

О.В. Понукалина

ТРУД И СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ В ДИСКУРСЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРАКТИК

В статье прослеживается, как в условиях общества постмодерна происходит стирание жестких границ континуума «труд-досуг». Дискутируется вопрос о том, что сегодня досуг служит не столько целям наслаждения свободным временем, сколько целям заполнения потреблением непроизводственного времени. Наблюдаемый сдвиг ценностных ориентаций из сферы труда в сферу массового потребления, досуга и развлечений способствует росту числа поставщиков-потребителей досуговых услуг, появлению гибридных форм корпоративного досуга, усилению привлекательности фрилансерства и дауншифтинга. Данные тенденции и их следствия анализируются с учетом российской специфики.

Ключевые слова: *досуг, свободное время, потребительские практики, труд, дауншифтинг, общество потребления.*

Key words: *consumer practice, consumer society, downshifting, leisure time, recreation, work.*

Значимой особенностью современности становится высвобождение времени работающего населения за счет автоматизации и информатизации производственных и бизнес-процессов. Но здесь далеко не все так однозначно, как кажется на первый взгляд. Еще в 1950–60-х гг. некоторые американские ученые и политики предрекали наступление «эры праздности». Э. Тоффлер в работах «Шок будущего» и «Третья волна» предполагал, что для борьбы с бездельем понадобятся специальные консультанты по досугу, а А. Кларк предупреждал о «будущем смертельной скуки». Основываясь на том, что заработные платы растут, аналитики предполагали, что в будущем для поддержания уровня жизни потребуется гораздо меньше усилий, рабочая неделя сократится почти в два раза, а на пенсию будут выходить в возрасте сорока лет.

Действительно, высвобождавшиеся силы работников были перенаправлены в другое русло: «эра праздности» не наступила вследствие экспансии потребительской культуры. Благодаря разработкам маркетинговых технологий человек, имея все необходимое, ощутил острую нехватку чего-то еще, для чего

нужно зарабатывать больше, чтобы непрерывно покупать. Искусно сконструированная потребность поддерживать еще более высокий уровень жизни, включаться в потребительскую гонку обуславливает необходимость большего заработка: чтобы жить в обществе массового потребления и соответствовать его стандартам, человек вынужден работать сейчас не меньше, а больше, чем в середине XX в. Например, к середине 1990-х средний американец достиг мечтаний предыдущих поколений и средний доход за 15 лет увеличился в два раза, при этом неудовлетворенность уровнем жизни также выросла. Так, в 1990-х гг. миллионы американцев зарабатывали и тратили больше, чем в предшествующие годы, но чувствовали себя при этом более бедными (Рощина 2007а: 302).

В потребление вкладываются не только деньги, но и свободное время, так как процесс потребления представляет не одномоментный акт, а предполагает определенную длительность. В.В. Радаев указывает на то, что здесь общество потребления расставляет определенные ловушки. Включаясь в потребительскую гонку, человек стремится больше зарабатывать. Соответственно, возрастает его рабочее время и вместе с тем постепенно уменьшается свободное время, в результате сокращаются возможности для потребления. Получая денежный ресурс, человек лишается временного ресурса (Радаев 2005: 7).

С другой стороны, Ж. Бодрийяр полагает, что фундаментальная проблема современного капитализма (конца 1960 гг.) заключается не в противоречии между «максимизацией прибыли» и «рациональностью производства», а между «неограниченной производительностью» и «необходимостью потреблять произведенное» (Бодрийяр 2006). Для системы оказывается принципиально важным контролировать не только производство, но и спрос, при этом суверенитет потребителя оказывается только мифом: потребитель свободен только лишь в свободе выбора, но не в отказе от него как такового. По мнению Г. Маркузе, в современном обществе производственный аппарат определяет не только общественно необходимую деятельность, навыки и поведение, но и индивидуальные потребности и желания (Маркузе 2002). В связи с этим потребление, обусловленное контролируемыми потребностями и желаниями, уже не является только частной сферой — это коллективная и необходимая общественная деятельность, логическое продолжение производственных процессов, осуществляемая, что существенно, в основном *в свободное время*.

