

Фабрика досуга:  
*производство*  
*в цифровой век*

Паяль Арора

Перевод с английского  
Марины Бендет.  
Публикуется с любезного  
разрешения автора.

Доктор лингвистики, литературоведения  
и технологий, доцент отделения средств  
массовой информации и коммуникации фа-  
культета истории, культуры и коммуникации  
Университета Эразмус.

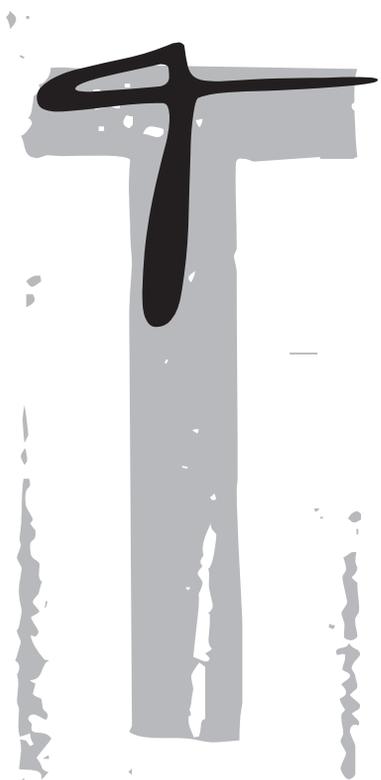
Адрес: PO Box 1738, 3000 DR Rotterdam,  
Netherlands.

E-mail: arora@eshcc.eur.nl.

*Ключевые слова:* когнитивный труд; досуг;  
технологии; сетевое сотрудничество.

Статья посвящена изменениям в эпоху ци-  
фрового и в целом когнитивного производ-  
ства отношений между трудом и досугом

---



Труд ограничивает человека,  
а игра снимает любые ограничения.  
Мы то и дело возвращаемся к этой  
расхожей мудрости по мере того,  
как меняется наше видение перво-  
го и второй. Любое общество раз-  
вивается сообразно конкретным  
воззрениям на собственное устрой-  
ство, а в его основе непременно ле-  
жат неразрывно связанные друг  
с другом структуры труда и до-  
суга. К примеру, сегодня рабо-  
чие пространства переживают ра-  
дикальные изменения, связанные  
с эволюцией представления рабо-  
тодателей о том, что такое произ-  
водительность. В условиях совре-  
менной, одержимой инновациями  
экономики здравый смысл подска-  
зывает многим компаниям, что для

в контексте переосмысления производительности труда. В частности, в современной инновационной экономике складывается новая корпоративная культура, чувствительная к благополучию работников, причем эти перемены касаются не только западного мира. Давно прошли те времена, когда к досугу относились как к сфере греховной праздности. С концом индустриальной эпохи заканчивается и четкое разделение и противопоставление труда и досуга. Некоторые компании осознанно вводят элементы досуга в само производственное пространство: скверы с гамаками, бильярдные столы, волейбольные поля, комнаты для видеоигр, фортепиано, столы для пинг-понга и залы для йоги становятся характерной чертой этих новых условий труда.

Игровые мотивы можно обнаружить в дизайне офисных помещений. Многие специалисты по современной орга-

низации труда сходятся на том, что чем менее контролирующим будет рабочее пространство, тем вероятнее появление новых идей и повышение производительности. Офис вообще перестает быть основным местом работы: интервью показывают, что для серьезной творческой работы лишь меньшинство сотрудников выбирает офис, остальные же голосуют за дом, парк, кафе. Переосмысление пространства труда не ограничивается материальной сферой. Сначала пользование работниками социальными медиа, блогосферы осуждалось, теперь поощряется. Оно рассматривается как толчок к реструктуризации всей экономики в сторону ориентации на работника и клиента. Но социальные сети становятся и новым полем борьбы за свободу, так как фирмы пытаются захватить их и поставить себе на службу.

---

привлечения талантливых сотрудников необходима новая корпоративная культура, заинтересованная во всестороннем благополучии работников. Некоторые компании концентрируются на конкретном месте, позволяющем взрастить такие таланты, — на «офисе». На смену типовой унылой кабинетной инфраструктуре приходит иная рабочая атмосфера.

Отличительной чертой нового трудового ландшафта становятся бильярдные столы, волейбольные площадки, залы для видеоигр, пианино, столы для пинг-понга и помещения для занятий йогой<sup>1</sup>. Велосипеды, скутеры и скейты обеспечивают мобильность сотрудников. Игра определяет оформление и обстановку приемной и зала заседаний совета директоров. На смену отдельным компаниям приходят корпоративные системы, размещающиеся на парковых территориях, подобных университетским кампусам<sup>2</sup>. Переход от кабинета к гамаку означает изменение существующей

1. *Kjerulf A.* Happy hour is 9 to 5: Learn How to Love Your Job, Create a Great Business and Kick Butt at Work // *Jyllands-Posten*. 2007. № 35.
2. *Daskalaki M., Starab A., Imasa M.* The «Parkour Organisation»: Inhabitation of Corporate Spaces // *Culture and Organization*. 2008. Vol. 14. № 1.

щего у ведущих предприятий представления о том, как на сегодняшнем деловом рынке выглядит пространство производства. Поэтому неудивительно, что лидеры творческой и электронной промышленности — *Pixar*, *Apple* или *Google* — приняли решение о переоформлении своих корпоративных офисов таким образом, чтобы они напоминали игровое пространство<sup>3</sup>. Их профессия — инновации, а потому чем менее упорядоченной, ограничивающей и пространственно предсказуемой будет рабочая атмосфера, тем скорее она станет способствовать развитию новых идей и росту производительности. Подобным корпоративным пространствам близок дух общественного парка, а не офиса; они моделируют место, более или менее свободное от традиционной деловой рутины, институционального давления и приказной системы.

В географическом плане новые трудовые пространства не ограничены западным миром. На протяжении последнего десятилетия мы наблюдали резкий рост развивающихся рынков, которые все реже воспринимаются как производственные цеха или подсобные помещения и все чаще выступают драйверами современной глобальной экономики<sup>4</sup>. Они выходят в мир инновационного бизнеса, привлекая все более многонациональный, межкультурный и диаспорный штат сотрудников. Подтверждение этому мы видим в амбициозных проектах фирменного стиля рабочего пространства, таких как кампус *Infosys* в индийском Майсуре (зеленый оазис для сотрудников компании) или роскошная территория *Huawei Technologies* в Шанхае (пышный и богатый водоемами ландшафт, «отражающий суть энергичной корпоративной идентичности и объединяющий природу и рабочие зоны»). Большинство подобных компаний входят в состав крупных производственных, научных или технологических парков. Подобная концентрация профессионального опыта и знаний способствует развитию территории, на которой эти компании расположены<sup>5</sup>.

Внимание к организации пространства досуга, однако, характерно не только для нишевых производителей. Оно все чаще проявляется и в частном бизнесе, в том числе в компаниях, заня-

3. *Chang J.* Behind the Glass Curtain: Google's New Headquarters Balances Its Utopian Desire for Transparency with Its Very Real Need for Privacy // *Metropolis Magazine*. 19.06.2006. URL: <http://www.metropolismag.com/July-2006/Behind-the-Glass-Curtain/>.
4. *Vaidyanathan G.* Technology Parks in a Developing Country: The case of India // *Journal of Technology Transfer*. 2008. Vol. 33. Iss. 3. P. 285–299.
5. *Goldstein H. A., Luger M. I.* Science/Technology Parks and Regional Development Theory // *Economic Development Quarterly*. 1990. № 4 (1).

тых производством электронной медицинской документации. Прекрасный пример — компания *Epic Systems*, расположенная на 800 акрах бывших сельскохозяйственных угодий неподалеку от города Мэдисон, штат Висконсин. Она поставляет системы выпуска электронных медицинских карт таким крупным учреждениям здравоохранения, как медицинский центр Седарс-Синай в Лос-Анджелесе, Кливлендская клиника или больница Джонса Хопкинса в Балтиморе. Посетителей рабочей зоны компании неизменно поражает экстравагантная и вольная атмосфера, созданная благодаря своеобразной архитектуре корпоративного пространства:

Работа по переводу целой страны с бумажных медицинских карт на электронные — серьезное дело. Вот почему первое знакомство с кампусом *Epic Systems* вызывает изумление. Шалаш на дереве в качестве места проведения собраний? Спиральная горка высотой с двухэтажный дом как место для отдыха? И к чему здесь огромная статуя Кота в шляпе? Пусть эти причудливые детали не вводят вас в заблуждение<sup>6</sup>.

Стимулом для оформления этой рабочей зоны в стиле игрового пространства стало стремление «привлечь программистов, которые иначе устроились бы на работу в *Google*, *Microsoft* или *Facebook*». Теперь мы видим, каким именно образом производительность, творческая деятельность и инновации связаны с порождающей их средой.

Новый гуру в мире технологий и соавтор книги *Rework*<sup>7</sup> Джейсон Фрид рассуждает о новых способах концептуализации труда и творчества. Он критикует неприкосновенность офисного пространства и говорит о его бесполезности в обществе, стремящемся к формированию творческого капитала. В первое десятилетие существования социальных сетей корпорации опасались (а многие до сих пор опасаются) проникновения досуга в рабочее пространство. Реакция корпораций на сложившуюся ситуацию проявлялась в бесконечном разбирательстве по поводу микронарушений. Фрид полагает, что корпорации были введены в глубокое заблуждение:

*Facebook* и *Twitter* — не главная проблема офиса. Главной проблемой я бы назвал собрания и руководящих работников.

