

Е.П. Савельева

НОВЫЕ ГРУППЫ ПРОФЕССИОНАЛОВ В УСЛОВИЯХ МОБИЛЬНОГО СЕТЕВОГО ОБЩЕСТВА

Статья посвящена вопросам дифференциации «новых» профессионалов (фрилансеров и аутсорсеров). В условиях перехода от сетевого общества к мобильному сетевому обществу особую значимость приобретает не столько сама мобильность (мобильности), сколько способность к созданию и удержанию связей и контактов. Приоритетным становится понятие сетевого капитала (Дж. Урри), выделенное по аналогии с социальным капиталом П. Бурдьё. Однако сейчас речь идет о возникновении еще одной дополнительной формы — мобильного капитала. Его «носителями» выступают фрилансеры и аутсорсеры, отличающиеся от традиционных внештатных работников и телеработников. Фриланс и аутсорсинг имеют двойственную интерпретацию. С одной стороны, это единый процесс, рассматриваемый с позиций различных агентов. С другой, это две практики трудового взаимодействия, отражающие степени градации от абсолютного к свободному найму.

Ключевые слова: *мобильность, мобильности, сеть, сетевой капитал, мобильный капитал, мобильный контент, фрилансер, аутсорсер, телеработник.*

Key words: *mobility, mobilities, network, network capital, mobile capital, mobile content, freelancer, outsourcer, teleworker.*

Понятие мобильности всегда было одним из ключевых в социологии. Преимущественно использование данного термина подразумевало не физическую, а социальную мобильность, межпоколенную мобильность, т. е. изменение социального статуса индивида, что подробно описано в работах Питирима Сорокина. Однако в последние двадцать лет в связи с быстрым развитием технологий появляется новая трактовка мобильности, где приоритетным становится физическое перемеще-

ние и та свобода, которую мы приобретаем благодаря многочисленным электронным устройствам.

Мир последнего десятилетия невозможно представить без телекоммуникационных технологий, доступа в Интернет, сетей виртуального общения, микроблогов. Отсутствие, недоступность или сознательный отказ от подобных сервисов превращает людей, а порой и целые регионы в своеобразных информационных аутсайдеров. В настоящее время до конца не ясно, какова будет реакция общества на стремительные изменения, и этот вопрос представляет интерес не только для социологии. Одно из ярких подтверждений — проект «Третий глаз» нью-йоркского художника Вафа Билала, помимо прочего наглядно представляющий последствия вездесущих технологий.* Сочетание мобильности и телекоммуникационных технологий не только дает новые возможности, но и преобразовывает саму структуру общества, делая ее мобильной. Результаты подобной трансформации весьма очевидны в сфере взаимоотношений работников и работодателей: существование новых форм организации труда и найма (например, через Интернет), переосмысление концепции традиционного офиса и рабочего места (телеработники), а также возникновение «новых» групп профессионалов, таких как фрилансеры, аутсорсеры.

Мобильности (Дж. Урри)

Определить мобильность одновременно легко и сложно. Безусловно, в самом широком смысле, мобильность — любой вид перемещения. Тем не менее, перемещения очень разнообразны, поэтому такое общее объяснение недостаточно. Джон Урри, социолог, автор работ, посвященных туризму, путешествиям, развитию автомобилизма, предложил собственную трактовку мобильности, а точнее мобильностей.** Он разрабатывает «новую парадигму мобильностей» (*new mobilities paradigm*), основное отличие которой заключается в сосуществовании сразу нескольких видов мобильности (Urqu 2009: 18). Мобильность более не единична и универсальна, как это было прежде, теперь они разные, а значит, соответствуют различным целям.

Теоретическую основу данного подхода составили взгляды Георга Зиммеля, одним из первых предложившего различать социально-пространственные модели мобильности (*Ibid*: 21). Развивая настоящее положение, Дж. Урри выделяет, как минимум, **пять видов взаимосвязанных мобильностей** (*Ibid*: 47):

* Подробнее см. www.3rdi.me.

** Подробнее см. (Urqu 2009).

- 1) *телесное перемещение* людей в условиях пространственно-временных моделей;
- 2) *физическое перемещение* объектов к производителям, потребителям и продавцам, сюда включается отправка и получение подарков;
- 3) *воображаемое путешествие*, достигаемое за счет просмотра изображений каких-либо мест, с помощью телевидения и мультимедиа;
- 4) *виртуальное путешествие*, происходящее в реальном времени и позволяющее преодолеть географические и социальные границы;
- 5) *коммуникативное путешествие* посредством обмена сообщениями, факсами, текстами, письмами, телефонными звонками.

