



От двух ликов  
профсоюзного движения  
к обществу Facebook:  
голос профсоюзов в  
контексте 21 века

Рафаэль Гомес, Алекс  
Брайсон и Пол Виллман

MHRLdp006

Апрель 2008



THE LONDON SCHOOL  
OF ECONOMICS AND  
POLITICAL SCIENCE ■

## КАДРОВАЯ ЛАБОРАТОРИЯ MANPOWER, CEP

Будучи одним из самых передовых агентств занятости в мире, “Manpower” стремится сделать свой вклад в анализ и политическое обсуждение вопросов изменений в мире работы. Поэтому в мае 2006 года агентство создало Центр экономических показателей (CEP) — Кадровую лабораторию “Manpower” в Лондонской школе экономики. Целью этой лаборатории является стать ведущим центром в изучении влияния кадровых решений и тенденций рынка труда на производительность на уровне компаний, на национальном и международном уровне.

### ВЕДУЩИЕ СПЕЦИАЛИСТЫ

|   |  |
|---|--|
| Проф. Стивен Мачин (Stephen Machin), FBA  | Директор MHRL и директор по исследованиям, CEP                                     |
| Алекс Брайсон (Alex Bryson)               | Научный сотрудник “Manpower”, CEP  |
| Профессор Ричард Фриман (Richard Freeman) | Директор Программы изучения трудовых вопросов NBER и старший научный сотрудник CEP |
| Тони Глассбороу (Tony Glassborow)         | Директор по кадрам, EMEA Manpower Inc  |
| Проф. Алан Маннинг (Alan Manning)         | Директор программы трудовых рынков CEP   |
| Проф. Джон Ван Ринен (John Van Reenen)    | Директор Центра экономических показателей  |
| Джо Кантлей (Jo Cantlay)                  | Администратор  |

### КОНТАКТЫ

|                 |   |
|-----------------|---|
| Сайт:           | <a href="http://www.lse.ac.uk/manpower">www.lse.ac.uk/manpower</a>  |
| Почтовый адрес: | Manpower Human Resources Lab<br>Centre for Economic Performance<br>London School of Economics<br>Houghton Street<br>London WC2A 2AE |
| Email:          | <a href="mailto:j.m.cantlay@lse.ac.uk">j.m.cantlay@lse.ac.uk</a>  |
| Телефон:        | +44 (0) 20 7955 7285  |

# От двух ликом профсоюзного движения к обществу

## Facebook: голос профсоюзов в контексте 21 века

**Рафаэль Гомес**

Лондонская школа экономики

**Алекс Брайсон**

Институт политических исследований и центр экономических показателей

**Пол Виллман**

Лондонская школа экономики

**РЕЗЮМЕ:** За последние 40 лет членство в профсоюзах стремительно сокращается. Можно ли сделать что-то, чтобы сдержать это падение? Авторы данной работы считают, что голос профсоюзов — это характерная (помимо прочих) черта членства в профсоюзе, которая эмпирична по своей природе и, в отличие от стоимости объединения в профсоюз, его можно прочувствовать лишь после вступления в профсоюз. Это сильно затрудняет популяризацию объединения в профсоюз трудящимся (и в некоторой степени также и фирмам). Для того, чтобы сделать многие не столь заметные преимущества членства в профсоюзе более видимыми, необходимы благоприятные социальные тенденции и традиции. Большинство организаций, основанных на принципе членства, сталкиваются с такой же дилеммой. Однако, появившиеся в недавнее время социальные сети, такие как Facebook и другие онлайн сообщества, довольно успешно смогли привлечь миллионы членов за относительно короткий промежуток времени. Вопрос о том, сможет ли профсоюзное движение использовать некоторые из этих уроков, обсуждается со ссылкой на исторические и современные примеры.

Исследование для симпозиума было предоставлено на 60-е Ежегодные труды LERA в 2008 году.