6. *Freudenheim M.* Digitizing Health Records, Before It Was Cool//New York Times. 14.01.2012. URL: <http://www.nytimes.com/2012/01/15/business/epic-systems-digitizing-health-records-before-it-was-cool.html>.

7. См.: *Fried J., Hansson D. H.* *Rework*. N.Y.: Crown Business, 2010.

Он полагает, что деловые круги упускают главное. Им следует сконцентрироваться на новом оформлении корпоративного пространства: сегодня из-за принятой в нем монотонной структуры ведения дел оно негативно влияет на производительность труда. Исследования, включавшие множество интервью с профессионалами в сфере бизнеса, показали, что большинство людей выполняет свою работу вне офиса:

Компании тратят миллиарды на аренду, офисные помещения и оборудование, стремясь создать для своих сотрудников идеальное рабочее пространство. Однако спросите, куда человек идет, если ему действительно нужно серьезно поработать. Лишь немногие ответят: «В офис...» Я не виню людей за то, что они не хотят работать в офисе. Я виню лишь офис.

Десять лет назад единственной рефлексивной реакцией корпораций на проникновение социальных сетей в пространство труда было судебное преследование сотрудников, критиковавших в интернете свою работу. В газетах постоянно мелькали заголовки, что та или иная компания подала на своих работников в суд за нелестные комментарии в *Facebook* или *Twitter*. Сегодня же корпорации осознали влияние подобных разбирательств на формирование общественного мнения и даже начали понимать, что при стратегически верном использовании подобные онлайн-пространства досуга могут приносить пользу. Огромные корпорации типа *Microsoft* прежде клеймили социальные сети, сегодня же *Microsoft* с энтузиазмом размещает на своем сайте более тысячи корпоративных блогов, где сотрудники могут выразить мнение о чем угодно, начиная от астрологического прогноза и заканчивая программированием на C++<sup>8</sup>.

Корпоративный вице-президент *Microsoft* Санджей Партхарати выражает общее мнение руководства компании:

Мы считаем, что блоги обладают огромным потенциалом. Благодаря им мы, сотрудники компании, получаем лучшее представление о пути развития ключевых технологий.

Блоги *Microsoft* пользуются такой популярностью, что компания создала информационную интернет-службу, помогающую в поиске различных блогов и их создателей. Другие компании, та-

8. Gely R., Bierman L. Social Isolation and American Workers: Employee Blogging and Legal Reform // Harvard Journal of Law and Technology. 2007. Vol. 20. № 2.

кие как *American Airlines*, с помощью блогов обеспечивают своим сотрудникам больший доступ к руководящим работникам. В *IBM* сотрудники из 30 разных стран мира обсуждают в блогах проекты разработки программного обеспечения и стратегии ведения бизнеса. Торговая сеть *Hot Topic*, насчитывающая 690 магазинов, недавно запустила внутреннюю социальную сеть, где работники могут обмениваться данными и идеями.

Мы видим, как предприятия расширяют свое виртуальное присутствие на сайтах, первоначально предназначавшихся для онлайн-общения и досуговых целей: здесь мы имеем в виду  *Blogger*, *Twitter* и *Facebook*<sup>9</sup>. Как мы сказали, существует также тенденция к созданию закрытых онлайн-сообществ для сотрудников, позволяющих компаниям пристально отслеживать элементы таких пространств и структурировать их сообразно конкретным целям. Подобная система воспринимается как переход от принятой в частных компаниях нисходящей иерархии к культуре, дающей работникам большую самостоятельность и в большей мере ориентированной на клиента. Кроме того, сети типа *LinkedIn* призваны облегчать формирование связей и сотрудничество между работниками и целыми компаниями. В их основе лежит предположение, что подобный обмен идеями и кадрами создаст в деловой сфере новые способы мышления и поведения<sup>10</sup>. Примечательно, что *LinkedIn* с годами претерпел изменения и сегодня напоминает скорее ориентированную на досуг социальную сеть, чем утилитарное пространство для завязывания рабочих отношений.

Рост масштабов сетевого взаимодействия добавляет труду новое измерение, в котором люди из разных стран могут работать над одним проектом и получать зарплату, соответствующую их креативным инвестициям<sup>11</sup>. Подобная ситуация ставит перед проектированием рабочих пространств новую задачу: сегодня они должны быть приспособлены к нуждам самых разных представителей глобального рынка труда, работающих в них лишь временно, от случая к случаю. Кроме того, новым ключевым словом для рабочих ландшафтов стала «геймификация». Внедрение динамики игры в культуру труда призвано увеличить вовлеченность сотрудников в работу и повысить эффективность решения проблем.

9. *Hermann C.* Laboring in the network//*Capitalism Nature Socialism*. 2006. Vol. 17. № 1.

10. *Guerrier Y., Adib A.* Work at leisure and leisure at work: A Study of the emotional labour of tour reps//*Human Relations*. 2003. Vol. 56. № 11.

11. *Howe J.* The Rise of Crowdsourcing//*Wired Magazine*. June 2006. № 14.06. URL: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>.

В этой статье мы одновременно преследуем несколько целей — исследуем изменения корпоративного пространства и корпоративной культуры. Мы рассмотрим вопрос о захвате социальных сетей представителями частных компаний. В частности, обратимся к социальным сетям, чтобы выявить взаимосвязь между структурированием рабочего и игрового пространств как в виртуальном, так и в материальном мире. Это крайне важно для формирования представления о роли, которую досуговая зона играет в деле поощрения производительности, новаторства и творчества на рабочем месте. Мы проследим, как деловое пространство распространяется на пространство социальных сетей и влияет на него, в то время как оба они стремятся реструктурировать область труда и досуга, сделать ее более инновационной и удовлетворяющей потребности сотрудников. Статья помещает эту тенденцию в исторический контекст, исследуя, как пространство досуга постепенно обрело законный статус зоны, способствующей росту производительности. Это исследование обращается к мобильности как одной из важных черт новой рабочей среды. Иными словами, наша статья изучает возникшую в XXI веке виртуальную и материальную архитектуру делового пространства и то, каким образом эта архитектура связана с изменением представлений разных трудовых культур о труде, досуге и инновациях.

### **Размывание границ рабочей и досуговой зон**

Начало борьбы за досуг в рабочем пространстве

Прежде чем заслужить доверие, досуг был вынужден преодолеть множество препятствий. Пуританское представление о том, что «досуг есть грех», утратило свои позиции в эпоху развития промышленности во второй половине XVIII века. На смену утилитарному лозунгу «Ленивый ум есть мастерская Сатаны» пришла известная поговорка: «Умей дело делать — умей и позабавиться». Этот поворот стал революционным для человечества, однако за него пришлось побороться. Известный историк Рой Розенцвейг, автор знаменитой книги «Восемь часов на то, чего мы сами пожелаем»<sup>12</sup>, четко связал трудную борьбу, которую рабочее движение вело за восьмичасовой рабочий день, с после-

12. См.: *Rosenzweig R. Eight Hours for What We Will: Workers and Leisure in an Industrial City, 1870–1920. N.Y.: Cambridge University Press, 1983.*

дующим появлением все большего количества городских досуговых пространств, таких как общественные парки:

2 декабря 1889 года сотни членов профсоюза прошли по улицам Вустера, демонстрируя свою силу и решимость. «Восемь часов на работу, восемь часов на отдых и восемь часов на то, чего мы сами пожелаем», — гласил лозунг, который несли местные плотники... Реальное стремление получить в свое распоряжение «восемь часов на то, чего мы сами пожелаем», стало важной составляющей борьбы рабочего класса за улучшение условий труда, шедшей в конце XIX и начале XX века. Так, в 1883 году перед Комитетом по связям между наемными рабочими и капиталистами сената США выступил наборщик, сказавший следующие слова: «В этой стране рабочему человеку нужно что-то помимо еды и одежды... ему нужен отдых. Почему рабочий не может отдыхать, как все остальные?» В промышленных городах по всей Америке рабочие боролись не только за право на время и пространство для досуга, но также за право самостоятельно решать, когда и где они будут этим досугом наслаждаться.

Вне всяких сомнений, рабочее движение способствовало изменению представлений о культуре труда и о его связи с досугом. В то же время руководящие работники вынуждены были признать, что досуг и общественная жизнь оказывают положительное влияние на производительность. В конце концов досуг занял свое законное место в жизни рабочего класса.

Вместе с тем досуг понимался как то, что не является трудом, или как то, что связано с трудом либо представляет собой его результат. Иными словами, предполагалось, что либо досуг служит труду, либо труд производит досуг, однако

...они не должны были пересекаться: досуг и труд являли собой как бы две стороны щита — и обе эти стороны защищали человека. Труд давал человеку возможность жить; досуг делал жизнь приятной<sup>13</sup>.

