

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ:
ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРАКТИКИ ВКЛЮЧЕНИЯ
НА ПРИМЕРЕ СООБЩЕСТВА «DARUDAR»

Е. А. Бочарова, О. Г. Ечевская

Статья посвящена анализу новой для российского общества практики – коллаборативного потребления. Описаны четыре принципа функционирования «экономики обмена», важным элементом которой является коллаборативное потребление: «критическая масса», «избыточный потенциал», «вера в сообщество», «доверие между незнакомцами». На материалах интервью с участниками одной из самых массовых российских обменных площадок в сети Интернет обсуждаются контексты возникновения коллаборативного потребления в России, формы его организации, мотивация участников сообщества. Показано, что на ранних этапах становления феномена в России именно наличие излишка, а не стремление сэкономить является стимулом развития коллаборативного потребления, которое представляется как «здоровой альтернативой» потребительству, так и способом более эффективно использовать «избыточный потенциал» вещей и ресурсы сообщества.

Ключевые слова: социология потребления, коллаборативное потребление, критика конsumerизма, экономика обмена

COLLABORATIVE CONSUMPTION IN CONTEMPORARY RUSSIA:
FORMS OF ORGANIZATION, PRACTICES OF PARTICIPATION
(A CASE STUDY OF THE «DARUDAR» COMMUNITY)

E. Bocharova, O. Echevskaya

The article analyzes collaborative consumption, the practice, which is new for Russian society, and – as part of the “sharing economy” – alternative to the ideals of consumer society. Methodological foundations of the research are grounded in the four principles of the sharing economy: “critical mass”, “idling capacity”, “belief in commons” and “trust between strangers”. Based on the interviews with participants of popular Internet communities for collaborative consumption in Russia, we discuss the contexts of the development of collaborative consumption, forms of organization, practices and motives of the participants to join the community. The interviews demonstrate that this is the idling capacity, not the intention to save money that drives the development of collaborative consumption in Russia. At the same time, collaborative consumption is seen as a “healthy alternative” to consumerism, and as a more efficient way of using the idling capacity of things and the resources of community.

Key words: sociology of consumption, collaborative consumption, alternatives to consumerism, sharing economy

В современных обществах потребление — неотъемлемая часть жизни. Однако в последние годы ведутся дискуссии о негативных последствиях его стремительного роста. Так, например, сверхпотребление не только усугубляет экологическую ситуацию в мире, но и оставляет след на образе жизни людей, который все чаще становится пассивным.

Общество потребления обладает принудительной силой по отношению к индивиду: в этой системе желания людей постоянно формируются и стимулируются за счет воздействия средств массовой информации.

Осознание обозначенных проблем вызвало в ряде развитых стран ответную реакцию в виде

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

распространения «альтернативных» форм потребления, альтернативной модели экономики. Новые формы потребления основываются на отрицании ценностей консюмеризма, отказе от участия в гонке за товарами и представлены целым спектром направлений: «зеленое» потребление, дауншифтинг, энафизм¹, DIY, разного рода «обменные практики». Этим альтернативам посвящено еще не так много научных работ, хотя их жизнеспособность уже не вызывает сомнений. Именно существующий пробел в этой области, в частности в русскоязычной литературе, объясняет актуальность данного исследования, которое посвящено коллаборативному потреблению (collaborative consumption).

Коллаборативное (или «совместное») потребление — социально-экономическая модель, в которой люди получают возможность коллективно использовать товары и услуги. Основой здесь выступают, главным образом, обмен, аренда и дарение [11]. Коллаборативное потребление — относительно новый феномен. Первые проекты, посвященные этой идее, стали появляться на Западе в начале 2000-х годов, но особую популярность идея получила в годы мирового финансового кризиса 2008 – 2009 гг. Темпы развития коллаборативного потребления на Западе очень высоки [6, 7]. Уже в 2011 году журнал «Time» включил его в число десяти идей, которые призваны изменить мир [8]. В России коллаборативное потребление развивается медленнее, чем в Европе или Америке, а исследования новых форм потребления в российском контексте немногочисленны. Попытки описания феномена (в т.ч. рассмотрения главных идей модели на конкретных примерах) и привлечения внимания к новому течению предпринимаются журналистами и блогерами [6, 14]; исследований коллаборативного потребления в российской социологической литературе нам найти не удалось. Таким образом, основной задачей данного исследования является описание контекста возникновения и форм существования коллаборативного потребления в России, а также мотивации участия в нем людей. Исследование проводится на примере площадки «ДаруДар» (darudar.org) — самой массовой в России.

В первом разделе текста рассматриваются история возникновения феномена и способы его концептуализации в западной литературе. Затем, с учетом российской специфики развития феномена, формулируется методология и методы исследования. В заключительной части на материалах интервью с участниками площадки «ДаруДар» обсуждается контекст возникновения феномена в России, практики коллаборативного потребления, а также мотивация включения в него участников сообщества.

