Соломатина Елена Николаевна

Solomatina Elena Nikolaevna

кандидат социологических наук, доцент кафедры современной социологии социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова

PhD in Sociology, Associate Professor, Modern Sociology Department, Sociological Faculty, Moscow State University

СОВРЕМЕННАЯ СОЦИОЛОГИЯ О ТРАНСФОРМАЦИИ ФОРМ ЗАНЯТОСТИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

MODERN SOCIOLOGY ON THE TRANSFORMATION OF FORMS OF EMPLOYMENT IN RUSSIA AND ABROAD

Аннотация:

В статье исследуются проблемы организации и реализации современной трудовой деятельности, а именно форм занятости. Данная проблематика является наиболее актуальной в современных условиях социально-экономического развития общества. Доказано, что современный работник должен обладать целым набором профессиональных и личностных компетенций, самостоятельно выбирать векторы своего развития и осуществлять самоконтроль. Представлены различные теоретические подходы к исследованию трансформации форм занятости. Раскрываются возможности концепций Л. Болтански и Э. Кьяпелло, М. Кастельса, А. Корсани и А. Горца. Анализируются методологические возможности исследования различных аспектов проблемы, изложенные в трудах российских ученых. Подчеркивается, что в начале XXI в. распространение новых форм занятости сопровождается формированием новых ценностей, которые должны наделять атипичный труд особым смыслом для дальнейшей реализации личностных возможностей.

Ключевые слова:

труд, занятость, сетевой маркетинг, атипичная занятость, субъектность, коммуникация, само-реализация.

Summary:

The paper explores the problems of organization and implementation of modern labor activity, namely, forms of employment. This issue is the most relevant in modern conditions of social and economic development of society. It is proved that a modern employee should have a whole set of professional and personal competencies, independently choose the vectors of one's development and exercise self-control. Various theoretical approaches to the study of the transformation of forms of employment are presented. The possibilities of the concepts of L. Boltanski and E. Chiapello, M. Castells, A. Korsani and A. Gorz are revealed. Also, the methodological possibilities of studying various aspects of the problem, described in the works of Russian scientists, are analyzed. The author emphasizes that at the beginning of the XXI century the spread of new forms of employment is also accompanied by the spread of new values, which should give atypical work a special meaning for the further realization of personal opportunities.

Keywords:

labor, employment, network marketing, atypical employment, subjectivity, communication, self-realization.

В последние годы в России традиционная занятость сменяется нестандартными формами занятости, которые наиболее популярно представлены в сетевом маркетинге и сфере прямых продаж [1, с. 3]. Серьезные трансформации форм занятости обусловлены увеличением количества рынков, объема информации, социальных контактов. Характерным следствием описанных изменений является распространение атипичных форм занятости и рост числа людей, переходящих в сектор нестандартной занятости.

Сегодня российский рынок прямых продаж является одним из крупнейших в Европе, широкое распространение получила профессия сбытового агента. Если в 2000 г. количество дистрибьюторов компаний сетевого маркетинга в России составляло 398 тыс. человек, в 2005 г. — 2 513 тыс., в 2010 г. — 4 403 тыс. [2], то, по данным Всемирной ассоциации прямых продаж, в 2016 г. — более 5 млн человек [3].

Появление и активное распространение нестандартных, атипичных форм занятости в сетевом маркетинге вызывает особый научно-исследовательский интерес. Во-первых, сетевой маркетинг как социальное явление почти не изучен: информация о деятельности отрасли, как правило, касается только данных о структуре рынка, а в социологических работах эта тема практически не затрагивается. Во-вторых, остается актуальным вопрос о том, какие именно люди заняты в данной сфере, каков их социально-демографический и психологический портрет. Все вышеперечисленное требует серьезного осмысления возможностей теоретико-методологических подходов в социологических исследованиях атипичных форм занятости.

Атипичная занятость — это деятельность, основанная на трудовых правоотношениях, в ко-

торых отсутствуют, полностью или частично видоизменены основные характеристики традиционных трудовых отношений (организационных, личных или имущественных) [4].