Подобное представление уходит корнями в глубокое прошлое и связано с замечанием Аристотеля о связи между этими двумя сферами — о том, что «мы трудимся, чтобы отдохнуть»<sup>14</sup>. При формировании представлений об этих двух мирах были сформулированы четкие дихотомии: труд есть необходимость, служа-

13. *Woody T. Leisure in the Light of History // Annals of the American Academy of Political and Social Science. 1957. Vol. 313. № 1.*

14. *Rosenzweig R. Op. cit. P. 31.*

щая практическим целям, тогда как досуг есть роскошь, право на которую человек зарабатывает через труд. Расцвету промышленно развитых стран сопутствовала все более масштабная забота о досуге. От типичной для феодальных времен мысли «труд для большинства, досуг для меньшинства» человечество в современную эпоху перешло к новым идеям о массификации и демократизации досуга. Основываясь на распространенных в середине 1900-х годов представлениях об избыточности и компенсации как основе связи между трудом и досугом, Кеннет Робертс в своей книге «Досуг в современном обществе» делает следующие выводы:

Были определены два главных типа взаимосвязи между трудом и досугом... Первым стала избыточность, при которой рабочие отношения, интересы, общественные и технические навыки распространялись на сферу досуга. Типичным примером такой взаимосвязи стали конторские служащие, использовавшие свои профессиональные навыки для создания добровольных объединений. Менее привлекательным примером избыточности явились рабочие, занятые монотонной, рутинной, отупляющей работой: их ум оказался столь ограниченным, что им достаточно было проводить большую часть своего свободного времени за пассивными развлечениями. Вторым типом взаимосвязи между трудом и досугом стала компенсация: она означала, что человек использует свободное время, чтобы получить опыт, который не может приобрести на работе. Частым примером такой взаимосвязи становились прикованные к кабинетному столу руководящие работники, занимавшиеся спортом по вечерам и в выходные. Другим примером были люди, не имевшие возможности проявить инициативу на работе и использовавшие досуг для настойчивой демонстрации собственной самостоятельности<sup>15</sup>.

Если подобная схема представляется устаревшей, прежде всего, для богатых стран, экономика которых опирается на сферу услуг, она вполне применима к молодым трудовым ресурсам и развивающимся рынкам, таким как Китай или Индия. Последняя вскоре выйдет на пятое место в мире по количеству трудоспособного населения, занятого монотонной и однообразной работой в промышленности. Таким образом, если границы между досугом и трудом все еще остаются достаточно четкими, то ме-

15. Roberts K. Leisure in Contemporary Society. Wallingford, UK: CAB International, 1999. P. 57.

няется сама роль, которую эти занятия играют в жизни людей. Сегодня досуг продолжает проникать в самые разные виды деятельности и социальные пространства, тогда как труд остается замкнутым в своих неприкосновенных пределах.

К примеру, в период с 1890 по 1940 год масштабы досуга в Америке росли экспоненциально — даже в период Великой депрессии, в 1920-е и 1930-е годы. Это весьма интересное открытие, ведь согласно общепринятому представлению (здесь Ричард Флорида сходится с Торстейном Вебленом) досуг связан с экономической стабильностью, и высшие слои общества должны иметь к нему более широкий доступ. Эти представления, безусловно, верны, однако являются лишь частью более крупной матрицы, описывающей связь между трудом и досугом. Изучая различные культуры и ситуации, мы обнаруживаем, что, несмотря на незавидное финансовое положение, бедные сообщества отыскивают возможности для организации досуга, который обеспечивает поддержку их культурному и общественному капиталу.

Однако сегодня политика стран третьего мира опирается на устаревшие представления о соотношении труда и досуга для бедных слоев населения. Многочисленные планы по обеспечению бедного населения доступом к цифровым технологиям предполагают, что оно будет использовать новые медиaprостранства для практических, трудовых целей<sup>16</sup>. Были созданы схемы, предоставляющие фермерам возможность проверять через интернет цены на продукцию, дающие женщинам доступ к информации о медицинском обслуживании, а молодежи — шанс найти работу. Однако вопреки ожиданиям бедное население стран третьего мира применяет новые средства коммуникации примерно так же, как и типичные жители экономически развитых стран. Бедные слои используют интернет-платформы в первую очередь для социализации, игр, просмотра популярных медиа или порнографии. Мне уже приходилось ратовать за то, чтобы исследование досуга избавилось от чрезмерно инструментализованного представления о развитии разных стран мира:

В соответствии с неолиберальными представлениями бедные слои населения «перепрыгнут» через общепринятые, традиционные барьеры и обеспечат себе большую общественно-экономическую мобильность. Однако, если равенство между третьим и первым миром будет достигаться именно таки-

16. Arora P. Leisure Divide: Can the Third-World Come Out to Play? // Information Development. 2012. Vol. 28. № 2.

ми методами, нам следует быть готовыми к тому, что бедное деревенское население, подобно богатым городским жителям, станет использовать компьютеры для «банальных» и «обыденных» целей. Можно говорить о том, что такой неразрешимый конфликт происходит от моральных принципов бедности, а в качестве основных критериев при любых расчетах, связанных с третьим миром, следует рассматривать прагматику и совершенствование. Ведь в конце концов сфера *ICT4D* (*Information and Communication Technologies for Development*, то есть информационные и коммуникационные технологии в целях развития), концентрирующаяся на нуждах развития человеческого и общественного потенциала, появилась на основе постколониального дискурса и практик и до сих пор продолжает ни на них опираться. Однако в рамках столь узкого подхода мы можем упустить реальные изобретательные приемы и стратегии, к которым прибегает бедное население, стремящееся свыкнуться со своим положением или изменить его. Основным инструментом здесь — развлечения, а классовое деление играет второстепенную роль<sup>17</sup>.

При этом, поскольку степень заинтересованности в досуге различна для разных социальных слоев, мы часто сталкиваемся с очевидными расхождениями в самом взгляде на него. Подобные расхождения могут быть связаны с конкретной социальной и исторической обстановкой, в которой живет та или иная группа населения. Возьмем, к примеру, давнюю дискуссию о том, почему, когда дело доходит до работы и досуга, различия между Европой и США оказываются столь значительными. В отчете Национального бюро экономических исследований говорится о том, что эту диспропорцию предопределяет сочетание разных систем налогообложения, законов о труде и прочих структурных механизмов:

Главный вопрос для нас — то, что сегодня европейцы работают гораздо меньше, чем американцы; это связано с политикой профсоюзов в 1970-е, 1980-е и отчасти 1990-е годы, а также с законами, действующими на рынке труда. Свою роль здесь сыграли и предельные ставки налогообложения — в особенности в том, что касается доли работающих женщин. Однако, по нашим представлениям, в рамках гипотетического высококонкурентного рынка труда, работающего без профсоюзов и регулируемого ограниченным количеством законов, подобный рост налогов не оказал бы столь значительного влияния на количество отпра-

17. Ibid. P. 5.

ботанных часов. Безусловно, идея гибкости трудовых ресурсов не объясняет данное явление, связанное прежде всего с налоговыми вопросами, однако здесь нам может помочь «эффект социального интенсификатора» (*social multiplier effects*)<sup>18</sup>.

Другую картину предлагает феминистский подход к данной дихотомии. Здесь «труд» рассматривается как проблематичный, подавляющий и неофициальный домашний, не предполагающий финансового вознаграждения. Мы приходим к выводу о том, что досуг женщин не привязан к типичной сфере труда и, как следствие, остается незамеченным; а также, что женщины формируют собственный досуг самостоятельно и разнообразно. Вопреки общепринятому представлению о «современном» стиле жизни и образе мышления, приходящим на смену «традиционным», как в тённисовской модели смены *Gesellschaft* на *Gemeinschaft*, было обнаружено, что многие современные досуговые стратегии апеллируют к старым моделям и вовсе от них не отказываются.

Сегодня, когда досуг получил признание, пришло время уделить больше внимания различным его аспектам. Однако остается множество вопросов: становится ли досуг более доступным, нацеленным на извлечение прибыли? Что это — частное дело или общественная деятельность? Какова его природа — он организован или, скорее, неформален? В определенном смысле досуг занял центральное место в обществе и стал самостоятельной сущностью. Можно утверждать: маятник качнулся в другую сторону, и сегодня роль досуга в деловом мире и в практиках вызывает значительный интерес (а порой и страх). Новые медиа сулят (или угрожают?) подчинить себе трудовые ценности, свойственные разным культурам, и разрушить их, при этом, вероятно, разрушив и границы между трудом и досугом. Следует ли нам опасаться подобного размывания границ?

Постоянная занятость: эксплуатация или освобождение?

В современной культуре мобильной связи все сплетается в единый пучок по мере того, как люди находят способы внедрения

18. Alesina A., Glaeser E., Sacerdote B. Work and Leisure in the U. S. and Europe: Why so Different? // Harvard Institute of Economic Research Working Papers. 2005. № 2068. URL: <http://ideas.repec.org/p/fth/harver/2068.html>. О понятии «социального интенсификатора» см.: Glaeser E., Sacerdote B., Scheinkman J. The Social Multiplier // Journal of the European Economic Association. 2003. Vol. 1 (2–3).

досуга в свою трудовую жизнь, а труда — в часть жизни, отведенную для досуга<sup>19</sup>. Традиционные режимы работы оказываются под угрозой благодаря новым средствам коммуникации. Цифровые платформы обеспечивают возможность отказа от рабочего дня «с 9 до 5» в пользу неполного или удаленного сотрудничества, никак не привязанного к местоположению компании<sup>20</sup>. Пространства новых технологий дали сотруднику возможность разорвать связь с рабочим местом, однако поместили его в рамки постоянного, хотя и прерывистого рабочего цикла. Это способствовало широкому развитию культуры труда, предполагающей привлечение жителей пригородов и внештатных работников, а также созданию трудовой этики и дисциплины, основанной на принципе «всегда на связи».