Экономика обмена и коллаборативное потребление

Общество потребления на современном этапе развития критикуется с разных сторон. «Потребление можно считать характерной чертой нашей промышленной цивилизации», — полагает Жан Бодрийяр, но в современном обществе данное понятие уже не сводится к простому удовлетворению потребностей [1]. В этой системе уже нет места подлинным желаниям и потребностям человека — они производятся, транслируются и навязываются через средства массовой информации. Потребительство даже рассматривается как болезнь — в англоязычной литературе существует термин «influenza» (слово, образованное слиянием «influenza» — грипп и «affluence» — богатство). «Болезненное, заразное, передающееся внутри общества состояние пресыщения, обремененности долгами, тревоги и опустошенности, которое является результатом упрямой погони за новыми и новыми приобретениями» — такую характеристику дают этому синдрому Джон де Грааф, Дэвид Ванн и Томас Нейлор [3]. Действительно, в основе этой системы лежит своего рода установка — «потребляй больше, тогда наступит счастье», однако гонка за бесконечным потоком товаров вряд ли оборачивается счастьем. Исследователи указывают на сдвиг в системе ценностей человека «общества потребления», на его пассивность, формирующуюся под влиянием трансляции рекламных образов, не имеющих отношения к реальности. Кроме того, критики общества потребления указывают на то, что

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

основой для непрерывного процесса производства выступают природные ресурсы, многие из которых являются невосполняемыми [5, 3].

С развитием в определенных кругах идей о возможном отказе от включения в общество потребления появляются альтернативные формы и практики потребления: распространение handmade изделий, freemarket, где каждый участник может брать понравившиеся ему вещи абсолютно бесплатно, продажа/обмен ненужных старых вещей и так далее. Эти формы и практики оказывают воздействие и на общие умонастроения людей; появляются течения, отрицающие консюмеризм (например, «зеленое» потребление, дауншифтинг, энафизм и пр.). Характер этих форм можно охарактеризовать как «критический» или «протестный». Их идейное основание состоит в критике общества потребления, на практике же они означают отказ от включения в него. Одной из таких «поворотных» форм является коллаборативное («совместное») потребление, с одной стороны, основанное на экономии денежных средств, с другой стороны – на взаимопомощи, кооперации, обмене.

Термин «коллаборативное потребление» описывает такую социально-экономическую модель, в которой люди получают возможность коллективно использовать товары и услуги. В основе здесь лежит обмен, аренда, дарение — таким образом происходит сдвиг от постоянного владения вещью к временному [11]. Данная практика становится все популярнее как в мире, так и в нашей стране. Развитие коллаборативного потребления связывают, прежде всего, с распространением Интернета, позволяющего в кратчайшие сроки как обмениваться информацией, так и координировать усилия, в данном случае — обмениваясь товарами или услугами [9]. Важным стимулом развития коллаборативного потребления называют также экономический кризис, в условиях которого люди вынуждены ограничивать себя в тратах [6].

Суть коллаборативного потребления состоит в том, что личная собственность предоставляется во владение другим людям — навсегда или временно [9]. Это предполагает пересмотр людьми

отношения к владению вещами — иногда выгоднее владеть ими временно (или использовать совместно), нежели постоянно. Рэйчел Ботсман (R. Botsman) [10] приводит пример использования электрической дрели: чаще всего этот инструмент используется только несколько минут в году или даже за весь срок эксплуатации, в остальное время дрель просто лежит без дела. Автор говорит, что только в США примеров таких вещей, которые не используются регулярно, более 50 миллионов. В этом случае почему бы не использовать этот «избыточный потенциал» накопившихся и простаивающих вещей? Модель коллаборативного потребления предлагает поделиться («все мое — твоё») — ведь вероятность того, что нужная вещь окажется в распоряжении кого-то из многочисленного окружения человека (особенно с вовлечением людей в Интернет), очень велика.

Примеров коллаборативного потребления множество: от аренды жилья до совместных путешествий или покупок, потребления вещей или выполнения разного рода поручений. «Потребляться» подобным образом могут не только материальные ценности, но и услуги, время, умения. Соответственно, существуют и различные формы осуществления коллаборативного потребления — это и прямой обмен, и практики дарения, и продажа вещей, бывших в употреблении. Например, сервис Airbnb, начавший работу в 2008 году, позволяет сдать или снять уникальное жилье по всему миру, чаще всего на короткий срок. Платформа TaskRabbit предлагает людям, не успевающим заниматься своими повседневными делами, передать поручения «кролика», живущим неподалеку и готовым выполнить эти поручения за денежное вознаграждение. BlaBlaCar – сервис поиска попутчиков; Getaround — сервис краткосрочной аренды автомобилей, отличительная черта которого состоит в том, что люди арендуют машины не у компании, а друг у друга; eBay — платформа для продажи товаров по фиксированной цене или продажи с аукциона.

Наряду с практиками экономики обмена, исследователей интересует мотивация людей, включающихся в такие проекты. Юхо Хамари (J.

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

Hamari), Мимми Сьеклинт (M. Sjöklint) и Антти Укконен (A. Ukkonen) [12] разделяют мотивы участия в коллаборативном потреблении на внутренние и внешние. К внешним мотивам авторы относят «репутацию» и «материальный аспект» (возможность сэкономить или заработать). Под внутренними мотивами понимается удовольствие от самой деятельности и удовольствие от конформизма к установленным нормам этой деятельности. Кроме того, авторы выделяют категории «отношения» к коллаборативному потреблению и «участия» в нем. Было выяснено, что внутренние мотивы важны в определении отношения к феномену, но внешние воздействия больше отражаются в поведении, намерениях людей. Таким образом, исследователи приходят к заключению, что некоторые могут участвовать в коллаборативном потреблении, потому что «это весело» и «обеспечивает людям значимые для них контакты с другими членами общества» [12], но выгода от участия должна превышать «вклад» или издержки участника.