Особое место в концепции уделено окружающим нас предметам. Предлагается следующая классификация объектов с точки зрения мобильности: «зафиксированные на месте (железнодорожное полотно), временно стационарные (машина, стоящая в гараже), портативные (книги), закрепленные на теле (часы), протезы (кардиостимулятор, мобильный телефон), являющиеся частью мобильной системы (машины, самолеты) или состоящие из кода (стиральная машина)» (Ibid: 45).

Однако это не единственный возможный взгляд. Например, М. Кастельс, говоря о мобильности, интерпретирует ее в рамках сетевого общества и, в первую очередь, касается беспроводной коммуникации и мобильного телефона, в связи с чем мобильность «вырастает» именно из пользования этим технологиями, хотя ими не ограничивается (подробнее см.: Castells, Fernández-Ardèvol, Qiu, Sey 2007). И именно поэтому в последней версии его теории речь идет не просто о сетевом обществе, а о мобильном сетевом обществе.

Итак, мобильность приобретает разнообразие и многогранность. Теперь можно говорить не только о мобильности людей или предметов, не только о мобильности как использовании сотового телефона, но и о наличии структуры самой мобильности, которая становится своеобразным синонимом свободы выбора.

Сетевое общество vs мобильное сетевое общество

Вспомним, что первоначально понималось под сетевым обществом: «...общество, социальная структура которого состоит из сетей, управляемых информационными и коммуникационными технологиями на микроэлектронной основе. Под социальной структурой я понимаю организованное устройство индивидов в отношении производства, потребления, повторного воспроизводства, опыта и власти, выраженное в значимой коммуникации, закодированной культурой. Сеть — набор взаимосвязанных узлов» (Castells 2004: 2). С этой точки зрения, любая организованная структура может быть представлена как сеть. Однако постоянное развитие теле-

коммуникационных технологий оказало свое влияние, в результате чего была предложена обновленная версия сетевого общества — *мобильное сетевое общество* (mobile network society) (Castells, Fernández-Ardèvol, Qiu, Sey 2007). Используя данные эмпирических исследований, М. Кастельс и другие авторы проекта выделили основные тенденции, наиболее существенными из которых в рамках данной работы являются следующие:

- 1) «пионеры» мобильного сетевого общества — молодежь, которая с высокой долей вероятности перенесет и применит в будущем накопленный опыт и практики (Ibid: 245–247);
- 2) *безопасная автономность* (safe autonomy), позволяющая каждому индивиду иметь свои собственные, автономные коммуникативные практики взаимодействия, при постоянной личностной поддержке и сохранении контакта с близкими (Ibid: 247–248).
- 3) постоянная и вездесущая *связанность* или *соединяемость* (relentless connectivity), ставшая ведущей характеристикой мобильной коммуникации, по сравнению с собственно мобильностью (Ibid: 248).

Здесь следует сделать небольшую ремарку относительно перевода термина. Предпочтительнее будет использовать англоязычное словосочетание — *коннективность* — поскольку авторы имеют в виду все же нечто большее, чем просто связь с кем-то, скорее акцент делается на поддержании этой связи. Значит, в данном случае подобное заимствование оправдано. Что касается приоритета коннективности по отношению к мобильности, этот вывод представляет наибольший интерес. По мнению М. Кастельса и его коллег, подобная тенденция наблюдается вследствие изменения пространственных характеристик использования мобильных телефонов. Ссылаясь на исследование Л. Фортунати, авторы отмечают, что большая часть звонков совершается с мобильных телефонов из фиксированных, стационарных мест (дом, работа), т. е. мобильность фактически уступает место возможности постоянно оставаться на связи. Подчеркивается, что соотношение этой тенденции с развитием технологий и Интернета приводит к утрате осознания локальности и глобальности коммуникации, возникновению нового пространства, «которое является локальным и глобальным одновременно» (Ibid: 173–174). Именно поэтому мобильность в понимании М. Кастельса не так приоритетна, как в понимании Дж. Урри. Интересно, что данная идея находит подтверждение и в иных исследованиях. Так, феномен превосходства связей над собственно мобильностью может быть описан и при помощи *встречайности* (meetingness), т. е. не просто общения, но его качества и условий, в которых оно происходит. «Изучение мобильностей предполагает, что важно не абсолютное количество связей, которыми

обладает человек... Скорее встречаемость — общение, написание, отправка электронных сообщений, путешествия и визиты — самая важная составляющая природы сетей. И хотя люди могут иметь представление о ком-то через краткую цепочку знакомств, это менее результативно, по сравнению с тем, если бы они иногда встречались лицом к лицу, общались по телефону, обменивались сообщениями. Для сетей существенны формы и характер встреч и, следовательно, путешествий, с целью установления и удержания связей или их временного цементирования... Социальные сети рождаются и поддерживаются при помощи разнообразных практик сетевого взаимодействия: электронная почта, рассылка сообщений, создание текстов, распространение слухов, проведение мероприятий, пара слов при случайной встрече, посещение конференций, приемов, болтовня за чашкой кофе, пропущенный в баре стаканчик и множество часов, проведенных в дороге, в поездах, в воздухе, чтобы увидеться с партнерами по бизнесу, клиентами, переехавшими друзьями, членами семьи, коллегами и супругами» (Larsen, Urry, Axhausen 2006: 19–20).