Среди зарубежных авторов, работавших над данной проблематикой, стоит указать Л. Болтански и Э. Кьяпелло [5], М. Кастельса [6], А. Корсани [7] и А. Горца [8]. Упомянутые исследователи обращают внимание на такие тенденции, как формирование новых ценностей капитализма, изменение формы производства, увеличение роли знаний и практических компетенций, распространение новых, гибких форм труда.

Возникновение «нового духа» капитализма как особого идеологического вектора, указывающего на определенные формы деятельности для поддержания и оправдания справедливости капиталистического порядка, было детально рассмотрено в книге Л. Болтански и Э. Кьяпелло «Новый дух капитализма» [9]. Парадокс новых форм занятости, по мнению авторов, заключается в том, что современные работники, становясь автономными субъектами, в то же время подвергаются большому количеству принуждений. Указанное противоречие сопровождается изменением организации труда, а именно структуры предприятий, форм занятости и трудовых договоров, и соответственно системы ценностей, связанной с трудовой деятельностью.

В так называемом проектном граде все стремятся к особой проектной деятельности, которая стирает границы между оплачиваемой работой и досугом. Основная ценность формулируется с позиций «всегда быть занятым, иметь один или несколько проектов». Появление такой ценностной системы сопровождается трансформацией самих фирм: большим иерархическим организациям приходят на смену небольшие компании с сетевой структурой, гибкие и конкурентоспособные. Соответственно трансформируется форма занятости: требуется предприниматель, обладающий креативностью, легко адаптирующийся, способный легко коммуницировать с людьми, открытый новым знакомствам и возможностям.

Такой переход провозглашает ценность самостоятельной деятельности и самостоятельной жизни – совершаемых и проживаемых самим индивидом согласно его собственной воле и желанию [10].

К такому же выводу приходит А. Горц [11], отмечая, что не подчинение, а свобода и самоконтроль работников становятся основной производительной силой. В результате требования к коммуникативным навыкам и воображению, которые раньше были связаны с оказанием узкого спектра услуг, становятся необходимыми для большинства работников. В то же время эти знания и компетенции являются частью общей культуры и могут быть приобретены только в повседневных практиках [12, с. 60–63].

Новые формы организации труда, таким образом, побуждают работников относиться к своей рабочей силе как к некоему капиталу. Поддержание этого капитала требует дополнительных инвестиций и усилий. Обычный работник замещается работником-предпринимателем или самопредпринимателем, который должен сам заботиться о рентабельности своего труда, образовании, медицинском страховании и т. д.

М. Кастельс в своей работе «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» обращается к анализу специфического влияния новых информационных технологий на сам процесс труда как таковой и на уровень занятости, говоря о возникновении «безработного общества» (jobless society) [13]. Для нашего исследования наиболее ценными выступают следующие рассуждения ученого. Во-первых, информационные технологии нового времени предполагают исчезновение различия между пользователями и создателями. Таким образом, возникает новое соотношение между социальными процессами создания и обработки символов (культура общества) и способностью производить и распределять товары и услуги (производительные силы). Теперь человеческая мысль является производительной силой, а не просто определенным элементом производственной системы. Во-вторых, крайне актуально замечание М. Кастельса о том, что в настоящее время происходит фундаментальный пересмотр отношений между женщинами, мужчинами и детьми, а следовательно, семьей, сексуальностью и личностью.

Исходя из вышесказанного, как нам представляется, в современном мире актуализируется проблема поиска идентичности, что существенно трансформирует традиционные формы занятости. Люди все чаще организуют свои смыслы и свой профессиональный поиск не вокруг того, что они делают, а на основе того, кем они являются (или своих представлений о том, кем они являются).

Французский исследователь А. Корсани, обосновывая концепцию когнитивного капитализма, подчеркивает особое значение знания в новых условиях. Современное общество сталкивается с капиталистическим накоплением, которое теперь имеет своей основой не только эксплуатацию труда, но и эксплуатацию знания, здоровья, свободного времени, образования, культуры, межличностных отношений (общения, социализации, сексуальности) и т. д. Объектами купли-продажи уже являются не только материальные блага, но и формы жизни, коммуникации, восприятия. Ввиду

активного развития сферы услуг разделение между производством товаров и воспроизводством социальной жизни становится несущественным, границы между ними стираются [14].

