Свободное время населения как источник новых форм и видов деятельности в экономике современной России

Free time of the population as a source of new forms and types of activity in the economy of modern Russia

Плещенко В.И.

V. Pleschenko

В условиях перехода к постиндустриальной экономике знаний значение досуга, свободного времени в жизни человека неуклонно возрастает. Люди стремятся к качественному и интересному проведению своего досуга, нацелены на саморазвитие, получение новых впечатлений. Не удовлетворяясь имеющимися достижениями, вне зависимости от возраста, они пытаются наряду с рабочими строить еще и досуговые карьеры, чему способствует бурное развитие современных коммуникационных технологий. В результате наблюдается интенсивный рост новых форм и видов хозяйственной, социальной и культурной деятельности в экономике современной России, призванных удовлетворить имеющийся спрос.

During the transition to a post-industrial knowledge economy the importance of leisure, free time in a person's life is constantly increasing. People seek qualitative and interesting holding their leisure activities, focused on self-development, getting new impressions. Not contenting themselves with existing achievements, regardless of their age, they are trying to build another leisure career in parallel with working, using the rapid development of modern communication technologies. As a result, there has been an intensive growth of new forms and types of economic, social and cultural activities in the economy of modern Russia, to meet the actual demand.

Ключевые слова: свободное время, рабочее время, постиндустриальное общество, экономика впечатлений, саморазвитие, промышленный туризм, гастрономический туризм.

Key words: free time, working time, postindustrial society, economy of impressions, self-development, industrial tourism, gastronomic tourism.

Введение

Современный режим и ритм жизни населения характеризуются все возрастающим значением свободного времени и досуга. Переход от общества производства к обществу потребления кардинальным образом изменил сущность и предназначение свободного времени, которое в целом перестало ограничиваться «функцией восстановления сил, поглощаемых сферой труда» [1, с. 20]. Да и массив свободного времени среднестатистического российского гражданина за последние десятилетия претерпел существенные изменения по сравнению с эпохой СССР. В частности, увеличилось число праздничных дней, у большинства людей в нашей стране появились продолжительные (до 10 календарных дней) «новогодние» каникулы, ежегодной практикой стал перенос выходных дней в течение года с целью их присоединения к праздникам и формирования промежутков свободного времени длительностью по 3-4 дня[1].

Как следствие происходящему, возрастает актуальность научных исследований на тему использования населением страны своего свободного времени и его сущности в современных условиях. Во-первых, внимание в публикациях акцентируется на увеличении доли досуга в общем балансе времени сегодняшнего человека. В частности, как отмечает Е.А. Джанджугазова, в развитых экономиках рабочее время лимитировано и имеет тенденцию к сокращению, тогда как периоды досуга становятся все более продолжительными [2, с. 2]. С другой стороны, Е.В. Фахрутдинова указывает, что свободное время «характеризует качество жизни населения и служит основой созидания человеческого потенциала» [3, с. 80]. Также современные исследователи рассматривают досуг как пространство развития и творческой реализации личности [4]. Поскольку природа не терпит пустоты и любое увеличивающееся пространство (в т.ч. и временн***о***е) будет чем-то

[1] Также и переход с 1 января 2002 года к предоставлению работникам отпусков в календарных днях (28 вместо 24 рабочих), на наш взгляд, расширил возможности людей по дроблению дней отдыха в отпуске для их присоединения к выходным дням.

заполнено, возникает вопрос о том, каким образом люди используют свое свободное время, а также что предпринимают в связи с этим хозяйствующие субъекты в различных сферах экономики страны. В данной статье мы кратко остановимся на оценке роли и места досуга в жизни современного человека, а также проанализируем отдельные прикладные аспекты развития экономики свободного времени в России.