## 1 Введение

Что имеется в виду в часто используемом выражении “два лика профсоюзного движения”? Основываясь на работах Кауфмана (2004) и Фримана и Медоффа (1984), эти два “лика” относятся к погоне за рентой и профсоюзному голосу. Профсоюзные надбавки к зарплате и ее аналоги — в виде улучшенных условий труда и пособий — представляют собой финансовые преимущества членства в профсоюзах для трудящихся. Однако, эти же самые преимущества соответствуют стоимости объединения в профсоюз для фирмы<sup>1</sup>. Противовесом “лика” погони за рентой является голос трудящихся. Обеспечение институционализированного механизма, при помощи которого трудящиеся и администрация могли бы общаться и проводить переговоры, не боясь серьезных последствий, является вторым (не столь) видимым “ликом” профсоюзного движения. Голос — определенный здесь как официальная двухсторонняя коммуникация между трудящимися и работодателями (Виллман и др., 2007) — может дать ряд преимуществ на рабочих местах. Обладая голосом, трудящиеся будут менее склонны увольняться в случае возникновения проблем, связанных с работой; а администрация с большей вероятностью узнает что-то о своих собственных рабочих местах, о чем они в противном случае не узнали бы или, что более важно, даже не подумали бы спросить. В этом случае голос может принести пользу обеим сторонам, именно поэтому его обычно рассматривают как положительную сторону профсоюзного движения (Кауфман и Левин, 2000)<sup>2</sup>.

Наша точка зрения заключается в том, что американским профсоюзам нужно лучше работать над реализацией и пропагандой этих не столь заметных аспектов голоса трудящихся как для работодателей, так и для работников, если они хотят достичь уровня членства в профсоюзе, сравнимого с максимальным числом в 1960-х годах. Мы считаем, что профсоюзы могут узнать о продвижении этих не столь заметных преимуществ, изучая и используя методики современных организаций,

---

<sup>1</sup> Как и с любым другим теоретическим описанием, которое пытается упростить сложную действительность, это не совсем точно. Для трудящихся, фактическая польза — это вся связка взносов. Для работодателей фактические затраты — это нетто преимуществ голоса плюс потенциальные затраты на этот голос.

<sup>2</sup> Более подробно о голосе см. Кауфман и Левин (2000), которые составили полный и подробный список “преимуществ голоса”, а также подчеркнули, почему частные фирмы могут недо-предоставлять голос.

основанных на принципе членства, таких как Facebook и другие успешные сообщества-социальные сети по всему миру. Настоящая работа делает некоторые выводы из сходных исторических социальных тенденций и исследует их связь с влиянием профсоюзов и его последующим спадом.

## **2 Множество ликов профсоюзного движения**

Чтобы понять, почему профсоюзам — в частности, американским, на которых сосредоточен наш анализ — так сложно увеличивать число своих членов, нужно понимать, что помимо сторон профсоюзного движения, указанных во введении, существуют и другие. Это — те аспекты профсоюзного движения, которые, выражаясь терминами теории потребления, обычно представляли бы “характеристики” товара, которые можно полностью увидеть лишь после “покупки”. Это можно охарактеризовать так, что понятие членства в профсоюзе, как благо с многими признаками, является смесью характеристик “поиска” и “опыта” (Брайсон и др., 2003; Гомес и Гандерсон, 2004). Наше описание членства в профсоюзе как “блага опыта” имеет место в таком контексте, когда ряд преимуществ, которые получают как трудящиеся, так и компании (такие как увеличение срока службы трудящихся, политика, благоприятствующая семьям, и более безопасное рабочее место при присутствии профсоюзов), полностью проявляются лишь после создания профсоюза (Кноке, 1990)<sup>3</sup>. Тот факт, что стоимость юнионизации (создания профсоюза) в виде взносов и надбавки к зарплате, полностью известна заранее, делает членство в профсоюзе более похожим на “товар поиска”. И действительно, если бы это было все, что может предложить профсоюзное движение, то исчезли бы любые дополнительные сложности, полученные из эмпирического опыта. Однако, эти хорошо заметные характеристики не описывают полностью всех преимуществ членства в профсоюзе, которые в большинстве своем не видны при простом поиске. В свою очередь, это создает опасность для обеих сторон до принятия идеи профсоюза. Преимущества, рискованные или о которых ничего не известно до принятия профсоюза, вызывают задержки со стороны трудящихся и сопротивление со стороны работодателей (которые в масштабах обычной жизни во

---

<sup>3</sup> Книга Кноке (1990) о политической экономии ассоциаций открыто сравнивает профсоюзы с другими формами коллективных ассоциаций. Хотя идея профсоюзов как “товара опыта” не звучит явно, это сравнение охватывает опыт членства, а также структуру организации и ее процессы.

многих случаях могут показаться вечными)<sup>4</sup>. Существует также признанная литература по когнитивной психологии, которая показывает, как ожидание сожаления — которое приносит неуверенность в результате — часто становится источником прокрастинации и откладывания действий (Ноулес и Линн, 2004). В контексте роста профсоюзов и их омоложения понимание этого объяснит, почему даже согласные работники могут никогда не вступить в профсоюз (или активно заниматься вовлечением) из-за причин, в конечном итоге связанных с препятствиями, созданными этими “сложноразличимыми” преимуществами. Одно колебание из-за этих открытых рисков — и эмпирические преимущества членства в профсоюзе зачастую перевесит выигрыш от проволочек со стороны работников, затрат на усилия по органайзингу или оппозиции администрации.