Феномен «экономики обмена» и коллаборативного потребления пришел к нам с Запада, где исследователи уже предлагают варианты объяснения оснований этой модели. Прежде чем перейти к рассмотрению совместного потребления в России, сформулируем основные принципы новой экономики обмена.

Четыре принципа экономики обмена

Наличие множества редко используемых вещей и средств коммуникации, позволяющих ими обмениваться, делает возможным развитие альтернативной привычному рынку «экономики обмена» («share economy», «sharing economy»). Эта модель открывает возможности потребления, в котором деньги либо совсем не используются, либо имеют второстепенную значимость, а на первый план выходит репутация участников взаимодействия [2]. Коллаборативное потребление выступает ключевым элементом экономики обмена.

Р. Ботсман выделяет 4 основных принципа экономики обмена [10]. Во-первых, зарождение

совместного потребления связано с появлением «критической массы» («critical mass»), то есть активных, заинтересованных людей, готовых предложить варианты развития в этой области и заняться их продвижением. Во-вторых, накапливается «избыточный потенциал» («idling capacity») — достаточное количество товаров и услуг, которые могут быть перераспределены между людьми. Очевидно, что, когда не существует излишка, этот потенциал не может быть обеспечен; кроме того, наряду с наличием предложения важно и наличие спроса. Третий принцип — «вера в сообщество» («belief in the commons»). Именно посредством Интернета можно, во-первых, обеспечить объяснение значения идеи для общества, а во-вторых, продемонстрировать значение этой идеи на индивидуальном уровне. Поддержка и включение людей в проекты совместного потребления призвана работать на развитие этих идей. И, наконец, четвертый принцип — «доверие между незнакомцами» («trust between strangers»).

Р. Ботсман говорит о том, что главный инструмент выстраивания доверия между незнакомцами — рейтинговые системы. Каждый участник может оценить другого, услугами которого он воспользовался. Таким образом, по мнению автора, технологии способны создавать доверие между людьми — изначально отношения выстраиваются не через транзакции, а через межличностное взаимодействие. Доверие строится на репутации, то есть на измерении того, насколько тебе доверяет сообщество: с каждым отзывом, лайком, комментарием мы оставляем след на репутации участника, на его социальном капитале. Эстер Кеймолен (E. Keumolen), анализируя проблему доверия, использует понятие «доверие к системе» («system trust»), которое связано с деятельностью интернет-сервиса или площадки. Оно основано, с одной стороны, на доверии к эффективности определенных возможностей для общения (безопасно ли, нужно ли), а с другой стороны — на доверии к общему функционированию системы, которое, в свою очередь, подталкивает к развитию первую составляющую [13].

Концепция экономики обмена и коллабора-

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

тивного потребления, основанная на описанных принципах, выступает методологическим ориентиром в нашем исследовании.

Методология исследования

В фокусе данного исследования — коллаборативное потребление вещей, поскольку именно в этом случае мы можем выявить как стратегии экономии денежных средств, так и иные мотивы участия в нем людей (например, нежелание накапливать ненужные вещи). Кроме того, именно в потреблении вещей мы можем наблюдать смену их непосредственного владельца и пользователя, пересмотр отношений собственности.

В качестве кейса для исследования была выбрана площадка «ДаруДар» (darydar.org), запущенная 22 сентября 2008 года. Предпочтение отдается этому сайту по ряду причин. Во-первых, он относится к числу наиболее популярных в России, что позволяет отследить разнообразие практик и мотивов пользователей. Кроме того, это один из первых проектов, посвященных коллаборативному потреблению в нашей стране, вследствие чего мы имеем возможность исследовать динамику его развития. Также здесь представлено достаточно информации для понимания как правил, по которым работает площадка, так и характера активности и способов формирования репутации участников сообщества. Понять устройство проекта мы можем по ряду видимых характеристик.

Во-первых, на сайте есть «гайд», позволяющий получить информацию о проекте (особенно полезна эта опция для новичков), посмотреть статистику сайта, ознакомиться с новостями от разработчиков. Этот путеводитель включает в себя следующие разделы: практика дарения² (как дарить, как принимать в дар, зачем встречаться, делать мир лучше); устройство сообщества³ (соглашение, политика конфиденциальности); идеология дарения⁴ (миссия Дару~Дар, традиции, кодекс поведения, что не следует дарить, как придумать свой дар, «именно дар, а не подарок», мультфильм о даре); «дарономика»⁵ (города Дару~Дара, «передарудар», благодарности, группы); поиск да-

ров⁶; статистика сайта⁷; блог разработчиков⁸ (новости проекта, о нас говорят, работа над сайтом, смыслы); помощь по сайту⁹ (вопросы и ответы; идеи и пожелания). Разработчики сайта указывают, что «дар — это наше бескорыстное желание сделать кому-то хорошо», то есть этот акт не требует дара в ответ, потому что «это противоречит его свободной природе». Таким образом, обмен с целью извлечения выгоды и продажа не просто не предусматриваются, но и не приветствуются.

