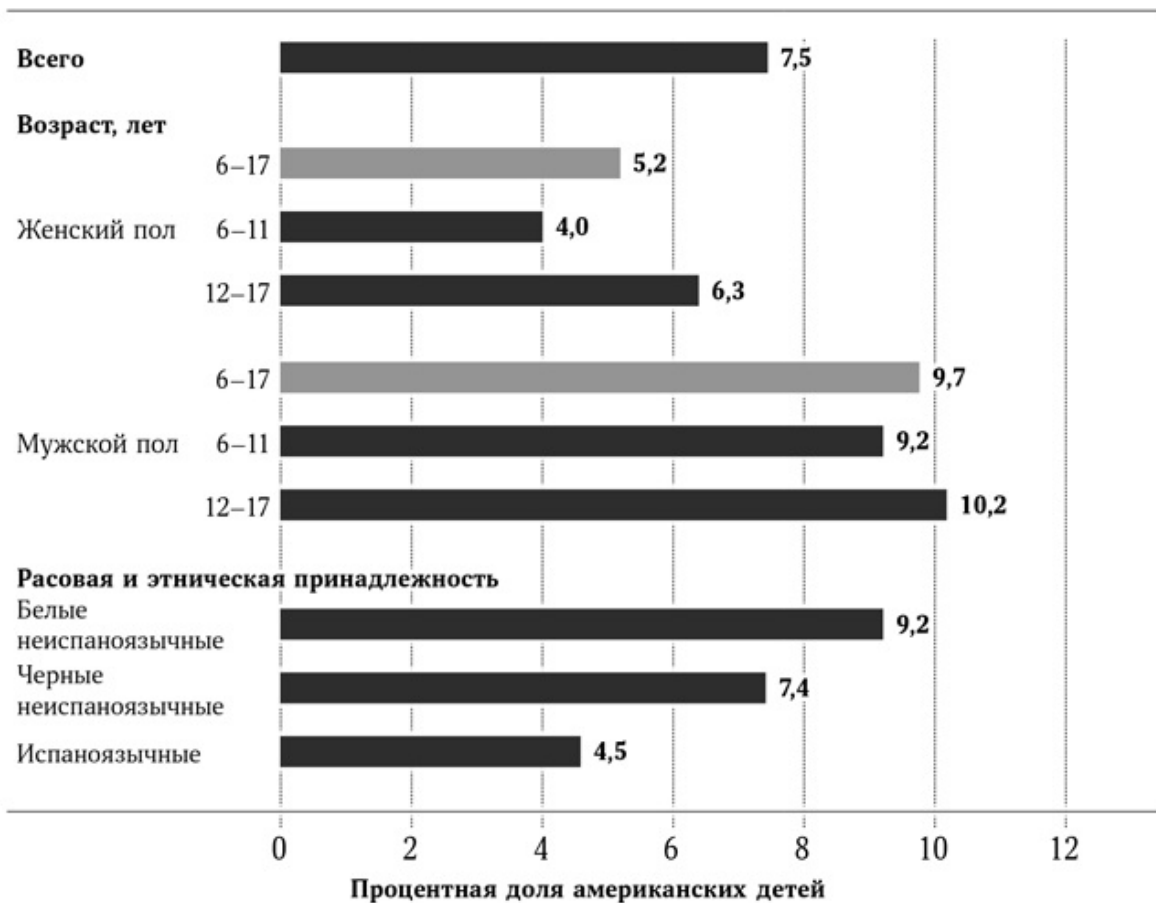
По мере развития системы медицинского страхования детям все чаще ставили диагнозы, при которых помогает медикаментозное лечение. За последние 20 лет частота выявления СДВГ (синдрома дефицита внимания и гиперактивности) у детей подскочила с 3–5 до почти 15 % (Frances, *Psychology Today*, May 23, 2016).

Некоторые считают, что этот рост связан с доступностью для американцев психиатрической и психологической помощи – действительно, во многих школах сейчас есть штатные психологи, к которым учащиеся могут обращаться еженедельно. Другие говорят о том, что требования, предъявляемые в наши дни к детям, так высоки, что помощь, позволяющая выдержать бесконечные часы корпения над математическими задачами, потребуется еще очень и очень многим. В любом случае отклонения все чаще диагностируются в раннем детстве, и их лечение обычно продолжается и в юности.

В Америке рецептурные лекарства, как правило, назначаются сразу же, а не в крайних случаях. В результате в наши дни американские дети принимают столько же таблеток, сколько и их родители. По данным центров контроля и профилактики заболеваний, число американских детишек, которым назначается медикаментозное лечение в связи с СДВГ, резко возрастает: в 2003 г. такой диагноз был поставлен 7,8 % детей, а в 2014 г. его получили уже 11 % детей и подростков в возрасте от 4 до 17 лет. Рынок этих медикаментов также на подъеме: в отчете исследовательской компании IBISWorld прогнозируется, что к 2020 г. объем продаж лекарственных средств, назначаемых в связи с СДВГ, достигнет \$17,5 млрд. В 1978 г. СДВГ определяли как «синдром детской гиперактивности», характерный в основном для маленьких детей и встречающийся только у одного ребенка из тысячи. С тех пор произошел чуть ли не стократный рост заболеваемости. Одни врачи считают, что виной этому факторы внешней среды, другие связывают его с генетикой.

Одни говорят, что главная причина в растущих нагрузках, другие – что в недостатке сна. А есть те, кто возлагает ответственность на воспитание в семье, указывая, что работающие родители просто не замечают изменений в поведении детей.

**Рис. 12.1. Доля американских детей, принимавших рецептурные медикаменты в связи с эмоциональными или поведенческими отклонениями за предыдущие шесть месяцев, в распределении по возрастным группам, 2011–2012 гг.**



*Источник: центры контроля и профилактики заболеваний*

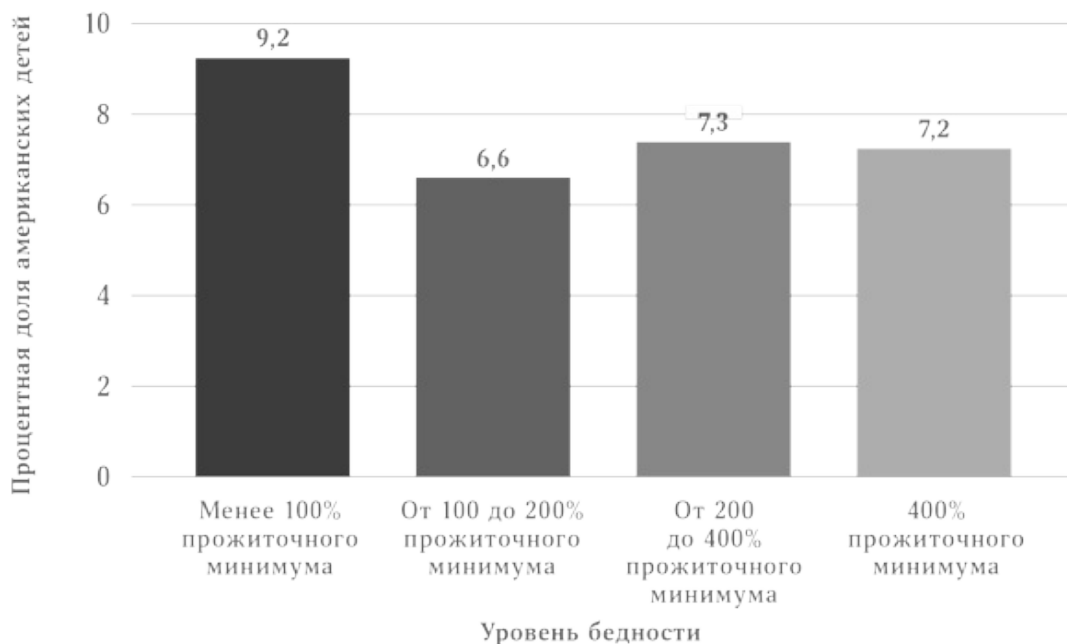
Сегодня в Америке больше детей работающих родителей, чем когда-либо прежде. А в детских дошкольных учреждениях не очень хотят разбираться с плохим поведением детишек, которые портят настроение всем остальным в группе. Вместо того чтобы потратить время на

обследование ребенка, провести соответствующее тестирование, опросить педагогов и сотрудников детского сада, родители и врачи принимают простое и быстрое решение: посадить ребенка на лекарства, хотя бы временно. Лучше поскорее успокоить его, чем рисковать отказом детского учреждения принимать ребенка. Но временное часто становится постоянным.

Свою роль играет и одержимость американцев образованием. В нашем обществе у любого ребенка есть все возможности получить как минимум четырехлетнее университетское образование. Погоня за успехом начинается с трехлетнего возраста. Ваш ребенок не знает алфавит? Похоже, у него проблемы. Существуют летние лагеря, в которых детсадовцев учат чтению, восьмиклассники овладевают высшей математикой, а школьников-спортсменов готовят к поступлению в университеты. Отставать нельзя. Трудно приходится и родителям, и детям. Однако средняя численность детей в школьном классе не снижается, а возрастает, и часто среди них есть дети с особенностями развития. В 1991 г. в американское законодательство об образовании были внесены изменения, учитывающие потребности детей с СДВ и СДВГ. Наличие специальных образовательных услуг сделало постановку диагноза проблемным детям привлекательной и для родителей, и для учителей. Учителя перегружены, им мало платят, и эмоциональные вспышки учеников им совершенно ни к чему. Медикаментозное лечение помогает исправить ситуацию, хотя дети все равно отвлекаются на айфоны, компьютеры, видеоигры и социальные сети.

Мы привычно считаем, что виной всему влияние общества и факторов внешней среды, хотя на самом деле сегодня американские психиатры знают о человеческом мозге намного больше, чем 20 лет назад. Специалисты гораздо лучше понимают причины поведенческих и эмоциональных проблем, а симптомы стали более определенными. Но все же многое остается неясным, а диагностика пока не так точна, как обычные анализы или рентгеновские исследования. Поэтому во многих случаях лекарства детям прописывают методом проб и ошибок.

Рис. 12.2. Доля американских детей, принимавших рецептурные медикаменты в связи с эмоциональными или поведенческими отклонениями за предыдущие шесть месяцев, в распределении по уровню бедности, 2011–2012 гг.



Источник: центры контроля и профилактики заболеваний

Изначально я предполагал, что сажают детей на таблетки преимущественно в состоятельных семьях, но это происходит уже давно. Исследовав вопрос, мы обнаружили, что на самом деле нынешний тренд деток на таблетках затрагивает в основном детишек из менее зажиточных слоев населения и из сельской местности, получающих медикаментозное лечение рецептурными препаратами. За период между 1998 и 2013 гг. количество диагнозов «СДВГ» среди детей бедноты возросло на 73 %, тогда как рост аналогичного показателя среди детей из семей, не относящихся к бедным, составил лишь 35 %.

По данным центров контроля и профилактики заболеваний, «рецептурные лекарства назначались в связи с эмоциональными или поведенческими проблемами большему проценту детей, застрахованных по программе Medicaid или программе медицинского страхования детей, чем детей без медицинской страховки или застрахованных в частном

порядке», а также «медикаментозное лечение рецептурными лекарствами назначалось большему проценту детей из семей с доходами, менее чем на 100 % соответствующими прожиточному минимуму, и меньшему проценту детей из семей с доходами, составляющими от 100 до 200 % от прожиточного минимума».

Лекарства используются в качестве первого средства против поведенческих проблем как из-за низкой доступности когнитивно-поведенческой терапии (которая недостаточно широко распространена, затратна и требует много времени), так и из-за страха исключения из школы. Ряд школ придерживается принципа нулевой терпимости по отношению к вызывающему поведению или скандалам, и для детей из бедных семей, не принимающих таблетки, угроза исключения вполне реальна.

Рост распространенности медикаментозного лечения затрагивает все возрастные группы. Рецептурные лекарства в связи с эмоциональными или поведенческими нарушениями прописывают более чем 9 % юных американцев в возрасте от 6 до 17 лет. Такие же лекарственные средства прописывают более чем 7 % черных американских детишек и 4,5 % испаноязычных. Это очень высокие показатели – почти каждый десятый белый американский ребенок принимает рецептурные лекарства.

В основном американских подростков лечат от какого-то одного из двух основных заболеваний: депрессии или проблем с концентрацией внимания. По данным центров контроля и профилактики заболеваний, психотропные средства принимают примерно 6 % населения страны в возрасте от 12 до 19 лет, а более 3 % всех подростков лечится от синдрома дефицита внимания. Американские подростки-мальчики с большей вероятностью сидят на лекарствах в связи с СДВГ, чем подростки-девочки, – 4,2 и 3,2 % соответственно. Лишь немногим более половины (53,3 %) этих тинейджеров посещали за последний год специалистов по психическому здоровью. Тренд состоит в том, чтобы полностью полагаться на лекарства.

Лекарствами пичкают также младенцев и детишек ясельного возраста, хотя для них, как и для детей постарше, нет стандартных процедур оценки состояния. На недавнем симпозиуме в Картеровском центре упоминались данные центров контроля и профилактики заболеваний, согласно которым «не менее 10 000 детей ясельного возраста получают психостимуляторы, например метилфенидат (риталин)», а число американцев моложе 18, регулярно принимающих психостимуляторы, возросло пятикратно. В самом разгаре очередная лекарственная эпидемия.



Еще большее беспокойство вызывают нейролептические средства, прием которых за тот же период увеличился в шесть раз, о чем сообщает Национальный центр медицинской статистики. Цифры растут с пугающей скоростью: в недавней статье в *The New York Times* сообщалось, что «по данным компании IMS Health, в 2014 г. детям не старше двух лет было выписано почти 20 000 рецептов на рисперидон (известный как риспердал), кветиапин (сероквель) и прочие нейролептики, что на 50 % больше, чем за предыдущий аналогичный период. Всего за один год для этой возрастной группы было выписано на 23 % больше рецептов на антидепрессант флуоксетин (прозак) – примерно 83 000».

Кроме того, огромное число американских деток на таблетках злоупотребляет этими лекарствами. По данным факультета здравоохранения Университета Джонса Хопкинса, «резко возросло» количество обращений в отделения экстренной медицинской помощи в связи с передозировкой популярного стимулирующего средства (применяемого при СДВГ) риталина. Его употребляют, чтобы взбодриться и справиться с учебными нагрузками. Чем доступнее рецепты и слабее контроль, тем больше может стать несчастных случаев, связанных со злоупотреблением лекарствами подобного рода. Отношение к увлечению рецептурными препаратами стало также намного более либеральным. Изучавшие отношение американских подростков к злоупотреблению медикаментами ученые отмечали, что «предрассудков в отношении психических заболеваний становится меньше» и что наблюдается «рост немедицинского потребления медикаментов психиатрического назначения».

В том, что касается американской семьи, феномен деток на таблетках влияет на отношения детей и родителей, причем, судя по всему, и в положительном, и в отрицательном смысле. С одной стороны, эти лекарства порой помогают детям с поведенческими проблемами лучше, чем традиционная психотерапия или обычные воспитательные меры, снижая уровень стресса и тревожности и возвращая покой родителям. Однако они способны также порождать зависимость, а готовность родителей сразу начать медикаментозное лечение (или последовать указаниям сделать это) не дает им изучить альтернативные методы.

Происходящее в большой степени связано с законом непредвиденных последствий. С расширением страхового покрытия, предоставляемого системой здравоохранения, психиатрическая помощь стала доступной большому количеству семей, и детей посадили на лекарства, без которых они вполне могли бы прожить. А это, в свою очередь, открыло

фармацевтическим компаниям новые рынки продаж.

Есть как минимум одна область, в которой тренд «детки на таблетках» способствовал улучшению жизни американцев, – дестигматизация психических расстройств. Когда детки на таблетках и их друзья без предрассудков относятся к антидепрессантам или откровенно обсуждают свои проблемы, постепенно исчезает ощущение изоляции, страха и неуверенности, сопутствующее многим психическим заболеваниям.

Рост числа деток на таблетках говорит очень многое о традиционной американской вере в чудодейственность лекарств. Она передалась и американской молодежи, и, хотя лечение некоторыми из этих препаратов идет обществу на пользу, оно может привести к и появлению нового поколения зависимых, даже притом что средства, применяемые при СДВГ, в принципе не вызывают зависимости. Чтобы полностью осознать влияние подобных трендов, требуется немалое время, но их нужно тщательно отслеживать, чтобы миллионы детей не оказались на неверном пути. В целом же многие из этих лекарств, особенно применяемые при СДВГ, помогают детям становиться более внимательными и усидчивыми и, если верить психиатрам, лучше адаптироваться к требованиям информационной эры. Остается надеяться, что психиатры не ошибаются.

## 13. Скороеды

Вы, наверное, помните, как мама говорила вам за ужином: «Не спеши!» – или советовала тщательно пережевывать еду и давать ей время перевариться. Ну что же, надо признать, что этот урок не пошел впрок. То, что начиналось в Америке с перекусов на скорую руку и автомобильных ресторанов в 1950-х, постепенно выросло в сети фастфуда вроде McDonald's и Burger King. Но в этих сетях хотя бы действительно готовили еду и жарили картофель во фритюре. Сегодня очень многое из того, что мы едим, является не «едой» в полном смысле этого слова, а заменителями пищи, которые можно поглощать мгновенно. Все больше и больше американцев быстро заглатывают свой ужин, чтобы подольше посидеть в интернете или за работой, а не с семьей или коллегами.

Скорость, с которой американец может получить еду, велика как никогда, и, как это ни удивительно, окна раздачи типа «МакАвто» уже перестали быть эталоном быстроты. Действительно, надо сесть в машину, доехать до ближайшего заведения, проехать мимо окошка выдачи заказов и вернуться домой – все это слишком долго. Скороеды предпочитают доставку. Стоит только кликнуть на иконку приложения (UberEATS, Seamless, Grubhub), и вам привезут что угодно. По требованию доставляют любую еду, а употребляют ее быстрее всего как раз те, у кого времени в избытке, – холостые и незамужние миллениалы. Эти скороеды отслеживают доставку на экранах своих телефонов, наблюдая за передвижением посыльного на велике по городским улицам, а потом заглатывают еду в один прием, оставляя кучу мусора.

Для таких скороедов понятие «время приема пищи» (да и понятие «пищи» как таковой) – полная бессмыслица. Поесть – все равно что заправить машину горючим: необходимость, на которую нужно тратить несколько минут примерно каждые четыре часа. Один из главных разработчиков Microsoft, известный стремлением максимизировать рабочее время, приносил в офис еду в коробке с несколькими отделениями. В каждом из них было строго определенное количество снеков, которыми он и питался на протяжении всего дня. Перерывы, обычная еда, завтрак, обед и ужин отсутствовали. Он не уникален. В наши дни лишь треть работающих американцев делает перерыв, чтобы пообедать.

По данным опроса на сайте CareerBuilder, 17 % руководителей компаний обедают едой из фастфудов, а 40 % приносят обед из дома.

Женщины еще менее склонны покидать рабочие места: 57 % опрошенных сказали, что приносят еду с собой. После того как в большинстве компаний отказались от отдельных обеденных залов для руководства, начальникам приходится либо обедать в окружении подчиненных, либо перекусывать на рабочем месте. В большинстве своем они предпочитают второй вариант.

Когда я работал с Биллом Гейтсом, он ел прямо на совещаниях, никогда не прерывая их на обед. Ровно в полдень появлялся помощник с белым пакетом для мистера Гейтса, в котором были два двойных чизбургера из McDonald's и большая порция картошки фри – его стандартное меню в течение многих лет.

В 2017 г. скороедение перешло на следующий этап – к продуктам вроде «Сойлента». Это детище еще одного одержимого производительностью труда программиста из Кремниевой долины. По заявлению его создателей, в одной бутылке «Сойлента», рассчитанной на пять приемов, содержатся все питательные вещества, необходимые для поддержания жизнедеятельности в течение суток. Это экстремальный пример готовности американцев жертвовать едой. Заменители пищи в виде коктейлей существуют уже давно, но сейчас их настойчиво предлагают и мужчинам. В предыдущие десятилетия целевой аудиторией напитков для похудения вроде SlimFast были женщины. SlimFast (с его выпуска начинал миллиардер Дэнни Абрахам) представляет собой смесь, которую следует употреблять в заранее отмеренных количествах дважды в день вместо обычной еды. Сейчас такие коктейли пьют, чтобы стать продуктивнее, а не чтобы похудеть, – не менее заманчивая перспектива.

В материалах для инвесторов компании Soylent сообщается, что «в первом квартале 2017 г. чистая прибыль компании почти удвоилась по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Линейка продуктов проделала путь от растворимого порошка (сегодня выпускаемого в версии 1.8) до готовых к употреблению жидких заменителей пищи в 2015 г., вкусовых добавок и прошлогоднего дебюта на Amazon Launchpad». Совсем недавно Soylent получила от жаждущих прибыли инвесторов очередные \$50 млн.

Сверхбыстрых суперфудов становится все больше, среди них, например, заменяющие пищу батончики. Если изначально они предназначались для похудения, подавления аппетита и контроля за объемом талии, то теперь их главная задача – снабдить человека достаточным количеством калорий, чтобы он успевал делать больше дел. Зачем садиться за обеденный стол, если можно воспользоваться тюремной пайкой в новом оформлении? Ладно, это все-таки сильно сказано – ни в

одной тюрьме не потерпят обеда в виде протеиновых батончиков. Но, как мы уже знаем из главы, посвященной «профессиональным протеинщикам», протеин в наши дни более чем актуален.

В Великобритании потребление энергетических батончиков растет еще быстрее, чем в Америке. За последние пять лет продажи продуктов для скороедов утроились и объем рынка достиг €137 млн. Протеиновые батончики в шоколаде никого особенно не интересуют – скороедам не нужно, чтобы предлагаемая им «еда» выглядела как десерт. Хотите верьте, хотите нет, но растут и продажи мясных батончиков – американцы опасаются, что злаковые содержат слишком много сахара и углеводов. Потребители отворачиваются от подобной продукции, и, как сообщает издание *Business Insider*, «по данным *The Wall Street Journal*, начиная с 2010 г. рост продаж шоколада ежегодно замедлялся, в то время как продажи продукции из злаков упали на 5 % за период с 2009 по 2014 г.». Тем не менее производство злаковых батончиков – по-прежнему огромный бизнес с множеством игроков, и изготовители углеводной продукции ожесточенно сопротивляются, выпуская все новые и новые сорта батончиков, не содержащих белка. В 2015 г. на рынке присутствовали 1012 сортов питательных батончиков, тогда как в 2014-м их было 226.

Даже готовка превратилась у скороедов в удобный, быстрый, поэтапно расписанный процесс, почти ничем не напоминающий приготовления к трапезе. Достаточно посмотреть на рынок доставки продуктов с рецептами и такие сервисы, как HelloFresh или Blue Apron. Годовой объем продаж последней компании возрос с \$80 млн в 2014 г. до почти \$800 млн в 2016 г., хотя затем темпы ее роста несколько замедлились. Услуги Blue Apron и схожих компаний, которые доставляют на дом все необходимое для того, чтобы в два счета приготовить какое-то блюдо, активно рекламируются в подкастах, ориентированных на миллениалов, и в прочих местах, где предположительно собираются скороеды. Однако те из них, кому еда нужна уже в готовом виде, могут вообще отказаться от готовки как таковой.

Влияние скороедов серьезно сказывается на рынке труда, в частности на том, что профессия официанта или официантки постепенно уходит в прошлое. По данным опросов Бюро переписи населения США, пик ее распространенности пришелся на 2012 г., когда в сфере обслуживания клиентов работали 3 086 000 человек. К 2015 г. их количество сократилось более чем на 130 000 человек. Численность буфетчиков также упала. Напротив, число поваров, мойщиков посуды и прочих работников кухни росло ежегодно, начиная с 2003 г. А количество сотрудников на сдельной

оплате, занятых в доставке еды, стремительно возрастает.

Однако скороедами становятся не все подряд. У каждого тренда есть своя противоположность, поэтому существует достаточное количество взрослых людей, которые обожают гурманские изыски – в диапазоне от говядины вагю до дизайнерской салатной зелени. Американские любители поесть со вкусом, готовые переплачивать за органические продукты, составляют основной контингент покупателей супермаркетов Whole Foods. Но они плывут против течения. В этом десятилетии перемены в культуре еды определяют скороеды. А поглощенная Amazon сеть Whole Foods реформатируется, чтобы стать проще, дешевле и быстрее. Похоже, что ее лучшие времена миновали. Джефф Безос купил Whole Foods, чтобы делать с ней то же, что он делает с газетой *The Washington Post*: свести всю ее деятельность к постоянной гонке за показателями эффективности и превратить в еще один Amazon Prime.

Скороеды – не только американцы. Париж, считающийся гастрономической столицей мира, захвачен сервисами доставки еды. Французская культура повседневности подразумевает обязательные посиделки в кафе с сигаретами и кофе и долгие трапезы. В таких городах, как Париж, многие крупнейшие компании предоставляют своим сотрудникам двухчасовой обеденный перерыв. Но все это меняется. За перемены отвечает гигантский сервис доставки еды Deliveroo. В Париже закрываются многие семейные кондитерские. Известные бренды продолжают торговать пирожными макарон, но многие заведения, у которых ничего не вышло с организацией собственной доставки, первыми поместили на своих витринах логотип UberEATS. Как сообщает издание *The Verge*, «бельгийский сервис доставки Take Eat Easy говорит о "двузначных показателях" ежемесячного роста выручки с момента запуска в Париже в октябре 2014 г., а по словам Uber, количество пользователей UberEATS еженедельно возрастает на треть».

Скороеды продолжают определять тренды ближайших лет, и дома будут готовить еще реже, отдавая предпочтение доставке готовых блюд. В конце концов, действительно, есть ли смысл тратить время на регулярные походы в магазин, планирование и готовку, если без этого можно обойтись? Рынок заменителей пищи, скорее всего, также продолжит расти, но по примеру продуктов вроде «Сойлента» они будут становиться еще более изощренными.

Однако стоит посмотреть и на обратную сторону этого выигрыша в эффективности. Скороеды получают дополнительно до трех часов в день. Они будут меньше общаться с окружающими и потреблять меньше

калорий, а на фоне падения продаж в супермаркетах практически вся торговля готовой едой переориентируется на доставку на дом с заказами в интернете, количество которых постоянно растет. А поскольку люди все меньше общаются вживую, будет падать и потребление алкоголя, что, в свою очередь, приведет к сокращению смертности на дорогах из-за езды в нетрезвом виде.

Означают ли все эти разговоры о продуктивности, что семейные ужины уйдут в прошлое? Возможно, дело кончится тем, что в американских семьях сохранится традиция к шести вечера собираться всем вместе, но каждый будет попивать свой «Сойлент» и смотреть в свой планшет, становясь все продуктивнее и все обособленнее.

## 14. Фанатики ЗОЖ

Старинная пословица гласит: «Невозможно быть чересчур богатым или чересчур худым». Но в наши дни можно стать чересчур «здоровым». Всеобщая одержимость экологически чистыми продуктами, свежесжатыми соками и очищением организма порождает микротренд фанатиков здорового образа жизни – американцев, настолько повернутых на всем здоровом, что это становится опасным. Производители всего здорового, представленные и в торговых центрах, и в сетевых супермаркетах, и в онлайн-торговле, наживаются на превращении людей в фанатиков ЗОЖ. И на фоне нашего стремления к постоянно ускользающей цели дожить до 100 лет это становится серьезной проблемой.

В наши дни американцы не просто сидят на диетах, они устраивают «детоксы» и «заряжаются энергией». Чтобы приспособиться к миру, пронизанному технологиями и живущему в головокружительном темпе, они толпами валят на занятия йогой и медитацией.

Все это начинается вполне невинно. Сначала человек попадает на лекцию или смотрит документальный фильм по Netflix, где ему рассказывают о вредных свойствах продуктов глубокой переработки, в которые специально обученные люди из секретных лабораторий добавляют создающие зависимость вещества. В результате он выкидывает все из холодильника и заполняет полки органической натуральной едой из супермаркета Whole Foods. На следующем этапе он узнает о существовании «Гербалайфа» или о том, что витамины – божественный эликсир. Без малейших раздумий он начинает заглатывать по 10–20 различных добавок ежедневно и чувствовать себя лучше – вполне возможно, что срабатывает эффект плацебо. После этого внимание фанатика ЗОЖ обращается к его жилищу. Кругом сплошная зараза. На место безнадежно устаревшей бытовой химии приходит продукция компании Seventh Generation, которая обещает: все, что человек надевает, делает, покупает и использует для уборки, будет полностью органическим и экологически безвредным. И так далее – по спирали.

В мир здорового образа жизни людей затягивает надежда хоть немного приблизиться к победе над заклятыми врагами человечества: смертью и страхом перед ней. Если контролировать, чем питаешься, что покупаешь и что попадает в твой организм, то, может быть, удастся оградить себя от главных тревог и выжить в мире хаоса и агрессии.



Может быть, стать «здоровее» – то есть жить лучше и дольше – получится, если в достаточных количествах употреблять в пищу капусту кале. Этого овоща за период между 2007 и 2012 гг. стали выращивать в два раза больше – один из примеров помешательства на здоровом образе жизни. Просто для сведения: на вкус капуста кале ужасна. Она всегда считалась третьесортным овощем, на который и смотреть не стоит, если вам не грозит голодная смерть. Да, действительно, помимо 89 % воды в нем содержатся кое-какие минералы и питательные вещества, но бóльшую их часть вы можете получить и со шпинатом, сознавая при этом, что питаетесь любимым овощем семейства Медичи. Во время тотального дефицита периода Второй мировой войны капуста кале пользовалась популярностью, потому что ее было дешево выращивать, но после войны о ней забыли вплоть до повторного открытия уже в наши дни.

Добавим к получившейся смеси известие от сайта про соковыжимание:

«Поздравляю! Вы внесли в свою жизнь несколько замечательных изменений. Осталось сделать последний шаг и задействовать план соковыжимания. Я твердо верю в то, что польза от соков – ключ к радости, бодрости и действительно крепкому здоровью. В других разделах нашей диеты об этом уже говорилось, но в силу огромной важности стоит повторить еще раз – подогревая пищу, можно погубить ценные и важные питательные микроэлементы».

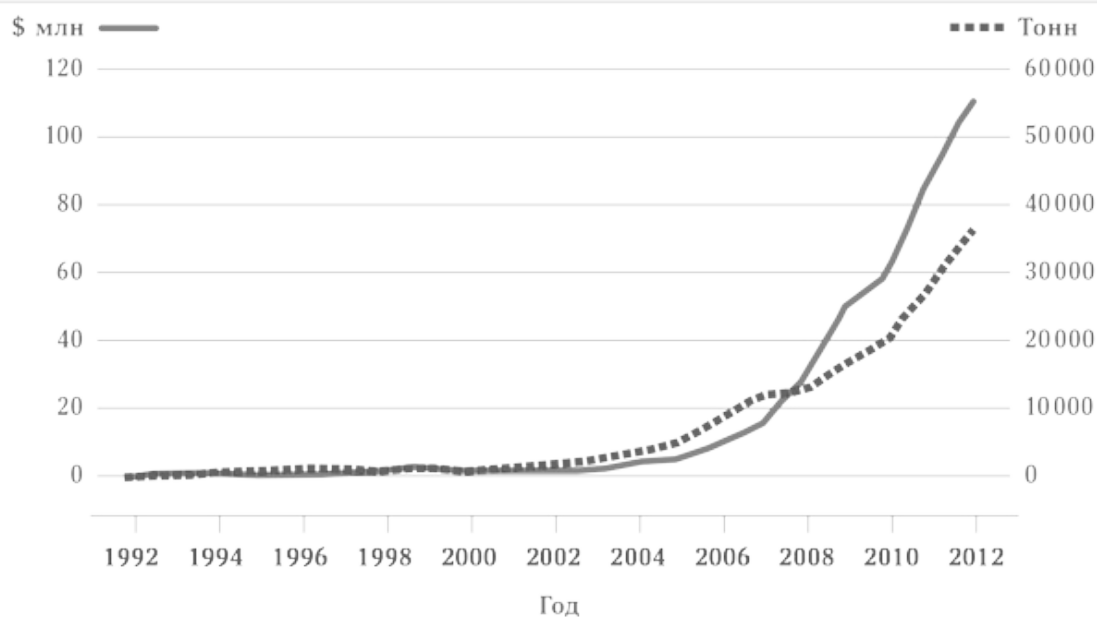
Так. Значит, разогревая овощи, вы их портили. Зато теперь вы можете превращать их в дурнопахнущие медицинские растворы и радоваться жизни. Соковыжимание может стать увлекательным делом, хотя одна порция овощей куда полезнее, чем литры сока.

Примерно в это же время многие обнаружили для себя прелести безглютенового питания и свели свой рацион к пище, не содержащей клейковины. Понятно, что для людей, страдающих целиакией (непереносимостью глютена), такие продукты могут быть настоящим спасением. Раньше считалось, что в США эта болезнь встречается у одного человека на 10 000, но в результате новейших исследований показатель возрос до одного человека из 100. Однако, по данным одного известного австралийского исследования, от глютена отказывается примерно в семь раз больше людей, чем страдает целиакией. Они считают, что безглютеновая еда для них полезнее. Может быть, глютензависимые патологии существуют, а может быть, и нет. Точные доказательства на этот счет отсутствуют.

В результате диета, которая очень помогает людям с вполне определенным заболеванием, стала популярной среди множества

помешанных на здоровье потребителей, готовых следовать любой настойчиво рекламируемой моде. Хотя на первый взгляд ничего страшного в этом нет, на самом деле эффект может оказаться обратным: безглютеновые продукты, как правило, уступают по вкусу обычным, поэтому производители напичкивают их сахарами и часто используют более калорийные по сравнению с пшеничной виды муки. Те, кто посадил себя на диету самостоятельно, не посоветовавшись с врачом, запросто могут поглощать калории и сахара в повышенных количествах.

Рис. 14.1. Экспорт киноа из Боливии, Эквадора и Перу, 1992–2012 гг.



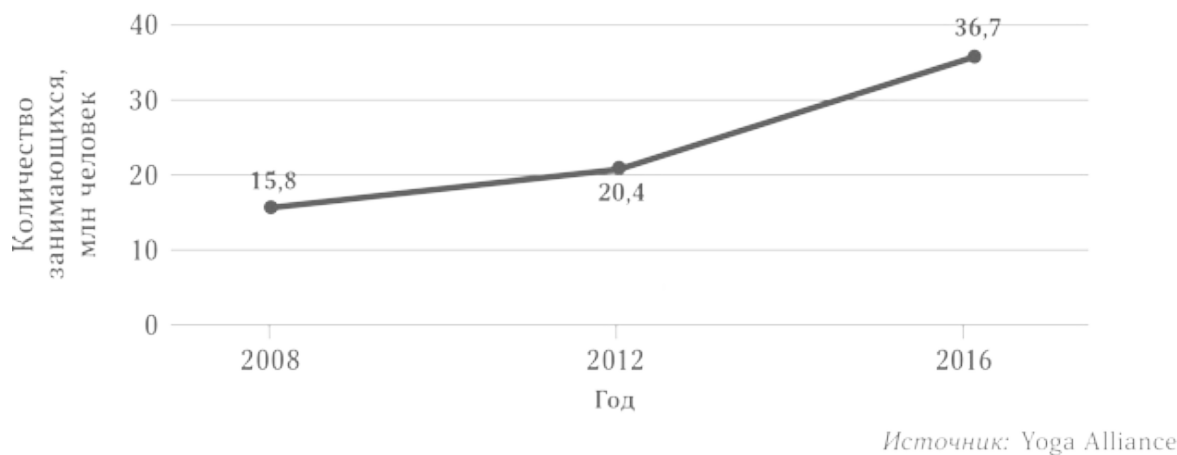
Источник: ФАО ООН

Эти поветрия возвели на пьедестал один из безглютеновых злаков – киноа. Родина киноа – Анды, ничего другого там попросту не выращивают. На случай, если вы думаете, что это полностью натуральный продукт, знайте, что для производства крупы с зерна удаляют горькую несъедобную кожицу, которая защищает их от птиц и другой живности.

Постоянно появляются и исчезают прочие чудо-продукты. Чтобы покончить с заявлениями производителей изящно упакованного гранатового сока РОМ о его умопомрачительной пользе для здоровья, потребовалось вмешательство Федеральной торговой комиссии США. В пресс-релизе ФТК, выпущенном в 2013 г., сообщалось: «Комиссия

выпустила окончательный, не подлежащий обжалованию приказ, запрещающий торговцам РОМ делать любые заявления о том, что продукт питания, лекарство или пищевая добавка "эффективны для диагностики, лечения, смягчения последствий, терапии и профилактики любых болезней", в том числе сердечно-сосудистых заболеваний, рака простаты и импотенции, если такие заявления не подкреплены результатами двух рандомизированных контролируемых клинических испытаний на людях». Однако это не снизило темпы наступления граната. За период между 2007 и 2012 гг. количество плантаций граната в США удвоилось, хотя сейчас в связи с обострением конкуренции на мировом рынке некоторые фермеры сокращают его производство и переходят на другие культуры.

Рис. 14.2. Количество занимающихся йогой в Америке, 2008–2016 гг.



Микротренд фанатичного отношения к здоровому образу жизни идет рука об руку с увлечением медитацией и представлением о том, что, если следить за всем, что попадает в организм, можно стать не только более здоровым, но и более «просветленным». Йога, которая была уделом хиппи или поклонников восточной медицины, сегодня приобретает взрывную популярность. За период между 2008 и 2016 гг. число практикующих йогу американцев удвоилось, а количество посетивших хотя бы одно занятие йогой за последние шесть месяцев достигло 36 млн человек.

Все эти тренды слились воедино на сайте Goop, созданном актрисой Гвинет Пэлтроу, которую, по ее словам, вдохновила на здоровый образ жизни болезнь отца. Для фанатиков ЗОЖ этот сайт – как валерьянка для

кошки. Заработавшей многомиллионное состояние звезде уже нет необходимости выполнять указания режиссеров, и вместо этого она продвигает себя в качестве новоиспеченного гуру в вопросах здоровья и благополучия. Судя по тому, что не так давно Пэлтроу привлекла еще \$10 млн инвестиций на развитие интернет-магазина, у нее это получается. Сейчас она стала объектом критики – в частности, журнал *Skeptic* присудил сайту свою премию «Ржавая бритва» за псевдонаучность, например за рекомендацию помещать нефритовые шарики в интимные органы для повышения женской сексуальности. А NASA обрушилась на Гоор за его «биочастотные» наклейки, которые якобы создают «идеальную энергетическую волну», поскольку изготовлены из того же материала, что и космические скафандры.

К несчастью, некоторые заходят в своей одержимости здоровым образом жизни чересчур далеко. Все больше распространяется орторексия – заикленность человека на своем питании. Хотя этот закономерный результат тщательно разработанного маркетингового плана пока еще официально не признан болезнью, медики, в частности Сюзан Алберс из Кливлендской клиники, отмечают, что встречается это явление все чаще. Термин «орторексия» был введен американским доктором медицины Стивеном Братманом в 1997 г. Хотя Братман описал орторексию уже два десятилетия назад, похоже, что благодаря фанатикам ЗОЖ в наши дни она приобретает все большую известность. Страдал орторексией и сам Братман. Навязчивое старание исключить из своего рациона «вредные» продукты заставляло его чувствовать себя непохожим на остальных. Сначала Братман не считал орторексию диагнозом. Но со временем он пришел к выводу, что это «настоящее расстройство пищевого поведения», хотя и не признанное психиатрией официально.

Орторексия с ее болезненной постоянной бдительностью приводит к печальным последствиям не только в Америке. В Италии у родителей отняли и поместили в больницу младенца с серьезным истощением, которое стало результатом строгой диеты. Ограничение детского рациона всего несколькими видами пищи может приводить к нарушениям в развитии: так, кости одного двенадцатилетнего мальчика, которого родители держали на строгой диете, напоминали кости восьмидесятилетнего старика.

В журнале *Psychology Today* описано влияние, которое оказывают на детей привычки склонных к орторексии родителей. В статье под названием «Свихнувшиеся на еде: крайне озабоченные здоровьем дети» Мартина Картрайт пишет: «До недавнего времени было принято считать, что

орторексические отклонения в пищевом поведении свойственны только взрослым, однако и диетологи, и психиатры начинают отмечать у детей состояние, которое я называю "делегированная орторексия". Обычно это бывает связано с крайней степенью фиксации родителей на здоровом питании, которая влияет на вкусы детей. Многие дети начинают беспокоиться о своем питании во все более раннем возрасте вследствие попыток родителей использовать диету как средство профилактики или лечения гиперактивности, сердечно-сосудистых заболеваний и диабета».

Конечно, есть и еще одна группа – те, кто перебарщивает со спортом и преждевременно выводит из строя свои колени и прочие части тела. Обычно людям вполне хватает занятий в спортзале или пеших прогулок, но если физические нагрузки становятся средоточием жизненных интересов, то из средства помощи они превращаются в источник тревоги и ощущения собственного несовершенства. Избыточные тренировки могут приводить к таким болезням, как атлетическая анорексия и спортивная булимия.

Часто даже самые лучшие намерения приводят к нежелательным последствиям. Более здоровое питание, разумное количество физических нагрузок и забота о собственном организме, несомненно, способствуют долголетию. Притом что, как мы убедились, количество фанатичных приверженцев здорового образа жизни растет, а производство товаров для него выросло в отдельную бурно развивающуюся отрасль, потребление фруктов и овощей в США на самом деле сокращается, а не увеличивается. При помощи социальных медиа, новейших маркетинговых технологий и красивой байки можно раскрутить самый безвестный продукт или канал продаж и сорвать на этом огромный куш. Для некоторых людей понятия «умеренность» не существует, и из обычных потребителей пончиков они превращаются в самых рьяных поклонников безглютеновой пищи и сайтов типа Goop. А некоторые не останавливаются и на этом, и попытки улучшить качество своей жизни становятся новым источником стресса и тревоги, поскольку идеальное здоровье остается недостижимым.

## 15. Победившие рак

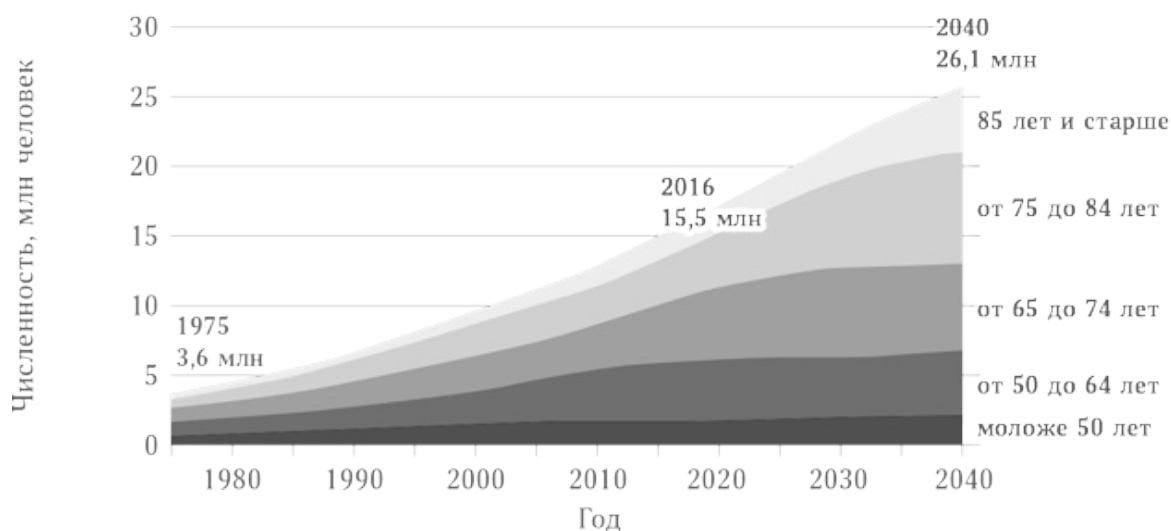
Сложно представить себе более ужасный момент, чем тот, когда доктор сообщает пациенту об онкологическом заболевании. «Немедленно улаживать все дела я бы не бросался, но и затягивать с этим не стал бы» – так сказал врач, рассказав мне о диагнозе: потенциально агрессивном раке.

Через пять лет мой онколог объявил, что с раком покончено. Я победил рак, и в этом отнюдь не одинок. В последние 30 лет люди живут дольше благодаря борьбе с сердечно-сосудистыми заболеваниями и курением. Но это означает также и рост числа выявленных онкологических заболеваний. Прогресс медицины и диагностика на ранней стадии позволяют большему количеству людей вылечиться. Но пережитый опыт, от диагноза до лечения, делает человека, победившего рак, не вполне похожим на себя прежнего.

В 1970-х гг. шансы на выздоровление ракового больного были ниже 50 %. Сейчас они значительно выше: по данным Американского онкологического общества, за пятилетний период доля выживших взрослых больных составляет 67 %. Но при этом прогнозируется, что к 2050 г. число людей с онкологическими диагнозами почти удвоится в связи со старением населения (Edwards et al., 2002) и диагностикой на ранних стадиях.

В 2008 г. в США насчитывалось 12 млн победивших рак, сегодня таких людей уже 16 млн. В Великобритании онкологических больных больше, чем вступающих в брак или заводящих первого ребенка (Parry et al., "Cancer Survivors: A Booming Population," 2011).

Рис. 15.1. Оценка и прогноз численности переживших онкологическое заболевание в США, 1975–2040 гг.



Источник: Cancer.gov

У переживших рак начинается новая жизнь, но появляется масса проблем. Статистика показывает, что этой группе населения требуется больше поддержки. По данным Национального анкетирования по вопросам здоровья, примерно «каждый четвертый из числа переживших рак сообщает о снижении качества жизни из-за ухудшившегося физического состояния, а каждый десятый – из-за проблем эмоционального характера». Рак пагубен для эмоций, финансов и отношений с окружающими.

Риск развода среди переживших рак выше. Иногда люди реагируют на болезнь и лечение супруга или супруги совершенно необъяснимым образом. Когда я работал с Хиллари Клинтон, журнал *National Enquirer* сообщил, что Джон Эдвардс, чья жена умирала от рака, завел роман с девушкой-видеооператором и у них родился ребенок. Тогда в это никто не поверил, историю сочли совершенно невероятной. Тем не менее позже оказалось, что все действительно так – кандидат в президенты изменял неизлечимо больной жене. В это трудно поверить, но в то же время нельзя назвать и совершенно нетипичным. Столкнувшись с болезнью близкого человека, одни поддерживают его во всем, а другие отталкивают, не в силах справиться со страхом возможной утраты.

Таким образом, рак способен раскрыть как лучшие, так и худшие качества наших близких. С ростом числа победивших болезнь стали появляться сети поддержки. Общественное движение «переживших»

зародилось в конце 1980-х гг. в виде организации «Национальная коалиция переживших рак» в США, а позже стало развиваться и в европейских странах. Сегодня эта организация – одна из многих существующих, в том числе и в Facebook. Есть даже Национальный день победивших рак, который отмечается в первое воскресенье июня.

Раком болеют в основном пожилые – 65 % переживших его находятся в возрасте старше 65 лет. Но примерно 10 % значительно моложе. Победа над раком часто достается им дорогой ценой. Многие из них проходят через обширные хирургические вмешательства, химиотерапию и лучевую терапию, которые, помимо прочих серьезных проблем, чреваты бесплодием.

В 1990-х гг. в центре внимания общественности оказались женские онкологические заболевания, особенно рак груди. Все началось с того, что шестидесятивосьмилетняя женщина по имени Шарлотта стала рассылать розовые ленточки с открыткой. Текст в ней гласил: «Годовой бюджет Национального института онкологии составляет \$1,8 млрд, из которых только 5 % направляются на профилактику рака. Ношение этой ленточки поможет разбудить законодателей и Америку в целом». Благодаря стараниям Фонда борьбы с раком молочной железы под руководством Сьюзен Комен и группы толковых пиарщиков легендарная розовая ленточка изменила не только отношение к болезни, но и представления общества о борьбе с ней. Упреждающие медицинские осмотры стали обычной практикой. Символизирующий предупреждение рака розовый цвет стал в наши дни символом более широкого движения за расширение прав женщин. Порозовение многих товаров в диапазоне от автомобилей до ручек может раздражать, но вряд ли кто-то будет против профилактики женских онкологических заболеваний. Кроме того, рак груди не так уж редко поражает мужчин.

Долгое время в авангарде борьбы с раком были женщины. Тем не менее каждый 39-й мужчина умирает от рака простаты, который является третьей по значимости причиной смерти американцев. Две еще более распространенные причины – это рак легкого и колоректальный рак. За последние годы появились и мужские общественные инициативы, направленные на более внимательное отношение к онкологическим заболеваниям. Одна из наиболее известных – Усабрь: ежегодно в течение ноября мужчины отказываются бриться, чтобы привлечь внимание к проблемам мужского здоровья, в частности к раку простаты и яичка. Участники движения называют себя «мо-бро», и их число неуклонно растет, причем не только в США. Новая традиция приобрела сторонников



в Ирландии, Канаде, Чехии, Дании, Сальвадоре, Испании, Великобритании, Израиле, Южной Африке и Тайване, а *Global Journal* включил Усабрь в число ста важнейших общественных инициатив мира.

В отличие от больных в других странах, например в Великобритании, когда дело касается рака, американцы сразу же готовы пойти на хирургическое вмешательство и хотят лечь на операцию как можно скорее. Они не любят занимать выжидательную позицию, даже несмотря на статистику, которая говорит, что при вялотекущем заболевании это может быть лучшим вариантом.

Частота хирургических вмешательств растет в тех областях, где курсового лечения может быть недостаточно. Анализ на простатический специфический антиген (ПСА) позволяет выявить признаки рака простаты задолго до перехода заболевания в неизлечимую фазу. Однако при этом многие мужчины перенесли операции, в которых, как выяснилось позже, не было необходимости, и врачебное сообщество выступило за снижение количества анализов. За период между 2006 и 2010 гг. число операций по поводу рака простаты в Великобритании возросло на 8 %. После пересмотра рекомендаций по профилактике количество операций по поводу рака простаты в США пошло на убыль. По данным исследования, опубликованного в *Journal of the American Medical Association*, «после принятия в 2012 г. целевых рекомендаций по профилактическим мероприятиям репрезентативная выборка статистики урологических хирургических вмешательств показала снижение количества биопсий предстательной железы и полной простатэктомии на 28,7 и 16,2 % соответственно».

Тревога не оставляет переживших рак даже после успешной операции или терапии. Подобно участникам программы по защите свидетелей, они живут в постоянном страхе. Рецидив – главное, чего боятся пережившие рак.

Пережившие рак представители нижних слоев общества, особенно этнических меньшинств, говорят об ухудшении качества своей жизни чаще, чем более состоятельные или принадлежащие к белому большинству (Burriss & Andrykowski, "Rural Cancer Survivors and Mental Health," 2010). По данным опроса 2010 г., победившие рак сельские жители больше жаловались на свое психологическое состояние – возможно, потому, что живут более обособленно или не получают помощь на том же уровне, что жители больших городов. Однако при этом суровом диагнозе такие психологические проблемы, как депрессия и тревожность, возникают

почти неизбежно и вне зависимости от места жительства человека.

Пережившие рак часто испытывают финансовые затруднения, особенно если и до этого едва сводили концы с концами. Молодежь, этнические меньшинства и представители низших слоев общества обычно тянут с лечением или пренебрегают им. Я мог продолжать работать, даже проходя 42-й курс терапии, причем об этом знали очень немногие. Другим везет не так сильно, и они теряют волосы от лучевой терапии и проходят через тяжелые хирургические операции.

Поддержка онкологических больных направлена в основном на лечение, а не на адаптацию к новой жизни после того, как болезнь побеждена. Со временем пережившие рак, возможно, перестанут делать из этого тайну и начнут обозначать данный факт, например, символом на страничке в Facebook или в подписи к электронным письмам. Подобные небольшие шаги послужат росту классового самосознания и позволят победившим рак связываться и общаться между собой.

Использование больших данных и искусственного интеллекта в таких сетевых ресурсах, как Watson, может значительно облегчить жизнь пережившим рак и достичь прогресса в лечении онкологических заболеваний. Поможет в этом деле и общенациональная база данных по случаям онкологических заболеваний, позволяющая ученым делать выводы о методах лечения и профилактики на основе массива медицинской и общей информации.

Когда пережившие рак заявят о себе, это повлияет и на цифровой маркетинг товаров и услуг, предназначенных для здорового питания, медитации, ухода за кожей и защиты от солнечного излучения. Некоторым из выздоровевших нужны кремы, стимулирующие рост волос, и помощь в разных деликатных ситуациях, и они могут стесняться говорить обо всем этом. В Google уже сейчас прекрасно знают, какие семьи поразил рак. Первое, что обычно делают люди, узнав о поставленном или предполагаемом диагнозе, – ищут и читают все, что сумеют найти о своем заболевании в интернете. Кроме того, в Google могут узнать об этом в процессе регулярного сканирования электронных писем в Gmail. Труднее выявить таких людей на более поздних этапах.

Микротренд победивших рак развивается. То, что их число растет, – заслуга в основном прогресса науки и здравоохранения, которым лучше удастся спасти жизни, чем поднимать людям настроение. Пережившие рак страдают еще долгое время после того, как онколог исчезнет из их жизни. Какие-то проблемы очевидны: например, с внешностью или подвижностью; заметить и понять другие намного сложнее, например

распадающийся брак или непомерные долги. Хотя лечение по-прежнему важнее всего, нам необходимо делать намного больше, чтобы качество жизни переживших рак росло. Понятие «стало лучше» должно распространяться не только на здоровье, но и на все, ради чего стоит жить, – брак, работу, друзей.

## Раздел 3

### Технологии

- 16. Наркоманы нового типа*
- 17. Цифровые портные*
- 18. Технологически усовершенствованные люди*
- 19. Дроны*
- 20. Бескомпьютерщики*
- 21. Безработные преподаватели иностранных языков*
- 22. Боты с привилегиями*
- 23. Новые луддиты – дополнение*
- 24. Неожиданные гости на борту частных самолетов*
- 25. Социальные миллионеры*

## 16. Наркоманы нового типа

В 2016 г. в крупных городах можно было заметить нечто довольно любопытное. К людям, уткнувшимся в свои телефоны в ожидании автобуса или при переходе улицы, все уже привыкли, но кое-кто вел себя иначе. Как правило, это были подростки и миллениалы, без устали сновавшие взад и вперед по тротуарам, яростно размахивая при этом телефонами.

Эти странные граждане жили в дополненной реальности, сокращенно ДР. И они были увлечены первой массовой ДР-игрой Pokémon Go, выпущенной на рынок компанией Niantic летом 2016 г. В ней впервые использовалось наложение компьютерной графики на реальную окружающую обстановку, которую видел перед собой игрок.

Учитывая, что подавляющее большинство людей заглядывает в свои мобильные устройства чаще 200 раз в день, определить грань между нормой и зависимостью от них часто бывает сложно. Но когда вокруг бегают народ, живущий частично в реальном мире, а частично – в виртуальном, то, что это помешательство, становится вполне очевидным. Вы видите газон, а ловцы покемонов – монстрика на нем. Вы видите пустые качели, а они – качающееся на них воображаемое существо.

Игра стала наркотиком нового типа, а впавшие в зависимость от нее буквально помешались. Очень скоро грабители сообразили, что людей со смартфонами подороже можно заманивать в самые темные закоулки при помощи экзотических существ. Это яркий пример нашей коллективной зависимости от дисплея, особенно мобильного, и того, насколько далеко она зашла.

Возможно, эта зависимость не так опасна для здоровья, как наркомания или алкоголизм, но резкий рост продаж бессмысленных игровых приложений говорит о том, что она может обходиться так же дорого. В этих играх пользователю раз за разом предлагается потратить один-два доллара на очередную «дозу» – товар, существующий исключительно в цифровом мире и не имеющий никакой ценности вне его. И, как в случае с другими зависимостями, где дело никогда не заканчивается очередной опорожненной бутылкой или выкуренной пачкой сигарет, конца и края этому нет.

Особую опасность зависимость от смартфонов представляет для американской молодежи. По данным опроса, проведенного некоммерческой организацией Common Sense Media, примерно 50 %

американских подростков «ощущают зависимость от своих мобильных устройств». Это половина всех подростков страны, вне зависимости от места жительства и благосостояния. Зависимость от смартфона сильнее затрагивает молодых женщин: картина нарушений у них очень похожа на характерную для зависимостей от опасных веществ, может вызывать проблемы со сном, тревожность, депрессию и даже приводить к злоупотреблению алкоголем и наркотиками.

Присмотримся немного внимательнее к Pokémon Go – чем она так привлекала людей и почему обходилась так дорого. Вызывающие привыкание продукты нового поколения, особенно игровые, побуждают пользователя не только больше времени проводить в приложении, но и тратить деньги. Покупки, сделанные в Pokémon Go, позволили ей стать первой игрой, достигшей объема продаж \$500 млн. При этом сами покупки выглядят обманчиво мелкими – доллар туда, доллар сюда. Доллары молниеносно складываются в значительные суммы – особенно активные пользователи могут не задумываясь тратить на игру по сотне в день. По деньгам это равносильно тому, чтобы выкуривать по пять пачек сигарет или выпивать по три бутылки джина ежедневно.

В игре поддерживаются «микротранзакции» – небольшие суммы трат на игровые цели. Считается, что такого рода покупки впервые внедрила компания Nexon, провозглашающая своей целью «сохранение пользователя на месяцы и годы». Похоже, что это и есть прямой путь к зависимости – а вместе с тем и к баснословным доходам разработчиков. По существующим оценкам, на долю смартфонов и планшетов приходится 42 % всей мировой выручки создателей компьютерных игр.

Другой пример вызывающего зависимость продукта, извлекающего доходы из продаж в мобильном приложении, – игра Kim Kardashian: Hollywood, названная в честь своей создательницы. Разработчики игры в полной мере использовали присущую американцам одержимость славой. Скачать игру можно бесплатно, но за первые полтора года она принесла более \$100 млн выручки. В основу положена блестящая идея: играют не ради перехода на новые уровни или призов, а ради признания, славы и поклонников.

Кардашьян по максимуму воспользовалась недостижимой мечтой многих американцев о славе, красоте и возможности посещать самые эксклюзивные места на планете. В виде увлекательной компьютерной игры все это приводит пользователей в полный экстаз. И почему бы не потратить в мобильном приложении доллар, чтобы иметь возможность выйти в свет с новым «красавцем»? В BuzzFeed одна студентка

рассказывала, что за первые два дня потратила на игру \$100, и «только потом до меня дошло, что я потратила самые настоящие деньги! Я уговаривала себя, что это, наверное, хорошая инвестиция, но понятно ведь, что это совершенно не так». По данным производителя игры компании Glu Mobile, приведенным в ее отчете за девять месяцев 2014 г., за первые три месяца после выхода на рынок выручка от игры составила \$43,4 млн при 22,8 млн скачиваний.

Есть ли что-то общее между психологией пользователей таких вызывающих зависимость продуктов и психологией наркоманов? Согласно пятому изданию «Диагностического и статистического руководства по психическим расстройствам» (DSM-5), это действительно может быть так. Вопрос о том, что следует понимать под термином «зависимость», все еще остается дискуссионным, но Американская ассоциация психиатров считает, что она «проявляется в неадекватном систематическом употреблении веществ, которое приводит к патологическим нарушениям функций или расстройствам, проявляющимся в том числе в виде следующих симптомов: 1) употребление в большем количестве, чем предполагалось изначально; 2) настойчивое желание или безуспешные попытки ограничить употребление; 3) очень большое количество времени, потраченного на приобретение, употребление и восстановление после него; 4) сокращение вследствие употребления времени, затрачиваемого на другие важные дела». Очень похоже на то, что в ближайшем будущем этим критериям будут соответствовать и смартфоны с играми.

Наркоманам, принадлежащим к 10 % самых зависимых, отказ от приводящих их в желаемое состояние веществ дается особенно трудно. То же происходит и в случае с играми. Что касается алкоголя, то 10 % наиболее сильно пьющих американцев обеспечивают основную часть продаж в отрасли. То же можно сказать о некоторых играх и технологиях: высшая категория геймеров просто ненасытна. Компания King, создавшая популярную игру Candy Crush Saga, сообщала, что «несмотря на тенденцию к снижению числа ежемесячных активных пользователей (MAU) мобильной игры, остающиеся тратят на внутриигровые товары больше денег, чем когда-либо прежде».

О том, что игромания реально существует, было хорошо известно и ранее. Однако, когда зависимость от компьютерных игр обнаружили и описали впервые, ее было легче выявить, а игры ничто не мешало в буквальном смысле слова отключить от электричества. Известен случай, когда один молодой человек просидел за компьютерной игрой 45 дней кряду. Его жизнь пошла под откос, и дело кончилось самым типичным

образом – курсом реабилитации в вашингтонской клинике reSTART, специализирующейся на игровой зависимости.

Такое компульсивное поведение разрушает отношения (и очень многое другое) по всему земному шару. Игромания, в первую очередь смартфонная, привела в состояние повышенной боеготовности Китай. Китайские дети так много играют в компьютерные игры и демонстрируют такую зависимость от них, что родители отправляют их в специальные оздоровительные лагеря, где помогают избавиться от игромании. В будущем нечто похожее, возможно, предстоит и американским родителям. В Испании двоих детей госпитализировали в связи с зависимостью от мобильных телефонов, что стало первым случаем подобного рода в стране. «Родители направили в психиатрическую клинику двоих детей в возрасте 12 и 13 лет, которые не могли ничем заниматься без своих телефонов», – сообщала британская газета *The Guardian*.

Когда большинство практикующих специалистов признает такое поведение полноценной зависимостью, его включают в программы обязательного медицинского страхования. Кроме того, родители могут потребовать от компаний возмещения средств, полученных от детей недобросовестными методами. В 2014 г. Apple договорилась с Федеральной комиссией по торговле о возврате родителям \$32,5 млн, потраченных их детьми, которые получили возможность делать покупки без ввода пароля на телефоне.

В остальном все это смахивает на Дикий Запад: регулирования нет, ограничения по деньгам и по времени отсутствуют. Ничто не остановит разработчика от создания сколь угодно пагубного приложения, если его можно сделать привлекательным для определенной группы подростков и молодежи.

Все эти зависимости выглядят еще хуже в увязке с антиобщественным поведением и отсутствием успехов в других занятиях, например в чтении или математике. Игра-стрелялка, требующая все больше и больше усилий для уничтожения плохих парней, вряд ли сформирует будущего нейрохирурга. Но другие игры могут быть и увлекательными, и развивающими одновременно – они могут учить детей истории, бизнесу и искусству или, в случае многопользовательских игр, прививать важные навыки коллективной работы, креативности и сотрудничества.