### **Исторический пример 1: Голливуд 1940-х годов и господствующая тенденция в изображении профсоюзов**

Если вышеуказанные размышления кажутся слишком абстрактными, возможно, исторический пример сможет проиллюстрировать этот пункт более точно. Нам нужно взглянуть примерно на 60 лет назад, на время, когда большинство в американском обществе считало профсоюзы важным и значимым общественным институтом. Это было то время, когда, по-видимому, весь спектр как легко, так и трудно различимых преимуществ профсоюзного голоса признавался большей частью американских трудящихся и, кажется, даже многими компаниями. Это отношение отражается в ряде популярных фильмов того времени. Один такой фильм, в частности, подчеркивает положительный характер и многоплановое логическое обоснование профсоюзного движения. Это фильм “Дьявол и мисс Джонс”, премьера которого состоялась в 1941 году. “Дьявол и мисс Джонс” — это социальная комедия с довольно радикальным по сегодняшним меркам подтекстом.

---

<sup>4</sup> Это верно лишь в отсутствии какого-либо внешнего правила, которое существует, если правительство внедряет тот или иной законодательный “стандарт”. Например, недавняя война за DVD высокой четкости между “Toshiba” и “Sony” отсрочила принятие и приобретение покупателями дисков HD DVD. Ожидается, что сейчас, когда выиграла “Sony” со своей технологией “Blu-Ray”, распространение пойдет быстрее.

Сюжет фильма обманчиво прост. Сварливый (и очень замкнутый) магнат по имени Джон П. Меррик (Чарльз Коберн) узнает, что агитаторы пытаются организовать профсоюз в крупном универмаге, который ему принадлежит. Чтобы помешать этому открытому проявлению демократии, Меррик (которого никто, за исключением нескольких помощников, никогда не видел) маскируется и нанимается на простую работу продавцом обуви в своем собственном универмаге в Нью-Йорке. Это ли не лучший способ поймать профсоюзных активистов, будучи неузнанным! Однако, действуя втайне, он неожиданно становится другом своей коллеги-продавщицы Мэри Джонс (ее сыграла Джин Артур) и ее недавно уволенного друга Джо О'Брайана (которого сыграл Роберт Каммингс), профсоюзного организатора. Как только Меррик сам сталкивается с унижением, с которым его же собственные управляющие относятся к работникам, он начинает понимать истоки волнений среди трудящихся. По ходу развития событий в итоге именно Меррик возглавляет движение за профсоюзы и создание соглашения между трудящимися и администрацией, которое поддерживает интересы его трудящихся, а также его собственные интересы как владельца.

Что удивительного в этом фильме с сегодняшней точки зрения — это изображение жизни трудящихся. В особенности фильм подчеркивает то, как общие переживания, как на рабочем месте, так и за его пределами, связывают вместе работников универмага и помогают создать условия для успешной кампании по органайзингу. Один эпизод особенно подчеркивает этот факт. Все начинается, когда работники встречаются на крыше универмага, чтобы обсудить, что они могут сделать для улучшения условий работы, а также стратегии и тактику, необходимые для создания профсоюза. На этом собрании, боясь, что их могут обнаружить, они задумывают встречаться по выходным на пляже Кони-Айленда, чтобы утвердить свои планы. К этой сцене мы позднее вернемся снова, так как она оказывается особенно значимой для описания социальных тенденций, которые работают против профсоюзов в сегодняшней Америке, но которые во времена создания этого фильма, в 1940-е, были в полной гармонии с органайзингом и профсоюзным движением.

То, что тема этого фильма — успешной кампании профсоюзного органайзинга, которая помогает как трудящимся, так и менеджменту — не считалась столь радикальной в свое время, объясняется несколькими причинами. Во-первых, Америка собиралась вступить в войну, и тылу нужно было сотрудничество между

трудящимися и администрацией. Также этот фильм вышел на экраны после десятилетнего экономического спада — Великой Депрессии — которая потрясла основы свободного рыночного капитализма в США. Этот фильм также следовал заповедям “Нового курса”. По этим и другим подобным причинам, идея этого фильма была довольно универсальна. Но именно здесь встает вопрос для северо-американских трудящихся: что случилось с этой общепринятой идеей, куда она делось?