Мы живем в эпоху занятости, когда четкое разделение между трудом и досугом оказалось размытым благодаря появлению «поколения большого пальца» — профессиональных и грамотных «жителей» Сети (*netizens*), готовых постоянно выполнять желания и приказы своих клиентов или руководителей<sup>21</sup>. Поколение *Blackberry* демонстрирует явное принятие капиталистических представлений об эффективности и производительности, тем самым создавая культуру срочной и непрерывной работы. Привязанность к постоянной проверке различных обновлений с помощью мобильных устройств стала для нас обычным делом. Так, в 2006 году термин «крэкберри»<sup>22</sup> выиграл соревнование на звание слова года, проводившееся словарем Вебстера. Мы признаем, что новые коммуникационные технологии изменили темп общественной жизни, хотим мы того или нет.

По мере роста среднего класса, расширения возможностей выбора, распространения новых технологий, обеспечивающих мобильность и доступность, начали меняться представления о типе труда, которым люди готовы заниматься. Сегодня мы уделяем основное внимание тому, чтобы оставаться «верными» себе и обеспечивать логическую связность между трудовой деятельностью и досугом. Современная индивидуалистическая эпоха побуждает людей к тому, чтобы они «понимали себя», «были

19. *Du Gay P.* Consumption and Identity at Work. L.: Sage, 1996.

20. *Gershuny J.* Changing Times: Work and Leisure in Post-Industrial Society. Oxford: Oxford University Press, 2000.

21. *Buckingham D., Willett R.* Digital Generations: Children, Young People, and New Media. L.: Routledge, 2006.

22. Навязчивая зависимость от обновления почты и обмена короткими сообщениями с использованием телефона *Blackberry* (сленг).

с собой» и «оставались верными себе», в частности за счет свободного от работы времяпрепровождения<sup>23</sup>. Можно утверждать, что идеальная «работа» определяется близостью к досугу, общественному и интеллектуальному обогащению, поощрению удовлетворенности собой. Сегодня некоторые корпорации отмечают, что досуг способствует росту инновационного потенциала и творческой изобретательности на рабочем месте и структурирует корпоративное пространство таким образом, чтобы оно отражало принципы новой культуры труда. Основное различие между индустриальной эпохой и эпохой цифровых технологий состоит в характерном для них представлении о досуге: если в первом случае досуг был призван дополнять трудовую деятельность, то во втором он переплетается с ней. С появлением новых мультимедийных технологий границы размываются, и лишь выбор конкретного контекста позволяет нам определить ту или иную практику как ориентированную в большей мере на досуг или труд.

Исследователь социальных сетей Дана Бойд в своем популярном блоге *arophenia* недавно писала о трудностях, связанных с определением того, что такое работа в сетевом мире. Она размышляет об утрате «всякого представления о том, где именно пролегают границы», определяющие, работает она в данный момент или играет. Бойд спрашивает, как придать смысл тому размыванию границ, которое в эпоху цифровых технологий становится все более и более сложно организованным. Она признает, что степень контроля конкретного человека над личными «пространством, местом и временем» воспринимается им как привилегия. Рассказ об устройстве повседневной жизни позволяет понять, к чему приводят подобные преимущества:

Моя работа сегодня — это работа-мечта. Я исследователь: я занимаюсь изучением того, что меня занимает, исследую то, что мне интересно. Я сама составляю для себя расписание и список дел. Иногда я просто просыпаюсь утром и часами читаю. Я пишу книги и посты в блоге, путешествую, встречаюсь с людьми, читаю лекции. Я расспрашиваю людей об их жизни, наблюдаю за их бытом. Я думаю и тем самым зарабатываю на жизнь. Мне возмутительно хорошо платят за то, чтобы я мыслила, творила и провокационно себя вела. Я занимаюсь делами, связанными с моей профессией, по 80–100 часов в неделю, но 80% этого времени мне

23. Guerrier Y., Adib A. Op. cit. P. 1401.

очень нравятся. Я могу пойти к врачу в середине рабочего дня, но при этом могу проснуться посреди ночи с множеством новых идей в голове и сесть за письменный стол, пока нормальные люди спят. Границы между составляющими моей жизни размыты. Я никогда не могу сказать, считается ли ужин «работой» или «игрой», ведь за столом может зайти речь о гендерном поведении персонажей «Игры престолов» или о технической модели проекта *Hadoop*. В силу того что большую часть времени я провожу за компьютером или за разговорами по телефону, мне бывает сложно отделить труд от прокрастинации. Я могу убеждать себя в том, что поддерживать связь с *New York Times* важно с профессиональной точки зрения, однако все-таки не могу найти оправдания своему упорному стремлению пройти все уровни новой игры в точки от *Betaworks* (разве тестирование новых приложений не считается работой?). Безусловно, со стороны невозможно понять, насколько то, что я сосредоточенно гляжу на экран компьютера и хмурю брови, связано с рабочими вопросами. Черт возьми, да в половине случаев я и сама этого не знаю<sup>24</sup>.

Следует помнить, что занятость не всегда была подобным образом связана с избранной сферой деятельности. Вспомним «праздного человека» XIX века: признаком принадлежности к богатым слоям общества считалась возможность иметь много свободного времени. Торстейн Веблен в своем классическом труде 1899 года «Теория праздного класса»<sup>25</sup> намного опередил свое время, утверждая, что на самом деле досуг — это социальный конструкт, который в силу специфики времени и среды является значимым символом высокого положения в обществе.

Ирония истории состоит в том, что современная занятость, кажется, заняла место такого досуга и служит сегодня схожим целям. Интересно, что в современном мире, где рабочее время сократилось, ощущение занятости вездесуще, ведь люди постоянно «доступны». Джонатан Гершунни из Центра исследований использования времени исследует этот парадокс занятости, выделяя эмоциональную сторону процесса<sup>26</sup>. Иными словами, произошел сдвиг в представлении об общественной ценности постоянной работы, часто дающей ощущение занятости. Суще-

24. *Boyd D.* How Would You Define Word in a Networked World // *apopenia*. 05.05.2013. См. URL: <http://www.zephor.org/thoughts/archives/2013/05/05/digital-labor.html>.

25. См.: *Веблен Т.Б.* Теория праздного класса: экономическое исследование институций / Пер. с англ. С. Д. Сорокиной. М.: Прогресс, 1984.

26. См.: *Gershuny J.* *Op. cit.*

ствовало скрытое желание быть погруженным в постоянную работу, ведь она означала более высокое положение в обществе. Гершуни указывает, что подобное ощущение может так же возникать и в связи с интенсивной и постоянной досуговой активностью.

Давайте теперь обратимся к развивающимся рынкам. Мой опыт полевых исследований в сельскохозяйственных районах Центральных Гималаев дает множество примеров того, что занятость может отличать любых граждан, вне зависимости от классовой принадлежности. Занятость подобна социальному вирусу, ее можно найти везде, даже в деревне. В традиционном представлении о связи между классом и занятостью обнаруживается разрыв. Существует явное стремление к тому, чтобы извлекать из времени максимальную выгоду. Однако, судя по всему, это должно происходить за счет множества видов деятельности, в том числе и за счет досуга. Посетители деревенских интернет-кафе приобщаются к ритуалу занятости, как следствие — к практикам онлайн-знакомств, общения, использования креативных игровых пространств. Человек чаще сталкивается с досуговой, а не с трудовой деятельностью. В ситуации скудной доступности ресурсов пустые траты времени увеличиваются из-за нарушений в работе систем социальной и технической инфраструктуры. Если ожидалось, что люди будут все более продуктивно использовать свое время, то было выявлено, что люди находили способы заниматься одновременно и общением, и творчеством, и работой, и досугом.

Предполагалось, что новые технологии освободят нас от работы. Так и случилось. Но при этом они освободили нас для еще большего количества работы. Получается, что существует замкнутая схема, нацеленная на эффективное управление нашей сложноорганизованной жизнью за счет новых технологий. Это приводит к ускорению ритма жизни и оставляет все меньше времени для пауз и размышлений. Социолог и феминистка Джуди Вайцман выступает против распространенного представления о пространственно-временном сжатии и с глубоким скептицизмом отзывается о существовании определенного ритма общественной жизни в якобы постмодерном обществе. Она говорит, что, подобно тому как «промышленная революция» стала провозвестником «революции досуга», новые мультимедийные технологии могут привести к ускорению жизненного ритма, недостатку времени и досуга. В этой связи нам следует обратить внимание на качество досуга и то, как он различается

в разных социальных группах или средах. Подобный подход закладывает основу для более подробного и богатого анализа. Обратимся, к примеру, к вопросу о гендерных различиях:

Качество досуга различается по двум важным позициям... «чистый» и «прерывистый» досуг. Мы видим, что мужчины получают больше времени на непрерываемый досуг (то есть такой, который не сопровождается какой-либо другой деятельностью). Напротив, досуг у женщин чаще всего связан с присутствием детей и с деятельностью, представляющей собой неоплачиваемый труд. Кроме того, максимальная продолжительность эпизодов (периодов) чистого досуга у мужчин в среднем больше (досуг у женщин разбит на более краткие периоды, чем у мужчин). Как следствие, представляется очевидным, что периоды досуга оказываются менее восстанавливающими для женщин, чем для мужчин<sup>27</sup>.

В заключение Вайцман дает дельный совет о том, как следует рассматривать эту тему, а именно: не следует придерживаться детерминистской перспективы. Скорее, нам следует сконцентрироваться на том, как люди коллективно осваивают цифровые платформы, стремясь добиться контроля и создать баланс между трудом и досугом, соответствующий их личным обстоятельствам и нуждам. Книга Вайцман, безусловно, сосредоточена на новых медиатехнологиях, однако пространственный, исторический и социокультурный подходы играют в ее исследовании центральную роль.