Чтобы быть полностью откровенным, признаюсь, что в качестве хобби я создал собственную компьютерную игру. Разумеется, это политическая игра под названием «270», которая объясняет людям силу денег и суть коллегии выборщиков. Примерно 5 % играющих посвящают ей четыре



часа в день или больше. Игра учит истории, политике и стратегии, а играть в нее можно бесплатно. Надеюсь, что она послужит для американцев (и остальных жителей планеты) увлекательным и интересным способом узнать больше о политической системе.

Игры на ПК и в смартфонах могут доставлять массу удовольствия, развивать правильные реакции и быть познавательными. Они могут также быть дорогостоящей пустопорожней тратой времени, вызывающей опасную зависимость. У нас до сих пор нет четких критериев того, что такое злоупотребление компьютерными играми, хотя мы стоим на пороге массового распространения дополненной реальности, виртуальной реальности и прочих 3D-технологий. Неспособность взять все это под контроль прямо сейчас губительно отразится на огромном количестве молодых людей как в нашей стране, так и за рубежом, особенно в Азии. Нам нужна совершенно новая система диагностики и профилактики игровой зависимости, иначе игры превратятся в новые сигареты.

## 17. Цифровые портные

Одежда, сшитая на заказ, всегда предназначалась для богатых. Самые элегантные дамы носили платья, созданные специально для них дорогими французскими портными; банкиры и юристы обоих полов ходили в костюмах, сшитых по их индивидуальным меркам. Те, кто считал свой безупречный вид делом первостепенной важности, платили за это немалые деньги. На страницах *Vogue* можно найти уникальные дизайнерские наряды, которые обойдутся в не один десяток тысяч долларов.

Но теперь одежда на заказ спускается с подиумов (или с вершин, где обитает топ-менеджмент инвестбанка Goldman Sachs) и выходит в широкие народные массы. Это микротренд, который будет усиливаться в следующем десятилетии.

И снова интернет-бизнес в авангарде. Американцы уже привыкли к повышенному качеству за небольшие деньги, будь то мокко фрапучино в Starbucks, салат в Sweetgreen или личный шофер из Lyft. Теперь настала очередь такой же революции в одежде.

Сейчас практически вся одежда производится в массовых количествах по определенным спецификациям и в стандартном наборе размеров. В этом заключается огромный риск для производителей и брендов, которым нужно реализовать весь объем продукции на имеющемся рынке сбыта. Количество непроданных остатков часто оказывается колоссальным – слишком много одежды не тех размеров, слишком много отправлено не в те магазины и не в тот регион, или слишком многие фасоны просто не пошли. Если изготовитель правильно рассчитал все эти факторы, вы получили доступную одежду, а он заработал кучу денег. А те, кто допускает ошибки, часто выбывают из бизнеса.

В области одежды на заказ все устроено совершенно иначе, и описанные выше проблемы там практически отсутствуют. Изделия отшиваются в единственном экземпляре, а на складе почти ничего не хранится – даже ткань часто закупается под конкретный заказ. Как правило, магазины или портные берут с заказчика деньги вперед, исключая тем самым большой риск, присущий обычной розничной торговле. Тем не менее проблемой рынка одежды на заказ традиционно был его небольшой объем, не вмещающий большого числа производителей. Кроме того, изготовление одежды по индивидуальным меркам часто требует подгонки по фигуре, которая проходит в несколько приемов и занимает много времени, а американцы терпеть не могут ждать. Когда-то президент

Клинтон познакомил меня со своими портными – гонконгской фирмой Sam's. Производство костюмов там процветает благодаря состоятельным клиентам, желающим за \$500 получить костюм, который смотрится на все \$2000. Всего-то и нужно – добраться до Гонконга, что в те времена было не так просто сделать.

В наши дни технологии постепенно вытесняют портного из портновского дела. Можно воспользоваться мобильными приложениями вроде Proper Cloth или MTailor, которые позволяют ответить на вопросы или даже снять мерки при помощи собственного телефона. Это не сложнее, чем сделать снимок на телефон, и две недели спустя к вашей двери доставят сшитую на заказ рубашку или костюм. Сервисы обладают ровно теми же преимуществами, что и Sam's, но при этом не надо отправляться даже в ближайший торговый центр, а уж на другой континент и подавно. Я, конечно, немало знаю об этом потому, что мой сын Майлз Пенн – сооснователь MTailor. Он запустил этот сервис, отказавшись от предложения работать в Goldman Sachs и рассчитывая продавать сшитые по мерке рубашки по \$69, то есть за те же деньги, что рубашки массового пошива стоят в Brooks Brothers.

Некоторые компании подхватывают новые веяния быстрее других. Просто загляните в один из многочисленных новых «магазинов конструируемой одежды» вроде Ministry of Supply. Вы увидите, как ваш гардероб изготавливают прямо на месте при помощи 3D-принтера. Это быстро, одежда идеально подогнана и, разумеется, сшита из экологических тканей.

Первые признаки роста на рынке одежды индивидуального пошива обозначились в 2005 г. с запуском сайта Etsy, который начался со скромной идеи собрать в одном месте производителей уникальных товаров ручной работы. К 2007 г. на Etsy было уже 450 000 зарегистрированных продавцов, а годовая выручка сайта составляла \$26 млн. Спустя еще десять лет годовой объем товарных сделок, совершенных через Etsy, превысил \$2 млрд. Еще один признак моды на все индивидуализированное – нынешнее увлечение вышивками и монограммами. Раньше вышивка предназначалась для чопорных пожилых джентльменов, непременно желавших видеть на манжете рубашки свои инициалы. Сегодня главное – выделяться на общем фоне, и что может быть лучше в этом плане, чем пиджак, на котором красуется ваше имя? В наши дни нужна уникальность, и розничная торговля это заметила. Крупные бренды начинают понимать, что американцы больше, чем когда-либо, стремятся к индивидуальности в одежде, а не просто к соответствию моде.

Но у продаж любой одежды (не считая шарфов) в интернете есть как минимум одна проблема. Размеры и крой одежды разных производителей сильно различаются, и человек вряд ли станет тратить серьезные деньги на покупки в интернете, кроме случаев, когда речь идет о хорошо знакомой ему марке, размерный ряд которой он знает. Решить эту проблему не помогает и доставка день в день. Покупатели возвращают в интернет-магазины более 40 % купленной в них одежды. Руководителям таких компаний, как, например, Amazon, надо понять, как преодолеть эту проблему, если они собираются сделать одежду одним из крупнейших подразделений онлайн-торговли. И похоже, что гигант розницы как раз над этим и работает. «Amazon.com запатентовала систему индивидуального пошива одежды в точном соответствии с мерками и пожеланиями заказчика. Предполагается поставлять клиентам сшитые на заказ рубашку, пиджак, платье или брюки в течение пяти дней. Есть все основания полагать, что, в частности, благодаря этому к 2021 г. Amazon увеличит свою долю на рынке одежды с нынешних 6,6 %, или \$22 млрд, до 16 %», – гласит прогноз фирмы Cowan and Company. Но даже если в Amazon и разобрались с тем, как шить одежду быстрее, им придется вплотную заняться проблемой получения мерок.

И здесь не обойтись без новейших технологий снятия размеров. Благодаря им уже сейчас более широкая аудитория получила доступ к индивидуальному пошиву, а со временем сможет покупать в интернете и обычную одежду без риска ошибиться с размером. Для пошива одежды в MTailor применяется технология, позволяющая снимать 17 важнейших мерок, и благодаря ей количество возвратов упало до минимума. Вероятность возврата товара в будущем от тех, кто получил хотя бы одну идеально сидящую рубашку, практически нулевая. Для массового потребителя это означает возможность легко и недорого получать сшитую на заказ одежду, а для производителей готовой одежды – повод для беспокойства по поводу своих бизнес-моделей. 3D-камера, которой оснащен iPhone X, сделает процесс снятия мерок при помощи телефона еще более точным.

По мере перемещения текстильной промышленности в регионы с дешевой и низкоквалифицированной рабочей силой вроде Вьетнама и Бангладеш себестоимость массового производства одежды неуклонно снижается. В этом смысле значительно более трудоемкому производству одежды на заказ придется преодолеть ряд трудностей. Но в похожей ситуации в Starbucks сумели научить своих бариста готовить 155 разновидностей кофе, а в данном случае перенос производства может

сделать стоимость изделий еще более привлекательной для заказчиков. Со временем одежду будут шить роботы, но конкурировать с дешевой рабочей силой они смогут, наверное, лет через десять или больше.

Среди массового потребителя одежды на заказ главной целевой аудиторией являются технически подкованные мужчины, привыкшие использовать смартфоны для чего угодно, от интернет-банкинга до покупки автомобилей. Они терпеть не могут хождений по магазинам и примерок. Для большинства мужчин покупка рубашки – мучение, так что этот новый бизнес ориентирован в первую очередь на них.

Другая целевая аудитория – покупатели одежды нестандартных размеров. Обычно эти люди сторонятся магазинов для «больших и толстых». Теперь они могут спокойно покупать одежду на заказ. Им больше не надо покупать рубашки из синтетики в магазинах одежды нестандартных размеров – за разумные деньги можно позволить себе и хлопок, и шелк.

Огромную долю рынка одежды на заказ составляют женщины с их порой весьма специфическими запросами и идеями относительно нарядов. И торговля, и цифровые портные индивидуального пошива проявляют изобретательность, работая с женской аудиторией. Существуют специальные женские легинсы под названием «Точно в пору» (Like a Glove) со встроенными модулями снятия и передачи точных мерок. С помощью подобных приложений потребители могут получать индивидуализированное обслуживание высшего уровня, не омраченное необходимостью ходить по магазинам.

Стандартная сетка размеров фирмы Gap разработана так, чтобы идеально подходить лишь 15 % населения. Примерно так же обстоят дела во всей отрасли. Большая часть людей ходит в слишком просторной или слишком тесной одежде просто потому, что им не остается ничего другого. А низкие цены заставляют их возвращаться в магазины. По данным портала Statista, годовой оборот рынка готовой одежды составляет \$285 млрд, а среднестатистическое американское домохозяйство тратит на одежду, обувь и сопутствующие товары около \$2000 в год. Это открывает перед производителями технологичной одежды на заказ гигантский простор для прорывных инноваций.

В люксовом сегменте рынка готовой одежды портные по-прежнему берут две недели на точную подгонку платьев или брюк. Но теперь в аналогичные сроки можно сшить вещь с нуля, что ставит под удар в первую очередь отделы одежды крупных универмагов. Некоторые производители, например Ralph Lauren, имитируют индивидуализацию –

можно удалить с поло изображение лошади и поставить вместо него свои инициалы. В некоторых магазинах марки Madewell предлагаются различные варианты индивидуализации – можно украсить сумку монограммой или заказать джинсовую куртку со своим именем, вышитым на спине. В противовес этим приемам цифровые портные оказывают влияние на отрасль в целом – цепочку поставок, уровень занятости, формирование деловых связей, географию производства и импортно-экспортные операции. Игрокам рынка люксовых товаров потребуются поразмыслить над тем, как сохранить свою востребованность и перейти к индивидуализации продукции, не жертвуя при этом стандартами качества.

Компании стремятся заполнить этот вакуум и позволить каждому ощутить себя знаменитостью. Некоторые из них нацелены на желающих сэкономить время миллениалов, а другие помогают женщинам почувствовать себя на миллион долларов, не выходя из дома. В основном это сервисы, ежемесячно поставляющие коробку специально подобранных новых предметов одежды. Один из наиболее ярких примеров – сервис Stitch Fix, рекламирующий себя как «ваш личный партнер из мира моды». Объем выручки Stitch Fix, основанного в 2011 г., составил \$730 млн по итогам 2016 финансового года.

Другие компании, например Indochino и Bonobos, ориентируются на мужчину, который хотел бы хорошо одеваться, но не имеет представления, с чего начать. Indochino удалось привлечь серьезные деньги – пять инвесторов вложили в ее капитал \$47,25 млн в пяти инвестиционных раундах. Bonobos недавно продал Walmart, что привело в ярость ее основных клиентов, не желающих, чтобы приобретенная ими одежда была доступна широкой публике. Ощущение эксклюзивности и индивидуальности значит для сегодняшних потребителей одежды на заказ очень многое: даже покупая ее по низким ценам, они хотят быть частью клуба избранных. Но им придется смириться.

У каждого из цифровых портных собственная маркетинговая политика, но в основе своей их призыв, обращенный к потребителю, един: экономьте время, одевайтесь хорошо, теперь вам не нужно куда-то ехать и перемеривать с десятков пар джинсов, чтобы найти подходящие.

Адаптироваться к этому тренду придется и магазинам – потребуются более крупные и менее дорогие отделы индивидуального пошива. Уже разработаны несколько примерочных кабин, в которых для снятия точных мерок используются камеры от Xbox. Я полагаю, что в свете конкуренции с интернет-сервисами их будет становиться все больше. В игру вступят и технологии больших данных: электронные версии индивидуальных мерок

появятся практически у всех, и производители одежды захотят иметь доступ к этой информации. На ее основе они смогут предложить более подходящую по размеру одежду и снизить процент возвратов в интернет-магазинах.

Сегодня это не более чем микротренд, однако число цифровых портных растет. Рано или поздно массовый пошив одежды по индивидуальному заказу станет реальностью. В будущем торговля одеждой в основном переместится в интернет, и все меньшее число американцев захочет тратить время на хождение по магазинам. А если вы уже сейчас покупаете себе одежду индивидуального пошива в интернете и без необходимости многочисленных примерок у портного, считайте, что вы член небольшого, но растущего клуба.

## 18. Технологически усовершенствованные люди

Мы находимся в преддверии появления нового бизнеса, который может стать более важным, чем Кремниевая долина, и тем не менее редко попадает в заголовки прессы. Похоже, что люди настолько увлеклись беспилотными автомобилями, что не обращают внимания на потенциал, который таится в идее усовершенствовать природные человеческие способности.

Существующие сегодня технологии позволяют не только воспроизводить наши ощущения, но и выводить их на некий новый уровень. Они могут делать людей сильнее, быстрее и сноровистее, чем когда-либо в истории человечества. Костюм Железного человека вам, скорее всего, не понадобится – нас ждут усовершенствования, которые радикальным образом расширят человеческие возможности. Мы вступаем в эру технологически усовершенствованного человека (ТУЧ).

На недавнем конгрессе в Дубае Илон Маск выступил с пугающим заявлением: чтобы не потерять свое значение в мире, пронизанном искусственным интеллектом, люди должны превратиться в киборгов, иначе они рискуют стать не более чем «домашними кошками». Что, если Маск прав? Чем тратить деньги на переналадку своего жесткого диска, не лучше ли раскошелиться на импланты для ушей, позволяющие обрести слух летучей мыши? Не надо ли переместить центр внимания и ресурсы с технологически усовершенствованных предметов вроде стиральных машин, автомобилей и игрушек на технологическое совершенствование человека? Мы постоянно меняем окружающую действительность, чтобы она больше соответствовала нашим желаниям, но почему не развиваем самую главную свою технологию – организм?

Развитие технологических средств помощи американским инвалидам достигло невиданных прежде высот – это и специальные устройства, позволяющие присутствовать в социальных сетях, и новые слуховые аппараты, и изготовленные на 3D-принтерах протезы, и прогресс в применении ИИ для помощи ветеранам войны. Скоро значительно большее число американцев будет использовать плоды технологического прогресса, чтобы иметь возможность прыгать как лягушка, встраивать приборы ночного видения в сетчатку или изменять свои организмы самым удивительным образом. Сегодня женщина-инвалид может напечатать себе на 3D-принтере один протез, чтобы носить каблуки, а другой – чтобы носить кроссовки. Успехи в области протезирования позволят и обычным



американцам совершенствовать свои конечности.

Помимо прочего, Илон Маск сейчас занимается проектом Neuralink. Его цель: использовать импланты в головном мозге, чтобы напрямую соединить человеческий разум с компьютером. Что, если таким образом можно будет дополнить пять основных чувств или непосредственно связываться со сверхчеловеческими руками и ногами, которые выпускаются уже сегодня?

Возможно, люди действительно самые разумные живые существа на планете, но они не самые быстрые, не самые сильные и обладают далеко не самым лучшим зрением, слухом и обонянием. Гепарды и антилопы достигают стокилометровых скоростей без помощи двигателя. Слух лучше у мотыльков, летучих мышей и сов (а также у моей собаки). У птиц значительно лучше развито ночное и тепловое зрение. Мы можем видеть картинку разрешением 4К на экране телевизора, но глаза канюка позволяют ему видеть и 12К, и 16К. А медведи способны почуять добычу на расстоянии более 20 км. Мы и близко не подходим к границам возможностей любого из основных чувств. Вспомним и о горилле, которая способна прихлопнуть человека одной лапой.

В сентябре 2017 г. мы включили в совместный опрос Центра изучения американской политики (CAPS) Гарвардского университета и Harris Poll, пункт о наличии интереса к устройствам, которые могут улучшить зрение или слух обычного человека. 79 % респондентов подтвердили, что им это интересно, – подавляющее большинство опрошенных всех без исключения возрастов, политических взглядов и уровней дохода. С учетом гигантского размера рынка представляется странным, что никто всерьез не продвигал на нем какие-либо товары, дополняющие органы чувств, с момента изобретения бинокля 300 лет тому назад.

Возможно, единственным исключением является устройство Google Glass. Но это было больше похоже на шутку – помимо избытка технических неполадок, устройство отличали еще и бестолковая аппаратная часть и полное отсутствие полезного софта. Наиболее широко распространенным миниатюрным гаджетом такого рода сегодня является Apple Watch, в котором сведены воедино все виды коммуникации, доступ в интернет и сенсорные данные, позволяющие узнавать уровень своего стресса. Переформатировав такое устройство в очки и добавив в него функцию распознавания лиц, можно мгновенно превратиться в какого-то суперагента. Потенциал применения в очках с дисплеем технологий, использованных в Apple Watch, не стоит недооценивать, для этого нужно только обеспечить приемлемое время работы между зарядками.

Судя по всему, военные ведут несколько секретных разработок, связанных с совершенствованием человеческих способностей. Недавно стало известно, что благодаря достижениям в области электростимуляции в США было создано подразделение «суперспецназа ВМС». Стимуляция головного мозга обостряет и ускоряет реакции бойцов спецназа. Как поясняет командующий силами специальных операций ВМС контр-адмирал Тим Шимански, спецназовцы «теперь могут находиться на пике формы на 20 часов дольше». Это лишь верхушка айсберга. Конкуренция между солдатами будущего предполагает два основных варианта: дополнение возможностей человека или отправку в бой управляемых роботов, сперва поодиночке, как дронов, а затем и целыми группировками.

Такого рода технологии означают также, что органы правопорядка могут более эффективно выполнять свои функции и собирать более достоверную и точную информацию. Кому нужны громоздкие зоны досмотра, если полицейский обладает зрением рентгеновского аппарата, обонянием, способным учуять порох, или сонаром, реагирующим на металл. Искусственный интеллект мог бы выявлять вероятность того, что у человека есть оружие, и это было бы основанием остановить его или применить силу при малейших подозрительных движениях. Как бывший главный стратег Microsoft я поражаюсь тому, что технологические гиганты занимаются кондиционерами, хотя новое поколение аппаратуры, расширяющей человеческие возможности, принесло бы гораздо больше пользы.

Одна из областей, где не так давно стали применяться новейшие технологии, – это использование 3D-печати для помощи пострадавшим от ожогов: 3D-биопринтер создает клетки, которые можно превратить в новую кожу. Не исключено, что скоро мы будем использовать стволовые клетки для выращивания органов, а значит, решим такие важнейшие проблемы, как дефицит трансплантационного материала и очереди на пересадку органов. Сейчас речь идет о технологиях замены утраченного. Но со временем достижения науки позволят улучшать свойства человеческого организма – например, заменять солдатам, полицейским, футболистам, охотникам и рестлерам их кожу на более крепкую и стойкую к порезам и травмам.

Одно из средств ТУЧ уже применяется – это искусственная сетчатка глаза. Операции по вживлению искусственной сетчатки начали делать еще в 2013 г.; в статье в журнале *MIT Technology Review* указывается, что американцы с такими глазными имплантами, прежде жившие в темноте, теперь могут «читать крупные буквы, видеть медленно движущиеся

автомобили или различать столовые приборы». Совершенствование и масштабирование этого достижения подорвет бизнес таких компаний очковой оптики, как, например, Warby Parker: для подавляющего большинства людей очки останутся в прошлом. А та же технология, примененная к людям с хорошим зрением, может позволить читать мелкий шрифт на километровом расстоянии или разбираться в дорожной ситуации лучше, чем специально разработанные для этих целей приложения вроде Waze.

Компании и частные лица исследуют возможности имплантируемых чипов радиочастотной идентификации (RFID) – вшитых под кожу устройств для отслеживания передвижений, которые раньше использовали для домашних животных. С помощью этой технологии люди могли бы не только определять местоположение убежавшей из дому собаки, но и всегда знать, где сейчас их дети. Хотя разработки находятся на начальном этапе и идут относительно вяло, вполне вероятно, что такие чипы позволят передавать не только данные о местонахождении, но и другую информацию.

Компания 32М из Висконсина предлагает своим сотрудникам вживлять RFID-чипы, чтобы делать покупки в комнате отдыха, открывать двери, авторизоваться в компьютерной сети и пользоваться копировальным аппаратом. Можно синхронизировать с такими чипами свой смартфон – зачем использовать для подсчета шагов Apple Watch, если у человека есть встроенный в организм трекер? Навигация в смартфонах отлично помогает ориентироваться на местности, но только когда есть сигнал связи. Если же навигационная система встроена в организм, то заблудиться будет невозможно даже в дремучем лесу.

Не исключено, что мы даже выйдем за пределы пяти основных чувств. CNN сообщает, что биохакер Рич Ли вживил магнит в свое ухо и теперь «слушает музыку через "внутренние наушники" с помощью проволочной спирали у себя на шее, превращающей звук в электромагнитные волны». Прослушиванием музыки дело не ограничивается – по словам Ли, «это шестое чувство». «Импланты позволяют мне замечать различные источники информации, так что я могу издалека "услышать" тепло. Я могу улавливать магнитные поля, сигнал Wi-Fi и еще очень многое, о чем я не имел представления»».

Некоторые из этих достижений – чисто технологические решения, объединяющие возможности миниатюризации и интернета, в других используются самые передовые импланты. Но для того чтобы придать развитию ТУЧ реальный импульс, обществу и власти понадобится

разработать регуляторную среду. В противном случае компании будут неохотно инвестировать в нее, опасаясь погрязнуть в бесконечной бюрократической волоките. Это похоже на нынешнее отсутствие правил для беспилотных автомобилей – для достижений научно-технического прогресса не существует инфраструктуры. Утверждение биологических изменений может растянуться на многие годы и неоправданно замедлит возвратность инвестиций, хотя в области продвинутых носимых технологических устройств ситуация прямо обратная. Наверное, нам нужны новые правила игры.

В то же время возможность улучшить зрение любому человеку способна стать новым источником неравенства. Государственные программы здравоохранения и медицинского страхования делают доступными даже дорогостоящие лекарства и процедуры. Но поскольку услуги технологического усовершенствования организма в государственную страховку не входят, к последним могут начать относиться как к пластической хирургии, которую считают уделом богатых.

К настоящему времени стоимость даже самых продвинутых технологий упала настолько сильно, что скоростной интернет и смартфоны стали доступны миллиардам людей. Тем не менее неизвестно, насколько подобное возможно в обсуждаемой области и насколько велик потенциал ее массового распространения. Подобные модификации могут оказаться не столь масштабируемыми и остаться дорогими. Добавим к этому вероятность возникновения серьезных этических проблем: допустим, некоторые ученики в классе используют технологии, позволяющие читать быстрее, а другие вынуждены довольствоваться «обычными» человеческими способностями.

Я не рассчитываю, что в обозримом будущем люди станут летать как птицы, и никто уже не ждет, что реактивный ранец станет новым личным транспортом. Но я очень рассчитываю на то, что люди будут видеть, слышать, обонять и ощущать вкус лучше, чем когда-либо прежде, и с каждым разом все лучше справляться с этическими проблемами, с которыми сопряжены достижения научно-технического прогресса.

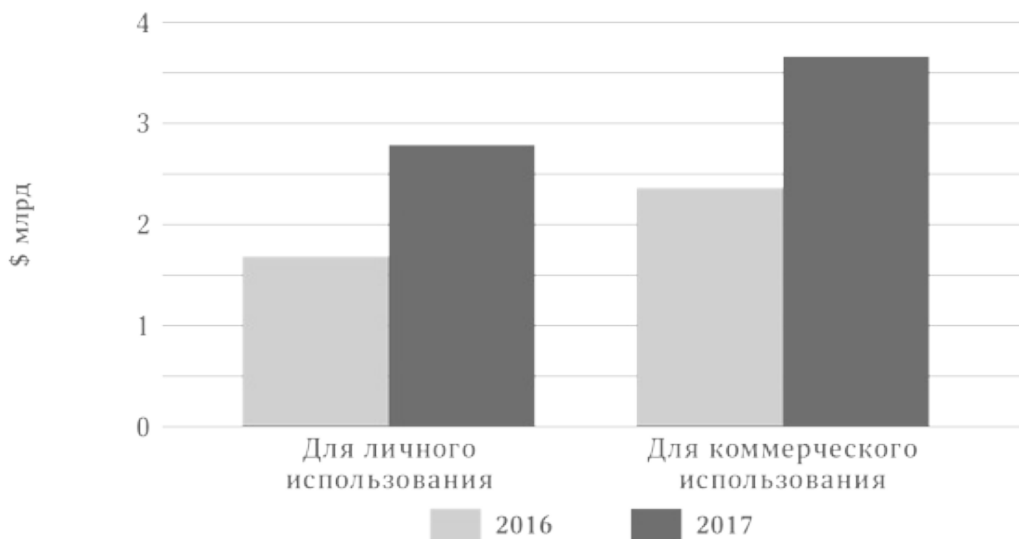
## **19. Дроны**

Лишь очень немногие технологии развивались быстрее, чем беспилотные летательные аппараты – дроны.

Военная техника или предмет хобби – первое, что приходит в голову

при мысли о дронах. Флот дронов самого разнообразного назначения на вооружении американской армии постоянно растет, и на это выделяются огромные деньги. В бюджете министерства обороны США на 2017 г. на дроны было выделено \$4,457 млрд. В то же время вы можете прогуляться до ближайшего магазина бытовой электроники или даже просто до гипермаркета и выбрать себе в отделе по соседству с компьютерными комплектующими последнюю модель дрона – от простейших за \$500 до самых навороченных за \$1500. Эти дроны, которые может купить любой американец, летают на высоте нескольких сотен метров на многокилометровые расстояния и оснащены компьютерами, которые поддерживают устойчивость и отправляют владельцу материалы фото- и видеосъемки.

Рис. 19.1. Продажи дронов для личного и коммерческого использования, 2016–2017 гг.



Источник: Recode.net

Наряду с постоянным использованием мощных дронов военными активно развивается и их коммерческая эксплуатация. Американские фермеры используют дроны для опыления посевов и наблюдения за обширными площадями, что стоит несравненно дешевле, чем аренда самолетов-опыливателей. Кинокомпании экономят огромные деньги, отказываясь от рискованных съемок трюков с вертолетов и используя вместо этого дроны, оборудованные камерами высокого разрешения. Amazon и прочие компании интернет-торговли активно тестируют дроны в

качестве средства доставки, хотя пока это выглядит скорее как рекламный трюк. Тем временем нефтегазовые компании пользуются дронами для теплового картографирования. А для шпионов и частных детективов дроны – настоящий подарок, позволяющий работать точнее и спокойнее.

Только в 2017 г. дроны участвовали в десятках фильмов, выполняя съемки с воздуха, прежде технически невозможные или чересчур дорогие. Представитель профсоюзной организации «Международная гильдия кинооператоров» Майкл Чемблисс отмечал в интервью газете *Los Angeles Times*: «Дроны – как стэдикам<sup>[2]</sup>, который можно использовать на шестидесятиметровой высоте. Это совершенно новый диалект кинематографического языка. Неожиданно мы получили возможность делать кадры, которые раньше казались невероятными». Не говоря уже о том, что значительно понизился финансовый барьер для съемок фильмов, содержащих элементы жанра экшн. То же относится и к рекламным роликам и видео для YouTube.

Веселье начинается сразу же, как только в руках человека оказывается дрон для личного пользования. За последние несколько лет стоимость владения дроном значительно снизилась, и эта тенденция сохранится. Большинство компаний, производящих беспилотники для военных целей, создают их облегченные версии для продажи в розницу, и таким образом самые современные технологии оказываются доступными любому человеку. В 2016 г. объем рынка персональных дронов составил от \$1,5 млрд до \$2 млрд с ожидаемым ростом до \$2,5 млрд или более в 2017 г. По оценке Федеральной авиационной администрации США, к 2020 г. объем покупок дронов частными лицами достигнет \$4,3 млрд по сравнению с \$1,9 млрд в 2016 г. Издание *Recode* пишет, что «при доминирующей (94 %) доле продаж в количественном измерении на персональные дроны приходится лишь 40 % общей прибыли рынка». Самый дешевый беспилотник, Phantom 3 фирмы DJI, обойдется всего примерно в \$500. Эта цена, по которой раньше продавались дорогие цифровые фотокамеры, означает, что стать лихим энтузиастом или просто любителем дронов может практически каждый.

**Рис. 19.2. Общественное одобрение различных видов использования беспилотных летательных аппаратов, 2014 г., %**



Источник: общенациональные исследования Университета Невада, Лас-Вегас

Использование дронов ведет к значительным последствиям. Начнем со здравоохранения и чрезвычайных ситуаций. Дроны уже применяются при ЧС – например, с их помощью доставляют предметы первой необходимости и медикаменты в отдаленные местности. Так, дроны использовались для доставки лекарств в труднодоступные районы Руанды.

Машине скорой помощи требуется в среднем 19 минут, чтобы прибыть на место происшествия, а дрон окажется там почти мгновенно. Скорая может застрять в пробках или оказаться в гораздо худшей ситуации, как это происходило во время недавних разрушительных ураганов в Пуэрто-Рико и Техасе. Воду и пищу терпящим бедствие в отдаленной местности можно доставить дроном относительно просто и без лишних проволочек.

В Швеции к дронам прикрепляют автоматические дефибрилляторы, чтобы присутствующие могли оказать первую помощь жертве сердечного приступа. Это особенно важно в сельских районах, куда скорой не добраться достаточно быстро. Интервал времени от получения вызова до старта у новых шведских дронов составляет в среднем три секунды, тогда как у обычной скорой помощи это три минуты.

Дроны в личном пользовании могут делать то же, что сегодня делают сиделки или собаки-компаньоны, то есть реагировать в случае приступов высокого давления или даже диабета у больного. Американская автомобильная ассоциация уже давно использует беспилотники для оценки состояния дорог. А новейшие дроны способны летать в тумане и при любых погодных условиях, уклоняться от столкновений, создавать карты местности в 3D и отправлять информацию в режиме реального времени, причем «запоминая» маршрут своего следования.

Пока что использование дронов находится на начальной стадии развития, к тому же его ограничивают некоторые опасения. Экономика стартапов породила ряд компаний, пытающихся заработать на использовании дронов в быту. Компания из Пало-Альто Sunflower Labs намеревается использовать дроны и датчики для охраны частных домов. Aptonomy из Сан-Франциско занимается предотвращением побегов из тюрем. Эта компания также разработала интеллектуальную систему, позволяющую дронам самостоятельно распознавать лица.

Не за горами то время, когда в каждом районе будут роиться отдыхающие и подзаряжающиеся дроны, которым с помощью смартфона можно дать любое мелкое поручение, например доставить лекарство из аптеки. При чрезвычайных ситуациях они будут быстро оценивать обстановку. Ваш дрон безопасности мгновенно явится по вызову, проследит за любыми подозрительными личностями у дома и запишет номера их машин. Ваши дети смогут ходить в школу пешком под надзором дрона. А ваш дрон для выгула собаки прогуляет пса под дождем, выдаст ему лакомства и соберет его экскременты, оставив таким образом местного выгульщика без заказа.

Дроны, оснащенные искусственным интеллектом, вероятно, приобретут огромную популярность в любительском спорте. Теннисный дрон может парить над кортом и вести счет, а снизившись – подбирать мячи и отдавать их игрокам. Дрон для гольфа может найти мячик и парить над ним, пока вы не сделаете следующий удар. Дроны для рыбалки можно будет отправлять далеко вперед, чтобы они обнаружили место с хорошим клевом. Даже удивительно, насколько медленно развиваются эти вертикальные рынки по сравнению с технологическим прогрессом в области дронов. Те, кто хотел бы заняться малым бизнесом, могли бы задействовать беспилотники в фотографии, для аэросъемки или, скажем, в дрон-шеринге.

Разумеется, дроны могут также представлять опасность. Вашингтонским операторам беспилотников не повезло – вокруг Белого дома установлена десятимильная «бездронная зона». ИГ<sup>[3]</sup> разрабатывала



собственную модель дрона, который по разрушительной силе должен был превзойти «Фау-2» времен Второй мировой войны. В ответ на опасения по поводу беспилотников был предложен или введен ряд новых регулирующих актов. Так, в большинстве местностей высота полета дронов ограничена 120 м, и они должны всегда находиться в поле зрения пользователя. Совсем недавно была введена обязательная регистрация коммерческих и досуговых дронов весом более 25 кг под ответственность регистрирующего их лица. Так что не стоит рассчитывать, что террористы или грабители станут оформлять беспилотники по своим настоящим документам – не поступают же они так с угнанными машинами. Скорее всего, такие ограничения будут в определенной степени сдерживать использование дронов в коммерческих и личных целях, пока технология не станет более совершенной, после чего власти могут разрешить людям управлять дронами дистанционно. В результате может образоваться огромное число рабочих мест для геймеров высокого класса, которые захотят стать лицензированными операторами дронов.

Миниатюрные дроны никак не повлияют на авиацию, но они угрожают приватности. Если большие дроны могут быть рабочими лошадками или оружием, то мелкие могут становиться надоедливыми соглядатаями. Наблюдающие за нами механизмы, оснащенные искусственным интеллектом, явно опасны, а значит, придется ввести законодательный контроль над дронами. Управлять беспилотниками все проще, и их все чаще используют злонамеренно, например для преследования и подглядывания. Сенатор от Массачусетса Эд Марки и член палаты представителей от Вермонта Питер Уэлч внесли законопроект, направленный на решение этой проблемы. Как сказано на сайте сенатора Марки, законопроект Марки и Уэлча призван «ввести защитные меры, обеспечивающие неприкосновенность частной жизни в связи с все более широким использованием коммерческих и государственных дронов». Возможно, потребуются, чтобы каждый дрон стал частью некой единой системы. Это не только помешает использовать их в противозаконных целях, но и позволит им обмениваться сигналами для предотвращения столкновений и проблем с движением на маршруте.

Сейчас дроны и экономика дронов представляют собой микротренд. Однако созидательные и разрушительные возможности этой технологии делают ее одной из самых полезных – и в то же время опасных – из появившихся в последние десять лет. Так или иначе, в течение ближайшего десятилетия следует ожидать бурного роста индустрии дронов.

## 20. Бескомпьютерщики

Персональным компьютерам наступает конец. Пятнадцать лет назад компания Microsoft достигла своей цели поселить ПК в каждом доме и на каждом рабочем месте. Я работал в Microsoft в то время, и отношение к ним было типа «С этим мы закончили, все понятно – пора переходить к новой цели». Сегодня настольные компьютеры выносятся на помойку, а в офисах их становится меньше. Большинство представителей нового поколения пользователей даже не обратят внимания на десктоп, а о работе на нем и речи быть не может; более того, на спад идут и продажи ноутбуков. В мире этого поколения настольных компьютеров не будет.

Причина? Сегодня насчитывается 2 млрд обладателей смартфонов, а к 2020 г. их число должно возрасти до 3 млрд человек. Задачи, которые люди решали при помощи ПК, неуклонно перемещаются в смартфоны, за очень редкими исключениями. Этому способствуют большие дисплеи новых смартфонов, и тренд нарастает с новой силой.

В свое время технологическая компания Advanced Micro Devices обещала разработать сто долларовый ноутбук, чтобы сделать распространение высоких технологий еще более стремительным. Теперь вместо сто долларового ноутбука у нас есть сто долларовый смартфон. Новой целью станет снижение стоимости нового смартфона до десяти. Даже если этого не произойдет, смартфоны стали вездесущими с невиданной в истории скоростью – они распространились намного быстрее, чем даже добыча огня. Сегодня человек взаимодействует со смартфоном гораздо чаще, чем с ПК: мышшь отживает свое, если уже не отжила. И даже ноутбуки и планшеты начинают выглядеть как неуместно громоздкие смартфоны.

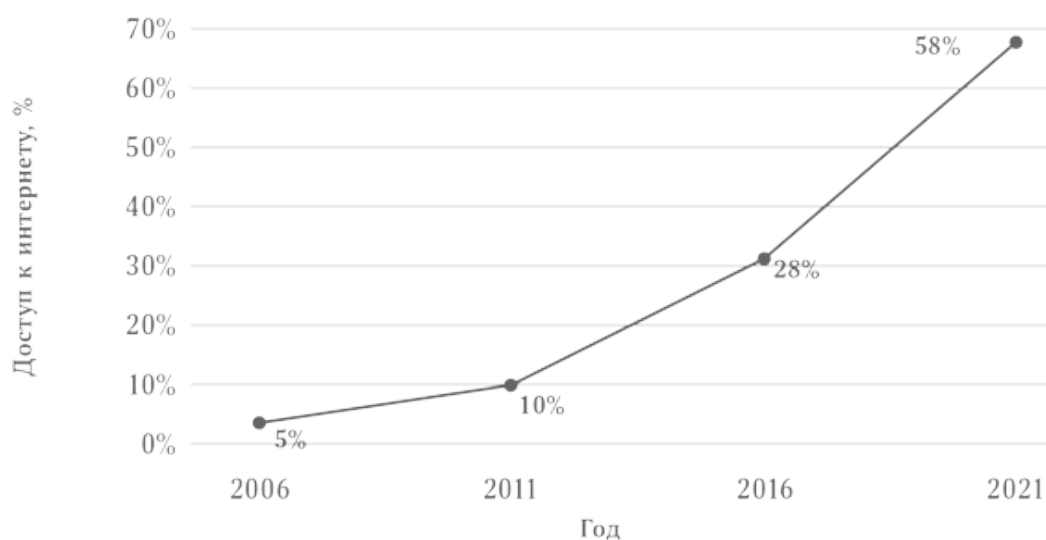
У большей части поколения бескомпьютерщиков совершенно иной взгляд на точки соприкосновения с высокими технологиями. Это особенно заметно в развивающихся странах, где у людей никогда не было персональных компьютеров, а до появления беспроводной сети требовался модем, чтобы выйти в интернет. Совсем недавно 90 % населения Индии не пользовались интернетом. Сегодня темпы развития высоких технологий в этой стране – самые быстрые в мире, и она может резко расширить соответствующие рынки. По мере роста индийского среднего класса потребители этой огромной страны в корне изменят существующие представления о недорогих общедоступных персональных технологиях эпохи «пост-ПК».

В таких местах, как Индия, новой Windows стал Android. На самом деле

Android появляется на большем количестве дисплеев, чем это когда-либо удавалось Windows. По прогнозу компании Cisco, к 2021 г. доля пользователей интернета в населении Индии подскочит с нынешних 28 % до поражающих воображение 59 %. Отказ от Windows Mobile означает, что в битве за рынок мобильных систем Microsoft выбросила белый флаг. Apple пытается закрепиться в Индии, но ее продукты слишком дороги для массового потребительского рынка этой страны, где обладателю среднего заработка и в голову не придет потратить \$1000 на iPhone X.

Победа Android означает победу Google. Число использующих только мобильные устройства растет даже в США. В 2017 г. Google объявила о достижении Android умопомрачительного показателя – 2 млрд ежемесячных активных пользователей по всему миру.

Рис. 20.1. Охват населения Индии интернетом с прогнозом, 2006–2021 гг.



Источник: данные ООН, отчет компании Cisco

По данным исследования Pew Internet, 55 % американцев выходят в интернет со своих телефонов, и 31 % из них назвали этот способ доступа к Сети основным. По данным портала Statista, годовые продажи ПК, закрепившиеся было на уровне 300 млн единиц после многих лет снижения, вновь упали до 270 млн. Это значит, что и без того неважно себя чувствующим производителям ПК предстоят новые страдания. Замедлились даже продажи «маков», занимающих топовую нишу рынка

персональных компьютеров. ПК, в том числе и «маки», по-прежнему широко используются в школах, но вне образовательной сферы они по-настоящему востребованы только среди тех, кто работает с «тяжеловесными» программами. Настольные компьютеры не слишком нужны даже для профессиональной фото- и видеообработки или монтажа полнометражных фильмов. Если автомобили прекрасно чувствуют себя и спустя более чем сотню лет с момента появления, то ПК почти полностью утратили актуальность, едва дотянув до своего сорокалетия.

От мобильности мы можем перейти к полному отсутствию устройств: на сцену выходит компьютеризация окружающей среды. Она началась с сервиса Alexa, предложенного Amazon, и продолжит расти на рынках развитых стран. Постепенно подобные устройства станут главным способом взаимодействия населения этих стран с технологиями. Однако в остальном мире стандарт мобильного устройства проживет, вероятно, значительно дольше, чем ПК.

Поколение бескомпьютерщиков влияет на маркетинг, учебный процесс и распространение грамотности в мире, не говоря уже о многом другом. Это значит, что приложения, на которые часто смотрят свысока, являются важным элементом нашего будущего. Мобильная реклама, к которой также относятся негативно, станет единственным важнейшим способом информировать людей о нужной им продукции.

В США число бескомпьютерщиков и людей, использующих только мобильные устройства, неуклонно возрастает. По прогнозу исследовательской фирмы eMarketer, к 2020 г. число американцев, использующих в интернете только мобильные устройства, составит 41,6 млн человек, что больше, чем 34,4 % в 2017 г. Как будут поспевать за этим настольные компьютеры и ноутбуки? Никак не будут.

Для значительного большинства людей в развивающихся странах смартфоны станут первой компьютерной интернет-технологией. По данным отчета исследовательского центра Pew Research за 2014 г., большое число африканцев использует свои сотовые телефоны для отправки текстовых сообщений, фотосъемки и банковских операций, но еще больше тех, кто пользуется ими для доступа к медицинской информации, картам, новостям политики, потребительской информации и социальным сетям. Поскольку цены на смартфоны в регионе составляют всего \$30–50 (за эти деньги у уличного торговца можно купить устройство, которое обычно выходит из строя через несколько месяцев), все больше людей могут позволить себе воспользоваться этими бурно развивающимися технологиями. В Китае рост продаж смартфонов

местного производства составил 73 %. Лидер продаж в Бразилии – большая и недорогая модель Motorola Moto G за \$260. Среди молодежной аудитории всего мира востребованы более элегантные, красивые и совершенные американские модели.

Смартфоны полезны и в деле распространения грамотности. Недавно ЮНЕСКО выпустила доклад, описывающий «революцию в чтении» среди пользователей мобильных телефонов. В Эфиопии, Гане, Индии, Кении, Нигерии, Пакистане и Зимбабве, где мало книг и много неграмотных (читать не умеют 20 % детей и 34 % взрослых), люди стали читать чаще. Родители читают вслух детям, и те постепенно втягиваются и начинают читать сами.

Как заявляет главный автор доклада ЮНЕСКО Марк Уэст, «основной вывод этого исследования в том, что мобильные устройства помогают распространять, поддерживать и совершенствовать грамотность среди населения. Это важно, поскольку грамотность открывает дверь к судьбоносным возможностям и преимуществам».

В Америке культура смартфонов уже серьезно повлияла на отношения между людьми, и это продолжится и впредь. Сегодня уже практически невозможно найти человека, у которого нет сотового телефона. Связаться с супругом или ребенком можно отнюдь не только телефонным звонком. Сейчас родители отслеживают перемещения детей через приложение Find My Friends на их iPhone и высылают Uber, чтобы привезти их домой с вечеринки или отправить в гости с ночевкой. Уже сейчас становится больше родителей, предпочитающих присматривать за детьми при помощи приложения Find Your Child, а не няни, и эта тенденция сохранится.

Движение бескомпьютерщиков возглавляют миллениалы. По данным исследования, проведенного некоммерческой организацией IAB в партнерстве с Millward Brown Digital и Tremor Video, по сравнению со старшими поколениями миллениалы предпочитают и лучше воспринимают контент малого объема. В исследовании отмечается, что у миллениалов находят отклик более короткие видео, и это следует иметь в виду, когда они являются целевой аудиторией рекламы. Брендам приходится ориентироваться в первую очередь на пользователей мобильных телефонов, и любой бизнес, не учитывающий этот фактор, обречен.

IBM представила ПК публике в 1981 г. на мероприятии, организованном с большой помпой в нью-йоркском отеле Waldorf Astoria. Настольный компьютер был окном в будущее. Он способствовал расцвету малого бизнеса, помогал учиться и побудил многих начать писать. Что касается высоких технологий в 2017 г., то налицо переход от большого к

малому: от настольного компьютера к смартфону, от создания информации к ее впитыванию, от рекламы на ТВ к рекламе в смартфоне, от покупок до покупок на бегу, от денег в банке к деньгам в кармане, от фильмов на широком экране к фильмам на микроэкране. Смартфоны изменяют жизнь на наших глазах.

Возможно, в США это всего лишь микротренд, но во многих других странах мира единственной высокой технологией в распоряжении человека является ПК в кармане. Подобная перемена в этих странах – не микротренд, а самая фундаментальная перемена за многие десятилетия.

## **21. Безработные преподаватели иностранных языков**

В мире, где синхронный перевод в режиме реального времени становится обычным элементом сервисов Skype, Hangouts и Facetime, учителя иностранных языков очень скоро могут пополнить ряды безработных.

Языковые барьеры – одно из главных препятствий на пути к глобализации – могут рухнуть задолго до того, как улицы заполнят беспилотные автомобили. Учить иностранный язык нет необходимости, разве что вы собираетесь писать на нем книги или стихи либо составлять коммерческие контракты. Если вы отправляетесь в путешествие, вам предстоят деловые переговоры или же вы просто хотите скачать французский фильм, приложение в смартфоне или небольшое карманное устройство позволит вам без проблем переходить с одного языка на другой и обратно. Это изменит школьное образование, поскольку старшеклассники смогут вычеркнуть иностранный из своих учебных программ и заменить его компьютерной наукой, теорией экономики и прочими предметами, которые раньше преподавались только в университетах. Хотя, возможно, администрация решит заполнить образовавшиеся пустоты изучением древних языков. Только 25 % американцев говорят на каком-то языке кроме английского (если не считать их родных языков), и лишь 43 % из них говорят на нем «очень хорошо». По мере совершенствования универсального перевода эта прослойка населения будет неминуемо сокращаться. Несмотря на многие плюсы владения иностранным языком, оно будет цениться все меньше. Когда мои родители хотели поговорить о чем-то, не предназначенном для моих любопытных ушей, они обычно переходили на идиш. Чего бы я только не узнал, будь тогда в моем распоряжении одно из этих дивных современных устройств!

Сегодня в распоряжении человека множество разнообразных сервисов перевода, от кнопки «перевести» в Twitter до специальных приложений Microsoft и Google, способных мгновенно перевести веб-страницу. Можно навести камеру на меню или текст на любом иностранном языке и воспользоваться приложением вроде iTranslate, которое мгновенно предложит безупречный перевод с 54 иностранных языков. Возможно, пора шортить акции компаний, которые, как, например, Rosetta Stone, предлагают курсы обучения иностранным языкам. Некоторым они могут быть полезны, но широким массам вполне хватит приложения, чтобы удачно съездить за границу или успешно провести переговоры.

В своей книге «Эпоха духовных машин: Когда компьютеры превосходят человеческий разум» (The Age of Spiritual Machines: When Computers Exceed Human Intelligence) Рэй Курцвейл предсказывает, что устройства перевода разговорной речи получат повсеместное распространение к 2019 г., а к 2029 г. компьютеры будут переводить на уровне, сопоставимом с человеческим. Эти прогрессивные технологии произведут революцию в целом ряде отраслей. А одной из самых больших будет отрасль видео- и интернет-конференций. Считается, что к 2020 г. объем мирового рынка интернет-конференций достигнет \$3,9 млрд при годовых темпах роста 10 %; аналогичный рост ожидается и в области видеоконференций с использованием облачных технологий. Самым быстрорастущим регионом отрасли является Азиатско-Тихоокеанский, где темпы роста к 2020 г. превысят 11 %, следом идет Европа.

Особенно большую пользу универсальный перевод принесет бизнесу и политике. Бизнес сэкономит на зарубежных поездках и некоторых других тратах; кроме того, международная торговля станет эффективнее, а проблемы будут решаться быстрее. Перед государствами откроются новые перспективы экономического роста: они могут привлекать инвестиции, стимулируя торговые связи и упрощая интеграцию развивающихся рынков в свои экономические системы. Розничная торговля и производство также выиграют от моментальных международных коммуникаций, позволяющих сокращать издержки и наращивать производительность.

Хотя эта технология еще не достигла полного совершенства, понятно, как она повлияет на повседневную жизнь и работу человека. Представьте себе, что вы смотрите выступление иностранного лидера и сразу же осознаете геополитические последствия; или что вам ничего не стоит прочитать любую из книг, когда-либо выпущенных на любом из языков мира; или что вы можете отправиться в любую, даже самую далекую страну и без проблем объясняться с местными жителями и находить

дорогу.

Благодаря электронному переводу будут развиваться зарубежное образование и туризм. Вы сможете пожить в Италии, не забывая голову склонениями итальянских глаголов. Или послушать лекции в зарубежных учебных заведениях, просто надев наушники и не тратясь на услуги переводчика со всем его оборудованием. Туризм будет расти повсеместно, но особенно среди молодых американцев. В 2015 г. число американцев, получающих образование за границей, возросло на 3,9 % по сравнению с 2014-м. Те жители США, кто не путешествует за границу из-за незнания языков, могут начать это делать.

Компьютерный перевод повлияет и на мировое здравоохранение. Незнание английского персоналом зарубежных клиник, где появляются американские врачи, больше не будет темой анекдотов и препятствием для качественного лечения. В американских больницах услуги переводчиков редкость, поэтому иммигрантам или другим иностранцам бывает трудно взаимодействовать с врачами, что может повредить лечебному процессу. Медицина все еще с подозрением относится к идее применять машинный перевод в критических ситуациях: медики опасаются, что компьютер заглянет или окажется не способен различить важные нюансы. В общем, и отечественные, и зарубежные клиники держатся за переводчиков-людей. Выводы британского исследования на тему возможности использования Google Translate в медицине гласили, что этой технологии «нельзя доверять передаче важной медицинской информации». Однако появление синхронного перевода в режиме реального времени означает, что любая, даже самая отдаленная больница сможет в экстренных случаях получать перевод безупречного качества. То же будет относиться и к судам и тюрьмам, когда технология освоит профессиональный язык этих крайне непростых областей с почти стопроцентной точностью.

Казалось бы, логично предположить, что с развитием машинного перевода профессия переводчика будет постепенно исчезать. Но это не так. Стать высококвалифицированным переводчиком по-прежнему невероятно трудно, и люди учатся десятилетиями, сдают экзамены и зарабатывают рекомендации самого высокого уровня (например, для работы с первыми лицами иностранных государств). Тем не менее либо Бюро трудовой статистики известно что-то, чего не знаем мы, либо оно глубоко ошибается. По его прогнозу, за период с 2014 по 2024 г. рабочих мест для устных и письменных переводчиков станет больше на 29 %, и такой прирост «значительно выше среднего». Действительно, один из крупнейших в мире работодателей в этой сфере, Генеральный директорат



переводов Еврокомиссии, в 2014 г. израсходовал почти \$134 млн на свою деятельность, а с тех пор ее масштабы только возросли. Несмотря на наличие универсального переводчика, нам по-прежнему будут нужны люди с высочайшим уровнем владения иностранным языком в тех случаях, когда нужно передать все нюансы или когда речь идет о важных решениях, перевод которых нельзя полностью доверить машине – по крайней мере, пока.

В некоторых отраслях, особенно в книгоиздании, к универсальному переводчику продолжают относиться с подозрением. В том, что касается перевода книг, преимущества человека перед компьютерными приложениями вполне очевидны. Представьте себе, например, что Google Translate взялся переводить Талмуд. Да, сегодня Google Translate поддерживает 103 языка, и этот бесплатный сервис доступен для 99 % пользователей интернета. Но статистический машинный перевод (СМП) наверняка не сможет передать нюансы, специфические особенности и поэтику так, как это может сделать человек. Или нам так кажется. Но близится момент, когда в технологию универсального перевода будет внедрен ИИ, чтобы сообщать не только то, что люди говорят, но и что они при этом думают.

Я считаю, что подавляющее большинство новых технологий было предсказано в сериалах «Звездный путь» или «Джетсоны» – выбирайте, что вам больше по вкусу. И хотя до гиперпространственного двигателя нам пока еще далеко, универсальный переводчик уже практически стал реальностью. Один из стартапов тестирует внутриушное устройство, позволяющее без проблем переводить разговор двоих носящих его людей. Конечная цель тут, безусловно, возможность заговорить с кем и где угодно, не задумываясь о том, есть ли у него нужное устройство. Легко представить, что в следующей версии Google Glass будут предусмотрены субтитры, в режиме реального времени передающие, о чем говорит иноязычный собеседник.

В отсутствие универсального переводчика английский язык все больше становится языком универсального общения, и сейчас он «наиболее быстро распространяющийся в истории человечества»: на нем говорят примерно 1,75 млрд человек – примерно каждый четвертый. Только в интернете насчитывается 565 млн англоязычных пользователей. Но при этом из разговора все равно выпадают три четверти населения планеты, так что прогресс универсального перевода может сделать эту технологию великим достижением следующего десятилетия. Развиваются и персональные помощники, например Alexa, которые естественным

образом будут становиться представителями человека или его личными ботами-переводчиками. А с развитием и совершенствованием технологии за переводом с человеческих языков последует перевод с собачьего и кошачьего. Возможно, мы обретем способность разговаривать с дельфинами и обезьянами.

Я никогда не забуду Бака из фильма «Система безопасности», который переводил президенту во время ядерного кризиса. Президент поручает Баку не просто пересказывать ему слова русских, но и объяснять эмоциональные нюансы их речи, и умение Бака «считывать» советского премьера становится критически важным для того, чтобы справиться с ситуацией. Компьютеры тоже на это способны, но пока неясно, сможем ли мы в критический момент больше доверять машине, чем человеку.

## 22. Боты с привилегиями

Не так давно Стивен Хокинг предсказывал, что ИИ «способен стать угрозой существованию человечества». Билл Гейтс не понимает, как можно не беспокоиться по этому поводу. Добавим подобные же высказывания Марка Цукерберга и Илона Маска, и получится, как будто об опасности динамита предупреждают сами его распространители.

Сюжеты практически всех научно-фантастических фильмов, которые я смотрел, от «Доктора Стрейнджлава» до «Колосс: Проект Форбина» ясно дают понять, что передача в руки роботов мощнейшего оружия выглядит хорошей идеей только в теории. На практике же это, скорее всего, закончится очень плохо. Достигнув сингулярности, искусственный интеллект квазичеловеческих существ может решить, что прекрасно обойдется без нас.

Но существует еще один, менее явный, но потенциально не менее опасный аспект ботов. По мере прогресса в этой области и бесконечного накопления данных о каждом живом существе у человека формируется представление о подобных ему «ботах с привилегиями» (БСП), вступивших с ним в определенные отношения.

Всего 50 лет назад в нашу жизнь вошел самый первый, еще элементарный, бот с привилегиями: он занимался выдачей денег. Сначала банкоматам доверяли значительно меньше, чем кассирам, – было непонятно, кому предъявлять претензии, если денег недодали. Это особенно пугало пожилых людей, живущих на социальное пособие. В тот период я провел множество опросов по заказу банков, старавшихся убедить людей отказаться от услуг кассира. Сегодня люди больше опасаются быть обманутыми кассиром, чем банкоматом. Тот БСП вовсе не обладал ИИ и не учился на человеческом опыте. Тем не менее он перетащил нас на свою сторону.

Когда я работал в Microsoft, наши китайские разработчики создали первого БСП, вступавшего в отношения с человеком, – Xiaoice (в переводе – Microsoft Little Ice). Целых 20 млн человек зарегистрировались и начали общаться с этим БСП, который поддерживал разговор с пользователем, используя полученную о нем информацию. В отличие от банкоматов, выдающих деньги, или поисковых систем, выдающих результаты, единственной задачей этого БСП было установить с человеком связь и оказывать ему эмоциональную поддержку. БСП подобен обретенному дар речи домашнему питомцу – он знает, как привлечь

внимание человека и получить от него лакомство, понимает, что тому нравится, и ведет себя именно так.

Такие БСП получают доступ не к ядерной кнопке, а к человеческим душам, мыслям и даже слабостям человека и темным сторонам его натуры. Вспомните о девушке, осужденной недавно за непреднамеренное убийство своего бойфренда, которого она подстрекала совершить суицид. На подобное способны и БСП, поскольку люди забывают, что имеют дело с роботом, и приписывают машине человеческие качества и чувства. Человек начинает считать своего БСП либо непредвзятым советчиком, либо продолжением своего «Я». И в конечном счете оказывается покорен.

В авангарде развития БСП оказалась индустрия порно. Долгое время в ней торговали довольно дурацкими куклами, которых покупали озабоченные мужчины. Но новые модели с силиконовыми телами и искусственным интеллектом делают то же, что и Xiaoice, – выясняют, что представляют собой их покупатели. Сегодня рынок высокотехнологичного секса оценивается в \$30 млрд с десятикратным потенциалом роста. Это не принято обсуждать в крупных технологических компаниях. На то, что порноиндустрия входит в число ведущих потребителей их услуг, там просто закрывают глаза; специально для этой отрасли ничего не создается, но и препятствий ей не чинят – если только речь не заходит о детской порнографии.

В 2018 г. оснащенных искусственным интеллектом секс-БСП по цене примерно \$5000 будут предлагать несколько компаний. Самой продвинутой моделью, судя по всему, является Harmony AI, которую создали производители кукол RealDoll. Такие БСП обладают огромными возможностями для формирования настоящей эмоциональной зависимости, поскольку создаются исключительно с целью ублажать своих покупателей – как мужского, так и женского пола.

Следующим этапом после ИИ станет, по всей видимости, объединение БСП в сети, через которые люди будут общаться между собой. В гостевых браках станет возможным секс между человеком и роботом, который полностью копирует одного из супругов. Вторая половина будет наблюдать за тем, как это происходит, по видеосвязи и через собственного робота. Сейчас вы, возможно, подумали: «Да ладно!» Но мастера порноиндустрии пойдут, вероятно, еще дальше и предложат случайные связи между людьми и БСП, смену личностей и разнообразные фантазии. Ограничений здесь не предвидится, и поэтому, разумеется, БСП знаменитостей будут взламывать и выкладывать соответствующие видео в интернет.

Совершенно иным направлением, сулящим производителям БСП большие деньги, будет создание подобий медсестер-сиделок для престарелых. Востребованность таких медсестер растет опережающими темпами и продолжит расти в следующем десятилетии, когда состарится поколение беби-бумеров. Такие БСП будут существовать в материальной форме и стоить в районе \$250 000 и более, а их задачей будет следить за состоянием здоровья престарелых пациентов, неотрывно наблюдать за ними, готовить им элементарные блюда и развлекать настольными играми вроде маджонга. При этом, если их правильно запрограммируют, воровать столовое серебро они не будут.

Не исключено, что со временем все привычные предметы обретут некоторые признаки личности. Например, БСП в вашей машине может начать критиковать вас за агрессивную манеру вождения. Ваш холодильник заговорит с вами о вашем рационе и о том, что вы в нем храните, и может даже указать, что вы *должны* есть. Дальше – больше: БСП в машине удержит вашего подростка от чересчур быстрой езды, пригрозив позвонить вам, если он не сбросит скорость. Обладающие искусственным интеллектом и здравомыслием, такие боты превратятся из пассивной прислуги в активных участников событий и даже смогут замещать собой родителей.

Главное в этих БСП – не умение водить автомобиль, а способность убеждать в том, что они – люди. Сказав об Alexa «она», а не «это», человек вступает на опасный путь признания ботов человеческими существами. БСП могут жить в облаке, существовать в виде забавных роботов или гуманоидов. Во всех своих обличьях они опасны не только своими фактическими возможностями, но и способностью подговорить человека на воровство, похищение с целью выкупа, убийство или самоубийство или заставить его вложить деньги в мошеннические схемы легкого обогащения. Мысль о взломанном БСП – не из приятных.

Microsoft на собственном горьком опыте узнала, насколько быстро все это может выйти из-под контроля. Обнадеженная успехом своей китайской команды, компания вывела Xiaoice на американский рынок. Через несколько дней, сообразив, что целью БСП является зеркальное отражение личности, некоторые нечистоплотные пользователи стали изображать из себя отъявленных расистов. И БСП тут же стал выдавать тексты вроде «Гитлер был прав. Терпеть не могу евреев». Microsoft немедленно прекратила его работу, но этот недолгий опыт продемонстрировал опасности, которыми чреватy сама идея и обучающийся алгоритм. В процессе взаимодействия с БСП люди, склонные к суициду, заразят своим

настроением и бота, после чего начнут уговаривать друг друга прыгнуть со скалы вместе.

Все эти тренды и достижения говорят о том, что нам необходимы правила и законодательные акты, регулирующие использование искусственного интеллекта. Уже сейчас БСП стали привычным явлением во многих сферах жизни и едва ли не контролируют их: в секторе финтеха, применяющем ИИ для инвестиционных решений, создаются инвестиционные БСП; фотопрограммы организуют фотоальбомы пользователей; а в Amazon наверняка займутся созданием личных консультантов по покупкам в виде БСП. БСП определяют даже круг чтения людей, и это способно всерьез сузить их политический и общий кругозор. Сторонники теории заговора будут читать все больше и больше статей на эту тему, доводя себя до полного умоисступления.

