

УДК 379.8.093

Вильчинская-Бутенко Марина Эдуардовна

кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств
3055556@rambler.ru

КОРПОРАТИВНЫЙ ДОСУГ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Определена роль корпоративного досуга как неотъемлемой части общественных отношений и инструмента влияния на общество. Проведен анализ источников, на основе которого выявлены сущность, природа и специфические характеристики корпоративного досуга с позиции его социального восприятия.

Ключевые слова: корпоративный досуг, концепции досуга, социальная природа досуга.

Конец XX в. в общепланетарном масштабе ознаменовался коренными изменениями образа жизни представителей большинства стран и социальных страт. Значительным изменениям подверглись производственные отношения: в условиях глобального интернет-пространства появились успешные примеры виртуальных корпораций (Microsoft, Apple, Google и др.), которые не имеют ни центрального офиса, ни организационной структуры. Понятие рабочего дня как времени присутствия в таких офисах утрачивает свой смысл, система взаимодействия и общения между сотрудниками лишается реальной социальности и переходит в виртуальную среду. Говорит ли факт наличия таких корпораций об отказе от привычной физической формы их существования?

Разумеется, делать такие выводы преждевременно, и современные компании еще не скоро утратят свою бюрократическую оболочку, однако происходящие изменения уже повлияли на досуговую активность сотрудников корпораций и фирм: появились новые виды и формы досуга, актуализировались вопросы повышения культуры производства и обогащения духовного мира членов трудовых коллективов.

Изменения, происходящие в структуре корпоративных досуговых практик, пока еще не нашли отражения в специальной литературе и остаются вне поля зрения научной общественности. Трактовка досуга в его индивидуальном восприятии (отношение ко времени, к активности, к маркировке социального статуса) в научных кругах имеют своих последователей, однако концепция досуга как инструмента социального развития не получила должного освещения. Думается, основная причина такого невни-

Vilchinskaya-Butenko Marina Eduardovna

PhD in Pedagogics, Associate Professor of the Department of Social and Cultural Activity, St. Petersburg State University of Culture and Arts
3055556@rambler.ru

CORPORATE LEISURE AS THE TOOL OF SOCIAL DEVELOPMENT

The role of corporate leisure as an integral part of public relations and tool of influence on a society is defined. The analysis of sources is carried out. On its basis the essence, nature and specific characteristics of corporate leisure from a position of its social perception have been revealed.

Key words: corporate leisure, leisure concepts, the social nature of leisure

мания к социальной значимости досуга заключается именно в восприятии его, по выражению Л.П. Волобуевой, как «специфической фазы инициативного социокультурного саморазвития» [1, с. 7], другими словами, как времени, внутри которого понижается порог деятельности социальной за счет приоритета деятельности индивидуально-вариативного характера.

Понимание досуга как неотъемлемой части общественных отношений, инструмента, определяющего и способствующего общественному порядку, находим у Розмари Дим [2]. Ее точка зрения перекликается с осмыслением досуга у Йошитаки Ивасаки как фактора, определяющего качество жизни. По мнению Й. Ивасаки, положительные эмоции и благополучие могут быть результатом участия в досуговых практиках; досуг способен привести к развитию положительных качеств характера и усовершенствованию чувства собственного достоинства; социальные и культурные связи личности могут быть развиты через досуг; и наконец, он может способствовать развитию человека и увеличению продолжительности его жизни [3, с. 233-264].

Говоря о досуге как инструменте социального развития, невозможно не упомянуть о категории серьезного досуга Р.А. Стеббинсона. В статье «Свободное время: к оптимальному стилю досуга» под серьезным досугом он понимает устойчивые занятия любителя или участника общественной (само)деятельности (волонтера), которые характеризуют «эпизодически встречающуюся потребность продолжать это занятие», «возможность прилагать усилия, чтобы сделать карьеру, пережить важные моменты, достигать целей и участвовать в жизни»,

«самореализацию, духовный рост, самовыражение, возрождение или обновление личности, чувство достижения, повышение самооценки, участие в социальном взаимодействии и чувство принадлежности к общности», «самовознаграждение», тенденцию участников серьезного досуга «четко идентифицировать себя с выбранными ими занятиями», «групповой социальный мир, который начинает менять форму, когда любители, увлеченные определенной областью, в течение многих лет совместно удовлетворяют существенные общие интересы» [4, с. 67-68]. При этом Р.А. Стеббинсон рассматривает серьезный досуг как «заместитель» работы и особые надежды возлагает на деятельность (в том числе и карьерную) во вне рабочее время.