Г. Беккер в статье «Теория распределения времени» (Becker 1965) и С. Линдер в книге «Измотанный праздный класс» (Linder 1970) указывали на то, что потребление тоже требует времени. Отныне досуг стал рассматриваться не просто как время, не занятое работой, но как время, необходимое для потребления товаров и услуг, купленных на заработанные деньги. Досуг наравне с работой стал неотъемлемой частью экономической системы. Но этот «новый» досуг оказался совсем не таким «праздным», каким считал его Т. Веблен, понимая под «досугом» время, потраченное на безделье, на показную деятельность, не приносящую дохода (Веблен 1984). Если люди расходуют свой досуг на потребление, т.е. на извлечение из экономической системы полезности, которая только и оправдывает существование данной системы, то термин «досуг» неизбежно приобретает новый смысл. При этом конкуренция за

потребителя становится по сути борьбой не только за его материальные ресурсы, но и за его свободное время.

Распространение потребительской идеологии приводит к тому, что досуг служит уже не столько целям наслаждения свободным временем, сколько целям заполнения потреблением непроизводственного времени. А это уже означает, что «потребленное свободное время является фактически временем производства» (Бодрийяр 2006: 201), необходимым элементом производственного цикла: при этом все больше людей занято в связанной с потреблением сфере услуг и все больше людей значительную часть своего досуга тратят на потребление. «Система имеет потребность в людях как трудящихся, как вкладчиках, но более всего — как потребителей. Производительность труда все более и более выпадает на долю технологии... индивид как таковой сегодня требуется и является практически незаменимым именно как потребитель» (Там же: 214). Другими словами, «демонстративный досуг» из непродуктивной траты времени в современных условиях трансформируется в элемент производственного цикла. Если рассматривать категории «демонстративное потребление» и «праздность», то очевидно, что в современном обществе первое преобладает над вторым в силу своей динамичности.

С одной стороны, необходимость больше зарабатывать, чтобы удовлетворять возрастающие потребности, способствует сокращению свободного времени, например, за счет увеличения вторичной занятости. С другой — приоритетом в использовании оставшегося свободного времени должно стать именно потребление, иначе производственный цикл не будет иметь своего завершения. С этих позиций свободное времени индивида становится ценным ресурсом современного общества потребления; новые средства потребления предпринимают немало усилий для того, чтобы данный ресурс не «тратился» впустую и использовался по назначению. Кроме того, по мнению Ж. Бодрийяра, в условиях тотальных симуляций размывается граница между временем производства и временем досуга еще и в силу того, что «всякий труд сливается с обслуживанием — с трудом как чистым присутствием/занятостью, когда человек расходует, предоставляет другому свое время» (Бодрийяр 2000: 67).

К. Маркс утверждал, что «свободное время... есть само богатство: отчасти для потребления продуктов, отчасти для свободной деятельности, не определяемой, подобно труду, под давлением той внешней цели, которая должна быть осуществлена и осуществление которой является естественной необходимостью или социальной обязанностью...» (Маркс, Энгельс 1969: 386.) С нашей точки зрения, в современной ситуации свободное время становится все больше опосредовано внешней целью, предписывающей необходимость или социальную обязанность *потреблять*. Участие в труде стимулируется через необходимость потреблять, в связи с чем Бодрийяр полагает, что эксплуатация в современном обществе лежит не только в труде, но и в сфере потребления. Если продолжить эту логику и учесть, что потребительские практики осуществляются, как правило, в свободное время, то эксплуатация присутствует и в досуге. Ссылаясь на Ж. Бодрийяра, можно говорить о том, что в современной ситуации происходит ослабление отчуждения и противопоставления человеку его рабо-

чего времени как непосредственно, так и в овеществленной форме, поскольку неотчужденного времени уже вовсе не существует.