Во-вторых, на сайте есть возможность ведения личной или групповой переписки, обсуждений. Есть возможность участия в группах по интересам, где выставляются дары и возможность поиска даров и установления его параметров (в том числе по стране/городу, рубрике и т.д.). Наконец, рядом с именем пользователя находится число, выделенное розовым цветом — количество даров, предложенных пользователем за все время его участия в проекте; ссылки на страницу пользователя в социальных сетях. Выводится «последняя активность» участника — информация о том, когда и где им были оставлены комментарии, отзывы, и в графе «признанный даритель» приводятся сообщества, в которых этот человек проявляет себя активнее всего. Кроме того, указывается число друзей, которых пригласил к участию в проекте пользователь, отзывы о пользователе, благодарности, которые он оставил другим участникам, дата регистрации, друзья на сайте и другие характеристики, которые заполняет сам пользователь (страна и город проживания, пол, возраст, рассказ о себе).

Благодаря этим характеристикам мы можем судить об активности участника в сообществе, которая является ключевым параметром при отборе информантов. На данный момент в проекте принимает участие более 243 тысяч россиян. Распределение числа участников по городам в порядке убывания (выбрано 5 городов с наибольшим количеством участников): Москва — 54300; Санкт-Петербург — 26400; Омск — 5700; Челябинск — 4800; Новосибирск — 4400. Рассмотрение одной площадки позволяет «вынести за скобки» особенности аудиторий разных площадок и сконцентри-

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

роваться на характеристиках коллаборативного потребления.

Среди участников проекта было отобрано 22 жителя Новосибирска, однако о встрече удалось договориться только с десятью из них¹⁰. При отборе внимание обращалось на длительность участия в проекте (9 отобранных участников зарегистрированы на сайте с 2009 года, 7 — с 2010, 6 — с 2011), количество отзывов об участнике (предпочтение отдавалось тем, о ком оставлено более 7 отзывов), количество благодарностей — как в адрес участника, так и отправленных им самим (отбирались получившие и отправившие более 200 благодарностей). Эти показатели характеризуют активность участника в сообществе. Внимание также уделялось и тому, заполнен ли профиль участника (обычно это рассказ о себе, интересах, увлечениях, пожеланиях, «политике дарения», часто подкрепляемый фотографиями). Стоит отметить настроенное отношение к незнакомцам среди участников сообщества, что может свидетельствовать о низком уровне «доверия между незнакомцами» («trust between strangers») на данном этапе развития феномена в России.

Предпочтение в пользу активных пользователей имеет как преимущества, так и ограничения. К числу основных преимуществ относится то, что у активных пользователей более четко сформирована позиция относительно феномена или, по крайней мере, они имеют больше опыта в сфере совместного потребления. Кроме того, есть шанс, что они могут выступать не только как потребители, но и как «эксперты» — особенно те из них, кто участвует в проекте уже несколько лет. Такие пользователи могут как предоставить информацию о собственной активности, так и дать оценку развития феномена в России или, по крайней мере, в Новосибирске. Основное ограничение связано с тем, что, фокусируясь только на общении с активными участниками, мы не можем представить всего разнообразия форм участия в сообществе и жизненных ситуаций, которые приводят людей в сообщество «ДаруДар».

Таким образом, результаты исследования касаются специфической группы — это активные

участники с большим количеством вещей, с которыми они готовы расстаться, не испытывающие материальных трудностей и участвующие в проекте с «верой в сообщество» («belief in commons»). На языке нашей аналитической схемы описываемую группу можно отнести к «критической массе» («critical mass»), то есть одному из главных элементов экономики обмена. Опыт и точка зрения этой группы может дать представление о разных формах участия в проекте, но полноценное их изучение — задача для дальнейших исследований.

В качестве метода сбора информации используется полужформализованное личное интервью. Гайд интервью состоит из пяти разделов: «история и контекст включения в коллаборативное потребление», «практики коллаборативного потребления», «преимущества и недостатки», «динамика участия и динамика отношений», «субъективные смыслы, идейные основания и мотивы». Кроме того, последняя часть интервью предполагает уточняющие вопросы, ответы на которые не удалось получить в ходе интервью, и вопрос о том, что, возможно, было упущено интервьюером, но, по мнению информанта, заслуживает внимания.

В следующем разделе изложены результаты исследования. Сначала рассматриваются истории включения участников в проект, типичные практики участников сообщества и особенности их взаимодействия. Затем обсуждаются мотивы участия, а также оценки перспектив идеи совместного потребления в России участниками сообщества «ДаруДар».

Контексты включения и практики участников сообщества «ДаруДар»

Отвечая на вопросы о том, как начиналось участие в проекте «ДаруДар», наши информанты называли разные причины; показательно, что денежные соображения или желание сэкономить в числе важных причин не фигурируют. Напротив, включение в сообщество скорее обосновывается наличием «излишка», а не нужды:

«Все получилось случайно, многое в нашей жизни происходит случайно, а потом становится»

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

ся закономерностью. Мы делали очередную генеральную уборку с моей знакомой, с которой вместе снимали квартиру, и у нас обнаружилось очень много вещей — ненужных! На самом деле одежды, в основном, которую вроде и выкинуть жалко, но и понимали мы, что носить ее уже не будем. И вот в какой-то момент сработала в голове мысль, что куда-то надо ее отдать. Знаете, бывают люди, которые отдают, например, в детские дома, но там все очень строго: часто бывает нужно, чтобы вещь была новая и неношенная. Мама у меня, например, относит в церковь, но у меня с церковью какие-то двоякие отношения... в общем, это явно не мое. Было решено поискать, каким образом можно вещи эти кому-то отдать. Смотрели в социальных сетях — там очень много групп разных, в поисковиках...» (Надежда, 33 года).