Следовательно, мобильность постепенно отходит на второй план, уступая место коннективности и встречаемости*.

Рассмотренные выше понятия сети, сетевого общества и мобильностей дают возможность представить структуру современного общества следующим образом: люди, которые испытывают на себе мобильность и одновременно являются ее инициаторами; мобильные объекты, перемещающиеся или перемещаемые в пространстве; технологии, обеспечивающие постоянную связь и мобильность.

Следовательно, возникает сеть, в узлах которой находятся люди, объекты и технологии, функционирующая по сетевым законам, при постоянном воздействии мобильностей, служащих катализатором, движущей силой, условием существования.

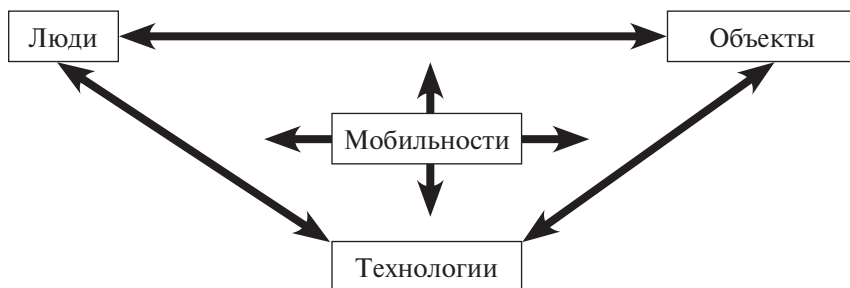


Рис. 1. Современное общество как социальная сеть

* В данном случае предлагаются именно такие переводы указанных терминов, в виду отсутствия устоявшихся вариантов.

«Мобильное» время

Справедливо будет еще раз подчеркнуть, что каждый из компонентов сети может быть охарактеризован как мобильный. При условии, что люди, объекты и технологии подвержены мобильности, понятия пространства и времени должны испытывать на себе схожую трансформацию и интерпретироваться как мобильные.

Данный переход уже отражен в понятиях *пространство потоков* (space of flows), «другой вид пространства, состоящий из соединенных сетями мест, в которых происходит коммуникация» (Castells, Fernández-Ardévol, Qiu, Sey 2007: 250), и *вневременное время** (timeless time), «сформированное в результате компрессии времени и непоследовательности практик, достигаемых при помощи многочисленных заданий» (Ibid: 250). Кроме того, в научный обиход уже вошло понятие *мобильных времен* (mobile times) Н. Грина, который утверждает, что «связи между мобильным пространством и временем, выраженные во множественных неоднородных местах и ритмах, носят непостоянный характер и не оказывают на всех идентичное воздействие» (Ibid: 175).

Время также трактуется с позиции сетей и коммуникации, в результате чего возникли понятия *гибкого сетевого времени* (flexible network time) (Larsen, Urry, Axhausen 2006: 111) и *оговоренного «сетевого» или текучего времени мобильных коммуникаций* (negotiated 'network' or fluid time of mobile communications) (Urry 2009: 173). По сути, это обобщенные термины, используемые по отношению к одному и тому же явлению. Как пишет Джон Урри, современные люди более не желают считаться с прежним понятием времени. Коммуникационные технологии, и в особенности мобильные телефоны, дают возможность подчинять время своему расписанию. Иными словами, отныне мы имеем возможность координировать свои действия прямо на ходу, а значит, с некоторых пор спокойнее относимся к опозданиям, если предварительно успеваем предупредить об этом (Ibid: 172–173). Как ни глобально это звучит, но отныне мы имеем некоторую возможность управлять временем, а не подчиняться ему. Однако при этом отмечается и чрезмерная зависимость от коммуникативных устройств, поскольку в данном случае они выступают ключевым элементом.

Сетевой капитал (Дж. Урри) vs мобильный капитал

Итак, вездесущая мобильность влечет за собой изменение социальной структуры общества, времени и пространства, способов их измерения и восприятия. Сеть, в узлах которой находятся люди, объекты и тех-

* Термин введен авторами русского перевода (Кастельс 2000).