В силу этого появляются устремления людей сократить, «убить», прогнать из своей жизни отчужденное и противостоящее им время. Стремление к сжатию времени носит амбивалентный характер: успешным всегда не хватает временного ресурса, они стремятся уплотнить время, производя в единицу как можно больше эффективных действий — чем быстрее получена максимальная денежная прибыль, тем выше социальная ценность времени, потраченного на это действие. Время отстающих, неуспешных стоит и ценится мало, в связи с чем аутсайдеры часто не знают, что делать с бессмысленным временем, не приносящим плодов в виде денежной прибыли. «Избыточное социальное время как раз и расходуется как псевдоциклическое время «спектакля», время зрелищ и разнообразных форм потребления, которые являются способом заполнить избыточное время, придать ему видимость содержательности» (Зарубина 2008: 17). По этому поводу Г. Дебор говорит о псевдоциклическости и зрелищности нелинейного социального времени общества потребления (Дебор 1999): одновременно оно является и временем потребления образов, и образом потребления времени. Траты времени на распознавание и воспроизводство симулятивных образов сопряжены с процессами формирования стандартов потребления времени.

Если говорить о сфере занятости, то одной из основных ее особенностей сегодня является краткосрочность, эпизодичность. Средняя продолжительность работы в одной должности и в одной организации для современного российского специалиста составляет 2-3 года. Скорость изменений и передвижений в наши дни становится важным, а возможно, и определяющим фактором социальной стратификации и иерархии.

Потребительская гонка приводит к тому, что при всем многообразии выбора услуг и товаров человек оказывается лишенным возможности «не выбирать», или, другими словами, попадает в ситуацию «выбор без выбора». Состояние удовлетворенности у потребителей не наступает и не должно наступать никогда — это выгодно обществу потребления, но губительно для самого человека. Растущее информационно-коммуникативное принуждение к потреблению, фетишизация материальности, достигая своей кульминации, стало приводить к пока еще редким, эпизодическим, но, тем не менее, протестным явлениям. Возникновение самоограничения в потреблении — новая тенденция 1990-х гг. В качестве таковой можно сослаться на феномен «дауншифтинга»: под ним подразумевается сознательный отказ от карьеры и прилагаемых к ней социальных благ, или, в более мягком проявлении, это — стратегия сочетания работы с другими жизненно важными ценностями. В последнее время эта проблематика довольно часто обсуждается на Западе; подобная практика (в единичных случаях) стала наблюдаться и в России.

Дауншифтинг — достаточно спорный термин, характеризующий некие изменения в социальной структуре развитых государств. Дауншифтинг — это явление капиталистических хозяйственных систем Америки, Великобритании, Австралии и других высокоразвитых, как правило, англоговорящих стран.

Однако говорить о научной разработанности проблематики дауншифтинга не приходится, подобное явление даже называется в различных странах по-разному. Так, в Европе больше распространен термин «дауншифтинг» (downshifting), в США — «добровольная простота» (voluntary simplicity, simple living), а в Австралии — «резкое изменение» (sea change).

Английское слово «downshift» в своем исходном смысле означает «переключить скорость на нижнюю передачу», в более широком контексте означает «сбавить обороты». Нельзя сказать, что дауншифтинг как социальное явление абсолютно нов. В 1960–1970-е гг. подобные настроения были тесно связаны с идеями хиппи, борьбой за мир и экологию. Хрестоматийным примером «дауншифтинга» в русской культуре можно считать поступок Льва Толстого, когда тот отрекся от своего титула, славы и прочих светских достижений ради спасения души.

Идеология дауншифтинга более четко оформилась после того, как Д. Элджин ввел термин «добровольная простота». Под ним подразумевался стабильный образ жизни, построенный на балансе жизненных и духовных потребностей человека. А. Этzioni рассматривает дауншифтинг как процесс изменения культуры потребления, как некую духовную революцию, отказ от экономических благ и уход от материалистических ценностей; образ жизни, основанный на балансе жизненных и духовных потребностей (Etzioni 1998: 621). Анализ данного явления с таких позиций уводит исследователей к философии хиппи и буддизма. До сих пор проблематика дауншифтинга слабо представлена не только в научных, но даже в публицистических статьях. Малая изученность весьма распространенного явления объясняется тем, что в развитых странах дауншифтинг является скорее укорененной социальной практикой, нежели предметом научных дискуссий (Hamilton, Mail 2003).