Так, накопление «избыточного потенциала» и желание его реализовать может подтолкнуть человека к поиску возможностей для этого. Возможна и другая ситуация, когда случайное упоминание о возможности стимулирует реализацию «избыточного потенциала» в форме коллаборативного потребления:

«О сайте, когда он только-только появился, написали маленькую статью в газете, которую увидела моя мама и показала мне. Всегда дома есть ненужные вещи, которые и продавать-то незачем, — они какие-то родные, хорошие, и выкинуть жалко, потому что они могут еще кому-то пригодиться, но они лежат, и лежат, и лежат... ну, без дела» (Наталья, 26 лет).

Здесь просматривается одна из главных причин, побуждающих к участию — накопление разного рода предметов, которые уже не используются, поскольку или заменяются новыми, или просто устаревают, надоедают. Как мы уже указали, это накопление того самого «избыточного потенциала». Участники подчеркивают, что «сообщниками» поддерживается идея бескорыстности, а «выгода», которую участники получают от участия в практиках коллаборативного потребления, вовсе не имеет отношения к материальной выгоде:

«Мне очень понравилось, что на сайте есть четко прописанная миссия, то есть мы не просто

меняемся вещами, а именно преподносим вещь в дар другому и этим делаем мир лучше. И, наверное, этот девиз и зацепил: что ты не сам себе делаешь одолжение, ищешь выгоду. Правда, какая выгода-то, когда ты вещи отдаешь? Ну, не знаю... в карму какие-то плюсики? (смеется)» (Надежда, 33 года).

Здесь мы видим, что желание сделать мир лучше может прямо формулироваться как осознанная альтернатива маркетинга и рыночному принципу «личной прибыли». Кроме того, указывается, что у многих есть склонность «делать добро», в частности, через идею совместного потребления, что может свидетельствовать о деятельности (пусть даже потенциальной) «критической массы» («critical mass»):

«Ну бывают люди, которые чуть ли не из воздуха готовы делать деньги, ну вот те же вещи старые перепродают или те вещи, что не подошли. Я не знаю... зачем? И это тогда точно не про ДаруДар. У меня с деньгами все в порядке, например, почему бы просто не сделать доброе дело? Мне кажется, что у многих людей, если не у всех, есть такая склонность — добро делать. По разным причинам...» (Наталья, 26 лет).

Интересной и неожиданной находкой стало то, что участники сообщества неоднократно указывали на возможность получения помощи от других пользователей сайта. Причем «помощь» — это не столько сами «дары», сколько поддержка в трудной ситуации, например ободряющие слова, советы, помощь делом или поступками. В терминологии Рональда Инглхарта [4] этот результат говорит о сдвиге в ценностях участников сообщества от «материалистических» к «постматериалистическим». Иными словами, приоритет экономической выгоды замещается превосходством свободы самовыражения, общения, взаимопомощи, возможности делать добро. Далее эта идея подкрепляется другими примерами.

Как было сказано выше, разработчиками сайта предусмотрена возможность общения людей — как в личных диалогах, так и в беседах, в которых может быть множество участников. Таких «разговоров» (такое название предусмотрено сайтом) заводится очень много. Информанты указали

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

наиболее оживленные: общегородские разговоры (куда приглашены все участники из определенного города), обсуждения общих встреч (назначение даты, времени, места; там люди сообщают о своем присутствии на встрече), «попрошайка» или «мелочи» (где участники пишут о наличии/необходимости того, что не принято выставлять в ленту даров). Темы разговоров участников не ограничиваются темами вещей, которые они дарят или принимают в дар:

«Общаемся ну просто обо всем. Люди — это же люди. Была Олимпиада — Олимпиаду обсуждали, в Крыму волнения — обсуждаем Крым. Заканчивая бытовыми проблемами — все из рук валится, пироги пригорают, уют не включается, машина не заводится. Там же и ссорятся, и спорят, и ругаются, и обижаются, и мирятся, и компании по интересам находят себе...» (Надежда, 33 года).

Важное место в жизни сообщества занимают общие встречи, целью которых является обмен дарами. Помимо этого, на общих встречах завязывается общение, причем информанты говорят о том, что *«Когда я пришла в первый раз, было ощущение, что я попала в круг давно знакомых друзей. Там все и всё про всех знали, знали, где кого найти, у кого какие проблемы в жизни и какие события у кого, ну просто, самые актуальные — переезд или рождение ребенка, новая работа и всякие такие вещи. Наверное, сначала даже неловко было, хотя новичку обязательно все подскажут и помогут»* (Наталья, 26 лет).

Именно налаживание межличностных связей, вероятно, способствует той помощи, которую всегда готовы оказать участники сообщества. В том числе через такие практики формируется «вера в сообщество» («belief in commons») — третий из четырех принципов экономики обмена. Не обошлось и без ярких примеров помощи, которыми поделились информанты:

«Когда я только зарегистрировалась, я уже говорила, — пришла именно отдавать. И подумать не могла, что попаду в какую-то такую безвыходную ситуацию, когда, например, денег не будет, как у меня и случилось в один «прекрасный» момент месяца назад. Я пока без работы, муж только-толь-

ко вышел из отпуска, соответственно, с деньгами туго. А я подхватила гайморит. Сходила к врачу, выписали мне кучу лекарств... стоимость была такой... кхм... хорошей (смеется). Ну и думаю — чем черт не шутит. Спросила, может, остались у кого-то? И, конечно же, — бери, лечись и выздоравливай. Ну, буквально за пару часов у меня все самое основное уже было» (Надежда, 33 года).