Теперь зададимся следующим вопросом: насколько занятость связана с обычной, рутинной деятельностью? Что такое занятость — действительно ли это прежде всего результат и процесс труда? Разве занятость не заключается в череде многократно фрагментированных состояний работы, игры, общения, досуга? И самое главное — может ли основанная на технологиях занятость стать платформой для общественных отношений, для культурной и творческой деятельности? Изменив угол зрения, мы получаем более широкое и комплексное представление о той роли, которую новые медиаплатформы играют для занятости. В контексте современной глобальной эпохи нам следует также подумать о том, какую роль занятость играет в формировании уравновешенной дихотомии досуга и труда.

27. *Wajcman J. Pressed for Time: The Acceleration of Life in Digital Capitalism. Chicago University Press, 2014. P. 66.*

## Культуры труда и «география игротруда»

Свободный труд и дача как вид досуга

Тяжелый труд может доставлять определенное наслаждение, а некоторые сферы досуга требуют постоянных совместных усилий. Специалист по культурной географии Хейден Лори-мер изучает исторически сложившуюся практику «дачного хозяйствования на досуге» и обращает внимание, что та всегда воспринималась отдельно от собственно сельскохозяйственного производства. Если последнее принято считать утомительным трудом, то первая рассматривается, скорее, как приятная работа на природе, а возделывание почвы идеализируется и превращается в коллективное и самобытное занятие, которое приносит наслаждение. Иными словами, в данном контексте труд ассоциируется с «восторженной, глубокой и материальной связью с почвой, травой, растениями и деревьями»<sup>28</sup>. Прилагаемые усилия могут быть одинаковы в обоих случаях, однако элемент выбора обеспечивает переход от утомительного однообразия к эйфории. Чтобы понять суть различия между этими двумя типами труда, следует обратиться к предложенному Вебленом схематическому представлению о «подвиге» как форме игры. В контексте дачного хозяйствования на досуге труд ни в коем случае не является чистой игрой, однако мы видим, что сделанный от всего сердца выбор столь сложной задачи превращает подвиг в нечто приносящее удовольствие. Таким образом, дачник прилагает усилия не ради прибыли, но ради удовольствия или потому, что они ему приятны. При этом он не использует сельское хозяйство в качестве основного источника пропитания. Изначально дачное хозяйствование как вид досуга ассоциировалось с формированием нравственного пейзажа, с выражением человеческой природы в тяжелом труде.

В современную цифровую эпоху добровольная деятельность по созданию и обеспечению работы социальных сетей и пространств, в том числе игровых онлайн-сообществ, воспринимается как «свободный труд»<sup>29</sup>. Эта кропотливая работа, часто вы-

28. *Lorimer H. Cultural Geography: the Busyness of Being «More-Than-Representational» // Progress in Human Geography. 2005. 29. P.86. URL: <http://eprints.gla.ac.uk/15268/>. DOI: 10.1191/0309132505ph531pr.*

29. *Digital Labor: the Internet as Playground and Factory/T.Scholz (ed.). N.Y.: Routledge, 2013.*

полняемая многими людьми и подпитываемая представлением о демократическом идеале, стимулирует так называемую экономику дара. В головокружительные дни после появления *Web 2.0* работу над этой технологией определяли как коммунитарный подход, в рамках которого отдельные люди объединялись, чтобы тратить собственное время и силы на создание динамичного сетевого пространства с высокой общественной ценностью. Награда за их усилия оказалась достаточно эмоциональной и поучительной: каждый из них стал частью большого целого, участвовал в формировании некоего общего цифрового и культурного пространства, созданного людьми и для людей.

Дон Тапскотт и Энтони Уильямс в своей книге «Викиномика: как массовое сотрудничество изменяет все»<sup>30</sup> с большим оптимизмом говорят о новом трудовом ландшафте, подарившем возможность совместного создания любимой платформы «Википедия». Этот цифровой домен до сих пор остается примером массового свободного труда, для которого характерны новый взгляд на мир и альтруизм. «Википедия» служит подтверждением того, что работа может идти и в отсутствие сложной организации, диктующей условия и рамки труда. Другая книга, подпитывающая идеями нашу безумную эпоху, — «Мы — думаем. Массовые инновации, не массовое производство» Чарльза Лидбитера<sup>31</sup>. Согласно автору, потребители могут также рассматриваться в качестве производителей, а формы досуга — в качестве форм труда. Так обосновываются усилия людей, увлеченных своим досугом, работающих неполный рабочий день или дилетантов: новая медиатопография предоставляет им широкие возможности для применения на рынке своего непрофессионального опыта и талантов<sup>32</sup>.

Проблемы возникают в тот момент, когда подобные безвозмездные и идеалистические усилия случайно становятся источником вдохновения и прибыли для компаний. К примеру, что происходит, когда дачники-любители превращают незанятую территорию в высокопродуктивное пространство, а затем обнаруживают, что на плоды их усилий посягают частные фирмы или государство? Такие целинные, любовно обработанные территории стали примером альтернативы корпоративной модели сельского

30. Тапскотт Д., Уильямс Э. Д. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. М.: BestBusinessBooks, 2009.

31. Лидбитер Ч. Мы — думаем. Массовые инновации, не массовое производство. М.: Аквармариновая Книга, 2009.

32. Howe J. Op. cit.

хозяйства с ее массивированной коммерциализацией и разрывом связей с землей. Ту же монетизацию свободного труда мы наблюдаем в интернет-пространстве, хотя подобный вид труда изначально был призван служить целям пользователей Сети, а вовсе не корпоративных клиентов. Его плоды «были не просто присвоенны, но сознательно переориентированы на капиталистические деловые практики и неоднозначным образом реструктурированы в соответствии с ними»<sup>33</sup>. Мы снова и снова видим, как люди обнаруживают, что результаты их работы приносят прибыль кому-то другому. Безусловно, это вызывает отрицательную реакцию.

Уже в 1999 году компания *American Online (AOL)* успешно пользовалась трудом пятнадцати тысяч «волонтеров», кропотливо работавших над проектом интернет-пространства компании и его управлением. Со временем группа волонтеров пришла к ощущению того, что они работают на «цифровом потогонном производстве». В результате они подали в Министерство труда запрос с требованием определить, должна ли *AOL* заплатить им за годы бесплатного виртуального хостинга. Это не единственный пример платформы, добившейся успеха благодаря труду бесплатных работников, которые прилагают значительные усилия для разработки собственного культурного пространства. В последние годы мы стали свидетелями крупных конфликтов, связанных с функционированием нескольких цифровых досуговых платформ. Повсюду — от *Couchsurfing* до *Second Life* или *Flickr* — коллектив, прежде с энтузиазмом работавший над созданием цифровой среды, превращается в своего рода профсоюз, требующий вознаграждения за участие и приложенные усилия.

В созданном годы назад сообществе *Couchsurfing* — глобальной сети людей, предлагающих свои услуги путешественникам и организующих различные общественные мероприятия, — недавно возникли разногласия в связи с тем, что ключевых участников подвергли цензуре за критические отзывы о новом дизайне сайта. В результате в *Facebook* появилась страница «Цензура на *Couchsurfing*». Безусловно, основная часть шестимиллионной аудитории данного сообщества ничего не знает об этом протесте и не участвует в нем, однако мы понимаем, что протест затронул основных участников сообщества, поддерживающих присущий ему дух стихийности. Отчасти это связано с тем, что в 2011 году эта некоммерческая организация стала венчурной стартап-ком-

33. *Terranova T.* Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy // *Social Text*. 2000. Vol. 18. № 2. P. 37.

панией с определенным уставным капиталом. Сообщество ушло от бэкпекерской культуры взаимовыручки и стало более коммерческим, подобно тому же *Facebook* и прочим сайтам, которые разрабатывают собственную корпоративную программу действий, нацеленную на увеличение рентабельности.

Подобная меркантилизация общественного — всего лишь одна из сторон проблемы. Предположим, что дачники приняли решение совмещать удовольствие и получение прибыли. В рамках общегосударственной политики в области сельского хозяйства вопрос о том, каковы их права и обязанности как работников, трудящихся неполный рабочий день, все равно остается открытым. То же верно и для вопросов, связанных с недавней тенденцией к краудсорсингу с использованием таких платформ, как *Mechanical Turk*. В контексте веб-ориентированной рабочей среды люди, на досуге практикующие определенные занятия или обладающие определенными умениями, выполняют микрозадания, предлагаемые им огромным множеством компаний. Если им и платят, то платят мало; кроме того, они не получают защиту от традиционных институциональных систем обязательного медицинского страхования или контроля минимального уровня заработной платы<sup>34</sup>.

Сады при фабриках, представления о будущем общества  
и эмоциональная самоорганизация

Работа ради работы не слишком воодушевляет. Мы постоянно ищем и стремимся придать ей смысл. Мы выполняем тяжелую работу и при этом вообразаем, что вносим свой вклад в более глобальное общее дело, переносим себя в пространство самовыражения. Предпринимательской сфере часто удавалось успешно усвоить такие прогрессивные представления об обществе. В XIX веке, в эпоху развития промышленности, досуг уже рассматривался в качестве потенциального инструмента мотивации и мобилизации. Видный специалист по социологии досуга Крис Роджек напоминает о том, что современный вопрос о месте досуга в трудовой жизни возник благодаря не только рабочим, требовавшим большей свободы от своего монотонного труда, или политикам, продвигавшим новую утопическую идею, но и промышленникам, начавшим понимать, что производительность, в сущности, связана с досугом. Вовлечение институтов привело к кодификации допустимых и недопустимых видов до-

34. См.: Digital Labor: the Internet as Playground and Factory.