Досуг: цена и ценность

Экономические категории времени и денег всегда находились в диалектическом единстве. Е.В. Балацкий, сравнивая социализм и капитализм, указал, что «если при капитализме товарное изобилие имеет свою оборотную сторону в виде дефицита свободного времени, то при социализме товарный дефицит выступает в качестве цены избытка свободного времени» [5, с. 1023]. В том числе и избытком свободного времени в СССР он объясняет определенные черты образа жизни советских людей, такие как фантастический интерес к чтению литературы, походы в гости, театры и кино, общение и дискуссии в рабочее время и на отдыхе [5, с. 1023]. При этом, происходившие в СССР процессы во многом обуславливаются преемственностью социально-культурных обычаев и традиций, связанных с темой работы и досуга. К примеру, Г.Ю. Ивлева отметила, что в нашей стране издавна традиционным считалось отношение к труду как к добродетели, нравственному деянию, а духовное совершенствование, самоограничение, досуг были более предпочтительны, чем добывание все большего количества материальных благ [6, с. 24].

Одна из величайших заслуг К. Маркса в развитии мировой экономической науки заключается в описании стоимости товара, как овеществленного в данном продукте человеческого труда (а фактически – превращенных затрат рабочего времени), а также в формулировании закона экономии времени. Именно время во многом определяет уровень фактических издержек на производство того или иного блага. Временем

детерминируется достижение определенных экономических результатов, к примеру, окупаемость инвестиционных проектов, получение доходов по ценным бумагам. В микроэкономике рассматривается кривая индивидуального предложения труда, описывающая зависимость между доходом человека и его готовностью предоставлять в распоряжение работодателя дополнительные единицы труда. Так вот, после достижения определенного уровня заработка кривая предложения труда приобретает отрицательный наклон, что указывает на изменение предпочтений работника: больше тратить и отдыхать, а не работать.

Также, не ограничиваясь теоретическими суждениями из области экономики и переходя на обывательский уровень, мы видим, что зачастую люди, как констатирует социолог В.Ильин, оценивая приглянувшийся им товар, взвешивают его не в денежных единицах, а во времени, которое необходимо потратить, чтобы эту сумму заработать (день, месяц, год) [7]. Рабочее время и досуг можно рассматривать с точки зрения теории альтернативных издержек, оценивая стоимость свободного времени упущенным доходом индивида за данный период и характеризуя его как потери. В то же время сейчас данный подход постепенно устаревает, а сфера его применения ограничивается. Так, в условиях постиндустриальной «экономики знаний», когда весьма востребованными стали работники-интеллектуалы с высоким креативным потенциалом, исследователи говорят о диффузии свободного и рабочего времени, а также о том, что в современном индивиде ценными являются все продукты его личностной самореализации, возникающие не только в рабочее, но и в свободное время [8, с. 96]. Следовательно, заинтересованный в таком сотруднике работодатель готов оплачивать ему свободное время наравне с рабочим.

Также, рассуждая о цене и ценности досуга, можно акцентировать внимания на таких вопросах как рациональность использования фонда свободного времени, качество проведенного досуга, его полезность, а также размер денежных средств, затрачиваемых различными категориями людей в

данный период. Очевидно, что цели и интересы людей в плане досуга весьма разнообразные и зачастую полярные. Одни индивиды в свободное время посещают театры и музеи, вторые занимаются самообразованием или спортом, а третьи предпочитают лежать на диване и смотреть телепередачи. При этом каждый из перечисленных, как правило, получает от процесса определенное удовлетворение.

Ввиду того, что у работников предприятий и организаций появляется больше времени, они получают возможность проявить себя на ином поприще. Поэтому параллельно рабочим у индивидов возникают и досуговые карьеры, которые «кроме возможностей самореализации удовлетворяют потребности людей в общении и причастности» [9, с. 111].

Естественно, что и хозяйствующие субъекты в экономике приспосабливаются к происходящему. Во-первых, они учитывают все возрастающую тягу работников к досугу при планировании бизнес-процессов и управлении персоналом. Во-вторых, предприятия и организации начинают активно искать возможные рынки сбыта товаров и услуг и новые сферы применения для собственных активов. Наглядным примером таких действий являются т.н. «производственный туризм» и «гастрономический туризм», на которых мы еще остановимся далее.