нологии, удерживается не только за счет мобильности, но и за счет воздействия неких связующих сил, обеспечивающих целостность структуры и позволяющих обмениваться информацией. М. Кастельс использует понятия *сильных и слабых связей и встречайности* для их описания.

Существует и иное объяснение устойчивости сети и взаимодействия между ее узлами: *сетевой капитал* (network capital) Джона Урри. Сетевой капитал возникает как необходимое продолжение социального капитала Пьера Бурдьё. Вспомним, что социальный капитал— это *«совокупность фактических или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием постоянной сетью более или менее институционализированных взаимоотношений взаимного знакомства и узнавания, иными словами, участием в какой-либо группе, которое обеспечивает каждого из членов поддержкой коллективного капитала, “рекомендация”, предоставляющая им доверие в различных смыслах этого слова»* (Bourdieu 1986).

Не менее известно определение Р. Патнэма: «... связи между индивидами — социальные сети и стандарты взаимодействия и надежности, возникающие в результате» (цит. по: Уггу 2009: 198).

Иными словами, социальный капитал подразумевает совокупность неформальных связей индивида. Однако, как пишет Дж. Урри, социальный капитал не в полной мере объясняет взаимодействия в условиях современных сетей. Он отмечает существование дополнительной формы капитала, которую называет сетевой (Ibid: 194). Автор подчеркивает, что мобильности как таковые не являются чем-то новым, новизна заключается в их влиянии и значимости для современной жизни. *«В более общем смысле, мобильности превращаются в отчетливое поле с характерными столкновениями, вкусами и габитусами... Я называю это сетевым капиталом, чтобы подчеркнуть, что лежащие в основе мобильности сами по себе ничего не значат. Ключевыми являются социальные последствия этих мобильностей... Сетевой капитал — это способность создавать и поддерживать социальные отношения с теми людьми, которые не обязательно находятся территориально близко, способность приносить эмоциональную, финансовую и практическую прибыль (хотя это всегда влечет за собой использование объектов и технологий или способов взаимодействия в сети)»* (Ibid: 195–197). Значит, сетевой капитал очень близок к социальному, но имеет ряд весомых отличий, ведущие из которых *дистанционность* или *удаленность узлов друг друга в пространстве* и *заочное присутствие* (co-presence).

Таким образом, помимо социального капитала, сегодня существует еще одна форма — сетевой капитал, и каждый из нас в современных условиях обладает этим капиталом, складывающимся из существующих на расстоянии связей. Вполне вероятно, что мы не до конца осознаем

его присутствие в результате изменения восприятия времени и пространства. Переводя на язык российской действительности, сетевой капитал — это наш аккаунт в какой-либо популярной социальной сети, со всеми нашими виртуальными друзьями, сетевой дневник с сотнями френдов, микроблог, сервисы мгновенного обмена сообщениями, общение по электронной почте — все, что способствует «укреплению» слабых связей. Следовательно, сетевой капитал не исключает существование социального капитала, а дополняет его.

Если сетевой капитал подразумевает так называемые «связи», то средством их поддержания служат мобильные устройства и технологии. Но сама суть возникновения и удержания контакта заключается в информации, которой мы обмениваемся. Пользователи сети как создатели собственного контента (М. Castells) уже никого не удивляют. Любой человек становится «производителем» содержания: информации, комментариев, мыслей, электронных сообщений. Социолог Д.В. Иванов использует специальный термин для обозначения этого явления — *мобильный контент* (Иванов 2007: 57–58). Автор иллюстрирует данное понятие на примере развития линии продуктов компании Apple, «выпустившей в 2001 г. цифровой плеер “iPod”, а в 2003 г. создавшей Интернет-магазин “iTunesStore”, где пользователи плееров могут за небольшую плату скачивать как музыкальные файлы, так и видеофайлы» (Иванов 2008: 70). Отмечается, что все этапы цепочки iPod → iPhone → iPad объединены не только технологиями и брендом, но существованием общего ресурса iTunes, своеобразного «клуба по интересам». И это не просто дифференциация «Apple-пользователей» и «не Apple-пользователей», это вопрос существования еще одной дополнительной формы капитала — **мобильной**. В условиях сети необходим некий узел, материальная точка, с помощью которого осуществлялся вход в сеть и выход из нее. В условиях мобильности, коннективности и встречаемости речь больше не идет о стационарном доступе, предпочтение отдается мобильным ресурсам и устройствам, следовательно, вход может осуществляться из любой точки. *Мобильный капитал — ресурс, функционирующий в условиях мобильности, что обеспечивает свободу перемещения и движения как в символическом, так и в виртуальном пространстве, гарантирующий постоянный и повсеместный доступ к мобильному контенту и поддерживающий сетевой капитал*. Иными словами, мобильный капитал — это любое мобильное устройство (с доступом в Интернет) плюс некий мобильный контент. Введение еще одной формы капитала не исключает существования ни социального, ни сетевого капитала, а лишь дополняет их. Есть основание полагать, что подобное сочетание капиталов присуще не только очевидным агентам мобильности, например, ми-

грантам (Дж. Урри, М. Кастельс), но и новым группам работников — фрилансерам и аутсорсерам.