Нам не нужно напоминать об опасном состоянии профсоюзов в частном секторе в Америке в 21 веке. Если картина может сказать тысячу слов, то к этой совсем не нужно комментариев. Несмотря на индивидуальный успех многих профсоюзов и победоносных кампаний, таких как “Justice for Janitors” (“Справедливость для уборщиков”) (Эриксон и др., 2002) в Калифорнии и организацию в профсоюз почти всего строительного/гостиничного и ресторанного сектора в Лас-Вегасе Международным профсоюзом работников сферы обслуживания (SEIU), американское профсоюзное движение не смогло обратить вспять ту тенденцию, которая началась более 40 лет назад. Сейчас менее 10 из каждых 100 трудящихся в США состоит в профсоюзе, эта цифра упала с 30 человек во время максимального членства в профсоюзах в начале-середине 1960-х.

У подобного спада есть множество причин, хорошо известных многим, читающим эту статью, но мы хотим пролить свет на причину, которую несколько сложнее определить количественно. Если мы рассмотрим другую картину, запечатленную в нашем коллективном сознании, то, возможно, сможем прийти к лучшему пониманию социальных сил, которые могли повлиять на этот спад. Мы говорим о фотографии пляжа, на которой изображены тысячи, если не сотни тысяч людей, которые занимают буквально каждый его дюйм. Эту фотографию сделал Уиджи (Weegee) в конце 1940-х на Кони-Айленде. В этой фотографии есть идея, важная для профсоюзов, она заключается в том, что в 1947 году больше людей занимались одним и тем же, чем в 2007. Сейчас в Нью-Йорке живет гораздо больше людей, чем 50 лет назад, но, не смотря на это, меньше людей летом в выходные идет на пляж. Почему?



## Исторический пример 2: Подъем и упадок общественных бассейнов в США

Сходная общественная тенденция была выделена в недавно вышедшей книге, которая изучает жизнь и времена — подумать только — общественных бассейнов в Америке. В этой книге “Contested Waters: A Social History of Swimming Pools in America” (“Спорные воды: Социальная история плавательных бассейнов в Америке”) ее автор Уилтс (Wiltse) (2007) прослеживает эволюцию муниципальных бассейнов в Америке с конца 1860-х годов до сегодняшнего дня. Концентрируя свое внимание на северных городах, таких как Чикаго, Милуоки и Сент-Луис, Уилтс обнаруживает, что бассейны постепенно стали “рассадником” социального взаимодействия и социальных изменений. По его словам: “Муниципальные плавательные бассейны были чрезвычайно популярны в 1920-х, 1930-х и 1940-х годах... В городах по всей стране были построены тысячи бассейнов — многие из них были больше футбольных полей — с прилегающими к ним песчаными пляжами, бетонными настилами и зелеными газонами. Десятки миллионов американцев стекались в эти общественные места отдыха, чтобы плавать, загорать и общаться... Исчерпывающее исследование, проведенной Национальной ассоциацией рекреации в 1933 году, показало, что столько же людей часто ходили плавать, сколько — часто ходили в кино” (Уилтс, 2007: 25).

Другими словами, “общественное” плавание было такой же частью Америки как и походы в кино. С 1920-х до 1950-х муниципальные бассейны были центрами местных сообществ и ареной широких обсуждений. Сотни и, порой, тысячи людей собирались в этих общественных местах, где общение было непрерывным и динамичным. Одним словом, бассейны стимулировали жизнь местных сообществ. История плавательных бассейнов отражает изменения в качестве общественной жизни и степень гражданской активности в современной Америке.

Так почему эта основная общественная деятельность в Америке по большому счету исчезла? Распространение частных плавательных бассейнов после середины 1950-х по словам Уилтса (2007) вызвало уход от общественной жизни. Миллионы американцев покинули общественные бассейны, возможно, потому что они в действительности предпочитали отдыхать в меньшем и более избирательном в социальном плане обществе. Вместо плавания и общения с различными группами людей в муниципальных бассейнах, владельцы частных бассейнов уединялись на

своих собственных задних дворах. По словам Уилтса (2007) “Последствиями этого стала атомизация отдыха и сокращение широких обсуждений”<sup>5</sup>.

### 3 Профсоюзное движение и общество Facebook

Из этого обсуждения возникают несколько связанных вопросов. Первый — действительно ли увеличение доходов просто продемонстрировало реальные индивидуальные предпочтения американцев? Или вернее сказать, что общественные бассейны предлагали людям возможность социального взаимодействия и общения в рамках местных сообществ, что, если взглянуть с современной точки зрения, показало бы сегодня результаты, отличные от 1960-х, когда произошло переключение к частной сфере. Другими словами, было ли общественное времяпрепровождение, стимулированное системой общественных бассейнов в Америке до начала 1950-х годов просто результатом меньшего материального благосостояния или оно действительно отражало чувство общности, о потере которого американцы сожалеют?

