

# 时间的争夺战和保卫战

曹东勃

生产与生活的公私融合,并不是一种简单的平衡。在时间碎片化的当下,但凡需要呵护创意、激励创新的组织,都难于一刀切地为工作与生活划定一个明晰的界限:工作到此结束,生活由此开始。电话、电视、电脑、手机,随着这些媒介载体逐一进入生活,家庭内部的空间结构也必然要被重新定义。

时间的碎片化,是人类进入智能化移动互联时代或“互联网+”时代之后,绝大多数人的共同感受。一位老同事近年来一直感慨,为什么我们越来越忙?时间越来越少?读书、研究、社会调查乃至家庭生活中的诸多事项,无论是协同多人集体行动,还是只需自己一人,想要大块的可支配时间,都越来越难了。

21世纪,不少国家将进入并停留在几乎不可逆的老龄化、高龄化阶段,这一方面昭示着国民整体寿命的延长,但另一方面也预示了国民整体剩余生命年数的减少和时间稀缺性的提高,这是件值得关注的事。

生活中,我们能看到乘坐免费班车从城市的东北角到西南角,只为寻找更便宜蔬菜、毫不在意时间成本的老年人;醉生梦死度过七天长假后慨叹“时间都去哪了”的中年人;购物比选时,愿意为一台更加省时高效的洗衣机、电饭煲而支付更多金钱的青年人;以及,在课业重负之下盼着时间快些流逝,好在寒暑假嬉笑打闹的孩子们。时间,无影无形,又无处不在。时间,对每个人似乎是公平的,而每个人对它的态度又不尽相同。

松冈真宏在其新著《未来时间使用手册》一书中,基于对现时代技术革命引发社会观念变革的观察,提出了“时间资本主义”的命题。

时间,是制约人类的最后

一个因素。人们通过农耕和生产衣服、武器等工业产品,克服了艰苦自然条件的制约;通过市民革命和一系列平权运动,摆脱了身份、职业、地域的社会性歧视和束缚;通过造纸术、印刷术直至互联网为代表的一连串媒体革命,实现了知识与信息的普及。但到此为止,人类仍有一个始终无法超克的障碍,这就是时间。时间是值钱的,一寸光阴一寸金,寸金难买寸光阴。每天24小时虽是完全人为的设置,但任何人都无法在这个规约之外,“争得”更多时间。即便贵如帝王,也只能怀揣“向天再借五百年”的野望,发出“人生不满百,常怀千岁忧”的慨叹。

时间,是分析资本主义制度不能回避的重要一环。从古典政治经济学到现代经济学,在成本收益框架下,对效率的重视一以贯之。效率是产量与时间之比,节省必要劳动时间以提高劳动生产率,是天经地义的绝对律令。

工业经济时代,劳动者的时间被明确区分为私人时间和工作时间。与之相匹配的自然是泰勒制的“科学管理”,实质上就是工业管理、流程管理,归根结底是对时间的管理。当服务业取而代之之后,时间从标准化转向个体化,路径从单一化转向多样化。那种到点打卡上班模式的机械化时间,已远远落后于新时代的新节奏。丹尼尔·贝尔(Daniel Bell)从专业技术人员和白领阶层的快速扩张,深刻洞见到后工业社会的降临。而白领工作空间的个性化,反映的是工作时间的个人化和个体自由度的增加。劳动者从设备成堆的工厂车间被解放出来,进入办公桌环绕围成的新环境。一切才刚刚开始。对于白领而言,办公空间进一步个体化的标志性事件,是从以台式电脑为标志的共享共用设备转向“一人一机”的专用设备,“格子间”随之出现,办公场所至少在表面上被分割为若干具有较高私密性的“私人空间”。

传统制造业是平的,同质化的劳动力聚集在特定场所,

生产出标准化的产品。只要认真工作,就有可能以较高的准确率高效产出。泰勒制要的是执行力而不是创造力,本质上说,它与“摩登时代”的傻瓜式操作并无太大差别。但服务业不同,它会自然创造差异,同样的劳动时间、同样的工作特点,不同的人产出和收入可能是天壤之别。