Новые мобильные профессионалы

Трансформация «сетевое общество → мобильное сетевое общество», появление новых форм капитала предполагает значительное изменение не только структуры самой сети, но и качества отношений внутри нее, в частности, выраженное в «мобилизации» рабочей силы, т. е. людей, профессионалов. Следовательно, происходит мобилизация образа жизни, работы и трудоустройства. В данном случае, новизна не подразумевает новинку, а скорее обращение к ранее не использовавшимся возможностям и способностям агентов сети.

Изменение взаимодействия «работник — работодатель», по мнению М. Кастельса, происходило уже в 1980-е гг. вследствие двух ключевых причин: «индивидуализации труда в трудовом процессе» и «децентрализации рабочих задач и их координации в интерактивной сети в реальном времени» (Кастельс 2000: 255).

Переход от «традиционной» к «гибкой» работе нашел свое отражение в четырех аспектах: изменение рабочего времени, стабильности, местоположения, социального контракта между работником и работодателем (М. Carnou, цит. по: Castells 1996: 282). Гибкая работа более не предполагала постоянного присутствия в офисе компании, отработки положенного количества часов, ключевой становится ориентация на выполнение конкретной задачи. Тогда же появились и первые специальные термины для обозначения новых групп работников: *сетевики-универсалы (networkers)* и *работники с гибким рабочим временем** (*flex-timers*) (Кастельс 2000: 228, 237; Castells 1996: 260, 281).

Однако в научный и бытовой обиход прочно вошло другое понятие — *фрилансеры*.

В России тема фриланса становится все более актуальной в связи с переходом большого количества людей на данную форму занятости. Согласно одной из точек зрения, тенденция объясняется разразившимся мировым экономическим кризисом, массовыми сокращениями и, как следствие, неспособностью компаний поддерживать традиционные офисы и традиционное трудоустройство. Но как уже было сказано, подобное веяние на западном рынке кадров наблюдается уже как минимум 20–30 лет, следовательно, вероятно, кризис усугубил ситуацию, но не послужил первопричиной.

* Термины введены авторами русского перевода (Кастельс 2000).

В первую очередь, обратимся к собственно фрилансерам и смежным с ним понятиям. Фрилансер — «независимый профессионал высокой квалификации, который не состоит в штате организаций и не включен в традиционные трудовые отношения, а самостоятельно реализует свои услуги на рынке различным клиентам, не являясь субподрядчиком единственного заказчика» (Стребков, Шевчук 2009: 9). Особая ремарка делается в отношении фрилансеров как профессионалов: вслед за американской традицией подразумеваются люди, «которые связаны с теоретической и практической деятельностью в таких областях, как наука, искусство, образование, право и деловые отношения, где существенную роль играет высшее образование или обучение соответствующего уровня на практике» (Там же: 8). Авторы Первой всероссийской переписи фрилансеров* Д.О. Стребков и А.В. Шевчук дают более точное определение с учетом влияния телекоммуникационных технологий: *e-lancer* (термин Т. Малюна, Р. Лойбахера), *web-lancer*, *электронный фрилансер* — «это фрилансер, осуществляющий свою трудовую деятельность удаленно с использованием информационно-коммуникационных технологий, или, другими словами, фрилансер-телеработник» (Стребков, Шевчук 2009: 10).

Первая и пока единственная попытка классификации фрилансеров в нашей стране позволила выявить несколько групп: *будущие, начинающие, разовые, бывшие и активные*, последние, в свою очередь, подразделяются на **чистых фрилансеров**, штатных работников, предпринимателей, студентов, домохозяек (Стребков, Шевчук 2010: 48–49).

Конкурентным понятию фриланса, но не исключаящим его можно считать **аутсорсинг** (и соответствующую группу профессионалов — **аутсорсеры**). *Аутсорсинг* — «передача организацией на основании договора определенных бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области». *Аутсорсер* — «специализированная организация класса В2В, поставщик услуг аутсорсинга. Основным признаком аутсорсинговой организации является выделение в бизнесе ключевого процесса оказания услуг, являющихся для других организаций вспомогательными»**.