Таким образом, даже если изначально человек пришел в сообщество для того, чтобы «отдавать», то по мере интеграции возникающие у него трудные жизненные ситуации могут быть преодолены при помощи его членов, что работает на поддержание и укрепление «веры в сообщество».

«На личном опыте я эту помощь почувствовала. Я очень долго жила в Омске, но получилось так, что за пару дней я собралась и переехала в съемную квартиру в Новосибирск по личным обстоятельствам. В абсолютно пустую съемную квартиру. Где просто ни-че-го не было, даже стульев. Понятно, что обставить ее — дело очень затратное, но жить-то как-то надо, хотя бы первое время. Так меня и спасли дарударовицы — теперь у меня и стол, и стулья, и диван, и ложки. Все необходимое. Кто бы мог подумать, что так выйдет...» (Наталья, 26 лет).

Таким образом, сообщество, основанное на дарении, постепенно начинает использоваться не просто как место для обмена, но становится площадкой активного взаимодействия участников не только относительно «даров». Справедливо будет заметить, что участники акцентируют возможности для поддержания дружеских связей, получения помощи, указывают на регулярные общие встречи, из чего мы можем сделать вывод о разделении ими постматериалистических ценностей.

Мотивация участия

Хотя временные трудности случаются со многими, наши информанты скорее указывали, что среди участников они не знают ни одного бедного или нуждающегося человека (имея в виду перманентное состояние бедности или нужды), наоборот — многие из них «очень обеспеченные

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

люди» (судя по машинам, аксессуарам, местам работы и отдыха, которые те предпочитают). Сдвиг в сторону постматериалистических ценностей может быть обусловлен тем, что некоторые участники сообщества достигли состояния материальной безопасности [4] и по этой причине готовы с энтузиазмом принять и попробовать на себе идею дарения. Причем они не только отдают, но и «желают»:

«И вот так смотришь и думаешь — да он же богатый человек, он же купить себе может... а они не за купить, они не за деньги радуют, а за идею» (Надежда, 33 года).

Можно предположить, что возможность сэкономить, на которую обращают внимание западные исследователи [12], не так важна для активных участников сообщества или, по крайней мере, не первостепенна, хотя, безусловно, учитывается при описании причин участия в практиках новой экономики обмена.

Для себя лично информанты называют следующие «бонусы» от участия в коллаборативном потреблении:

- Положительные эмоции: *«Бесконечный позитив от участия, конечно. Бывает, кто-нибудь напишет что-то такое хорошее, светлое, просто идеей в разговоре поделится или соображением своим. И сразу очень хорошо становится, улыбаешься. А раз улыбнулся — день уже прожит не зря»* (Надежда, 33 года). Встречаются и негативные примеры взаимодействия в сообществе. Наши информанты говорили, что негативные моменты в практике дарения случаются не очень часто, их последствия несерьезны, в то время как положительные эмоции постоянны и «покрывают» эти малоприятные ситуации. Такая позиция может быть связана как со спецификой отобранной группы, так и с особенностями сообщества, выстроенного на доверии.

При этом многие имели негативный опыт, но у активных участников сообщества он не был связан со значимыми материальными потерями: *«Да, неприятные случаи были; я, например, как-то раз специально для сайта своими руками сделала и оформила дар, о котором всегда сама мечтала*

— набор самых разных сортов чая в красивой упаковке. Дар был передан по почте человеку, который его пожелал, но человек этот даже сухого «спасибо» не написал мне, хотя на «ДаруДар» принято оставлять «благодарности» к каждому полученному дару. Что я могу сказать... было очень неприятно, я пожаловалась другим участникам, меня приободрили. Просто не стоит заикливаться на таких вещах и таить обиду. Сплошь и рядом такое случается, не только на сайте. А здесь ты ничего существенного не потерял — денег, например, тебя просто задело такое поведение человека. Я себе сделала о нем заметку и просто больше его не выбирала. Как в детстве, знаете...» (Наталья, 26 лет).

- Возможность общения с другими людьми и возможность получить поддержку (причем здесь акцентируется то, что возможен любой поворот в жизни, и если эта поддержка не требуется на данный момент, то никто не застрахован от того, что через какое-то время такая потребность возникнет): *«Мне важно, что я могу пообщаться. Иногда просто хочется высказаться о чем-то, здесь есть возможность такая. Не могу сказать, что я за поддержкой туда хожу, но у некоторых это так и есть. Хотя случиться может всякое, не буду зарекаться (смеется)»* (Наталья, 26 лет).

- Возможность «с пользой» избавиться от ненужных вещей, а также найти что-то нужное, сэкономив при этом деньги (с оговоркой о возможных жизненных трудностях): *«Важно, что я могу избавиться с пользой — как для себя, так и для кого-то — от ненужных мне вещей, найдя что-то нужное для себя. На этом и сэкономить можно, кстати...»* (Наталья, 26 лет).

Кроме того, как дополнение к этим идеям была названа «личная гордость» – чувство принадлежности к глобальной светлой идее, которая меняет мир: *«Чувствуешь принадлежность к миллионам (или тысячам?) людей, которые во всем мире так живут. Идея эта очень добрая сама по себе. И понимаешь, что можно сделать так мало, чтобы сделать так много. Это, конечно, не самое главное, но тоже очень греет душу»* (Надежда, 33 года).