суга, упорядочению свободного времени и поведения. В период роста урбанизации в XIX веке промышленники и государство были обеспокоены потерей контроля над социализацией рабочего класса. Создание «нормальных» пространств для досуга стало важным для снижения неуверенности в будущем и поощрения эмоционального восприятия — качества, тесно связанного с профессионализмом:

То, что мы сегодня называем эмоциональным восприятием и эмоциональной самоорганизацией, постепенно приобретает столь критическое и настоятельное значение для формирования квалифицированного поведения, что понятия «нерабочего времени, выбора и свободы» оказываются под угрозой. Сегодня даже практика «бездельничания» превращается в активную деятельность, требующую соответствующей обстановки, соблюдения определенных норм и использования социальных атрибутов кодирования и представительства, символизирующих приращивание производства и погони за материальными благами<sup>35</sup>.

В 1880-е годы в промышленном ландшафте Европы и США возник новый вид спроектированного озелененного пространства — фабричный сад развлечений и парк отдыха<sup>36</sup>. Имевшие место во многих странах радикальные преобразования общественных территорий, и в первую очередь создание городских парков, поразили воображение крупных промышленников. Они стремились нанять тех же архитекторов, которые работали над проектами парков, и перенести созданную ими эстетику в рабочее пространство. Проекты парков для двух компаний — *Cadbury Brothers* в Борнвиле (Великобритания) и *National Cash Register Company* в Дейтоне (штат Огайо, США) — стали образцом создания корпоративных пространств для отдыха и оставались таковыми до конца 1960-х годов. Усилия по обустройству парковых зон вокруг фабрик, считавшиеся характерной чертой «капитализма досуга и всеобщего благосостояния», воспринимались теоретиками корпоративной сферы как нечто, придающее

...компания экономическую, общественную и культурную ценность, дающее ей более здоровых, крепких и эффективных

35. *Rojek Ch.* The Labour of Leisure: the Culture of Free Time. L.A.: Sage, 2010. P. 85.

36. *Chance H.* Mobilising the Modern Industrial Landscape for Sports and Leisure in the Early Twentieth Century // The International Journal of the History of Sport. 2012. Vol. 29. Iss. 11. P. 1602.

сотрудников и тем самым формирующее положительный образ компании в частном и общественном представлении<sup>37</sup>.

Таким образом, рабочая территория проектировалась по образцу общественных досуговых пространств и была призвана удовлетворить многочисленные потребности рабочих, в том числе работающих на фабрике женщин и детей. Вот почему рядом с фабриками строились детские площадки, обустроивались прогулочные аллеи, позволявшие рабочим отдохнуть и погулять, а также зеленые поляны, предназначенные для пикников и общения. Сегодня *Web 2.0* остается ключевым термином в цифровой корпоративной архитектуре. Городские парки служили тем же целям — они были символом новаторского подхода к рабочему пространству. Обеспечение возможности отдыха вполне оправдало себя: парки при фабриках способствовали росту производительности труда, и, как следствие, отдых в таких пространствах стал рассматриваться как обязанность работника и неотъемлемая составляющая его рабочего дня. Одновременно и работники начали считать досуг своим фундаментальным правом. Иногда в планировании и проектировании таких парковых пространств участвовали сами работники фабрик. Предполагалось, что подобная возможность совместного творчества свидетельствует о прогрессивности компании и формирует у работников чувство ответственности, лояльности и своей уникальности, которые в конечном итоге приносят большую пользу.

Досуговое пространство может способствовать росту производительности. Кроме того, оно может вселять ощущение индивидуальности, вовлеченности и привязанности к компании. Подтверждением этой точки зрения служит место, которое социальные сети и блоги занимают в сегодняшнем цифровом корпоративном пространстве. Существует представление о том, что социальные медиапространства открывают новые пути для развития социального капитала, сотрудничества и формирования связей между сотрудниками компании. Это представление возникло в период сильной озабоченности ростом социальной изоляции на рабочем месте. В силу значительного сокращения масштабов взаимопомощи социальная изоляция с 1980-х годов существенно увеличилась: «в 1985 году примерно у 30% работающих людей был близкий друг из числа коллег. В 2004 году

37. Ibid. P.1603.

это количество снизилось до 18%»<sup>38</sup>. Поскольку сегодня человек стал проводить на рабочем месте меньше времени, виртуальные сети играют роль расширенного корпоративного пространства, способствующего созданию у сотрудников ощущения вовлеченности в общественную жизнь и чувства принадлежности к коллективу. Цель такой политики — подпитывать ощущение эмоционального благополучия, считающееся важной составляющей хорошей работы сотрудника. Рассмотрим в качестве примера тенденцию к социальной изоляции в США:

Сегодня американцы позже женятся, чаще разводятся и все более регулярно живут одни, поэтому работа может постепенно стать новым центром американского общества, а на смену фойе как месту установления социальных связей придет кулер... Есть надежда на то, что интернет-технологии и, в частности, блоги способны снизить уровень социальной изоляции в сегодняшнем рабочем пространстве, укрепив прежде слабые связи между коллегами<sup>39</sup>.

Растут требования, предъявляемые подобным цифровым платформам. Предполагается, что с их помощью работники будут общаться и контактировать друг с другом, что эти платформы будут способствовать созданию общей корпоративной культуры, обеспечивать рост эффективности производственных процессов за счет привлечения штатных или внештатных специалистов, а также совершенствовать методы обучения сотрудников и облегчать общение на рабочем месте<sup>40</sup>. Считается, что такие платформы дают сотрудникам возможность продемонстрировать свой интеллектуальный капитал и быть замеченными руководством компании. В свою очередь, лидеры корпораций получают возможность быстрее оценить мотивацию и удовлетворенность сотрудников, быстрее отреагировать на волнения среди рабочих. К примеру, многие высокопоставленные руководители сегодня привязаны к *Twitter*. Эта сеть позволяет им более «дружелюбно» отслеживать и контролировать работу над проектами, своевременно распространять среди сотрудников важные сведения

38. Gely R., Bierman L. Op. cit. P. 297.

39. Ibid. P. 299.

40. Kaupins G., Park S. Legal and Ethical Implications of Corporate Social Networks // Employee Responsibility and Rights Journal. 2011. Vol. 23; Leader-Chivee L., Cowan E. Networking the Way to Success: Online Social Networks for Workplace and Competitive Advantage // People Strategy. 2008. Vol. 31. №. 4.

и передавать им профессиональные знания<sup>41</sup>. К тому же существует надежда на то, что длительное взаимодействие в рамках таких сетей может повысить организованность и увеличить лояльность к бренду. Отличным примером здесь может стать компания *Apple*: ее блог и группа в *Facebook* под названием *Apple Students* обеспечивают более чем успешную поддержку и привлекают приверженцев компании, расширяя границы дозволенного в продвижении своей торговой марки.

В Европе сегодня 65% наемных работников признают, что социальные сети являются неотъемлемой частью их повседневной трудовой жизни. В целом две трети работников в Европе считают, что благодаря внедрению социальных сетей их компании стали более прозрачными и открытыми. Если говорить о конкретных странах, то социальные сети более всего распространены в Германии и менее всего — в Великобритании<sup>42</sup>. В США социальными сетевыми сервисами пользуются прежде всего крупные компании, в отличие от средних и малых.

Если предпринимательский сектор в целом признает, что использование новых сетевых платформ предоставляет ему широкие возможности, то это не избавляет его от глубокой обеспокоенности. Территории досуга, будь то сады при фабриках или цифровые сети, могут, помимо прочего, побуждать работников к «нежелательным» поступкам: созданию рабочих союзов, саботированию компании за счет нарочного или случайного разглашения профессиональных секретов. Вот почему в пределах таких якобы свободных общественных пространств за деятельностью рабочих постоянно следят. К примеру, большинство крупных американских промышленных компаний, входящих в список *Fortune 500*, используют возможности *Facebook*. Однако если копнуть глубже, то выяснится, что их присутствие в этой сети — лишь формальность: корпорации в основном публикуют пресс-релизы и программные заявления, весьма тщательно отбирая информацию для публикации<sup>43</sup>. Более чем три четверти таких страниц в *Facebook* обновляются с большой задержкой. Недавнее исследование показало, что лишь 37 компаний из списка *Fortune 500* ведут корпоративные блоги, большинство же придерживаются тра-

41. *Rapoza J.* Social skills//*eWeek*. 2009. Vol. 26. Iss. 10.

42. *McGrath L. C.* Adoption of Social Media by Corporations: A New Era//*Business and Economic Review*. 2010. № 13.

43. *McCorkindale T.* Can You See the Writing on My Wall? A Content Analysis of the Fortune 50's Facebook Social Networking Sites//*Public Relations Journal*. 2010. Vol. 4. № 3.

диционной стратегии односторонней коммуникации<sup>44</sup>. Работники таких компаний как будто надзирают за собой сами: они практически не участвуют в онлайн-жизни или участвуют поверхностно. В 2008 и 2009 годах уровень фишинговых атак на сайты социальных сетей вырос на 164%. В рамках исследования с участием руководящих работников в области маркетинга порядка 20% таких работников заявили, что они считают себя жертвами онлайн-мошенничества и фишинговых атак, нацеленных на незаконное использование фирменного наименования их компаний. В целом досуговые социальные сети играют важную роль в структуре современной деловой культуры, являя собой свободное и децентрализованное рабочее пространство, однако они, безусловно, порождают достаточное количество трудностей.