Рассмотрев взгляды представителей зарубежной социологической мысли, нельзя не остановиться на российских ученых, активно исследующих данную проблематику. Так, А.И. Безрукова анализирует современные атипичные формы занятости и связанные с ними проблемы и предлагает создать новый HR-брендинг организаций [15]. Следуя логике автора, можно констатировать следующие тенденции в трансформации форм занятости. В России начиная с 1990-х гг. получили широкое распространение компании сетевого маркетинга как известного способа ведения розничной внемагазинной торговли при помощи сети сбытовых агентов. Организации, занимающиеся сетевым маркетингом, или, по-другому, MLM-компании (multi-level marketing – ‘многоуровневый маркетинг’), представляют собой особую сеть, которую формируют сбытовые агенты в процессе своей деятельности.

На современном этапе в российской индустрии сетевого маркетинга деятельность сбытовых агентов происходит в интернет-сети. Все больше дистрибьюторов осуществляют рекрутирование новых партнеров через социальные сети, обучают их с помощью онлайн-курсов и вебинаров. Метод прямых продаж также иногда заменяется на продажу через интернет, хотя в некоторых компаниях официально разрешены только продажи от человека к человеку в ходе мастер-класса (т. е. демонстрации и тестирования товара). Таким образом, классическая модель прямых продаж, возникшая в Америке, в России дополняется и постепенно сменяется интернет-продажами [16].

Многосторонне исследуют организацию сетевого маркетинга как характерную черту нового капитализма и сбытовых агентов как наиболее распространенных представителей атипичной формы занятости в современном российском обществе В.Я. Давыдова, Л.В. Михайлова [17], Н.В. Савельева [18]. Они отмечают следующую тенденцию: массовый приток сбытовых агентов (в особенности мужчин) в период экономических кризисов и последующий их отток – после его завершения.

Таким образом, на наш взгляд, происходит освобождение значительного количества занятых, которые в свою очередь пополняют формирующийся в современной российской действительности новый социальный слой – прекариат. Особенности формирования данного социального слоя детально изучает целый ряд отечественных ученых [19]. Нельзя, например, не согласиться с суждением О.Ю. Посуховой: она говорит о «ловушке» прекариата, при которой создается большой разрыв между проводимой экономической политикой и возникновением соответствующих институтов, создающих устойчивые правила для профессионального и личностного развития работников [20].

Среди особенностей сетевого маркетинга в России можно выделить проблему недостаточного законодательного регулирования деятельности компаний и их сбытовых агентов. Лишь дистрибьюторы, достигшие высокого статуса в компании, официально зарегистрированы в качестве индивидуальных предпринимателей и несут административные издержки (сдача отчетности в Пенсионный фонд, в налоговую инспекцию и т. д.). При этом существует значительная доля людей, заключивших с компанией договор купли-продажи, согласно которому они получают право приобретать продукцию для личного пользования. Тем не менее многие из них занимаются распространением продукции в качестве дополнительной или даже основной работы. Деятельность и доходы этих консультантов не фиксируются и не контролируются в отличие от деятельности группы, описанной выше.

Отметим, что законодательство в области регулирования розничной торговли не в полной мере регулирует отношения между сбытовыми агентами и компаниями прямых продаж, так как оно может быть применено только для тех товаров, которые приобретаются исключительно для собственных нужд, не связанных с предпринимательской деятельностью [21, с. 380].

Таким образом, характерной чертой профессиональной деятельности сбытовых агентов является отсутствие у них социальных гарантий, так как, регистрируясь в компаниях прямых продаж, они заключают не трудовой договор, а договор купли-продажи. Формально агенты являются не наемными работниками, а покупателями продукции компании прямых продаж.