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

Выше мы говорили о том, что существует множество проектов, посвященных коллаборативному потреблению, в том числе аренда жилья, машин, выполнение поручений. Сервис «Дару-Дар» изначально был задуман исключительно для дарения вещей. В ходе интервью выяснилось, что существуют дары, выходящие за рамки «изначальных задач» сообщества, в которых «отправитель» говорит о том, что готов принять у себя дома гостей на какой-то срок («дар-вписка»), сделать что-то («сделаю в своем городе», «дары-услуги» — *отвезти документы, сходить в магазин, встретить в аэропорту, подстричь*), передать свои умения (*научить играть на гитаре, вязать крючком*). Таким образом, модель, созданная в рамках одного проекта, расширяется самими пользователями, которые находят применение не только залежавшимся вещам, но и своему времени, умениям, жилой площади.

Ранее мы предположили, что участники проекта артикулируют постматериалистические ценности, здесь же мы видим их реализацию в практических действиях. Здесь вполне справедливым будет высказывание: «мы меняем мир, меняясь сами». Говоря на языке нашей аналитической схемы — включается элемент «belief in commons», вера людей в сообщество и идею. Выше было показано, как формируется и укрепляется этот элемент. На следующем примере мотивации включения и участия людей в практиках коллаборативного потребления мы видим фрагменты ценностных оснований сообщества:

«Когда ты втягиваешься в эту систему, ты понимаешь, что возможностей помочь людям у тебя множество, масса! Не обязательно это вещи, ну, что умею — то дарю. Свое время, внимание, услуги, самого себя, от всей души. Это раскрепощает сознание, мне кажется... Сидим мы в нашем обществе потребления, к которому мы все скатились, хотя так много было разных светлых идей, — и все измеряем деньгами или некой выгодой. А здесь главное — «я — тебе», это даже в миссии сайта написано. Начинаешь на мир по-другому смотреть. Ты становишься добрее и более спонтанным в хорошем смысле. Понимаешь, что можешь делать

что-то доброе не только для тех людей, которые зарегистрированы на сайте, а для людей вне сайта. Вот живет бабушка у тебя в подъезде — почему бы не помочь чем-то? Вот и начинаешь. Это ведь так просто, до невозможности, но не сразу к этому приходишь» (Надежда, 33 года).

Оценка перспектив коллаборативного потребления

Дискуссии о том, приживется ли потребление такого рода в России, в литературе продолжают. Одни исследователи считают, что у коллаборативного потребления нет будущего, поскольку сама идея идет вразрез с российским менталитетом [14]. Эта точка зрения объясняется тем, что в жизни людей произошла резкая смена условий — из ситуации отсутствия института частной собственности россиян погрузили в противоположную, показав, что обладание (например, вещами, жилой площадью) надежнее, гарантирует большую стабильность.

«Вот для меня это не проблема, кстати, а вот бабушка постоянно прищуривается так и с опасением спрашивает — как это, чужое брать? У тебя что, своего нет? И говорит о том, сколько вокруг обманщиков (смеется). И друзья родителей некоторые тоже с той же песней...» (Наталья, 26 лет).

Здесь могут сказываться поколенческие различия, но этот вопрос требует отдельного рассмотрения. С одной стороны, представители старших поколений имели опыт жизни в условиях дефицита, и многие практиковали обмен и совместное использование вещей. С другой стороны, эти практики были основаны на личных связях, знакомствах, межличностном доверии («обмен между друзьями»), в то время как уровень «доверия к незнакомцам» нельзя было назвать высоким. Настороженность представителей старшего поколения может вызывать не столько сам обмен, сколько обмен вещами с незнакомыми людьми.

Другие исследователи, напротив, верят в то, что коллаборативное потребление получит признание в России [14], поскольку эта модель позво-

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

ляет получать доход от тех ресурсов, которые не используются и не приносят реальной пользы обладателю. Кроме того, коллективное использование вещей — не такая уж новая практика в России:

«Я думаю, я не одна такая, но я вот росла средней дочерью, и мне постоянно приходилось все донашивать, если не после сестры, то после знакомых детей постарше. Донашивание вещей — ну постоянная практика, уж в России, мне кажется, это себя не изживет, не знаю, как в других странах. А если это делал тогда, то чего стесняться. Да и не только с вещами так!» (Надежда, 33 года).

Наши информанты, рассуждая о возможных путях развития идеи коллаборативного потребления в России, придерживаются мнения, что эта идея не исчезнет:

«Ни в коем случае не забудется, я думаю. Люди же всегда объединяются в группы, а здесь создана такая благотворная почва для объединения» (Наталья, 26 лет).

Совместное потребление на Западе можно назвать устойчивым феноменом. С момента зарождения и до настоящего времени там растет разнообразие таких проектов, увеличивается число пользователей сервисов. В Россию коллаборативное потребление в описанном в статье понимании пришло позже, и в настоящее время оно активно развивается. Возникает вопрос: окажется это явление временным или станет устойчивой практикой? С одной стороны, идея обмена, дарения («донашивания») не нова для постсоветской действительности. С другой стороны, многие помнят тотальный дефицит и привыкли жить, накапливая вещи «на всякий случай». Тем не менее, при изучении смыслов, которые вкладываются активными участниками «ДаруДар» в совместное потребление, можно говорить о преобладании постматериалистических ценностей, в основе которых — чувство экономической безопасности, приходящее на смену материальной незащищенности времен дефицита [4].