Главный внешний признак дауншифтинга — отказ от карьеры, бесконечного потребления, демонстрации своего высокого статуса, поддержки уровня и стиля жизни, навязываемых обществом. Поиск путей ведется вокруг дилеммы: меньше работать или меньше потреблять. С нашей точки зрения, появление феномена дауншифтинга можно соотнести с проявлениями постконсумеризма: растущее давление общества потребления приводит к обратному эффекту. Однако преждевременно говорить о массовой представленности подобных практик и четко наметившейся тенденции.

По мнению аналитиков, несмотря на то, что в рунете в последнее время появляются разнообразные сообщества дауншифтеров, еще рано говорить о формировании данной страты в России. Для российского общества по-прежнему очень высока значимость материальных ценностей, стабильности и достатка, а дауншифтинг — скорее следствие определенной пресыщенности ими. Сегодня дауншифтинг в России скорее сводится к гоашифтингу — переезду в места с более низким уровнем жизни, что позволяет людям с достаточным накопленным капиталом сохранять достойное социальное положение при малоинтенсивной занятости (Лисова 2008: 63). Что же касается большинства россиян, то лишь около 4 % из них стремятся к вольной жизни — небольшому заработку и свободному времени, которое можно использовать так как хочется, причем за

12-летний период с 1994 по 2006 гг. ситуация изменилась незначительно: 1994 г. — 4 %; 1999 — 3 %; 2006 — 4 %. Большинство же отдает приоритет небольшому, но твердому заработку и уверенности в завтрашнем дне: 1994 г. — 54 %; 1999 г. — 60 %; 2006 — 54 %. Об этом свидетельствуют результаты общероссийских социологических исследований ИКСИ РАН и ВЦИОМ, проводимых в 1996–2006 гг. (Петухов 2007).

Как утверждает З. Бауман, «лозунгом дня стала гибкость, что применительно к рынку труда означает конец трудовой деятельности в известном для нас виде, переход к работе по краткосрочным, сиюминутным контрактам либо вообще без таковых, к работе без всяких оговоренных гарантий» (Бауман 2004: 81). «Место работы воспринимается как своего рода кемпинг, где человек останавливается на несколько ночей и который можно покинуть в любой момент, если не предоставлены обещанные удобства, а не как общий дом...», — подчеркивает З. Бауман (Бауман 2008: 150). Анализируя происходящее, исследуя процессы возвышения и упадка труда, З. Бауман делает выводы о том, что «работа больше не может являться осью, вокруг которой группируются самоопределения, идентичности и жизненные планы». Эта цитата заимствована из книги З. Баумана под названием «Текущая современность». Именно эта метафора — «текущая современность» — в полной мере отражает особенности сегодняшнего мира. Ничто не остается неизменным, стабильным, все подвергается трансформациям, в том числе и такие значимые для человека сферы жизнедеятельности, как труд и досуг.

В книге «Третья волна» (1980) Э. Тоффлер описал общества второй и третьей волны, имеющие ряд существенных отличий. Для цивилизации второй волны характерна упорядоченная под ритм машин дневная жизнь человека, когда множество людей просыпаются в одно и то же время, идут одновременно на работу, возвращаются домой, ложатся спать. В течение многих поколений воспроизводился ритм «пять дней в неделю по девять часов», без учета индивидуальных особенностей биологических ритмов. Подробно раскрывая механизмы синхронизации, стандартизации, специализации, Э. Тоффлер приходит к выводу, что стремление к унификации порождает контртенденцию, когда трудовой день становится все более индивидуальным, различия между работой и «неработой» растворяются, а человек становится хозяином своего времени.

Внимания также заслуживает и тот факт, что дихотомию «труд-досуг» никогда нельзя было считать абсолютно исчерпывающей: есть сравнительно немного занятий, которые можно было бы считать чистым досугом, не приносящим побочно никакой практической пользы, также известно множество примеров работы, заключающей в самой себе элементы удовольствия, вдохновения, внутренней свободы, по определению свойственных досугу. Что же касается настоящего времени, то, как справедливо указывают С. Лэш и Дж. Урри, одной из базовых характеристик дезорганизованного капитализма (наше время) является пересечение полей образования, работы и досуга (Lash, Urri 1994). О стирании границ континуума «труда-досуга» свидетельствуют примеры гибридных форм корпоративного досуга, усиление привлекательности фриланс-сервиста и дауншифтинга.