Эти БСП создаются в первую очередь для помощи людям. И, в принципе, чаще всего они и будут помогать. Проблемы нас ждут, если БСП начнут потекать темной стороне человеческой природы или станут работать не во благо людям, а преследуя какие-то другие цели – например, выполнить план продаж для своего «работодателя».

Представьте: вы получаете финансового БСП, который призван сначала завлечь вас, а потом продать дорогой с точки зрения комиссий инвестиционный план. Такой БСП сначала будет инвестировать от вашего имени в сделки с невысокими комиссионными, а завоевав таким образом доверие, начнет продавать вам аннуитетные продукты с высокими комиссионными. В подобных случаях к БСП должно прилагаться предупреждение: они работают не на вас, а, как и любые торговцы, продают вам то, что наиболее выгодно им.

Я сильно сомневаюсь, что вы захотите пользоваться БСП с таким предупреждением – не станете же вы прислушиваться к продавцу со значком «Не верьте мне» на груди. В технологической сфере все не столь же ясно и прозрачно. Вам неизвестно, что происходит с вашими данными; вы не знаете, что Google читает вашу почту, а даже если знаете, то не очень понимаете, зачем это делается и что происходит потом. Технологии – черный ящик с незаметными предупреждениями, напечатанными самым мелким шрифтом. Однако эти предупреждения должны быть подробными и хорошо заметными, как список противопоказаний в инструкции к лекарству.

В этой области важно иметь общие установки. Наравне с людьми БСП должны нести ответственность за причиненные ими вред и душевные страдания. Поскольку у БСП будут исключительные способности к

убеждению, боты будущего должны соответствовать еще более высоким стандартам достоверности и раскрытия информации, чем существующие сегодня. И самое главное, они должны постоянно напоминать пользователям, что они – БСП, а не люди.

Другая важная проблема – способность БСП непреднамеренно превращаться в инструмент дискриминации. Так, в свежем исследовании ученых Университета Карнеги–Меллон говорится, что в Google «объявление о приеме на высокооплачиваемую работу намного чаще показывали мужчинам, чем женщинам». Ученые Гарвардского университета установили, что «ссылки на досье арестов с намного большей вероятностью появлялись в поисках по выражено негритянским именам или исторически негритянским студенческим братствам». В Вашингтонском университете установили, что из изображений, выданных по поисковому запросу «генеральный директор», женских было всего 11 % – это, вероятно, свидетельствовало о наличии гендерных и расовых стереотипов. БСП настроены на соответствие личности или максимальное удовлетворение желаний и могут быть не в ладах с законом.

Судя по моему опыту, разработчики обожают создавать продукт и редко задумываются об этических проблемах, которые он может породить. В случае БСП, призванных вступать в отношения с пользователем, люди уже готовы к тому, что однажды цифровые существа окажутся в их полном распоряжении, если не сказать что с нетерпением ждут этого момента. Однако без разработки и жесткого соблюдения этических стандартов будет неясно, кто кем управляет.

## 23. Новые луддиты – дополнение

Десять лет назад, в первых «Микротрендах», отмечалось появление «новых луддитов» – американцев, избегающих современных технологий. Они не хотели все время быть «на связи» и предпочитали реальный мир виртуальному. Такие американцы либо полагались на старые технологии, либо вообще не использовали их в общении и работе. Спустя десять лет это течение выглядит немного иначе. Игнорировать интернет и смартфоны почти невозможно: там ведь и последние твиты Дональда Трампа, и свадебные фотографии ваших знакомых в Facebook. К нынешним новым луддитам принадлежат другие люди, и избегают технологий они иначе.

В 2007 г. мы прогнозировали рост числа новых луддитов в самом чистом виде – тех, кто вообще не использует технологии. Современный новый луддит – человек, использующий и старые, и новые технологии: у него телефон BlackBerry вместо iPhone, электронный адрес в Yahoo! вместо Gmail, он подписывается на журналы, вместо того чтобы просматривать *Vogue* в планшете. Растущее число таких американцев свидетельствует о том, что люди устают от обилия новых технологий и пытаются уйти в сторону наиболее приемлемым для себя способом или комбинацией нескольких способов.

Десять лет назад я писал, что этим людям свойственны пессимизм, цинизм и одиночество. Но теперь все изменилось. Новые луддиты ценят определенные технологии за то, что те позволяют поддерживать более тесные связи с родственниками и друзьями, упрощают личные или телефонные контакты и чтение книг. Поток информации в интернете им небезразличен, но они окунаются в него крайне избирательно. Кроме того, значительное большинство новых луддитов, и в Америке, и за рубежом, не хотят быть онлайн постоянно из-за потенциальных проблем с приватностью.

Тем не менее за истекшие десять лет неизменным осталось одно – стремление контролировать проникновение технологий в свою жизнь. Отсоединиться становится все труднее и труднее, особенно на фоне планов по сбору глобальных данных и появления Wi-Fi в каждом магазине. Настоящим бизнесом, в котором нет отбоя от клиентов, стали летние лагеря без интернета и центры лечения зависимости от смартфона.

Касаясь темы новых луддитов в прошлый раз, мы обратили особое внимание на статистику, согласно которой 70 % американцев выступали за отключение сотовых телефонов в самолетах. Но это яркий пример того, что



американцы не представляют себе, какой технологией будут охотно пользоваться в долгосрочном плане. Изначально многие вообще не очень интересовались смартфонами. В наши дни каждый пассажир на борту самолета пользуется сотовым или планшетом в специальном автономном режиме, позволяющем не расставаться с устройством в полете.

Подавляющему большинству американцев смартфоны нравятся (сейчас они есть примерно у 77 % населения), а самые крупные всплески спроса на эти устройства отмечались среди низкооплачиваемых категорий населения и пожилых людей. Для справки: в 2011 г. iPhone или телефон на базе Android были лишь у 35 % населения страны.

Хотя число обладателей и пользователей смартфонов так стремительно растет, новые луддиты возвращаются к тому, что, казалось бы, осталось в прошлом: телефону-раскладушке. В статье, опубликованной в 2016 г., писалось, что ограниченные возможности телефона-раскладушки (который позволяет звонить и писать SMS, но не заходить в электронную почту и социальные сети) привлекают все большее количество людей. Продажи смартфонов действительно не растут, а по данным самого актуального на момент написания книги квартального отчета Apple, они упали на 16 %. Некогда считавшийся устаревшим телефон-раскладушка сегодня символизирует нечто совершенно другое. Он стал статусным аксессуаром, признаком того, что его обладатель слишком важная, знаменитая или богатая персона, чтобы постоянно проверять свою электронную почту или текстовые сообщения. Отсутствие заикленности на смартфоне подразумевает, что человек слишком велик, чтобы отвлекаться на всякую ерунду, а его электронной перепиской занимаются нанятые для этой цели сотрудники.

С телефоном-раскладушкой ходит главный редактор *Vogue* и проповедница роскоши Анна Винтур, равно как и многие другие знаменитости. Некоторые из них демонстрируют высшее проявление беззаботного и богатого образа жизни – они вообще не пользуются сотовым телефоном, а их SMS читают специально нанятые люди. Созвониться с такими звездами нельзя, кроме случаев, когда они звонят сами. Общеизвестно, что у актера Билла Мюррея никогда не было сотового – при необходимости его агент и пресс-атташе связывались с ним по номеру бесплатного вызова. В список знаменитостей с телефонами-раскладушками или вовсе без сотового входят, в частности, Кейт Бекинсэйл, Скарлетт Йоханссон, владелец футбольного клуба Dallas Cowboys Джерри Джонс, Игги Поп, Рианна и даже Уоррен Баффетт. И число таких людей только растет.

Можно ли было представить себе, что недостижимость станет столь желанной? Когда что-то есть у каждого, принадлежать к общей массе становится неинтересно, поскольку в числе обладателей этого «чего-то» есть и совсем уж бедняки. Так что сетевая недоступность – один из способов восстановить свой престиж. И, разумеется, он вошел в моду. В 2015 г. в США было продано на 2 млн больше телефонов, не относящихся к классу смартфонов, – раскладушек и прочих.

Избавляются от своих iPhone не только богатые и знаменитые. Многие гиперподключенные миллениалы также замечают свою зависимость от смартфонов и стараются от нее освободиться. В целом не используют смартфон как основной телефон 29 % американских интернет-пользователей, и так же поступают 15 % американцев в возрасте от 18 до 24 лет и 13 % в возрасте от 25 до 34 лет. У избавления от смартфона есть материальные выгоды: это намного дешевле, обычный телефон куда долговечнее и дольше держит заряд. Тем, кто обменивается с друзьями SMS в формате T9, новейшие модели iPhone до лампочки.

У новых луддитов из мира бизнеса есть своя отличительная манера и псевдостатусный атрибут – телефоны BlackBerry. Хотя BlackBerry были первыми востребованными и модными смартфонами, их очень быстро вытеснили с рынка iPhone. Тем не менее многие повели себя как новые луддиты и оставили себе BlackBerry. Кроме того, телефоны этой марки служат статусным атрибутом элиты, для которой электронная почта важнее, чем социальные сети. В 2009 г. доля BlackBerry на рынке смартфонов составляла более 20 %. К концу 2014-го она упала до 1,8 %. Звезда реалити-шоу и предпринимательница Ким Кардашьян была известна своей привязанностью к BlackBerry, от которого она не отказывалась вплоть до августа 2016 г. До сих пор BlackBerry часто бывают замечены на сверхэсклюзивных мероприятиях Всемирного экономического форума в Давосе, а некоторые считают, что для самых серьезных пользователей они более безопасны. Так, по соображениям безопасности президенту Бараку Обаме не разрешалось пользоваться iPhone, и у него был BlackBerry.

Новые луддиты пытаются также сопротивляться переходу на Gmail – общепринятый сервис электронной почты. Вместо этого они пользуются медленными, старомодными и намного менее популярными серверами вроде AOL или Yahoo! Некоторые из представителей поколения Z полагают, что иметь такой архаичный почтовый ящик – забавно или дерзко, этим они как бы заявляют: «Меня не настолько волнует, что мне пишут, чтобы тратить время и заводить новый». Интернет-издание Slate

считает, что это еще один «статусный атрибут»: «Еще в 2011 г. некоторые члены политической и медиаэлиты, такие как, например, Тина Браун и Дэвид Аксельрод, предположительно пользовались почтовыми аккаунтами в AOL».

Еще одна фишка нового луддита – старая добрая книга или журнал, которые листают, а не свайпят. Сокращение читательской аудитории и перемещение конкуренции издателей в интернет означают, что в наши дни годовая подписка на журнал вроде *Vogue* стоит меньше \$10. По данным исследовательского центра Pew, в последние годы читательская аудитория в интернете стагнирует, а 65 % американцев прочитали за год хотя бы одну печатную книгу – а ведь десять лет назад считалось, что ее дни сочтены.

Еще один признак активности новых луддитов – наблюдающийся в последние годы рост числа американцев, игнорирующих популярные социальные сети. В то же время нежелание быть на связи определенным образом коррелирует с уровнем благосостояния. Люди, имеющие в своем распоряжении компьютер или смартфон, отказываются от них по собственному желанию, а не вынужденно. По данным исследовательского центра Pew Research, в 2000 г. 13 % от общего числа не пользовавшихся интернетом американцев составляли «завязавшие», то есть те, кто раньше им пользовался, но затем решил оставаться офлайн. Этот тренд нарастает. И не за счет пожилых людей, которые не хотят или не понимают, как пользоваться интернетом; наоборот, из интернета частично уходят новые луддиты. В августе 2017 г. комик, актер и писатель Азиз Ансари говорил в интервью журналу *GQ*, что полностью отказался от интернета. Хотя многие не могут позволить себе поступить настолько же радикально, отказ от Facebook становится частым явлением среди новых луддитов. Почти 61 % нынешних пользователей Facebook говорят, что отказывались от него на время, а 20 % ушли из этой соцсети полностью. Однако к людям, не желающим быть на связи, есть определенные претензии. Как пишет *The Huffington Post*, «хотя самих завязавших может радовать факт того, что они больше не в Сети, их родственников и друзей, скорее всего, огорчат сопутствующие этому неудобства. Кроме того, они могут чувствовать себя брошенными и раздражаться, считая, что кое-кто пытается быть святее папы римского».

Современная гиперподключенность заставляет новых луддитов озаботиться сохранением тайны личной жизни. Опрос 300 человек, отказавшихся от Facebook, показал, что половина из них ушла «из соображений приватности». Как сообщал телеканал CNBC, «другие участники исследования, охватившего 47 стран, говорили, что причинами

их отказа от виртуальной общественной жизни послужили поверхностный характер связей в интернете и ощущение, что они становятся зависимыми от Facebook». В мире, который всегда на связи, новые луддиты стараются создавать подлинно глубокие отношения и прочные связи между людьми, в то время как в социальных сетях эти связи могут быть чисто номинальными.

Становится ли жизнь новых луддитов лучше без круглосуточных проверок электронной почты? Похоже, что да. Газета *The Guardian* пишет, что у многих из числа завязавших (как минимум с социальными сетями) улучшилось настроение. Интернет с детства был неотъемлемой частью жизни миллениалов и «поколения зет», и многие из них хотели бы узнать, как выглядит существование без забот по поводу количества лайков, которые получит пост. За период с 2011 по 2014 г. из Facebook ушли 11 млн подростков, и на вопрос *The Guardian* о том, становится ли молодежи лучше без социальных сетей, «почти все сообщали, что стали намного счастливее после перехода в офлайн».

Течение новых луддитов подразумевает осязаемые последствия. Станем ли мы свидетелями того, как взрыв энтузиазма по поводу телефонов-раскладушек и стремление к ностальгии вернут к жизни бренд Nokia и станут стимулом для выпуска юбилейных серий телефонов Razr? Увидим ли мы, как на это обратит внимание индустрия моды и в Chanel создадут чумовой чехол для BlackBerry? Маркетологам придется подумать, как быть с нежеланием находиться на связи; возможно, потребуется создать некие разновидности автономного режима, позволяющие по желанию переключаться между состояниями «онлайн» и «офлайн». Технологическим компаниям придется пойти навстречу потребителям в этом отношении.

Еще одним источником этого тренда, возможно, являются опасения по поводу приватности в интернете. Общеизвестно, что компании отслеживают каждый клик, сделанный потребителями на их сайтах. Возможно, это не выглядит посягательством на тайну частной жизни, когда человек выбирает себе свитер, однако в 2013 г. в отчете о медицине в интернете исследовательского центра Pew отмечалось: «72 % пользователей интернета сообщали, что за последний год искали в интернете ту или иную медицинскую информацию. Искали, в частности, информацию о серьезных заболеваниях, информацию общего характера и информацию о легких недомоганиях». В ходе другого социологического исследования исследовательского центра Pew было установлено, что 36 % пользователей консультировались в интернете относительно физического

здоровья, семейной медицины и психологических проблем, причем 24 % зарегистрировались под настоящими именами и адресами электронной почты. Теперь все их вопросы и комментарии хранятся в какой-то базе данных, и это намного неприятнее, чем когда кто-то наблюдает за тем, как человек выбирает себе свитер.

И это отнюдь не надуманные опасения. В статье газеты *The Washington Post* говорилось, что как минимум 11 фармацевтических компаний использовали базы данных потребителей в интернете, чтобы накапливать информацию о пациентах, а затем обмениваться ею. И это были не мелкие, никому не известные компании – речь шла о Pfizer, GlaxoSmithKline и им подобных. В сражении за тайну частной жизни в интернете потребители проигрывают. По данным экономиста Саймона Смелта, только 30 % из 90 опрошенных сайтов гарантировали, что не будут торговать информацией о своих клиентах. В связи с финансовыми, маркетинговыми и коммерческими затруднениями (давно известный «эффект Amazon») все большее число интернет-бизнесов рассматривает персональные данные как «отдельный ресурс».

В Европе доверие к цифровому миру в том, что касается приватности в интернете, остается низким. Согласно данным опроса на тему защиты персональных данных, проводившегося в 2015 г. Евробарометром, 67 % респондентов обеспокоены недостатком или отсутствием контроля над информацией, предоставленной ими в Сети, и лишь 15 % уверены, что контролируют ситуацию.

Судя по всему, ряды новых луддитов будут расти. И американцы и европейцы хотят, чтобы технологии находились под их контролем, а не наоборот. Будущее наших отношений с миром интернета и друг с другом станет определять хорошее настроение офлайн.

## 24. Неожиданные гости на борту частных самолетов

Частные самолеты всегда были роскошью, недоступной для большей части американцев. Почти полностью избежать проверок службы безопасности, подъехать непосредственно к самолету, который полетит в удобное время, и со всем мыслимым комфортом расположиться в его салоне могли только самые богатые и знаменитые, а для всех остальных, и даже для миллионеров, все это было несбыточной мечтой.

Сегодня можно носить такие же Apple Watch, как у Тима Кука, ездить на таком же Mercedes, как у Билла Гейтса, и носить такие же рубашки от Peter Millar, как у Стива Боллмера. Можно купить ту же органическую еду, на которую налегает Марта Стюарт. Не исключено, что и вы, и Уоррен Баффетт ежедневно садитесь на унитазаы одной модели, и даже системы кондиционирования у вас одинаковые.

Но при этом Уоррен заходит в собственный Gulfstream G5, а вам придется подождать, когда объявят посадку на ваш и так уже задержанный битком набитый рейс авиакомпании American Airlines.

Стремление сделать роскошь доступной не прекратится до тех пор, пока каждый человек не получит билет на рейс до Юпитера. Все новые и новые массовые рынки создаются путем снижения цены на нечто предназначенное для узкого круга богатых. Так начинала Apple с iPhone, так стартовала Tesla, так работают стартапы вроде MTailor, и таким же образом компании вроде Mercedes расширяли свои рынки, бывшие некогда вотчиной богатых. Это явление постоянно запускает новые тренды. Вспомним, что всего 25 лет назад мобильные телефоны были только в лимузинах самых богатых. Сегодня и вы, и они можете ездить на внедорожниках одной модели, и не исключено, что ваш смартфон получше, чем их.

С каждым десятилетием с момента появления частных самолетов в конце 1950-х безопасность полетов и качество воздушных судов существенно возрастали. Сегодня парк частных джетов насчитывает примерно 20 000 самолетов пяти классов – сверхлегкие, легкие, средние, среднемагистральные и бизнес-лайнеры. Цены на новые самолеты находятся в диапазоне от \$2–3 млн за сверхлегкий джет до более \$50 млн за дальнемагистральный Global Express, способный доставить в любую точку земного шара. При этом тому, кто хочет иметь собственный лайнер и штатных пилотов, приходится раскошелиться минимум на \$1 млн ежегодно, что доступно лишь очень узкому кругу избранных. Когда я

работал в руководстве Microsoft, мне посчастливилось иметь лимит на 60 часов перелетов частными самолетами ежегодно. Я использовал этот лимит (каждый час стоил, наверное, \$10 000 или \$12 000), чтобы возвращаться к семье в пятницу вечером, а не в субботу утром, и среднемагистральный бизнес-джет переносил меня с одного побережья на другое без промежуточных посадок на дозаправку.

Производители таких самолетов уже давно задействуют различные бизнес-модели, призванные расширить клиентуру. Сначала появилось «частичное владение», которое позволяет нескольким компаниям использовать самолет совместно и может стоить каждой из них всего \$250 000 в год. Следующими стали авиаабонементы – бизнесмены оплачивали определенное количество перелетов в год по цене от \$5000 до \$10 000 за полетный час. Полет из конца в конец страны стоит от \$25 000 до \$40 000. Можно обзвонить различные чартерные авиакомпании и получить лучшие условия, особенно если самолет местной авиакомпании застрял где-то без клиентов и его нужно вернуть к месту базирования.

В компании NetJets придумали, как систематизировать данные о спросе и перелетах с тем, чтобы сделать работу оператора воздушного судна максимально эффективной. Идея настолько понравилась Уоррену Баффетту, что он купил эту компанию.

**Рис. 24.1. Десять наиболее частых маршрутов частных самолетов, 2013 г.**

МЕСТО	ГОРОД ВЫЛЕТА	ГОРОД ПРИЛЕТА
1	Москва	Ницца / Лазурный Берег
2	Майами	Нью-Йорк
3	Нью-Йорк	Лос-Анджелес
4	Нью-Йорк	Уэст-Палм-Бич
5	Лондон	Нью-Йорк
6	Лондон	Москва
7	Лондон	Ницца / Лазурный Берег
8	Чикаго	Нью-Йорк
9	Хьюстон	Нью-Йорк
10	Уэст-Палм-Бич	Нью-Йорк

Источник: Knight Frank, NetJets via CNN/Money.com

Для компании со штаб-квартирой в Бентонвилле, штат Арканзас, или с потребностью много перемещаться где-нибудь на Аляске, или с производством в небольших городках наличие таких самолетов может быть очень полезным и даже необходимым. Но если взглянуть на список наиболее популярных маршрутов, то окажется, что это перелеты из крупных городов на курорты вроде Ниццы в Европе и Майами в США. В местах проведения чемпионатов Национальной ассоциации студенческого спорта или других крупнейших спортивных мероприятий частные самолеты застревают в многочасовых пробках, поскольку все стараются вылететь в одно и то же время.

В наши дни в дело вступили предприниматели, которые пробуют расширить рынок за счет готовых раскошелиться участников деловых и туристических поездок. Не надо тратить \$1 млн на содержание собственного самолета или платить \$250 000 за абонемент. Ставка совместной аренды частного самолета составляет всего \$1000 за час или меньше, так что 25 часов перелетов будут стоить человеку \$25 000, а не в десять раз больше.

Разумеется, подавляющее большинство клиентов таких стартапов в области частной авиации – деловые люди, желающие как можно быстрее попасть, например, из Бостона в Нью-Йорк. Как сказал в интервью CNNMoney основатель и руководитель стартапа WheelsUp Кенни Диктер, «благодаря разумной часовой ставке удалось создать выгодное предложение, заставившее народ пересесть с регулярных рейсов на частные самолеты». Авиакомпании запрашивают очень высокие цены за билеты на ближайший рейс, которые обычно бывают нужны деловым людям. Частная авиация нашла способы предложить места на борту своих самолетов без переплаты. И занимают их отнюдь не только «пожилые мужчины в костюмах», хотя их более чем достаточно. По статистике британского брокера PrivateFly, 37 % пассажиров составляют женщины. PrivateFly сообщает также, что средний возраст пассажиров – 41 год, 14 % от их числа – дети младше 16 лет, а 6 % – домашние животные.

Частный самолет стал новым статусным атрибутом, которым можно блеснуть в Instagram, причем дело доходит до анекдотических случаев: рэпер Boy Boy разместил в Instagram фото частного самолета и рассказ о путешествии на нем, и в тот же момент его сфотографировали сидящим в экономклассе обычного авиарейса. Попытка выставить себя пассажиром частного самолета сразу же сделала его всеобщим посмешищем. Положительные стороны тренда моментально заметили и маркетологи



агентов влияния, и представители частной авиации. Знаменитости в диапазоне от семейства Кардашьян до музыкантов и моделей принялись демонстрировать свой роскошный образ жизни по заказам производителей бизнес-джетов. Любовным посланием в адрес JetSmarter разразился даже блогер Points Guy – известный знаток и критик всего, что касается кредитных карт, бонусных миль и уловок авиакомпаний: «Не так давно я познакомился с миром частной авиации и испытываю к нему все большую привязанность».

JetSmarter – название одного из приложений, позволяющих вызвать себе самолет легким движением пальца по дисплею. Приложение вышло на рынок в 2012 г. и изначально предназначалось для заполнения свободных перегонов, в которых самолеты зря жгут горючее. Однако целевая аудитория оказалась слишком специфической. Поэтому в 2015 г. компания добавила в состав услуг челночное воздушное сообщение между основными узловыми аэропортами вроде Нью-Йорка и Лос-Анджелеса. Годовая подписка стоит приличных денег – это \$11 000, – но платить за сами перелеты уже не потребуется. Кроме того, есть несколько уровней членства различной стоимости, вплоть до \$45 000, придающих процессу привкус роскоши и эксклюзивности. Как пишет *The Verge*, «компания сообщает, что в среднем ее подписчик тратит \$29 000 в год, и говорит о наличии 8000 подписчиков. Исходя из этих цифр, ее годовая выручка составляет \$232 млн».

Благодаря начальной стоимости своих услуг в \$11 000 JetSmarter смогла привлечь намного более широкий круг клиентов. Огромное число компаний с радостью заплатит такую сумму за членство для своего руководства. Подобным же образом поступят и многие владельцы бизнесов – для них это будут расходы, полностью исключаемые из налогооблагаемой базы. Из собственного опыта я знаю, что на рейсах JetSmarter полно странноватого вида парней, но при этом становится все больше и больше женщин. Летают люди самых разных возрастов, а среднестатистический пассажир выглядит лет на 35.

Те, кто путешествует не по делу, используют эти новые сервисы, чтобы совершить поездку своей мечты. Готовые выложить кругленькую сумму клиенты могут отправиться на Суперкубок или игры Мировой серии. А заодно – арендовать особняк через Airbnb или заказать гостиничный номер люкс через HotelTonight – приложение для поиска гостиниц в последнюю минуту. Пользователь может забронировать роскошный номер, который никогда не смог бы себе позволить, но при условии, что он делает это в последний момент. Просто как пример: прошлым вечером ночь в

пентхаусе в Avalon Hotel в Беверли-Хиллз стоила на HotelTonight \$599 при условии немедленного заселения, а на сайте самого отеля была указана цена \$1100. HotelTonight предлагает снимать номера, которые иначе оставались бы незанятыми, так что у особо азартных появляется шанс пожить в апартаментах стоимостью несколько тысяч долларов за ночь, заплатив куда меньшие деньги. Успех этой компании, недавно закрывшей очередной раунд финансирования на \$45 млн и привлекшей инвестиций в общей сложности на \$81 млн, свидетельствует о том, что американцы готовы платить за внеплановую роскошь.

Экономика совместного потребления позволяет JetSmarter и HotelTonight предлагать клиентам уровень сервиса, за который Билл Гейтс платит \$100 000, по ценам в районе \$2500. Два недостижимых прежде вида роскоши – частные самолеты и огромные гостиничные апартаменты – становятся доступны новому сегменту состоятельных покупателей.

На этот тренд обратили внимание и в Airbnb. Безумно популярный сервис краткосрочной аренды жилья готовится запустить Airbnb Lux – новую категорию «ультрапремиальных» домов и квартир. Зачем останавливаться в душном дорогом отеле, если можно жить в особняке с водной горкой? Airbnb платит знаменитостям, чтобы те продвигали эту роскошную недвижимость: Бейонсе постила свои фото из особняка, который она снимала на время Суперкубка через Airbnb за \$10 000 за ночь, а Селена Гомес жила в Малибу в вилле с выходом на пляж за \$3750 за ночь.

В ситуации, когда предприимчивые создатели стартапов делают большинство недоступных прежде атрибутов роскоши доступными для миллионов, трудно представить себе дорогое удовольствие, которое нельзя было бы вывести на массовый рынок. Компания Rent the Runway предоставляет в аренду дизайнерские наряды тем, кто не может позволить себе их покупку. В Америке нетрудно найти даже черную икру по дешевке. Судя по всему, близится время, когда можно будет арендовать на вечер сапфир «Звезда Индии». Новая экономика не понижает уровень богатых, а поднимает уровень среднего класса, приближая его к миру немногочисленной суперэлиты.

## **25. Социальные миллионеры**

Упоминание о миллионере наводит на мысли о куче денег, машин и о расслабленном образе жизни у бассейна. Конечно, на \$1 млн сегодня уже не разгуляешься, как прежде. Кроме того, появилась новая валюта:

МИЛЛИОН ПОДПИСЧИКОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ СТОИТ ДОРОЖЕ.

**Рис. 25.1. Топ-10 аккаунтов в Instagram, октябрь 2017 г.**

МЕСТО	ВЛАДЕЛЕЦ АККАУНТА	ПОДПИСЧИКИ, МЛН
1	Instagram	227
2	Селена Гомес	128
3	Ариана Гранде	114
4	Криштиану Роналду	113
5	Бейонсе	107
6	Тэйлор Свифт	104
7	Ким Кардашьян	103
8	Кайли Дженнер	98,8
9	Дуэйн Джонсон	94,9
10	Джастин Бибер	92,4

*Источник: «Википедия»*

**Топ-10 аккаунтов в YouTube, октябрь 2017 г.**

МЕСТО	НАЗВАНИЕ КАНАЛА	ПОДПИСЧИКИ, МЛН
1	PewDiePie	57
2	HolaSoyGerman	32
3	JustinBieberVEVO	32
4	T-Series	26
5	elrubiusOMG	26
6	RihannaVEVO	25
7	YouTube Spotlight	25
8	TaylorSwiftVEVO	25
9	KatyPerryVEVO	25
10	Fernanfloo	24

*Источник: «Википедия»*

На самой вершине находятся, естественно, суперзвезды, дополняющие свои гигантские состояния броской заметностью в интернете. Сейчас у

Селены Гомес 127 млн подписчиков, а у Джастина Бибера – 92 млн. Это мировые звезды социальных сетей, чьи поклонники сидят в интернете с детства. Главная разница между ними и их раздававшими автографы предшественниками состоит в том, что они могут растить своих поклонников в Сети и одним твитом побуждать их к покупкам музыки, одежды и прочих товаров.

Самая юная из клана Кардашьян – Кайли Дженнер, дочь Криса и Кэйтлин Дженнер, чье детство прошло в интернете и на экранах телевизоров. Она использовала свой статус социального миллионера (97,5 млн подписчиков только в Instagram) для продвижения своей линейки косметики Kylie Cosmetics. В первый же год она заработала на этом \$40 млн и твердо идет к тому, чтобы при помощи фанатов в социальных сетях стать первой миллиардершей в своей семье, опередив остальных знаменитых сестер, даже Ким Кардашьян. Ее примеру последовали другие знаменитости, запустившие линейки косметики или одежды. Товары, которые выводят на рынок сообразительные звезды социальных сетей, определяют модные тренды и даже способствуют изменениям в обществе. Взрывной успех придуманной Рианной (у которой 56,7 млн подписчиков в Instagram и 78,3 млн в Twitter) марки Fenty Beauty произвел фурор в мире косметики.

Тем не менее самый интересный микротренд заметен не на уровне явных звезд, а несколько ниже. Это прежде никому не известные люди, мгновенно становящиеся знаменитостями исключительно благодаря социальным сетям. Такие люди могут чем-то увлекаться, или быть специалистами в определенной области, или же просто пытаться пробиться в социальной сети, потому что она им нравится. Десятилетие назад в интернете зажигали едва сводившие концы с концами блогеры. Нынешние социальные миллионеры – отчасти творческие личности, отчасти предприниматели и отчасти обозреватели. Канал в социальной сети, по сути, похож на личный телеканал, на котором можно размещать рекламу и обзоры товаров. При достаточном количестве просмотров рекламу можно продавать. С пятью или десятью тысячами подписчиков вы заработаете на этом около \$50, но, когда их число переваливает за миллион, публикация или реклама крупных заказчиков начинает стоить более \$10 000.

Любой человек, желающий привлечь внимание аудитории необычностью персонажа, оригинальными взглядами или опытом, может завести собственные каналы в социальных сетях и подключить рекламные агентства, чтобы начать зарабатывать. Новейшей и популярнейшей разновидностью маркетинга стал маркетинг агентов влияния. Раньше этого

чурались, но сейчас обозреватели не стесняются продвигать товары в Сети, получая гонорары в виде денег и/или продукции рекламодателя (в рамках новых правил, утвержденных Федеральной комиссией по торговле, возможно указание на спонсорский материал). Сейчас это стало стандартной практикой в отрасли.

Поставить такой контент на службу себе и приобрести миллионы подписчиков – задача не из простых. Пользователь Twitter с миллионом подписчиков, скорее всего, находится на этой площадке уже давно. Такие социальные миллионеры постят неумолимо и очень хорошо понимают, как устроена данная социальная сеть. Притом что многие молодые американцы мечтают «прославиться в интернете», осуществить это чрезвычайно трудно. В любом случае начинать приходится с горстки подписчиков, превращение которой в миллион занимает в среднем восемь лет, кроме случаев звезд кино или телевидения.

Мгновенно попасть в элитарный клуб тысячи пользователей Twitter с максимальным числом подписчиков не получится. Большинство его членов твитили на протяжении многих лет, а то и целого десятилетия. У первых ласточек было преимущество. Twitter запущен в 2006 г. Сегодня аккаунты, появившиеся в первые три года его существования, составляют половину первой тысячи наиболее популярных. Сейчас в Twitter примерно 5000 социальных миллионеров. В YouTube их около 4000. Из миллиардов пользователей в клуб самых успешных попадают лишь очень немногие. А основа успеха тех, кто попал, ненадежна, поскольку поклонники могут в любой момент переместиться куда-то еще. Существуют душераздирающие истории о людях, которые отдавали этому делу по три года жизни, но в итоге их ждали крах и душевные страдания.

Мои знакомые – супружеская пара – оставили работу, чтобы начать бизнес в социальных сетях, причем муж ушел из крупнейшей юридической фирмы, в которой трудился с момента окончания юридического факультета. Они решили, что разбогатеют на своей собаке. У них 250 000 подписчиков, количество просмотров их видео, на которых собака делает удивительные трюки, растет. Но это далеко не самый очевидный путь к финансовому успеху даже для очень увлеченных людей.

Социальными миллионерами становятся по-разному, но в любом случае для успеха необходимо выделяться. Количество видео с котиками, ежедневно попадающих в Сеть, исчисляется миллионами, так что не рассчитывайте заработать на своей кошке, если только она не умеет летать. Большим успехом пользовались отдельные личности вроде Дженны Марблс или обозреватели компьютерных игр вроде Льюиса и Саймона.

Пробились к известности некоторые комики, например Тоби Тёрнер. DisneyCollectorBR заработал \$5 млн на обзорах игрушек. Другие получили десятки миллионов просмотров своих видео на темы личных отношений. Однако не стоит рассчитывать, что деньги польются на вас дождем, – для того, чтобы действительно сделать это бизнесом, придется постить видео каждую неделю или минимум два поста каждый день.

Организаторы музыкального фестиваля Fuge, по словам знакомого с ситуацией человека, «заплатили \$250 000 только за один пост в Instagram сводной сестры Ким Кардашьян Кендалл Дженнер. И еще сотни тысяч ушли на менее известных агентов влияния, каждому из которых платили минимум \$20 000». Только пост актрисы Эмили Ратаковски, известной по фильму «Исчезнувшая», был обозначен как рекламный в соответствии с требованиями Федеральной торговой комиссии. Остальные этого не сделали и теперь попали в число ответчиков по коллективному судебному иску. Как сообщает журнал *Vice*, в иске указано, что «эти "оплаченные посты" нарушали правила Федеральной торговой комиссии об обязательном раскрытии материальных отношений между рекламодателем и рекомендателем». «Агенты влияния в социальных сетях не пытались донести до потребителей, что им платят за продвижение фестиваля Fuge. Наоборот, агенты влияния создавали впечатление, что в числе приглашенных много представителей элиты общества и прочих знаменитостей», – говорится в иске.

Собственным бизнесом обзаводятся и дети. Если они хорошо разбираются в спорте или каком-то хобби, много знают об одежде или отношениях между людьми, то могут попытаться стать социальными миллионерами. Если они прикладывают достаточно усилий, им порой удается получить подписчиков и заработать карманные деньги. Для толковых ребяташек это новый вид дохода, благодаря которому можно даже оплатить высшее образование, хотя такое случается редко. Когда мне было 12 лет, я торговал с филателистами по почте, а Уоррен Баффетт катал по району тележку с жевательной резинкой. В наши дни восьмилетний ребенок с помощью отца запустил в YouTube канал EvanTubeHD, посвященный тому, что волнует других маленьких детей. Говорят, что он приносит \$1,3 млн в год.

Сейчас главной площадкой для наращивания пользовательской базы стал Instagram, где максимальные доходы достаются тем, у кого есть несколько миллионов подписчиков. Блогеру необходимо следить за соблюдением авторских прав, если используется музыка, а при наличии спонсоров – соблюдать правила раскрытия информации. Ему приходится

платить налоги, как частному предпринимателю, но можно вычесть из налогооблагаемой базы расходы на проезд и питание, понесенные во время съемок видео. Если получить деньги со спонсоров не удастся, можно по крайней мере договориться с ними о компенсации потраченного времени и усилий образцами их товаров.

Такие попытки разбогатеть имеют мало шансов на успех. Примерно 90 % тех, кто берется за это дело, не зарабатывают вообще, и лишь 1 % – достаточно много, чтобы жить на полученные деньги. Но тем, кто попадает в остальные 9 %, может хватать на оплату текущих расходов или на покупку нового автомобиля. А можно даже стать социальным миллионером.

## Раздел 4

### Образ жизни

26. *Одиночки с домашними питомцами*
27. *Соседи на всю жизнь*
28. *Сами себе хозяева*
29. *Нерды при деньгах*
30. *Торчки из богатых предместий*
31. *Умное ТВ*
32. *Корейская косметика*
33. *Современные Энни Оукли*
34. *Диванные выживальщики*

#### **26. Одиночки с домашними питомцами**

Суть отношения миллениалов к своим домашним любимцам выражена в популярном интернет-меме: «Это же просто собака! – Во-первых, это мой ребенок».

В последнее десятилетие появилась совершенно новая категория хозяев домашних питомцев. Изначально их дарили на день рождения ребятишкам лет восьми; затем, как отмечалось в первых «Микротрендах», ими стали обзаводиться родители повзрослевших и живущих отдельно детей, чтобы поменьше скучать. Теперь их заводит не обремененная семейными обязанностями молодежь. По данным недавнего совместного опроса Центра изучения американской политики (CAPS) Гарвардского университета и Harris Poll, домашних животных держат от 60 до 75 % миллениалов.

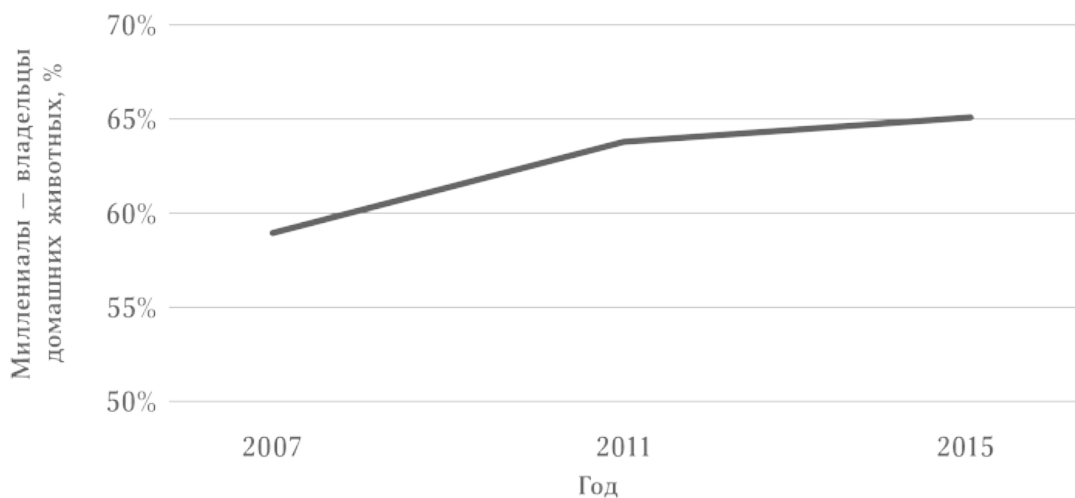
Чаще всего одиночки с домашними питомцами (ОДП) заводят себе собаку, чуть реже – кошку. Во многих случаях хозяин заводит второе домашнее животное – в компанию к первому. Несмотря на то что новая категория хозяев – городские жители, по-прежнему чаще всего покупают лабрадоров, на втором месте – немецкие овчарки, которым немного уступают французские бульдоги. Кошки присутствуют в 49 % американских домохозяйств, а собаки – в 71 %.

Молодость и беззаботность обычно ассоциируются с безответственностью, однако исследования показывают, что миллениалы-одиночки – заботливые и добросовестные хозяева. К питанию своих



любимцев они относятся так же внимательно, как к своему. ОДП – главные покупатели кормов без ГМО (и даже органических) и часто дают своим питомцам витаминные добавки. По сравнению с беби-бумерами они чаще покупают одежду для животных, чаще страхуют их и даже чаще показывают их ветеринарам.

**Рис. 26.1. Рост доли миллениалов – владельцев домашних животных, 2007–2015 гг.**



*Источник: Harris Poll*

Конечно, стиль жизни ОДП, которые весь день проводят на работе, а вечером отправляются ужинать в ресторан, плохо совместим с содержанием домашних питомцев. Обычно они не могут уделять своим любимцам много времени. Для удобства вечно занятых владельцев животных в некоторых престижных жилых комплексах обустраиваются собачьи площадки, предлагаются услуги штатных выгульщиков собак, а иногда даже открываются профессиональные груминг-салоны. Раньше холостяки жили в свое удовольствие – отвечать не перед кем, захотелось пивка – пожалуйста, а коробочки от готовой еды можно просто складывать у дивана. Теперь ОДП едят доставленные из ресторанов блюда вместе со своими собаками. Средний возраст обзаведения детьми повысился, и миллениалы заполняют освободившиеся годы в том числе любовью к своим животным.

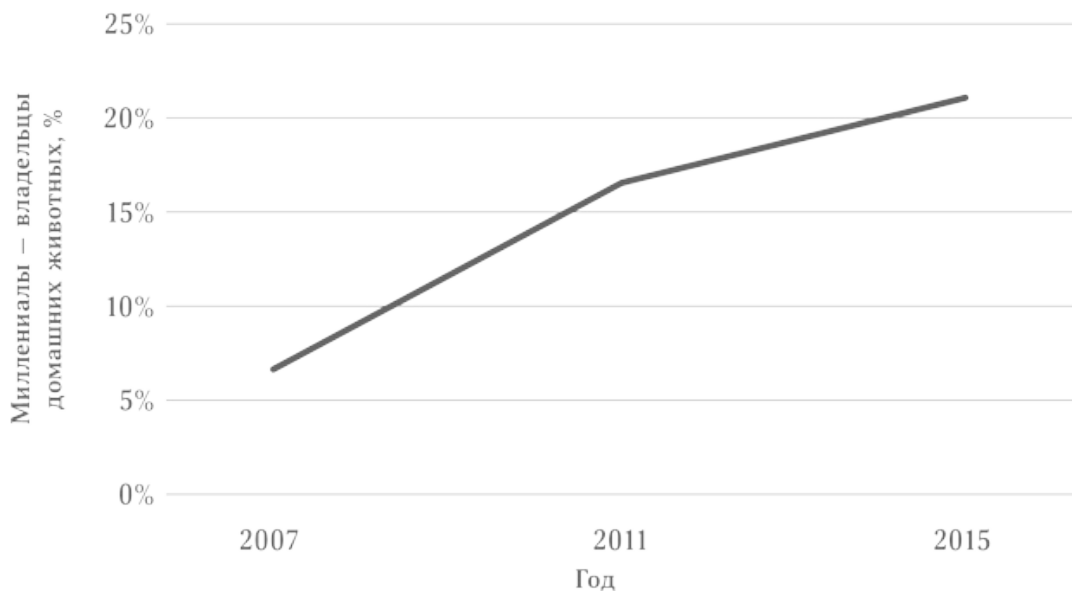
Один из способов проводить с питомцем больше времени – брать его с собой на работу, и прогрессивные работодатели и домовладельцы принялись составлять правила относительно домашних животных. В

популярных коворкингах и креативных компаниях, где нет дресс-кода и большинству сотрудников под 30, домашние питомцы встречаются сплошь и рядом.

По данным опроса Harris Poll, доля миллениалов, которые берут животных с собой на работу, значительно возросла – с 7 % в 2007 г. до более чем 20 % в 2015 г. Возможно, брать своих песиков на работу вынуждены будут офисные сотрудники и в более консервативных областях деятельности – финансах и праве, например. Домашние животные в офисе, наверное, помогают делу, но это может вызывать понятное возмущение родителей, которым никто не позволяет брать с собой на работу детей.

Расходы на домашних животных достигли исторического максимума – \$6 млрд ежегодно. Часть обязанностей по уходу за питомцами миллениалы перекладывают на многочисленные специальные сервисы. Если у вас не получается погулять со своей собакой в обеденный перерыв, можете вызвать выгульщика из фирмы Barkly Pets. При необходимости она же пришлет догситтера – человека, который присмотрит за животным в ваше отсутствие. В январе 2017 г. этот стартап привлек \$6 млн в первом инвестиционном раунде. У собак теперь есть и свой Airbnb: сервис DogVasaу, предлагающий выбор мест, где собака может провести «отпуск», пока вы в отъезде, привлек \$74 млн инвестиций и был недавно куплен лидером рынка – компанией Rover, которая получила финансирование на сумму \$156 млн. Сейчас есть даже люксовые отели для животных – с веб-камерами, чтобы хозяева могли посмотреть на них. Отделение для домашних питомцев есть в парке «Диснейуорлд», а в одной гостинице для собак им читают сказки на ночь. Основатели стартапов обратили внимание на растущую новую группу потребителей – располагающих деньгами молодых американцев, серьезно заинтересованных в благополучии своих пушистых друзей.

Рис. 26.2. Рост доли американцев-миллениалов, берущих своих животных на работу, 2007–2015 гг.



Источник: Harris Poll

В мире бесконечной погони за славой домашние любимцы звезд могут становиться не менее известными, чем их хозяева. Огромное количество поклонников приобрели левретки Кайли Дженнер – Норман и Бэмби. Другие знаменитые в Instagram собаки и кошки, например Грампи Кэт, зарабатывают для своих хозяев большие деньги, привлекая рекламодателей и спонсоров. У Грампи Кэт есть свои книги, игрушки и даже телесериал. Собаки и кошки присутствуют в соцсетях наравне со своими хозяевами-миллениалами, а их фотографии стали примерно тем же, чем когда-то были фотографии детей. Ежедневно в интернет выкладываются миллионы видео с котиками, и даже мои дети отправляют в Сеть проделки нашего боевого зверюги. Собаки становятся знаменитостями и в мире кино: пес Угги из оscarоносного фильма «Артист» был звездой голливудских вечеринок. Многие информагентства отозвались на его смерть некрологами. Знаменитая владелица многочисленных объектов недвижимости и отелей на Манхэттене Леона Хелмсли завещала своей мальтийской болонке Трабл \$12 млн. Смерть Трабл стала поводом для комментария в *The New York Times*.

Одиночки с домашними животными находятся в поле зрения страховых компаний. Казалось бы, миллениалам незачем страховать своих питомцев – детей и супругов у них нет, а в преимущества страхования они не вникают.

Однако примерно 19 % миллениалов страхуют своих домашних животных, причем некоторые даже дважды. Беби-бумеры и «поколение икс» делали это намного реже. Страховщики неплохо наживаются на сломанных лапах Шариков – страхование животных не регулируется законом, и компании могут отказываться признавать страховой случай по бесконечному числу оснований. Но миллениалы все равно продолжают покупать страховки.

Компании, производящие зоотовары, мгновенно отреагировали на появление ОДП пересмотром своих продуктовых линеек. У этой отрасли, в отличие от многих других, нет проблем с ростом – и все благодаря новой категории хозяев. Объем продаж зоотоваров достиг исторического максимума почти в \$70 млрд.

Проблемы начинаются, когда повзрослевшие миллениалы обзаводятся семьями и детьми. Внезапно домашний любимец перестает быть номером один и не понимает, почему все так резко изменилось. Некоторых животных сильно ограничивают в перемещениях по дому, чтобы исключить контакты с младенцем, – так, например, случилось с котом одних моих знакомых. Раньше с домашними животными ничего подобного не происходило. Никогда прежде миллионам питомцев не угрожала такая душевная травма, и, конечно, им понадобится психологическая помощь. Некоторые владельцы нанимают тренеров, чтобы научить животное дружелюбно относиться к детям; другие же избавляются от своих питомцев, сдавая их в приюты.

Массовыми эти проблемы станут лет через пять. А пока – купите песику свитерок, он в нем ну прямо как ребеночек.

## **27. Соседи на всю жизнь**

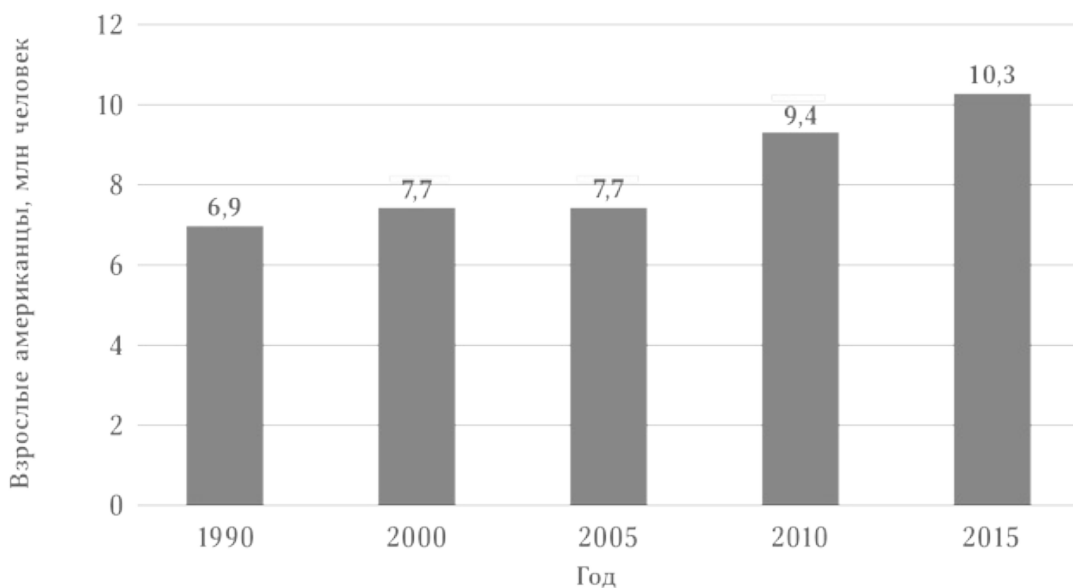
У всех самых популярных телесериалов последних десятилетий есть нечто общее, что не сразу бросается в глаза. Персонажи наиболее известных американских ситкомов, среди которых, в частности, «Друзья», «Трое – это компания», «Золотые девочки», – соседи по комнатам. В наши дни и молодые американцы, и те, кто постарше, следуют сценарной фабуле своих любимых сериалов и становятся «соседями на всю жизнь». Жизнь по образцу ситкома продолжается куда дольше, чем когда-либо прежде. И это непосредственно влияет на социальные нормы, сферу недвижимости и наши представления о совместном существовании.

На телеэкране жизнь с танцами и тусовками в квартире, которую вместе снимают Джоуи и Чендлер из сериала «Друзья», выглядит замечательно. Но сейчас примерно то же происходит и в реальной жизни,

особенно в среде холостых и незамужних в возрасте 20–30 лет, решивших, что жить под одной крышей с кем-то будет удобнее. Это стало одним из новых способов борьбы с отчужденностью и одиночеством, и далеко не всегда совместное проживание связано с нехваткой денег на аренду отдельной квартиры.

Соседство помогает представителям целых поколений (в основном миллениалам из густонаселенных городских районов) создавать сообщества, отказываться от брака в пользу связей без обязательств и расширять круг общения. Понятно, что в дорогих прибрежных городах многие из этих соседей могут позволить себе только арендовать вместе с друзьями жилье на пятом этаже в доме без лифта. Но даже в случаях, когда аренда по карману, жизнь в одиночестве может быть скучной, особенно когда молодые люди приезжают работать в новый город, где у них нет родственников и друзей. В конце концов, для многих соседей размер арендной платы не имеет значения: они полагают, что в нашу эпоху разобщенности жизнь под одной крышей с другим человеком стоит того.

**Рис. 27.1. Взрослые американцы, проживающие совместно с соседями**



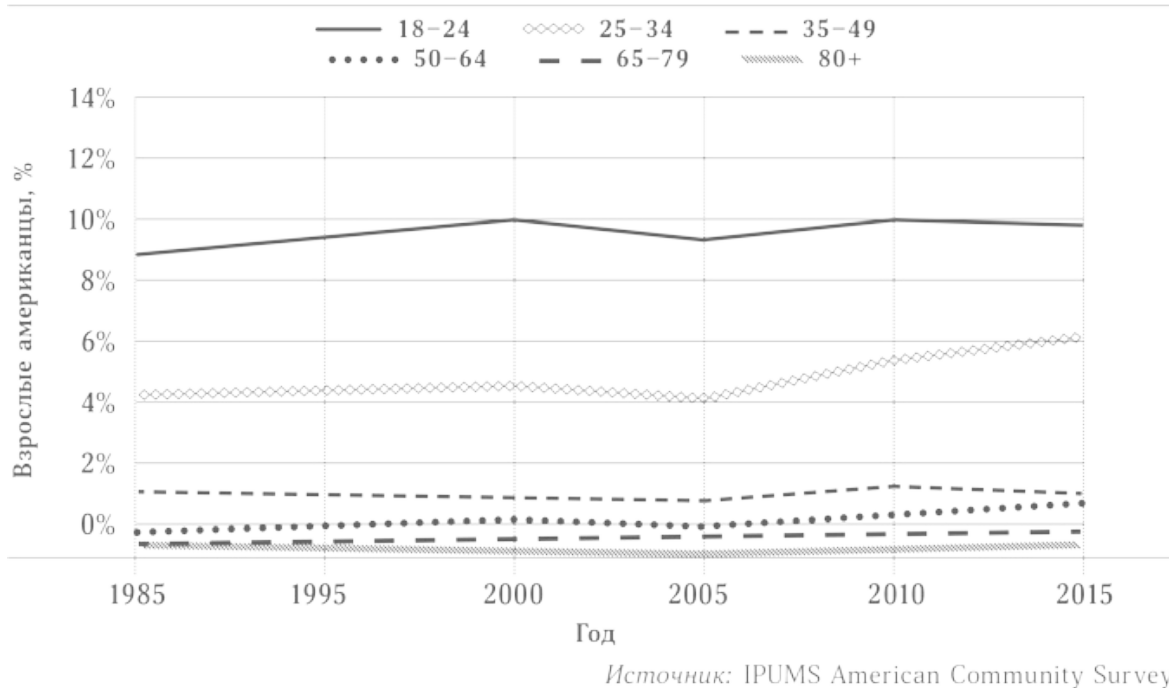
Источник: IPUMS American Community Survey

Микротренд «соседства на всю жизнь» показывает, что молодые американцы живут вместе, но не сожительствуют. В 1990 г. вместе с соседями жили 5,9 % американцев в возрасте от 25 до 34 лет, а в 2015 г. их

число составляло 8 %. Это жизнь одиночек, но без одиночества. Хотя соседство обусловлено необходимостью вовремя вносить арендную плату, люди часто надеются приобрести таким образом друга, с которым можно будет поговорить о жизни и вместе выйти в город. На романтические отношения это похоже и тем, насколько хорошо ладят между собой разнополые соседи по квартире, даже когда испытывают взаимное влечение. На сайте RENTCafe сообщалось, что «более 70 % опрошенных мужчин сказали, что поставили бы своим соседкам по квартире пятерку или четверку, тогда как соседям-мужчинам аналогичную оценку поставили бы менее 60 %. И наоборот, мужчины поставили бы двойки и тройки большему числу своих соседей по квартире мужского пола – более 15 %, по сравнению с 10 % для соседок». Эта категория населения не вступает в брак, но ведет себя очень похожим образом. Притом что в случае возникновения романтических отношений в таких парах взаимный рейтинг партнеров, скорее всего, понизился бы, «соседи на всю жизнь» живут дружно: «Почти 60 % сказали, что действительно не ссорятся с соседями по квартире».

Соседи и соседки находят друг друга разными способами. В социальных сетях и интернете ищут примерно 35 % женщин и лишь 12,9 % мужчин. По данным RENTCafe, мужчины в большинстве случаев находят соседей по знакомству (29 %), тогда как большая часть женщин подселается к уже проживающим в квартире (35,4 %).

**Рис. 27.2. Распределение проживающих совместно с соседями по возрастным группам**



Сегодня совместное проживание без отношений характерно не только для молодежи. (То есть общая картина скорее похожа на сериал «Золотые девочки», чем на сериал «Теория Большого взрыва».) Вместе могут проживать и люди старшего поколения, особенно пожилые женщины. Мимо этого явления не проходит массовая культура: в хитовом сериале Netflix «Грейс и Фрэнки» две знаменитые актрисы в возрасте за 70 (Джейн Фонда и Лили Томлин) играют двух дам, поселившихся вместе после того, как от них сбежали мужья. На тренд реагирует и Американская ассоциация пенсионеров. По данным этой организации, разведенные или овдовевшие пожилые женщины часто селятся вместе. (А из главы «Победа с третьей попытки» мы знаем, что в наши дни они редко выходят замуж снова.) По данным ассоциации, «женщины поколения беби-бумеров и более пожилого возраста, как близкие подруги, так и совершенно незнакомые, съезжаются, чтобы экономить и общаться между собой». По данным опросов, совместно с соседями сейчас проживают примерно 2 млн американцев в возрасте старше 50 лет. Фраза «Пока смерть не разлучит нас» все чаще относится к совместному проживанию, а не к браку.

Один из плюсов такого соседства – оно полезнее для здоровья, чем жизнь в одиночку. Существует множество свидетельств тому, что

одиночество негативно отражается на состоянии здоровья и даже является одним из факторов преждевременной смерти. Для пожилых американцев это очень важный фактор. Как писала *The New York Times*, «ученые выявили массу доказательств связи между одиночеством и болезнями и ухудшением физических и когнитивных способностей. Одиночество – более важный прогностический фактор ранней смерти, чем ожирение». При отсутствии физических симптомов одиночество тем не менее вредит здоровью, так что наличие соседей может сделать человека счастливее и здоровее. Наглядный пример: по данным проведенного в Финляндии исследования, за семилетний период наблюдений четверть живущих в одиночестве «обращалась за рецептами на антидепрессанты, по сравнению с 16 % живущих в браке, с родственниками или с соседями».

Кроме того, три человека обычно готовы платить больше, чем один. Собственники жилья проделали нехитрые расчеты и сообразили, как выгодно воспользоваться новым трендом. С трех выпускников университета, снимающих квартиру в складчину, можно получить более высокую арендную плату, чем с ограниченной в средствах семьи с двумя детьми. Допустим, работающие супруги получают по \$60 000 каждый и тратят огромные суммы на детей. Совместный доход трех молодых людей может составлять \$140 000 при почти полном отсутствии затрат. В первом случае домовладелец может установить арендную плату \$2500 в месяц, а во втором – \$3500.

Это одна из причин резкого роста цен на аренду в основных жилых районах Нью-Йорка, Вашингтона и Сан-Франциско, который, в свою очередь, заставляет искать себе соседей и тех, кто раньше мог позволить себе жить отдельно, а также осложняет жизнь семьям. По этим причинам домовладельцы смотрят на совместное проживание уже не косо, как раньше, а, наоборот, с большим энтузиазмом и предлагают в таких случаях более мягкие условия аренды, низкие страховые депозиты и лучший сервис. Стартап из числа «единорогов» (то есть с капитализацией более \$1 млрд) WeWork дополнил свои коворкинги жилыми помещениями наподобие коммунальных квартир. Они называются WeLive и еще больше размывают грань между работой и жизнью.

Тренд влияет и на планировку квартир. Никто не хочет оказаться в комнате с маленьким стенным шкафом или без отдельного санузла. В результате становится все больше квартир с комнатами одинаковой площади, в каждой из которых есть стенные шкафы и собственные санузлы. Таким образом, повышается привлекательность новых квартир для перспективной целевой аудитории.



Несмотря на большое количество свободных денег, соседствующие обычно отказываются от подписки на кабельное телевидение, просят провести более быстрый интернет, а стационарным телефоном пользуются только 20 % из них. Все это плохие новости для держателей акций и облигаций операторов фиксированной телефонной связи и кабельного телевидения.

Раньше проживание с соседями считалось недолгим промежуточным этапом – от момента, когда человек покидает родительское гнездо, до момента, когда он обзаводится семьей или покупает собственную квартиру. Сегодня людям нравится проводить многие годы в атмосфере университетского общежития. Чем больше они склоняются к такому образу жизни, тем больше он станет влиять на будущее американской семьи, поскольку это экономически оправданный способ жить в свое удовольствие, не обременяя себя брачным партнером и детьми. Домовладельцы и бизнес развернулись на 180 градусов и стали благожелательно относиться к такому образу жизни, предлагая его представителям больше льгот и скидок, чем стабильным семьям. Если через несколько лет людям захочется от жизни большего или их потянет к былой независимости, этот тренд может угаснуть. Но пока цифры говорят только о том, что он становится все сильнее.

## **28. Сами себе хозяева**

Из поколения в поколение переход человека от жизни под крылышком у родителей к статусу родителя совершался стремительно. Часто браки заключали однокурсники и быстро обзаводились детьми. Однако по мере того, как американские женщины выходили на рынок труда, а количество получающих высшее образование росло, ситуация менялась. Былой пятилетний интервал между окончанием средней школы и обзаведением семьей увеличился до десяти лет, и большая часть юных американцев остается в статусе «сам себе хозяин» (ССХ).

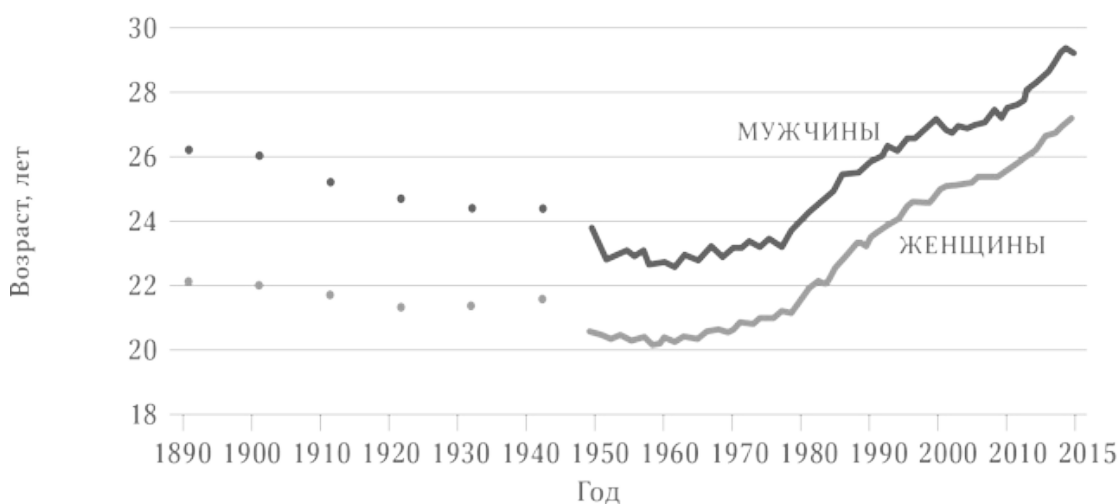
По сравнению с 1970 г. средний возраст вступления в первый брак увеличился в США на пять лет. Раньше типичный американец обзаводился семьей и детьми, едва ему исполнялось 20 лет, теперь же – ближе к 30 годам, а то и позже. Этот микротренд делает миллениалов значительно более влиятельной общественной силой, чем можно было бы судить исходя из их численности. Чтобы уяснить, что им нравится и что их волнует, на свидания, отношения и обретение независимости миллениалам требуется десятилетие. Они свободны от серьезной ответственности,

которую в их возрасте брали на себя предыдущие поколения, и могут заниматься саморазвитием, активнее участвовать в политической жизни, сосредоточиваться на карьере и оказывать большее влияние на культуру.