Кроме того, даже культуру и «творческие индустрии» сегодня также стремятся включить в экономический оборот, в современный стиль жизни, сделать доходной отраслью национальной экономики [4]. При этом изменяется и сама модель современной культуры: от модели просветительства она смещается к гедонистической концепции, доставляя удовольствие, развлекая и успокаивая посетителей, причем даже обучение должно проходить «играючи» [4]. Вряд ли сейчас зазовешь много слушателей в музей на «скучную» и длинную тематическую лекцию[2]. Дело в

---

[2] Вспомним, к примеру, лекцию на литературную тему в музее с непонятными абсолютному большинству людей словосочетаниями наподобие «фалеков гендекассилаб» (из фильма «Покровские ворота»).

том, что в наши дни люди не желают ждать завершения процесса долго. Ценность представляют понятные, быстрые и осязаемые результаты, следствием чего стали развитие в культурной сфере различных интерактивных сервисов и т.н. «геймификация» музейных и образовательных процессов, публичных библиотек и других учреждений культуры. Отдавая должное разработчикам культурных программ нового типа, отметим, что процесс может стать довольно увлекательным для взрослых и детей (в качестве наглядного примера возьмем московскую олимпиаду для школьников «Парки. Музеи. Усадьбы»). Вероятно, выбор именно такого подхода к организации культурного процесса должен способствовать преодолению социокультурных разрывов в обществе и межпоколенческому диалогу.

Индустрия свободного времени как новая отрасль экономики страны

Другой стороной происходящего являются особенности спроса и предложения на рынке культурно-развлекательных продуктов. Во-первых, это касается таких традиционных форм как кинофильмы, спектакли, экскурсии и пр. В частности, их потребление, как правило, носит однократный характер. При этом, как отмечает М.Н. Дымшиц, именно в этой сфере обеспечивается б***о***льшая готовность к «пробной покупке», поскольку до самого момент потребления досуговой услуги потребитель не может оценить «индивидуальную предельную полезность» [10, с. 240]. В то же время многочисленная и разнообразная информация о данных продуктах в социальных сетях и иных коммуникационных ресурсах может существенно влиять на эту готовность, снижая или подогревая интерес людей. Во-вторых, возникают сравнительно новые объекты спроса со стороны людей, такие как потребление впечатлений (то есть положительного воздействия на органы чувств человека). Наиболее важным проявлением экономики впечатлений выступает туризм, превращающий окружающий мир в большой магазин [1, с. 20]. Частными продуктами экономики впечатлений выступают такие современные явления как гастрономический туризм – познание местной

культуры через пищу, производственный туризм – непосредственное ознакомление людей с функционированием промышленных предприятий (в том числе и пищевой промышленности). Гастрономический туризм сегодня стремительно развивается, реализуясь в основном посредством проведения множества гастрономических фестивалей и продовольственных ярмарок, посвященных различным продуктам, еде и напиткам [11]. Промышленный туризм в свою очередь удовлетворяет интерес посетителей к сложным производственным процессам, позволяет, к примеру, понять чем именно занимались их бабушки и дедушки, обеспечивает получение новых визуальных впечатлений. Указывается, что промышленный туризм как явление зародился в 80-е годы прошлого века на родине промышленности — в Великобритании, одной из первых стран, столкнувшихся с проблемой спада производства и закрытия фабрик (поэтому там он появился как «туризм индустриального наследия») [12, с. 14]. Следующим регионом промышленного туризма стал немецкий Рур, также находившийся в глубокой стагнации, и нуждавшийся в реструктуризации местной экономики [12, с. 14]. В условиях перехода к постиндустриальной экономике данные формы туризма играют все более важную роль в развитии регионов, росте доходов местных производителей. К примеру, кулинарный туризм способствует большей равномерности туристического потока в течение года, а также привлекает больше платежеспособных туристов, готовых на дополнительные траты [13]. В части промышленного туризма для организаторов туров (компаний-производителей продукции) важен не только доход от посетителей, но и возможность продвижения своего товара, «вербовка» новых покупателей и повышение лояльности существующих, а также демонстрация открытости компании [14]. Отметим еще и важную социальную функцию подобного туризма, заключающуюся в создании новых рабочих мест, что важно при сокращении сотрудников вследствие снижения выпуска и автоматизации производств (в том числе и в т.н. «моногородах»). При этом у Российской Федерации имеется значительный потенциал для