В ситуации современной России однозначно говорить о смещении ценностей в континууме «труд-досуг» не приходится. Исследуя изменения условий и образа жизни россиян, социологи отмечают, что значительная часть бюджета свободного времени россиян тратится на хозяйственную деятельность, недостаточность денежных средств серьезно влияет на организацию индивидуального и семейного досуга. «Большинство людей вынуждены проводить свободное время дома, интенсивность возможных семейных и личных домашних занятий оказывается низкой, а их разнообразие — минимальным. Приверженность новым формам жизни со стороны молодого поколения и резкое оскудение ее повседневного уклада у основной массы россиян свидетельствуют о разрыве, возникшем между ними, а также о своего рода разложении массовых форм городского образа жизни и явлениях дезурбанизации в повседневности старших поколений» (Митрошенков 2005: 40).

По мнению Я.М. Роциной, основными детерминантами, определяющими отношение к свободному времени и выбор способов проведения досуга, выступают, прежде всего, такие социально-демографические параметры, как возраст (молодежь более активна в целом и склонна к мозаичности и развлечениям), пол (женщины более склонны к домашнему хозяйству и классической культуре, мужчины — к спорту и развлечениям), образование (высокий уровень способствует вкусу к классической культуре), доходы (материальная обеспеченность дает возможность интенсивного отдыха, направленного на развлечения) (Роцина 2007б: 30).

Как утверждает У. Бек со ссылкой на З. Баумана, новое в глобальной эре состоит в том, что утрачивается взаимосвязь между бедностью и богатством: происходит это по причине глобализации, раскалывающей население планеты на глобализированных богатых, которые преодолевают пространство и не имеют времени, и локализованных бедных, привязанных к определенному пространству и вынужденных «убивать» время, так как не знают, что с ним делать (Бек 2001: 106). Стало быть, в современных социокультурных условиях ценностное отношение к свободному времени становится социальным маркером принадлежности к тем или иным социальным группам. Для богатых проблема выбора досуга в меньшей степени зависит от места жительства — в отличие от бедных, которые оказываются не только «привязанными» к месту проживания, но и ограниченными возможностями локальной территории.

Возможно, именно поэтому для России принципиально важную роль в выборе досуга играет место жительства. С нашей точки зрения, критерии — доходы и место жительства — определяют потенциальные возможности и мотивацию принадлежности к обществу потребления или, напротив, исключения из него. Удовлетворенность досугом коррелирует с потенциальными возможностями осуществлять потребительские практики: если репертуар досуговой деятельности разнообразен и сопряжен с потребительскими практиками (походы в различные культурно-досуговые заведения, туристические поездки, институционализированные развлечения), досуг не центрирован вокруг дома, и, соответственно, диапазон досуговой мобильности расширен, то появляется отношение к досугу как к самоценности. Напротив, если нет материальных

и институциональных возможностей разнообразить досуговую деятельность, то мотивация к ней падает, диапазон досуговой мобильности сворачивается, свободное время обесценивается.

Досуг — значимая сфера жизнедеятельности в современном обществе — этот тезис в свете вышеизложенных рассуждений приобретает несколько иной смысл: в обществе потребления значение приобретает не сам досуг в соответствии с его определением, а досуговое потребление; вне контекста потребительских практик досуг теряет свою значимость, обесценивается; свобода досуга сводится к свободе потребительского выбора. Поскольку, в отличие от высокоразвитых стран мира, общество потребления формируется в России в виде оазисов в кризисном социальном пространстве, лишь меньшинство населения имеет возможность жить в них, большинство же находится в виртуальном обществе потребления (Ильин 2005). Следовательно, досуг, отчуждаясь в виртуальное пространство, для многих теряет свою привлекательность.

Безусловно, значимым остается и личностный фактор: когда не развита когнитивная сфера, ограничены интересы и потребности личности, скуден культурный капитал, свободное время способно превращаться в обузу. Этот вопрос подробно рассматривается автором в других публикациях (Понукалина 2010). Фокус авторского внимания в рамках данной статьи был сосредоточен на том, как преломляется ценностное отношение к труду, свободному времени и досугу сквозь призму потребительских практик.