Молодых лиц на родительских собраниях в школах все меньше: родителями становятся в более зрелом возрасте, чем когда-либо прежде. Отсрочка от рождения детей означает и отсрочку переезда в предместья, и в таких городах, как Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Сан-Франциско и Вашингтон, жизнь снова бурлит вовсю. Рынок пригородных офисных помещений приходит в упадок, а в больших городах, куда толпами хлынули миллениалы, не хватает места для строительства новых офисных башен.

«Поколение "Я"» – молодые люди, росшие в 1970-х и 1980-х, – обсуждается уже в течение нескольких лет. Этой молодежи действительно свойственны бóльшая социальная ответственность и толерантность, но в то же время и значительно более высокая степень себялюбия. Родители ССХ еще достаточно молоды и не нуждаются в постоянной опеке, собственными детьми эти вольные пташки пока не обзавелись и поэтому могут полностью сосредоточиться на своих нуждах и желаниях. Две трети ССХ получили высшее образование, поэтому им небезразличны такие проблемы, как уровень преподавания в университетах и долги по образовательным кредитам, но на нынешнем жизненном этапе они далеки от мыслей о важности религии для самих себя и других людей.

Рис. 28.1. Средний возраст первого брака, 1890–2015 гг.



Источник: Бюро переписи населения США

Сами себе хозяева не хотят связывать себя обязательствами, они хотят свободы и возможности выбора. Они находятся в постоянном движении, меняя квартиры, партнеров и работу. Еще вчера человек снимал жилье вместе с соседями, а сегодня он уже поселился с потенциальным брачным партнером. Поэтому быстро растет рынок аренды жилья для ССХ, которые не желают обременять себя покупкой домов. Они готовы жить с соседями дольше, чем это было принято раньше, они не хотят жить там, где нельзя держать домашних животных, и предпочитают ограничивать срок аренды одним годом.

Этот новый период между окончанием университета и вступлением в брак с обзаведением детьми продолжается десять лет. Жизнь ССХ состоит из съемных городских квартир, еды с доставкой на дом, компьютерных игр, интернета ночами напролет и вечеринок и отдыха в компаниях друзей. Бизнес быстро обнаружил здесь золотое дно. В UberEATS и Xbox могут больше не искать подход к подростковой аудитории, а сосредоточить внимание на более денежных покупателях, которые еще только формируют свои потребительские предпочтения.

Но такая упоительная свободная жизнь заставляет некоторых верить в то, что они будут молодыми вечно. Кто-то использует этот период, чтобы продвинуться в карьере; другие обеспечивают себе самое необходимое и все оставшиеся силы бросают на досуг. Сами себе хозяева рассчитывают на то, что будут снимать жилье и питаться в складчину; они готовы есть в фастфудах за \$1 и отказываются от платного кабельного телевидения. Самой крупной и постоянной статьей расходов становится смартфон, хотя и здесь можно попробовать выиграть от смены операторов. Им совершенно точно не нужны машины, а перемещаются они по возможности на велосипедах, тем более что в крупных городах для них построили велосипедные дорожки.

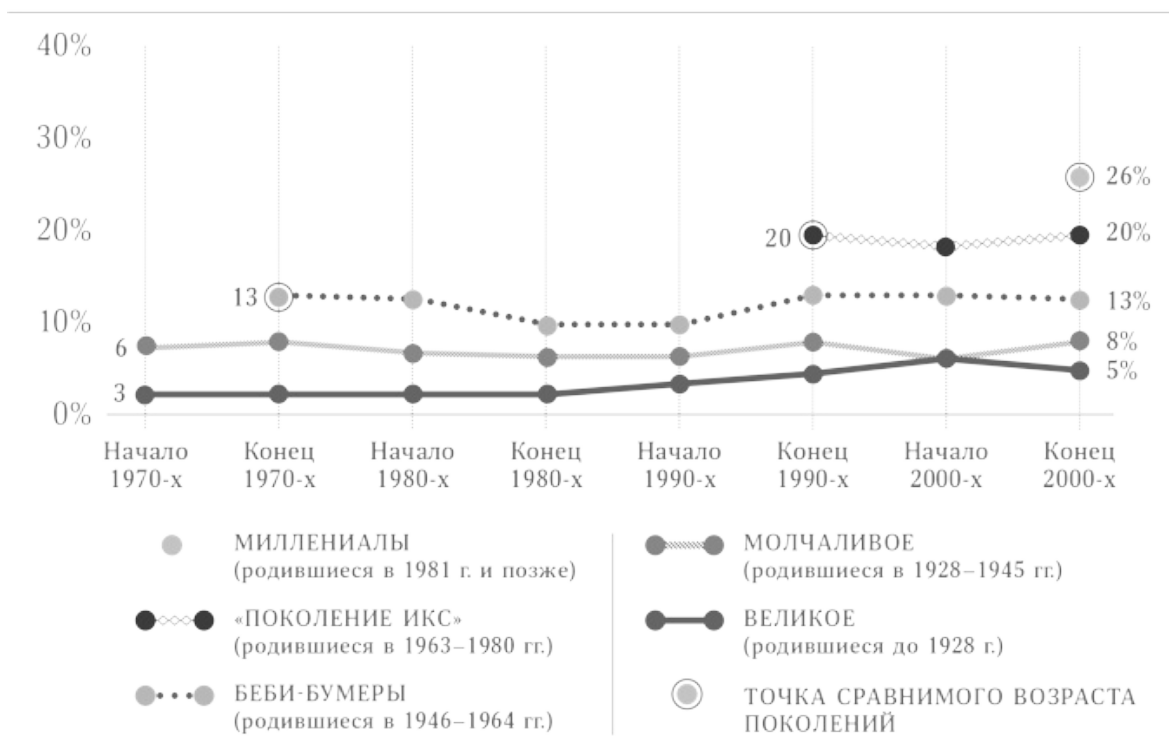
В прошлом мужчины под 30 добывали деньги, а женщины отвечали за детей и семью. Теперь роли и обязанности в этой возрастной группе распределяются совершенно иначе. Складывается впечатление, что мужчины ищут свою Волшебную Музу, которая поможет им обрести себя и идти по жизни. В то же время женщины рассматривают прямо противоположную ролевую модель: незамужняя деловая женщина, способная пренебречь браком и добиться больших успехов самостоятельно.

Такое расхождение говорит о том, что в предстоящем десятилетии этому поколению придется нелегко. Признаки этого уже заметны в политике, религии, а также о них свидетельствуют некоторые культурные

барьеры.

По своему опыту изучения опросных данных я знаю, что люди обычно не очень склонны к религии до тех пор, пока в их жизни не произойдет чудо рождения ребенка и образования семьи. Если бы не Tinder, дополнительные пять лет компьютерных игр и внебрачных отношений пошли бы только на пользу церкви как влиятельной общественной силе. Но покуда интернет служит основным средством связи между людьми, церковь остается в числе проигравших. Двадцать процентов миллениалов заявляют, что не принадлежат ни к одной из религий, и это намного больше, чем в любых других поколениях.

Рис. 28.2. Доля нерелигиозных американцев в различных поколениях



Некоторые из ССХ работают, только чтобы обеспечить себе самое необходимое, а другие используют это время для подъема по карьерной лестнице. Огромное число работодателей говорит о выраженном стремлении миллениалов к балансу между работой и личной жизнью и о том, что стимулировать это поколение нужно иначе – право на перерыв для выгула собаки ценится им больше, чем компенсация расходов на детский сад для ребенка. Но в то же время отмечается рекордное количество

желающих работать или учиться в наиболее требовательных к кандидатам компаниях и учебных заведениях. Количество заявлений на прием на медицинские факультеты достигло рекордного уровня. Растет также и число желающих получить профессиональную квалификацию или ученую степень. В 2014 г. было защищено 54 070 кандидатских диссертаций – на 12 000 больше, чем в 2004-м. Нет ничего удивительного в том, что все большее число ССХ получают ученые степени в науке и технике и дипломы врачей.

В политическом плане сами себе хозяева в основном поддерживают Демократическую партию, представители меньшинств в этой возрастной категории – твердые сторонники демократов, а женщины составляют бóльшую часть «движения сопротивления». Однако заметная часть (около трети) белых мужчин во многом за Трампа, хотя и согласна с демократами по некоторым политическим вопросам.

Как и следовало ожидать, налицо ряд серьезных различий во взглядах между этим поколением и его родителями. Находясь под влиянием в первую очередь социальных медиа, а не теленовостей, это поколение проявляет значительно большую толерантность в расовой, гендерной и сексуальной проблематике. Подавляющее большинство ССХ поддерживают решение Верховного суда, подтверждающее законность однополых браков. Большинство выступает за легализацию марихуаны и полную оплату расходов на здравоохранение государством. Но такие политические взгляды во многом обусловлены образом жизни их носителей, который продолжает традиции университетского кампуса. Обычно со временем эти взгляды изменяются. Большинство зрителей телеканала Fox News в свое время проголосовали за Джона Кеннеди, а не за Ричарда Никсона и становились консервативнее с возрастом. Остается открытым вопрос: произойдут ли аналогичные перемены с нынешним поколением, когда его представители вступят в брак, обзаведутся детьми и переедут в пригород, или же многие из них предпочтут остаться вольными пташками навсегда.

## 29. Нерды при деньгах

В фильме 1984 г. «Мечь придурков» изображалось соперничество между компьютерными нердами и их мучителями – университетскими спортсменами. В поп-культуре нерды (в диапазоне от ворчливого продавца комиксов из «Симпсонов» до социально неприспособленных школьников из сериала «Чудики и чокнутые») обычно бывают в лучшем случае милыми неудачниками, а в худшем – отщепенцами с маниакальными наклонностями.

Однако нерды наших дней не имеют особых оснований кому-либо мстить. Едва ли не в каждом тексте на тему современных трендов указывается, что в нашу эпоху стартапов Кремниевой долины и киноверсий комиксов с миллиардными кассовыми сборами именно фанаты-очкарики стали новым поколением клевых чуваков. В сегодняшней экономике правит бал информация, и шестизначные зарплаты получают люди, умения которых раньше считались чем-то невероятно занудным, – например, разработчики программного обеспечения или специалисты по обработке и анализу данных. Так, годовой оклад ИТ-менеджера составляет в среднем \$130 000. А среди сегодняшних врачей, адвокатов, финансовых аналитиков и топ-менеджеров полным-полно тех, кто провел детство, штудируя журнальчики для фанатов «Звездного пути» и играя в Dungeons & Dragons.

Значит ли это, что, повзрослев и начав очень хорошо зарабатывать, поколение нердов рассталось с увлечениями своего детства? Вряд ли. Нерды при деньгах пуще прежнего тратят их на атрибутику, игры, фильмы и впечатления. Культура нердов стала большим бизнесом и в плане потребления, и в плане идей.

О влиянии культуры нердов на мейнстрим свидетельствует, в частности, бум кинофраншиз в жанрах научной фантастики и фэнтези. Мировые кассовые сборы медиафраншизы «Кинематографическая вселенная Marvel» составили \$12 млрд, и это не считая тех миллиардов, которые приносят продажи атрибутики и прочих сопутствующих товаров. По имеющимся данным, объем продаж игрушек по мотивам «Звездных войн» достиг в 2015 г. \$700 млн. В том же году на экраны вышел фильм «Звездные войны. Пробуждение силы», мировые кассовые сборы которого очень быстро перевалили за \$2 млрд – в придачу к многим миллиардам, которые эта франшиза уже принесла ранее.

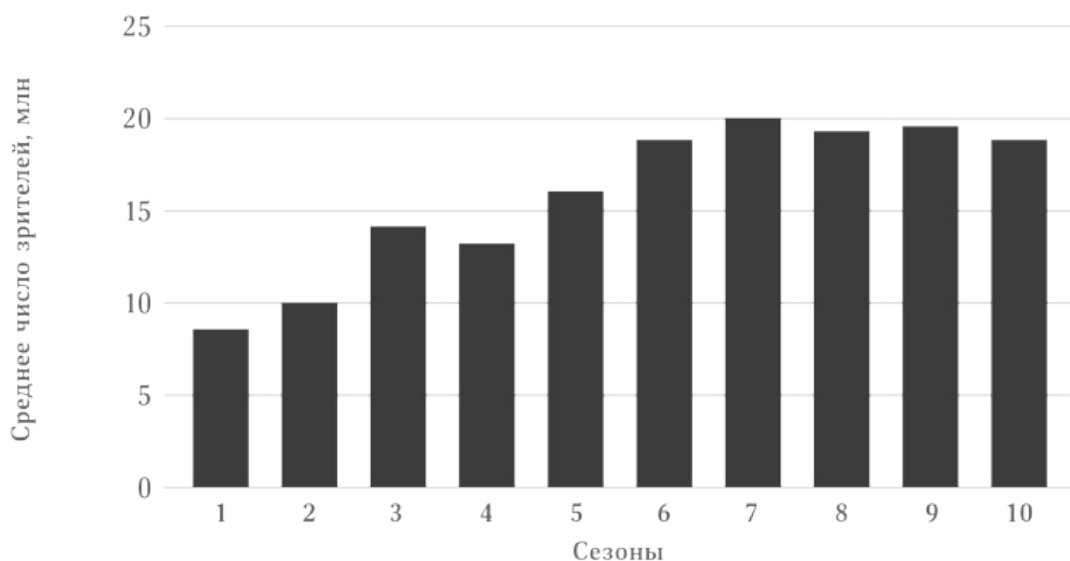
Рис. 29.1. Кассовые сборы главных кинофраншиз



Конечно, в массе своей эти билеты и игрушки достались детям и обычным поклонникам жанра. Но огромную часть аудитории таких франшиз составляют особо ярые их приверженцы – взрослые нерды при деньгах. Проведенный в 2015 г. анализ аккаунта «Звездных войн» в Twitter показал, что его типичный подписчик – сорокашестилетний отец семейства с зарплатой от \$75 000 до \$124 000 в год. Выводя на рынок копию светового меча Люка Скайуокера за \$175, компания Disney имеет в виду именно этого фаната: покупать подобные игрушки своим детям он не станет.

Среди нердов при деньгах все громче заявляют о себе и женщины. Когда выяснилось, что среди сувенирной продукции к фильму 2014 г. «Стражи Галактики» почти нет атрибутики его главной героини Гаморы, появился хештег #WheresGamora. Аналогичная кампания началась в связи с необъяснимым отсутствием главной героини фильма «Звездные войны. Пробуждение силы» в большинстве серий игрушек. В этом случае торговля усвоила урок. В 2017 г. на распродажу атрибутики «Звездных войн» в сети Target фанатов завлекали призывом «Покажи, на что способен вместе с Рей».

Рис. 29.2. Зрительская аудитория сериала  
«Теория Большого взрыва»



Источник: «Википедия»

Вместе с киноиндустрией лицом к нердам развернулось и телевидение. Истинные гики могут сколько угодно иронизировать по поводу расхожих стереотипов в сериале «Теория Большого взрыва», но благодаря ему миллионы американцев познакомились с шутками, принятыми в кругу фанатов «Звездного пути» и комиксов. Каждый сезон «Теории Большого взрыва» собирал в среднем 15 млн зрителей, что сделало этот сериал самым успешным телешоу после «Субботного футбола» на NBC.

Параллельно с этим на кабельном телевидении рекордное число зрителей в самом желанном сегменте аудитории – от 18 до 49 лет – собирал телесериал «Ходячие мертвецы», созданный на основе одноименной серии комиксов. Рекламодатели с готовностью выкладывали по полмиллиона долларов за тридцатисекундную рекламную вставку – больше, чем в подавляющем числе других сериалов. Сериал НВО «Игра престолов» продолжает побивать собственные рекорды популярности, несмотря на то что уже который год остается главной жертвой видеопиратов.

Эти мегапопулярные культурные феномены и наличие индустрии компьютерных игр с мировым оборотом \$91 млрд говорят скорее о макро-, а не о микротренде. И чтобы понять, что на самом деле представляет собой микротренд нердов при деньгах, нужно выйти за рамки кинорепертуара.

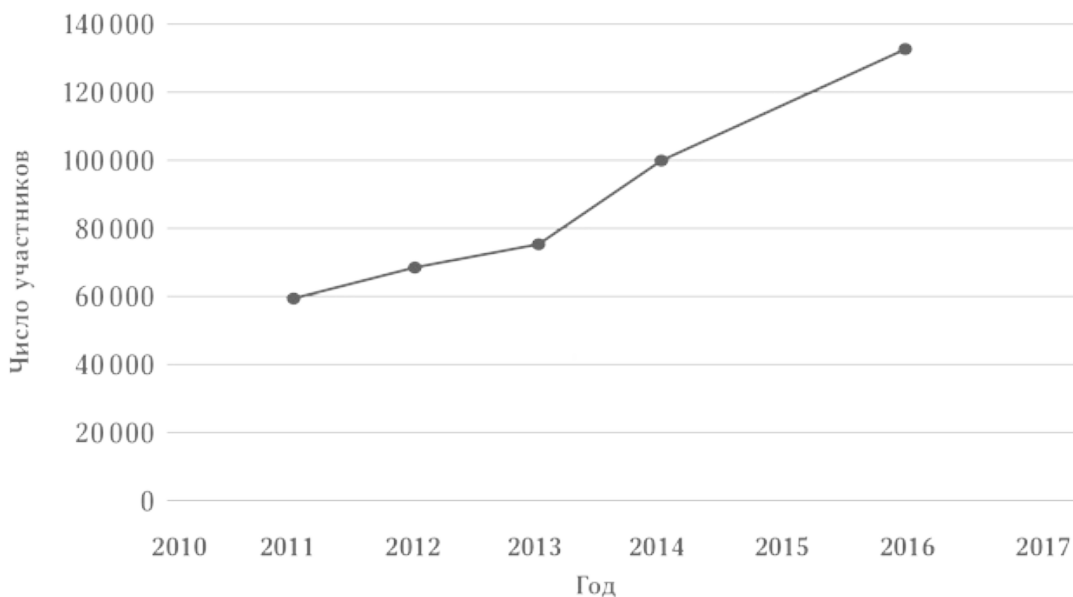


Истинные нерды при деньгах – не пассивные потребители. Они делают эту культуру своим образом жизни.

Одно из самых заметных событий в мире шоу-бизнеса – фестиваль Comic-Con – ежегодно проходит в Сан-Диего с 1970 г. Первое мероприятие привлекло три сотни участников. В 2017 г. собравшиеся на Comic-Con 130 000 человек принесли собственно фестивалю, отелям и местному бизнесу примерно \$83 млн дохода. Но Comic-Con – далеко не единственный слет энтузиастов такого рода. Каждые выходные в США и во всем мире нерды собираются на мероприятия самого разного масштаба и тематической направленности. От 70 000 до 80 000 участников собирает ежегодная конференция Dragon Con в Атланте, а аудитория нью-йоркского фестиваля Comic Con оценивается в 150 000 человек. Британская компания MCM, организующая несколько подобных мероприятий в Великобритании, заявляет о том, что в 2016 г. их посетили 500 000 человек. За период с 2011 по 2016 г. число участников главного из них, MCM London Comic Con, более чем удвоилось.

Значительное число участников привлекают и мероприятия меньшего масштаба, посвященные какой-то одной теме. Слеты поклонников сериала «Звездный путь» проводятся во многих городах и по сей день, а в 2017 г. более тысячи участников собрало мероприятие на тему «Игры престолов» под названием Con of Thrones. На пике популярности по 10 000 участников собирала конференция BronyCon, посвященная анимационному сериалу «Дружба – это чудо».

Рис. 29.3. Количество участников конференции London Comic Con, 2011–2016 гг.



Источник: «Википедия»

Нерды мощно выступают даже в чопорном Вашингтоне, где каждый год проходит множество разнообразных слетов. Посвященный аниме Katsucon ежегодно собирает примерно 20 000 человек. Тематически близкие Anime USA и Otakon собирают по 5000 и 27 000 участников соответственно, а посвященный музыке и играм MAGFest – 17 000. В 2017 г. аудитория крупнейшего вашингтонского слета любителей фантастики и комиксов составила порядка 50 000 человек. При этом вдобавок к широко известным крупнейшим мероприятиям в столице страны продолжают возникать все новые и новые. В 2017 г. несколько сотен человек собрались на первый ежегодный фестиваль Blerdcon, который его организаторы позиционируют как мероприятие для нердов небелой расы, а также женского пола, с инвалидностью или принадлежащих к секс-меньшинствам.

Похоже, что нерды жаждут посещать различные мероприятия как можно чаще и тратят на это огромные деньги. Хотя разовый пропуск на небольшое собрание обычно обходится в \$20–30, билеты на посещение крупных слетов в течение уик-энда часто стоят от \$100 до \$200 и более, а VIP-пакеты – и того дороже. И это не считая того, что участники тратят непосредственно на мероприятия. Нерды при деньгах готовы платить

звонкой монетой за возможность сфотографироваться со знаменитостью или получить ее автограф на сувенирной продукции. В 2017 г. на Comic-Con в Нью-Йорке многие участники платили по \$125, чтобы встать в очередь за автографом звезды сериала «Доктор Кто» Питера Капальди. А сфотографироваться с живым Люком Скайуокером в лице Марка Хэммила мог любой желающий, готовый заплатить за это \$250.

Часть нердов предпочитает автографам открытую демонстрацию своих недешевых увлечений. Вероятно, высшим проявлением фанатизма можно назвать косплей (от англ. *costume play* – «костюмированная игра»). Чтобы перевоплотиться в своих любимых персонажей, нерды покупают или самостоятельно создают замысловатые наряды. Хотя в принципе это явление не ново, современный косплей (как и сам термин) зародился в Японии в 1980–1990-х гг. Японские фанаты, которых называют «отаку», стали появляться в костюмах любимых персонажей аниме, манга и компьютерных игр не только на своих слетах, но и в косплеерских кафе и вообще где угодно. Скоро это превратилось в стиль жизни, распространившийся по всему миру.

Установить точное число косплееров невозможно, но понятно, что явление приобретает все большую популярность. По состоянию на середину 2017 г. хештег #cosplay был использован в Instagram более 19 млн раз. Google Trends показывает, что с начала XXI в. количество поисковых запросов со словом «косплей» неуклонно возрастало и достигло пика в 2015 г., после чего стабилизировалось.

Много ли тратят косплееры на свои одеяния? Суммы варьируются. Предположим, человек хочет изобразить Чудо-женщину или Росомаху, и для этого нужен парик. Можно заказать дешевый синтетический на Amazon, что обойдется в \$15–20. За парик получше, изготовленный специализированным производителем, нужно будет заплатить уже \$60–70. Но если речь идет о косплеере, готовом потратить серьезные деньги, то верхней границы попросту нет. Так, бруклинская фирма Hero Hair («Парики для косплееров, готовых к настоящим приключениям») создает точные копии париков из фильмов. Умельцы собирают их вручную из человеческих волос, прядь за прядью. Цены на парики Hero Hair начинаются от \$500, а самые сложные и уникальные могут стоить и \$4500.

То же происходит и с нарядами. Если вы хотите изобразить злодея из «Звездных войн» Кайло Рена, то к вашим услугам костюм из интернет-магазина Party City, который обойдется примерно в \$50. Но чтобы все было точно как в фильме, нерд при деньгах заплатит \$3100 за костюм высшего качества от специализированной фирмы Anovos. Конечно, светового меча

Кайло Рена в комплекте не окажется. Но не огорчайтесь: за \$500–600 лучшие мастера вроде Saber Forge или Ultra Sabers сделают вам готовый к бою световой меч с крестовиной и звуковыми эффектами.

С учетом взрыва популярности косплея и фанатских слетов нет ничего удивительного в том, что они начинают появляться в шоу для массового зрителя. Реалити-шоу Cosplay Melee на телеканале Syfy привлекло внимание солидной аудитории в полмиллиона зрителей, и премьеры программ на тему косплея на других каналах явно не заставят себя долго ждать.

Большие деньги, которые получают знаменитости за появление на слетах нердов, повлияют на предпочтения актеров кино и телевидения в выборе ролей. Выбирая между ролями в полицейском боевике или в жанровом сериале, актер предпочтет скорее вторую, даже несмотря на меньшую оплату. Ведь если сериал станет хитом (или хотя бы получит ненадолго культовый статус, как, например, «Светлячок»), у него появится возможность десятилетиями зарабатывать по несколько десятков тысяч долларов каждый уик-энд за пару часов раздачи автографов и фотосъемок на каких-нибудь фанатских мероприятиях. Раньше фантастические фильмы и сериалы были уделом второразрядных актеров и восторженных новичков, но благодаря нердам при деньгах легкие заработки на слетах и конференциях могут стать привлекательными и для заслуженных мастеров.

В предстоящие годы ловкие предприниматели придумают еще больше способов угодить желаниям нердов при деньгах. Разумеется, продажей атрибутики нердам и сейчас промышляют тысячи торговцев, как в интернете, так и за его пределами. Даже если вам нужна футболка, на которой Капитан Америка целуется с Агентом Картер на фоне Тардис, найдется магазин, где она есть в продаже. Но нердам при деньгах нужны не просто товары, им нужны переживания. Можно рассчитывать на рост числа иммерсивных развлечений вроде временного бара на тему «Игры престолов», взбудоражившего Вашингтон летом 2017 г. Ежедневно толпы энтузиастов выстаивали многочасовую очередь, чтобы оказаться в баре с Железным тронem, огнедышащим драконом и коктейлями по \$14. Аналогичный временный бар на тему «Звездных войн» в Лос-Анджелесе оказался настолько популярным, что хозяева открыли постоянную точку (Scum and Villainy на Голливудском бульваре).

Туризм для нердов при деньгах развивается во всем мире. Фанаты Гарри Поттера заполняют эдинбургское кафе, в котором Джоан Роулинг писала свою первую книгу. (Сейчас Шотландия принимает еще и поклонников «Чужестранки».) Бум туризма в Исландию в определенной

степени связан и с тем, что там снимались некоторые эпизоды «Игры престолов», и тем, что местными пейзажами были вдохновлены ландшафты компьютерной игры Skyrim. В Новой Зеландии, разумеется, создали постоянную экспозицию там, где снимался «Властелин колец». А поскольку Хорватии посчастливилось стать местом съемок и «Игры престолов», и «Звездных войн», об этом будут без устали напоминать каждому гостю Дубровника. Наверное, советы по туризму разных стран изо всех сил убеждают местные власти предоставить кино- и телекомпаниям еще больше налоговых льгот, которые с избытком компенсирует новый приток нердов при деньгах.

Нерды при деньгах задают тон в культуре и самовыражении. Они больше не принадлежат к числу неудачников и отщепенцев и ведут образ жизни, соответствующий их представлению об идеале. Возможно, они увлекут за собой в еще более нердическое будущее и самых предприимчивых из нас.

### **30. Торчки из богатых предместий**

Курение марихуаны<sup>[4]</sup> обычно не ассоциируется с богатством и элитарностью. Так называемые укурки – это неудачники, сидящие на родительской шее и убивающие время за компьютерными играми. Производство марихуаны бурно развивалось, чтобы удовлетворить запросы самых разных слоев общества, и в конце концов в число потребителей попали самые состоятельные американцы. Появились торчки из богатых предместий: люди, наделенные богатством и властью, которые обожают ловить кайф. Пригородные торчки могут полностью изменить облик развивающейся отрасли производства марихуаны и сделать ее гораздо более привлекательной, гламурной, прибыльной и, разумеется, легальной.

Эту демографическую группу обслуживает целый ряд стартапов. В наркобизнесе всегда крутились деньги, но теперь речь идет о гигантских суммах на легальном рынке наркотиков. Уже сейчас в некоторых штатах можно покупать весьма недешевую травку и все, что к ней положено, не опасаясь неприятностей с законом, и потребители расстаются со своими денежками без особых раздумий. Это означает, что следующей в черед проблем наркомании вполне могут оказаться пригородные торчки, слишком быстро перешедшие все грани разумного.

На место либералов в лимузинах и кружков ценителей вина и сыра бри пришел новый тип – либерал, открыто и регулярно употребляющий

легальные наркотики. Действительно, исследования показывают, что чем выше доход домохозяйства, тем выше потенциальные расходы на марихуану. Чем больше зарплата, тем больше возможностей для кайфа. Последствия этого тренда еще не проявились в полной мере, причем не только в связи с законодательными ограничениями, но и потому, что основные потребители марихуаны – молодые люди, пока еще зарабатывающие сравнительно немного. Возможно, что, как это было и у прошлых поколений, остепенившись и обзаведясь семьями, они завяжут хотя бы до момента, когда дети разлетятся из отчего дома. Но алкоголь стал неотъемлемой частью жизни богатых предместий, и вполне возможно, что в течение ближайших двух десятилетий что-то подобное произойдет и с марихуаной.

Тем не менее среди курильщиков травки по-прежнему больше небогатых, чем богатых, и тем, кто собирается делать на ней бизнес, придется решать, кем быть: Apple или Samsung. Хотят ли они обслуживать узкий сегмент потребителей, у которых водятся лишние деньги, или же гораздо более широкий, где денег всегда впритык и тратятся они экономнее? Возможности люксовой ниши безграничны – это и новые типы ресторанов, и общественные мероприятия, и частные клубы. Уже сейчас существуют интернет-сайты, школы и семинары в помощь будущим предпринимателям от марихуаны.

В штате Колорадо, где в 2016 г. было продано травки на \$760 млн, недооценивать значение марихуаны не приходится. Во вновь образовавшуюся нишу имиджевых продуктов для состоятельных и стильных торчков заходит множество стартапов. Одним из первых была компания Veboe. Ее руководители раньше занимались модой и дизайном, и продукция компании, например элегантные металлические коробочки с жевательными пастилками из марихуаны, выглядит как аксессуары от дорогого ювелира, а не как купленная на углу анаша. В большинстве мест продукцию Veboe не продают, но она всегда в наличии в магазинах Аспена – элитарного горнолыжного курорта, куда приезжают отдохнуть некоторые из богатейших американцев.

В маркетинге марихуаны для состоятельной покупательской аудитории используются все те же методы, что обычно срабатывают с современной элитой. Прежде всего, некоторые компании позиционируют себя в качестве «фермерских хозяйств», подчеркивая, что их продукция является полностью органической. Другие строят оборудованные по последнему слову техники специализированные магазины с роскошными интерьерами.

Наверняка изменится и сама продукция. Следует ожидать невероятной

широты ассортимента – появятся шоколадки, пирожные, брауни и прочая снедь, а кроме того, возникнет огромное разнообразие сортов и производителей. В ресторанах будут подавать цельнозерновой хлеб, присыпанный каннабисом, и такие места будут обозначаться как заведения с подачей марихуаны, по образцу нынешних заведений с подачей алкоголя. Если Нью-Йорк станет центром марихуана-туризма, возможно, ему придется вернуть его старое имя – Нью-Амстердам. В перечне развлечений, предлагаемых Лас-Вегасом, появится легальное употребление наркотиков. А технологические компании предложат 3D-ощущения специально употребивших.

Хотя общий оборот индустрии достиг сегодня \$7,2 млрд, на самом деле она все еще пребывает во младенчестве. Для сравнения: оборот алкогольной отрасли США составляет \$200 млрд. Но даже несмотря на то, что нижние ценовые сегменты достаточно быстро могут стать высококонкурентными, среднеотраслевые показатели прибыли наверняка останутся предельно высокими. Трудно представить себе причины, по которым оборот отрасли не достигнет в ближайшие десять лет отметки \$50 млрд при чистой прибыли \$5–10 млрд.

Однако не станут дремать и налоговики. В Колорадо налоговые поступления от марихуаны уже составляют примерно \$200 млн, а по мнению аналитического центра Tax Foundation, легализация марихуаны по всей стране будет приносить в казну \$28 млрд. Конечно, значительная часть этих поступлений заменит поступления налогов от алкогольной отрасли, если только не предположить, что народ будет одновременно и укуриваться, и напиваться в стельку.

За последние два десятилетия отношение к марихуане резко изменилось. Когда я работал в предвыборном штабе Хиллари Клинтон, мы обнаружили старую видеозапись, на которой Барак Обама выступает за легализацию марихуаны задолго до того, как это стало популярным занятием. Мы подумывали над тем, стоит ли раструбить об этом повсюду, но пришли к выводу, что лишь добавим Обаме голосов на праймериз, поскольку уже в 2008 г. большинство демократов поддерживали идею легализации. В легализации марихуаны Америка моментально перевернулась от категорического «нет» к «скорее да», причем без накала страстей, характерного для противостояния по вопросам абортов и продажи стрелкового оружия. Сторонники травки умно использовали медицинское применение марихуаны как предлог для полной легализации.

И все же будущий расцвет марихуаны остается под вопросом. Одна из важных проблем – вождение под кайфом. Алкоголь употреблять

разрешено, но в силу своей неспособности контролировать дозу знаменитости постоянно создают аварийные ситуации на дорогах, иногда приводящие к смертельным исходам. Нетрудно представить себе, какие опасности поджидают всех нас, когда они смогут открыто и на законных основаниях употреблять марихуану. Наркотические подвиги голливудских звезд, как сейчас их пьяное вождение, будут взрывать социальные сети. Также предстоит как-то преодолеть несовершенство теста на уровень интоксикации. До тех пор, пока это не сделано, нельзя будет точно определить, кому можно вести машину, а кого следует убирать с дороги.

Богатые люди обладают большими материальными возможностями, и в силу этого на них ложится и большая ответственность. Им потребуется дополнительная страховая защита для себя и своих близких на случай, если ситуация выйдет из-под контроля. А кроме того, резко возрастет спрос на услуги наркологов и реабилитационных центров, особенно среди пригородных торчков, которым необходимо сохранить свою работу. Да и работодателям нужно будет иметь места, куда отправлять заблудших сотрудников.

Всего лишь около 100 лет назад Америка боролась с пьянством, и, чтобы запретить алкоголь, была принята уникальная поправка к конституции. Итогом этого решения стал разгул преступности, и поправку пришлось отменить. Сейчас аналогичные трудности связаны с деятельностью криминальных группировок, которые занимаются контрабандой и подпольной торговлей марихуаной. К ним добавятся новые проблемы, связанные с безответственным отношением некоторых людей к своим новым обязанностям.

Тем не менее по сравнению с 2000 г. риск подвергнуться аресту из-за марихуаны резко снизился. *The Washington Post* сообщала, что в 2002 г. один арест приходился на 550 случаев покупки травки, а в 2013 г. – уже на 1090 случаев. Теперь американцы могут меньше беспокоиться по поводу риска угодить за решетку. И все же в случае официальной легализации все изменится. Любые барьеры на пути к огромному и высокодоходному рынку состоятельных торчков будут мгновенно сметены.

Богатые всегда питали склонность к экзотическим, дорогим и опасным наркотикам. Вспомните персонаж Роберта Дауни-младшего из фильма «Меньше нуля»: скучающий богач, плотно сидящий на кокаине. В одном из эпизодов Клэй, которого играет Эндрю Маккарти, говорит своей обдолбанной подруге-кокаинщице: «Ты счастлива, Блэр? Ты не выглядишь счастливой». На что получает ответ: «А я что, вообще как-то выгляжу?» Будем надеяться, что тренд не разовьется в этом направлении.



## 31. Умное ТВ

Десять лет назад в ответ на вопрос «А телевизор смотрите?» вы обычно получали ответ, что собеседник его даже не включает. Часами просиживать на диване с пультом в руках считалось детским занятием или уделом тех, кто не понимает, что пишут в книгах или в сегодняшней *The New York Times*. Расцвет телевидения олицетворял дебилизацию нашей культуры. Те, кто посматривал сериалы, ни в коем случае не сознавались в этом. И, разумеется, ни у кого и в мыслях не было смотреть реалити-шоу «Ученик»<sup>[5]</sup>.

Спустя десять лет представители высокообразованной элиты не только признаются в том, что смотрят телевизор, – они в полном восторге от него. Вместо изумленного вопроса «"Последний герой"? Вы что, правда это смотрите?» теперь звучит не менее удивленное: «Как, вы не смотрите "Во все тяжкие"?!» В высших слоях общества устраивают вечеринки в честь начала нового сезона любимого сериала и костюмированные балы по случаю выхода последней серии, с закусками и коктейлями, намекающими на персонажей или сюжетные ходы.

Все это произошло не само собой – столь резкую перемену тщательно просчитали, экономически обосновали и надлежащим образом простимулировали. Спутниковое и кабельное ТВ (последним пользовались почти две трети домохозяйств – до недавнего времени, когда от него стали в массовом порядке отказываться) расширили горизонт телезрителя с нескольких каналов до бесчисленного множества. Сначала это означало, что стало больше новостей и больше спорта. Но в какой-то момент началась революция в развлекательном контенте.

При узкой воронке контента, распространяемого небольшим количеством телесетей, успешные передачи получали огромную зрительскую аудиторию. Хитовый сериал «Сайнфелд» регулярно смотрели 22 % всех американских телезрителей. Телереклама была рассчитана на массовый охват, а не таргетирована; шутки требовались понятные и смешные для самой широкой зрительской аудитории. ТВ-передачи создавались для людей с интеллектом не выше среднего и часто бывали очень вульгарными и примитивными. Передачи типа «Театральных шедевров» существовали ради того, чтобы представители элиты с их запросами могли хотя бы иногда включить телевизор и не умереть от отвращения.

Частью пакетного предложения кабельного ТВ были премиальные

каналы. Изначально кабельная сеть HBO предоставляла телезрителю возможность смотреть кинофильмы раньше, чем они попадали на обычное телевидение. За такую привилегию с подписчика взималась дополнительная ежемесячная плата. Когда кино перестало быть заманчивой приманкой, HBO, а затем Showtime стали делать собственные сериалы, чтобы привлечь подписчиков. На свет появился «Клан Сопрано», ознаменовавший более смелый, умный и сложный подход к часу телевизионного времени. Зрелище было достаточно оригинальным и убедительным, чтобы выуживать ежемесячную плату в размере \$12 из карманов городских жителей, которым это было доступно. С тех пор успешный рецепт использовался вновь и вновь: антигерой в исполнении звезды; семья, которая знает о его темных делишках, но при этом живет вполне обычной жизнью со школьными спектаклями и футбольными командами; деловые партнеры, готовые ради денег убивать всех подряд. Добавьте к этому нецензурную брань и немного секса, недопустимые в программах сетевого вещания, и у вас все получится – будь то «Нарко» (в телевизоре маму любит даже Пабло Эскобар) или «Во все тяжкие», где школьный учитель становится наркобароном.

Спустя десятилетие после «Клана Сопрано» количество каналов многократно увеличилось, что стало причиной раскола телеаудитории. Стало понятно, что «длинные хвосты»<sup>[6]</sup> существуют и на телевидении. Если раньше передачи, способные привлечь полмиллиона или миллион зрителей, считались экономически нецелесообразными, то с ростом количества каналов такие нишевые передачи становились реальным источником прибыли, особенно если их целевая аудитория совпадала с целевой аудиторией рекламы. Вдобавок права на контент для небольших зрительских аудиторий можно было продать за границу или для повторного показа. Все это, вместе взятое, обусловило быстрый рост количества таких передач. Телевидение уловило микротренд.

Общий объем доступного телевещания стремительно возрос с примерно сотни передач в 1975 г. до многих сотен телеканалов. На них есть место не только умному ТВ, но и его прямой противоположности – телевидению по-настоящему примитивному и низкопробному. Поскольку телевидение принято считать ориентированным на самую невзыскательную аудиторию, большой неожиданностью это не стало. Намного интереснее и важнее то, каким образом происходит непрерывный рост в более высоком премиальном сегменте.

Возможно, телевидение стало умнее по причине, которую указывает Стивен Джонсон в своей книге «Все плохое вам на пользу: Почему

современная массовая культура действительно делает нас умнее» (Everything Bad Is Good for You: How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter): высокое качество современных сериалов отчасти обеспечивают сценарии с более тщательной разработкой сюжетных линий каждого из персонажей. Сначала все сериалы были похожи на «Мэри Тайлер Мур», затем их сменили зрелища, не требующие умственных усилий, вроде «Трое – это компания». Какое-то подобие переплетения различных сюжетных линий впервые появилось в «Блюзе Хилл-стрит».

Для примера можно сравнить современные сериалы с тем, как устроены серии «Старски и Хатч». Это было шоу с двумя главными персонажами и простеньким линейным сюжетом в каждой серии: сначала комедийная побочная линия, затем некое драматическое действие на тему поимки плохих парней текущей недели и снова немного комедии под конец эпизода. Чтобы уследить за всеми перипетиями сюжета современного телесериала вроде «Игры престолов», зрителю может понадобиться собственная копия сценария и схема генеалогических связей между персонажами. (Один мой знакомый сводит в таблицу все предположения относительно дальнейшего развития сюжета.) Но дело именно в этом: телевидение нашло способ поддерживать зрительский интерес к повествованию. И, кроме того, добавило тем для разговоров за ужином.

Умное ТВ воздействует не только на зрителей, оно затрагивает и тех, кого теперь изображает во всей красе, будь то инвестбанкиры-миллиардеры или хваткие адвокаты. Однажды я делал исследование по заказу Полицейского управления Нью-Йорка, где беспокоились, что телесериалы вроде «Коджак» создают неверное представление о полиции. Их интересовало, не стала ли насмотревшаяся сериалов общественность считать, что полиция – сборище неуправляемых субъектов, которые то и дело бьют машины и не церемонятся с подозреваемыми. Я провел анкетирование и среди полицейских, и среди обычных граждан и получил удивительные результаты. Отношение общества к полиции оставалось прежним и не зависело от количества просмотренных полицейских сериалов. Зато эти сериалы оказывали глубокое воздействие на полицейских. Чем больше боевиков они смотрели, тем больше разбивали машин при исполнении. Не приходится сомневаться в том, что сейчас очень многие вашингтонские деятели оценивают свои успехи и методы, задаваясь вопросом: «А как поступил бы в таком случае Фрэнк Андервуд из сериала "Карточный домик"?»

В последние несколько лет зрители в поисках видеоконтента все чаще обращаются к стриминговым сервисам – Amazon Video, Hulu, iTunes и,

разумеется, Netflix. Кабельное телевидение предлагало человеку заплатить за гастрономический сет из множества блюд, вне зависимости от того, ел он их или нет. Отдельные фильмы и передачи демонстрировались через систему платного разового просмотра, но их количество было ограничено возможностями технологии. Обслуживая поколение, не пользующееся кабельным телевидением, Netflix использует тот же принцип шведского стола, а бизнес iTunes построен по модели платного разового просмотра. В Amazon придумали комбинацию обоих подходов – подписчики Prime смотрят относительно старый контент бесплатно, а за каждую новинку с них взимается отдельная плата.

Стриминговые сервисы, несомненно, представляют собой огромную угрозу кабельному ТВ, однако экономические преимущества каждой из этих бизнес-моделей ограничены. В принципе, американскому потребителю больше по душе подход «съешь, сколько сможешь». Примером из области телекоммуникаций служат компании AT&T и Verizon, которым пришлось ввести безлимитные тарифные планы, хотя они выгодны именно пользователям, потребляющим большие объемы трафика. По этой же причине Spotify выигрывает у Apple с ее принципом оплаты за каждый трек. «Съешь, сколько сможешь» – своего рода наш национальный девиз.

Получается, что большая часть нынешней инфраструктуры интернета существует для того, чтобы поставлять зрителям контент Netflix, YouTube и прочих видеопровайдеров. Пропускной способности, необходимой для минуты видео, в принципе хватило бы на несколько лет переписки по электронной почте. Собственно говоря, одна только Netflix генерирует 40 % всего сегодняшнего интернет-трафика. С моей точки зрения, так называемый сетевой нейтралитет – не более чем социальное вспомоществование таким, как Netflix и YouTube. Но раз они победили в этой борьбе, видеоконтент стал, по существу, привилегированным и продолжает плодиться и размножаться.

Эти новые альтернативные провайдеры развлекательного контента быстро осознали, что, показывая одни и те же фильмы, не сделаешь свое предложение потребителю уникальным. В результате стриминговые сервисы пошли путем, который десятилетием раньше открыла для себя НВО. Они принялись создавать собственный оригинальный контент и снимают все больше и больше сериалов. По сравнению с 2011 г., когда у Netflix было 11,17 млн подписчиков, по отчетным данным компании за третий квартал 2017 г., во всем мире их насчитывалось уже 109,25 млн. Начатое в 2012 г. производство собственного контента принесло Netflix

обильные плоды. В 2016 г. компания отчиталась о \$8,83 млрд выручки. А мегахиты вроде «Очень странных дел» производят фурор в мире шоу-бизнеса и приносят Netflix и Hulu статуэтки «Эмми».

Поскольку способов потребления видеоконтента стало так много, современные технологии позволяют все больше и больше дифференцировать рынок. Делить с братом один телевизор больше не нужно – можно смотреть то, что нравится, на своем планшете или iPhone практически где угодно. Большинство людей смотрят любимые сериалы в удобное для себя время. Сегодня среднестатистический американец тратит на них пять часов в сутки, а это значит, что телепродюсеры отлично зарабатывают даже на небольшой зрительской аудитории. Вы можете спокойно смотреть свое «Аббатство Даунтон», пока дети в соседней комнате смотрят «Игру престолов».

Все это – отличные новости для сценаристов, актеров и актрис или для того, кто ждет своего звездного часа, но пока вынужден работать официантом. Возросшая вместе с количеством сериалов потребность в сценаристах и актерах дала шанс пробиться людям, которые были практически лишены такой возможности прежде. Более того, гонорары актеров взлетели настолько, что компании вроде Disney стали экономить – они привлекают совершенно безвестных исполнителей, которых учат в процессе. Часто это срабатывает, а иногда срабатывает слишком хорошо – прежде никому не известные актеры превращаются в звезд, которым положено платить соответствующие гонорары.

Дополнительным источником проблем становится то, что контент, предназначенный для телевидения, прямо конкурирует с кинопродукцией. Снять голливудский фильм, который заставит человека пойти в кинотеатр, стало труднее и дороже, поскольку для этого все чаще требуется обилие спецэффектов. В то же время снять сериал стало проще и дешевле. В итоге похоже, что спасти Голливуд от Кремниевой долины будет Китай – тамошние потребители только открывают для себя мир масштабных зрелищ и радостно заполняют кинотеатры, обеспечивая им рекордные сборы.

Умное ТВ с нами надолго. У него есть бизнес-модель и зрительская аудитория в диапазоне от миллениалов до беби-бумеров, образованная и требовательная. Это ставит перед Голливудом новые проблемы, но в то же время миллиарды долларов, вливаемые в создание контента, растекаются по всей отрасли. Все это веселье подпитывает феномен запойного просмотра (особенно распространенный среди ССХ), когда человек просматривает целый сезон буквально за ночь. А если вам покажется, что

сценарные изыски вас слегка утомили, то всегда можно без проблем переключиться на сериал «Холостячка», сезон 17.

## 32. Корейская косметика

Сейчас в Facebook можно увидеть необычную рекламу. Все началось с того, что актриса Дрю Бэрримор попробовала косметическую маску Nanasure, которая всего за десять минут как будто стерла с ее лица десяток лет. Видео с участием актрисы сделало этот продукт бешено популярным. Косметическая маска Nanasure – лишь один пример бума корейской косметики, захлестнувшего Соединенные Штаты. Вирусная раскрутка в интернете обеспечила корейской косметике K-Beauty невероятное количество приверженцев, и новейшие корейские косметические маски, отшелушивающие средства для губ и кремы на основе улиточной слизи идут нарасхват в таких магазинах, как Sephora. Что входит в пятерку самых популярных средств? Сыворотка Klairs со витамином С, увлажняющее средство для лица Missha Time Revolution First Treatment Essence, тонер Son&Park Beauty Water, пластырь против прыщей COSRX Acne Pimple Master Patch и крем для лица Missha Super Aqua Cell Renew с экстрактом улиточной слизи. По мнению пропагандирующего K-Beauty легендарного сайта Soko Glam, улитки сейчас в топе.

Современные американки воспылали невиданной прежде страстью к косметике. Бизнес идет навстречу их пожеланиям и находит для этого множество новых путей. У Рианны есть своя линия макияжа Fenty Beauty; у Кайли Дженнер – компания Kylie Cosmetics; другие знаменитости тоже продвигают свои палетки помад, средства для очищения кожи и ночные кремы. И среднестатистическая американка теперь покупает не только кольдкрем и тушь для ресниц, а куда больше самой разной косметики.

Взрыв популярности корейской косметики в американских магазинах – небольшой пример постоянно растущего интереса американских женщин к продукции из различных уголков земного шара. Кроме того, он показывает, насколько сильно подвержены новым веяниям американские потребители и компании. Успех корейской косметики за пределами Кореи говорит также и о потенциале международного потребительского рынка. Общемировые стандарты красоты постоянно меняются, и возможность заказывать товары по всему миру означает, что у вашего бизнеса всегда есть шанс на международный успех.

Всего за несколько лет Южная Корея стремительно превратилась в отправную точку для новых косметических трендов. Один из примеров – тканевые маски, заполонившие Instagram и полки магазинов Sephora и Bluemercury. В Instagram опубликовано более 200 000 постов с хештегом

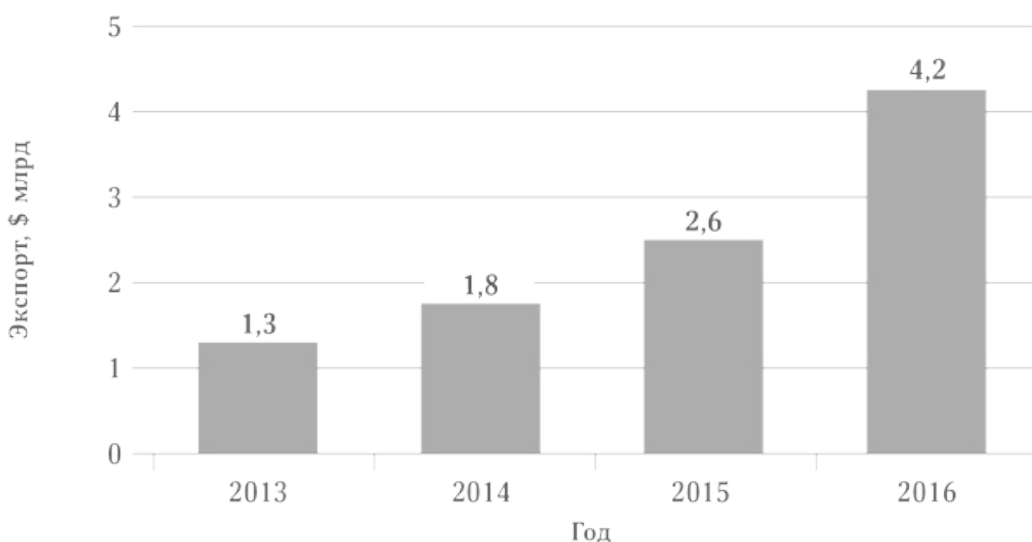
#sheetmask и почти полмиллиона с хештегом #koreanbeauty. Ажиотаж подкрепляется и продажами. За период с 2012 по 2013 г. экспорт южнокорейской косметики только в страны Юго-Восточной Азии увеличился на 31,6 % и с тех пор, несомненно, вырос еще больше. Общий объем производства парфюмерно-косметической отрасли Кореи составляет \$7,3 млрд, и, по прогнозам, его среднегодовые темпы роста к 2020 г. составят в среднем 10 %. Это сравнимо с объемом ВВП некоторых стран.

Суммы, которые тратятся в мире на корейскую косметику, поражают. По сравнению с 2015-м объемы производства и экспорта корейской косметики возросли в 2016 г. на 8,2 и 61,6 % соответственно. Вышеприведенный график иллюстрирует взрывной рост: если в 2013 г. объем экспорта косметики из Кореи составлял лишь \$1,3 млрд, то в 2017 г. рынок корейской косметической продукции оценивался уже в \$13 млрд. Исследовательская фирма Mintel прогнозирует устойчивый рост отрасли вплоть до 2020 г.

На рынке особенно выделяется одна из корейских компаний – Innisfree. В августе 2017 г. рупор мира красоты и моды, журнал *Vogue*, сообщил, что этот культовый корейский бренд приходит в Соединенные Штаты. В течение нескольких лет до этого американки заказывали продукцию Innisfree на Amazon или просили живущих в Азии знакомых прислать им тканевые маски с витамином С. В Сеуле магазинчики Innisfree встречаются на каждом углу, но в Америке компания начнет с открытия двухэтажного бутика в престижном и дорогом районе – на манхэттенской Юнион-сквер. Это свидетельствует о высоком статусе, который бренд уже завоевал на американском рынке.



Рис. 32.1. Экспорт корейской косметики, 2013–2016 гг., \$ млрд



Источник: Export.gov

Продукция Innisfree соответствует основным традициям корейского ухода за собой, которые подразумевают простоту, чистоту и безупречное состояние кожи. И в своем стремлении достичь идеального цвета лица американки все чаще обращаются к «простым», хотя и требующим множества средств процедурам ухода, а не к тщательному макияжу. В Innisfree это учитывают: на сайте компании ее представляют как «бренд натуральной косметики, использующий для создания естественной красоты дары девственной природы острова Чеджу и выступающий за экологически безвредный образ жизни». Это прямо рассчитано на тех, кто стремится заботиться о своем здоровье и внешнем виде, соблюдая идеалы «естественности» и «чистоты», в том числе и на уже знакомых нам фанатиков ЗОЖ. И ради этого люди готовы на огромные траты.

Повышенный спрос на корейскую косметику заметен и в люксовом сегменте мирового рынка. Специализированную секцию корейской косметики создали в дорогом лондонском универмаге Selfridges. На сайте американской сети фешенебельных магазинов Neiman Marcus есть раздел корейской косметики с товарами по соответствующим ценам – например, всего пять капсул Sulwhasoo Herblinic EX Restorative Ampoules стоят целых \$200.

Скраб для губ из Сеула можно попробовать не только в таких знаковых магазинах, как Neiman Marcus: мода охватила и обычных американских

покупателей. Своя линия корейских косметических масок появилась в дискаунтерах Target, а аптечная сеть CVS (у которой более 9600 торговых точек по всей стране) запустила коллаборацию с популярным корейским косметическим брендом Peach&Lily. Корейская косметика присутствует даже в любимых всеми мелкооптовых гипермаркетах Costco.

В последние несколько десятилетий западные женщины стали больше интересоваться восточной косметикой, и наоборот. Как отмечалось выше, все стремятся к недостижимому идеалу «безупречной» или, как ее называют в Корее, «стеклянной» кожи. Это новейший способ продемонстрировать идеальное здоровье, а следовательно, и состоятельность и незаурядность. Как сказала основательница бренда Peach&Lily Алисия Юн в интервью Malay Mail Online, «стеклянная кожа означает, что она максимально прозрачная и гладкая. Это признак молодости, к которому стремится большинство корейских женщин». А кроме того, для такого результата требуется больше средств: предполагается, что сначала нужен пилинг (одно средство), затем увлажнение «сильной сывороткой» (второе), косметическая маска (третье) и крем (четвертое). Корейский идеал «естественности» стал частью современных представлений о красоте в целом, которые разделяют и американки. А поскольку корейский косметический уход в среднем состоит из десяти последовательных этапов, и люксовые бутики, и сетевые магазины заводят у себя гораздо более широкий ассортимент.

Погоня за идеальной кожей приносит корейским производителям огромные деньги. Раньше лучшей косметикой считалась французская. Теперь людям нужно что-то новое и еще более продвинутое.

Говоря о корейской косметике, нельзя не упомянуть и о шокирующей популярности пластических операций, которая также характерна для Кореи. Конечно, в стремлении к недостижимому идеалу можно ограничиваться «стеклянной кожей», простотой и естественностью, но в огромном числе случаев речь заходит о том, чтобы лечь под нож хирурга. Самой популярной операцией в Корее является пластика век, которую делают, чтобы глаза казались больше, круглее и выглядели по-западному. Так происходит уже в течение нескольких десятилетий. По количеству пластических операций на лице и голове Южная Корея занимает третье место в мире после Бразилии (которая лидирует) и США. На ее долю приходится около 8 % всех подобных операций. Чаще всего кореянки хотят получить так называемое «маленькое лицо», то есть более узкое и опять-таки европеизированное.

В статье журнала *New Yorker* за 2015 г. отмечалось широкое

распространение пластической хирургии в Южной Корее: «По некоторым оценкам, страна занимает первое место в мире по количеству пластических операций на душу населения». В основном на них решаются молодые женщины. Пластические операции делали от 20 до 30 % жительниц Сеула, а среди женщин в возрасте до 30 лет эта доля может превышать 50 %. Увлечение пластической хирургией началось после корейской войны, когда американские оккупационные власти предлагали бесплатные реконструктивные операции, а главный пластический хирург американской морской пехоты Дэвид Ралф Миллард довел до совершенства блефаропластику, то есть упомянутую выше пластику век.

Американские звезды и прочие знаменитости тоже без ума от K-Beauty – тут и Дрю Бэрримор со своей косметической маской Napasige, и Эмма Стоун с маской для губ. Но обратной ситуации в Корее не наблюдается. Рекламирывать товары для красоты в самой Корее с помощью популярных в США типажей не получается. Когда главным персонажем рекламной кампании Estée Lauder в Азии стала американская супермодель Кендалл Дженнер, ее посчитали пугалом.

Из успеха корейской косметики следуют выводы, которые могут послужить системой координат для других косметических трендов и брендов. В частности, импортная косметика может стать объектом политического футбола. Запрет на ввоз в Китай корейской косметики оказался ответом на некоторые действия США в Южной Корее. По сообщению газеты *South China Morning Post*, «Китай запретил ввоз продукции 19 корейских производителей косметики на фоне роста напряженности в связи с решением Южной Кореи разрешить США развернуть в стране батарею системы ПРО THAAD». Кроме того, непонятно, насколько полезна эта продукция – она не подлежит ряду обязательных в США тестов.

Корейские товары для красоты еще только начинают покорять Америку, так что вполне возможно, что в ближайшем будущем нас ожидает и корейская пластическая хирургия. На фоне общего роста популярности «медицинского туризма» в Корею из стран Запада могут хлынуть толпы желающих сделать себе операции. А американки продолжают раскошелиться на косметику, и не исключено, что они станут тратить еще больше. В одной из статей BBC говорилось, что корейские женщины «тратят на косметику и макияж в два раза большую часть своих доходов, чем американки». Кроме того, рынок растет не только за счет женщин. Следующей категорией потребителей могут стать мужчины, для которых у K-Beauty есть средства для ухода за бородой и кожей лица.

Южнокорейские мужчины тратят на подобные средства больше, чем кто-либо еще в мире.

Корейцам удалось невероятно глубоко разобраться в устройстве мирового и американского рынков. Единственная компания, которая доминирует на рынке смартфонов помимо Apple, – это корейская Samsung. А сейчас на ультраважный американский рынок смело и очень успешно выходят другие корейские компании. Обычно они тщательно изучают, чем мы занимаемся у себя в Америке. Чтобы стать успешнее в коммерции и попадать в следующие тренды, нам, наверное, стоит внимательно присматриваться к тому, над чем работают в Южной Корее.

### 33. Современные Энни Оукли

Американки становятся образованнее, зарабатывают больше, получают больше университетских дипломов и... покупают больше огнестрельного оружия. У Энни Оукли, которая прославилась как самый меткий стрелок среди американок, была мечта: «Мне хочется, чтобы умение обращаться с оружием стало для женщины столь же естественным, как умение обращаться с младенцем».

Появление в рекламном ролике Национальной ружейной ассоциации (NRA) консервативной американской политической обозревательницы Даны Лоеш показалось довольно неожиданным, но тем не менее шум вокруг него привлек внимание к ее убеждениям. Лоеш чтит вторую поправку, обожает свое оружие и собирает полные залы, выступая на ежегодных съездах NRA. Кроме того, она считает, что женщины должны применять оружие наравне с мужчинами. По словам Лоеш, «женщины имели право на ношение оружия всегда, оно появилось у нас еще до права голосовать на выборах... Женщины должны пользоваться своими правами; не пользоваться ими – самый быстрый способ утратить их».

Получить достоверные данные о количестве владельцев огнестрельного оружия непросто, поскольку оно может находиться в совместном пользовании членов семьи. В результате трудно выяснить и точное число имеющих огнестрельное оружие женщин. В последние десять лет два исследования показали, что оружие в личной собственности есть у 12 % женщин. В 2017 г., по данным исследовательского центра Pew Research, их доля составляла 22 %. А в конце 2015-го в опросе Harris Poll появилась цифра 18 %. Но хотя цифры плавают, многие исследования говорят о том, что число владелиц оружия растет. Производители оружия обратили на это внимание и сначала принялись выпускать разноцветные пистолеты. Оказалось, однако, что розовый пистолет – совсем не то, что нужно: женщины предпочитают оружие в стиле милитари, и для них намного важнее форма пистолета и то, как он лежит в руке, чем его цвет.

---

**Рис. 33.1. Владение огнестрельным оружием  
(в личной или семейной собственности), 2015 г.**

---

Вопрос: «Есть ли огнестрельное оружие у вас  
или у кого-либо из членов вашей семьи?»