Англоязычные словари следующим образом описывают аутсорсинг: — «работа по субдоговору — приобретение компанией трудовых услуг внешнего источника, нежели использование внутренних ресурсов компании»***;

* Подробнее см.: (Стребков, Шевчук 2009).

** <http://ru.wikipedia.org/wiki/Аутсорсер>.

*** <http://encarta.msn.com>.

— «соглашение, по которому работа выполняется людьми, или, чаще, другой компанией, выступающей экспертом в конкретной области и привлекаемой вашей организацией со стороны»*.

Очевидно, что имеющиеся определения весьма размыты и акцент в них делается на организациях, а не на отдельных людях. В связи с этим попробуем дать собственное определение аутсорсера как индивида — основного агента. ***Аутсорсер** — профессионал, квалифицированный специалист, эксперт в одной или нескольких областях, обладающий сетевым и мобильным капиталом, привлекаемый организацией для выполнения конкретных видов работ в рамках долгосрочного проекта (длительностью более 1 года), но не входящий в штат данной организации, не вступающий в традиционные трудовые отношения, однако обязующийся подчиняться правилам принимающей организации на протяжении сотрудничества.* В данном случае, как и в определении Д.О. Стребкова и А.В. Шевчука, слово «профессионал» использовано в специальном смысле. Итак, ключевыми здесь являются четыре аспекта: проектная деятельность, т. е. реальное выражение той самой «децентрализации заданий» М. Кастельса, наличие сетевого и мобильного капитала, чаще всего обширного, непринадлежность к организации, невступление в традиционные трудовые отношения. Мотивацией для приглашения стороннего профессионала выступает временная необходимость. Тем не менее, аутсорсинг позволяет установить более тесную связь с принимающей компанией, нежели фриланс. Отсюда и вероятный последующий переход на иные, более традиционные формы работы в этой же организации. При отсутствии резких разграничений между служащими и привлеченными (например, одинаковые требования, одинаковая система бонусов), аутсорсер может полностью ассоциировать себя с предприятием (как штатный сотрудник). Если же он не делает этого, появляется основание одновременно называть его фрилансером. Значит, наиболее важен вопрос самоидентификации привлекаемого профессионала. Необходимо ответить на три вопроса: чем новые формы (фриланс/фрилансинг и аутсорсинг) отличаются от традиционного внештатного сотрудничества? Почему нельзя и дальше пользоваться прежней терминологией, без привлечения заимствований? Чем отличаются фрилансеры и аутсорсеры, если таковые различия имеются?

Фактически традиционное внештатное сотрудничество возникло задолго до «телекоммуникационного бума». Так работали люди творческих профессий: журналисты, переводчики, консультанты, артисты. Внештатное сотрудничество предполагало работу с временными пере-

* <http://www.macmillandictionary.com>.

рывами, но сколь угодно продолжительную и максимально приближенную к традиционной трудовой деятельности, следовательно, степень вовлеченности в подобные отношения была достаточно высока. Не происходило того обезличивания работников и работодателей, которое наблюдается сейчас.

Фриланс, как уже отмечалось, предполагает самостоятельную реализацию услуг, чаще всего без каких-либо трудовых отношений, обязательное и необходимое использование телекоммуникационных технологий и мобильность, гибкий график, подчиненный образу жизни. Существует большая свобода выбора, с кем и на каких условиях человек будет работать, а значит, и условия могут быть максимально выгодными для обеих сторон. Можно говорить о «разовом» характере предоставляемых услуг и ограниченных обязательствах. Происходит почти полное обезличивание работодателей и фрилансеров, вследствие их взаимодействия при помощи телекоммуникационных технологий, что ведет к незащищенности обеих сторон.

Аутсорсинг в первую очередь означает привлечение на выгодных для организации условиях, но не обязательно столь же выгодных для привлекаемого. Обычно он ограничивается рамками проекта, внутри которого работа является более или менее постоянной, следовательно, предполагает больше обязательств, более тесное «срастание» с принимающей компанией. Конечно, обезличивание, как при фрилансе, вероятно (ввиду использования технологий), однако оно будет значительно меньшим, хотя бы по той причине, что компания выбирает, кого привлечь, она ищет вполне конкретного профессионала, а значит, наводит справки, имеет больше представлений о том, с кем сотрудничает. В силу проектного характера деятельности, аутсорсер получает больший доступ к ресурсам приглашающей организации, и хотя его деятельность четко индивидуализирована и ориентирована на задачу, это уже не та «разовость», хотя бы по причине продолжительности взаимодействия. И самое важное: наличие у аутсорсера обширного сетевого и мобильного капитала, который необходимо зарабатывать в неформальном общении, ведь именно он позволяет переходить с проекта на проект, искать новых заказчиков. Примечательно, что и фрилансеры должны обладать такими формами капитала, поскольку фриланс предполагает самостоятельный поиск работы, который во многих случаях производится именно за счет сетевого и мобильного капитала.