Создание подобных корпоративных досуговых доменов — во все не точная наука. Преобразования рабочего пространства приводят к практическим и символическим последствиям. Проект и оформление делового пространства могут нести отпечаток иерархичности и одностороннего мышления, что способно спровоцировать преобладание культуры контроля и погони за производительностью над творческим началом<sup>45</sup>. Уже достаточно давно было проведено исследование организационной культуры, задавшееся вопросом, как пространственные характеристики и физическое планирование могут отражать властные отношения, ценности компании и стили управления<sup>46</sup>. Другое исследование показало, что при разработке организационной структуры корпорации главную роль играют эмоциональные факторы<sup>47</sup>. Эстетика корпоративного пространства может выступать в качестве яркого символа частного бизнеса или государства<sup>48</sup>. К примеру, в 1970-е годы модернизм в архитектуре свидетельствовал о наступлении новой эпохи, отличительными особенностями которой были научный прогресс и явная вера в необходимость новой программы действий для корпораций и государства. Но более

44. *Cho S., Huh J.* Content Analysis of Corporate Blogs as a Relationship Management Tool // *Corporate Communications. An International Journal.* 2010. Vol. 15. № 1.

45. *Daskalaki M., Starab A., Imasa, M.* Op. cit.

46. *Henley N.* *Body Politics: Power, Sex and Non-Verbal Communication.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1977.

47. *Urry J.* *Consuming Places.* L.: Routledge, 1995.

48. *Guillen M. F.* *Scientific Management's Lost Aesthetic: Architecture, Organization, and the Taylorized Beauty of the Mechanical // Administrative Science Quarterly.* 1997. Vol. 42. № 4.

поздние исследования концентрировались на подходе к проектированию, предполагающем совместное творчество и придающем большее значение содействию работникам и клиентам:

На смену таким поведенческим или функциональным подходам пришло более конструктивистское представление, использующее понятие «присвоение» для обозначения того, как пользователи конкретного пространства его осмысляют. В рамках конструктивистского подхода люди не просто используют (или заполняют) пространство, но также совместно строят его, порой перекраивая на свой лад и структурируя иным образом, чем это было задумано изначально<sup>49</sup>.

Конечно, подобные отношения меняются и развиваются по мере изменения социальных функций, социальной политики и экономики. Нам следует сосредоточиться, скорее, не на пространственном выражении корпоративной культуры, а на выявлении природы границ между пространством досуга и пространством труда, на взаимодействии между работником и работодателем, на вариантах изменения политики. Все это вместе и формирует современную организационную культуру. Пространственная структура компании может быть нормативной, однородной, доминирующей или регламентированной. Как следствие, пользователи корпоративного пространства имеют возможность и право игнорировать его, играть с ним, разрушать или менять таким образом, чтобы создать новое пространство, отличное от первоначального корпоративного проекта<sup>50</sup>.

В заключение отметим: новые мультимедийные технологии предлагают нам новые способы организации жилого, рабочего и игрового пространства. С давних пор и до сегодняшнего дня досуг ассоциировался с «такими конструктами, как свобода, освобождение, развлечение и выбор; а труд — с конструктами типа принуждение, рутин и ограничение»<sup>51</sup>. Как уже было сказано выше, столь строгое разграничение между трудом и игрой выступает продуктом индустриальной эпохи. Идея о связи производительности труда с физическим окружением не нова. Сегодня все мы понимаем, что в любой ситуации — на фабрике, где трудятся производственные рабочие, или в кабинетах, где си-

49. *Daskalaki M., Starab A., Imasa M.* Op. cit. P.50.

50. *Legge K.* The Rhetorics and Realities of HRM, Anniversary Edition. L.: Palgrave, 2005.

51. *Guerrier Y., Adib A.* Op. cit. P.1399.

дят конторские служащие, — способ организации рабочего пространства оказывает социальное воздействие на эффективность труда работника, его отношение к труду и способность взаимодействовать в команде. Если топология новых медиатехнологий может способствовать росту масштабов общения и сотрудничества между работниками, то она также вводит новые способы контроля труда и его разделения.

Фундаментальной характеристикой капиталистического способа производства является противопоставление соревнования и сотрудничества<sup>52</sup>.

Сегодня все большее число корпоративных сетей, функционирующих в рамках «закрытых систем» — защищенных территорий, отведенных для корпоративной деятельности, — подвергается серьезному мониторингу и контролю. В целом крупные компании концентрируются на внутренних социальных сетях, тогда как малые и средние чаще используют общедоступные сетевые платформы. Таким образом, большинство компаний не сопротивляются этой растущей и популярной тенденции, но изыскивают способы структурирования и регулирования проникших в рабочее пространство досуговых социальных сетей для удовлетворения потребностей работников и работодателей.

## Литература

- Alesina A., Glaeser E., Sacerdote B. Work and Leisure in the U. S. and Europe: Why so Different? // Harvard Institute of Economic Research Working Papers. 2005. № 2068. Режим доступа: <http://ideas.repec.org/p/fth/harver/2068.html>.
- Arora P. Leisure Divide: Can the Third-World Come Out to Play? // Information Development. 2012. Vol. 28. № 2.
- Boyd D. How Would You Define Word in a Networked World // arophenia. 05.05.2013. См. Режим доступа: <http://www.zephorie.org/thoughts/archives/2013/05/05/digital-labor.html>.
- Buckingham D., Willett R. Digital Generations: Children, Young People, and New Media. L.: Routledge, 2006.
- Chance H. Mobilising the Modern Industrial Landscape for Sports and Leisure in the Early Twentieth Century // The International Journal of the History of Sport. 2012. Vol. 29. Iss. 11.
- Chang J. Behind the Glass Curtain: Google's New Headquarters Balances Its Utopian Desire for Transparency with Its Very Real Need for Privacy // Metropolis Magazine. 19.06.2006. Режим доступа: <http://www.metropolismag.com/July-2006/Behind-the-Glass-Curtain/>.
- Cho S., Huh J. Content Analysis of Corporate Blogs as a Relationship Management Tool // Corporate Communications. An International Journal. 2010. Vol. 15. № 1.

52. *Hermann C. Op. cit.* P. 65.

- Daskalaki M., Starab A., Imasa M. The "Parkour Organisation": Inhabitation of Corporate Spaces // Culture and Organization. 2008. Vol. 14. № 1.
- Digital Labor: the Internet as Playground and Factory / T. Scholz (ed.). N.Y.: Routledge, 2013.
- Du Gay P. Consumption and Identity at Work. L.: Sage, 1996.
- Freudenheim M. Digitizing Health Records, Before It Was Cool // New York Times. 14.01.2012. Режим доступа: <http://www.nytimes.com/2012/01/15/business/epic-systems-digitizing-health-records-before-it-was-cool.html>.
- Fried J., Hansson D. H. Rework. N.Y.: Crown Business, 2010.
- Gely R., Bierman L. Social Isolation and American Workers: Employee Blogging and Legal Reform // Harvard Journal of Law and Technology. 2007. Vol. 20. № 2.
- Gershuny J. Changing Times: Work and Leisure in Post-Industrial Society. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- Glaeser E., Sacerdote B., Scheinkman J. The Social Multiplier // Journal of the European Economic Association. 2003. Vol. 1 (2–3).
- Goldstein H. A., Luger M. I. Science/Technology Parks and Regional Development Theory // Economic Development Quarterly. 1990. № 4 (1).
- Guerrier Y., Adib A. Work at leisure and leisure at work: A Study of the emotional labour of tour reps // Human Relations. 2003. Vol. 56. № 11.
- Guillen M. F. Scientific Management's Lost Aesthetic: Architecture, Organization, and the Taylorized Beauty of the Mechanical // Administrative Science Quarterly. 1997. Vol. 42. № 4.
- Henley N. Body Politics: Power, Sex and Non-Verbal Communication. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1977.
- Hermann C. Laboring in the network // Capitalism Nature Socialism. 2006. Vol. 17. № 1.
- Howe J. The Rise of Crowdsourcing // Wired Magazine. June 2006. № 14.06. Режим доступа: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>.
- Kaupins G., Park S. Legal and Ethical Implications of Corporate Social Networks // Employee Responsibility and Rights Journal. 2011. Vol. 23.
- Kjerulf A. Happy hour is 9 to 5: Learn How to Love Your Job, Create a Great Business and Kick Butt at Work // Jyllands-Posten. 2007. № 35.
- Leader-Chivee L., Cowan E. Networking the Way to Success: Online Social Networks for Workplace and Competitive Advantage // People Strategy. 2008. Vol. 31. № 4.
- Legge K. The Rhetorics and Realities of HRM, Anniversary Edition. L.: Palgrave, 2005.
- Lorimer H. Cultural Geography: the Busyness of Being "More-Than-Representational" // Progress in Human Geography. 2005. 29. P. 86. Режим доступа: <http://eprints.gla.ac.uk/15268/>. DOI: 10.1191/0309132505ph534pr.
- McCorkindale T. Can You See the Writing on My Wall? A Content Analysis of the Fortune 50's Facebook Social Networking Sites // Public Relations Journal. 2010. Vol. 4. № 3.
- McGrath L. C. Adoption of Social Media by Corporations: A New Era // Business and Economic Review. 2010. № 13.
- Rapoza J. Social skills // eWeek. 2009. Vol. 26. Iss. 10.
- Roberts K. Leisure in Contemporary Society. Wallingford, UK: CAB International, 1999. P. 57.
- Rojek Ch. The Labour of Leisure: the Culture of Free Time. L.A.: Sage, 2010.
- Rosenzweig R. Eight Hours for What We Will: Workers and Leisure in an Industrial City, 1870–1920. N.Y.: Cambridge University Press, 1983.
- Terranova T. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy // Social Text. 2000. Vol. 18. № 2.
- Urry J. Consuming Places. L.: Routledge, 1995.