В статье упомянутого автора, видимо, нашли свое отражение популярные в конце XX в. на Западе тенденции фрилансерства и дауншифтинга, однако полностью согласиться с Р.А. Стеббинсоном весьма трудно: не только россияне как представители страны с низким уровнем материального благополучия, но и значимая часть жителей сравнительно благополучных в этом отношении стран вряд ли готовы согласиться сейчас и, наверное, в перспективе с тем, чтобы снизить темпы своей жизни и пожертвовать частью заработка для получения всех преимуществ серьезного досуга. Позиция Р.А. Стеббинсона в этом смысле интересна, но не актуальна, поскольку не может считаться значимой для существенной части человеческого сообщества.

Концепция досуга как инструмента социального развития многоаспектно рассмотрена в трудах российских ученых, поскольку она, по сути, является продолжением заложенного в советский период восприятия досуга как деятельности в рамках идеологической культурно-просветительской работы с населением. По этой причине работы отдельных авторов (независимо от года написания) во многом остаются созвучны классическому советскому пониманию досуга: например, Н.Ф. Максютин досуг считает «специализированной подсистемой духовно-культурной жизни общества, функционально объединяющей социальные институты, призванные обеспечить распространение духовно-культурных ценностей, их творческое освоение людьми в сфере досуга в целях формирования гармонично развитой, творчески активной личности» [5, с. 21], а в работе Е.Ю. Шеховцовой, написанной через десятилетие, досуг предстает как система, обеспечивающая наличие социокультурного пространства, в котором агенты (работники культурно-досуговых учреждений) осуществляют активные действия, направленные на системное обучение и воспитание, ориентированное на овладение определенными знаниями (прежде всего научными), ценностями, умениями, навыками, нормами поведения,

содержание которых определяется социально-экономическим и политическим строем данного общества и уровнем его материально-технического развития [6].

В работах других отечественных авторов понимание досуга созвучно концепциям Р. Дим и Й. Ивасаки. Например, Ф.Х. Попова полагает, что в социокультурном отношении у досуга богатые возможности реализации духовно-нравственного, художественно-эстетического, творческого и рекреативного потенциала личности, социальной группы, общества [7]. По ее мнению, досуг в равной степени значим и для личности, и для общества, поскольку он органично сочетает в себе жизненно важные установки, ценности, паттерны современной культуры, отражает духовные интересы и потребности, обеспечивает демократические права и свободы человека.

Отечественные исследователи досуговую деятельность рассматривают как компонент социальных отношений, культурной сферы и социализации подрастающего поколения (Л.С. Жаркова, А.Д. Жарков, В.М. Чижиков, Б.А. Титов) [8; 9]; как феномен, интегрирующий личностный и социальный факторы, рекреационную и развивающую функции и осуществляемый на основе сотворчества (О.В. Гимазетдинова, В. К. Крючек) [10]; как неотъемлемую часть жизнедеятельности общества и сферу продвижения новаций, в переходные периоды истории зачастую опережающую цивилизационное развитие (Н.С. Мельникова) [11]; как разновидность экономической практики и бизнеса (Г.А. Аванесова) [12]; как систему свободного и инициативного самопросвещения, дополнительного познания мира, приобретения жизненного опыта, опыта взаимодействия (сверх обязательного образовательного стандарта) (Р.А. Войко, А.А. Ярцев) [13; 14].

Как всякое социальное явление, корпоративный досуг может оказывать влияние на социальные процессы: способствовать интеграции или дезинтеграции трудовых коллективов, текучести или стабильности персонала в организации и т.д. Следовательно, корпоративный досуг имеет социальную природу.

Сущность корпоративного досуга определяется совокупностью его существенных свойств. Во-первых, следует подчеркнуть просоциальную направленность корпоративной досуговой деятельности. Волонтерство, популяризация здорового образа жизни, снятие психологического напряжения и рабочих стрессов – все это и многое другое подтверждается миссиями и практической деятельностью множества компаний. В частности, в рамках социальной ответственности корпораций расширяется спектр досуговых практик их сотрудников: сюда включается благотворительность в разных ее видах – не только софинансирование [15], но и

волонтерство, социальный тимбилдинг, про боно [16]. Такая помощь обществу позволяет сотрудникам предприятий гордиться своим работодателем и личной причастностью к усилиям компании, что в свою очередь служит укреплению морального духа коллектива и порождает чувство сопричастности с компанией.