Результаты современных исследований таковы: рынок прямых продаж в России активно развивается, а численность населения, занятого в сфере сетевого маркетинга, составляет порядка 4,5 млн человек. Прямые продажи в России – это сфера занятости преимущественно для женщин, людей среднего возраста и лиц с высшим образованием. Более половины людей, являющихся агентами, заняты данной деятельностью частично, совмещают ее с другой работой.

В качестве важной рыночной тенденции можно отметить то, что экономический кризис способствует массовому притоку сбытовых агентов в данную сферу и последующему их оттоку с его завершением, а сбытовые агенты видят в кризисе в основном преимущества для своей деятельности.

Все названные выше исследователи в той или иной мере отмечают, что в настоящее время

профессиональная идентичность испытывает кризис, что, с одной стороны, обусловлено утратой механизмов ее традиционного формирования, а с другой стороны, объясняется усилением прекариатизационных тенденций в обществе, характеризующемся отсутствием профессиональной референтности и слабыми ценностями групповой солидарности.

Указанные нами исследования позволяют рассматривать атипичный труд как с точки зрения его сходств и различий со «стандартной» занятостью, так и в контексте воздействия на социальный и экономический статус работника. Зарубежные и российские авторы обращают внимание на то, что в начале XXI в. распространение новых форм занятости также сопровождается формированием новых ценностей, которые должны быть приняты работниками для того, чтобы те в свою очередь могли наделять атипичный труд смыслом, достаточным для его осуществления, и, что еще важнее, стали способны самостоятельно контролировать его выполнение, обращаясь со своей собственной личностью как с формой капитала.

Таким образом, в современных условиях трудовая деятельность становится не только гибкой, но и незащищенной. Работники должны не столько следовать правилам, сколько присваивать их, разрабатывая направления профессионального саморазвития и самоконтроля. Все это наделяет современного работника особой субъектностью и определяет его возможности для трудовой деятельности, используя различные, в том числе атипичные, формы занятости.

Ссылки:

1. Савельева Н.В. Теоретико-методологические основания исследования атипичных форм занятости (на примере сетевого маркетинга в России) : автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2016. 30 с.
2. Особенности и тенденции развития внемагазинной торговли России: текущее состояние, потенциал развития, регулирование : доклад НИУ ВШЭ. М., 2011.
3. WFDSA Annual Report 2017 [Электронный ресурс]. URL: https://wfdsa.org/download/advocacy/annual_report/WFDSA-Annual-Report-2017.pdf (дата обращения: 28.04.2018).
4. Моцная О. Правовое регулирование трудовых отношений при нетипичных формах занятости // Кадровик. 2009. № 6-2. С. 20–27.
5. Болтански Л., Кьяпелло Э. Новый дух капитализма : пер. с фр. М., 2011. 329 с.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура : пер. с англ. М., 2006. 421 с.
7. Корсани А. Капитализм, биотехнология и неолиберализм. Информация к размышлению об отношениях между капиталом, знанием и жизнью при когнитивном капитализме // Логос. 2007. № 4 (61). С. 123–143.
8. Горц А. Знание, стоимость, капитал. К критике экономики знаний // Там же. С. 5–63.
9. Болтански Л., Кьяпелло Э. Указ. соч.
10. Там же.
11. Горц А. Указ. соч.
12. Там же. С. 60–63.
13. Кастельс М. Указ. соч.
14. Корсани А. Указ. соч.
15. Безрукова А.И. Переход к постиндустриализму и модернизация форм организации труда // Власть. 2012. № 11. С. 71–74.
16. Ассоциация прямых продаж [Электронный ресурс] : официальный сайт. URL: <http://www.rdsa.ru/> (дата обращения: 03.04.2018).
17. Михайлова Л.В., Федорова С.В., Давыдова В.Я. Социально-психологические особенности индивидов, занимающихся сетевым маркетингом // Научные труды SWorld. 2013. Т. 20, № 2. С. 50–54.
18. Савельева Н.В. Указ. соч.
19. Бирюков А.А. Появление прекариата или возвращение пролетариата? // Социс. 2015. № 10. С. 158–162 ; Вольчик В.В., Маскаев А.И. Неявное знание, научные исследования и экономическое развитие // Вопросы регулирования экономики. 2016. № 1. С. 6–18 ; Занятость и социальная прекаризация в России: введение в анализ / В.Н. Бобков, О.В. Вередюк, Р.П. Колосова, Т.О. Разумова. М., 2014. 96 с. ; Посухова О.Ю. Формирование профессиональной карьеры в современном российском обществе. Ростов н/Д., 2015. 211 с. ; Тощенко Ж.Т. Прекариат – новый социальный класс // Социс. 2015. № 6. С. 3–13 ; Шкаратан О.И., Карачаровский В.В., Гасюкова Е.Н. Прекариат: теория и эмпирический анализ (на материалах опросов в России, 1994–2013) // Там же. № 12. С. 99–110.
20. Посухова О.Ю. Указ. соч.
21. Тахирова О.Б., Ножечкин И.В. Проблемные вопросы правового регулирования сетевого маркетинга // Пробелы в российском законодательстве. 2010. № 2. С. 379–381.