- Vaidyanathan G. Technology Parks in a Developing Country: The case of India // *Journal of Technology Transfer*. 2008. Vol. 33. Iss. 3. P. 285–299.
- Wajcman J. *Pressed for Time: The Acceleration of Life in Digital Capitalism*. Chicago University Press, 2014.
- Woody T. Leisure in the Light of History // *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 1957. Vol. 313. № 1.
- Веблен Т. Б. Теория праздного класса: экономическое исследование инстинкций / Пер. с англ. С. Д. Сорокиной. М.: Прогресс, 1984.
- Лидбитер Ч. Мы — думаем. Массовые инновации, не массовое производство. М.: Акваринарная Книга, 2009.
- Тапскотт Д., Уильямс Э. Д. *Викиномика*. Как массовое сотрудничество изменяет все. М.: BestBusinessBooks, 2009.

---

## The Leisure Factory: Production in the Digital Age

**Payal Arora.** PhD in Language, Literacy and Technology, Associate Professor at the Department of Media and Communication of the Erasmus School Of History, Culture and Communication of the Erasmus University Rotterdam.  
Address: PO Box 1738, 3000 DR Rotterdam, Netherlands.  
E-mail: arora@eshcc.eur.nl.

*Keywords:* cognitive labor; leisure; technologies; internet collaboration; crowd-sourcing.

This paper leverages on parallel pursuits in changes in organizational space and cultures and private-sector appropriation of social media spaces to frame the relationship between the architecture of work space and that of play. In the contemporary innovation-obsessed economy, a new corporate culture is needed, sensitized to workers' larger well-being. Work spaces have undergone tremendous change, as employers' understanding of what counts as productivity has evolved. Some companies are focusing on the very space within which such talent can be nurtured—the office. Pool

tables, volleyball courts, video game parlours, pianos, ping-pong tables, and yoga stations are becoming a signature of these new labor landscapes.

The less regulating, confining and spatially predictable a work environment is, the more likely it is to generate new ideas and enhance performance. These new labor geographies are not confined to the material sphere. A decade ago, corporations' instinctive response to social media within the work domain was to sue business-bashing employees to cease and desist. Today, corporations are realizing that these digital leisure terrains can benefit them. We see businesses extending their presence virtually on sites conventionally demarcated for online social and leisure purposes. The rise of digital labor posits a challenge in the design of work spaces better adapted to a temporal, diverse and sporadic global labor market. Furthermore, *gamification* has become a new buzzword for labor landscapes driven by the belief that by infusing game dynamics into the work culture, it enhances employee engagement and problem-solving efficacy

## References

- Alesina A., Glaeser E., Sacerdote B. Work and Leisure in the U. S. and Europe: Why so Different? *Harvard Institute of Economic Research Working Papers*, 2005, no. 2068, pp. 1–95. Available at: <http://ideas.repec.org/p/fth/harver/2068.html>.
- Arora P. Leisure Divide: Can the Third-World Come Out to Play? *Information Development*, 2012, vol. 28, no. 2, pp. 93–101.
- Boyd D. How Would You Define Word in a Networked World. *apophenia*, May 5, 2013. Available at: <http://zephoria>.

- org/thoughts/archives/2013/05/05/digital-labor.html.
- Buckingham D., Willett R. *Digital Generations: Children, Young People, and New Media*, London, Routledge, 2006.
- Chance H. Mobilising the Modern Industrial Landscape for Sports and Leisure in the Early Twentieth Century. *The International Journal of the History of Sport*, 2012, vol. 29, iss. 11, pp. 1600–1625.
- Chang J. Behind the Glass Curtain: Google's New Headquarters Balances Its Utopian Desire for Transparency with Its Very Real Need for Privacy. *Metropolis Magazine*, June 19, 2006. Available at: <http://metropolismag.com/July-2006/Behind-the-Glass-Curtain/>.
- Cho S., Huh J. Content Analysis of Corporate Blogs as a Relationship Management Tool. *Corporate Communications. An International Journal*, 2010, vol. 15, no. 1, pp. 30–48.
- Daskalaki M., Starab A., Imasa M. The “Parkour Organisation”: Inhabitation of Corporate Spaces. *Culture and Organization*, 2008, vol. 14, no. 1, pp. 49–64.
- Du Gay P. *Consumption and Identity at Work*, London, Sage, 1996.
- Freudenheim M. Digitizing Health Records, Before It Was Cool. *New York Times*, January 14, 2012. Available at: <http://nytimes.com/2012/01/15/business/epic-systems-digitizing-health-records-before-it-was-cool.html>.
- Fried J., Hansson D. H. *Rework*, New York, Crown Business, 2010.
- Gely R., Bierman L. Social Isolation and American Workers: Employee Blogging and Legal Reform. *Harvard Journal of Law and Technology*, 2007, vol. 20, no. 2, pp. 288–331.
- Gershuny J. *Changing Times: Work and Leisure in Post-Industrial Society*, Oxford, Oxford University Press, 2000.
- Glaeser E., Sacerdote B., Scheinkman J. The Social Multiplier. *Journal of the European Economic Association*, 2003, vol. 1 (2–3), pp. 345–353.
- Goldstein H. A., Luger M. I. Science/Technology Parks and Regional Development Theory. *Economic Development Quarterly*, 1990, vol. 4, no. 1, pp. 64–78.
- Guerrier Y., Adib A. Work at Leisure and Leisure at Work: A Study of the Emotional Labour of Tour Reps. *Human Relations*, 2003, vol. 56, no. 11, pp. 1399–1417.
- Guillen M. F. Scientific Management's Lost Aesthetic: Architecture, Organization, and the Taylorized Beauty of the Mechanical. *Administrative Science Quarterly*, 1997, vol. 42, no. 4, pp. 682–715.
- Henley N. *Body Politics: Power, Sex and Non-Verbal Communication*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, 1977.
- Hermann C. Laboring in the Network. *Capitalism Nature Socialism*, 2006, vol. 17, no. 1, pp. 65–76.
- Howe J. The Rise of Crowdsourcing. *Wired Magazine*, June 2006, iss. 14.06. Available at: <http://wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>.
- Kaupins G., Park S. Legal and Ethical Implications of Corporate Social Networks. *Employee Responsibility and Rights Journal*, 2011, vol. 23, no. 2, pp. 83–99.
- Kjerulf A. *Happy Hour Is 9 to 5: Learn How to Love Your Job, Create a Great Business and Kick Butt at Work*, København, Jyllands-Posten, 2007.
- Leadbeater Ch. *My—dumaem. Massovye innovatsii, ne massovoe proizvodstvo [We-Think. Mass Innovation, Not Mass Production]* (trans. A. Zakharov), Moscow, Akvamarinovaia Kniga, 2009.
- Leader-Chivee L., Cowan E. Networking the Way to Success: Online Social Networks for Workplace and Competitive Advantage. *People Strategy*, 2008, vol. 31, no. 4, pp. 40–46.
- Legge K. *The Rhetorics and Realities of HRM*, London, Palgrave, 2005.
- Lorimer H. Cultural Geography: the Busy-ness of Being “More-Than-Representational.” *Progress in Human Geography*, 2005, vol. 29, no. 1, pp. 494–504.
- McCorkindale T. Can You See the Writing on My Wall? A Content Analysis of the

- Fortune 50's Facebook Social Networking Sites. *Public Relations Journal*, 2010, vol. 4, no. 3, pp. 1–13.
- McGrath L. C. Adoption of Social Media by Corporations: A New Era. *Business and Economic Review*, 2010, no. 13, pp. 14–19.
- Rapoza J. Social Skills. *eWeek*, 2009, vol. 26, iss. 10, pp. 14–20.
- Roberts K. *Leisure in Contemporary Society*, Wallingford, UK, CAB International, 1999.
- Rojek Ch. *The Labour of Leisure: the Culture of Free Time*, Los Angeles, Sage, 2010.
- Rosenzweig R. *Eight Hours for What We Will: Workers and Leisure in an Industrial City, 1870–1920*, New York, Cambridge University Press, 1983.
- Scholz T., ed. *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*, New York, Routledge, 2013.
- Tapscott D., Williams A. D. *Vikinomika. Kak massovoe sotrudnichestvo izmeniaet vse* [Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything] (trans. P. Mironov, G. Vasilenko), Moscow, BestBusinessBooks, 2009.
- Terranova T. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, 2000, vol. 18, no. 2, pp. 33–58.
- Urry J. *Consuming Places*, London, Routledge, 1995.
- Vaidyanathan G. Technology Parks in a Developing Country: The Case of India. *Journal of Technology Transfer*, 2008, vol. 33, iss. 3, pp. 285–299.
- Veblen T. B. *Teoriia prazdnogo klassa: ekonomicheskoe issledovanie institutsii* [The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions] (trans. S. Sorokina), Moscow, Progress, 1984.
- Wajcman J. *Pressed for Time: The Acceleration of Life in Digital Capitalism*, Chicago, Chicago University Press, 2014.
- Woody T. Leisure in the Light of History. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 1957, vol. 313, no. 1, pp. 4–10.