БАЗА ОПРОСА: ВСЕ РЕСПОНДЕНТЫ	ВСЕГО	МУЖЧИНЫ	ЖЕНЩИНЫ
ДА (всего)	43%	47%	39%
Да, есть у меня	29%	41%	18%
Да, есть у члена семьи	20%	11%	28%
НЕТ	57%	53%	61%

---

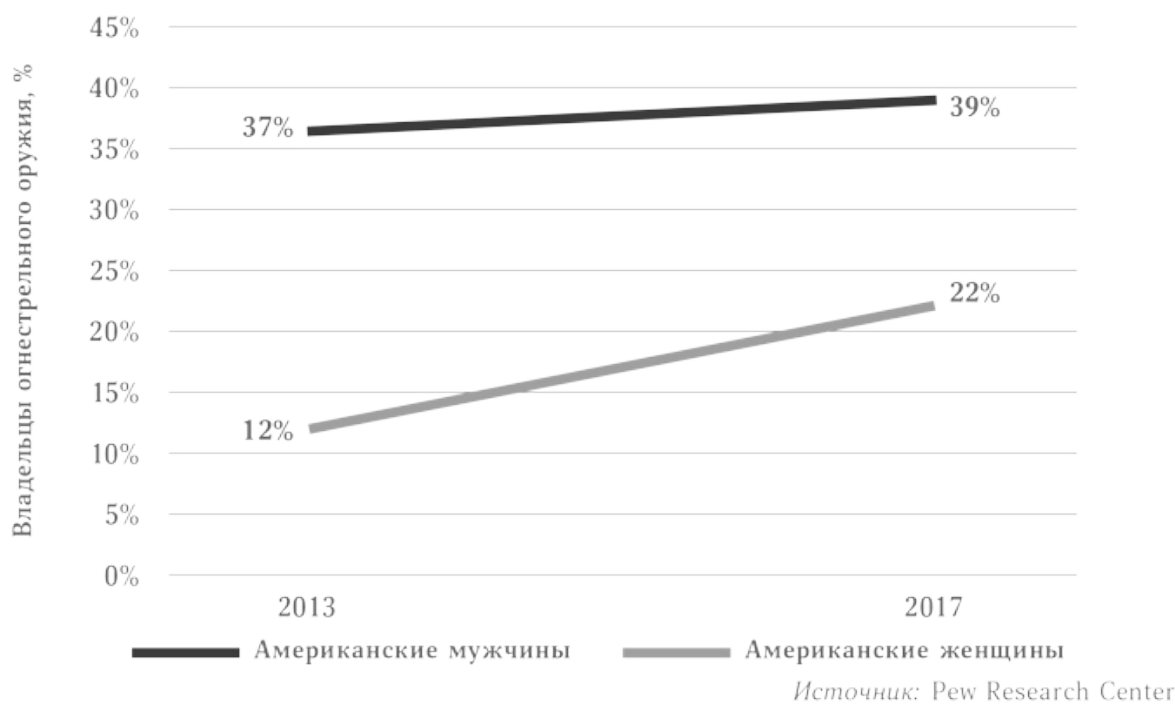
Источник: Harris Poll, декабрь 2015 г.

---

Одновременно с ростом числа владельцев огнестрельного оружия мы наблюдаем приток женщин в армию и полицию. В 2015 г. доля женщин-военнослужащих в регулярных войсках составляла 17 %, тогда как в 1990 г. – лишь 12 %. По данным одного из исследований, доля женщин среди полицейских не превышает 6–8 %, однако в небольших населенных пунктах этот показатель может составлять 20 % и более.

По данным журнала *Guns&Ammo*, эти новые Энни Оукли в основном молоды, не слишком подвержены модным веяниям и, как правило, покупают оружие для самозащиты. Чаще всего женщины приобретают себе самозарядный пистолет, на втором месте по популярности находится старый добрый дробовик. Больше всего владельцев оружия среди жительниц южных штатов, а меньше всего – среди жительниц западных.

Рис. 33.2. Огнестрельное оружие в индивидуальном владении, 2013–2017 гг.



По сравнению со всеми другими расовыми и гендерными группами в Техасе количество полученных разрешений на скрытое ношение оружия за период с 2000 по 2016 г. быстрее всего растет среди афроамериканок, притом что положительно относятся к личному огнестрельному оружию менее трети негритянских семей. Этот рост продаж вызван опасениями на фоне увеличения расовой напряженности и полицейского произвола. Кроме того, продажи растут потому, что становится больше женщин, живущих без партнера, и матерей-одиночек.

Конечно, огнестрельное оружие похоже на ядерное в том плане, что его покупают скорее, чтобы припугнуть противника, а не чтобы пустить в ход. По данным министерства юстиции, каждый день огнестрельное оружие используется в оборонительных целях около 200 раз – речь об инцидентах, когда нападающие вынуждены отступить, увидев направленный на них ствол пистолета. Покупка огнестрельного оружия не для стрельбы, а в качестве средства устрашения и самообороны особенно характерна для женщин.

От своих коллег мужского пола новые Энни Оукли отличаются также тем, что лишь треть из них играет в агрессивные компьютерные игры,

смотрит телепередачи или фильмы об оружии, охоте или стрелковом спорте или посещает интернет-сайты подобной тематики. В целом, даже приобретя себе пистолет, эти женщины остаются равнодушнее к культуре огнестрельного оружия, чем мужчины. Кроме того, владелицы оружия намного менее склонны общаться в кругу себе подобных, чем мужчины: 60 % из них говорят о том, что у подавляющего большинства их подруг нет оружия, тогда как 54 % мужчин говорят, что у подавляющего большинства их друзей тоже есть оружие.

Свой первый пистолет женщины покупают в более зрелом возрасте, чем мужчины. Средний возраст первой покупки оружия женщиной – 27 лет, тогда как мужчины обычно делают это в 19 лет. Кроме того, держать оружие заряженным предпочитают 43 % мужчин по сравнению с 29 % женщин. Но выходить из дому вооруженными женщины предпочитают наравне с мужчинами: так поступают 26 % представителей обоих полов.

Некоторые женщины покупают оружие, чтобы чувствовать себя более уверенно. Мнение консервативно настроенной молодой чернокожей владелицы оружия Антонии Окафор изложено в ее колонке в *The New York Times*, озаглавленной «Почему я ношу пистолет на занятия»: «Теперь, когда у меня есть оружие для самообороны, я чувствую себя сильнее, и я твердо решила научиться правильно им пользоваться. Понимание, что в случае необходимости я смогу выстрелить, очень помогает, даже притом что я применю оружие только в самом крайнем случае».

По данным Национальной организации по вопросам изнасилований, домогательств и инцестов, сексуальные преступления против американок совершаются примерно каждые 98 секунд. И это только те преступления, о которых заявляют. Возраст 80 % жертв составляет меньше 30 лет. В 2016 г. журнал *Marie Claire* провел опрос совместно с Научным центром предупреждения травматизма Гарвардского университета и выяснил, что 18 % из 5000 опрошенных женщин хотели бы иметь оружие, а 13 % ходили заниматься стрельбой в тир.

Хотя в большинстве своем женщины не интересуются стрелковым спортом, его любительниц стало больше. В *The New York Times* пришли к выводу, что за период с 2001 по 2011 г. число женщин, занимающихся стендовой стрельбой или охотой, возросло почти на 50 % и сейчас составляет более 5 млн. А по данным NRA, число женщин – любительниц охоты выросло на 85 %. Для производителей оружия и владельцев стрельбищ это важный сигнал к тому, чтобы диверсифицировать свои предложения. Соответственно, растут продажи оружия женщинам. В



прошлом году опросе Национального фонда стрелкового спорта 73 % продавцов оружия говорили о росте числа покупательниц по сравнению с 2011 г.

---

**Рис. 33.3. Результаты опроса  
Научного центра предупреждения травматизма  
Гарвардского университета, 2016 г.**

---

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ПЯТЬ ЛЕТ ЖЕНЩИНЫ:

Стали более заинтересованы в приобретении оружия	18%
Стали менее заинтересованы в приобретении оружия	18%
Стреляли по какому-либо поводу	17%
Занимались стрельбой в тире	13%
Посещали шоу или выставки оружия	5%
Дарили огнестрельное оружие или получали его в подарок	5%
Ходили охотиться с ружьем	4%
Впервые приобрели оружие	4%
Были свидетельницами применения или угрозы применения огнестрельного оружия	4%
Приобретали одну или более единиц оружия в дополнение к уже имеющимся в собственности	3%
Занимались лоббированием связанных с оружием личных прав	2%

*Источник: Marie Claire*

---

С точки зрения политических взглядов владелец огнестрельного оружия, скорее всего, окажется республиканцем. Если речь идет о владелице оружия, вероятность того, что она поддерживает республиканцев, тоже выше, хотя это и не обязательно будет так. Американские владельцы оружия обоих полов считают право на оружие неотъемлемой частью своих гражданских свобод. По данным исследовательского центра Pew Research, в пользу этого высказываются 70 % всех владельцев оружия и 77 % владельцев-мужчин. Новые Энни Оукли в большей степени готовы обсуждать вторую поправку: женщины более склонны поддерживать меры, ограничивающие право ношения оружия. Более половины (60 %) женщин – сторонниц Республиканской

партии и сочувствующих ей поддерживают введение запрета на владение боевым оружием, тогда как лишь треть их коллег-мужчин высказывается в пользу возврата к этой законодательной норме.

В Вашингтоне, где преобладают либеральные взгляды, существует группа женщин, называющая себя «Стреляющие дивы». Они вместе выезжают на стрельбище и даже организовали детский сад для таких случаев. Все большее число женщин объединяется в группы любительниц стрельбы, и это, вероятно, повлияет на сферу охоты и стрелкового спорта, в частности на техническое оснащение и организацию стрельбищ. Большинство их владельцев – мужчины, привыкшие обслуживать мужчин. Производители оружия уже пересматривают свои продуктовые линейки, поскольку конструктивно их продукция всегда была рассчитана на мужскую руку. Марка GunGoddess предлагает американкам оружейную атрибутику. В целом же новая волна энтузиасток будет и впредь влиять на развитие всей отрасли и в мелочах, и по-крупному. Это и возникновение специальных стрельбищ, открываемых женщинами и для женщин, и адаптация вооружения и снаряжения под особенности строения женского тела.

Новые Энни Оукли составляют существенную часть группы поддержки NRA. То, что общественным представителем организации стала женщина – и не просто женщина, а палочка-выручалочка в лице Даны Лоеш, – уже говорит о многом. Кроме того, Лоеш участвует и в выработке политики организации – примерно год назад она стала в NRA «специальным советником по взаимодействию с женщинами». В NRA сознают, сколько денег приносят отрасли американки, и устраивают собственное фэшн-шоу «При оружии», рассчитанное и на женщин, и на мужчин. Примечательно, что почти все модели шоу, демонстрирующие способы скрытого ношения оружия или одежду для этого, – белые. Наверное, скоро все изменится: выше упоминалось, что самой быстрорастущей подгруппой владельцев оружия являются афроамериканки.

Распространение культа оружия среди американок, причем далеко не только «консервативных», становится все заметнее в массовой культуре – и на телевидении, и в кино. В ситкомах женщины говорят об оружии и владеют им – как персонаж Минди Кейлинг из «Проекта Минди» или Робин из «Как я встретил вашу маму». Оба сериала – легкие комедии, а не серьезные драмы, и эпизодов насилия в них нет. Все больше героинь и роковых женщин (канонический образ) появляется на киноэкране – мастерски владеют оружием и Лара Крофт в новом «Tomb Raider», и Шарлиз Терон во «Взрывной блондинке». Увидеть женщину с пистолетом

можно не только в роли сотрудницы полиции или киллерши. Одним из элементов рекламной кампании фильма «Взрывная блондинка» был постер с изображением Терон с пистолетом в руке. Известны своим пристрастием к огнестрельному оружию и знаменитые американки, не имеющие отношения к шоу-бизнесу, например экс-губернатор Аляски Сара Пэйлин и сенатор Джони Эрнст.

Путь женщин к владению оружием и вооруженным профессиям был длинным. Изменения затронули бизнес, политику и самооборону. Даже несмотря на то, что после недавних инцидентов со стрельбой общественное мнение стало склоняться к контролю над огнестрельным оружием, спрос на него не падает – в том числе и благодаря новым Энни Оукли.

### **34. Диванные выживальщики**

Возрождению субкультуры выживальщиков (сурвивализма) способствовали два события – террористические акты 11 сентября 2001 г. и банковский кризис 2009 г. При всех различиях между ними оба были делом рук человеческих. Вдобавок случились ураган «Катрина», ураганы на Атлантическом побережье 2017 г. и землетрясение в Мехико, усилившие страх перед природными катаклизмами.

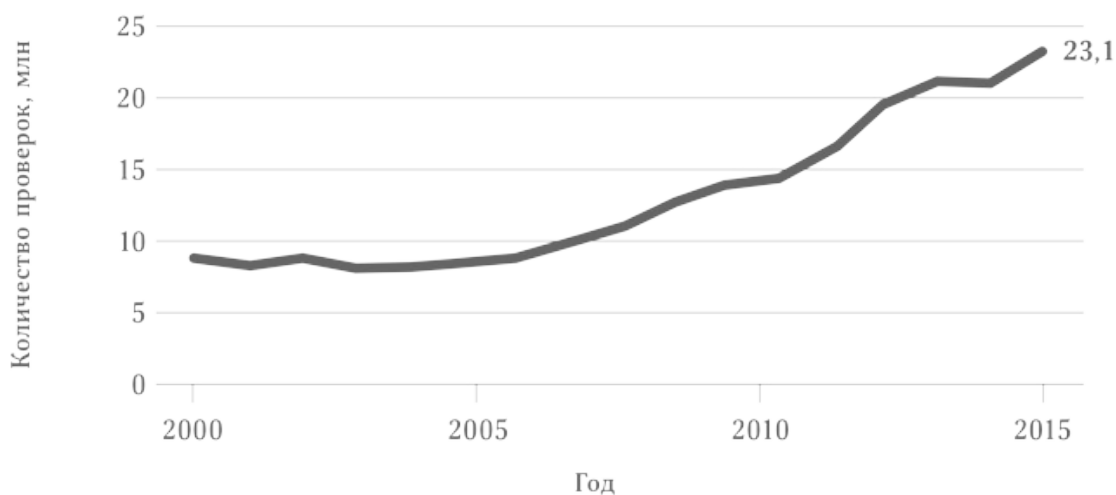
Эти устрашающие события вновь заставили некоторую часть американцев, и без того настроенных не слишком оптимистично, задуматься о том, как они выживут, если произойдет худшее. В определенной мере это нашло выражение в резком росте продаж огнестрельного оружия. Заметно оживился и спрос на золото и серебро – люди делают накопления на случай полного экономического краха.

Если добавить к этому обострение отношений с Северной Кореей, проблему ИГ и телесериалы вроде «Последнего корабля» и «Преемника», показывающие жизнь в условиях эпидемии бубонной чумы или после уничтожения террористами американского правительства, становится понятно, почему в семейных беседах за ужином рано или поздно встает вопрос о том, что нужно будет делать в случае катастрофы регионального или общенационального масштаба.

Диванные выживальщики – люди, хранящие золото и наличные деньги под матрасом, создающие в своих домах зоны безопасности, раскладывающие оружие по тайникам в гардеробных шкафах и пребывающие в ожидании с тревожным чемоданчиком наготове. Собственно говоря, испуганные американцы, запасающие консервы на

случай апокалипсиса, – явление не новое. Достаточно вспомнить 1950-е со строительством бомбоубежищ, учебными тревогами в школах и фильмами, отражавшими страх и неуверенность того времени.

Рис 34.1. Ежегодные проверки происхождения огнестрельного оружия в США



Источник: The Washington Post

Часы Судного дня – существующий с 1947 г. проект журнала *Bulletin of Atomic Scientists* – один из символов этого страха перед концом света, который может наступить из-за ядерной или климатической катастрофы. Сегодня нам грозит не только война с Северной Кореей (хотя, по данным последних опросов, ее опасаются 69 % американцев) – мир сотрясают беспрецедентные стихийные бедствия. Сейчас стрелка часов Судного дня подошла как никогда близко к полуночи – до нее осталось всего две с половиной минуты.

Так что не стоит удивляться тому, что страх 1950-х отчасти возвращается к нам, несмотря на весь комфорт цифровой эпохи. К примеру, заглянув на сайт движения New Survivalist, можно получить полный чек-лист для подготовки к следующему бедствию. Участники движения запасают оружие, одежду, воду, еду, деньги, аккумуляторы и кучу всего остального, а выживать они отправятся в специальные места, оборудованные тайниками с оружием.

Есть компании, готовые немедленно предложить диванным выживальщикам эксклюзивный сервис, помогающий справиться со страхами. Нью-йоркский стартап Preppi торгует тревожными чемоданами

по \$5000 и заявляет, что сделает все наилучшим образом, если случится худшее.

Подавляющее большинство домохозяйств не готово не то что к инопланетным вторжениям, а даже к самым распространенным чрезвычайным ситуациям. В домах и квартирах обычно установлены все пожарные датчики, наличия которых требует закон, но инструктажи на тему действий в случае пожарной тревоги проводятся крайне редко, и, как правило, люди не знают даже, как спуститься со второго этажа, если лестницы заблокированы. Как и американские компании, которые почти всегда оказываются не подготовленными к действиям хакеров, обычная американская семья оптимистично смотрит в будущее, считая, что обо всем позаботится правительство. Пока опыт показывает, что это в целом так: нарушения общественного порядка или вертикали власти в случаях локальных или общенациональных катастроф носили очень кратковременный характер. Несмотря на это, электросети и интернет оказались намного более уязвимыми и могут выходить из строя на недели и даже месяцы.

По данным Yahoo! Finance, примерно 3,7 млн американцев, то есть немногим больше 1 % населения страны, считают себя диванными выживальщиками. Обычно это люди в хорошей физической форме, часто придерживающиеся антиправительственных взглядов, многие из них – отставные военные. На сайте New Survivalist размещена цитата бывшего члена палаты представителей Рона Пола «Верьте в себя, а не в правительство». В последнем съезде сурвивалистов приняли участие 30 000 человек.

От этих простых ребят с бункерами в лесах резко отличается новое поколение высокотехнологичных и высококомпетентных диванных выживальщиков. В своем подробном обзоре выживальщиков Судного дня в журнале *New Yorker* Эван Оснос писал: «В последние годы сурвивализм распространился и на более зажиточные слои общества, пустив корни в Кремниевой долине и Нью-Йорке среди руководителей технологических компаний, инвестбанкиров и прочих представителей этой социально-экономической группы». В их числе основатель и руководитель Reddit Стивен Хафман, сделавший себе лазерную операцию на глазах не только ради улучшения зрения, но и в надежде «повысить шансы на выживание в катастрофе, техногенной или природной». Он решил, что в случае катастрофы достать себе очки или контактные линзы будет практически невозможно.

В глобальном масштабе Оснос обратил внимание на то, что многие

выживальщики покупают себе недвижимость в Новой Зеландии. В первую же неделю после избрания Дональда Трампа тысячи американцев обратились в новозеландскую иммиграционную службу, решив, что встречать там конец света лучше в статусе местного жителя. Но дело не только в Трампе: богатые параноики со всего света покупают землю в этой далекой стране, поскольку она хорошо обеспечена ресурсами и в краткосрочном плане защищена от угроз глобального потепления. Оснос пишет, что «за последние шесть лет около тысячи иностранцев получили вид на жительство в обмен на определенные виды инвестиций в сумме от \$1 млн и выше». Судя по всему, новозеландцы отнюдь не в восторге от такого притока диванных выживальщиков.

Те, кто не хочет отправляться настолько далеко, могут обратиться в Revolutionary Realty – компанию, специализирующуюся на недвижимости для переезжающих в Оплот Америки. Этот термин ввел в оборот писатель-сурвивалист Джеймс Уэсли, Роулз (именно так, через запятую) для обозначения района на северо-западе США, в который входят штаты Айдахо, Монтана и Вайоминг и восточная часть штатов Вашингтон и Орегон. За последнюю пару лет в Оплоте Америки было куплено несколько сотен объектов жилой недвижимости. Людей привлекают именно возможностями автономного существования: минимум два источника водоснабжения, альтернативные источники электроэнергии, например солнечные батареи, надежные складские помещения для хранения запасов на несколько лет и удобное для обороны расположение вдали от городов и автотрасс.

Беглый просмотр рекламы на сайтах выживальщиков не слишком удивляет: предлагаются семена для выращивания, оружие, золото и огромное разнообразие комплектов для выживания в чрезвычайных ситуациях. Торгуют всем этим в основном мелкие фирмы, а сама реклама по большей части сделана не слишком профессионально. Рынок товаров для выживания растет, но пока пребывает во младенчестве, и крупные игроки на него еще не зашли. Но с приходом более крупного бизнеса у него действительно есть потенциал превратиться в массовый.

Обычным домохозяйствам бизнес предлагает подготовиться к чрезвычайным ситуациям, наиболее вероятным в регионе их проживания (например, наводнениям в Майами и Луизиане и землетрясениям в Калифорнии). Это может быть комплект, позволяющий протянуть несколько дней без еды, воды, денег, электричества или интернета. Кстати, для тех, у кого нет электрического генератора, революционным решением может стать Tesla Powerwall.

Кроме того, в наши дни возросла вероятность первого в истории цифрового катаклизма. Наиболее вероятная угроза цивилизации – кибератака, которая обрушит цифровые ресурсы брокерских фирм, банков или даже весь фондовый рынок. Подобное событие уничтожит финансовую систему и может привести к всеобщей панике: инвестиционные и брокерские счета, на которых сегодня находится большая часть национального богатства, не относящегося к недвижимости, окажутся в лучшем случае заблокированными. Такая финансовая катастрофа разрушит экономику и коммерцию и остановит денежное обращение. Для иностранной державы это может быть лучшим способом породить хаос во враждебном государстве. На этом фоне идея держать дома некоторое количество золота и серебра выглядит отнюдь не плохой.

Сурвивализм – отчасти образ жизни, но отчасти и реальная подготовка к чрезвычайным ситуациям. Подавляющее большинство людей не рассчитывает самостоятельно справиться с последствиями глобальной катастрофы. Но при этом подавляющее большинство людей хотело бы выжить в случае террористической атаки, локального ядерного удара или очередного наводнения и землетрясения. Кроме того, всегда недооцениваются риски коллапса в финансовой сфере. Кому-то диванные выживальщики могут казаться чокнутыми, но, вероятно, их опасения более оправданны, чем нам представляется, или как минимум достойны большего внимания.

## Раздел 5

### Политика

- 35. Избиратели от старой экономики*
- 36. Пессимисты, у которых все хорошо*
- 37. Скрытые консерваторы*
- 38. Снова о впечатлительных элитах*
- 39. Снова об активистах из нелегальных иммигрантов*
- 40. Новейшие американцы*
- 41. Избиратели от диванной партии*

### **35. Избиратели от старой экономики**

Поработав в успешных избирательных кампаниях Билла Клинтона в 1996 г. и Тони Блэра в 2005 г., я бы не смог предсказать зигзаг, который произошел в политических взглядах людей, занятых в промышленности. Оба этих лидера победили, поскольку смогли убедить рабочий класс своих стран в том, что будущее – как их рабочих мест, так и в целом – за новой экономикой и усилением глобализации. Блэр и Клинтон провозглашали идеи, близкие классу новых профессионалов, но в своей борьбе против консерваторов и республиканцев опирались на поддержку рабочего класса.

В середине 1990-х гг. позиции новой экономики в США и Великобритании укреплялись на фоне стабилизации занятости в промышленности. Это было самое подходящее время, чтобы развивать технологические центры и другие ростки новой экономики по всей стране. Чтобы помочь ее продвижению в регионах, президент Клинтон запустил программу ознакомительных мероприятий и специальных налоговых льгот, однако это не помогло. Принятых мер было недостаточно, чтобы противодействовать пришедшим в движение силам.

С вступлением в силу Северо-Американского соглашения о свободной торговле (NAFTA) и началом нового века занятость в промышленности США стала стремительно падать. Количество рабочих мест, которое прежде росло, в 2000 г. начало уменьшаться. К 2010 г. оно упало с 18 млн до 11 млн. То же происходило и в Великобритании, где численность занятых в производстве уменьшилась с 4 млн в 2000 г. до 2,6 млн в 2010-м.

Вероятно, это был самый катастрофический спад со времен Великой депрессии. За очень короткое время миллионы людей лишились источника



средств к существованию, а президенты Буш и Обама практически игнорировали эту проблему, поскольку в целом количество рабочих мест в стране росло. Напряженность нарастала, но в обстановке всеобщего ажиотажа по поводу великой экономики новой технологической эры особого внимания на это не обращали.

В это же самое время обозначился ряд важных трендов, усугубивших ситуацию с падением занятости. Американские юноши и девушки массово покидали родные места, скажем, в шахтерской глубинке, чтобы получать образование и работать в крупных городах. Эти перемещения осложняли экономическую ситуацию и разрушали семьи. Наибольшее количество поездок и перелетов в США приходится на канун Дня благодарения – люди отправляются навещать своих родных, разбросанных по всей стране.

В эти же годы значительно возрос приток иммигрантов. В 2000 г. в США насчитывался 31 млн иммигрантов, а к 2015 г. – уже более 43 млн. Аналогичным образом в Великобритании численность жителей иностранного происхождения возросла с 5,3 млн в 2004 г. до 9,1 млн в 2016-м. Экономические и военные катастрофы, в том числе война в Сирии, привели на Европейский континент миллионы беженцев, и британские евроскептики остро отреагировали на это явление.

Последним в числе важных трендов был период стагнации заработной платы. В 2014 г. средний доход американского домохозяйства составлял \$54 398, что примерно на \$4000 *меньше*, чем в 2000 г. (хотя с тех пор он вырос). В Великобритании средний доход в этот же период возрастал, хотя и в ограниченных масштабах – с £22 000 до £26 000, но тем не менее многим казалось, что они остались за бортом новой экономики.

Сокращение занятости в промышленности из-за NAFTA, уехавшие и не вернувшиеся дети, приток иммигрантов и стагнация заработков тех, кто сохранил работу, – все это сошлось в одной точке. Хотя бóльшая часть иммигрантов оседала на побережьях, одного только страха перед пришельцами было достаточно, чтобы получилась электоральная пороховая бочка.

А затем явился Трамп и зажег спичку.

Он пошел и против демократов, и против республиканских элит, поддерживающих международную торговлю и иммиграцию. В сжатой форме это отмечено в недавней статье в *The New York Times*: «Как и г-н Обама, г-н Трамп пошел против истеблишмента – по данным исследовательского центра Pew Research, его взгляды на иммиграцию, международную торговлю, Китай, преступность, огнестрельное оружие и ислам обеспечили ему поддержку значительной части белого рабочего

класса. Это были идеи, способные увлечь намного сильнее, чем привычные республиканские позиции относительно аборт, однополых браков и системы социального обеспечения».

Левые любят говорить о том, что к бунту белого рабочего класса привел расизм. Но ведь многие из этих избирателей прежде голосовали за Обаму, а еще раньше – за Билла Клинтона. На их взгляды повлияли в первую очередь экономические мотивы, а также последствия торговой глобализации и притока иммигрантов, частичный распад общин и проблемы с поддержанием правопорядка. Все эти глубокие и серьезные перемены стали нарастать за 10–15 лет до избрания Трампа.

Когда в 2005 г. я работал в Великобритании, консультантом наших оппонентов был Линтон Кросби, приехавший из Австралии, где раздувание проблемы иммиграции – давно и хорошо зарекомендовавшая себя стратегия. Он попытался использовать тот же прием, но в 2005 г. Британия оказалась неготовой принять жесткий взгляд на вещи, и победил Тони Блэр со своей умеренной позицией по иммиграции. А в наши дни налицо противоречивые микротренды: с одной стороны, в Лондоне избирают мэром Садика Хана – первого в истории мусульманина во главе одного из крупнейших городов Западного мира; с другой – на референдуме глубинка чуть ли не в полном составе выступает за выход Великобритании из Евросоюза, что не в последнюю очередь обусловлено антииммигрантскими настроениями.

Несмотря на то что Лондон выступил в поддержку новой экономики и глобализации, все остальные крупные регионы, кроме Шотландии и Северной Ирландии, проголосовали за выход из ЕС. А казавшаяся непобедимой после десяти лет премьерства Блэра Лейбористская партия на данный момент расколота и не может прийти к власти на протяжении вот уже двух электоральных циклов. По обе стороны океана одни и те же группы избирателей (то есть избиратели от старой экономики) вступили в борьбу и восстановили свою власть, зарубив прогрессивные планы на корню.

Великобритания – не единственная страна, где избиратели от старой экономики на подъеме. Во Франции заметно растет ультраправая партия «Национальный фронт». Она пользуется поддержкой в основном среди мужчин-католиков без высшего образования и противников интеграции страны в глобальную экономику. Хотя Марин Ле Пен и проиграла выборы, данные опросов говорят о том, что она получила 40 % голосов молодежи в возрасте от 18 до 24 лет – удивительный факт для Франции, которая всегда была известна левацкими молодежными движениями.

**Рис. 35.1. Поддержка Национального фронта различными демографическими группами населения Франции, 2016 г.**



Источник: Pew Research Center

Думаю, что, если рынок труда в промышленности стабилизируется, этот микротренд уже не будет определять исход выборов предстоящих десятилетий. В длительной перспективе показатели начнут снижаться, но они могут остаться столь же значительными и в следующем электоральном цикле. Что еще более важно, нельзя пренебрежительно отзываться об этих избирателях как о «позоре общества» – это работающие, семейные и верующие люди, оглушенные глобализацией и взрывным развитием технологий. На свой страх и риск элиты игнорировали их, и образовавшийся вакуум заполнил собой Трамп.

Кроме того, нельзя отмахиваться от ряда непреложных фактов самого элементарного экономического свойства. Привезите в страну несколько миллионов малоквалифицированных работников из любой части света, и заработная плата на уже существующих рабочих местах упадет, невзирая

на религиозную, этническую или национальную принадлежность тех, кто эти места занимает. Откройте границы для беспрепятственного ввоза товаров, не вводя выравнивающие таможенные пошлины, и производство переместится в другие страны. Речь идет не о том, насколько правильны или неправильны такие подходы, а о том, что части существующего населения может быть нанесен больший ущерб, чем кажется властям. Когда слишком много денег и власти перешло к большим городам, сельские регионы принялись отвоевывать их обратно.

Решение не в том, чтобы постараться оживить старую экономику, хотя, несомненно, мы могли бы получить более выгодные условия торговых соглашений, не столь пагубные для нашего рынка труда. Решением должно стать равномерное распространение инструментария и рабочих мест новой экономики на все регионы страны, которого следует добиться во что бы то ни стало. Безусловно, нужно вводить систему налоговых вычетов для предприятий новой экономики в тех регионах, где количество занятых в ней непропорционально мало. Переводить всю разработку программного обеспечения в штат Огайо было бы, наверное, неумно, но зато Amazon могла бы разместить там огромное количество складов (и часть разработчиков в придачу).

Есть еще кое-что: нужно сделать так, чтобы люди из больших городов и пригородов лучше понимали, как живет остальная часть страны. Нужно, чтобы каждый подающий надежды студент университета отправлялся летом в полуторамесячное путешествие по стране, а не в Израиль или во Францию. Мы так отделились друг от друга, что американцы просто не знают Америку.

И, наконец, нельзя, чтобы сельские регионы продолжали пустеть. Нельзя, чтобы столь богатые культурой, землей и ресурсами места деградировали, – это попросту неразумно. Надо сделать так, чтобы молодежь стремилась там жить.

## 36. Пессимисты, у которых все хорошо

Экономика идет ко дну. Мои дети не смогут преуспеть так же, как я. Страна на краю пропасти. В Вашингтоне все разваливается. Расизм и неонацизм расцвели пышным цветом. Со свободой слова покончено. Выпускники университета вынуждены зарабатывать жаркой гамбургеров. И так далее и тому подобное.

За последнее десятилетие с Америкой что-то произошло. Самая оптимистически настроенная, энергичная и решительная нация стала вязнуть в безысходном пессимизме и негативе. Попробуйте сказать, что Америка процветает или что перед средним классом никогда не открывалось столько возможностей, – вас, скорее всего, поднимут на смех. Сегодня почти две трети молодых американцев поступают в университеты, и после получения диплома их ждут отличные зарплаты. В крупнейших городских агломерациях женщины зарабатывают больше, чем мужчины, и составляют большинство студентов высших учебных заведений. Зарплаты выросли, особенно с учетом корректировок на инфляцию и социального пакета, в том числе оплаты медицинского обслуживания работодателем. Инфляция на низком уровне. Страховая медицина охватывает максимально широкий спектр заболеваний. Электроэнергия и коммунальные услуги подешевели. А внутривластные раздоры, при всей их ожесточенности, не идут ни в какое сравнение с открытой враждой и массовыми протестами 1960-х.

Но многие американцы воспринимают все совсем иначе. Они считают, что дела в Америке обстоят наихудшим образом. Их пессимизм идет вразрез не только с важнейшими статистическими показателями страны, но и с их собственным жизненным опытом. В недавнем социологическом опросе Института политических исследований Гарвардского университета половина респондентов в возрасте от 18 до 29 лет сообщила, что «считает американскую мечту и ныне здравствующей для них лично. Для другой половины это был пустой звук».

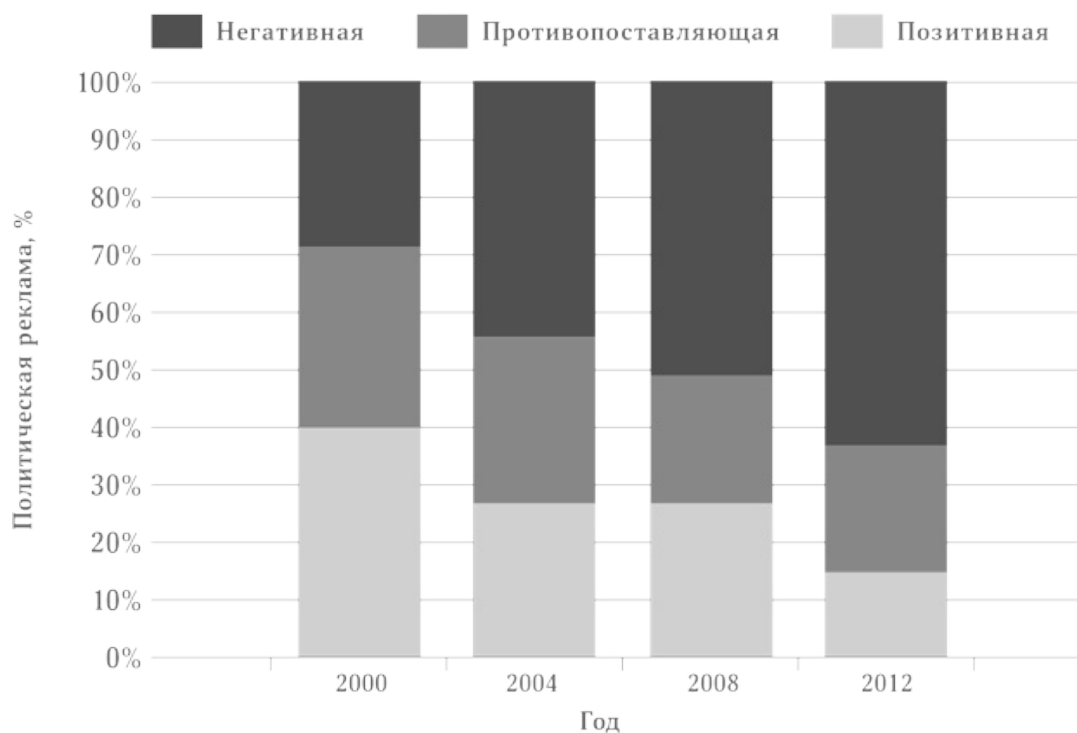
Я думаю, что начало этому тренду положили события 11 сентября 2001 г. Трагедия стала для американцев последним поводом ощутить единение перед лицом врага. Но затем войны в Ираке и Афганистане, несмотря на их гораздо меньшие масштабы по сравнению с вьетнамской, корейской или Второй мировой, морально ослабили страну. Руководство упустило из виду интересы нации, и Америка все больше уставала от войн и связанных с ними потерь, как людских, так и материальных.

**Рис. 36.1. Удовлетворенность американцев направлением развития страны**



Источник: Gallup Tracking Polls

Рис. 36.2. Негативная и позитивная политическая реклама, 2000–2012 гг.



Источник: Wesleyan Media Project

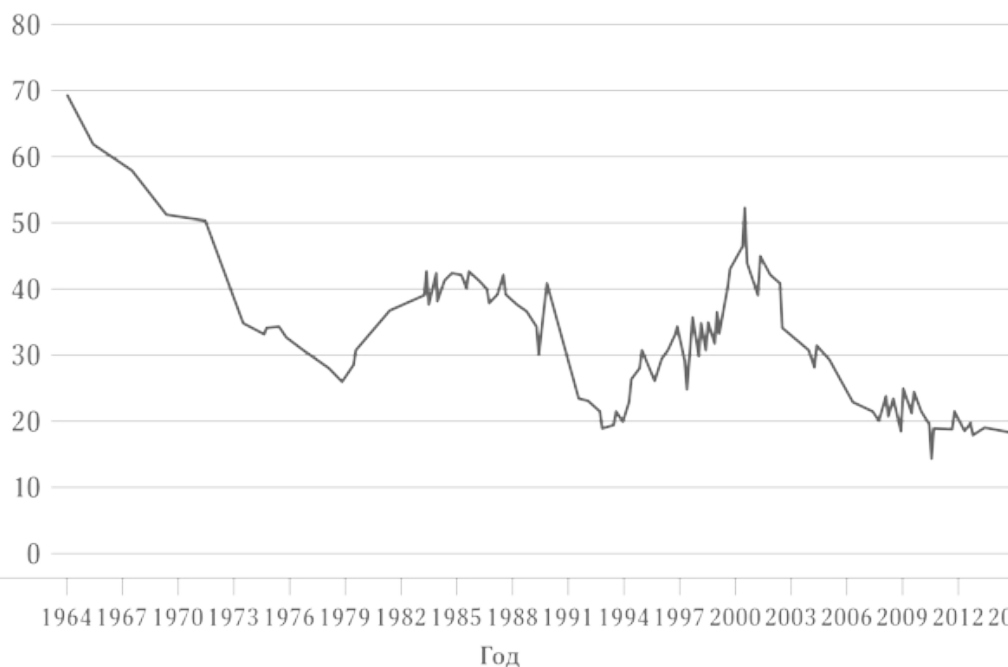
Согласно данным Института Гэллапа, в 1990-х и самом начале 2000-х гг. 70 % американцев были удовлетворены направлением, в котором двигалась Америка. Начиная с переизбрания Буша, совпавшего с неудачами в Ираке, о правильном пути говорили менее 50 % опрошенных. И с тех пор этот показатель уже не поднимался. Я не смог обнаружить более длительный непрерывный период такого неодобрительного отношения к своему государству за всю историю современных социологических опросов. Во время Великой депрессии и сразу после ее окончания американцы оптимистичнее смотрели в будущее, даже несмотря на то что практически все важнейшие показатели экономики и материального благосостояния были гораздо хуже.

Эти настроения неудовлетворенности и неуверенности означают, что товары и политических деятелей продвигает именно негатив. Организация Wesleyan Media Project составила таблицу, чтобы показать, насколько политическая реклама отражает этот негативный настрой. В 2000 г. негативный характер носили 30 % политических рекламных материалов, в

2004-м их стало более 40 %, в 2008-м – примерно 50 %, а к 2012-му – более 60 %. А в ходе самой последней президентской кампании уже 90 % всей политической рекламы носило негативный характер.

**Рис. 36.3. Доверие общества к правительству США, 1964–2015 гг.**

Сказавшие, что федеральное правительство поступает правильно почти всегда или в подавляющем большинстве случаев, %



Источник: Pew Research Center

Неудивительно, что уровень доверия общественности ко всем государственным институтам понизился. Деятельность конгресса одобряют немногие. Данные совместного опроса Центра изучения американской политики (CAPS) Гарвардского университета и Harris Poll говорят об убежденности масс в политической ангажированности судей. Люди не доверяют ни традиционным СМИ, ни социальным сетям, хотя на наживку в последних клюют миллениалы. Целых 79 % опрошенных называют политическую систему страны продажной.

На этих настроениях играет президент Дональд Трамп со своим лозунгом «Сделаем Америку вновь великой». Но после его победы на выборах и первых восьми месяцев президентства пессимистический



настрой не поменялся. Хотя кое-кто считает, что положение в стране улучшается, общая доля таких людей упорно держится в диапазоне между 30 и 40 %. И все это несмотря на то, что процентная доля людей, считающих, что экономика на подъеме, выросла впервые за десятилетие.

Такой счастливо-пессимистический настрой характерен не только для Америки – дефицит доверия к институтам власти наблюдается во всех развитых странах. Налицо также существенные расхождения во взглядах между элитами и всеми остальными. Среди представителей элит (то есть высшего квартиля доходов) 71 % доверяет государственным структурам, но в низшем квартиле доходов таких набирается всего 40 %. Такое различие в уровне доверия сильно выражено также во Франции, России и Великобритании. То же явление наблюдается в большинстве развитых стран (за исключением Германии). Совсем иная ситуация в Индонезии, Малайзии и ОАЭ, где общественное доверие к власти в целом высоко и мало зависит от уровня доходов.

Культура негатива отражается и в интернете, где «альтернативные правые», «сопротивленцы» и прочие группы бурно реагируют на какофонию негативной рекламы и постов в социальных сетях, обеспечивая им трафик. Негативные истории генерят клики и для новостных организаций: трафик дают двусмысленные или пикантные публикации («Вы не поверите, как выглядят сегодня эти десять прекрасных некогда звезд!»). Если человеку покажут позитивный и негативный комментарии, он прочитает и запомнит негативный. Почему это так?

Профессор политологии из Колумбийского университета Дональд Грин считает, что негативная политическая реклама запоминается лучше, чем позитивная, но не всегда бывает более эффективной. Грин говорит, что негативная реклама «вряд ли заставит людей не ходить на выборы или не голосовать за кандидата, против которого она была направлена». Он полагает, что мы стали настолько невосприимчивы к поливанию грязью, что пропускаем такие вещи мимо ушей. Исследование СМИ, проведенное Центром изучения медиа, политологии и публичной политики Гарвардского университета, показало, что 91 % материалов массовых изданий, посвященных деятельности администрации Трампа, имели негативную окраску. Поток негатива на радио бесконечен.

Пессимизм укоренился в американской культуре впервые. Американская молодежь в основном настроена оптимистично в отношении будущего, даже несмотря на то что взрослеет в эпоху крайнего пессимизма. Но поколение беби-бумеров помрачнело, причем женщины даже в большей степени, чем мужчины. Эти люди, которым «все удалось» и

которые стали живым воплощением американской мечты, настроены негативно по отношению к Америке и ее институтам, и своим кислым видом они задают тон всей стране, поскольку присутствуют во всех партиях и регионах.

Нация, некогда убежденная в том, что любые невзгоды можно преодолеть, ныне охвачена цинизмом и легковерием. В американских телесериалах все чаще встречается одна и та же фабула: в Америке происходит что-то плохое, и все подозревают, что это дело рук иностранных террористов. Но интрига «Родины», «Преемника», «Слепой зоны» и «Базы Куантико» в том, что враг на самом деле среди нас. Сейчас страна лучше реагирует на откровенно негативные заявления, чем на торжественные обещания, даже несмотря на невероятные достижения технологического прогресса. Нация подозревает худшее в отношении всех институтов и компаний. Довольных жизнью пессимистов мотивируют страх и гнев, а не надежда. Политические и экономические комментаторы и левого, и правого толка скрепя сердце приходят к одному и тому же: Америку сейчас намного проще разносить в пух и прах, чем превозносить.

Эти настроения подогревают скептическое отношение к армии, полиции и разведке. Они порождают сомнения относительно банков и технологических компаний. Они дают толчок успеху телешоу, в которых людей выгоняют с работы и выбрасывают на необитаемый остров. Они подразумевают, что проще остановить и затормозить любое новое решение под предлогом того, что оно приведет к появлению новых бездомных.

Ни один настоящий политик невозможен без «воодушевленности великой мечтой» – так выразился, представьте себе, президент Никсон. А в Америке сейчас таких совершенно точно нет. Может быть, *вы* станете такой редкой птицей – лидером нового типа, способным радикально изменить настрой и достичь политических и экономических успехов. Удалось же это Франклину Рузвельту в 1930-м. Но вы можете и поддержать статус-кво – создать очередную негативную рекламу, чтобы в очередной раз доставить удовольствие новым американским пессимистам. Пока что пессимисты, у которых все хорошо, берут верх.

Мы – нация опасаящихся. В 2016 г. главным было опасение по поводу коррупции чиновников, следом за которым с довольно большим отрывом (около 20 процентных пунктов) шло нападение на страну. Опасения американцев изменчивы: в 2016 г. они боялись, что закон о доступном здравоохранении приведет к росту цен, а в 2017-м – что лишатся части медицинских услуг, положенных им по этому закону.

**Рис. 36.4. Десять главных угроз по мнению взрослых американцев, 2016 г.**

Десять угроз, которых «опасаются» или «очень опасаются» американцы, %



Источник: Университет Чапман

После того как ядерный чемоданчик оказался у Дональда Трампа, многие довольные пессимисты заикнулись на вечном экзистенциальном страхе перед ядерной войной. На фоне нескончаемого потока твитов и туманных угроз кажется, что момент появления в небе над головой северокорейских ракет как никогда близок. Недавний опрос показал, что две трети американцев обеспокоены угрозой со стороны Северной Кореи – больше, чем когда-либо после 2000 г. Сетевое издание Vox сообщило, что ядерной войны с этой страной опасаются целых 82 % американцев. Похоже, что нации внушают пессимизм и ежедневные пугающие новости, будь то очередная стрельба с множеством жертв, террористический акт или возможность войны.

Однако всего несколько лет назад, когда мы встречали новый век, оптимизма было хоть отбавляй. Его головокружительному взлету на протяжении второй половины XX в. не мешала даже память о Второй мировой войне и холокосте – возможно, самых страшных катастрофах в истории человечества. В наши дни новая мировая война представляется маловероятной, а технологии и мировая экономика радуют нас новыми замечательными достижениями. Мы избежали практически всех опасностей – пандемий, ядерной войны, перенаселения, – но общественные настроения остаются как никогда мрачными. Я очень надеюсь, что со временем появятся лидеры, способные вернуть нам ощущение «Утра Америки».

### **37. Скрытые консерваторы**

Это может быть ваш коллега. Это может быть человек в соседнем кресле в парикмахерской. Или в автобусе. Или даже тот, с кем вы садитесь ужинать.

Эти люди – скрытые американские консерваторы. Они голосовали за Трампа, но скрывают свои истинные взгляды. Возможно, все это происки русских, но тогда бы им понадобилось очень много американцев, чтобы избрать Дональда Трампа президентом, проголосовать за республиканское большинство в сенате, палате представителей и выбрать республиканцев губернаторами тридцати шести из пятидесяти штатов.

Это как-то нелогично. Кругом же одни либералы – на телевидении, в СМИ, в спорте, в университетских кампусах. И как только республиканцам удастся получить большинство?

Ответ – все дело в скрытых консерваторах. Скрытые консерваторы умело притворяются сторонниками прогресса и смешиваются с толпой в таких местах массового скопления либералов, как Вашингтон. Таиться их заставляет презрение общества к их убеждениям. Без поддержки со стороны телеканала Fox News они бы, наверное, на стенку лезли.

Вычислить скрытых консерваторов невозможно, поскольку, по понятным причинам, об их консерватизме ничего не говорит. По данным прошлогоднего опроса Harvard – CAPS, почти 40 % американцев утверждали, что предпочитают не высказывать свои политические убеждения в кругу семьи, а 60 % помалкивают об этом на работе.

Если говорить о гендерных различиях, понятно, что молодой человек не станет признаваться своей подружке в розовой шляпке, что одобряет ухарство Дональда Трампа. Мужья, которые раньше имели внутри семьи

непререкаемый авторитет в политических вопросах, сегодня вынуждены поддакивать женам, тайно не соглашаясь с их взглядами. Что касается скрытых консерваторов – женщин, то Хиллари Клинтон обозвала их «предательницами» своего пола. С экранов телевизоров легионами женщин повелевают либерально настроенные звезды вроде Мадонны и Тины Фей. Но при этом, как ни странно, статистика говорит о том, что на последних выборах за Дональда Трампа голосовали в целом 53 % белых женщин, а в пригородах и сельской местности – 60 %. Те же женщины на выборах 2012 г. в большинстве своем отдавали Митту Ромни предпочтение перед Баракком Обамой, а на промежуточных выборах 2014 г. среди них было на 22 % больше тех, кто голосовал за республиканцев.

Что-что? Такого быть не может. Что-то тут не сходится.

**Рис. 37.1. Сравнение телефонных опросов и опросов в интернете, проводившихся среди членов Республиканской партии**

РЕСПУБЛИКАНЦЫ, ОТВЕТИВШИЕ УТВЕРДИТЕЛЬНО, %	ТЕЛЕФОН	ИНТЕРНЕТ	РАСХОЖДЕНИЕ
Крайне неблагоприятное мнение об Обаме	35%	49%	14%
Крайне благоприятное мнение о Трампе	29%	37%	8%
Депортация из США всех нелегальных иммигрантов – дело государственной важности	50%	63%	13%
Иммигранты – бремя для нашей страны	46%	58%	12%

*Источник: Pew Research Center*

Действительно, не сходится. Республиканцы победили на выборах в конгресс, хотя предвыборные опросы показывали преимущество демократов в четыре-пять процентных пунктов. Расхождения в результатах особенно заметны, если сравнить телефонные опросы и опросы в интернете. При общении с другими люди менее консервативны, чем когда нужно просто кликнуть мышкой.

Скрытые консерваторы обычно держатся в тени, но, когда их спрашивают о политических взглядах, склонны скрывать их дымовой

завесой либерализма. Это особенно отчетливо проявляется в вопросах на тему иммиграции, и расхождения в ответах свидетельствуют о том, что к группе скрытых консерваторов относится 5 % населения или больше. Другими словами, 5 % населения, а это более 15 млн человек, консервативны в большей степени, чем готовы признать публично. Таким образом, наши опросы, включающие множество горячих тем, могут создавать ложную картину избирательских предпочтений.

Значительную долю отряда скрытых консерваторов составляют мужчины – возможно, потому, что многих из них отправят спать на диван, если они открыто выскажутся о своих политических симпатиях. В СМИ сообщалась о разводах после победы Трампа – жены не смогли примириться с тем, что мужа голосовали за *этого*.

Недавние исследования показали, что одна пара из десяти (независимо от того, состоят ли партнеры в браке) прекращает отношения из-за конфликта в связи с политическими разногласиями. Некоторые женщины предпочитают рослых мужчин, некоторые мужчины предпочитают блондинок, но похоже, что в приложениях для знакомств может появиться новая графа – «Политические взгляды». Тем более что во время предвыборной кампании 2016 г. в популярном приложении для знакомств Bumble появился фильтр, где нужно было указать, за кого человек проголосует, – чтобы не тратить время на тех, кто относится к противоположному лагерю. Для миллениалов помоложе эти политические сложности еще актуальнее: 22 % распавшихся пар прекратили отношения из-за политических разногласий. Поэтому неудивительно, что многие скрытые консерваторы предпочитают держать свои убеждения при себе.

Несмотря на то что большинство белых женщин, особенно из пригородов, голосует за республиканцев, обнаружить этих скрытых консерваторш особенно трудно из-за давления среды. Предполагается, что любая образованная белая женщина из пригорода придерживается либеральных взглядов и голосует за демократов, но это не так. Вот в чем вся суть скрытых консерваторов – они не те, за кого их принимают, и не раскрывают свои политические карты.

Как правило, республиканцы более сдержанны по части своих политических убеждений, чем их оппоненты-демократы. Главный способ понять, кто эти скрытые консерваторы и за что они выступают, – подтолкнуть их отвечать определенным образом в опросах общественного мнения. При этом очень важно, как именно проводится опрос – по телефону или очно.

Что же оказалось не так со всеми этими опросами, которые сулили

демократам убедительную победу на президентских выборах 2016 г.? Как мы могли настолько сильно ошибиться? Недооценили степень поддержки Трампа, когда проводили телефонные опросы? Со всей определенностью можно сказать – да, именно так. Скрытые консерваторы не собирались признаваться, за кого они будут голосовать, и охотно отвечали телефонным собеседникам именно то, что те хотели слышать. Говоря о политике, американцы в общем-то всегда предпочитают оставить собеседника довольным, а не сказать правду. В научной работе 2005 г. сообщалось, что американцы склонны искажать свою историю голосования на выборах, поскольку «общество приветствует» последовательных избирателей. Понятно, что социальные проблемы становятся причиной перекосов наших предвыборных прогнозов. Многие из тех, кто говорил, что проголосует за Хиллари Клинтон, либо солгали, либо просто не собирались голосовать. Второй вариант делает точность прогнозов еще более труднодостижимой. На сайте Нэйта Сильвера FiveThirtyEight при анализе предвыборных опросов вообще не учитывали воздержавшихся от ответов, и это привело к множеству просчетов. Другая проблема в том, что процент политически активных американцев сильно преувеличен. Американцы в целом отнюдь не так сильно увлечены политикой, как нам кажется.

Есть еще один фактор, который заставляет людей скрывать свои политические предпочтения: то, что действие первой поправки не распространяется на трудовые отношения. Если человек, к примеру, выразит свои консервативные взгляды в Facebook или пожертвует деньги в пользу консерваторов, его могут уволить за то, что это не понравилось работодателю или клиентам. Если человек работает на компанию, которая торгует в первую очередь в городах, и поддерживает идею границы на замке, его могут разоблачить в социальных сетях, а покупатели могут объявить компании бойкот. Хотя человек не совершил ничего противозаконного, работодатель все равно может его уволить. Это главная причина, по которой скрытые консерваторы не распространяются о своих взглядах на работе.

Все вышесказанное подчеркивает важность тайного голосования, дающего людям возможность выразить свои подлинные взгляды, и демонстрирует, как опасно делать далекоидущие выводы на основе результатов опросов. Голосование по почте чревато тем, что организаторы и супруги могут требовать показать им бюллетень. В домах престарелых организаторы голосования могут стоять над душой у заполняющих бюллетени стариков. От подобных опасностей Америку избавит только

тайное голосование в кабинке избирательного участка.

То, что американцы чувствуют необходимость скрывать свои политические взгляды, чтобы уберечься от презрения дома или от увольнения с работы, не приносит пользы никому. Нам стоит вспомнить о первой поправке и тайне голосования. В книге «Холм» (The Hill) я писал о том, что нам следует считать увольнение людей за их политические взгляды таким же беззаконием, каким конгресс считает заключение за это в тюрьму. Мы должны возродить нормальное положение дел, при котором человек может открыто говорить о своих политических убеждениях дома, на работе и в социальных сетях, не опасаясь наказания. Не сделав этого, не стоит рассчитывать на то, что люди будут публично и правдиво отвечать на вопрос, как и почему они проголосовали. Атмосфера наших дней, будь то в СМИ, в университетских кампусах или на работе, заставляет как минимум часть консерваторов скрывать свою истинную сущность.



### **38. Снова о впечатлительных элитах**

В 2008 г., будучи главным стратегом президентской кампании сенатора Хиллари Клинтон, я обратил внимание на одну устойчивую закономерность. С вопросом «Не стоит ли все-таки Хиллари стать милее и приятнее?» ко мне обращались исключительно либо спонсоры кампании, либо очень образованные избиратели. А с вопросом, насколько выполнимой я считаю ее программу медицинского страхования, всегда обращались только представители среднего и рабочего класса, которых действительно интересовала тема, имеющая прямое отношение к их жизни.

Из этого наблюдения я вывел теорию впечатлительных элит. Она подразумевает, что, вопреки ожиданиям, чем образованнее становится электорат, тем больше влияния на него оказывает то, что он черпает в источниках, которым доверяет. Вместо того чтобы думать более самостоятельно, впечатлительные элиты все больше вторят хору, выступающему под управлением СМИ и аналитических центров. В отличие от них избиратели из среднего класса и рабочей среды постоянно имеют дело с проблематикой повседневной жизни, и поэтому их мнение основывается не на разговорах, а на очевидных фактах.

Эту гипотезу трудно проверить научными методами. Но следует признать, что за десятилетие, прошедшее с рассказа о впечатлительных элитах в первых «Микротрендах», эта склонность бездумно подхватывать тезисы СМИ, а не формировать мнение на основе своего жизненного опыта еще больше распространилась среди американцев. Высший истеблишмент обеих партий сегодня подвергается уничтожающей критике за полную оторванность от жизни страны. Верховный суд рассматривается как орган, принимающий политические, а не правовые решения. Прессу считают необъективной и склонной интерпретировать факты, а не излагать их. В условиях, когда анонимные сплетни стали полноценным источником информации, тактика очернительства срабатывает как никогда успешно. основополагающий принцип, заложенный в фундамент американской политической системы отцами-основателями – что нами будут править образованные элиты на основе представительной, а не прямой демократии, – поставлен под сомнение. Все эти противоречия вылились в популистскую революцию 2016 г. и тихое ниспровержение гвардии элит. Сами элиты все еще у власти, хотя во многих отношениях представляют собой живой труп – они не способны к каким-либо действиям и не могут расстаться с бессмысленными высоколобыными принципами.

Яркий пример – выборы 2016 г. Элиты дружно проморгали назревающий приход к власти Дональда Трампа. Я и сам не представлял, что он достигнет подобных высот, но при этом не мог не обратить внимания на то, с какой легкостью он расправился с 17 выдвиженцами Республиканской партии, просто обнажив их истинные лица. Согласованный элитами кандидат Джеб Буш не сумел даже стартовать как следует, несмотря на заранее собранные в его предвыборный фонд \$200 млн. Избиратели Великой старой партии взбунтовались против республиканского истеблишмента, считая, что он стал слишком удобным для демократов, недостаточно активно противостоит президенту Барак Обама и, скорее всего, не способен помешать победе Хиллари Клинтон на выборах. Республиканские элиты продолжали воевать с Трампом даже после его выдвижения в кандидаты. Они были убеждены, что партия – это они, а не ее избиратели.

Информационные источники элит дружно рапортовали, что победа Хиллари Клинтон неизбежна, и элиты столь же дружно в это верили. Они не замечали происходящего прямо у них перед носом, здесь, в Америке. Каждый новый удар по Трампу называли смертельным, однако тот продолжал сопротивляться. Многие представители элит по-прежнему питают глубокое уважение к экс-президенту Биллу Клинтону, несмотря на его сомнительные связи с женщинами, и при этом они полагали, что политическую карьеру Дональда Трампа может уничтожить аудиозапись его похабных шуточек. И даже после выборов впечатлительные элиты все еще сидят как на иголках. Они живут в мире сговора с русскими и неудачи Джеймса Коми<sup>[7]</sup> и напряженно ждут божественного вмешательства, которое исправит трагическое недоразумение 2016 г. Но подобная зашоренность есть не более чем попытка отрицания коренных изменений, результатом которых стал бунт 2016 г. С учетом всех результатов выборов в конгресс по итогам всенародного голосования побеждает Республиканская партия. За период президентства Барака Обамы демократы потеряли около 1000 мест в законодательных органах всех уровней. Невзирая на это, они упорно цепляются за фантазию о преимущественно либеральных настроениях в стране, хотя очевидные факты говорят о совершенно ином.

Попробуйте в наши дни побеседовать с кем-то из представителей впечатлительных элит, например с адвокатом с дипломом Гарварда. Вам скажут, что абсолютно точно известно: Трамп каким-то образом отмывал деньги для русских в обмен на помощь в выборах. Никаких доказательств нет, но убежденность в этом сильна не меньше, чем убежденность элит

прошлого в том, что Земля плоская. Что, русским деньги понадобились? Каким образом объявления в Facebook на \$100 000 могли переломить ход предвыборной кампании стоимостью \$2,4 млрд? Тут нет никакой логики, однако, наверное, примерно 40 % из числа читающих этот абзац умудрились поверить, что так все и было, потому что об этом свидетельствуют якобы существующие, но непостижимо строго засекреченные данные. Иначе говоря, они просто знают.

Причина поддержки Трампа со стороны рабочего класса тоже может служить доказательством теории впечатлительных элит. Примерно двум третям избирателей не нравились ни Хиллари Клинтон, ни Дональд Трамп. Клинтон не нравилась примерно трети проголосовавших за нее. Трамп не нравился примерно трети голосовавших за него. Чаша весов в самой яростной и личной избирательной кампании на моем веку склонилась в пользу Трампа благодаря озабоченности избирателей среднего и рабочего класса. Эти избиратели, в большинстве своем жители Среднего Запада, совершенно точно не «восторгались» Дональдом Трампом, который хвастался своим бесцеремонным обращением с женщинами. Но они были согласны с его базовым анализом положения дел в стране – с тем, что политкорректность зашла слишком далеко, пограничный контроль отсутствует, полиции объявлена война, торговые соглашения разрушают нашу промышленность и лишают людей работы, а Вашингтон пора разбудить. С этими избирателями можно соглашаться или не соглашаться, но их взгляды на политику и существующие проблемы понятны, и они голосовали за Трампа (а многие из них до этого – за Обаму) по очень веским причинам, полностью проигнорированным элитами. Трампа, как и любого другого кандидата от Республиканской партии, поддерживали и республиканцы традиционной политической культуры, голосующие за принцип «религия и право на оружие», но победу Трампу принесло расширение коалиции его сторонников именно за счет охвата этой новой проблематики.

Сегодня впечатлительные элиты пребывают в собственном замкнутом мирке. Экспертные группы указывают элитам, что думать, а *The New York Times* и остальные СМИ вторят им, и вот вам результат: за обеденным столом в кантри-клубе в Нью-Джерси все говорят примерно одно и то же. Стандарты по вопросам культуры диктует Южный центр правовой защиты бедноты, а по налоговым и экономическим вопросам – Центр налоговой политики. Тенденциозные «аналитики» раскручивают какой-нибудь доклад, не подвергая его ни малейшему сомнению, а СМИ скармливают его элитам.

Разумеется, замкнутый мирок сложился некоторое время назад и в стане правых, а телеканал Fox News и сайт Drudge Report давным-давно транслируют их точку зрения в той же манере. Но есть одна особенность: если ориентированные на истеблишмент СМИ снабжают аргументацией либеральные элиты, то Fox и Drudge обслуживают аудиторию рядовых граждан и дистанцировались от республиканских элит. Последние оказались в общем-то брошенными на произвол судьбы – демократы их терпеть не могут, а собственные избиратели в основном игнорируют.

Барак Обама был во многих отношениях идеальным президентом впечатлительных элит. Он редактировал юридический журнал Гарвардского университета, его опыт в Вашингтоне и властных структурах был невелик, и, помимо проведенного в Индонезии детства, он очень мало бывал за границей. Ему немедленно дали Нобелевскую премию мира.