развития промышленного туризма (если сравнивать с другими промышленно развитыми странами). Одной из причин является тот факт, что в России всегда было много земли, в связи с чем утратившие свое значение производства забрасывались, а новые заводы возводились на пустых площадках. В Европе же, напротив, старые здания производственных цехов обычно сносили, а оборудование утилизировали, в результате чего там сохранилось довольно мало исторических производств, в отличие от России, где на Урале до сих пор можно посмотреть старинные металлургические заводы [15][3]. Поэтому российские объекты сегодня ждут не только соотечественников (которые ввиду сокращения числа выездов за рубеж по политико-экономическим причинам ищут новых впечатлений в своей стране), но и иностранцев из подверженного деиндустриализации Запада, желающих посмотреть действующие производственные объекты. Таким образом, желание людей сделать свое свободное время интереснее и разнообразнее становится фактором интенсивного роста новых рынков экономики впечатлений.

О размере свободного времени индивида

Следующий важный вопрос, на котором хотелось бы остановиться: а что именно следует считать свободным временем? В этой связи отдельными исследователями высказываются мнения на предмет того, что свободное

---

[3] Следует отметить, что экскурсии организуются не только на закрытые производства, но и на крупные действующие заводы, такие как Магнитогорский металлургический комбинат. На данном предприятии организован целый ряд экскурсионных маршрутов, как для взрослых, так и для детей [16]. С начала 2018 года экскурсии на производство начал организовывать и Выксунский металлургический завод, принявший за 10 месяцев около 700 человек и уже в ноябре 2018 года ставший призером Всероссийской туристской премии «Маршрут года-2018» [17]. Хотя доход от такой деятельности несопоставим с основной выручкой компаний, она может приносить ощутимые неденежные эффекты, такие как рост деловой репутации компании, профессиональная ориентация молодежи и привлечение новых кадров. Кроме того, поскольку промышленный туризм является не только экстремальным видом отдыха, но и средством просвещения и профессиональной ориентации населения, необходимо стимулировать развитие программ экскурсий не только на заброшенные объекты, но и на передовые, прогрессивные предприятия [18, с. 62-63].

время является особым богатством личности, используемым по собственному усмотрению, в том числе для саморазвития, что оно свободно от обязанностей, социальной и физиологической необходимости [3, с. 80-81]. Автор частично готов согласиться с данным утверждением, поскольку сам пять дней в неделю «от звонка до звонка» работает в коммерческой организации, но на досуге часть времени посвящает написанию статей на экономическую тему с целью их последующей публикации в научных журналах. В то же время, на наш взгляд, такой подход является несколько поверхностным и идеалистическим, характеризующим жизнь условного «продвинутого» индивида, не связанного вне работы с семьей и живущего лишь для себя (согласно известному принципу методологического индивидуализма). К примеру, совершенно не принимается во внимание свободное время, задействованное на воспитание детей, хотя они — это будущее сегодняшнего общества.

Поэтому сначала необходимо определиться с тем, что именно для конкретного индивида означает это самое «свободное время». Во-первых, у любого человека есть более или менее формализованные домашние обязанности, объем которых определяется различными факторами, среди которых можно назвать сложность домашнего хозяйства, состав семьи, наличие движимого и недвижимого имущества, наличие детей и их возраст, присутствие в квартире домашних животных и пр. Все процессы, связанные с их обслуживанием, в большинстве своем реализуются в свободное от основной работы время. Однако отношение к данным явлениям даже в рамках семьи может быть диаметрально противоположным. К примеру, для одного члена семьи выгуливание собаки — это отдых, а для другого — малоприятное, но необходимое занятие. Также для отдельных лиц и поход по магазинам — самое любимое занятие (феномен современного «шопинга»). Появилось даже понятия «шопинг-терапии», когда человек, находящийся в плохом настроении, идет по магазинам с целью отвлечения и релаксации, одновременно формируя свои новые потребности [19, с. 32]. То есть процесс

хождения по торговым центрам для отдельных лиц будет тождественен саморазвитию. Да и физиологические и гигиенические потребности, которые отдельные исследователи исключают из массива свободного времени, для кого-то могут стать полем для социализации и саморазвития (к примеру, посещение общественных бань, с соблюдением тамошних ритуалов). Даже учитывая тот факт, что дорога от места работы до дома отнимает у людей много потенциально свободного времени, современные информационно-коммуникационные технологии и социальные сервисы позволяют индивидам полноценно заниматься в пути тем, чем они интересуются, к примеру, изучать иностранные языки. Следовательно, и это время с определенными допущениями может быть причислено к досугу. Таким образом, понятие свободного времени сугубо индивидуально и должно рассматриваться в контексте целей и интересов отдельных личностей или социальных групп.