Очевидно, что перечисленные характеристики превосходят традиционное понятие внештатной работы. Следовательно, введение новых заимствованных терминов в данном случае вполне оправдано.

Прежде чем перейти к разграничению фриланса и аутсорсинга,

обратимся к еще одной значимой практике — *удаленная работа* (remote work), *телеработа* (telework, telejob), *теледоступ* (telecommuting) (А.В. Шевчук, Дж. Урри). В действительности эти три термина являются наиболее общими, объединяя в себе многочисленные более частные случаи. В большинстве своем, используются англоязычные термины, переводимые на русский кальками: flexiplace, flexible workplace (удаленная работа, гибкое рабочее место), virtual workplace, virtual office (виртуальный офис, виртуальное рабочее место), hot desking (система «горячих столов»), hotelling/hoteling (гостиничная система), motelling/moteling (система мотеля), e-work (работа по Интернету), home work/home working, outwork (надомная работа), home office (домашний офис), task work (урочная работа), putting-out system (надомная система организации труда)*. Некоторые из них можно назвать авторскими, поскольку они появляются в конкретных работах: home-at-work, office-on-the-run (М. Кастельс, Дж. Урри).

Наиболее точно сущность этих явлений определяется следующим образом: *«эти термины описывают работу на расстоянии, вне традиционного рабочего места (офис), когда связь (передача и получение информации) поддерживается посредством современных коммуникационных технологий»* (Стребков, Шевчук 2009: 9–10). Следовательно, телеработники, активно использующие технологии, получают возможность работать из дома и уходят от концепции традиционного офиса, что роднит их с фрилансерами и аутсорсерами, но фактически остаются штатными сотрудниками, в чем и заключается их основное отличие от свободных профессионалов. Значит, понятие телеработника не эквивалентно фрилансеру и не может заменить его, отражая лишь одну из переходных стадий.

В действительности, дифференциация фриланса и аутсорсинга двойственна по своей сути. С одной стороны, представляется возможным трактовать фриланс и аутсорсинг как единый процесс, рассматриваемый с различных точек зрения. Основанием для этого служит акцент, поставленный в определении. Фриланс всегда трактуется с точки зрения индивида, поскольку именно он является основным агентом. Аутсорсинг, так или иначе, трактуется все больше в пользу организации. Таким образом, для описания одного и того же процесса привлечения стороннего профессионала используется два различных термина. В целом ничто не мешает сотруднику идентифицировать себя как фрилансера, выступая при этом аутсорсером на проекте. Таким образом, это не взаимо-

* Может встречаться иной перевод терминов, в данном случае используются переводы из электронного словаря Abbyu Lingvo.

исключающие практики. Размежевание понятий происходит только на основании позиции, с которой рассматривается процесс трудового взаимодействия.

С другой стороны, как уже отмечалось, аутсорсер, вследствие долгосрочности и плотности взаимодействия с организацией, срастается с ней, поэтому его отношения можно считать максимально приближенными к традиционным трудовым отношениям. Значит, он обладает меньшей свободой выбора, а точнее делает выбор не так часто, как фрилансер. В такой интерпретации *аутсорсер* не эквивалентен ни *чистому фрилансеру*, ни *телеработнику*, занимая промежуточное положение.