Каким бы ни был ответ, это не просто совпадение, что период господства профсоюзов в Америке совпал с другими массовыми общественными тенденциями. Действительно, начало телевизионной эры демонстрирует похожий пример. Например, каждый второй американец смотрел первую серию “Новобрачных” (“Honeymooners”) в 1955 году. Сериала, следует заметить, изображавшего жизнь представителя низшего среднего класса (и состоящего в профсоюзе) — водителя автобуса в Нью-Йорке, которого сыграл “простой парень” актер Джекки Глисон (Jackie Gleason). Сегодня нельзя даже рассчитывать, что половина всех американцев пойдет голосовать, не говоря уже о том, чтобы смотреть вместе одну и ту же телепередачу — даже Супер Боул (финал первенства национальной лиги американского футбола) не соберет 50% от тех, кто смотрит телевизор. Тем не менее в 2008 году больше людей смотрит телевизор, чем когда-либо раньше, но меньше людей смотрят одну конкретную программу. Как на фотографии американских купальщиков на Кони-Айленде, сделанной Уэджи, американцы разделились и разбились на части, образовав множество

---

<sup>5</sup> Конечно, эти аргументы не новы, в частности см. исследование, посвященное 1960-м годам “Богатый трудящийся Голдторпа” (“The Goldthorpe Affluent Worker”) < [www.bola.biz/motivation/affluent.html](http://www.bola.biz/motivation/affluent.html) >.

демографических групп и “социальных племен”. Заменило ли что-то это “общее” времяпрепровождение, и если да, то что это?

Это может прозвучать очевидно, но, например, выбор покупателей можно частично винить в утрате общих культурных мероприятий. Многие социальные историки (Кросс, 2006) считают, что бытовое (семейное) потребление и меркантилизм стали доминирующими культурными чертами в Америке конца двадцатого века, фактически стерев все конкурирующие общественные идеологии. Эти критики характеризуют американцев как пассивных получателей этой идеологии потребления, созданной и популяризованной продавцами, продюсерами фильмов, оптовыми торговцами и предпринимателями.

Еще одним аргументом, близким к этой цепочке рассуждений, является идея, которую более десяти лет назад распространил Путнам (Putnam) (2000) в своей книге “Bowling Alone The Collapse and Revival of American Community” (“Боулинг в одиночку. Крах и возрождение американского общества”). Но тогда как Путнам выявляет телевидение в качестве основного источника упадка в общем времяпрепровождении и упадка социального капитала, мы лишь заметили, что даже на уровне просмотра телевизионных программ — сегодня Америка меньше делает сообща, чем в 1950-х.

Поэтому вопросы остаются теми же самыми: насколько точна эта современная характеристика американского общества? Может ли она отвечать за спад в профсоюзном членстве настолько же, насколько она объясняет падение в другом массовом поведении потребителей, таком как плавание в общественных бассейнах и любительский боулинг?

Именно здесь вторая часть нашего названия содержит возможный и частичный ответ на эти вопросы. Facebook (или общество Facebook, упоминаемое в названии) — это вебсайт, социальная сеть, изначально позволявшая людям общаться со своими друзьями и обмениваться информацией. Став членом Facebook, вы можете вступить в одну или более сетей, таких как старая школа, место работы или географический регион. Сайт был запущен в 2004 году, его основателем является Марк Цукенберг, бывший ученик гарвардского класса 2006 года. Изначально членство было ограничено только студентами Гарварда. Потом в течение двух месяцев оно было распространено на другие институты Бостона и университеты “Лиги плюща”. В течение следующего года были один за другим добавлены многие

отдельные университеты. В конечном итоге, на сайте может зарегистрироваться любой человек, у которого есть адрес электронной почты, из любой страны. Затем для некоторых крупных компаний были созданы свои сети. К октябрю 2007 года на сайте было самое большое число зарегистрированных пользователей среди учащихся в колледже и их ровесников, свыше 42 миллионов активных членов по всему миру, а к концу года ожидалось, что эта цифра превысит 60 миллионов пользователей (большинство теперь приходили из сетей, не связанных с колледжами). В 2007 году его он переместился с 60-ого на 7-е место среди наиболее часто посещаемых сайтов. Более того, он стал важнейшим сайтом для размещения фотографий в США, опередив такой сайт как Flickr, на Facebook размещали свыше 8,5 миллионов фотографий каждый день. Все это звучит впечатляюще, и это так и есть.