Во-вторых, целесообразно указать на демократизм как значимую характеристику корпоративного досуга. Он реализуется через ряд принципов, среди которых следует назвать принцип всеобщности, поскольку главное условие – принадлежность к членству в данной организации – уже само по себе гарантирует равенство досуговых возможностей для персонала той или иной компании, а также принцип доступности. В силу важности решения в рамках корпоративных досуговых акций социально-педагогических задач (например, развитие корпоративного духа, повышение сплоченности коллектива и лояльности персонала) необходимо также отметить принцип уважения к личной и национальной культуре, на основе которого

производится подбор видов, форм и средств досуговых мероприятий.

В-третьих, следует подчеркнуть совместный (не индивидуальный) характер деятельности участников корпоративных досуговых мероприятий. Коллективность как одна из определяющих черт корпоративного досуга обосновывается необходимостью целенаправленного социально-педагогического воздействия на персонал с целью формирования корпоративного духа. В рамках индивидуальной досуговой деятельности добиться этого либо трудно, либо не представляется возможным.

На основании сказанного можно сделать вывод: корпоративный досуг с позиции его социального восприятия является структурообразующим элементом общественного бытия, способом участия в жизни общества, он носит демократичный характер, обладает просоциальной направленностью деятельности и коллективными формами реализации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ И ПРИМЕЧАНИЯ

1. *Волбуева Л.П.* Досуг в структуре образа жизни: философско-культурологические аспекты: автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 2004.
2. *Deem R.* All Work and No Play? The Sociology of Women and Leisure. England: Open University Press, 1986.
3. *Iwasaki Y.* Leisure and quality of life in an international and multicultural context: what are major pathways linking leisure to quality of life? // *Social Indicators Research*. 2006. Vol. 82, № 2.
4. *Стеббинсон Р.А.* Свободное время: к оптимальному стилю досуга (взгляд из Канады) // *Социологические исследования*. 2000. № 7.
5. *Максютин Н.Ф.* Культурно-досуговая деятельность: конспект лекций, опорные занятия и определения: учеб. пособие. Казань, 1995.
6. *Шеховцова Е.Ю.* Досуг учащейся молодежи: состояние и перспективы развития (на материалах г. Орла): автореф. дис. ... канд. социол. наук. Тамбов, 2006.
7. *Попова Ф.Х.* Культурно-досуговая деятельность в контексте культурологического исследования: автореф. дис. ... канд. культурол. наук. Челябинск, 2004.
8. *Жаркова Л.С., Жарков А.Д., Чижиков В.М.* Культурно-досуговая деятельность: теория, практика и методика научных исследований. М., 1994.
9. *Титов Б.А.* Социализация детей, подростков и юношества в сфере досуга. СПб., 1996.
10. *Гимазетдинова О.В., Крючек В.К.* Научно-педагогические основы организации досуга детей и подростков: Теория, методика и организация культурно-просветительной деятельности. Волгоград, 2003.
11. *Мельникова Н.С.* Традиции и новации в российском досуге в предпетровскую эпоху: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Челябинск, 2010.
12. *Аванесова Г.А.* Культурно-досуговая деятельность: теория и практика организации: учеб. пособие. М., 2006.
13. *Войко Р.А.* Коммуникативный потенциал культурно-досуговой деятельности к формированию коммуникативной культуры студентов специальности «СКД» как будущих специалистов социокультурной сферы. Информационно-просветительский портал Ханты-Мансийского автономного округа – ЮГРП URL: <http://www.eduhmao.ru/info/1/3850/>. (дата обращения: 23.09.11)
14. *Ярцев А.А.* Досуговая деятельность как фактор профессионального становления будущего педагога: автореферат дис. ... канд. пед. наук. Н. Новгород, 2004.
15. Например, 15 сентября 2011 г. Apple запустила программу финансирования благотворительных пожертвований ее сотрудников. Отныне, если кто-то из членов команды Apple решит пожертвовать деньги какому-то благотворительному фонду, компания ему вернет эти деньги в виде прибавки к зарплате (лимит на благотворительную деятельность составляет 10 тыс. долл. в год в пересчете на каждого сотрудника). См.: Мальцев М. За счет фирмы // *Expert Online*. 9 сент. 2011. URL: <http://expert.ru/2011/09/9/za-schet-firmy/>. (дата обращения: 31.10.2011)
16. Pro bono – оказание волонтерами из юридических компаний бесплатных консультаций некоммерческим организациям.