О свободном времени пенсионеров

Особая категория граждан, на которую следует обратить внимание, — это пенсионеры и иные неработающие лица, получающие пособия. С формальной точки зрения почти всё их наличное время следует считать свободным. В то же время вряд ли в большинстве случаев оно расходуется на саморазвитие и реализацию творческого потенциала. Еще во времена советского дефицита специфическая ценность свободного времени пенсионеров заключалась в возможности тратить его на поиск различных товаров и стояние в очередях (пока их дети находились на работе), а также проводить время с внуками. Сегодня ситуация существенно изменилась: очереди за дефицитом исчезли, а обучение внуков все в большей степени реализуется и контролируется посредством информационных технологий. Но проводить свое номинально свободное время у телевизора или сидя во дворе на лавочке желает далеко не каждый пожилой человек, который и так существенно ограничен в части социального общения после увольнения с работы по возрасту. Между тем, как отмечает социолог А.В. Кучина,

«человек не может существовать без позитивного видения своего будущего», при этом в обществе «происходит смена ролей: дети и ученики во многих вопросах становятся учителями своих родителей, дедушек и бабушек» [20, с. 43-44]. Доля пожилых людей в населении страны неуклонно растет, соответственно увеличивается и их социально-политическое значение для власти (т.к. российские пенсионеры, как правило, являются наиболее дисциплинированными избирателями). Следовательно, обретение ими комфортных условий существования, утилизация имеющейся у представителей старшего поколения россиян социальной энергии представляются весьма важными задачами с точки зрения обеспечения стабильности в обществе. Судя по всему, редкими путевками в санатории и дома отдыха, а также бесплатными концертами участия государства уже не ограничится. Поэтому в настоящее время мы видим со стороны государства проявление принципиально нового подхода к свободному времени пенсионеров как к потенциальному пространству для саморазвития. В особенности это заметно в Москве, где с 2018 года развиваются масштабные социальные программы для лиц старшего поколения «Московское долголетие», «Серебряный университет», получившие весьма позитивные оценки. Данные программы являются феноменами, порожденными особенностями социально-экономической ситуации в России. К примеру, в Западной Европе или США, где среднестатистические пенсионеры живут относительно благополучно, они могут позволить себе различные покупки и тратят свое свободное время на путешествия, особо не нуждаясь в «серебряных университетах». Стабильность жизни и возможность созерцания мира дают им позитивные впечатления и способствуют комфортному существованию. В свою очередь, российская экономика пока не может обеспечить пожилым людям уровень жизни, сравнимый с даже советскими временами, но при этом в стране по-прежнему функционирует развитая государственная социальная инфраструктура, производящая общественные блага. Следовательно, ее потенциал может стать основой для

генерирования у пожилых людей ощущений комфорта, социализации пенсионеров в рамках новых сообществ и, опять же, способствовать преодолению социокультурных разрывов и обеспечению эффективного диалога между поколениями.

Заключение

Таким образом, в настоящее время в исследованиях на досуговую тему наблюдается акцентирование использования свободного времени на саморазвитие. При этом не всегда учитывается то обстоятельство, что любой массив современных людей сильно дифференцирован и тот процесс, который для одного человека является полезным досугом, для другого становится малоприятной обязанностью или пустой тратой времени. Кроме того, преобладает индивидуалистический и где-то волюнтаристский подход к досугу, как ко времени, используемому по собственному усмотрению и свободному от семейных обязанностей, таких как воспитание детей.