Но это — не беспрецедентный пример. Америка уже видела подобные случаи, когда миллионы людей вступали в социальные сети в относительно короткий промежуток времени. И действительно, этому есть один явный исторический пример. Если посмотреть назад, на Америку середины 1930-х годов, то таким явлением станет рост членства в профсоюзах с 1936 по 1946, происходивший по похожему графику. Что есть в Facebook такого, что сегодня — в эпоху сильной конкуренции за время и интерес — сайт растет и распространяется среди населения, которое претендует на то, что не делает больше ничего в унисон?

Во-первых, в противоположность общей критики общества потребителей, Facebook и другие социальные сети — это не пассивная форма потребления. На самом деле они активно требуют эффективности и внимания от своих членов. Отчасти поэтому журнал “Time” недавно выбрал Человеком года “ТЕБЯ”, то есть пользователей интернета. Это сильно контрастирует с обложкой журнала в честь 25-летия в 1982 году, когда Человеком года был избран компьютер, а за компьютером сидел безымянный человек.

Мир информационных технологий быстро перешел от пассивного к активному. Facebook — это эквивалент общественного бассейна или Кони-Айленда 1940-х для 21 века. Членам профсоюзов во время максимального влияния профсоюзов в 1940-х и 1950-х были на пользу эти виды совместного опыта, характерные для того

времени, на которые можно было опереться. Итак, что мешает современным профсоюзам сделать то же самое с 60 миллионами членов Facebook?<sup>6</sup>

Проблема заключается в том, что у нас еще нет эквивалента обществу Facebook на рынке труда — который существовал, когда профсоюзы были на одной линии с общественными тенденциями того времени и усиливали друг друга (например, профсоюзы спонсировали лиги боулинга)<sup>7</sup>. День на пляже, проведенный продавцами в фильме “Дьявол и мисс Джонс” укреплял их солидарность на рабочем месте. Могут ли трудящиеся Северной Америки создать подобную модель? Нечто, что помогало бы кампаниям за обретение голоса и улучшение условий работы?

Однако, необходимо подчеркнуть, что наши аргументы — это не доказательство того, что профсоюзам нужно создать страницы в Facebook для трудящихся. Скорее это относится к использованию таких же характеристик “феномена Facebook” и использование их для “предложения” профсоюзов как работникам так и (что самое главное) фирмам.

Каковы же эти характеристики? Их пять:

1. Facebook прост в использовании, не будучи чрезмерно упрощенным, и там легко зарегистрироваться. Google — также похож на него. Это значит, вы можете снова зайти на Google или Facebook и каждый раз польза, которую вы извлечете, будет иной, новой;
2. Существует общая платформа, которая дает возможность для постоянного развития, а также и возможность подстройки отдельными лицами или группами;
3. Низкий (вплоть до нулевого) вступительный взнос для членов Facebook. Также не существует никаких денежных штрафов за уход с Facebook, что означает, что вы с большей вероятностью попробуете в первый раз;

---

<sup>6</sup> Здесь также играет свою роль аргумент законности профсоюзов. Это — основной аргумент в работе Ханнан и Фримана (1988) по экологии профсоюзного движения, согласно которому общими тенденциями организационного успеха движет скорее отбор, а не адаптация. Например, в США число профсоюзов достигло своего максимума до того, как было зафиксировано максимальное число членов.

<sup>7</sup> Естественная параллель с профсоюзами здесь — это модель Керра и Сигал (1954) забастовочных действий в тесных “профессиональных общинах”. В социологии труда хорошо известно, что для развития профессиональной субкультуры необходимо тесное взаимодействие между трудящимися как на работе, так и за ее пределами. Прекрасный пример этому можно найти в работе Циммер (1986) о женщинах-тюремных охранницах в США.

4. Системы оплаты по факту использования, подобно таким, как приняты Facebook, больше нравятся новым пользователям, неуверенным в возможной пользе и боящимся привязки.
5. Сильные сетевые внешние последствия деятельности (так называемый эффект повального увлечения), то есть чем больше будет пользователей на Facebook, тем больше будут индивидуальные преимущества для существующих пользователей и новых адептов, которые хотят зарегистрироваться на сайте.

Этот список характеристик общества Facebook, по нашему мнению, отчасти связан с проблемой вовлечь большее число новых членов, чем потерять (в основном в связи с естественным отсевом). В исследовании о сокращении числа членов профсоюзов в Великобритании (Брайсон и Гомес, 2005) было показано, что “потеря членства” за последние 30 лет в Британии оставалась практически постоянной. За это время членство в профсоюзах стабилизировалось и начало свое неуклонное снижение. Как это могло произойти?