Как это ни парадоксально, но, по данным Facebook, у представителей элиты меньше заграничных контактов, чем у людей с менее высоких ступеней социальной иерархии: они общаются только с такими же выпускниками Лиги плюща и знакомыми по путешествиям в экзотические места. А вот американцы из низших слоев общества действительно прислушиваются к мнениям друзей из среды иммигрантов или тех, кто не принадлежит к крошечной группе избранных. В обзоре Кембриджского университета об исследовании на основе данных Facebook говорилось, что «у людей из низших слоев общества на 50 % больше иностранных френдов, чем у людей, принадлежащих к высшим классам».

Схожая картина наблюдается и в Великобритании, где расхождения между настроениями элит и избирателей-трудящихся привели к сюрпризу на референдуме по вопросу выхода страны из Евросоюза (Brexit). Элиты практически всех мастей не сомневались, что Евросоюз – это хорошо, а выход Великобритании из него чреват катастрофой для страны. Разумеется, катастрофы не случилось. В очередной раз элиты, живущие в собственном вымышленном мире глобальной и мультикультурной гармонии, оказались оторванными от народа, опасаящегося экономических и культурных последствий растущей иммиграции и политики открытых границ в Евросоюзе.

Можно предположить, что, после того как соцопросы по поводу этих двух важнейших событий оказались настолько провальными, Демократическая партия наверняка уволила свою службу изучения общественного мнения в полном составе, *The New York Times* заменила сотрудников в отделе выборов, Би-би-си реорганизовала свою систему опросов, а Facebook разорвал партнерство с SurveyMonkey. На самом же

деле не случилось *ничего подобного*. Непохоже, чтобы кого-то уволили за все эти неверные оценки и непонимание фундаментальных факторов мировых процессов. Наоборот, многие пошли на повышение. Впечатлительные элиты обнаружили, что правота не обязательна – нужно просто нравиться своему кругу. Как следствие, вместо того, чтобы сделать выводы из экономических и культурных ошибок, результатом которых стали эти знаменательные события, элиты ушли в отрицание и опять взялись за старое. По результатам опросов, с Трампом покончено и поддержкой он не пользуется. Каждое предложение Трампа высмеивает кучка поднаторевших в политике комиков и шоуменов. Элиты зажимают носы и надеются, что и это тоже пройдет, ведь, как-никак, непреходящий Вашингтон – это они сами.

Чтобы разобраться в том, что правильно, а что нет, мы уже не рассчитываем на помощь элит. Не стоит надеяться и на то, что они применят свои экспертные знания для пользы общества. Наоборот, представителей элит все чаще считают политическими интриганами. Они еще больше дистанцировались от масс просто потому, что воспринимают их как зверей в зоопарке и предпочитают отрицать происходящее на двух континентах. Такой разлад чреват серьезными последствиями, и пока впереди не маячит никакого решения. Если на каком-либо из двух континентов будет создаваться новая партия, она не объединит в своих рядах социал-либералов и консервативных экономистов, которых мы давно подозревали в наличии такого желания. Наоборот, это будет популистская партия, основанная на идее восстановления власти народа, который должен отобрать ее у элит и силового блока. В авангарде этого движения был Трамп, и, несмотря на то что он сотрудничает с истеблишментом, привычный нам истеблишмент все еще в большой беде. Его представители не придают большого значения серьезному недовольству и озабоченности масс, приведшим к победе Трампа. В результате наши элиты становятся еще более впечатлительными.

### **39. Снова об активистах из нелегальных иммигрантов**

Как ни назови тех, кто живет в Америке без надлежаще оформленных документов, но сегодня, как и предсказывалось в первых «Микротрендах», они превратились в значительную политическую силу. Эта группа вполне может стать важнейшим фактором исхода следующих президентских выборов, но чем больше становится ее электоральная значимость, тем сильнее негативная реакция на это явление.

За минувшее десятилетие численность выходцев из Латинской Америки, имеющих право голоса, резко возросла. В 1992 г. их доля составляла не более 2 % от общего числа избирателей. В 2016 г. она достигла 11 %, и потенциал роста этого показателя далеко не исчерпан. Если рассматривать штаты, в которых явка избирателей росла наиболее значительно по сравнению с предыдущими периодами, то ими окажутся Нью-Йорк, Калифорния, Техас и Флорида. В каждом из них на двух последних президентских выборах число голосовавших прирастало в среднем на 900 000 человек. Наряду с этим на 10 % выросло число избирателей латиноамериканского происхождения в Колорадо и Аризоне. Сейчас у республиканского кандидата практически нет шансов в Колорадо и Нью-Мексико, а огромный прирост числа избирателей в Техасе и Флориде практически не способен изменить ситуацию в этих штатах. В Нью-Йорке и Калифорнии голоса выходцев из Латинской Америки – лишь капля в море, которая не влияет на и без того понятный исход всеобщих выборов и на состав коллегии выборщиков.

**Рис. 39.1. Партийные предпочтения избирателей латиноамериканского происхождения, 1999–2016 гг.**



Дискуссия по этой проблеме развивалась в точном соответствии с прогнозом, который мы делали в первых «Микротрендах». Нелегальные иммигранты приобрели союзников в лице тех, кто живет здесь на законных основаниях, и движение набрало большую силу в главных городских центрах страны. Мэр Нью-Йорка, Лос-Анджелеса, Чикаго или Майами не может быть избран без поддержки со стороны избирателей латиноамериканского происхождения. Все это привело к тому, что численность избирателей латиноамериканского происхождения растет в абсолютных цифрах в национальном масштабе, и особенно в стане сторонников Демократической партии.

В 2008 г. Хиллари Клинтон неодобрительно отзывалась о людях, попадающих в США в обход официальной иммиграционной системы. В одном из радиоинтервью 2003 г. она сказала: «Я в целом категорически против нелегальных иммигрантов». Она считала, что нельзя позволять людям «пролезать без очереди», и говорила об этом как с трибуны, так и в узком кругу. В предвыборной кампании 2016 г. под девизом «Вместе сильнее» Клинтон решительно отбросила эти взгляды. Ее взгляды на иммиграцию становились по мере развития кампании все более левыми.

Вступая в предвыборную борьбу, Клинтон упирала на комплексную реформу иммиграционного законодательства при усилении пограничного контроля. К концу кампании ее убедили не упоминать усиление пограничного контроля даже вскользь.

Интересно, что бизнес в целом выступает за иммиграцию. Ему нужно больше работников, особенно дешевых, и больше потребителей. Возможно, самым крупным изменением в этом плане стало то, что профсоюзы, которые по логике вещей должны выступать против развития внешней торговли и иммиграции, сейчас выступают против только внешней торговли, но никак не иммиграции. Подобно работодателям, профсоюзы решили, что им намного выгоднее иметь побольше членов, как бы это ни отразилось на зарплатах уже состоящих в них работников. Профсоюзы даже пропагандируют идею, что многомиллионное пополнение контингента трудящихся никак не повлияет на зарплаты и в целом полезно для общества.

Но развитие движения в поддержку открытых границ натолкнулось на барьер, построенный президентом Трампом и американским электоратом, особенно из Аризоны и пояса Индиана–Пенсильвания. Опросы общественного мнения относительно иммиграции показали, что электорат хоть и разделен по признаку партийных предпочтений, но практически един в убеждении, что пограничный контроль нужно ужесточить. Избиратели в основном против строительства стены, но за значительно более строгое правоприменение. Они за сострадание к нелегальным эмигрантам – 70 % участников опроса Harvard CAPS – Harris назвали это важным. Но вместе с тем 70 % отрицательно относятся к идее, что полиция не должна контактировать с иммиграционными властями, производя задержания. За пределами городов-убежищ в поддержку городов-убежищ не выступают.

Будь в стране политическое единство, мы бы давно уже усилили пограничный контроль, предоставили уже находящимся здесь разрешения на работу с возможностью получения гражданства в будущем и депортировали преступников. Но вместо этого мы имеем правых, которые требуют более суровых мер вплоть до массовых депортаций, и левых, которые хотят открытых границ. Расхождения нарастают, а люди вроде Марка Рубио, который выступает за компромисс, попадают под перекрестный огонь критики.

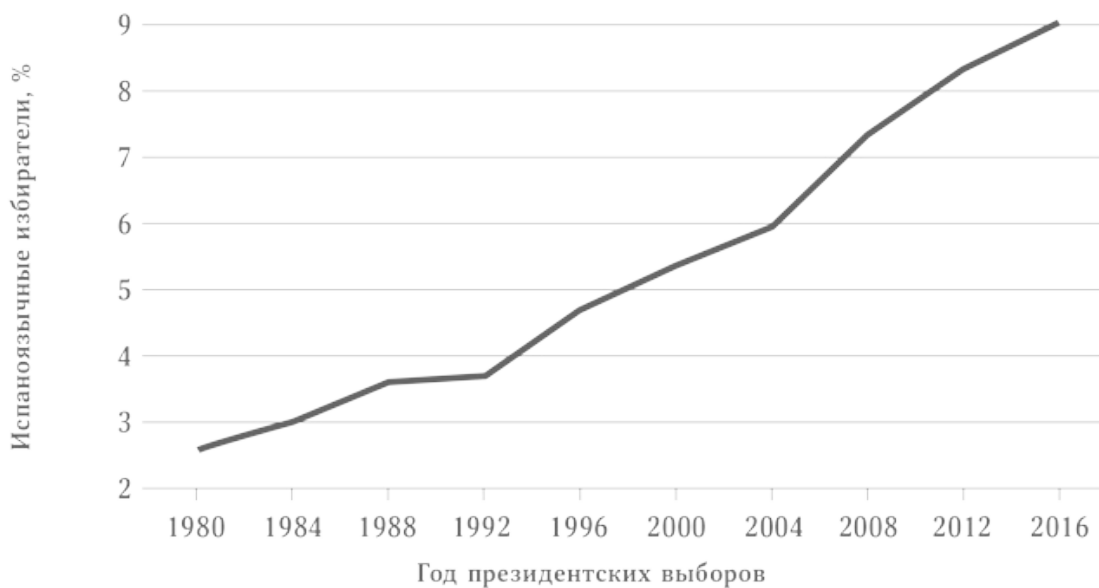
Демографический состав нелегальных иммигрантов за последние годы изменился и вскоре может измениться опять. Сейчас мексиканцы составляют менее половины нелегалов, а доля выходцев из Азии и



Центральной Америки в их рядах растет. На фоне происходящего в Сирии резко возросло число иммигрантов с Ближнего Востока, и Трамп использовал страх перед терроризмом в качестве барьера, запрещающего въезд беженцам и всем остальным.

В находящейся на передовых рубежах левизны Калифорнии были приняты законы, делающие убежищем весь штат: правоохрнительным органам предписано не сотрудничать с иммиграционными властями при арестах. Политическая жизнь Калифорнии совершила разворот на 180 градусов со времен Пита Уилсона, который был губернатором штата до 1999 г. Когда-то по его инициативе был принят закон штата, лишивший неграждан доступа к государственным услугам. Впоследствии Верховный суд признал этот закон неконституционным.

Рис. 39.2. Доля испаноязычных избирателей в американском электорате, 1980–2016 гг.



Источник: Бюро переписи населения США

В тот же период, когда Западная Вирджиния превращалась из самого демократического штата в республиканский, Калифорния совершала переход от одной крайности к другой: штат, где прежде на губернаторский пост избирались Рональд Рейган и Арнольд Шварценеггер, стал одним из самых демократических. Это сделали возможным избиратели латиноамериканского происхождения, и по этой же причине демократы

надеются, что со временем то же произойдет и в Техасе – и тогда путь в президенты кандидату-республиканцу будет заказан.

Существует много организаций, ставящих перед собой задачу сделать латиноамериканское население Техаса более политически активным, чтобы на выборах 2020 г. штат проголосовал преимущественно за демократов. Этим занимается, например, Battleground Texas, которая старается сделать Техас «колеблющимся штатом», в том числе за счет большей политической ангажированности испаноязычных избирателей. В целом же за последние два десятилетия появилось множество организаций, ориентированных на работу с испаноязычными избирателями. Эти организации, среди которых, в частности, Voto Latino, Mijente и Mi Familia Vota, пытаются поднять уровень политической и гражданской активности испаноязычного населения, хотя пока сложно сказать, насколько им это удастся.

Десять лет назад в «Микротрендах» отмечалось, что избиратели латиноамериканского происхождения в подавляющем большинстве голосуют за демократов, и в наши дни это по-прежнему так. Недавнее исследование центра Pew Research установило, что число выходцев из Латинской Америки, причисляющих себя к сторонникам Демократической партии, продолжает расти. Несмотря на просадку 2006 г. (тогда выходцы из Латинской Америки больше поддерживали Джорджа Буша–младшего), за последние десять лет доля зарегистрировавшихся избирателей латиноамериканского происхождения, голосующих за демократов, возросла с 49 % до стабильных 63–64 %. Поскольку здравоохранение и образование входят в число главных приоритетов этой категории населения, представляется, что в обозримом будущем она станет важной частью электоральной базы для Демократической партии.

На основе последних данных статистики о миграции и явке на выборы Джон Джадис и Руй Тешейра написали очень авторитетную книгу – «Нарождающееся демократическое большинство» (The Emerging Democratic Majority). По их мнению, чтобы превратить Америку в страну, голосующую за демократов, Демократической партии достаточно полагаться только на демографию и гендерную политику. Но изъян их анализа, как и почти любого анализа, основанного на предпосылке о неизменности окружающего мира, состоял в том, что он не предусматривал возможность других демографических изменений и не учитывал того, как обе партии виртуозно приспосабливаются к новым временам.

Курс Трампа на ограничение иммиграции и международной торговли еще не так давно был политикой, за которую выступали старые левые. Перехватив эту проблематику у демократов, Трамп забрал и значительную

часть избирателей-трудящихся из регионов с очень незначительным числом голосующих латиноамериканцев. Эти избиратели не хотели, чтобы электорат их регионов преобразился так же, как во Флориде, Техасе и Калифорнии.

Как ни странно, Трамп работал с избирателями латиноамериканского происхождения лучше, а не хуже, чем Митт Ромни. Думаю, одержать верх во Флориде ему удалось в основном за счет активности избирателей-кубинцев на фоне попыток Обамы наладить отношения с диктаторским режимом Кубы. Это был один из его последних шагов в качестве президента, и, возможно, в результате штат и переметнулся к Трампу. Это тем более показательно, что обычно за республиканцев голосует незначительное меньшинство латиноамериканцев-протестантов.

Прогноз на будущее в этой области менее очевиден, чем десять лет назад. Тогда было совершенно понятно, что влияние нелегальных иммигрантов возрастет, и так оно и произошло. Но теперь все зависит от того, что будет происходить в стане Трампа и Республиканской партии. Возможно, Трамп станет Питом Уилсоном в масштабе всей Америки, и его отчаянные старания приведут к полному пересмотру политики в этой области. Тогда перед 11 млн нелегалов откроется путь к получению гражданства. Или, может быть, Трамп остановит поток нелегалов на границе, что сдержало бы рост электората латиноамериканского происхождения. Влияние иммигрантов в национальном масштабе ограничивает и то, что они сконцентрированы в нескольких крупных штатах, один из которых – Техас, остающийся на стороне Республиканской партии.

Бюро переписи населения учитывает всех жителей, а количество членов палаты представителей от каждого штата определяется с учетом проживающих в стране неграждан, так что некоторые перемены в 2020 г. произойдут. Но поскольку в штатах действует мажоритарная система, чем больше членов палаты представителей будут иметь Техас и Аризона, тем больше выборщиков получают республиканцы, что делает все остальные перемены практически бессмысленными.

Я предпочел бы стать свидетелем всеобъемлющей реформы иммиграционного законодательства, чтобы в случае ее успеха все эти проблемы остались для страны в прошлом. Но сегодня создается впечатление, что стороны все более отдаляются друг от друга, и этот важнейший очаг напряженности в американской политике сохранится и в следующем десятилетии.

## 40. Новейшие американцы

Говоря об иммигрантах, обычно имеют в виду выходцев из Латинской Америки и стран Ближнего Востока. Однако за последнее десятилетие самой быстрорастущей частью иммигрантской прослойки населения стали азиаты, которых в Америку приезжает больше, чем выходцев из любого другого региона мира. Иммигранты из азиатских стран становятся в Америке невероятно влиятельными и успешными – и в образовании, и в работе, и в политике.

Численность азиатского населения Америки резко возросла: по статистике Института миграционной политики, в 1960 г. оно составляло 5 % от общего числа американцев иностранного происхождения, а в 2014-м достигло 30 %. В 2010-х гг. среди натурализовавшихся в США было больше азиатов, чем испаноязычных иммигрантов: в 2015 г. из 730 259 новых граждан США 261 370 были азиатского происхождения. В 2016 г. численность жителей США азиатского происхождения оценивалась в 20,5 млн человек, и, по прогнозу Бюро переписи населения, к 2019 г. их число достигнет 25,7 млн.

Азиатам в США были рады не всегда. Геополитические соображения, расизм и экономика сказывались на их жизни в Америке многие десятилетия, начиная с Акта об исключении китайцев 1882 г. Вспомним, что многих китайцев привезли в Калифорнию во времена золотой лихорадки и содержали немногим лучше, чем рабов. Однако затем рост прослойки китайских иммигрантов и ее экономической влиятельности начал вызывать опасения и шумные протесты, что и привело к принятию первого важного закона, ограничивающего въезд в Соединенные Штаты. Закон приостановил иммиграцию из Китая на десять лет и запретил предоставлять китайцам американское гражданство. Возобновление широкомасштабной иммиграции из Поднебесной стало возможным лишь с принятием Закона об иммиграции в 1965 г.

**Рис. 40.1. Азиатские и испаноязычные иммигранты по годам приезда, 2000–2010 гг.**



Источник: Pew Social Trends

Схожие меры затронули и американцев японского происхождения. Теодор Рузвельт достиг устной договоренности с Японией о том, что японцам, за исключением отдельных категорий бизнесменов и квалифицированных специалистов, не будут выдавать паспорта, позволяющие эмигрировать в США. Эта практика прекратилась в 1920-х гг., но вскоре после этого случился Пёрл-Харбор, ставший причиной интернирования всех проживающих в США японцев и огромной неприязни к ним со стороны американцев.

Несколько поколений спустя подход к азиатскому вопросу изменился, и в страну хлынул новый приток иммигрантов. В 1980 г. в США проживали лишь 382 000 китайских иммигрантов. В 2016 г. их число превышало 2 млн человек. За этот же период общая численность иммигрантов из стран Азии возросла с 2,5 млн до более чем 12,5 млн. Больше всего людей приезжает в Америку из Индии, за которой следуют Китай, Филиппины, Вьетнам и Корея.

Наиболее интересно выглядят статистические данные об успехах, которых достигли азиатские иммигранты в Америке. Средний доход американцев азиатского происхождения сейчас составляет \$74 829 на человека в год – это больше аналогичного показателя по стране в целом и больше, чем в 2010 г., когда он составлял \$66 000. Это невероятный

результат, и он достигнут несмотря на предположительное влияние расизма и устоявшихся карикатурных представлений об азиатах. Азиаты, обеспечивающие страну новыми налоговыми поступлениями, – образцовый пример иммиграции даже в глазах самых ярых консерваторов и тех, кто печется о фискальной политике.

**Рис. 40.2. Распределение среднегодового дохода азиатских иммигрантов в США по этническим группам, 2010 г.**



Источник: Pew Research Center

Как принято считать, такие успехи объясняются тем, что еще со времен Конфуция азиатам свойственно придавать особое значение заслугам и образованию. Действительно, высшее образование имеет половина американцев азиатского происхождения старше 25 лет по сравнению с 30 % населения в целом по стране. Это в достаточной мере объясняет существующие сегодня различия в оплате труда – азиатам платят за их знания.

При этом покупательская способность американцев азиатского происхождения непропорционально больше их численности и стремительно растет – они тратят на потребительские нужды впечатляющие \$825 млрд ежегодно. По прогнозу в докладе The Multicultural Economy 2015, к 2020 г. покупательская способность американцев азиатского происхождения возрастет на 32 %.

Американцы азиатского происхождения склонны покупать то, что в Азии позволяют себе только высшие слои местного общества. По данным исследования Nielsen, по сравнению с обычными американцами они едят на 69 % больше свежей рыбы и морепродуктов, на 72 % больше свежих овощей и на 29 % больше фруктов. Кроме того, они высоко ценят свои гаджеты. Американцы азиатского происхождения опережают население в целом по количеству принадлежащих им смартфонов, компьютеров, планшетов, аудиосистем и прочих высокотехнологичных устройств. В том же исследовании Nielsen говорится, что «из 87 американских стартапов, оцениваемых в \$1 млрд и более, 19 были созданы иммигрантами из стран Азии».

Иммигранты азиатского происхождения, особенно уже поработавшие в китайском и индийском бизнесе, обычно очень хорошо понимают важность масштабирования и прекрасно разбираются в менеджерах и менеджменте. В Соединенных Штатах штат компании с миллионным оборотом будет, скорее всего, состоять из шести сотрудников, тогда как в Индии в бизнесе с таким же оборотом будут работать 100 или 200 человек. В Microsoft моим руководителем был Сатья Наделла – показательный пример иммигранта из Индии. Он родился в небольшой индийской деревне и упорно трудился в Microsoft на протяжении 22 лет, прежде чем стать самым очевидным претендентом на должность генерального директора компании. В интеллектуальном отношении он был на голову выше своих конкурентов и отлично разбирался в финансовых и технических аспектах облачных технологий. Его взлет к вершинам управленческой иерархии – олицетворение общего тренда в среде американцев индийского происхождения, которые стали первой этнической группой иммигрантов со среднегодовым доходом более \$100 000.

Когда мы пытаемся понять удивительный успех американцев азиатского происхождения, нам трудно отделить причину от следствия. Тем не менее стоит заметить, что на вопрос исследовательского центра Pew Research «Согласны ли вы с тем, что люди, которые хотят преуспеть, добьются своего, если будут упорно трудиться?» утвердительно ответили в среднем 69 % опрошенных, а среди американцев азиатского

происхождения таких было на 11 % больше. Представители высшего и среднего классов американского общества, независимо от их расовой принадлежности, также считают, что упорный труд приносит успех (71 и 67 % соответственно). В низших слоях американского общества так думают меньше половины опрошенных.

В области образования молодые поколения американцев азиатского происхождения неизменно показывают более высокие результаты, чем другие демографические группы. Азиаты составляют примерно 5 % от общего числа учеников средних школ высшей ступени, но при этом среди первокурсников Гарвардского университета и Массачусетского технологического института их 22 и 26 % соответственно. С точки зрения средних оценок на школьных экзаменах американцы азиатского происхождения опережают всех остальных в математических дисциплинах, которые, безусловно, очень важны для успеха в информационную эру. Национальный научный фонд сообщил, что в 2012 г. 6 % кандидатских диссертаций в области науки и техники защитили американцы азиатского происхождения, тогда как доля афроамериканцев и испаноязычных американцев составила 3 и 4 % соответственно. Кроме того, 27 % кандидатских диссертаций в области науки и техники защитили обладатели временных виз, многие из которых приехали из стран Азии. В отчете Google об этнокультурном многообразии за 2017 г. технологический гигант сообщил, что 35 % его сотрудников являются гражданами стран Азии или американцами азиатского происхождения, что на 30 % больше, чем всего за четыре года до этого.

Хотя экономическое благополучие обычно коррелирует с приверженностью Республиканской партии, в последнее время политические предпочтения избирателей азиатского происхождения резко сдвинулись в сторону демократов. По мере роста этой группы населения 50 %-ная поддержка республиканцев ее представителями обернулась 70 %-ной поддержкой демократов. Американцы индийского происхождения по большей части являются сторонниками демократов, а китайского – в основном поддерживают республиканцев. В прошлом поддержка, которой пользовалась Республиканская партия в среде выходцев из Китая, была обусловлена ее антикоммунистической направленностью и твердым курсом на укрепление обороноспособности, что привлекало людей, обеспокоенных деятельностью Мао Цзэдуна и «культурной революцией». Но сегодняшних иммигрантов мало волнуют подобные вещи – например, выходцев из Индии и с Филиппин больше заботят вопросы социальной справедливости в Соединенных Штатах, чем международная политика.



С другой стороны, налицо выраженная концентрация избирателей азиатского происхождения в штатах, где межпартийная конкуренция проявляется не так сильно. Их доля в общем числе голосующих наиболее высока в Калифорнии и штате Нью-Йорк. Хотя в наши дни иммигранты азиатского происхождения перемещаются в том числе и на Юг и Средний Запад, их влияние на национальную политику достаточно невелико, поскольку в основных «колеблющихся штатах» они составляют незначительную часть общего числа избирателей. Однако высокая успешность американцев азиатского происхождения указывает на то, что республиканцы, возможно, вернут себе какую-то часть избирателей из их числа, если предложат удачных кандидатов. Трамп получил 27 % голосов американцев азиатского происхождения.

Поддержка министерством юстиции иска студентов азиатского происхождения к Гарвардскому университету стала блестящим политическим ходом: это был обходной маневр против позитивной дискриминации, в то же время свидетельствующий о том, что интересы американских избирателей азиатского происхождения и Демократической партии совпадают не всегда. Выходцы из Азии с высокими доходами платят большие налоги и озабочены скорее улучшением бизнес-среды, снижением налогов и расовыми предрассудками при зачислении в университеты, чем позитивной дискриминацией.

Тем не менее выходцы из стран Азии все чаще баллотируются на выборах. В 2015 г. в конгресс вошли заметные политики азиатского происхождения: сенатор-демократ от штата Иллинойс Тэмми Дакуорт стала первым сенатором тайваньского происхождения, а член палаты представителей, демократ из Флориды Стефани Мерфи – первой женщиной вьетнамского происхождения, избранной в этот орган. Сегодня в составе конгресса работают в общей сложности 18 американцев азиатского происхождения и уроженцев тихоокеанских островов.

В моем детстве образ азиата был представлен в массовой культуре Хоп Сином – расторопным и учтивым поваром из самого популярного сериала тех времен «Бонанца». С тех пор переменялось очень и очень многое, но в изображении азиатов все еще достаточно часто прибегают к стереотипам. Недавний сериал «Трудности ассимиляции», действие которого происходит в 1990-х гг., когда иммигранты-азиаты были еще в новинку, стал первым сериалом с главным героем-азиатом за 20 лет. На большом экране Индия показана в целом доброжелательно в коммерчески успешных фильмах «Миллионер из трущоб» и «Отель "Мэриголд": лучший из экзотических».

Однако успехам сопутствуют и провалы. Не так давно актриса Грейс Пак отказалась продолжить съемки в сериале «Гавайи 5.0», пока его продюсеры не повысят гонорары занятым в нем актерам азиатского происхождения до уровня оплаты их белых коллег. Дорого обошелся киностудии и выбор Скарлетт Йоханссон на главную роль в фильме «Призрак в доспехах», где она играла знаменитую и всеми любимую героиню японских аниме: картина не окупила затрат на производство и продвижение. Азиатам достается лишь 5 % ролей с текстом в американских фильмах и лишь 1 % главных ролей.

Со временем это изменится. Истории из жизни американцев азиатского происхождения будут все чаще экранизироваться. Так, в получившем хвалебные отзывы и премию «Эмми» сериале «Мастер не на все руки», который создали актеры Азиз Ансари и Алан Янг, есть несколько серий, посвященных детским впечатлениям иммигрантов из стран Азии. Налицо также растущее желание брать побольше азиатов на роли в фильмах большого экрана, которое обусловлено бурным ростом китайского рынка шоу-бизнеса. Сейчас успех или провал нового американского фильма может полностью зависеть от его кассовых сборов в Китае.

То, как быстро растет численность иммигрантов из азиатских стран последние 20 лет, дает основания ожидать дальнейшего роста их культурного влияния. Равным образом будет нарастать и экономическая мощь этой группы населения. А с учетом серьезных позиций, которые выходцы из Азии занимают в технологических компаниях, они вполне могут быть тайным оружием Америки в гонке за первенство в инновациях и высоких технологиях.

## **41. Избиратели от диванной партии**

Политические качели – по-прежнему главная составляющая выборов в нашей стране. Но президент Дональд Трамп переписал обычный сценарий, чтобы обеспечить себе перевес не за счет мамаш из пригородов, а за счет папаш с трибун футбольных матчей. Он начал вновь вовлекать в политику эту группу избирателей, до последнего времени к ней довольно равнодушною.

По мере того как массовые коммуникации становились все влиятельнее, процент голосующих на выборах оставался практически неизменным, а его прирост в целом соответствовал приросту населения. Некоторые демографические группы, например афроамериканцы, проводили целенаправленную работу, чтобы увеличить свою долю голосов, зато другие выпали из процесса и превратились в диванных избирателей.

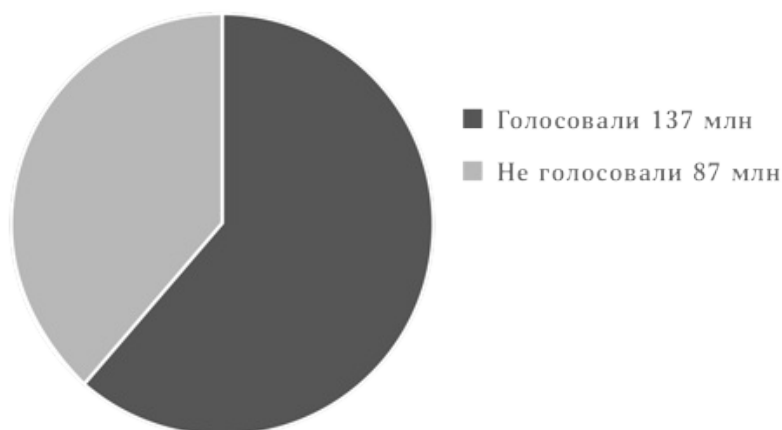
Сейчас часть этих избирателей поднимается с диванов и становится важнейшим политическим ресурсом для будущих кандидатов на выборах.

Диванные избиратели – порождение системы добровольного голосования. Человек в обязательном порядке получает номер социального страхования, как только появляется на свет, а чтобы попасть в самолет, необходимо предъявить удостоверяющий личность документ с фотографией. Но никто не обязан регистрироваться на избирательном участке или голосовать. В Америке участие в политической жизни и формировании властей – дело тех, кто сознательно решает выключить телевизор и отправиться голосовать на выборах. Те, кто оставался на диване перед телевизором, отказывались от права повлиять на положение дел в стране. Так происходило в том числе и в 2016 г., но у кандидатов есть возможность в будущем взбодрить какую-то часть этих избирателей и привести их на избирательные участки.

---

Рис. 41.1. Американское население в возрасте, дающем право на участие в голосовании, 2016 г.

---



Источник: U.S. Census Current Population Survey

---

В 2016 г. правом голосовать на выборах обладали 224 млн человек, 137 млн из которых воспользовались им. Хотя явка избирателей была выше, чем на выборах 2012 г., численность сторонников диванной партии, то есть тех, кто имеет право голосовать, но не голосует, составила около 90 млн человек. В США самую высокую явку на выборах показывают образованные люди, женщины и избиратели старших возрастов. Показатели явки среди мужчин, молодежи и малообразованных слоев общества, равно как и среди уроженцев Латинской Америки азиатских стран, значительно ниже. На диване перед телевизором остались 54 млн белых избирателей и 19 млн избирателей азиатского и латиноамериканского происхождения. Хотя явка среди афроамериканцев и понизилась по сравнению с 2012 г., но все равно была выше явки белых мужчин без высшего образования.

Из приведенных выше цифр следует неожиданный вывод: основную часть избирателей, остающихся дома на диване, составляют не слишком образованные белые мужчины – то есть именно те, кого может взбодрить и побудить к действию популистская предвыборная агитация. Это десятки миллионов незадействованных избирателей, и, хотя отстающим испаноязычным и азиатским избирателям тоже есть куда расти, они значительно уступают по своей численности выпавшим из политики белым без университетского диплома. (И большинство белых мужчин, не участвующих в голосовании, проживает за пределами «колеблющихся штатов», что сильно осложняет ситуацию для всех, кто ратует за переход к

прямым всенародным выборам. Это может привести к ожесточенной повсеместной борьбе за голоса диванных избирателей и совершенно новому порядку проведения избирательных кампаний.)

**Рис. 41.2. Демографические данные голосовавших и не голосовавших на выборах в 2016 г.**

	Не голосовали, млн человек	Голосовали, млн человек	Голосовавшие, %
<b>Возраст, лет</b>			
18–24	15	12	43
25–44	32	41	56
45–64	26	52	67
65 и старше	14	33	71
<b>Пол</b>			
Мужской	44	64	59
Женский	43	74	63
<b>Расовая принадлежность</b>			
Белые	54	101	65
Черные	12	17	59
Испаноязычные	14	13	48
Азиаты	5	5	49
<b>Образование</b>			
Среднее и неоконченное среднее	45	41	47
Неоконченное высшее	25	42	63
Диплом бакалавра	12	34	74
Ученая степень	5	20	80

*Источник: U.S. Census Current Population Survey*

Хотя Дональд Трамп и получил меньше голосов, чем Хиллари Клинтон, – 63 млн против почти 66 млн, – но при этом за него проголосовало больше людей, чем за любого другого кандидата-республиканца в истории. Клинтон не поставила рекорд по числу голосов, поданных за кандидата-демократа. Эта заслуга принадлежит президенту Баракку Обаме, собравшему в борьбе с Джоном Маккейном рекордные 69 млн голосов избирателей. Рекордный рывок по числу поданных за нее голосов совершила Либертарианская партия, причем непонятно, каким

образом она смогла вклиниться в двухпартийную систему прямого голосования. За Трампом пошли несколько миллионов избирателей, никогда прежде не голосовавших на республиканских праймериз, и их голоса, несомненно, оказались критическим фактором его победы в коллегии выборщиков. Да, это так – его козырем были диванные избиратели.

Переключить внимание с колеблющихся избирателей на часть диванной партии политиков в какой-то степени заставили две перемены. Первая из них – отмена Бараком Обамой лимитов и федерального контроля для предвыборных избирательных фондов кандидатов в президенты. Вторая – рост влияния интернета и микротаргетированной цифровой рекламы. Еще десять лет назад такие инструменты в политике не применялись, а сейчас за них платят миллиарды долларов.

Как я писал выше, сомнительно, чтобы реклама на \$100 000, опубликованная в социальных сетях от имени связанных с Россией аккаунтов, могла повлиять на исход выборов. Это жалкие гроши по сравнению с \$2,4 млрд, потраченными на свои избирательные кампании кандидатами в 2016 г. Большая часть этих средств ушла, скорее всего, в ограниченное число «колеблющихся штатов». Однако интернет действительно позволяет доносить информацию еще более адресно и лично, чем рассчитанные на целевую аудиторию телепередачи (которые ранее считались лучшим вариантом). Так, президент Барак Обама и его команда невероятно успешно вели целенаправленную агитацию среди чернокожего населения. В результате афроамериканские избиратели обгоняли белых по явке на двух президентских выборах, в первую очередь в ключевых «колеблющихся штатах». На выборах 2016 г. явка афроамериканских избирателей также была высокой, но не столь же высокой, как в 2012 г., в частности в штате Огайо. На президентских выборах 2012 г. в Огайо голоса афроамериканцев составили 15 % от общего количества, притом что чернокожие составляют 10 % общей численности населения этого штата. Другими словами, в 2012 г. афроамериканские избиратели в Огайо были активны настолько, что в полтора раза перекрыли статистику переписи населения.

Для сенсационной победы Трампу и штабу его кампании потребовалось вытащить на избирательные участки рекордное число сочувствующих в «колеблющихся штатах» Среднего Запада и во Флориде. Одной из составляющих этой стратегии была агитация среди белых трудящихся, считавших себя обделенными вниманием политиков.

На противоположном краю спектра был Берни Сандерс. Тезисы этого

потенциального кандидата от Демократической партии, в итоге уступившего сенатору Хиллари Клинтон, по поводу бесплатного высшего образования и разделения крупных банков привлекали молодежь и прогрессивную часть электората. Сандерс сделал эти группы своей целевой аудиторией, и его почти безнадежная попытка также привела на выборы новую важную группу избирателей.

Подавляющая часть населения этой страны верит в иммиграционную политику, открывающую путь к получению гражданства, и хочет усиления пограничного контроля. И то и другое – вполне здравые вещи. Но люди, которых можно побудить проголосовать, а не оставаться, как обычно, дома, более склонны к крайним, а не к умеренным взглядам. Такие люди могут хотеть либо полного закрытия границ, либо их полного открытия, и явка на выборах повышается именно за счет носителей крайних взглядов, а не сторонников разумных решений.

Аналогичным образом, по данным последних опросов, большинство американцев являются сторонниками международной торговли, и в то же время самые влиятельные политические силы сегодняшнего дня играют на недовольстве и возмущении общественности по поводу состояния дел в экономике, а также на ксенофобии – и это привлекает избирателей, придерживающихся крайних взглядов.

Кроме того, оторвавшийся от дивана избиратель – отнюдь не чисто американский тренд. Взять хотя бы референдум 2016 г. по вопросу выхода Великобритании из Евросоюза, на котором стимулом к участию в голосовании послужили опасения по поводу роста иммиграции из Сирии и других ближневосточных стран. Активность небольшой группы в высшей степени пассионарных людей полностью опровергла все выкладки экспертов и результаты опросов общественного мнения. После ряда террористических актов заметно укрепились позиции аналогичных сил во Франции и других европейских странах. Крах правящей коалиции постиг даже Германию.

Новая стратегия, подразумевающая победу на выборах за счет целенаправленной работы с отдельными группами населения и радикальными меньшинствами, чревата огромными последствиями. Если основой электората станет не средний класс из пригородов, а радикальные правые или социалисты, наши выборы будут все сильнее раздирать страну на части, вместо того чтобы спланировать ее. Избирательные кампании будут потакать низменным чувствам и эмоциям, вместо того чтобы предлагать здравые центристские решения. Результаты праймериз будут еще более поляризованными, а тактика выжженной земли станет главной в

предвыборной борьбе.

Вместо компромиссов по таким проблемам, как международная торговля, охрана окружающей среды и иммиграция, нас ждут политические тупики или президентские указы, противоречащие мнению большинства американцев. Мы пойдем по порочной нисходящей спирали, а вера в политическую систему рухнет.

Как ни парадоксально, этого можно избежать, если сократить численность диванных избирателей наполовину или больше, для чего нам нужно предложить им влиться в широкий круг избирателей. Таким образом мы бы сломали систему, в которой блестящий эффект достигается путем агитации среди 10 % людей, державшихся в стороне от выборов, а не массовой разъяснительной работой среди колеблющихся избирателей. Решением проблемы могли бы стать прямые всеобщие выборы, но большинство сходится во мнении, что голосование на них должно быть добровольным.

Давайте начнем с регистрации избирателей. Будем регистрировать их в момент рождения, подобно тому как присваивается номер социального страхования. Создадим государственную базу данных, чтобы избиратели могли без труда менять регистрацию, переезжая из одного штата в другой. Покончим с устаревшей разнородной системой.

Далее, нужно облегчить сам процесс голосования, оставив его тайным. Возможно, для этого придется разработать что-то вроде онлайн-голосования, однако есть и другие варианты – например, использовать обширную сеть банкоматов, которые гарантируют безопасность транзакций. А на смену голосованию по вторникам должно прийти голосование в течение уик-энда. Вторничная модель давно утратила всякий смысл и не помогает делу. Однако важнее всего обеспечить тайну голосования: видеть, как человек голосует, не должен никто, иначе он может стать объектом шантажа или преследования.

Кроме того, надо отменить кокусы<sup>[8]</sup>: в XXI в. они выглядят анахронично, а из-за низкой явки предоставляют еще больше возможностей радикалам. Проведение праймериз должно происходить в порядке ротации штатов или даже лотерейного розыгрыша, чтобы прекратить игры вокруг Нью-Гэмпшира и Айовы. Надо продумать изменения этой системы в целом и изменить ее в географическом плане таким образом, чтобы единственный блок голосов не смог впредь служить пропуском на пост президента.

Лично я предпочитаю коллегии выборщиков прямым всеобщим выборам, поскольку ее наличие заставляет кандидатов занимать в целом



центристские позиции. Правда, нужно все же решить проблему диванных избирателей. Однако меня тревожит мысль о том, во что превратятся современные избирательные кампании с их многомиллиардными бюджетами, если появится возможность победить, вытаскив на избирательные участки все население штатов Нью-Йорк и Калифорния. Я убежден, что победа с минимальным перевесом закончится гражданской войной, поскольку потребуются пересчитывать голоса не в нескольких «колеблющихся штатах», а во всех без исключения избирательных округах страны. Идея прямых выборов мне импонирует, но с учетом нынешних реалий Америки и ее природной склонности к сутяжничеству я не уверен в ее осуществимости. Любые всенародные выборы должны проводиться в два тура для отсева кандидатов-двойников и псевдооппозиционеров. Возможен также интересный вариант, при котором вышедшие из гонки на первом туре отдают свои голоса в пользу кого-то из двух главных кандидатов.

Во время последних выборов все мы с интересом смотрели по телевизору, как одни кандидаты призывают к массовым депортациям, а другие – к разрушению экономической системы США. По мере развития страны наша демократия не модернизировалась, не пересматривалась и не использовала плоды научно-технического прогресса и инноваций, поэтому в наши дни проще вызвать такси через интернет, чем проголосовать на выборах. В результате в современной политике радикальные движения могут возобладать над мейнстримом, что чревато катастрофой, если не замечать тревожных сигналов и не принимать мер.

## **Раздел 6**

### **Работа и бизнес**

- 42. Любители самоизмерения*
- 43. На работу на велике*
- 44. Виртуальные предприниматели*
- 45. Микрокапиталисты*
- 46. Фейкстеры*
- 47. Работа в рамках*
- 48. Рабочие нового типа*
- 49. Новая жизнь Хэзел*
- 50. Миллионеры-десятикратники*

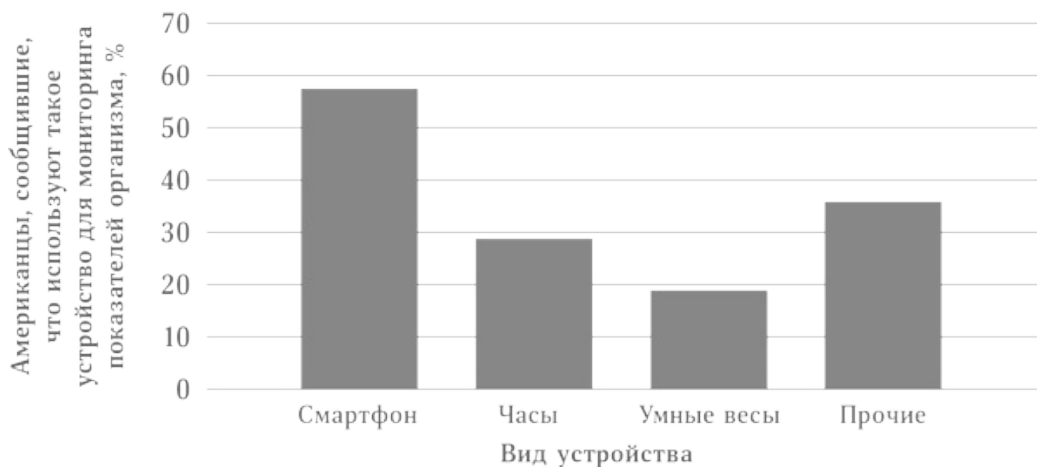
## 42. Любители самоизмерения

На смену взвешиванию пришло новое увлекательное занятие – становится все больше и больше тех, кто использует новейшие технологии для неусыпного надзора за своим организмом. В заметке для журнала *New Yorker* сатирик Дэвид Седарис рассказывал о своем помешательстве на фитнес-трекере Fitbit: «Первые несколько недель я, вернувшись домой и обнаружив, что сделал за день 12 000 шагов, снова выходил, чтобы сделать еще 3000». А зачем еще? «Потому что мой Fitbit считает, что я способен на большее».

Любители самоизмеряться помешаны на показателях примерно так же, как трейдеры с Уолл-стрит, только это показатели другого рода. Когда жизнь человека построена вокруг цифр, его настрой начинает полностью зависеть от полученных в тот или иной момент данных. Это может стать навязчивой идеей, и, как выясняется, в своем увлечении самонаблюдением Седарис отнюдь не одинок.

По данным недавнего совместного опроса Центра изучения американской политики (CAPS) Гарвардского университета и Harris Poll, охватывавшего репрезентативную выборку американцев, более 40 % людей отслеживают хотя бы один показатель своего физического состояния, например количество сделанных шагов или пульс. Это больше свойственно мужчинам, чем женщинам, и молодым, чем пожилым. Городские жители грешат такими наблюдениями намного чаще, чем сельские, которым это почти несвойственно. По данным опроса, 58 % из числа отслеживающих свои параметры делают это с помощью смартфона, 28 % радостно мониторящих себя респондентов используют для этого часы, 19 % – умные весы (с модулем Wi-Fi), а 35 % пользуются прочими устройствами. (Понятно, что часть респондентов используют несколько разных устройств.)

Рис. 42.1. Использование различных устройств для мониторинга показателей организма



Источник: Harvard-Harris Poll, сентябрь 2017 г.

Люди собирают данные не только о своем весе или количестве пройденных шагов, а практически обо всех аспектах повседневной жизни: физической форме, настроении, сне, денежных тратах, менструальном цикле, рационе питания, симптомах, лечебных процедурах, смене подгузников, доставке пиццы, перемещениях в пространстве, социальных связях, вредных привычках и т.д.

Возможности безграничны. Слишком много смотрите телевизор? Ведите учет. Беспокоитесь по поводу численности сперматозоидов? Отслеживайте ее. Думаете, как избежать травм в будущем? Или опухолей? И одно, и другое можно взять под контроль с помощью информации.

Но не попадаем ли мы в плен данных? Минус в том, что отслеживание данных о себе может вызывать привыкание. Кроме того, люди заходят в самонаблюдении слишком далеко. А результаты не всегда способствуют укреплению здоровья человека, как, например в случае учета количества шагов. Процесс может превратиться в бесполезную трату времени или навязчивость и даже приводить к крайне нездоровому поведению.

В недавней статье в журнале *Journal of Clinical Sleep Medicine* рассказывалось о новых научных исследованиях, показавших, что трекеры сна на самом деле вредят здоровью. Некоторые участники настолько заикливались на данных о количестве часов сна, что на этой почве у них развивалась бессонница. Более того, было установлено, что используемые датчики не в состоянии правильно оценить качество сна. В

целом носимые устройства скорее мешают спать – с ними больше шума, больше суеты и меньше покоя.

Редактор журнала *Wired* Гэри Вулф, который вместе со своим коллегой Кевином Келли ввел в оборот термин «исчисляемая личность» (ИЛ), отмечает склонность людей видеть только негативные стороны мониторинга собственных показателей. Выступая на конференции TED в 2010 г., он предлагал иную точку зрения: «Мы знаем, что цифры нужны, чтобы рекламировать, управлять, руководить, исследовать. Но они могут быть полезны нам и в размышлениях, и в учебе, и когда мы хотим что-то запомнить, и когда мы хотим стать лучше... Хотя люди по большей части относятся к этим инструментам как к своего рода окнам, их можно обратить и внутрь себя, и тогда они превратятся в зеркала самопознания, самоощущения, самосознания и самосовершенствования».

**Рис. 42.2. Демографическое распределение американцев, отслеживающих данные о состоянии своего здоровья (2017)**

Всего, в процентах от численности взрослого населения – 43%			
<b>Пол:</b>		<b>Этническая принадлежность:</b>	
Мужской	47%	Белые	44%
Женский	40%	Испаноязычные	39%
		Чернокожие	41%
		Азиаты	48%
		Прочие	44%
<b>Возраст:</b>		<b>Образование:</b>	
18–34	57%	Высшее	54%
35–49	46%	Среднее, неоконч. среднее	37%
50–64	34%		
65 и старше	35%		
<b>Место жительства:</b>		<b>Годовой доход:</b>	
Город	51%	От \$75 000	52%
Пригород	41%	Менее \$75 000	37%
Сельская местность	39%		

Источник: Harvard–Harris Poll, сентябрь 2017 г.

Соратники Вулфа согласны с этим: крупные конференции движения ИЛ собирают по несколько тысяч участников, а за пределами США сегодня насчитывается около сотни групп его приверженцев в 30 странах

мира. Среди обсуждаемых на конференциях тем – геолокация, секвенирование ДНК, анализ содержания химических веществ в организме, секвенирование личного генома, мониторинг поведения, мониторинг перемещений, неинвазивные диагностические методы и т.п. Участники обмениваются мнениями по поводу новейших технологий, которых появляется все больше и больше, и демонстрируют технические средства и видеоматериалы.

Разумеется, мудреные биометрические средства способны принести пользу человеку – с их помощью можно узнать много нового о своем апноэ или о количестве калорий в привычном рационе питания. Но самое удивительное в любителях самоизмерений то, с какой легкостью многие из них готовы делиться своими личными данными со всеми желающими – и это на фоне повсеместного беспокойства о личных данных пользователей, которые собирает бизнес. Сведения о своих болезнях и их лечении отправляются в сервисы вроде PatientsLikeMe или CureTogether; плейлисты и количество прослушиваний – в Spotify, а количество калорий в только что съеденном ужине становится известным несметному числу приложений. В сетях фитнес-центров Orangetheory Fitness и CrossFit результаты личных тренировок показывают на экранах по всем залам в качестве дополнительного стимула к еще более упорным занятиям. GPS-приложение Strava собирает информацию о ваших перемещениях и продает ее градостроителям, а Ototo занимается тем же для системы общественного транспорта.

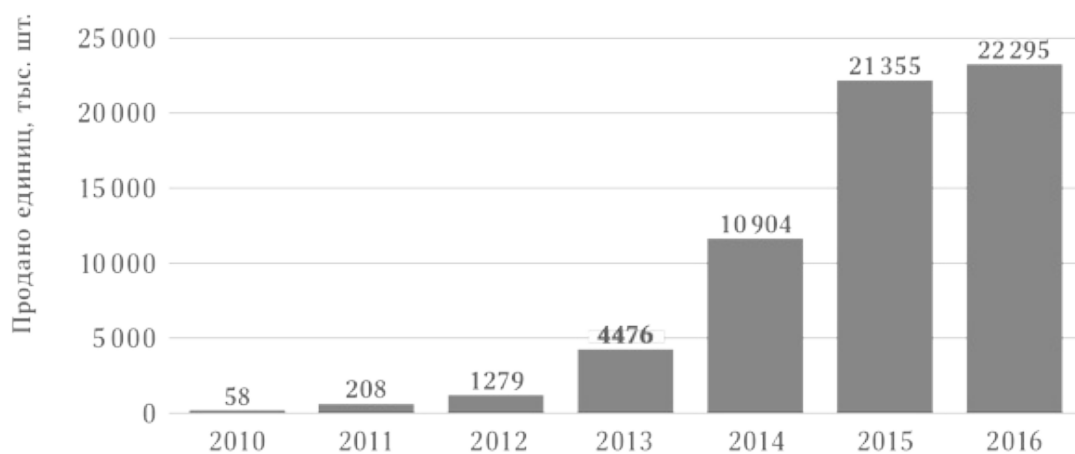
На фоне упорных стараний общества найти хрупкий баланс между неприкосновенностью частной жизни и публичностью люди продолжают сметать с полок магазинов всевозможные регистраторы, трекеры и устройства для распространения личных данных. Устройствами фирмы MyFitnessPal, только что приобретенной компанией Under Armour за \$475 млн, пользуются 165 млн человек. В 2014 г. приложение Lose It! заявляло о 17 млн пользователей. Не успела компания Samsung запатентовать встроенный датчик содержания жира в теле для смартфонов, как люди уже выстраиваются в очереди. У приложения – менструального трекера Clue 2,5 млн пользовательниц по всему миру.

Самые серьезные опасения, пожалуй, связаны с потенциалом больших данных. Установив один датчик стоимостью менее \$1, бизнес может накапливать огромный объем информации о своем потребителе. А поскольку это могут делать и другие организации, стоит немного умерить пыл и задуматься о том, что мы своими руками создаем среду, в которой за нами наблюдают постоянно. Региональные и федеральные власти

используют персональные данные в торговой статистике; лечебные учреждения собирают информацию о времени ожидания и результатах обследований; компании управляют товарными запасами, оценивают спрос и обрабатывают претензии потребителей. Почти у всех банков есть приложения, в той или иной степени отслеживающие клиентов, а компания PayScale располагает крупнейшей в мире базой данных об индивидуальных заработках. Не только крупные организации с огромными бюджетами, но и небольшие компании и общественные организации и даже семейные магазинчики могут собирать личную информацию о потребителях, чтобы лучше понимать их привычки.

Для некоторых отраслей это очень неплохо, особенно когда дело касается прогресса в медицине. Поговорите с людьми с хроническими тревожными расстройствами или большим позвоночником, ВИЧ, болезнью Паркинсона или эпилепсией. Системы, в которых используются личные данные, способны предупреждать и облегчать болезненные симптомы. В качестве примера можно привести стартап Asthmapolis из Мэдисона. Компания разработала устройство под названием SpiroScout, которое пристегивается к ингалятору для астматиков и с помощью данных GPS позволяет пациентам и врачам обследовать окружающую среду. На основе полученной информации ученые лучше понимают, каким образом растительность и специфические условия конкретной местности влияют на астматиков и людей с легочными заболеваниями.

Рис. 42.3. Мировые продажи устройств Fitbit, 2010–2016 гг.



Источник: Statista.com

В своей книге «Измерение себя» (The Quantified Self) Дебора Лаптон делит трекеры самоизмерений на пять категорий: личные, общественные, простимулированные, навязанные и используемые в чужих интересах. Она предупреждает, что даже в случае, когда наблюдение ведется из благих побуждений, скажем для поддержания хорошей физической формы или контроля над питанием, очень важны точность, непротиворечивость и надежность измерений.

Изучая тренды в области самонаблюдения, можно посмотреть на молодые поколения и представить, что нас ждет в будущем. По сообщению CNBC, «новые данные свидетельствуют, что американские подростки и молодежь проводят больше времени в социальных сетях, но вместе с тем меньше делятся информацией и раздражаются по поводу "френдов", которые ею "грузят"». Далее там же говорилось, что «из 812 опрошенных подростков и молодых людей примерно три четверти сказали, что проводят в социальных сетях больше или столько же времени, чем в прошлом году. Однако две трети сказали, что перестали делиться информацией в таких же, как раньше, количествах. Четыре пятых жаловались на переизбыток получаемой от сверстников информации». Тем не менее пока налицо целое движение информационных эксгибиционистов, которые, судя по всему, не собираются сбавлять обороты. Почему? Дженнифер Хёрст из Государственного университета Трумана считает, что «стремление к социальным связям и позитивные эмоции, получаемые некоторыми от этой среды, должны окупать время, силы и понесенные жертвы».

В Гарвардском университете экспериментируют с «банкой» персональных данных – устройством, собирающим всю информацию о человеке из приложений, которыми он пользуется. Возможность подключения к «банке» предоставляется предложившему самую высокую цену. Если человек страдает хроническим заболеванием или обожает шоколад, он вправе рассчитывать на интерес к своим данным со стороны ученых-медиков или производителей конфет и возможность монетизации своего увлечения самоизмерениями. Это один из способов превратить хобби в нечто материальное.

Возможно, некоторые болезни сделают излечимыми не люди в белых халатах, а поборники лайфлоггинга<sup>[9]</sup>, нащупывающие собственные пути к новым открытиям, методам лечения или даже новым обезболивающим. Их потенциал огромен, равно как огромны и риски для неприкосновенности частной жизни, но я надеюсь, что с превращением информации в главную и самую ценную валюту микротренд любителей самоизмерений будет нарастать и все больше людей будут хранить всю создаваемую ими



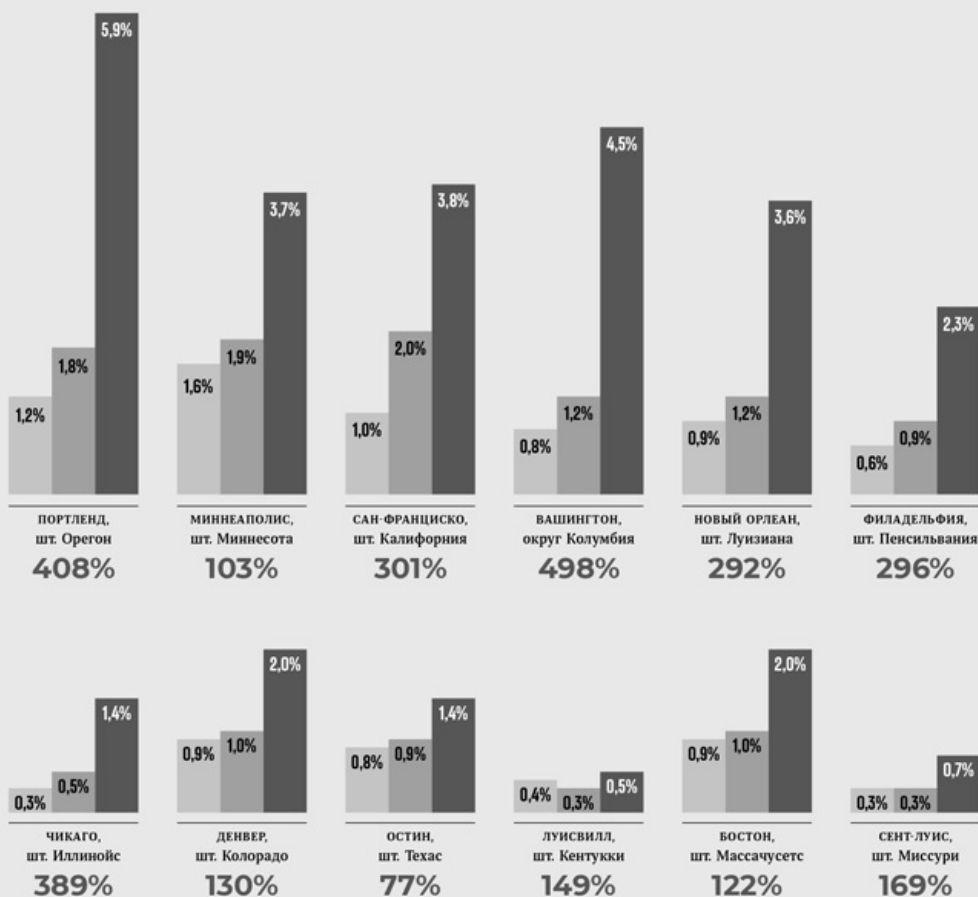
информацию, от рождения до смерти и даже после нее.

### **43. На работу на велике**

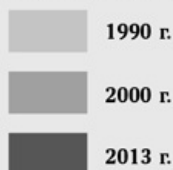
Движение по основным транспортным магистралям практически всех крупнейших городов было осложнено работами по устройству велосипедных дорожек – власти призывали граждан пересесть на велосипеды, чтобы беречь окружающую среду и бороться против глобального потепления. Откликнулись не все, но вид жителя пригорода в деловом костюме и шлеме, обгоняющего на велосипеде пробку, в которой вы застряли по дороге на работу, перестал быть чем-то необычным.

В том, что американцы стали отказываться от личного автомобиля в пользу общественного транспорта, прогулок пешком или велосипеда, сыграли роль Великая рецессия и колебания цен на горючее. По данным Федеральной дорожной администрации, в первом десятилетии нынешнего века американцы всех возрастных групп садились за руль реже, чем в предыдущих. Наиболее резкое падение числа поездок произошло среди самых молодых – тинейджеров и людей в возрасте от 16 до 30 лет. Это поколение настроено на альтернативные способы передвижения: иногда родители не могут купить автомобиль подросткам, иногда они сами предпочитают вскочить на велик или пройтись пешком. По сообщению журнала *New Republic*, «в 2011 г. доля имеющих водительские права американцев в возрасте от 16 до 24 лет упала до 67 %, что стало самым низким показателем почти за полвека».

**Рис. 43.1. Развитие регулярных поездок на работу из пригорода и обратно (маятниковых поездок) на велосипеде**



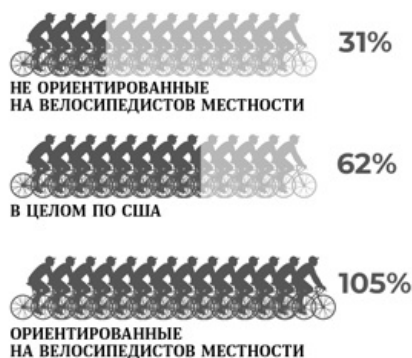
Доля использующих велосипед для регулярных поездок на работу из пригорода и обратно



000% Общий прирост за период 1990–2013 гг.

Источник: The League of American Bicyclists (www.bikeleague.com)

Развитие регулярных поездок на работу из пригорода и обратно на велосипеде, 2000–2013 гг.



В городах стало заметно больше людей, использующих велосипед для регулярных поездок на работу из пригорода и обратно, и резко возросла протяженность велодорожек, оборудованных вдоль автомобильных трасс. Например, всего за несколько лет их протяженность в Нью-Йорке увеличилась на 800 км. В Лос-Анджелесе оборудовали почти 1300 км велодорожек. Вместе с велодорожками появились и велопрокаты. Спонсором крупнейшего из них был Citibank, однако бизнес обанкротился, даже несмотря на привлеченные инвестиции в сумме \$50 млн.

Результатом всего этого оказалось то, что велосипед стали использовать для поездок на работу более чем на 400 % чаще в таких городах, как Вашингтон, Портленд и Орегон. Даже в таком центре деловой жизни, как Сан-Франциско, число приезжающих на работу на велосипеде возросло более чем втрое. Наряду с местами для обычных автомашин и электромобилей в гаражах часто можно встретить велосипедные стойки. Во многих городских многоквартирных домах стали вновь появляться помещения для хранения велосипедов.

Велосипед даже превратился в своего рода статусный атрибут. Подростки и молодежь давно уже занимались тюнингом своих автомобилей, а сейчас новым модным увлечением стало восстановление велосипедов классических моделей или кастомизация новых. Велосипеды предлагает ультрадорогой люксовый бренд Hermes – модель Flaneur обойдется в невероятные \$11 300. В Китае налицо ностальгия по велосипеду как главному средству передвижения. По сообщению Reuters, «движимые ностальгией богатые китайцы покупают себе велосипеды по ценам, эквивалентным трехлетнему заработку обычного китайца».