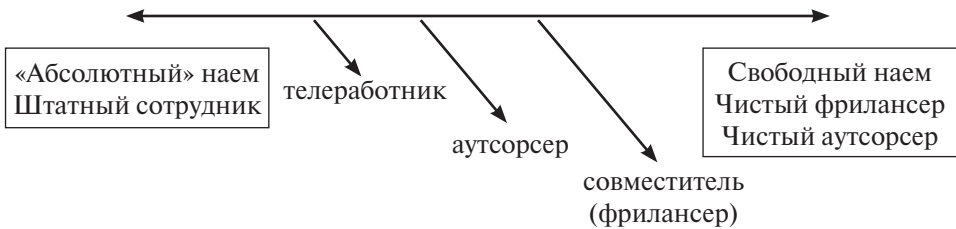


Рис. 2. Фриланс — аутсорсинг

Таким образом, многообразие существующих практик может быть представлено в виде условной градуированной двунаправленной шкалы, где эталонами выступают свободный найм и традиционное трудоустройство, названное *абсолютным наймом*. В качестве эталона используются две абсолютизированные единицы: чистый фрилансер (термин Д.О. Стребкова, А.В. Шевчука) и чистый аутсорсер, как абсолютные выражения свободного найма. Между идеальными единицами располагаются так называемые промежуточные формы: различные градации фрилансеров, например, совместители, аутсорсеры (согласно двоякой трактовке понятия), и телеработники как наиболее близкие по характеристикам к штатным сотрудникам. Можно также предположить, что все эти виды работников будут обладать различным накопленным сетевым и мобильным капиталом и по-разному будут его применять. Двунаправленность шкалы объясняет способность не только прямой трансформации «штатный сотрудник — фрилансер», но, при необходимости, и обратной.

Итак, результаты мобилизации общества на данный момент очевидны. Следуя теории о многогранности мобильностей и существовании сетевого капитала, можно сделать вывод о еще одной дополнительной форме — мобильном капитале. Эти два понятия на данный момент являются наиболее существенными, помимо мобильностей, условиями

возникновения новых групп профессионалов — фрилансеров и аутсорсеров.

В заключение следует сделать еще одно важное замечание касательно социализации. Джон Урри отмечает, что «скачкообразное» появление в офисе, ввиду использования удаленных форм работы, способствует превращению формального места пребывания, носящего сугубо официальный характер, в «клуб», куда приезжают пообщаться и посплетничать (Urry 2009: 167). Очевидно, в современном мире можно беспрепятственно работать дома и нет острой необходимости постоянно бывать на рабочем месте. Значит, посещение офиса связано с иными причинами: происходит изменение и реинтерпретация традиционных функций рабочего места. Получается, что люди приходят на работу, чтобы накапливать свой социальный и мобильный капитал. Таким образом, трудовая социализация является далеко не последним фактором в изучении данной темы. Фрилансеры, по определению, наиболее уязвимы в этом отношении, поскольку лишены возможности социализироваться на работе, однако в качестве компенсации они успешнее наращивают свой сетевой и мобильный капитал. В свою очередь, аутсорсинг представляет наиболее пропорциональное соотношение социального, сетевого и мобильного капитала. Все это говорит о том, что данный вопрос требует дальнейшего глубокого изучения.

Литература

Иванов Д.В. Глэм-капитализм. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2008.

Иванов Д.В. Глэм-капитализм и социальные науки // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Т. X. № 2. [<http://www.jourssa.ru/2007/2/index.html>].

Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. профессора О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000.

Стребков Д.О., Вязникова В.В. Финансовое поведение российских фрилансеров: возможности и ограничения // Социологический журнал. 2009. № 4. С. 41–64.

Стребков Д.О., Шевчук А.В. Фрилансеры в информационной экономике: мотивация и организация труда // Социальная реальность. 2008. № 1. С. 23–39.

Стребков Д.О., Шевчук А.В. Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости (по результатам Первой всероссийской переписи фрилансеров): Препринт WP4/2009/02. М.: Изд. дом Государственного университета — Высшей школы экономики, 2009.

Стребков Д.О., Шевчук А.В. Фрилансеры на российском рынке труда // Социс. 2010. № 2. С. 45–56.

Шевчук А.В. Самозанятость в информационной экономике: основные понятия и типы // Экономическая социология. 2008. Т. 9. № 1. С. 51–64.

Bourdieu P. The Forms of Capital // J. Richardson (ed.) Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. New York: Greenwood, 1986. Pp. 241–258. [<http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/bourdieu-forms-capital.htm>].

Castells M. The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell, 1996.

Castells M. Informationalism, Networks, and the Network Society: a Theoretical blueprint. The network society: a cross-cultural perspective. Northampton, MA: Edward Elgar, 2004. [<http://annenbergl.usc.edu/Faculty/Communication/~media/Faculty/Facpdfs/Informationalism%20pdf.ashx>].

Castells M. Communication, Power and Counter-power in the Network Society // International Journal of Communication. 2007. Vol. 1. Pp. 238–266 [<http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/46>].

Castells M., Fernández-Ardèvol M., Qiu J.L., Sey A. Mobile Communication and Society. Global perspective. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2007.

Larsen, J., Urry, J., Axhausen K. Mobilities, Networks, Geographies. Aldershot: Ashgate, 2006.

Urry J. Mobilities. Polity Press, 2009.

Urry J. Sociology beyond Societies. Mobilities for the Twenty-first Century. London, New York: Routledge, 2000.

Warren M. E. Social Capital and Corruption (Draft — November 19, 2001). [socialsciences.exeter.ac.uk/politics/research/socialcapital/papers/warren.pdf].