Общая причина снижения — это рост тех, кто “никогда не был членом профсоюза”. То есть, людей, которые вошли на рынок труда после 1980 года, и все большее число которых никогда не работало на таком рабочем месте, где был бы профсоюз. Главным образом, эта тенденция — самоусиливающаяся по многим причинам, которые мы упоминали в описании профсоюзного членства, в частности из-за представления о профсоюзах как об “товаре опыта”. Профсоюзное движение дает ряд преимуществ, которые зачастую тяжело заметить извне, и способ стать членом профсоюза зачастую приходится узнавать. Следовательно, каким бы ни был стимул (плохие условия на рынке труда в начале 1980-х, анти-профсоюзный настрой на рабочих местах, созданный после 1960-х) для изначального роста числа людей, никогда не бывших членами профсоюзов, как только эта тенденция началась, механизмы социальной пропаганды начали работать против роста профсоюзного членства.

#### **4 Заключительные замечания**

Профсоюзное движение вагнеровского толка сталкивается с крупными проблемами. Это верно не только в отношении США, но и везде, где профсоюзам

приходится проводить оргайзинг на рабочих местах, и убеждать трудящихся и фирмы в преимуществах профсоюзов. Все труднее становится вовлекать новых членов традиционными методами, особенно в условиях менее благоприятного социального климата, в которых положительные признаки обладания профсоюзным голосом демонстрируются не охотно, и особенно такие признаки, которое в ином случае было бы сложно увидеть, не имея опыта профсоюзного членства. Хотя мы предложили описание современного общественного явления, которое может дать профсоюзам некоторую надежду в привлечении миллионов новых членов, к сожалению, мы не знаем, как должна выглядеть новая модель профсоюзного движения, которая позаимствует опыт социальных сетей, подобных Facebook. Также здесь есть проблема курицы и яйца. Для общего выбора, сделанного большим числом трудящихся, нужен совместный опыт, который, в свою очередь, создает совместные ожидания и общие вкусы. Рост потребительского выбора и стратегия компаний по дифференциации товаров как правило приводит к раздроблению потребительских рынков. Раздробленные потребительские рынки означают, что в нашей деятельности вне рабочего места мы все более и более сегментированы. И все тяжелее поговорить около автомата с питьевой водой.

Фрагментированный потребительский выбор оказывает более сильное влияние, чем просто удорожает объяснение своим коллегам, что вы делаете в свободное от работы время, он также меняет саму природу работы. Чем более сегментированными становимся мы как потребители и граждане вне работы, тем больше общности теряет наша работа. Когда-то существовали армии машинисток и траншеекопателей, которые, по существу, делали одно и то же. Но сегодня становится все сложнее найти двух людей, которые делают одно и то же на рабочем месте, даже среди работников на одной и той же должности. Рабочие процессы стали такими же специализированными, как и продукты и услуги, которые обязаны предоставлять наемные работники. Таким образом, сегментированный досуг, потребление и рабочий опыт больше не подходят для “совместных решений”, которые дает вагнеровская система коллективных переговоров. Действительно, если посмотреть на профессии/виды деятельности в США, в которых были свои члены профсоюзов, и которые за последние 20 лет даже вовлекли новых (такие как пилоты, бортпроводники, машинисты, учителя, актеры, киносценаристы, журналисты и медсестры), это — профессии, в которых

“результаты” не изменились так сильно как, скажем, для работников сферы ИТ, компьютерных инженеров или бизнес-консультантов.

Данную работу мы не завершаем ответом или готовым решением для проблем, с которыми сталкиваются профсоюзы в США, а всего лишь указываем направление, на которое профсоюзам нужно взглянуть, чтобы найти подходящее социальное явление, которое нужно осознать и у которого научиться. Если “Facebook” является эквивалентом отдыха по выходным дням на Кони-Айленде, то профсоюзам нужно узнать о том, что приводит потенциальных членов на “пляж 21 века”.