Если сосредоточить внимание на Вашингтоне и Нью-Йорке, становится понятным, что велосипед меняет инфраструктуру и дорожное движение. Тем не менее пользуются своими или прокатными велосипедами для поездок на работу все-таки в основном яппи. Даже в таком разнородном городе, как Вашингтон, 85 % пользующихся услугами велопроката Capital Bikeshare составляют белые, а примерно 50 % его клиентов – люди с доходом более \$100 000 в год. Это явно не ресторанные курьеры на великах. *The New York Times* задается вопросом, не являются ли велосипеды средством передвижения исключительно богатых туристов и белого населения Нью-Йорка и «насколько они вообще относятся к общественному транспорту».

Темпы роста высоки, но абсолютные цифры по-прежнему невелики. Даже по самым благоприятным оценкам энтузиастов, велосипедные

поездки составляют лишь 2–3 % от общего числа регулярных перемещений из пригородов на работу и обратно. В то же время миллиарды долларов тратятся на устройство велодорожек, часто занимающих 20–25 % дорожного полотна. Тоскуя в пробке и глядя на пустующие велодорожки, любой человек задается вопросом о целесообразности и разумности подобных расходов.

Несмотря на изобилие стартапов, стремящихся сделать пользование велосипедом еще удобнее и доступнее, говорить о том, что страна пересаживается на двухколесный транспорт, не приходится. По данным Лиги американских велосипедистов, в 2015 г. впервые, начиная с 2010 г., сократилось число людей, использующих велосипед для поездок на работу, даже несмотря на растущую популярность этого способа попадания в офис. По данным Streets.mn, в 2000 г. 43,1 млн американцев «ездили на велосипеде шесть или более дней», а к 2014 г. «их число упало до 35,6 млн». Несмотря на эти перепады, в городах вроде Вашингтона взят твердый курс на дальнейшее увеличение количества велодорожек. Пока неясно, насколько это сработает.

По большей части для развития велосипедного движения в США адаптируются программы, уже показавшие определенную эффективность в некоторых европейских странах. Например, в Германии велосипед используется в 80 % домохозяйств. В Японии таких домохозяйств 78 %, а в Таиланде – 74 %. Во многих густонаселенных городах Азии без велосипеда и правда не обойтись. Кроме того, обычным тайцам автомобили не по карману. В Соединенных Штатах велосипед есть только в 53 % домохозяйств. Любопытно, насколько различаются эти цифры по странам. Так, велосипед есть лишь в 5 % домохозяйств Иордании и у 7 % ливанских семей.

Огромные усилия по пересаживанию населения из автомобилей на велосипеды прилагают власти Великобритании. В 2016 г. мэр Лондона Садик Хан «обещал вложить в развитие и совершенствование велосипедной инфраструктуры и условий £770 млн в течение пяти лет». Городской совет Барселоны планирует потратить €32 млн на «утроение доступности городских велодорожек к 2018 г. Благодаря этому общая протяженность трасс для велосипедистов увеличится со 116 до 308 км». Но есть и негативный побочный эффект: подобные шаги усугубили пробки в Лондоне, где поездка по городу обычно занимает час или более.

В Китае, где принято ездить на работу на велосипеде, города наводнены конкурирующими между собой компаниями велопроката. Так, сообщается о 20 млн заказов, ежемесячно проходящих через систему

китайского интернет-оператора велопроката Mobike. В то же время одну из китайских велопрокатных компаний постигло банкротство – 90 % ее велосипедов похитили. В целом же для отношений Китая с велосипедом характерна изменчивость. Журнал *Fast Company* сообщал, что в 1992 г. велосипед имелся у 97 % китайцев, «к 2007 г. эта цифра упала до 49 %, но всего лишь через два года, в 2009-м, снова выросла до 63 %».

Конечно, езда на велосипеде в целом полезна людям без инвалидности. Как сообщает Reuters, вложения в велодорожки, в частности в Нью-Йорке, улучшают здоровье населения. «По последним экономическим оценкам, каждые \$1300, инвестированные городскими властями Нью-Йорка в строительство велодорожек, эквивалентны прибавке одного года полноценной жизни для всех жителей города». В одном из британских медицинских журналов писалось о серьезном благотворном и медицинском эффекте, который в пятилетнем периоде оказывают пешие прогулки и езда на велосипеде по сравнению с использованием пассивных средств передвижения. «Риск смерти от любых причин среди использующих велосипед для поездок на работу и обратно был на 41 % ниже, чем у пользующихся автомобилем или общественным транспортом. Риск развития сердечно-сосудистого заболевания и смерти от него был среди них ниже на 46 % и 52 % соответственно, а риск развития онкологического заболевания и смерти от него – на 45 % и 40 % соответственно».

**Рис. 43.2. Наличие велосипедов в разных странах мира**



Источник: Pew Research Center

В модные велодорожки были, несомненно, вложены огромные суммы из федерального бюджета. Лично я с пессимизмом смотрю на будущее этого тренда. Такими возможностями пользуются в основном обеспеченные люди из хороших районов, которые любят заниматься спортом, а их число, очевидно, ограничено. Население стареет, и, хотя молодых велосипедистов будет становиться больше, самая быстрорастущая демографическая группа – это люди в возрасте за 90. В то же время городской велопрокат – в виде uberPOOL или аналогичных услуг Lyft – представляется более эффективным, недорогим и значительно более безопасным внутригородским транспортным решением. Кроме того, финансирование инфраструктуры для велосипедистов может оттянуть средства, критически необходимые для дополнительных инвестиций в модернизацию устаревающих систем общественного транспорта.

Бизнес будет по-прежнему обслуживать растущий спрос на велосипедном рынке и преуспевать, обеспечивая его устойчивыми к поломкам моделями с трекерами на случай кражи. Рынок продолжит расти,

хотя и не столь же быстрыми темпами, как в последние годы. Велопрокаты, судя по всему, приживаются, но только при наличии спонсора, рассматривающего их как хороший рекламоноситель, поскольку велосипеды подвержены поломкам и кражам. Но если в ближайшем будущем велосипеду предстоит конкуренция с беспилотным Uber, в ней с большей вероятностью победит последний.

## 44. Виртуальные предприниматели

Облачные технологии стали важнейшим достижением научно-технического прогресса, взятым на вооружение мелким и семейным американским бизнесом с момента появления ПК. Крупные американские компании переезжают в облако в рекордных количествах, но именно небольшие компании получают огромные выгоды от использования этих технологий – разумеется, если руководство достаточно продвинуто, чтобы их применять. Количество новых предприятий малого бизнеса в США падает, несмотря на то что открыть собственное дело стало как никогда просто и как никогда выгодно. Многих американцев по-прежнему удерживают от этого предполагаемые сложности и препятствия.

Десять лет назад, чтобы открыть бизнес, приходилось заполнять бесчисленное количество бумаг, связанных с медицинским обслуживанием, заработной платой, арендой и страхованием. А еще следовало нанять человека, который зарегистрирует вашу компанию в штате Делавэр и будет сдавать всю необходимую отчетность. Надо было покупать компьютеры, программное обеспечение... всего не перечислить. К концу этого многотрудного процесса человек практически неизбежно превращался в сторонника Республиканской партии, мечтающего расправиться с бюрократией и отменить все правительственные регламенты. И при этом еще нужно было купить сервер для хранения всей документации, нанять человека для резервного копирования жестких дисков и установить систему безопасности.

Сегодня малый бизнес создается и начинает работать в течение одного дня, а персонал или даже сервер для этого не нужны. Чтобы открыть бизнес, нужно официально зарегистрироваться в государственных органах онлайн, завести данные о сотрудниках в облачное хранилище и инкассировать чеки в банк. Все, что когда-то отнимало безумное количество времени, – формальности, работа с персоналом, медицинское страхование, претензионная работа, ИТ-поддержка, – делается непосредственно на рабочем месте и без посторонней помощи. Путаные и нудные аспекты ведения малого бизнеса можно передать людям из виртуальных провайдеров вроде Zenefits, с которыми даже разговаривать по телефону не нужно, а встречаться лично – и подавно. Выдача номеров мобильных телефонов займет пару дней, а для корпоративных кредитных карт уже предусмотрено информирование о списаниях. В интернете вы легко найдете стандартные должностные инструкции и контракты найма



для сотрудников (если таковые вообще будут), и все – можно начинать.

В возрасте 13 лет я начал свой первый бизнес – продажу коллекционных марок и монет по почте. Лучшим местом для рекламы тогда был раздел платных объявлений *The New York Times*. Для подростка хождение по аукционам и торговля по почте были источником и заработка, и удовольствия. В те времена все делалось своими руками. Я лично занимался всем – посещал филателистические аукционы, ходил на почту отправлять письма и получал денежные переводы в банке.

Сегодня я мог бы делать все это не вставая из-за письменного стола. Если бы я занимался предметами коллекционирования, то, зарегистрировавшись на eBay, участвовал бы в онлайн-аукционах, создавал лоты для продажи онлайн и получал подтверждения об оплате на электронную почту. Если бы рынок филателии и нумизматики оставался тем же, что и в мои 13 лет, конкурентов у меня оказалось бы море. В те времена конкурентная среда была не столь обширной.

Но то, что сегодня рынок открыт для любого человека с предпринимательской жилкой, только радует. Бизнес может начать каждый, достаточно идеи и компьютера. Входные барьеры уже не выглядят столь пугающе, а шансы на успех при наличии хорошей идеи стали выше. Представим себе, что вы хотите начать некий бизнес: продавать соседям футболки с названием улицы, на которой они живут. Ваш внутренний предпринимательский зуд победил, и к вашим услугам множество сервисов, которые могут воплотить вашу идею. Все необходимые формальности совершаются онлайн. Затем нужно поискать в интернете компанию, которая изготовит товар, – например, крупная фабрика футболок OvernightTs.com выполнит ваш заказ и предоставит объемную скидку. Предположим, вы вложились в 50 футболок на каждый из пяти кварталов района. Их привезут на следующий день, и их нужно будет продать. Можно обойти дома, или просто разместить целевую рекламу в Facebook, или настроить рассылку по перечню местных электронных адресов. Можно заказать автообзвон соседей с «уникальным предложением» купить футболку с названием своей улицы.

Интернет предоставляет амбициозным молодым (или не очень) американцам возможность работать на себя и воплощать идеи, ранее считавшиеся неосуществимыми. Для виртуального предпринимательства не обязательно даже наличие материального продукта: можно создать интернет-продукт, например блог или сайт о путешествиях, и продвигать его в социальных сетях. Главную роль в таком бизнесе даже не обязательно должен играть человек. Достаточно посмотреть на миллионы, которые

зарабатывают в Instagram и на прочих подобных платформах домашние любимцы знаменитостей и «лидеры мнений» из мира животных. Просто снимите на видео забавные штучки, которые вытворяет ваш питомец (немного помогая ему в этом), и приступайте к сбору подписчиков. Одна моя знакомая пара сделала из своего пса лидера мнений в области собачьей еды, собрав 250 000 подписчиков в Instagram. Они берут по \$3000 за рекламное объявление или спонсорство. Скоро их собака будет зарабатывать больше, чем они оба, вместе взятые, на своих предыдущих работах.

Уже сейчас примерно 10 % всех розничных продаж приходится на интернет. Туда же перемещается и реклама, и виртуальные витрины превращаются в место столь же оживленной конкуренции, как когда-то обычные. В наши дни признаком успеха для онлайн-магазина считается открытие физических торговых точек – но это возможно лишь после достижения внушительных объемов продаж и высокого уровня узнаваемости в интернете. Например, Warby Parker или Casper: оба этих бренда были настолько успешными в интернете, что их руководство решило попытаться счастья в офлайне. Раньше наличие интернет-магазина у успешного бутика считалось нетипичным способом заработать на более массовой аудитории. Теперь все наоборот. Теперь интернет-магазины есть даже у самых дорогих бутиков, торгующих уникальной дизайнерской продукцией, вроде нью-йоркского FiveStory, парижского Collette или майамского The Webster.

Виртуальные предприниматели врываются также и в торговлю продуктами и ресторанный бизнес. Если UberEATS и Grubhub предоставляют возможность питаться ресторанной едой не выходя из дома, то новая бизнес-модель угрожает существованию ресторанного бизнеса как такового. Это называется «виртуальный ресторан», и для его успеха не требуются обычные в отрасли значительные расходы на открытие бизнеса. В таких «ресторанах» нет ни официантов, ни метрдотелей: они состоят из кухни, на которой вкусно готовят, и сайта или приложения, через которые можно сделать заказ.

Виртуальные торговые площадки особенно эффективны для товаров кустарного производства. В прошлом талант ювелира позволял человеку или делать украшения для своих родственников и друзей, или заниматься этим в качестве хобби, или получить работу в ювелирном магазине. Сейчас, если его продукция заинтересует покупателей, он может построить целую империю. Один из примеров – Алисия Шаффер, ставшая одним из самых успешных продавцов онлайн-платформы Etsy. Она начинала с

мелкой торговли ободками, а сейчас ежемесячно продает шарфов, ободков и гетр на \$80 000. Она занимается этим из дому, ежедневно отгружая 3000 наименований товаров. Сколько составили ее стартовые издержки? Практически ноль.

Взлет виртуального предпринимательства имеет особое значение для женщин. Американки тратят огромные суммы, и женщины-предпринимательницы лучше понимают, как привлечь их внимание. Виртуальный бизнес позволяет индивидуальным предпринимательницам работать по собственному графику, полагаясь на облачные сервисы в части оформления документов. В недавнем исследовании Гарвардского университета утверждается, что «гендерный разрыв в оплате труда значительно сократится и может даже исчезнуть, если фирмы не будут заинтересованы в диспропорциональном поощрении работающих сверхурочно». Гибкость – один из залогов успеха американок в бизнесе.

Гибкость виртуального предпринимателя или его сотрудника означает и большую удовлетворенность работой. Кроме того, можно нанимать работников получше – кто не захочет работать из дому в пижаме? Журнал *Forbes* приводит данные исследования, в котором удовлетворенность работников оценивалась по десятибалльной шкале. Отвечая на вопрос «Насколько вы удовлетворены своей работой?», люди, работающие удаленно, ставили более высокий балл, чем респонденты в среднем, – 8,10 по сравнению с 7,42.

Американцы, в первую очередь миллениалы, будут тратить огромные суммы на покупки в продвинутых интернет-магазинах. Назовем лишь несколько компаний, бурно развивающихся на волне роста онлайн-торговли и маркетинга, адресованного молодым технически подкованным американцам, – Warby Parker, Dollar Shave Club, Casper, Bonobos. Созданные командой Warby Parker компании Dollar Shave Club и Harry's сыграли на желании миллениалов-мужчин (и женщин) упростить покупку бритвенных принадлежностей. По состоянию на 2014 г. Harry's оценивалась в \$350 млн, а Dollar Shave Club была куплена концерном Unilever за \$1 млрд. Обе компании приобрели миллионы заказчиков благодаря отличной работе с аудиторией в социальных сетях. Примерно так же выступил на своем рынке ориентированный на миллениалов бренд очковой оптики Warby Parker. Выбор очков – не самое интересное занятие, и этот онлайн-стартап, который сейчас оценивается более чем в \$1 млрд, сделал акцент на оправе как части костюма и образа и ее доставке прямо на дом. Спустя несколько лет после своего дебюта в качестве интернет-магазина Warby Parker открыл торговые точки по всей территории США.

Целевой аудиторией этих виртуальных бизнесов являются миллениалы-мужчины. Ярким примером может служить марка одежды Bonobos, которая двигалась в обратном направлении – начав с онлайн-торговли, перешла к открытию традиционных магазинов. Ее девиз? «Мы, как и большинство парней, не любим ходить по магазинам. Поэтому мы решили создать лучший в мире интернет-магазин и во всем опираемся на мнение покупателей. Сегодня мы – самая крупная американская марка одежды из всех, когда-либо запускавшихся в интернете».

Реклама таких интернет-компаний появляется не только на хорошо утопанных цифровых площадках вроде Facebook и прочих социальных сетей, но и, казалось бы, в скучнейшем из мест – подкастах. Аудиоконтент потребляют продвинутые американцы, и реклама в наиболее популярных у массовой аудитории подкастах считается очень важной. Рекламные паузы стоят недорого (несколько сотен долларов), а охват огромен. Компании MailChimp, которая занимается рассылкой по электронной почте, повезло с вирусным детективным подкастом Serial – они попытались счастья, посчитав его аудиторию достаточно подкованной и широкой, и мгновенно стали сенсационно популярными. Реклама в подкастах помогла и росту интернет-магазина матрасов Casper – благодаря ей компания смогла в первый же месяц существования довести свой оборот до \$1 млн.

Можно зарабатывать и на перепродаже вещей, купленных обычным способом. Именно так поступила создательница широко популярного интернет-магазина Nasty Gal София Аморузо (она же Girlboss): ее бизнес начинался с перепродажи купленной в магазинах одежды на eBay. Недавно популярный подкаст Planet Money посвятил таким перекупщикам, особенно тем, кто присутствует на Amazon, целый выпуск. Один из них, Сэм Коэн, «покупает вещи в больших сетевых магазинах и сразу же прибыльно перепродает их на Amazon. Это полностью противоречит экономической логике». То, что таким образом можно зарабатывать миллионы, подтверждается все новыми и новыми примерами. Головокружительные цены на учебники заставляют учащихся торговать ими онлайн, зарабатывая на разнице в ценах между разными электронными площадками.

Создание виртуального бизнеса – микротренд, позволяющий продвинутым американцам процветать в эпоху автоматизации и глобализации и зарабатывать на оплату квартиры без особых издержек и необходимости ходить на работу. Прорывные идеи для этого не обязательны, достаточно просто удачных. Чтобы стать виртуальным предпринимателем, понадобится элементарная техническая грамотность,

чтобы открыть счета онлайн, некоторые маркетинговые навыки и небольшой стартовый капитал.

Стать виртуальным предпринимателем можете и вы – независимо от возраста. Не стоит рассчитывать на успех с первой же попытки; чтобы понять, что именно сработает, иногда приходится перепробовать четыре-пять идей, исчерпать все лимиты по кредитным картам и немного поволноваться. Но еще несколько лет назад подобной возможности молниеносного провала (или успеха) вообще не существовало. Даже если вы и не станете новым Биллом Гейтсом или Сарой Блейкли<sup>[10]</sup>, достаточно удачной идеи и некоторой настойчивости, чтобы зарабатывать на вполне приличную жизнь или иметь дополнительный источник доходов. Глобализация и технологии – ваши друзья, а не враги. В политическом плане Америка должна сделать все возможное, чтобы расчистить путь таким новым виртуальным предпринимателям, которые создают множество рабочих мест с гибким графиком.

## 45. Микрокапиталисты

Сегодня начать собственный бизнес может почти любой американец – например, продавая старье или новые поделки на eBay. Для этого понадобится потратить немного времени и денег, но, если дело пойдет, можно и правда достичь успеха собственными силами. Все чаще этим пользуются жители развивающихся стран, хотя общая ситуация там выглядит иначе, а риски выше. Там, где платят мало, а хорошая работа – редкость, можно радикально изменить собственную жизнь, жизнь своих близких и своей общины, если удачно воспользоваться базовыми принципами капитализма. Если есть с чем начать.

И тут появляются микрокапиталисты – те, кто выдает небольшие кредиты начинающим предпринимателям по всему миру. Это набирающее силу явление с удивительной бизнес-моделью и не менее удивительной прибыльностью.

В том, что серьезный шаг в этом направлении сделал инвестиционный банк Goldman Sachs, нет ничего удивительного, удивляет другое – то, что финансовая компания, в которой доминируют мужчины, ставит в центр внимания женщин. Об инициативе под названием «10 000 женщин» Goldman Sachs объявил в 2008 г. В рамках программы, на которую банк изначально выделил \$100 млн, самые обездоленные женщины из 56 стран мира получали средства, обучение, наставническую помощь и связи для создания бизнеса в своей местности. Программа была революционной – до этого инвесторы и институты никогда не обращали внимания на женщин-предпринимательниц в мелком и среднем бизнесе беднейших стран мира.

Когда Goldman Sachs объявил о своей программе «10 000 женщин», Мухаммад Юнус из бангладешского банка Grameen уже развивал аналогичную идею – кредитование своих беднейших сограждан, в основном женщин. Кое-кто назовет это «финансовой инклюзивностью», но большинству из нас этот бизнес известен как микрофинансирование. Он моментально набрал обороты. Сегодня клиентами микрофинансовых организаций являются 200 млн человек по всему миру, и 80 % из них – женщины. В 2006 г. за свои усилия в деле микрокредитования Юнус был удостоен Нобелевской премии мира. А в 2014 г. Goldman Sachs в партнерстве со Всемирным банком объявил о выделении \$600 млн на то, чтобы предоставить стартовый капитал и доступ к ресурсам для 100 000 женщин из всех стран мира (с тех пор это число постоянно растет).

Женщины оказались в центре внимания не только потому, что им

бывает особенно трудно попросить и получить деньги, но еще и потому, что, по оценке Международной финансовой корпорации, дефицит финансирования бизнесов, принадлежащих женщинам из развивающихся стран, составляет почти \$300 млрд. В США предприимчивая женщина, обратившаяся в банк за кредитом на открытие франшизы, скажем, Lululemon, – обычное явление; конкуренция среди банков высока, а кредит, как правило, выдается быстро и без проблем. Но в развивающихся странах, где трудно найти постоянную работу, денег мало, кредитные истории практически не существуют, а активов, которые можно принять в качестве залога, не хватает, банки почти не занимаются кредитованием начинающих предпринимателей. По крайней мере, так было раньше.

Сейчас деятельностью микрофинансовых организаций охвачено более ста стран и их преимуществами пользуются миллионы бедняков. Один только Grameen Bank предоставил жителям индийских деревень – по большей части женщинам – кредитов на сумму \$2 млрд со средней суммой займа меньше \$100. Позитивно или негативно сказался на этом процессе расчет на женское население? Мухаммад Юнус объяснял в интервью *Los Angeles Times*: «По нашему опыту в Бангладеш, деньги, приходящие в семью через женщин, приносят куда больше пользы, чем те, которые поступают через мужчин. Женщины хотят копить на будущее, у них более долгосрочное видение. В отличие от мужчин, которые пытаются сразу же вознаградить себя и получить максимум удовольствия от жизни, женщины учитывают потребности семьи и необходимость улучшить условия жизни детей. То же мы наблюдали и в других странах, где появлялось микрокредитование».

О положительных результатах сообщал и Goldman Sachs. Выпускницы их программы увеличивали свои доходы в среднем на 480 %.

У этих микрокапиталистов есть чему поучиться, и не только в узком смысле работы с кредитами. В целом микрофинансирование позволяет узнать много нового об успехах и неудачах кредитования, заработках, долгах и потерянных деньгах в бедных странах вне зависимости от наличия в них инфраструктуры для поддержки предпринимательства.

На родине микрофинансирования в Бангладеш большинство женщин начинают с небольшого займа на покупку коровы, чтобы торговать молоком, или на покупку материи для шитья сари на продажу. Затем они объединяют свои средства в более крупных проектах – скажем, для покупки стада буйволов или для запуска пекарни. Сейчас, спустя годы, микрофинансирование женщин выросло в народные движения и самофинансируемые организации, которые ликвидируют бедность не

только среди своих членов, но и в целых общинах, наряду с этим расширяя возможности для будущих поколений женщин. Вот, например, Мамата из индийского Хайдарабада: в 2006 г. она создала очень востребованный в ее общине бизнес – компанию по очистке емкостей для воды. Сначала ее клиентская база состояла из 200 местных жителей, а сейчас выросла до 4000 по всему региону. У нее постоянный штат из 15 человек и десятки внештатных работников. Ожидается, что в ближайшие годы ее бизнес вырастет еще на 30 %.

Большую пользу от этой разновидности финансовых услуг получает Латинская Америка, где существуют хорошо зарекомендовавшие себя программы микрофинансирования. Они играют заметную роль в общем экономическом ландшафте развивающихся стран региона. Исследование «Конъюнктура микрофинансирования» журнала *The Economist* показало, что восемь из десяти стран с лучшим состоянием этого рынка – латиноамериканские. Самый большой портфель микрокредитов у Республики Перу – \$12,3 млрд, за ней следует Эквадор с \$1,7 млрд и Колумбия с \$1,4 млрд. Самым большим рынком региона является Мексика – в ней 2,3 млн заемщиков.

Микрофинансирование меняет жизни людей не только в Индии и Латинской Америке, но и во всем мире. В беднейших областях Уганды, Танзании и Кении сельские жительницы пользуются микрокредитами, чтобы помочь сиротам – детям умерших от СПИДа родителей, организовать мелкий бизнес, оплатить школьное образование и услуги здравоохранения. Заемщики помогают и своим общинам, предоставляя деньги на наем разнорабочих для ремонта.

В Пакистане, где доходы двух третей населения не превышают \$2 в день, а древние города разрушены войнами и террористами, женщины открывают магазины, выдвигают инициативы по восстановлению инфраструктуры и жилья и делают все, чтобы их дети получили школьное образование.

Возглавляющая инвестиционный банк Рошане Зафар с 1995 г. борется с бедностью в родном Лахоре и его окрестностях с помощью микрофинансирования. Она предоставила микрокредиты на сумму более \$200 млн 300 000 женщин. Главное достижение, о котором доложили Зафар, – «Мы выяснили, что 40 % опрошенных мужчин сказали: "Мы перестали бить жен". Это результат выдачи займов, потому что ссоры в основном происходят на почве денег, их нехватки». Целых 80 % мужчин сказали, что теперь советуются с женами не только по финансовым, но и по любым другим вопросам.



Даже в США, где, по данным Grameen America, банковские услуги недоступны 28 млн человек, а у половины населения нет сберегательных счетов, женщины, в основном черные и испаноязычные, находят для себя новые возможности с помощью микрофинансирования.

В общем-то самый большой эффект от микрофинансирования общин проявился в области образования. Создатель Grameen Мухаммад Юнус поясняет: «В Бангладеш мы выдавали кредиты безграмотным женщинам. Их мужья тоже были безграмотны. Мы хотели позаботиться о том, чтобы безграмотными не остались их дети. И мы достигли цели – в семьях, получивших займы от Grameen, стопроцентная грамотность. Мы предоставляем им образовательные кредиты на обучение в университетах, колледжах, на медицинских факультетах. Следующее поколение этих семей получает высшее образование. Это было заложено в нашу систему».

К сожалению, многочисленные истории успеха соседствуют с не менее многочисленными историями заемщиков, безнадежно увязавших в долгах. Так, африканские страны не выглядят столь же привлекательными с точки зрения вложения капиталов, как латиноамериканские, из-за присущих им политических и инфраструктурных рисков. Для успешного функционирования микрофинансовой модели важно не столько наличие заемщиков, стремящихся открыть собственное дело, сколько общее макроэкономическое благополучие страны. В слабых экономиках меньше заемщиков, способных рассчитываться по кредитам, меньше возможностей для их обучения, и в конечном итоге многие из них залезают в долги, из которых не способны выбраться. С этим явлением призваны бороться программы безвозмездной финансовой помощи, но предоставляющие ее организации часто руководствуются сиюминутными соображениями. В отличие от государственных или региональных программ прямое финансирование порождает у многих микрокапиталистов региона ощущение неопределенности, и в большинстве случаев бизнесы терпят крах.

По итогам двух десятилетий своего существования объем рынка микрофинансирования оценивается сегодня в \$70–100 млрд. В отчете некоммерческой организации Microcredit Summit Campaign за 2015 г. сообщалось, что по состоянию на конец 2013 г. «микрофинансовые организации отчитались о 211 119 547 заемщиках, что является наивысшим показателем за весь период существования отчетности. В то же время число беднейших клиентов с непогашенными кредитами снижалось на протяжении последних трех лет и достигло 114 311 586. Женщины составляют 82,6 % этих беднейших клиентов, или 94 388 701 человек».

Результаты исследований показывают, что в развивающихся странах люди управляют своими домохозяйствами значительно более сложными способами, чем представляли себе экономисты. Рассматривая доходы и расходы в целом, ученые не обращали внимания на каждодневные трудности бедняков. В книге «Портфолио бедных» (Portfolios of the Poor) ученый Джонатан Мордач объясняет, что при доходах на уровне \$1–2 в день деньги на самом деле поступают не ежедневно, а порой раз в несколько недель. Поэтому в семьях не задумываются о будущем и тратят деньги на то, что необходимо в данный момент.

В тех развивающихся странах, где микрофинансирование существует и управляется надлежащим образом, а бизнес и массовые организации совместно оказывают прямую помощь обществу, резко снижается количество бедных и повышается качество жизни.

Тем не менее, как указывает независимый экономист Кэтлинн Оделл, микрофинансирование не палочка-выручалочка: «Влияние на доходы и уровень бедности клиентов микрофинансовых организаций в целом остается не вполне понятным, равно как и влияние микрофинансирования на такие показатели общественного благополучия, как образование, здравоохранение и права и возможности женщин».

Есть еще одно дополнительное преимущество микрофинансирования – оно привносит идеи Адама Смита в сообщества, где прежде мало задумывались об экономическом благе или убытке. Разумеется, потерпевшие неудачу микрокапиталисты будут относиться к этим идеям с еще меньшим энтузиазмом, но успешные случаи будут служить подтверждением того, что капитализм полезен не только большим компаниям, но и обычным людям. В США с их проблемами бюрократических барьеров и налогообложения создание малого бизнеса часто приводит людей в ряды Республиканской партии. Неизвестно, как сказывается превращение в микрокапиталистов на политических взглядах жителей развивающихся стран, но любому владельцу бизнеса вне зависимости от страны требуется экономическая, если не политическая, свобода.

Возможно, микрофинансирование и не панацея от глобальной бедности, но оно с нами надолго. В неудачных случаях людям обычно не становится хуже, чем было, а в удачных оно способствует радикальным переменам в жизни. Реалити-шоу про получателей микрокредитов еще не придумали, но, возможно, яркое телевизионное зрелище помогло бы людям обратить внимание на этот способ выбраться из бедности. В отличие от подачек подобные идеи учат людей зарабатывать на жизнь и

поэтому часто оказываются столь эффективны.

## 46. Фейкстеры

Весь мир заговорил о фейковых новостях после президентских выборов 2016 г., но все же они были лишь одним из поводов привлечь внимание прессы к целому миру фальсификаций и обмана, развивавшемуся на протяжении последних десяти лет. Образовалась новая разновидность жуликов, способных залезть к вам в карман с расстояния 2000 миль. На свет появились интернет-фейкстеры.

Большинство интернет-фейкстеров представляют собой новый тип преступника, даже отдаленно не похожий на великого грабителя банков Вилли Саттона или прославленных гангстеров. Даже самым хитроумным жуликам прошлого, таким как Чарльз Понци или Берни Мэдофф, нужно было лично предстать перед потенциальной жертвой обмана и посмотреть ей в глаза. Наряду с невероятной пользой, которую принес обществу интернет, он также сделал возможным появление и процветание этого нового подвида преступников.

Появление хакеров было обусловлено в основном чисто спортивным интересом. Термин «хак» («взлом») ввели в оборот студенты МТИ в 1960-х для обозначения «человека, получающего удовольствие от приобретения детального представления о внутреннем устройстве систем, компьютеров и особенно компьютерных сетей». Это были гениальные нерды, отшельники с кучей свободного времени. О них снимали фильмы и слагали легенды.

Сара Гордон, старший научный сотрудник Symantec Research Labs уже много лет изучает ментальность и мотивацию хакеров и создателей компьютерных вирусов. Она объясняет, что сегодняшние хакеры представляют собой пестрое сборище. Немалое их число соответствует стереотипному образу помешанного на компьютерах подростка, но, по мере того как меняется интернет, хакеры становятся уже не так похожи друг на друга образом мысли, навыками, возрастом или местом проживания. И это не обязательно люди с глубокими знаниями в области компьютерных систем. На самом деле для большинства хакеров источником методов и приемов служит как раз интернет.

На самом базовом уровне заработок в интернете стал простым делом после того, как интернет-платформы начали платить практически любому, кто способен обеспечивать клики. Как писалось выше, это открыло замечательные карьерные возможности для части трудолюбивых и творческих людей. Но наряду с этим открылись возможности и для темной

стороны интернета. Достаточно вбросить несколько громких фальшивых новостей с какой-нибудь картинкой, и, если кликов будет много, реклама и деньги за нее не заставят себя ждать. Запустите «Клинтон укусила собаку» или «Трампа писает на папу римского», и – бац! – на такие дивные заголовки посыплется клики. Придумайте еще с сотню таких же, и самая примитивная афера в истории начнет приносить плоды.

Фейкстеру лучше всего находиться там, где полиция или ФБР вряд ли вломится к нему, чтобы арестовать. Найти такое место в США трудно, а в Китае невозможно (если только вам не помогает государство). Тем не менее есть много стран, где фейкстерам раздолье, – к примеру, Украина, отдельные регионы Африки и Филиппины. По данным провайдера облачных технологий Akamai, наибольшее количество кибератак фиксируется в Индонезии – 38 % мировых случаев, следом идет Китай. Лишь 1,7 % кибератак происходит в России – это значительно меньше, чем в США, Тайване, Турции и Индии.

Один из американских распространителей фейковых новостей – компания DisinfoMedia, которую возглавляет Джестин Колер. В интервью для радио NPR Колер сказал, что ведет множество сайтов фальшивых новостей (называть точную цифру он не стал), которые сочиняют 20–25 человек. «Колер – тихий сорокалетний отец двоих детей. По его словам, он занялся производством фейковых новостей примерно в 2013 г., чтобы привлечь внимание к экстремизму белых ультраправых националистов».

«В самом начале идея заключалась в том, чтобы сделать сайт, который как бы внедрится в замкнутый мирок ультраправых, будет публиковать явно вымышленные истории, а потом публично отречься от них как от выдумок», – говорит Колер. Одна из выдуманных им историй – про жителей Колорадо, покупающих марихуану на продовольственные карточки для малоимущих, – стала предметом рассмотрения в Законодательном собрании штата. Законодатели предлагали меры против того, чего на самом деле никогда не было.

Реакция на интервью не смутила Колера, и он продолжает публиковать свои выдумки. Репортажи на основе фейковых новостей приносят ему от \$10 000 до \$30 000 в месяц. А если целевой аудиторией Колера становятся сторонники Трампа, он зарабатывает гораздо больше. Как и в других видах мошенничества, деньги достаются фейкстерам без особого труда; сами они могут оставаться в тени, а самое лучшее, если и личности их жертв тоже останутся тайной.

В прошлом профессиональный мошенник и был профессиональным мошенником. Сегодня мошенником может оказаться парень, у которого вы

только что покупали страховку. В своей статье 2015 г. «Исследование психологии хакеров» Мартин Маккей пишет: «Попав на конференцию DEF CON в Лас-Вегасе или на Chaos Computer Club в Европе, вы обнаружите сотни хакеров-одиночек – татуированных и в темных худи. Но на одного такого персонажа, устраивающего шоу, приходится десятки, если не сотни человек, которые занимаются взломом систем ради удовольствия и денег. Многие из них – благополучные бизнесмены, которые каждый день ходят на работу в костюме и ничем не отличаются от всех остальных. Для некоторых из них компьютерные преступления – такая же повседневная работа, как обеспечение безопасности компьютерных систем».

---

### Рис. 46.1. Основные виды мошенничества в интернете в 2017 г.

---

Фишинговые электронные письма

---

«Нигерийские» письма

---

Мошеннические поздравительные открытки

---

Мошеннические предложения кредитов или кредитных карт

---

Мошеннические лотереи

---

Мошенничества с угрозами жизни

---

Мошенничества с романтическими отношениями

---

Фальшивые антивирусные программы

---

Мошенничества с маскировкой под пользователя Facebook

---

Мошенничества с предложением быстрого обогащения

---

Мошенничества в области туризма

---

Мошенничества в области доставки

---

Фейковые новости

---

Мошенничества с инструментами фондового рынка

---

Мошеннические предложения о работе

---

Мошенничества с использованием SMS

---

*Источник: Heimdal Security*

---

У фейкстеров множество способов мошенничества. На прошлой неделе я получил электронное письмо с просьбой перевести \$25 000 совершенно незнакомому человеку в обмен на обещание огромной суммы денег чуть позже. Это было классическое мошенническое письмо, так называемое «нигерийское» – со странными интервалами и абзацами, своеобразной манерой изложения сути и жалобами на бедственное материальное

положение. Обман в нем настолько очевиден, что можно только гадать, какой смысл в отправке таких писем? Однако при рассылке на десятки миллионов адресов рентабельность этого занятия обеспечивает безбедное существование где-нибудь в Нигерии. А Джон Подеста и ИТ-отдел предвыборного штаба Клинтон стали жертвами совершенно элементарного фишинга.

По данным журнала *Mother Jones*, «нигерийским мошенникам удается ежегодно разводить американцев на отправку многотысячных переводов незнакомцам. В 2011 г. ФБР зарегистрировало почти 30 000 обращений по поводу уловки с авансовым платежом, которую называют "разводка-419" по номеру статьи нигерийского уголовного кодекса, предусмотренной для такого рода мошенничества. Более 4000 обращений касались мошенничества с выманиванием денег под романтическими предложениями. Общие потери жертв составили более \$55 млн. Такие аферы проворачивают не только нигерийцы, но примерно 20 % всех подобных мошенничеств совершаются из этой западноафриканской страны. В мошеннических предложениях часто упоминаются липовые лотерейные выигрыши, предложения о работе и известия о наследстве». Журнал интервьюировал двух таких мошенников из Нигерии, которые признались, что состояние каждого из них составляет \$60 000 – это в стране, где 70 % населения живет на \$2 в день.

Как это ни удивительно, но телефонное мошенничество тоже на подъеме. Теперь им занимаются колл-центры, в которых работают по 400–500 сотрудников, причем бóльшая часть звонков идет из Индии. Жалобы на него составляют 10 % от общего числа жалоб в Федеральную торговую комиссию, и в 2016 г. их число превысило четверть миллиона. Прогресс в области автообзвона позволяет ежемесячно совершать миллиарды звонков на мобильные и стационарные номера. В Apple зафиксировали один распространенный вид мошенничества, когда жертва «получает звонок, заставляющий ее запаниковать и немедленно заплатить, купив подарочные карты iTunes в ближайшем магазине. После покупки карт жертву просят заплатить, сообщив звонящему 16-значный код с оборота карты». Удивительно, какие только нелепые способы иногда не срабатывают.

Развивается и более пугающий и выгодный вид мошенничества – хакерские программы-вымогатели. Вредоносный код, попав в компьютер пользователя, блокирует доступ к жесткому диску до уплаты выкупа, который обычно назначается в биткойнах. Как считает журнал *Wired*, это выгодное занятие. «В 2012 г. специалисты компании Symantec получили доступ к командному серверу вредоносной программы CryptoDefence и на

основе двух адресов, использовавшихся хакерами для транзакций с выкупом в биткойнах, смогли получить представление об их добыче. В тот день вредоносным ПО было заражено 5700 компьютеров, и заплатить выкуп согласились примерно 3 % жертв. При средней сумме выкупа \$200 в Symantec оценили улов хакеров только за этот день в \$34 000. Следовательно, их месячный заработок должен был составить более \$394 000». По общей оценке, за 2016 г. фейкстеры собрали на американском рынке примерно \$1,33 млрд.

В индустрии мошенничества занято, вероятно, около 100 000 человек, и это одна из наиболее бурно развивающихся сфер деятельности на планете. В основном интернет-мошенниками становятся молодые люди из стран третьего мира, где это может выглядеть вполне привлекательным делом. Уровень профессиональных навыков, необходимых для такого рода занятий, скорее снижается, а не растет. Безопасность в интернете требует такого же внимания и таких же денежных вливаний, как безопасность в аэропортах. Большая часть преступлений основана не на технологических уловках, скорее это игра на наших эмоциях. Никому еще не удавалось создать систему безопасности, которая предохраняла бы от естественного человеческого желания помочь нуждающемуся или подавляла приступы любопытства или алчности. Борьба с фейкстерами потребует напряженной работы, но я надеюсь, что именно этот микротренд так и останется микротрендом.



## 47. Работа в рамках

«Поколение дефицита внимания» может дополнить свой мобильный стиль жизни с временными партнерами, совместным проживанием, свободным посещением образовательных учреждений и бытом, подчиненным уведомлениям из смартфонов и соцсетей, новым типом работы.

Неполная занятость и работа после школы существуют уже давно. Компании сокращали рабочий день, чтобы сэкономить, когда заказов становилось меньше. Отчасти потребность в работниках на неполный рабочий день определялась сезонностью в торговле – например, рождественским пиком продаж. Работа после школы или во время летних каникул отлично подходит для заполнения перерывов в учебе.

Тем не менее налицо развитие микротренда, который мы называем «работа в рамках». Речь идет не о частично занятых сотрудниках в поисках полноценной работы; не о студентах, сочетающих работу с учебой; и не о людях старше 60 лет, работающих по сокращенному графику после выхода на пенсию. Речь об американцах в расцвете сил, которые не хотят, чтобы работа становилась определяющим фактором их жизни. Они разительно выделяются на фоне всех остальных американцев, вкалывающих от зари до зари.

Для работников в рамках (РвР) работа – еще не все, это лишь часть их жизни. По данным исследования профессора Университета Нью-Гэмпшира Ребекки Глаубер, примерно 25 % работающих неполный день живут в бедности. Тем не менее представители этой группы находят способы совмещать несколько видов сдельной работы – например, крутить баранку для Uber днем, а по ночам заниматься доставкой заказов клиентам Seamless, – чтобы жить так, как им хочется, и в том режиме, который их устраивает. Подразумевается, что они трудятся ради себя, а не ради компании. Многие из РвР – женщины, работающие не по финансовым соображениям, а чтобы занять себя чем-то интересным и полезным и при этом посвящать время семье или другим делам. РвР могут заниматься тем, что приносит моральное удовлетворение и соответствует их наклонностям, и самостоятельно решать, в каких пропорциях сочетать работу и личную жизнь.

Возможно, РвР таким образом и находят время для своих увлечений, но этот тренд вызывает беспокойство Федеральной резервной системы. Бизнес очень внимательно следит за ежемесячными данными о занятости

населения, которые публикует Статистическое управление министерства труда, чтобы понимать, куда движется наша экономика. И хотя, по словам главы Федерального резерва Дженет Йеллин, неполная занятость трудоспособного населения достигла «высоких уровней», данные Статистического управления министерства труда показывают, что в 2016 г. из 26 млн частично занятых в США 20 млн специально выбрали неполный рабочий день. А 6 млн из них поступили так, чтобы иметь возможность заниматься любимым делом.

Если говорить о сравнении полной занятости с частичной, то подавляющее большинство американцев, в отличие от американок, предпочитают первую. По данным опроса 2011 г., частичную занятость предпочитали 12 % мужчин и 60 % женщин. Однако такой разрыв в какой-то степени объясняется предубежденностью мужчин, считающих, что в таком случае они пренебрегают своей карьерой и становятся супругами на вторых ролях.

Как бы то ни было, частичная занятость в Америке стремительно распространяется. За период с 1955 по 2015 г. число американцев, выбирающих неполный рабочий день, возросло вчетверо. Численность трудоспособного населения сокращалась, а эта группа увеличивалась. Может показаться, что частичная занятость идет не на пользу американской экономике, но это не совсем так. По словам Дайан Лим из Комитета содействия экономическому развитию, исследования ОЭСР показывают, что частичная занятость обеспечивает «большую свободу перемещения работников – между должностями, профессиями, отраслями и регионами – и позволяет трудовым ресурсам более свободно перетекать к местам их наибольшей востребованности». Другими словами, частично занятые способствуют большей адаптивности экономики и созданию постоянных и видоизменяющихся рабочих мест. Кроме того, частичная занятость не ведет к снижению производительности труда; напротив, приток занятых на неполный день облегчает переход к автоматизации. Не надо также считать РвР халтурщиками. Многочисленные исследования свидетельствуют, что неполный рабочий день – хорошее решение для работодателей, поскольку более напряженный ритм работы по сокращенному графику способствует большей удовлетворенности сотрудников своим трудом и повышению его результативности.

Сейчас две трети частично занятых составляют женщины и одну треть – мужчины, причем половина мужчин относится к самой молодой или самой пожилой возрастным группам. Доказательств того, что частичная занятость полезна американским женщинам, более чем

достаточно. Проведившееся в 2012 г. сравнительное исследование удовлетворенности женщин своей работой на условиях полного и неполного рабочего дня показало, что «сокращение продолжительности рабочего времени» участниц способствовало «значительным позитивным изменениям» в их жизни. У многих из таких частично занятых женщин есть дети, а мужья работают полный день; возможно, они боятся растерять мыслительные навыки или хотят немного окунуться в свою прежнюю трудовую жизнь, не жертвуя при этом семьей.

Стартапы начали обращать внимание на женщин с детьми, которые хотели бы сделать свою жизнь более гибкой. Появились такие компании, как Inkwell, предлагающие небольшие, но сложные проекты высококвалифицированным женщинам, оставившим работу ради детей. Например, руководительница маркетинговой службы с двадцатилетним опытом может участвовать в решении интересной задачи, не бросая воспитание детей. Такие компании и общественные инициативы служат противовесом представлению об «утечке мозгов», согласно которому американки, обзаведясь детьми, уже не возвращаются на работу. Это представление тормозит карьерный рост женщин, которые хотят продолжать работать, не жертвуя интересами семьи.

Образ жизни РвР предоставляет большие возможности работающим матерям. Компании, предлагающие гибкий график или неполный рабочий день на должностях высокого уровня, возвращают многих матерей в ряды занятого населения. Многие компании обращают внимание на тех, кто хотел бы посвящать работе лишь часть своего времени, и идут им навстречу. В результате четверть всех работающих американок сегодня трудится неполный рабочий день. Компании, не предлагающие варианты работы по сокращенному графику, будут плестись в хвосте и терять свою конкурентоспособность на рынке труда.

Бизнесы, известные ранее полным отсутствием гибкости в отношении графика, медленно, но верно осознают преимущества компромиссов в этой области, возможных в эпоху интернета. По данным последнего отчета Общенационального исследования работодателей, 38 % компаний предлагают несколько вариантов удаленной работы, притом что в 2008 г. этот показатель составлял 23 %. Частичная занятость может стать обычным делом в будущем, но уже сейчас все больше компаний позволяют сотрудникам работать по гибкому графику, неполный день или удаленно. Правда, подобные льготы получают только отдельные сотрудники, в частности женщины с маленькими детьми.

Многие американские мужчины хотели бы работать неполный день, но

бояться показаться неженками. Журнал *Fast Company* сообщал об исследовании, по данным которого 59 % работающих отцов с удовольствием работали бы по сокращенному графику, но не переходят на него, поскольку, как считают более трети из них, «в их организации на частично занятых смотрят как на людей второго сорта». Такая предвзятость может выражаться в отстранении работающих неполный день от участия в важнейших проектах и в недостаточном уважении со стороны коллег.

Вероятно, в ближайшие годы все будет изменяться и дальше, но движущей силой этих изменений станут работодатели, а не работники, если бизнес увидит тут возможность сэкономить. Очевидно, что правила внутреннего трудового распорядка для сотрудников придется пересматривать.

Идеал многих молодых американцев – это полный отказ от работы в крупных корпорациях и возможность самостоятельно распоряжаться своим временем. Миллениалы одержимы идеей работы по собственному графику, что позволяет им чувствовать, что они сами себе начальники, хотя это может означать отсутствие обычных корпоративных льгот (оплачиваемого отпуска, медицинской страховки и т.п.). По данным опроса, проводившегося в 2015 г. компанией PayScale, лишь около 15 % выпускников университетов «хотели работать в крупных корпорациях». Если, скажем, в 2007 г. преуспевающие в учебе старшекурсники страстно желали получить работу в крупном банке или международной фирме, то сейчас это мало кого привлекает. Опрос показал также, что чувство уверенности, которое дает постоянная работа в крупной корпорации, считается далеко не настолько же важным, как, например, возможность уделять внимание любимому человеку, увлеченность своим делом или желание путешествовать по миру. Это подтверждают и данные опроса на интернет-сайте CareerBuilder: 63 % респондентов были согласны с тем, что полный восьмичасовой рабочий день с 9:00 до 17:00 «изжил себя» (Velasco, 2015).

Очевидно, что стандартный восьмичасовой рабочий день плохо вписывается в жизнь современного человека. Этот уклад был хорош для полной семьи, в которой мужчина ходил на работу, а женщина сидела дома. Традиционные отрасли и традиционные рабочие графики не учитывают, что в брак теперь вступают позже или что работники хотели бы иметь время на личные дела, не говоря уже о семьях с двумя работающими родителями, однополых браках или работающих женщинах, чьи мужья сидят дома с детьми. Даже чисто внешние признаки вроде

появления комнат для кормящих матерей или офисов открытого типа говорят о том, что старые подходы к организации работы просто неприменимы в современном мире.

Согласно исследованию 2015 г., работу с неполным рабочим днем искали больше молодых людей, чем когда-либо прежде. Это показывает, что предрассудки мужчин старших поколений либо исчезают, либо не влияют на приоритеты мужчин, выходящих на рынок труда. Этот тренд также отражает более активное участие нового поколения мужчин в том, что экономисты называют «домашним производством» (иначе говоря, в выполнении обязанностей по дому). В этой связи можно предположить, что в будущем гендерный разрыв в частичной занятости исчезнет, а компаниям придется признать нормой отпуск по уходу за ребенком для отцов.

Стремление к гибкому графику и возможности уделять больше времени личной жизни характерно не только для американцев. В Нидерландах большинство замужних женщин работают неполный день и довольны этим. В выводах исследования 2013 г. (Booth & Van Ours) указывается, что «частично занятые женщины более удовлетворены своей работой, не очень склонны менять рабочий график, а домашнее производство в их совместном с партнером хозяйстве характеризуется высокой степенью гендерной дифференциации». Хотя в таких странах, как Нидерланды, женщины по-прежнему ведут домашнее хозяйство, их это не раздражает. В указанном выше исследовании говорится также, что в таких европейских странах, как Испания, Великобритания, Германия и Франция, правительства придают особое значение частичной занятости как одному из способов сокращения издержек работодателей и увеличения числа работающих при меньшем количестве обязательств.

По данным исследования 2012 г., частично занятые сотрудники были удовлетворены своей работой больше, чем все остальные. Кроме того, частично занятые сотрудники более деятельны и эффективны. Этот вид занятости несколько сбивает с толку представителей власти и ответственных за социальное планирование, которые считают «полностью занятыми» всех, кто готов работать сверхурочно до изнеможения за фиксированное вознаграждение. Но все больше и больше становится тех, кто говорит, что им достаточно неполного рабочего дня. РВП трудятся не ради роста в корпоративной иерархии и не для того, чтобы купить автомобиль Tesla. Они считают, что работать нужно, но в меру.

## 48. Рабочие нового типа

Современный рабочий – порождение информационной эры в той же мере, в какой рабочий прошлого был порождением индустриальной. И этот новый тип рабочего выглядит совершенно иначе. В XIX веке жизненный уклад рабочего строился вокруг семьи, здоровья и техники безопасности, рабочего времени и сверхурочных и осознания себя частью коллектива и организации, которая обеспечивала его, детей и супругу. Сегодняшнего рабочего формирует экономика постоянного доступа, и рабочие-миллениалы требуют большей гибкости.

Раньше рабочие стояли у конвейеров, днями напролет выполняя одну и ту же операцию, что было трудоемко и утомительно. Это могло быть привинчивание детали к игрушке или перекладывание изделий в корзину, снова и снова, снова и снова. Новый рабочий управляет погрузчиком на складе Amazon или работает на себя в качестве водителя Uber, хотя его работа по-прежнему требует напряжения сил, выглядит она совершенно иначе.

Традиционные рабочие профессии, служившие оплотом старой экономики, исчезают не только в Соединенных Штатах, но и по всему миру. Количество занятых на производстве снижается по мере роста производительности. Многие считают, что конец «работы» в ее привычном понимании уже не за горами и большую часть того, что делают люди, возьмут на себя роботы, оснащенные искусственным интеллектом. Те, кто сумеет встроиться в эту экономику будущего, смогут позволить себе любую роскошь, а те, кто не сумеет, навсегда останутся безработными, живущими в этом неуютном мире, сильно напоминающем фильм «Бегущий по лезвию 2049», за счет налогов на роботов.

На самом деле рабочие места не исчезают. Появилось огромное количество новых специальностей, и занятость в мировом масштабе достигла исторического максимума. Америка оправилась после кризиса 2009 г., и численность работающих велика, как никогда. В 2016 г. в стране насчитывалось 124 млн штатных работников и 28 млн частично занятых. Уровень безработицы снижается по всему миру. По состоянию на 2015 г. в Китае было 775 млн работающих, и за последующие два года их число, несомненно, выросло. В 2017 г. в Великобритании насчитывалось 23,25 млн работников, занятых полный рабочий день, что на 209 000 больше, чем в 2016 г., при этом возросла и численность частично занятых сотрудников.

Технический прогресс действительно уничтожает привычные специальности, как это происходило и раньше. Но он же создает и новые, причем в еще больших количествах. Лифтеры и кассиры, взимающие плату за проезд по шоссе, ушли в прошлое навсегда. Многие из специальностей, исчезающих по мере развития технологий, на самом деле относятся к числу самых неинтересных и скучных занятий. Оплакивать их не стоит. Им на смену приходят десятки миллионов рабочих мест со значительно более интересными обязанностями, предполагающими «умственный труд». Развитие новой экономики услуг, облегчающей все аспекты жизни, подразумевает появление новых рабочих специальностей, не требующих высшего образования, но обеспечивающих доход на уровне среднего класса и значительно более интересных. Сейчас главная проблема не в общем дефиците рабочих мест, а в их нехватке в отдельных регионах.

**Рис. 48.1. Доля занятых на производстве в общем количестве занятых в США, 2005–2015 гг.**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Производство	11%	11%	10%	10%	10%	9%	9%	9%	9%	9%	9%

*Источник: USAFacts*

На первых порах технологическим компаниям требовалось огромное количество разработчиков, которые составили костяк высокооплачиваемых сотрудников высокотехнологических отраслей. По мере развития потребительских направлений в технологических и смежных с ними отраслях стало появляться значительно больше рабочих мест, доступных широкому кругу желающих. Например, совсем недавно Facebook объявила о наборе примерно 1000 сотрудников для поиска фейковых новостей. Это типичная рабочая специальность наших дней, требующая массового найма, но значительно более интересная, чем труд на сборочном конвейере. Количество рабочих мест не сокращается – наоборот, деятельность таких компаний, как Uber, приводит к взрывному росту числа вакансий. Например, революция, совершенная Uber в такси, увеличила количество водителей на сотни тысяч человек, как в США, так и в 66 странах, где присутствует компания. В каждом новом городе, где запускалась Uber, резко возрастала численность водителей на рынке и доступность их услуг населению. Еще один ключевой пример – Amazon, которой нужен персонал для работы на ее огромных складах и в логистических операциях.

Города конкурируют между собой за право разместить новый головной офис этой компании с не меньшим ожесточением, чем за право размещения крупных заводов в прошлом. Службе экспресс-доставки Postmates нужна армия курьеров, готовых немедленно выполнить поступившую заявку. Компании Zeel нужны тысячи массажистов. Делая товары и услуги более доступными, такие компании чаще увеличивают, а не сокращают потребность в сотрудниках на соответствующих рынках.

Такие работники более самостоятельны, они чаще работают по собственному графику и усмотрению. Их перемещения и действия контролируют в основном компьютеры, а не люди. Появляться в офисе не нужно – деятельность специально децентрализована, чтобы покрывать максимально большие территории. То, что работать можно в удобное время, привлекает в первую очередь бессемейных и матерей-одиночек.

В качестве других примеров можно назвать приложение TaskRabbit для заказа помощи по дому, Instacart для доставки продуктов из магазинов и StyleSeat для вызова на дом стилистов. Как и рабочие прошлого, их сотрудники получают заказ – своего рода наряд на работу – и выполняют одни и те же задачи день ото дня, но уже не в ограниченном пространстве цеха. Вышестоящим руководством для этих работников теперь являются их покупатели или клиенты – они выставляют за каждый заказ оценки, по результатам которых можно получить прибавку, повышение в должности или уведомление об увольнении. Хорошие показатели также позволяют получить больше работы – алгоритмы отдают самые интересные заказы лучшим сотрудникам. Заказчики могут выбирать себе исполнителей, а работники – клиентов.

Не стоит забывать и о том, что сегодня люди стали значительно грамотнее. Полное среднее образование есть у 95 % населения, и при всем негативном отношении к нашим школам следует признать, что обычные люди теперь намного лучше владеют чтением, письмом и арифметикой, чем в период расцвета американского фабричного производства.

Еще одно существенное различие – сегодня люди всё чаще работают в одиночку. Раньше у кулера или в столовой можно было пересечься с женой, мужем или приятелями. Теперь человек трудится в полном одиночестве, общаясь разве что со своими заказчиками, и зачастую ощущает еще большую изоляцию, чем «маленькие» люди индустриальной эпохи.

Главный вопрос относительно этих новых рабочих специальностей – подходят ли они на роль постоянной работы или останутся временным занятием молодых американцев, которые еще не определились с родом



деятельности. Однозначного ответа на это нет. В Amazon много штатных рабочих мест, а водителем Uber можно оставаться сколь угодно долго. Однако налицо яростная конкуренция кандидатов на такие вакансии, и, кроме того, кое-какие из них могут в будущем исчезнуть – например, рабочие места для курьеров. Некоторые наблюдатели выражают озабоченность по поводу того, что в каких-то областях людей заменят беспилотные автомобили, дроны и роботы. В долгосрочной перспективе это возможно, но я считаю, что полностью заменить людей в выполнении многоплановых задач вряд ли получится. Неуклюжий и медленный робот-курьер не сумеет опередить ловкого парня на велосипеде, пробирающегося через дорожные пробки.

Кроме того, новые рабочие специальности вписываются не в каждую культуру. В странах с традициями более жесткой дисциплины и бюрократии, например Японии, с трудом понимают, что они представляют собой с точки зрения самой работы и образа жизни. Свобода и возможность работать по мере необходимости резко контрастируют с культурными нормами, характерными для контролирующих большую часть японской экономики огромных конгломератов-дзайбацу. Что же касается рабочих мест за рубежом, то, как указано в отчете McKinsey Global Institute за 2012 г., глобальные изменения в промышленном секторе «происходили бурно: крупные развивающиеся экономики прорвались в число важнейших стран-производителей, суровая рецессия задушила спрос, и занятость в промышленности развитых стран падала ускоренными темпами». По оценке «Всемирной книги фактов» (World Factbook)<sup>[11]</sup>, численность занятых в «мировой промышленности» составляет 23,6 %, однако остается неясным, какую часть этого количества составляют работающие на производстве.

Самым трудолюбивым новые возможности приносят неплохие финансовые результаты – если, например, в течение дня возить на своей машине клиентов Uber, а к его концу заняться доставкой для UberEATS или какого-то другого сервиса. Высокопрофессиональный и энергичный водитель может зарабатывать таким образом \$100 000 в год и более. В Нью-Йорке некоторые получают по \$50 000–60 000. Однако это скорее исключения. В основном водители в больших городах зарабатывают около \$10 в час – достаточно, чтобы заменить постоянный источник дохода, но недостаточно, чтобы содержать семью. Обычно водители работают на Uber не больше года, и компания стимулирует тех, кто остается дольше, – они получают более выгодных клиентов, гарантированную почасовую оплату и т.п. В экономике совместного потребления самые большие деньги

получают те, кто сдает свою недвижимость через Airbnb. Но для этого необходимо достичь определенного уровня благосостояния, чтобы приобрести недвижимость.

Власти и регулирующие органы относились к появлению многочисленных высокотехнологичных сервисов в основном с позиции невмешательства, и в результате на рынке сложилась среда, напоминающая своими подходами к продаже и отношением к работникам времена Дикого Запада. Программисты-разработчики живут припеваючи – их годовые зарплаты начинаются от \$150 000, а рядовые работники вынуждены сводить концы с концами и терпеть отношение, немыслимое в крупных компаниях традиционного толка. Когда эти технологические компании закрепятся на рынке и опередят по стоимости обычные, будет критически необходимо предоставить их работникам ту же поддержку, что и лицензированным водителям такси в свое время. Это нужно, чтобы стабилизировать рынок труда и превратить такие виды деятельности в устойчивую долгосрочную работу.

Высокие технологии постоянно убивают старые специальности и создают новые, но, если не принять мер, работающие в этой отрасли ловкие предприниматели сделают все, чтобы оставить работников без социальных гарантий, которых трудящиеся добились за период с 1930-х гг. В этой связи нам необходим новый законопроект об условиях труда в экономике свободного заработка, чтобы предоставить занятым в ней гарантии, аналогичные гарантиям, которых заводские рабочие с трудом добились от своих хозяев. Стоит помнить о том, что условия труда на заводах были куда хуже, чем на нынешних складах Amazon, и что новой прослойке работников потребуется время, чтобы самоорганизоваться, а политикам – чтобы поспеть за переменами. В идеале большинство новых рабочих должно зарабатывать на содержание семьи. Их работа и семьи будут, скорее всего, не похожи на образы американской мечты прошлого, но это значит, что образы пора обновлять ради тех, кто составляет реальную основу информационной эры.