互联网对生产生活的全面嵌入,更加深刻地改变了时间的刻度,细化了时间的基本计量单位。智能手机的出现,则颠覆性地改写了人们头脑中的时间观念。时间真正成为可资利用的资源禀赋,供人吃干榨尽,充分发挥其边际效用。时间的边际化,也就是时间的碎片化。由此,时间的基本单位被不断切割和细分。智能化互联网状态下,手机让人们24小时持续在线。地铁上,如厕中、开车时、会场里,八分钟十分钟不嫌多,三分钟五分钟不嫌少。以往不足挂齿或只能任其浪费的碎片时间,都可以被捡拾起来逐一利用。这一“时间价值的长尾”,被以“割圆术”一般近乎完整地重新开发。碎片化时间与便携式信息终端相结合,创生出多种多样的时空业务,企业也有了足够的积极性开发和利用这些碎片化时间。各类App精准定位目标客户,涌入这片蓝海。以“慕课”为代表的一批视听式知识付费App,其基本单位或教学片段的时长,都是5-20分钟不等,开掘的正是典型的碎片化时间。

时间资本主义的世界中,人们一切行动的根本出发点是“时间价值”。这并不是说在以往的时代,人们就意识不到或不遵循这样的行动逻辑,而是说只有在今天,人们对时间价值的重视才达到如此登峰造极的地步,人们对时间稀缺性的认识和某种焦灼情绪下的时间利用行为,才会达到如此穷尽的程度。在过去,人们对“大块时间”进行“开荒”,到今天,已近乎“无荒可开”,只能精细化“密植”以抢夺“碎片化时间”。

时间的碎片化与碎片化的时间,是一对很难言说清楚的关系。是的,时间并不是被手机

抑或其他什么设备“击碎”的,即便没有手机,时间自身也有碎片。找到一种方式帮助人们用好这些碎片化的时间,固然是不错的。这就如同资源既有专业性的,也有业余性的。网约车这种系统在帮助一个医生在上班的路上发挥自己的司机技能,赚到小钱,又减少了寂寞,还节约了顾客的金钱和时间,各美其美,何乐而不为?但问题就在于,事情会转化。碎片化时间的开发,在一定条件下就会导致时间的碎片化,进入一个自我实现的正反馈过程。越开发,越细碎,越细碎,越开发。副

适化”。深究起来,松冈真宏的这个思路并不算新奇。马克思在讨论剩余价值来源的时候早有洞见:只要个体劳动时间超过维持劳动力商品的生活资料的社会必要劳动时间,那么通过购买和使用劳动力商品就可以获得剩余价值。而获得剩余价值也有两条路径:一是延长绝对劳动时间,说白了就是“跑量”、“加班”,这是绝对剩余价值的生产;二是缩短劳动者为自己劳动的时间,此消彼长,“公而忘私”,这是相对剩余价值的生产。

以往的消费者只是针对



丹尼尔·贝尔(Daniel Bell)从专业技术人员和白领阶层的快速扩张,深刻洞见到后工业社会的降临。

业妨碍了正业,自留地打倒了责任田。互联网使得这个转化发生的条件降低到触手可及的地步。实际上只要是个人,如果他没有强烈的观察自己使用手机行为的意识,就必然发生这种转化。

有两个向度影响了人们对时间价值的判断和随后的选择行为。其一,是使用某种商品或服务能够缩短时间,因而节省出更多有意义的时间存量,这可称为“节约时间价值”;其二,是使用某种商品或服务本身就能够创造出有意义的时间增量,可称为“创造时间价值”。相对应地,也就有两种实现个人时间价值优化的路径,一是“时间的高效化”,一是“时间的舒

商品和服务本身的价值付费。在时间资本主义社会,除了商品自身之外,时间也具备了某种自足性的价值,需要摊入最终价格之内。就“节约时间价值”而言,节省时间就是购买这种商品和服务的重要目的,比如代人排队买票的黄牛、加急配送的快递。就“创造时间价值”而言,增加消费者在单位时间内的多重体验,本身就实现了时间的增值,比如提供阅读空间的咖啡馆、提供办公配套服务的头等座。

作为一种客观的计量单位,时间对每个人大体公平。但对时间的主观认识和时间价值的观念迥异,决定了不同个体对时间的实际“获得感”可能大相径庭。一部分人坐拥巨额“剩余时间”,成为时间的主人。另