## Ссылки

- Bryson, Alex and Rafael Gomez (Брайсон, Алекс и Рафаэль Гомес). 2005. "Why Have Workers Stopped Joining Unions?" ("Почему работники больше не вступают в профсоюзы?") *British Journal of Industrial Relations* (Британский журнал трудовых отношений), Том. 43, № 1 (март) стр. 67-92.
- Bryson, A. and Gomez, G. (Брайсон, А. и Гомес, Г.) (2003) 'Buying Into Union Membership', Gospel, H. and Wood, S. (eds.) в книге под ред. Госпел Х. и Вуд, С., *Representing Workers: Union Recognition and membership in Britain*, ("Представляя трудящихся: признание профсоюзов и членство в Британии") Routledge, London
- Cross, Gary. (Кросс, Гари) 2006. "Crowds and Leisure: Thinking Comparatively Across the 20th Century." ("Толпы и досуг: сравнительные размышления на протяжении 20 века") *Journal of Social History* (Журнал социальной истории). Vol. 39, no. 3, (Spring), pp. 631-650.
- Erickson, Christopher L., Fisk, Catherine L., Milkman, Ruth, Mitchell, Daniel J.B. and Wong, Kent, (Эриксон, Кристофер Л., Фиск, Кэтрин Л., Милкмен, Рут, Митчелл, Дэниэл Дж.Б. и Вонг, Кент) , 2002. "Justice for Janitors in Los Angeles: Lessons from Three Rounds of Negotiations" ("Справедливость для уборщиков в Лос-Анджелесе: выводы из трех раундов переговоров") . *British Journal of Industrial Relations* (Британский журнал трудовых отношений), Vol. 40, pp. 543-567.
- Freeman, Richard B., and James L. Medoff (Фриман, Ричард Б и Джеймс Л. Медофф). 1984. *What Do Unions Do?* (Чем занимаются профсоюзы?) New York: Basic Books.
- Gomez, Rafael and Morley Gunderson (Гомес, Рафаэль и Морли Гандерсон). 2004. "The Experience-Good Model of Union Membership," ("Модель профсоюзного членства 'товара опыта'") In Phanindra V. Wunnava, ed. *The Changing Role of Unions: New Forms of Representation* ("Изменяющаяся роль профсоюзов: новые формы репрезентации"). New York: M.E. Sharpe, pp. 93-112.
- Hannon, M.T and J. Freeman (Ханнон, М.Т. и Дж. Фриман). 1988. "The ecology of organizational mortality: American labor unions, 1836-1985" ("Экология

организационной смертности: американские профсоюзы, 1836-1985) *The American Journal of Sociology* (Американский журнал социологии), 94(2), pp. 25 – 52.

Kaufman, Bruce (Кауфман, Брюс), 2004. "The Two Faces of Unionism: Implications for Union Growth," ("Два лика профсоюзного движения: выводы для роста профсоюзов) In Phanindra V. Wunnava, ed. *The Changing Role of Unions: New Forms of Representation* ("Изменяющаяся роль профсоюзов: новые формы репрезентации"). New York: M.E. Sharpe, pp. 61-92.

Kaufan, B and D. Levine (Кауфман, Б и Д. Левин). 2000. "An Economic Analysis of Employee Representation," ("Экономический анализ представления интересов трудящихся") in Bruce Kaufman and Daphne Taras, eds., *Nonunion Employee Representation* ("Представление интересов трудящихся - не являющихся членами профсоюза"), New York: M.E.Sharpe., pp. 149-175.

Kerr, C. and A. Siegal (Керр, С. и А. Сигал) (1954) "The Interindustry Propensity to Strike," ("Межотраслевая склонность к забастовкам") in A. Kernhauser et al. (eds.) *Industrial Conflict* ("Производственный конфликт"). New York: McGraw-Hill.

Knoke, David (Кноке, Дэвид). 1990. *Organizing for Collective Action: The Political Economies of Associations* ("Организация для коллективных действий: политэкономия ассоциаций). Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.

Knowles, E. and J. Lynn. (Ноулес, Е. и Дж. Линн) 2004. *Resistance and Persuasion* ("Сопrotивление и убеждение"). New York: Lawrence Erlbaum Associates.

Putnam, Robert (Путнам, Роберт). 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community* ("Боулинг в одиночку. Крах и возрождение американского общества"). New York: Simon & Schuster.

Willman, Paul, Alex Bryson and Rafael Gomez (Виллман, Пол, Алекс Брайсон и Рафаэль Гомес). 2007. "The long goodbye: new establishments and the fall of union voice in Britain." ("Долгое прощание: новые организации и падение профсоюзного голоса в Британии") *The International Journal of Human Resource Management* (Международный журнал по управлению кадрами), Vol.18, no. 7, pp.1318-1334.

Wiltse, Jeff (Уилтс, Джефф). 2007. *Contested Waters: A Social History of Swimming Pools in America* (“Спорные воды: Социальная история плавательных бассейнов в Америке”). Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Zimmer, L. E. (Зиммер, Л.Е.) 1986. *Women Guarding Men* (“Женщины, охраняющие мужчин”). University of Chicago Press.