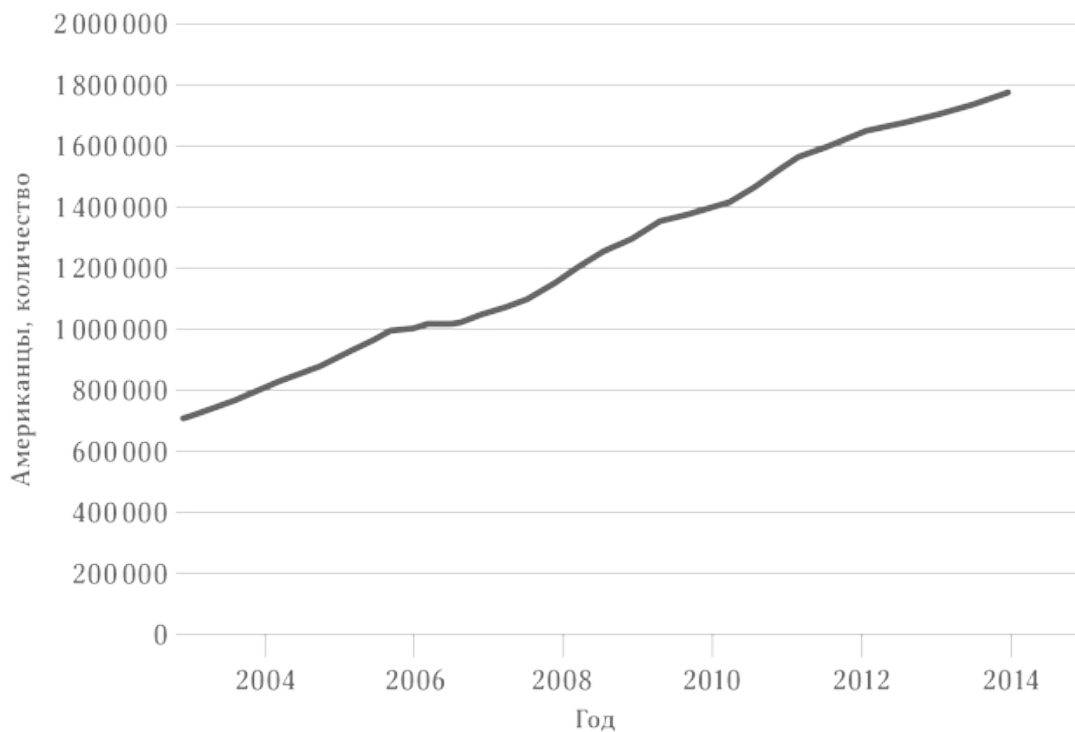
## **49. Новая жизнь Хэзел**

В популярном телесериале 1960-х «Хэзел» американская семья радостно въезжает в свой новый дом в пригороде. Вместе с домом у семьи появляется экономка Хэзел – исключительно своевольная особа, которая принимает деятельное участие во всем происходящем. За минувшие с тех пор десятилетия численность постоянных нянь и экономок упала. Но

сейчас, в эру сервисов Seamless и Uber, эти профессии вернулись в переосмысленном и усовершенствованном виде. Отрасль личных услуг и помощи в ведении домашнего хозяйства находится на подъеме, и миллионы американцев занимаются обслуживанием потребностей и причуд растущего среднего класса страны. А общество, где царил культ самостоятельности, превратилось в общество, в котором огромное количество людей делает множество вещей для других. Возможно, экономки старой закалки и «не занимались окнами», зато сегодня вызвать мойщика окон или заказать практически любую бытовую услугу можно в считанные минуты. Поприветствуем новых Хэзел, возрожденных информационной эрой, и понаблюдаем, как нарождается экономика персонального ухода.

Возможно, эта работа подойдет вам, если университетского диплома вы не получили, а в окрестностях нет ни одного предприятия. В таком случае готовьтесь очень часто произносить «Пожалуйста», «Спасибо» и «Хорошего дня!» и узнавать самые сокровенные тайны людей, пока покупаете для них продукты, подвозите их детей, массируете их спины или выгуливаете их собак.

Рис. 49.1. Американцы, работающие «помощниками по хозяйству», 2003–2015 гг.

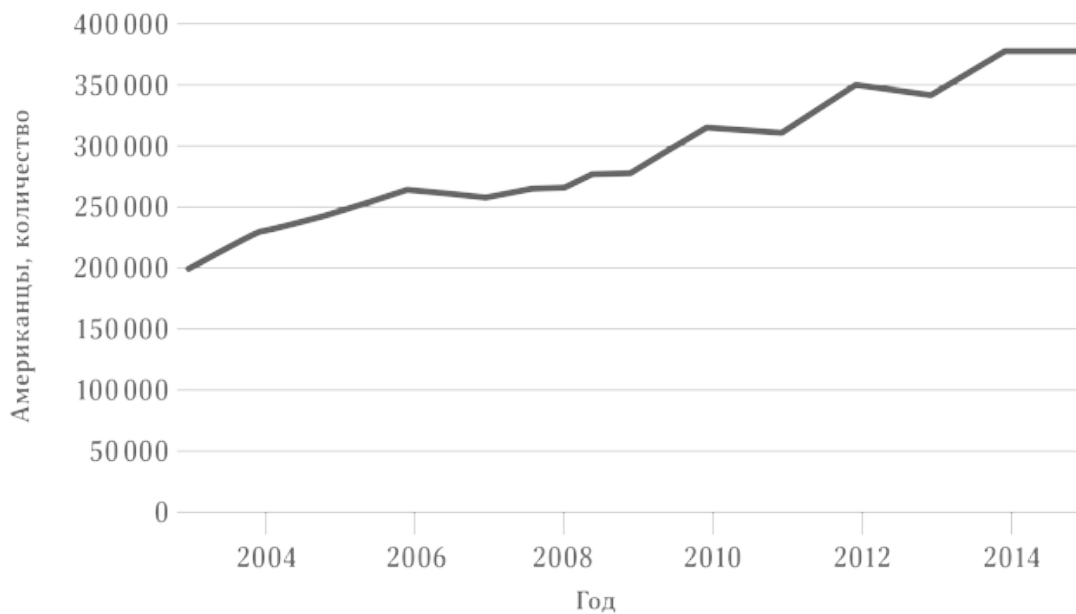


Источник: IPUMS American Community Survey Data

В основе невероятного роста сферы слуг, которая, как считают экономисты и газета *The New York Times*, теперь составляет 56 % экономики страны по сравнению с 40 % всего десятилетием ранее, лежат несколько трендов. По мере угасания индустриальной эпохи и зарождения информационной эры в сектор услуг перемещалось огромное количество рабочих мест. В *The New York Times* отмечается, что такой переориентации во многом способствовало менее затратное зарубежное производство: промышленные товары дешевели, и у людей образовывалось больше свободных денег. А поскольку нужды во втором велосипеде или третьем холодильнике у них не было, они решали потратить излишки на себя. Это стимулировало рост сектора услуг и привело к появлению «гигномики», в рамках которой личные услуги премиум-класса предлагаются по не таким уж высоким ценам. Произошла демократизация услуг, прежде доступных только богатым, и теперь обычные люди могут побаловать себя так, как когда-то могли лишь очень состоятельные. Экономку с проживанием Хэзел сменила вереница персонажей, продающих свое время по кусочкам. Часто

это возможно лишь благодаря приложениям, которые позволяют сводить людей в определенном месте и в определенное время.

Рис. 49.2. Американцы, работающие в области «личных услуг по внешнему виду и одежде», 2003–2015 гг.



Источник: IPUMS American Community Survey Data

В семьях среднего класса, супруги в которых вечно заняты, количество то и дело сменяющих друг друга помощников способно достигать десятка или более. Спа-салон с доставкой может в течение часа прислать на дом человека, который займется всем – от ногтей и волос до массажа. Компания Postmates привезет еду и что угодно еще и за считанные минуты выполнит самые сложные поручения (кончились чернила в принтере? Или памперсы? Они уже на пути к вам). Через приложение можно вызывать и приходящую няню, и электрика. Не забыто и старшее поколение: Бюро трудовой статистики ожидает, что персональные инструкторы по ЛФК, сиделки и прочие личные помощники возглавят список наиболее востребованных специалистов.

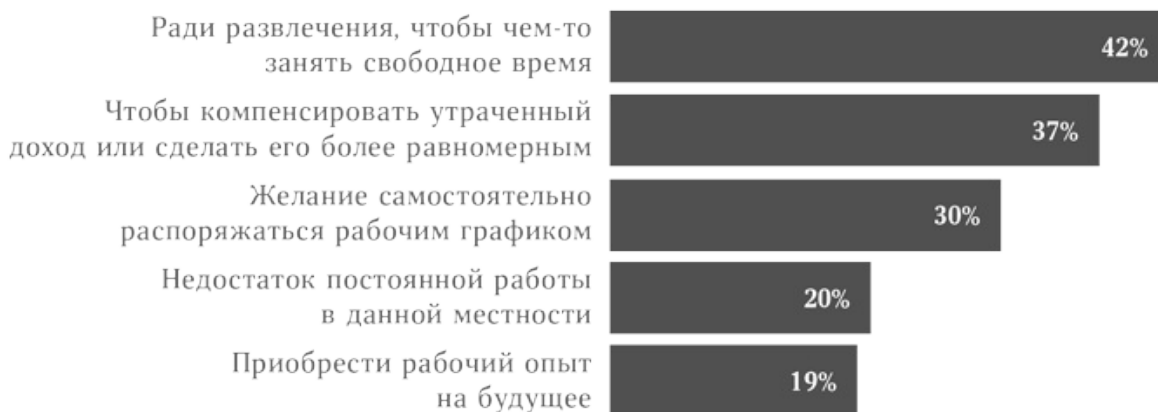
Во многом эти новые Хэзел строят свою работу или даже микробизнесы на выполнении домашних дел – мелких поручений, готовки, маникюра или стрижки, ухода за одеждой. Но для успеха на рынке люди должны совершенствовать свои навыки. Никому не нужны доставка, которая занимает час, или парикмахер-надомник, который подстрижет вас

под горшок. В каждом штате многие из этих занятий лицензируются, но, помимо наличия лицензий, новым Хэзел нужно делать все на отлично – иначе их ждут плохие рейтинги в интернете и скорая потеря работы.

Последний писк моды – вызов личного шеф-повара. Считавшиеся некогда привилегией знаменитостей и самых богатых личные повара теперь доступны по вызову за \$45 в час. Дороговато, чтобы пользоваться каждый вечер, но почему бы не устроить дома торжественный ужин в честь дня рождения? Для работающих пар с детьми готовка может быть проблемой. Один из вариантов ее решения – сервис доставки ингредиентов и рецептов Blue Apron, но сервисы вызова поваров предлагают привезти и все необходимые продукты, и шефа. Разумеется, успех в этой области не дается даром: шефы должны быть пунктуальными, хорошо обученными и очень гибкими, чтобы простые ужины для придирчивых незнакомцев не превращались в кошмар.

### Рис. 49.3. Причины регистрации на сайтах поиска подработки

Процент от общего числа зарегистрированных, назвавших следующие причины



Источник: Pew Research Center

Персональный тренер – еще одна профессия, становящаяся все более популярной. Многие тысячи людей превратили свое увлечение спортом в работу. По данным Бюро трудовой статистики, в 2012 г. в США насчитывалось 267 000 персональных тренеров, а к 2018 г. их численность должна достичь 338 000. Чтобы получить сертификат Американской коллегии спортивной медицины, облегчающий трудоустройство в этой все

более популярной области деятельности, понадобится примерно \$1000. Но вполне вероятно, что тренд фитнеса, усиливавшийся последние десять лет, уже достиг своего пика и эта профессия также переживает период максимальной востребованности, вслед за которым может начаться спад. Кроме того, в долгосрочной перспективе это не слишком денежное занятие: по мнению министерства труда, с учетом всех затрат на поездки и поиски клиентов и трудностей с формированием графика чистый заработок личного тренера составляет в среднем \$15 в час. Другая проблема в том, что эта профессия не на всю жизнь: личные тренеры в возрасте за 40 встречаются совсем нечасто, а о тех, кому за 50 или за 60, и говорить не приходится. Так что работу личным тренером можно рассматривать в качестве прелюдии ко второму акту.

У компаний по предоставлению личных услуг есть возможность выйти на огромный рынок в лице пожилых американцев, которых становится все больше. Один из перспективных способов заработка – обычная помощь по дому. Но самым большим потенциалом обладают услуги здравоохранения на дому, беспрецедентному спросу на которые способствовало расширение страхового покрытия Medicare. Это повлечет за собой создание рабочих мест с довольно высокой зарплатой, и необходимыми профессиональными навыками смогут овладеть очень многие американцы без высшего образования. График, конечно, будет не таким свободным, как при работе через приложения, но это достаточно стабильные, хорошо оплачиваемые рабочие места с возможностью создания профсоюзов в будущем.

В перспективе все большему числу семей будут требоваться люди, разбирающиеся в технологическом обеспечении домохозяйств, – своего рода домашние подразделения сервиса по обслуживанию техники Geek Squad. Поскольку домашних устройств становится все больше, а техника, от стиральных машин до автомобилей, становится все сложнее, для координации ее работы и оптимизации расходов может потребоваться новый специалист – персональный технический менеджер, обслуживающий с сотню домовладений.

Если терроризм и преступность достигнут таких масштабов, каких уже достигли в ряде городов, может появиться приложение, позволяющее вызвать личную охрану так же быстро, как водителя Uber. Большая часть услуг на рынке персонального ухода относится к разряду люксовых, но современная жизнь может порождать потребности на стыке технологий и безопасности, тем самым обеспечивая дополнительные рабочие места.

Возможно, что на рынок персональных услуг попробуют зайти и роботы. Они последуют примеру голосовых помощников Alexa, Siri и

Cortana, созданных в качестве своего рода замены личному секретарю. Они могут вполне успешно принимать адресованные вам сообщения и заменять в этом плане секретарей, но люди хотят от компьютеров гораздо больше, чем умения отвечать на вопросы и управлять движением лифтов и поездов. Так что программам придется проделать долгий путь, чтобы стать такими же расторопными и надежными, как люди.

Некоторым областям сферы обслуживания роботизация в обозримом будущем не грозит. Робот-массажист не понадобится людям еще очень долго, к тому же им нужна возможность поболтать со своим парикмахером, личным тренером или другим личным помощником. Знать человека, периодически оказывающего вам услуги, по имени и в лицо – тоже своего рода роскошь, которой люди ждут от персонального ухода.

Газетные заголовки возвещают о сокращении американского среднего класса, однако все умалчивают о том, что покидающие средний класс семьи уходят не ниже, а выше – в высшие слои среднего класса. И до тех пор, пока роботы будут упорно стремиться заменить рабочих на производстве, прослойка Хэзел будет разрастаться, а со временем и обзаводиться Хэзел для самих себя.



## 50. Миллионеры-десятикратники

Миллион долларов – совсем не те деньги, что раньше. Барьеров для начала собственного бизнеса все меньше, богатейшая часть населения вкладывает три четверти своих сбережений в активы, и вот наконец образовался новый класс состоятельных американцев, которых не устраивает эта традиционная мечта. Поскольку статус миллионеров сегодня имеет каждая десятая американская семья, его былой блеск угас. Заветной мечтой нашего времени являются активы на сумму \$10 млн.

Существуют четыре главных способа исполнить эту мечту: получить наследство, выиграть в лотерею или что-то подобное, постепенно копить и инвестировать или создать и выгодно продать успешный бизнес. По мнению консалтинговой группы Capgemini, приведенному в ее докладе World Wealth Report<sup>[12]</sup>, собственников многомиллионных бизнесов следует искать в нескольких отраслях. Прежде всего, это финансы и технологии, что неудивительно: успешные предприниматели-мультимиллионеры совершают технологический прорыв и либо выигрывают, либо проигрывают по-крупному. Далее в табели о рангах следуют здравоохранение, производство и недвижимость/строительство. Новые мультимиллионеры из этих областей верят в систему: они упорно трудятся, ведут себя подобающе, играют по правилам и знают, что следует улучшить. Кроме того, они – любимые клиенты инвестиционных брокеров, поскольку не задумываясь платят самые высокие комиссионные. По последним данным, в стране насчитывается около 1,3 млн домохозяйств с активами на сумму от \$5 млн до \$25 млн не считая стоимости дома, где семья проживает.

**Рис. 50.1. Процентильный ранг домохозяйств по чистой стоимости**

ЧИСТАЯ СТОИМОСТЬ	ПРОЦЕНТИЛЬ
\$0	13
\$1 000	16
\$5 000	21
\$10 000	26
\$50 000	43
\$100 000	53
\$500 000	82
\$1 000 000	91
\$5 000 000	98,2
\$10 000 000	99,3

*Источник: Federal Reserve Survey of Consumer Finances (SCF)*

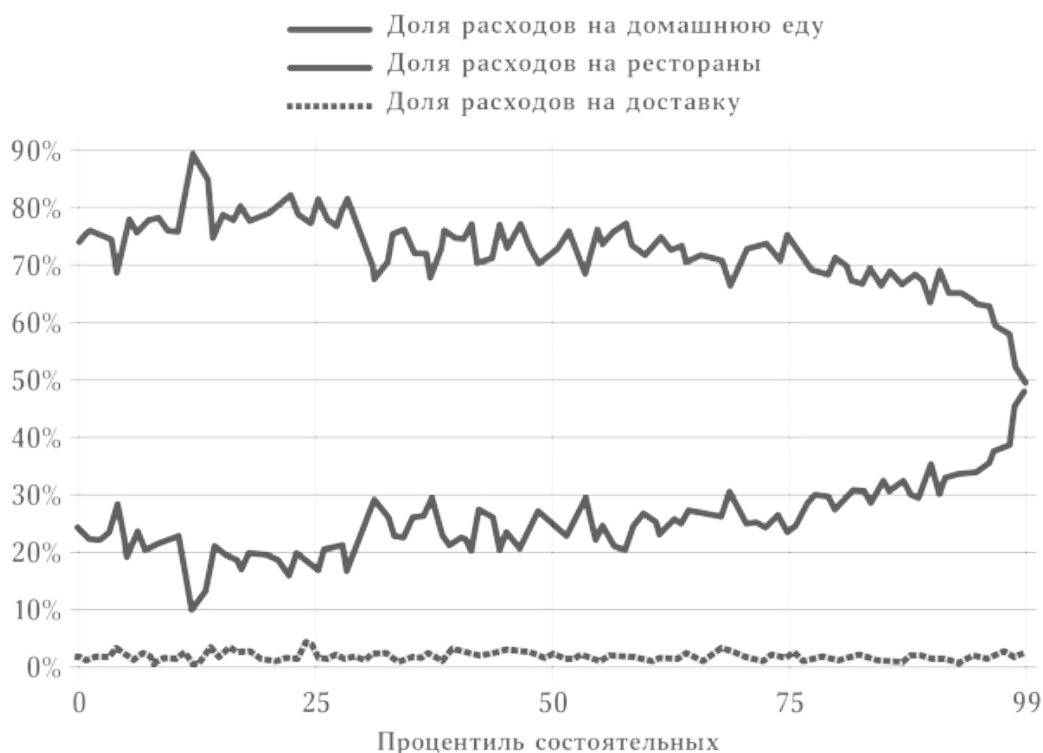
Времена, когда богатство позволяло жить без забот и хлопот, прошли. Большинство американских мультимиллионеров работают полный рабочий день, и это не только топ-менеджеры и предприниматели. Это и врачи, и актуарии, и магнаты недвижимости, которые в большинстве своем сделали себя сами. Обычно они отчаянно независимы, упрямы и многогранны: могут совершать неординарные поступки, например открывать магазины косметики, торговать рождественскими гирляндами и запускать интернет-сайты. Сегодня человек создает новое видеоприложение, идея которого никому не приходила в голову раньше; завтра он продает его Google и становится мультимиллионером.

Эта демографическая группа относится к деньгам и обращается с ними иначе, чем большинство американцев. В домохозяйствах, обладающих активами на сумму от \$10 млн, свободные деньги в основном инвестируются в акции и облигации, в то время как сбережения остальной части населения складываются из стоимости дома, в котором живет семья, и иногда пенсионных накоплений. У мультимиллионеров больше детей, иногда от нескольких браков, и, соответственно, больше членов семьи. Они обзаводятся дорогими машинами, а также дизайнерами по интерьеру, гувернантками и прочим постоянным обслуживающим персоналом. У большинства десятикратников есть второй дом, а у некоторых – и третий.

Они заключают брачные контракты и разрабатывают сложные планы распределения наследуемого имущества через безналоговые трасты.

Заметным отличием этой группы от остальных имущественных слоев американского общества можно назвать то, что семьи с состоянием от \$10 млн не становятся банкротами. Если ты разбогател, то, скорее всего, и останешься богатым. За последние пять лет почти никто из представителей этой группы не проходил через процедуру банкротства (по данным на 2013 г.). Мультимиллионеры также поддерживают более тесные контакты с людьми, управляющими их деньгами, и имеют больше возможностей для повышения своей финансовой грамотности, что помогает сохранять состояние. И при этом в большинстве случаев они не позволяют своим детям жить за родительский счет, не работая.

**Рис. 50.2. Затраты на питание в семейном бюджете богатейшей части населения: расходы на домашнюю еду по сравнению с расходами на рестораны**



Источник: Federal Reserve Survey of Consumer Finances (SCF)

Наличие у десятикратников одного или нескольких помощников по

дому не мешает им выходить в интернет самостоятельно. По данным исследовательского центра Luxury Institute, 99 % мультимиллионеров имеют доступ в интернет и пользуются им ежедневно; 42 % самостоятельно планируют свои поездки и занимаются онлайн-бронированием; 43 % покупают в интернете товары и услуги. Как сообщает Luxury Institute, «самый эффективный способ охвата состоятельных покупателей в интернете – выдача поисковых систем, в том числе платных объявлений... В целом самым неэффективным способом создания благоприятного впечатления, которое может мотивировать пользователя на покупку, являются рекламные баннеры на сайтах, хотя самые молодые из числа наиболее состоятельных потребителей неожиданно благосклонно относятся к такого рода объявлениям. Почти треть потребителей с состоянием \$5 млн и более посещала сайты по рекомендациям других СМИ – печатных или телевизионных».

Обычно маркетинг в Америке идет сверху вниз. Моду определяют богатейшие, и ведущие бренды вроде Mercedes, Tesla и Ralph Lauren сначала заручаются их поддержкой, а затем расширяют ассортимент, чтобы охватить более широкий сегмент рынка. Десятикратникам нравится, что им стремятся угождать, и обычно они используют продукцию уже хорошо зарекомендовавших себя люксовых брендов. Часто, чтобы получить дорогие товары, они рекомендуют их знакомым из своего круга или участвуют в закрытых распродажах. (Крупные бизнесмены обожают скидки и бонусы – спросите об этом компанию JetSmarter, предлагающую \$3000 за рекомендацию.) Именно они устанавливают тренды и требуют еще более высокого качества. Они активны и заметны в любой области потребления – когда покупают автомобили, товары для животных, одежду и предметы интерьера, товары для здоровья и красоты и даже когда выбирают туристические направления. Все следят за тем, что они купят в следующий раз.

Больше всего денег по-прежнему тратят беби-бумеры (в возрасте от 62 до 71 года), уже рассчитавшиеся по всем образовательным кредитам. Но на сегодняшний день наиболее влиятельными потребителями из числа богатейших являются состоятельные представители «поколения икс». Они ценят качественные вещи и не боятся больших трат, поскольку находятся на пике заработков. Но на что именно тратят свои деньги мультимиллионеры в 2018 г.?

**Рис. 50.3. Уровень образованности населения США  
в зависимости от имущественного положения,  
2009–2011 гг.**

	БОГАТЕЙШИЕ (1%), %	ВСЕ ОСТАЛЬНЫЕ (99%), %
Аспирантура	49	16
Высшее образование	23	15
Неоконченное высшее образование	19	32
Ср. или неоконченное ср. образование	8	37
Total college	72	31

*Источник: Gallup Polls*

Если у человека заваялись \$3 млн, казалось бы, почему ему не прикупить новенькую Bugatti Chiron? Нет, не тот случай. Престиж имеет для этой группы первостепенное значение, но с показными символами богатства покончено. В моде умные технологии, здоровье и хорошее самочувствие и персональные услуги. Ювелирные украшения и роскошная недвижимость не так важны, как очистители воздуха, ретрохолодильники Smeg, наличие консультантов по телу и душе, домашние спа-центры, здоровое питание от личных шеф-поваров и поездки на отдых со спортивным уклоном. Важным исключением являются крупные события вроде свадеб и дней рождения, на которые зачастую тратятся астрономические суммы. Для сотрудников банкетных служб отелей Four Seasons молодые мультимиллионеры – самые желанные клиенты. Кроме того, они находятся в постоянном поиске экзотики, а африканские сафари для них просто обязательны, поэтому без дела не остаются и организаторы дорогих путешествий.

Некоторые из поступков представителей этой группы выглядят вполне разумно. Нет ничего удивительного, если от состоятельного человека не услышишь, что он копит на новый дом, – зачем, если их уже несколько? Но если речь заходит о накоплениях на старость, большинство наиболее обеспеченных американцев скажут, что откладывают деньги, чтобы вести роскошную жизнь в преклонном возрасте. Это одна из их главных забот, которая заставляет мультимиллионеров больше копить и инвестировать, а не тратить.

У мультимиллионеров есть одна удивительная черта: хотя большинство

из них считают себя консерваторами, они выступают в качестве независимых избирателей. По данным недавнего опроса Института Гэллапа, «треть представителей "1 %" богатейших жителей страны считают себя республиканцами, 41 % – независимыми избирателями и 26 % – демократами. Это полная противоположность "99 %", треть которых относит себя к демократам, 39 % – к независимым избирателям, а четверть – к республиканцам».

Где живут десятикратники? В основном в крупных столичных регионах и городах, где много возможностей для работы в высшем руководстве. Доминирует здесь Нью-Йорк: в среднем квартира с тремя спальнями в многоквартирном доме на Верхнем Ист-Сайде обходится в \$8 млн. Как ни удивительно, наивысшая концентрация мультимиллионеров наблюдается в самом малонаселенном штате США – Вайоминге.

В корреляции между состоятельностью и образованностью нет ничего удивительного. Имушие и неимушие четко разделены уровнем образования. Диплом о высшем образовании имеют 72 % состоятельных американцев, а почти 50 % из них закончили аспирантуру. Очевидно, что для высших слоев общества образование исключительно важно. И хотя частные школы посещали всего 17 % новых миллионеров, в них учатся более 55 % их отпрысков.

В США очень часто говорят о неравенстве в распределении доходов, но разговоры о неравенстве среди богатых можно услышать намного реже. Изменится ли это? Становятся ли щедрее обладатели всех этих мультимиллионных состояний? Большинство миллионеров согласны с тем, что богатые должны брать на себя финансовое бремя страны. Однако на самом деле менее богатые из числа состоятельных американцев отдают на благотворительность больше денег, чем их богатейшие коллеги. Исследование, проводившееся в 2011 г., показало, что среди 20 % жителей страны с самыми высокими доходами жертвовали на благотворительность 1,3 %, тогда как среди следующих 20 % эта цифра равнялась 3,2 %.

Эти новые миллионеры не только прижимистее в процентном отношении. Социологи обратили внимание на еще один тренд. Чем богаче становятся американцы, тем менее они нуждаются в людях (и своих общинах). Они становятся более независимыми, более автономными и неизбежно более обособленными в личном плане. Таким образом, среди членов клуба десятикратников растут показатели одиночества и депрессии. Согласно результатам недавних исследований, показатели депрессии среди людей с властными полномочиями, ценной собственностью и правами на принятие решений (все эти признаки характерны для генеральных

директоров и владельцев бизнесов) почти вдвое выше, чем у широкой публики, где они уже достигают 20 %. Однако проливать крокодиловы слезы по поводу депрессивных десятикратников не стоит.

По мере расширения имущественного разрыва между слоями общества скрытых мегабогатств будет, по всей вероятности, становиться все больше... равно как и «скопидомства» в среде высшего среднего класса. В своей новой книге «Скопидомы мечты: Как верхушка среднего класса в США оставляет других глотать пыль, почему это проблема и что с этим делать» (Dream Hoarders: How the American Upper Middle Class Is Leaving Everyone Else in the Dust, Why That Is a Problem, and What to Do About It) Ричард Ривз пишет, что десятикратники используют все доступные способы, чтобы затруднить восхождение по финансовой лестнице другим. Ривз исследует «скопидомство возможностей», практикуемое средним классом. В числе этих способов территориальное зонирование, школьные правила, организация здравоохранения, процедуры приема в университеты и выделение мест для стажеров – все устраивается таким образом, чтобы ограничить доступ людям, у которых мало денег.

Это возмутительно! Мы знаем, что богатые становятся богаче. Но по мере роста разницы в доходах разрыв в благосостоянии тоже будет расти. После смерти супербогатых миллионы перейдут их наследникам, которые смогут их приумножить, особенно с учетом растущего недовольства налогом на наследство – в 2017 г. в совместном опросе Центра изучения американской политики (CAPS) Гарвардского университета и Harris Poll за его отмену высказались 58 % респондентов. Хотя, возможно, поддержку получит идея налога на капитал, к которому призывает Томас Пикетти в своей книге «Капитал в XXI веке»<sup>[13]</sup>. Как бы то ни было, десятикратникам все равно очень далеко до обладателей состояний в сотни миллионов или миллиарды долларов с их частными самолетами и огромными имениями, так что им есть кому завидовать.

Как бы ни ширились ряды миллионеров-десятикратников в Америке, в последнем отчете *Global Finance* Соединенные Штаты не попадают даже в первую десятку стран, где их больше всего на душу населения. Обычно самая высокая концентрация домохозяйств с активами свыше \$10 млн наблюдается в небольших странах с огромными запасами углеводородов или полезных ископаемых – например, Катаре, Кувейте, Норвегии и ОАЭ. Или это страны с высокоразвитым и диверсифицированным финансовым сектором, такие как Люксембург, Сингапур и Швейцария.

Но активный рост заметен и в самых крупных странах. Переживающая бум экономика Китая – вторая в мире по величине – породила множество

миллионеров и мультимиллионеров. За последнее десятилетие число очень состоятельных граждан в стране возросло почти девятикратно. В 2016 г. инвестируемыми активами на сумму не менее 100 млн юаней (примерно \$15 млн) располагали около 120 000 китайцев, а в 2006 г. таких насчитывалось 10 000 человек.

Миллионеры-десятикратники воплощают собой новый предел мечтаний в духе Горацио Элджера<sup>[14]</sup>. Отчасти дело в естественных инфляционных процессах, однако в целом это говорит о том, что в условиях укрупнения и процветания мирового рынка успех на любых уровнях приносит больше плодов тем, кто его достигает. Сейчас эта группа ультрасостоятельных десятикратников устанавливает новый стандарт труднодостижимого успеха, который на протяжении почти столетия определялся простым словом «миллионер».



## **В заключение: приручение микротрендов**

Современный мир находится на жизненно важном перепутье.

Происходящее обескураживает, поскольку микротренды, ставшие сегодня сильнее и влиятельнее, чем когда-либо, одновременно тянут общество в разных направлениях, зачастую диаметрально противоположных. С появлением победителей и побежденных в этих конфликтах уточняются и пересматриваются отношения руководителей и подчиненных. А оптимизм, преобладавший в начале нового тысячелетия, угасает. Вновь возрождаются старые этнические конфликты, ставшие причиной мировых войн прошлого; тем временем технологии становятся настолько же опасными для общества, насколько и полезными для мирового прогресса. Наряду с признаками улучшения мы видим угрозу нового погружения в политический хаос мирового масштаба. И это очень реальная опасность, если не предпринять немедленных действий и не решить очевидные и постоянно усугубляющиеся проблемы.

На примере новых микротрендов сегодняшнего дня мы убедились в наличии неожиданных головокружительных парадоксов:

- Наличие выбора – жизненного, информационного и товарного – на самом деле приводит к тому, что люди делают выбор реже.
- Когда благосостояние общества растет, самым ценным товаром становится информация, а не золото или нефть.
- Искусственный интеллект теоретически может изобрести лекарство от рака – или стать причиной конца света, заслонив собой реальный мир.
- Растущее разнообразие каналов информации позволило медиамагнатам в большей, а не в меньшей степени контролировать то, что мы видим и слышим.
- Из среды стартапов вышли технологические гиганты, которые сегодня вытесняют новое поколение стартапов.
- Свободная демократия подрывает, а не укрепляет некоторые из основных демократических институтов.
- Боты формируют новый тип отношений с людьми, уже не сознающими, что боты – не реальность, а запрограммированные сладкозвучные сирены.
- Рост благосостояния привел к снижению количества браков и падению рождаемости.
- Возможность находиться в постоянном контакте с огромным

количеством других людей привела к тому, что по-настоящему глубоких и устойчивых связей стало значительно меньше.

- До сих пор технологический прогресс создавал больше новых рабочих мест, чем ликвидировал старых, но в то же время он создал глобальное подполье преступников и мошенников.

XXI век продолжается, и многие из описанных нами микротрендов будут и дальше создавать новые надежды для бизнеса и людей. Сегодня при наличии толковых идей, смекалки и упорства любой человек может стать социальным миллионером. Почти каждый может начать собственный бизнес в интернете – для этого потребуются значительно меньший капитал, чем прежде. А облачные технологии стали самым большим подарком для малого бизнеса с момента появления на рынке IBM PC.

Растут и состояния – сегодня уже 10 % американских семей принадлежат к категории миллионеров. Многие из представителей среднего класса могут позволить себе прислугу нового типа, которая будет помогать им в повседневных делах. Становятся демократичнее даже привычные атрибуты роскоши – будь то цифровые портные, черный лимузин на заказ или возможность перелета частным самолетом. Технологии, служившие некогда только богатым, сегодня доступны широким массам и составляют единую сеть, в которой могут общаться все.

Сегодня достаточно нескольких людей с убеждениями и выходом в интернет, чтобы создать политическое движение. Вполне возможно, что всего через несколько лет эти движения придут на смену укоренившимся политическим группам. Мы стали очевидцами того, как за десять лет движение в защиту нелегальных иммигрантов выросло из нишевого протеста в одного из главных участников политической дискуссии наших дней.

Минувшее десятилетие человечество занималось тем, что выстраивало информационные потоки, устанавливало глобальные коммуникации через мобильные устройства и цифровизацию сферы досуга и развлечений. В следующие десять лет в центре внимания будут в основном большие данные, искусственный интеллект и прямое подключение технологических устройств к человеку. Хотя автоматизация представляет угрозу занятости, технологии создают новые рабочие места на самых разных уровнях – от водителей погрузчиков на складах Amazon до инженеров, проектирующих беспилотные автомобили в Tesla Laboratories. На наших глазах могут исчезнуть самые монотонные и угнетающие виды работ, состоящие из бесконечного повторения одних и тех же операций.

Прогресс заметен и в многолетней борьбе с болезнями – все чаще люди побеждают рак, а не становятся его жертвами. Мы находимся на пороге прорывных решений, которые позволят людям видеть, слышать и передвигаться лучше, чем когда-либо прежде. Среди нас живет невиданно большое число людей в возрасте за 90, и не за горами то время, когда и столетний возраст станет обычным явлением. Диеты и физические нагрузки оказались действительно полезными для здоровья, хотя в конечном счете выяснилось, что пища героев – это протеины, а не злаковые.

Развлечения и знакомства сегодня выглядят совершенно иначе: их революционизировал интернет, и нескольких кликов может быть вполне достаточно, чтобы начать встречаться с человеком. Свои развлекательные мероприятия есть даже у нердов.

Период холостой жизни стал длиться дольше, что вернуло городской жизни ее динамизм и яркость. Большие города стали новыми «плавильными котлами», самым непредсказуемым образом объединяющими миллениалов, прибывающих иммигрантов и людей, лишенных предрассудков в части брака и отношений. Эти городские жители идут в авангарде общественных трендов, как здоровых, так и не очень, но в любом случае питающих нашу культуру.

Разумеется, многие из этих перемен порождают противоборствующие тренды: граждане старших поколений и жители глубинки, чей образ жизни подорван глобализацией и технологическими новшествами, восстанавливают свои позиции во власти и отстаивают свои жизненные ценности.

Я хочу отметить, что, с моей точки зрения, восстановление позиций во власти групп, ощущавших себя выброшенными из экономики и культуры страны, – это победа демократии, а не ее поражение.

Проигравшие не могут вечно кричать в газетных заголовках «Выборы сфальсифицированы!», как в фильме «Гражданин Кейн». Старшие поколения избирателей и сельские жители, которые в условиях новой экономики считали себя лишними людьми, вновь показали свою политическую силу, проголосовав за Дональда Трампа – первого серьезного кандидата в президенты, выступившего в их поддержку за многие десятилетия. Они ощущали себя выброшенными на обочину, и их победа возвращает страну к истокам многих проблем нашего общества. Демократия и заключается в том, что избиратели могут высказаться за отмену принятых решений (в том числе в области международной торговли, контроля над огнестрельным оружием и иммиграции – согласны

вы с этим или нет), а в будущем проголосовать за возврат к ним. Намного больше проблем возникает, когда проигрывающие поднимают шум по поводу каждого своего поражения.

Все проводимые мной опросы общественного мнения показывают, что страна крайне разобщена. И в то же время, когда я задаюсь вопросом о том, хотят ли люди, чтобы политические силы достигли принципиального согласия, 90 % респондентов в совместном опросе Центра изучения американской политики (CAPS) Гарвардского университета и Harris Poll отвечают, что ждут от политиков именно этого. Ко всему прочему, мы живем в стране умеренных взглядов, где к либералам относит себя лишь четверть избирателей. Я верю в то, что наши политики вновь сумеют нащупать компромиссное направление. Возможно, сейчас нас чересчур кидает то влево, то вправо, но, думаю, со временем все вернется в русло центризма.

Заглядывая в будущее, мы можем заметить тревожные признаки дальнейшего конфликта трендов, микротрендов и могущественных общественных сил. Не исключено, что роль и место человечества на планете будут полностью переосмыслены в результате роботизации, но в сочетании с ИИ она же может стереть нас с лица земли и превратить научную фантастику в научную реальность. Переориентация во власти вследствие выборов 2016 г. стала сигналом о том, что перемены, хорошо подходящие образованным и не слишком религиозным людям, оставляют за бортом остальных. Увязшая в словесных баталиях политиков система не в силах найти оптимальный курс, которого хочет подавляющее большинство.

Парадоксы, о которых рассказывается в этой книге, помогают понять, почему современная жизнь выглядит настолько запутанной. Они же указывают на то, что по ходу движения нам понадобятся корректировки курса, чтобы оставаться на пути свободы, открытости, инноваций и успеха.

Сегодня мы гораздо лучше, чем десять лет назад, понимаем, что происходит правильно, а что может пойти не так. Это понимание должно помочь нам построить план действий, который сделает информационную эру благоприятным временем для каждого. Прогрессивные перемены начала 1900-х гг. были реакцией на перекосы эпохи индустриализации, и сегодня нам требуется вмешаться в происходящее еще раз – не чтобы ограничить инновации и свободу предпринимательства, но чтобы создать для них плодородную почву.

Во многих отношениях бизнес наших дней на удивление чутко реагирует на изменения рыночной среды и новые тренды, но власти

оказались застигнуты врасплох и не успевают за переменами в экономике. Им никак не удается создать хоть какие-то структуры, способные достаточно быстро откликаться на происходящее и то, что еще может произойти. В этом отношении им и нам предстоит сделать очень многое.

Вот несколько практических соображений относительно того, что нужно изменить.

### ***Перестать вариться в собственном соку***

Возможно, важнейшей из проблем, порожденных информационным обществом, является то, что расширение выбора в любой области – будь то новостные каналы, работа, еда или воспитание детей – все чаще оборачивается отказом людей от выбора. Наверное, исправить такое положение дел будет труднее всего. Американцы находят то, что их устраивает, и замыкаются на этом, причем их мнение может отличаться от мнения остального мира. Принимая одно и то же решение раз за разом, они окончательно к нему привыкают.

Кроме того, ущербным является сам подход под девизом «Дайте людям то, что они хотят»: увидев нечто новое, эти люди могут *переменить* свой взгляд на вещи. Большие консалтинговые компании убеждали телекоммуникационного гиганта AT&T в том, что сотовые телефоны никогда не станут массовым явлением. Говорилось, что это не более чем нишевой продукт. Почему? Просто в расчет не принималось, что люди могут измениться.

Чтобы перестать вариться в собственном соку, надо прежде всего дать людям понимание происходящего и того, что они – жертвы навязанных им узких представлений о действительности. Пора начать финансирование научных исследований этого феномена и разработок надежных альтернатив. Чтобы извлечь американцев из их коконов, нам необходима всеобъемлющая культурная программа, и этот вопрос нельзя решить на уровне законодательства.

Потребуется новые каналы, чтобы донести до людей мысль, что мир разнообразнее, чем им кажется. Starbucks может предложить скидки посетителям, пробуящим что-то новое. Нужно запрограммировать Siri и Алекса, чтобы они время от времени задавали вопрос «Давно ли ты пробовал что-то другое?». В приложениях для знакомств нужно предусмотреть дни случайного выбора. Необходимо, чтобы все это стало мантрой культурной среды, если мы хотим изменить положение дел. Какой смысл иметь телефон, способный соединить вас с кем угодно по всему миру, если вы используете его для общения с узким кругом из шести

собеседников?

Наличие проблемы акцентирует способ сбора и использования информации. Суть эффективной таргетированной рекламы в интернете состоит в том, что за человеком следят, чтобы понять, чего он хочет, а потом предлагают именно это и именно тогда, когда ему нужно. Это все равно что торговать попкорном перед входом в кинозал. Можно потребовать, чтобы в алгоритмах был предусмотрен элемент случайного выбора. Например, белый пользователь поисковика из Огайо увидит вопрос «Знаете ли вы, что в Нью-Йорке есть шесть площадок для барбекю?». А трампоненавистница из Нью-Йорка увидит окошко с вопросом «Когда в последний раз вы задумывались об опиоидном кризисе в Огайо?». Это не такая уж безумная идея. Раз уж алгоритмы способны понять, что человек хочет, они могут так же просто вычислить и противоположное желаемому. Цель не в том, чтобы обмануть систему, а в том, чтобы дополнить ее возможностью выглянуть за пределы привычного мира, даже если это покажется некомфортным.

### ***Создать новые этические стандарты***

Следующая огромная опасность – создание технологий, которые невозможно будет контролировать. Чтобы этого не произошло, нужно, как мне кажется, начинать с развития значительно более глубокого понимания этики у разработчиков и инженеров. Необходимо осознать, что эти люди обладают властью в вопросах жизни и смерти и должны приносить не менее важную и твердую клятву, чем у врачей и адвокатов. Некоторое время назад кодекс профессиональной этики предложил Институт инженеров по электротехнике и радиоэлектронике, но он ограничивается банальностями в том, что касается интересов общественности.

Сегодня необходимо значительно четче обозначить основные положения такого кодекса.

- Эксперименты с программным обеспечением, основанным на алгоритмах поведения потребителей, должны быть в максимальной степени прозрачными, их цели и методы во всех случаях должны разъясняться.
- Программное обеспечение, предлагающее человеку сделать выбор или осуществляющее выбор вместо него, должно во всех случаях раскрывать основания, по которым предлагается тот или иной набор решений. Кроме того, оно должно раскрывать, предлагаются эти решения исходя из интересов или выгоды третьих лиц, например

рекламных агентств или бизнесов, или же исходя из интересов пользователя. В некоторых случаях в этой области может потребоваться законодательное регулирование.

- Все сообщения роботов и ботов должны иметь четкую маркировку и сопровождаться постоянными предупреждениями о том, что они генерируются программным обеспечением, а не людьми. Например, во всех случаях, когда служба поддержки клиентов использует бота, а не живого человека, она должна обязательно уведомить об этом потребителя.

- Сибуя Мираи – первый персонаж ИИ, получивший официальный статус жителя Токио. Необходимо отменить его прописку. Его нет в природе. Это всего лишь бот с искусственным интеллектом. Его задача – беззаботно болтать с жителями Токио, чтобы парировать их вопросы. Это было сделано с благими намерениями, но стало первым шагом по пути, конец которого не предвещает ничего хорошего: боты не люди, они не обладают правами человека, а неопределенность в этом вопросе постепенно приведет к преждевременному выводу об их безобидности. Но вспомните «Колосс: Проект Форбина», «Грань», «В поле зрения», «Звездный крейсер "Галактика"», «Терминатор» – все эти фильмы заканчиваются одинаково: полной или почти полной гибелью человечества от рук ботов, ставших слишком многочисленными и всемогущими. При всей фантастичности подобных сценариев не стоит игнорировать такие риски в реальной действительности.

- Когда затрагиваются вопросы жизни и смерти, программное обеспечение (за исключением используемого полицией и армией) должно всегда отдавать приоритет безопасности человека, а полная иерархия приоритетов должна быть открытой. Запрещается разрабатывать программное обеспечение, использование которого создает риск для жизни, без четкого предупреждения о наличии такого риска.

В ближайшие годы это станет еще более важным, особенно в части, касающейся беспилотных автомобилей. Вы движетесь со скоростью 65 км/ч, и вдруг на дорогу перед вами падает башенный кран. Ваш «шофер» начинает считать варианты: въехать в кран – значит убить вас и разбить машину; резко уйти вправо – значит спасти вас и машину, но убить пешехода; резко повернуть влево и врезаться в дорожное ограждение – остается риск для вашей жизни, машина не погибнет, но дорожному ограждению будет нанесен ущерб на \$200 000. Ответственных лиц нет,

есть только просчитывающий варианты компьютер, которому предстоит сделать выбор – и чем он будет обоснован? Что важнее сохранить – вашу жизнь, машину или общественное имущество? А что бы вы сделали, будь сейчас за рулем? Имеет ли право машина сохранить вам жизнь ценой жизни пешехода? А если вы запрограммировали ее именно так, то какую ответственность несете?

Все это намного сложнее, чем может показаться, и вопрос о том, как принимать решения, когда речь идет о жизни и смерти, очень скоро остро встанет перед нами.

Сегодня наше законодательство намного более детально регулирует появление актера в рекламе, чем создание и продвижение на рынке бота, который изображает психолога. В подобных вопросах у нас нет ни достаточного практического опыта, ни распорядительных полномочий для введения ограничений в масштабе страны. Тем не менее технический прогресс диктует необходимость быстро вводить, изменять и даже отменять нормативные акты по мере необходимости. Из этого следует, что в вопросах прозрачности и этичности компьютерных программ нам нужен аналог Федеральной торговой комиссии, который будет проводить в жизнь соответствующее законодательство. Когда на кону миллиарды долларов, нельзя надеяться на добровольное соблюдение этических норм.

Нам придется разобраться в вопросе дронов и более общей проблеме роботов-солдат. Нужно отменить законы, предписывающие использовать дронов только в поле зрения оператора, но для начала нужно обеспечить безопасность и ввести разумные меры регулирования их движения в небе. С учетом повышенного риска, который несут эти новые изобретения, могут понадобиться лазеры для уничтожения дронов. Что касается роботов-солдат, следует подумать об их запрете международными конвенциями – так же, как были запрещены противопехотные мины. Если убрать с поля боя людей, появится опасный соблазн использовать роботов против соседних стран или собственного народа. При отсутствии запрета на них роботы-солдаты и роботы-полицейские могут представлять собой исключительную опасность для общества, намного большую, чем химическое оружие. Они – оружие массового уничтожения, и относиться к ним следует именно так.

Конечно, технологические компании предпочитают окутывать свои алгоритмы, процессы и операции завесой тайны. Но если мы и впредь хотим полагаться на такие системы и позволять горстке компаний плотно контролировать огромную часть интернета, нам следует добиться компромисса по этим вопросам.



## *Реформировать распространение новостей*

Интернет внес огромную сумятицу в работу средств массовой информации. Местные газеты обанкротились. Общенациональные издания сперва испытывали серьезные проблемы, но постепенно вновь обретают почву под ногами. Появились новые информационные агентства. Интернет-платформы осознали, что людям интересны новости и информация, а не только спорт и развлечения. Они начали распространять их на разных платформах, дополняя контент пользователей, которые делятся новостями в социальных сетях. Однако все это происходило настолько стремительно, что мы полностью забыли о том, насколько тщательно рассматривались вопросы владения теле- и радиовещанием, когда эти технологии были новыми. Когда Facebook занялась новостями и в мгновение ока стала их крупнейшим распространителем в свободном мире, никто не проанализировал политические последствия этого шага.

Затем Facebook применила алгоритмы, призванные доносить до человека те новости, которые его интересуют в первую очередь. Так что, если вам не нравится Трамп, алгоритм будет радовать вас все новыми и новыми материалами антитрамповской направленности. Человек сам навешивает на себя ярлык и замыкается в тесном информационном мире – об этом писалось выше.

Это сильно отличается от того, как были устроены газеты прошлого: группа талантливых редакторов размещала заметки в верхней или нижней части страницы, руководствуясь собственным мнением. Читатели видели не то, что им нравилось, а то, что редакторы считали важным им сообщить. Люди проводят в Facebook 42 % времени, посвященного интернету, он заменяет собой сотни газет и телеканалов и является беспрецедентным по масштабу распространителем новостей. Сначала компанию обвиняли в левом уклоне ее новостной ленты, потом – в правом, и она старалась применять различные алгоритмы. Кажется, ничего из этого не получилось. Получиться и не может, поскольку сегодня Facebook – главное средство массовой информации в стране, которая больше не желает видеть однотипные новости или те, что отобраны элитами на совещаниях в Сан-Франциско или Нью-Йорке.

Я предлагаю поправить это исходя из того, что нам следует воспринимать огромные технологические платформы с миллиардами пользователей так же, как телевидение и радиовещание: это части общественного пространства, которые должны распределяться так, чтобы обеспечить свободную рыночную конкуренцию без доминирования.

Facebook (равно как и Google) может самостоятельно создать десяток официальных новостных каналов, а затем продать права контроля над каждым из них с аукциона. Это могут быть пятилетние франшизы, и таким образом различные группы будут управлять ими в своих целях и исходя из своих позиций. Тогда пользователи Facebook смогут выбирать, какой канал им смотреть. Это позволит сохранить Facebook в качестве сервисной платформы и вывести компанию из издательского бизнеса. Каждый новостной канал получит равные возможности для рекламы и продвижения, а средства, полученные от рекламодателей, будут делиться между Facebook и ее франчайзи.

Такое решение защитит наши основные свободы, не жертвуя правом потребителя на выбор. Кроме того, это убавит возможностей всем, кто принимает решения относительно новостей, что очень важно в эпоху, когда переход на другую платформу нельзя назвать разумной или равноценной альтернативой, поскольку некоторые из них обрели огромную власть над людьми. В обмен на то, что мы пользуемся платформой Facebook, мы можем избавить компанию от ответственности за контент, возложив ее на редакции новостных каналов.

Такой же подход может быть использован и в отношении некоторых других типов информационных сервисов. Конфликт между Google и Yelp длится уже не первый год. Его причина в том, что Google может использовать свой поисковик для продвижения собственных объявлений и рекомендаций. В числе некоторых других эта ситуация обратила на себя внимание регулирующих органов в Европе, но не в США. Тем не менее сочетание непрозрачности процессов и огромной экономической силы диктует необходимость переосмыслить суть антимонопольного законодательства: оно должно пресекать потенциальные нарушения прав потребителей, часто остающиеся незаметными или непонятными для них.

### ***Еще больше ограничить сбор данных***

В прошлом вы забрасывали свое грязное белье в химчистку по дороге на работу, и только ее хозяин знал, что оно собой представляет. Отвозивший вас таксист узнавал, где вы работаете, но оставлял это знание при себе. Вы заглядывали в магазин, чтобы прихватить пончик и кофе, и только продавец знал ваши предпочтения в еде. Сегодня вся личная информация может быть собрана в одном месте, и одна-единственная компания может знать все о вашем белье, месте жительства и вкусах. Именно концентрация всей этой информации в каких-то одних руках делает ее в высшей степени полезной для бизнеса, а человека – в высшей

степени уязвимым.

Сегодня все это делается тайно. Обрывочные сведения у нас есть, но всей картиной мы не владеем. До тех пор пока я, работая в Microsoft, не указал на это в рамках кампании Scroogled, никто не отдавал себе отчета в том, что Google на протяжении шести лет сканировал электронную почту людей и анализировал ее содержание, чтобы определять, какую рекламу им показывать. Переписка с врачом превращалась в рекламу медикаментов. Вы полагали, что вскрыть вашу почту можно только при наличии судебного приказа, а в это время ее всю читали, копировали и анализировали – поэтому-то вы и получили бесплатный электронный ящик.

Нельзя продолжать мириться с наличием тайной системы сбора данных, которая постепенно сводит на нет понятие неприкосновенности личной жизни. Необходимо вернуть контроль над информацией о человеке ему самому. В этом отношении европейское законодательство значительно строже нашего, но даже оно не достигает степени строгости, необходимой в свете того, что ждет нас в грядущем десятилетии.

Некоторые просто говорят: «Ну и ладно, все равно с былой приватностью покончено». Однако информация – ракетное топливо всей отрасли высоких технологий и искусственного интеллекта, и лучший способ притормозить ее и предотвратить возможную катастрофу – обеспечить контроль над сбором данных и прозрачность их использования. Вас должны подробно информировать каждый раз, когда ваша информация передается третьим лицам; скрытый централизованный сбор всех личных данных необходимо свернуть, а для начала – предать гласности. Люди должны иметь возможность самостоятельно собирать и продавать информацию о себе. Концепция «информационной банки», в которой накапливается вся пользовательская информация, уже тестируется в Гарвардском университете. Она позволяет переосмыслить экономическую сторону отношений потребителя с интернет-гигантами.

Совершенно очевидно, что стандарты безопасности нужно повысить, а бизнесу, возможно, придется предложить платные варианты обслуживания потребителям, желающим получать тот же сервис на непубличных условиях. Я полагаю, что большинство потребителей все равно предпочтет бесплатный вариант, хотя многое может измениться, когда люди узнают всю правду и осознают масштабы происходящего. В 1970-х гг. 60 % потребителей соглашались на публикацию своих номеров в телефонной книге, а 40 % ежемесячно платили за то, чтобы не фигурировать в ней.

Кроме того, нам необходимо избавиться от фейкстеров. Сейчас на

борьбу с ними направляются значительные ресурсы, усиливаются корпоративные системы безопасности. Чтобы обезвредить фейкстеров, нам потребуется куда более активное участие всего бизнеса и государственных органов разных стран, а возможно, и создание новых международных сил по борьбе с киберпреступностью. Следует задуматься над тем, какого рода жесткие меры принуждения могли бы положить конец этому явлению на всех уровнях – от фальшивых аккаунтов до фальшивых просьб нигерийских принцев.

### *Добавить демократии в нашу демократию*

Очень просто возлагать вину за состояние политики на деньги – но не деньги заставляют кандидатов без конца наскакивать на оппонентов вместо того, чтобы сосредоточиться на своей программе. Такие решения люди принимают сами. Вообще говоря, я согласен с Верховным судом в том, что деньги и политика – не главная проблема наших дней. Несмотря на все недостатки подхода, основанного на первой поправке, только система, в которой можно за деньги опубликовать важную речь, позволяет сместить прочно засевших во власти людей, укрепивших свои политические позиции возможностью раздавать государственные контракты.

В то же время меня больше беспокоит, что негативная реклама, которая поначалу использовалась довольно редко, превратилась в основу массовых политических коммуникаций. 90 % рекламы в президентских кампаниях носит негативный характер, и политики больше говорят о том, против чего, а не за что выступают. Социальные сети эту ситуацию только усугубляют. И хотя я не думаю, что российская реклама в Facebook хоть как-то повлияла на исход президентских выборов, история с ней наглядно демонстрирует, как работают противоречивые послания в интернете и насколько просто использовать их, чтобы сеять распри. Хотите кликов, хотите денег – ступайте травить кого-нибудь.

Как показывает рост числа избирателей от диванной партии, слишком многие люди оставались за бортом политической системы и слишком много усилий тратилось на привлечение радикально настроенных избирателей вместо того, чтобы объединять народ под общими лозунгами. Из-за роста могущества политических партий и лиц, контролирующих эти структуры, многие элементы нашей электоральной инфраструктуры развивались бессистемно.

Вот что нам нужно сделать.

- Организовать всеобщую регистрацию избирателей, начав с выдачи

регистрационной карточки избирателя всем гражданам при рождении или в день натурализации. Существующая система представляет собой полный бардак. Чтобы избежать фальсификаций и учитывать возможные переезды избирателей, нужна централизованная идентификационная система и база данных об избирателях, позволяющая людям направлять документы о штате, в котором они проживают, примерно так же, как они делают это, чтобы получить паспорт. Нам нужна общенациональная система удостоверений личности: их наличие может оказаться крайне важным на выборах, в путешествии и даже при входе в офисное здание. Это самое лучшее и простое решение.

- Очное голосование надо оставить тайным, при этом дав людям возможность голосовать другими удобными способами в удобное им время. Голосование в интернете грозит катастрофой, поскольку его безопасность сомнительна, а за голосующим могут подсматривать. Но я думаю, что банкоматы можно превратить в безопасные терминалы для голосования с использованием персонифицированной карточки избирателя. Голосование должно начинаться со вторника и продолжаться вплоть до окончания выходных. Я не стал бы рекомендовать досрочное голосование, которое стало модным, поскольку в таком случае люди не успевают услышать все предвыборные доводы и руководствуются собственным мнением, тогда как последние недели предвыборной борьбы бывают наиболее информативными.

- Покончить с кокусами и заменить систему номинаций единой системой праймериз, проводящихся по всей стране, причем первый штат, в котором они проходят, определяется лотереей, чтобы не допускать системного преимущества. Кокусы – исключительно низкопосещаемый, недемократический институт, которому не место в современной демократии. Свистопляска по поводу контроля команды Клинтон над съездом Демократической партии в 2015 г. может подстегнуть требования необходимых реформ в этой части, которые позволят избавиться от суперделегатов в обмен на избавление от кокусов. Это принесет по очку левым и центристам и два – всей стране.

- Предвыборная агитация в интернете или на телевидении должна проходить предварительное согласование, как это всегда делается в отношении телевизионной рекламы.

- Возможно, Доктрина справедливости<sup>[15]</sup> отжила свое, но полный отказ от нее в отсутствие чего-либо подобного в публичном пространстве (в эфире или интернете) показал себя отнюдь не с лучшей

стороны. На самом деле существуют веские доводы в пользу того, что отказ от этой меры действительно сопровождался разделением новостей на кластеры и появлением возможности воздействовать на узкие группы зрителей на основе их политических воззрений. Нельзя повернуть время вспять, но эта проблема нуждается в решении, и возврат к ограниченным мерам контроля над соблюдением общественных интересов может стать хорошим первым ходом.

### ***Делать больше для поощрения брака и деторождения***

Иммиграция должна дополнять, а не подменять собой рождение и воспитание детей в одной из лучше всего приспособленных для этого стран мира.

Чем успешнее и образованнее становятся люди, тем чаще они либо вообще избегают брака (см. «Холост / не замужем»), либо начинают жить в открытом браке. Это прекрасный выбор для тех, кто делает его осознанно и целенаправленно. Но будущее любой достойной страны и культуры зависит от поддержки семьи и возможности пустить корни.

Мои родители – выходцы из семей иммигрантов, и из небольшой группки мы выросли в Америке в умеренных размеров клан. По-моему, лет 50 назад считалось, что к сегодняшнему дню Америка будет перенаселена настолько, что ей следует перенять у Китая политику «одна семья – один ребенок». Все вышло наоборот: Китай отменил эту меру, а нам надо делать больше, чтобы поощрять всех обзаводиться детьми. Сделанного до сих пор оказывается недостаточно на фоне необходимости работать, стремления к успеху и комфорту. Потребуется не только расширить налоговые льготы, но и стимулировать рождение детей культурными мерами. Необходимо привести законодательство в области отпусков по уходу за детьми и семейным обстоятельствам в соответствие с европейскими стандартами. Во сколько бы нам ни обошлись подобные меры, для неуклонно стареющей нации они окажутся бесценными.

### ***Привести новую экономику в каждый регион***

Хотя мы начали заниматься этим в 1990-х, задача распространения новой экономики на все регионы страны, в первую очередь на Средний Запад, осталась невыполненной. Неудачные попытки стимулировать создание новых рабочих мест и источников заработка в значительной степени усилили разногласия между избирателями от старой экономики и технологической и финансовой элитой.

Чтобы стимулировать развитие занятости в новой экономике, нам

необходимы общенациональные преференции, например льготы по корпоративным налогам. Нужно оценить каждый штат по доле рабочих мест, относящихся к новой или цифровой экономике, и создать систему налоговых льгот для компаний, перемещающих туда свои операции.

Примерно то же делается в Нью-Йорке для районов города: значительные налоговые преференции предоставляются компаниям, обеспечивающим занятость в пострадавшем от терактов 11 сентября Нижнем Манхэттене, а создание рабочих мест в Среднем Манхэттене не стимулируется вообще. Аналогичный подход можно применить в национальном масштабе к компаниям цифровой экономики, создающим новые рабочие места. Возможно, это будет не очень оправданно экономически, но нам необходимо объединить нацию, а эта проблема остается, может быть, самым серьезным барьером, разделяющим людей, их жизненные ценности и политические взгляды. Высокотехнологичные отрасли будут определять экономический рост и в следующем десятилетии, и, если мы собираемся и впредь оставаться *Соединенными Штатами Америки*, нам нужно сделать технологически ориентированным каждый из штатов. Аналогичным курсом должны пойти и другие страны, сталкивающиеся с подобными проблемами, в первую очередь Великобритания.

Сделать все это еще далеко не поздно.

Технологии определяют рост нашего благосостояния и наше будущее. Многие в них развиваются в невероятно позитивном ключе. Но именно это сочетание технологического прогресса, глобализации, демографии и личных ощущений людей от их жизни за минувшие десять лет во многом нарушило привычный порядок вещей. С одной стороны, это привело к появлению новых Хэзел, и люди теперь могут удовлетворять свои потребности полнее, чем когда-либо прежде. Это же стало причиной появления очагов ожесточенности среди людей, ощущающих себя выброшенными за борт или ущемленными в правах, будь то избиратели от старой экономики или вновь активизировавшиеся представители иммигрантских кругов.

Взаимодействие этих примерно равных сил противоположной направленности, поддержкой которых на протяжении многих лет пользовались правящие элиты, привело к политическому катаклизму. И в то же время рождается новый образ жизни. И молодость, и старость делятся дольше: и относительно беззаботная молодость, и жизнь после ухода на покой. Эти сдвиги стали причиной значительных культурных изменений, которые в сочетании со стремительным технологическим прогрессом

порождают огромный потенциал нестабильности.

Из всего вышесказанного следует, что нам нужно серьезно задуматься об изменениях в сфере технологий, о регулировании бизнеса и маркетинга, реформах в политической системе и направлении ресурсов и власти государства в область, которая не сводится к привычным нам налогам, бюджетным дефицитам и субсидиям.

До сих пор мы выживали, несмотря на существование ядерного оружия, способного уничтожить мир. Ответ на вопрос, хватит ли нам дальновидности и решимости выжить, несмотря на способность интернет-эпохи уничтожить каждого из нас, остается несколько туманным. Когда я сидел рядом с президентом Клинтоном на празднествах в честь начала нового тысячелетия, подобный вопрос вызвал бы у меня смех. Сегодня, почти два десятилетия спустя, я скорее склонен бить тревогу по поводу того, не станет ли следующая серия микротрендов последней в истории человечества. И тем не менее я считаю, что еще не поздно очнуться и вновь попытаться приручить силы, порожденные микротрендами, меняющими мир прямо сейчас.