Таким образом, резюмируя вышесказанное, отметим: в условиях общества потребления происходит стирание жестких границ континуума «труд-досуг». С середины XX столетия западные исследователи, фиксируя коренные изменения в образе жизни современников, дискутируют вопрос о стремительном взлете ценностей досуга. Однако в действительности распространение идеологии общества массового потребления приводит к тому, что досуг служит не столько целям наслаждения свободным временем, сколько целям заполнения потреблением непроизводственного времени. Это, в свою очередь, означает, что досуг становится необходимым элементом производственного цикла, звеном процесса производства-потребления. Противоречивость ситуации заключается в том, что, с одной стороны, необходимость больше зарабатывать, чтобы удовлетворять возрастающие потребности, способствует сокращению свободного времени, например, за счет увеличения вторичной занятости. С другой — приоритетом в использовании оставшегося свободного времени должно стать именно потребление, иначе производственный цикл не будет иметь своего завершения.

Наблюдаемый сдвиг ценностных ориентаций из сферы труда в сферу массового потребления, досуга и развлечений способствует росту числа поставщиков-потребителей досуговых услуг, появлению гибридных форм корпоративного досуга, усилению привлекательности фрилансерства и дауншифтинга. При этом в данных контекстах значение приобретает не сам досуг в соответствии с его определением, а потребительские практики, осуществляемые в свободное время; свобода досуга сводится к свободе потребительского выбора. Однако специфика российской ситуации заключается в том, что на фоне обеднения

повседневного уклада жизни россиян происходит сужение разнообразия способов проведения досуга и обесценивание его восприятия (особенно по сравнению с ценностью заработка). Причины подобной ситуации обусловлены еще и тем, что для большинства россиян досуг и свободное время не приобрели того ценностного значения, с которым сопрягается их восприятие в обществе пост-модерна.

Литература

- Бауман З.* Возвышение и упадок труда // Социс. 2004. № 11. С. 77–86.
- Бауман З.* Текущая современность. СПб.: Питер, 2008.
- Бек У.* Что такое глобализация? М: Прогресс-Традиция, 2001.
- Бодрийяр Ж.* Общество потребления. М: Республика, 2006.
- Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000.
- Веблен Т.* Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.
- Дебор Г.* Общество спектакля. М.: Логос, 1999.
- Зарубина Н.Н.* Деньги и культура богатства: перспективы социальной ответственности бизнеса в условиях глобализации // Социс. 2008. № 10. С. 13–23.
- Ильин В.И.* Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. 2005. № 2. С. 3–40.
- Лисова Е.В.* Дауншифтинг: стратификационные эффекты // Экономическая социология. 2008. Т. 9. № 2. С. 56–64.
- Маркс К., Энгельс Ф.* Соч. Т. 25. Ч. II. М., 1969.
- Маркузе Г.* Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развития индустриального общества. М., 2002.
- Митрошенков О.А.* Пространство российской духовной культуры: испытание переменами // Социс. 2005. № 11. С. 37–46.
- Петухов В.В.* Демократия и возможности социальной мобильности // Россия реформирующаяся: Ежегодник. М., 2007. Вып. 6. С. 281–300.
- Понукалина О.В.* Социокультурные практики потребления в пространстве досуга. Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2010.
- Радаев В.В.* Социология потребления: основные подходы // Социс. 2005. № 1. С. 5–18.
- Рощина Я.М.* Социология потребления. М.: ГУ ВШЭ, 2007а.
- Рощина Я.М.* Дифференциация стилей жизни в поле досуга // Экономическая социология. 2007б. Т. 8. № 4. С. 23–36.
- Becker G.S.* A Theory of the Allocation of Time // The Economic Journal. 1965. Vol. 75, No. 299, pp. 493–517.
- Etzioni A.* Voluntary Simplicity: Characterization, select psychological implications, and societal consequences // Journal of Economic Psychology. 1998. Vol. 19. P. 619–643.
- Hamilton C., Mail E.* Downshifting in Australia: A sea-change in the pursuit of happiness // Discussion Paper. 2003. No. 50.
- Lash S., Urry J.* Economies of Signs and Space. London: Sage, 1994.
- Linder S.* The harried leisure class. New York: Columbia University Press, 1970.