Заключение

На примере площадки «ДаруДар» были рас-

смотрены истории включения участников в проект, особенности их общения, мотивация участия в практиках коллаборативного потребления и идеи относительно перспектив развития феномена в России. Показано, что мотив экономии не является определяющим для включения в проект, хотя возможность сэкономить осознается, принимается и реализуется в трудных жизненных ситуациях. Движущей силой коллаборативного потребления выступает скорее накопление «избыточного потенциала», то есть таких вещей, которыми можно поделиться.

Как и многие подобные проекты, «ДаруДар» основан на саморегуляции — сами участники устанавливают рамки дозволенного и должного. В этой связи показательным стало расширение возможностей площадки самими «сообщниками». Изначально «ДаруДар» создавался как место дарения вещей, но все чаще, по словам участников, встречаются ситуации, в которых люди предлагают свои услуги, помощь, жилую площадь.

Мы имели дело с активными представителями сообщества, включившимися в его жизнь достаточно давно и не прекратившими участия даже несмотря на наличие негативного опыта. Наши информанты подчеркивают значимость постматериалистических ценностей и реализуют их на практике. На данном этапе развития коллаборативного потребления в России активные участники сообщества считают, что идея будет развиваться или, как минимум, не забудется. Коллаборативное потребление представляется как пространство общения и взаимопомощи, а также как возможность построения «здоровой альтернативы» сверхпотреблению и более эффективного использования «избыточного потенциала» вещей и ресурсов сообщества.

Литература

1. Бодрийяр Ж. Система вещей. — М.: Рудомино, 2001.
2. Ботсман Р. Валютой новой экономики станет доверие // TEDGlobal. — 12.06.2012: http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

- new_economy_is_trust?language=ru#t-37114 (дата обращения 19 мая 2014 г.).
3. Де Грааф Дж., Ванн Д., Нэйлор Т.Х. Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру. — Екатеринбург: Контркультура, 2005.
 4. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества // Полис. 1997. № 4. http://www.polisportal.ru/files/File/puvlication/Starie_publicacii_Polisa/I/1997-4-2-Ingelheart_Postmodern.pdf (дата обращения 19.05.2014).
 5. Кляйн Н. No logo. Люди против брендов. — М.: Добрая книга, 2008.
 6. Черецкий В. Кризис вызвал в Испании «бум» коллаборативного потребления // Deutsche Welle. — 24.01.2013. <http://www.dw.de/кризис-вызвал-в-испани-бум-коллаборативного-потребления/a-16547087> (дата обращения 19 мая 2014 г.).
 7. Экономика совместного потребления — новая социальная эра в Интернет. <http://blog.podorozhniki.com/2012/06/ekonomika-sovmestnogo-potrebleniya-novaya-sotsialnaya-era-v-internet/> (дата обращения 12 апреля 2014 г.).
 8. 10 Ideas that Will Change the World // Time. — 17.03.2011. <http://content.time.com/time/specials/packages/0,28757,2059521,00.html> (дата обращения 25 ноября 2013 г.).
 9. Belk R. You are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online // Journal of Business Research. — In press. — Available online 16.10.2013: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296313003366> (дата обращения 19 мая 2014 г.).
 10. Botsman R., Rogers R. What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. — N.Y.: HarperCollins Publishers, 2010.
 11. Collaborative Consumption. Sharing Reinvented through Technology. <http://www.collaborativeconsumption.com/about/> (дата обращения 20 ноября 2013 г.).
 12. Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption // Social Science Research Network. — 30.05.2013. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2271971 (дата обращения 19 мая 2014 г.).
 13. Keymolen E. Trust and Technology in Collaborative Consumption. Why It Is Not Just About You and Me? // Bridging Distances in Technology and Regulation / Ed. by R. Leenes, E. Kosta. — L.: Wolf Legal Publishers, 2013. — P. 135 – 150.
 14. Share economy: модный тренд или новая модель потребления? // TheRunet – 13.02.2013. <http://www.therunet.com/articles/497-share-economy-modnyu-trend-ili-novaya-model-potrebleniya> (дата обращения 25 ноября 2013 г.).

Примечания

1. Энафизм (от англ. enough — достаточно) — форма потребления, основанная на идее минимизации экономического «излишка», сдерживании сверхпотребления.
2. Идеология и практика дарения. Практика дарения. URL: <http://darudar.org/page/howitworks/togive/> (дата обращения 25 мая 2014 г.).
3. Устройство сообщества. URL: <http://darudar.org/page/community/design/> (дата обращения 25 мая 2014 г.).
4. Идеология и практика дарения. Идеология дарения. Миссия дарения. URL: <http://darudar.org/page/ideology/mission/> (дата обращения 25 мая 2014 г.).
5. Дарономика. URL: <http://darudar.org/daronomics/> (дата обращения 25 мая 2014 г.).
6. Что и где ищем. URL: <http://darudar.org/search/advanced/> (дата обращения 25 мая 2014 г.).
7. Партнерство. Статистика сайта. URL: <http://darudar.org/page/business/statistics/> (дата обращения 25 мая 2014 г.).
8. Блог разработчиков. URL: <http://darudar.org/blog/> (дата обращения 25 мая 2014 г.).
9. Помощь. URL: <http://darudar.org/help/> (дата обращения 25 мая 2014 г.).
10. Авторы статьи являются жителями Новосибирска. Принципиальной для задач исследования является возможность личного общения с информантом, по этой причине были выбраны именно участники сообщества из Новосибирска.