Другой важной особенностью происходящего является стимулируемое изменением баланса рабочего и свободного времени (вместе с высокой социокультурной динамикой и информационной революцией) преобразование культуры, искусства, образования, а также социальной сферы. В частности, на наших глазах идет приспособление музеев и театров к новым условиям и инструментам потребления. Интенсивно развивается экономика впечатлений, одним из ярких проявлений которой стали новые формы туризма: промышленный, гастрономический. Таким образом, все большее число людей, предприятий, регионов вовлекаются в экономический оборот в новых сферах деятельности, принося пользу стране. Более того, изменениям подвержены и такие категории граждан, для которых досуг составляет большую часть наличного времени, а именно пенсионеры, для которых разрабатываются и внедряются масштабные социальные программы. В этой связи для государства важно выработать правильные подходы к организации процесса, способствующие преодолению

социокультурных разрывов в обществе и развитию межпоколенческого диалога.

Литература

1. Соловей И.В. Самообращение желания в границах свободного времени // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика. Управление. Право» — 2014. — Вып. 4. — С. 19-24.
2. Джанджугазова Е.А. Экономика свободного времени в контексте развития современных музейных проектов // Российские регионы: взгляд в будущее. — 2018. — Том 5. — № 4. — С. 1-11.
3. Фахрудтинова Е.В. Качество свободного времени как показатель оценки качества жизни населения // Экономические науки. — 2013. — № 12 (109). — С. 80-83.
4. Абанкина Т. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга» [Электронный ресурс]. URL: http://www.strana-oz.ru/2005/4/ekonomika-zhelaniy-v-sovremennoy-civilizacii-dosuga.
5. Балацкий Е.В. Свободное время как фактор экономического равновесия // Вестник Российской академии наук. — 1999. — Том 69. — № 11. — С. 1018-1025.
6. Ивлева Г.Ю. Социально-экономические альтернативы России и концепция восстанавливающего развития // Вестник ОГУ. — 2002. — № 4. — С. 24-29.
7. Ильин В. Товар как социальный конструкт // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. — 2004. — № 2. — С. 29-39.
8. Толокина Е.Л. Свободное время как категория теоретической экономики // Теоретическая экономика. — 2012. — № 5. — С. 94-100.
9. Арямов А.В., Арямова Т.В. Роль свободного времени в современном обществе // Вестник ТГПИ. — 2008. — № 2. — С. 109-114.

10. Дымшиц М.Н. Социальные и экономические аспекты потребительского поведения на рынке развлекательных услуг // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право» — 2012. — № 10. — С. 234-245.
11. Драчева Е.Л., Христов Т.Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы // Российские регионы: взгляд в будущее. — 2015. — Том 2. — № 3. — С. 36-50.
12. Otgaar Alexander. Industrial Tourism: Where the Public Meets the Private. Rotterdam: Erasmus Research Institute of Management (ERIM), 2010.
13. Food, Tourism, and Culture: the Keys to Success of a Global Trend URL: https://www.trekksoft.com/en/blog/food-tourism-culture-keys-success-global-trend (дата обращения: 01.05.2019).
14. Производители впечатлений URL: https://www.kommersant.ru/doc/3798357 (дата обращения: 01.05.2019).
15. Промышленный туризм: от любопытства до профоориентации URL: http://travel.vesti.ru/article_34005 (дата обращения: 01.05.2019).
16. ММК открыт для промышленного туризма URL: http://mmk.ru/press_center/74180/ (дата обращения: 01.05.2019).
17. ВМЗ стал призером всероссийского конкурса за развитие промышленного туризма URL: https://omk.ru/press/22366/ (дата обращения: 01.05.2019).
18. Гарнов А.П., Краснобаева О.В. Актуальность системного формирования отечественного промышленного туризма // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. — 2012. — № 2. — С. 60-63.
19. Охолина И.Е. Шопинг как вид досуга и проявление культуры массового консюмеризма в постиндустриальную эпоху // Вестник ТГПУ. — 2014. — № 4 (25). — С. 31-34.
20. Кучина А.В. Роль муниципального управления в реформировании социального времени пожилого контингента москвичей //

Муниципалитет: экономика и управление. — 2018. — № 4 (25). — С. 41-45.