References:

- Bezrukova, AI 2012, 'Transition to Post-Industrialism and Modernization of the Forms of Labor Organization', *Vlast*, no. 11, pp. 71-74, (in Russian).
- Biryukov, AA 2015, 'The Appearance of the Precariat or the Return of the Proletariat?', *Socis*, no. 10, pp. 158-162, (in Russian).
- Bobkov, VN, Veredyuk, OV, Kolosova, RP & Razumova, TO 2014, *Employment and Social Precarization in Russia: An Introduction to Analysis*, Moscow, 96 p., (in Russian).
- Boltanski, L & Chiapello, E 2011, *The New Spirit of Capitalism*, 329 p., (in Russian).
- Castells, M 2006, *The Information Age: Economy, Society and Culture*, Moscow, 421 p., (in Russian).
- Gorts, A 2007, 'Knowledge, Value, Capital. Toward a Critique of the Knowledge Economy', *Logos*, no. 4 (61), pp. 5-63, (in Russian).
- Korsani, A 2007, 'Capitalism, Biotechnology and Neoliberalism. Information for Reflection on the Relationship Between Capital, Knowledge and Life Under Cognitive Capitalism', *Logos*, no. 4 (61), pp. 123-143, (in Russian).
- Mikhailova, LV, Fedorova, SV & Davydova, VYa 2013, 'Socio-Psychological Characteristics of Individuals Engaged in Network Marketing', *Nauchnie trudi SWorld*, vol. 20, no. 2, pp. 50-54, (in Russian).

- Motznaya, O 2009, 'Legal Regulation of Labor Relations in Atypical Forms of Employment', *Kadrovik*, no. 6-2, pp. 20-27, (in Russian).
- Posukhova, OYu 2015, *The Formation of a Professional Career in Modern Russian Society*, Rostov-on-Don, 211 p., (in Russian).
- Savelyeva, NV 2016, *Theoretical and Methodological Foundations of the Study of Atypical Forms of Employment (On Example of Network Marketing in Russia)*, PhD thesis abstract, Moscow, 30 p., (in Russian).
- Shkaratan, OI, Karacharovskiy, VV & Gasyukova, EN 2015, 'The Precariat: Theory and Empirical Analysis (Based on Polls in Russia, 1994–2013)', *Socis*, no. 12, pp. 99-110, (in Russian).
- Takhirova, OB & Nozhechkin, IV 2010, 'Problematic Issues of Legal Regulation of Network Marketing', *Problemy v rossiyskom zakonodatelstve*, no. 2, pp. 379-381, (in Russian).
- Toshchenko, ZhT 2015, 'Precariat – New Social Class', *Socis*, no. 6, pp. 3-13, (in Russian).
- Volchik, VV & Maskaev, AI 2016, 'Implicit Knowledge, Research and Economic Development', *Voprosy regulirovaniya ekonomiki*, no. 1, pp. 6-18, (in Russian).

Редактор: Смирнова Светлана Леонидовна
Переводчик: Ездина София Александровна