ИДЕИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И СОЛИДАРНОСТИ В МОДЕЛЯХ СОВЕТСКОГО ШЕФСТВА И СОВРЕМЕННЫХ ПРАКТИКАХ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА¹

Климова Светлана Гавриловна,

*кандидат философских наук,
ведущий научный сотрудник,
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва.*

E-mail: sgklimova@mail.ru

Климов Иван Александрович,

*кандидат социологических наук,
доцент факультета социальных наук,
НИУ ВШЭ;*

*старший научный сотрудник,
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва.*

E-mail: iklimov@hse.ru

Аннотация. В статье рассматривается тема смысловой и функциональной преемственности нынешних солидарных практик и советского опыта (как частного случая – корпоративного волонтерства и советского шефства). Цель работы – найти социологические параметры для сравнения этих практик. В статье представлен анализ функций, приписываемых смыслам и мотивации участников этих двух видов общественной деятельности. Эмпирическая база для изучения шефства – опубликованные мемуарные, идеологические, исторические тексты; материалы интервью с бывшими участниками шефской работы. Нужные для сравнения с шефством аспекты корпоративного волонтерства изучались на

¹ Исследование ведется при частичной поддержке РФФИ. Проект № 18-011-00257. «Трансформации этики современных профессиональных сообществ: перспективы социологической реконцептуализации и возможности изучения в российском контексте».

материалах исследования, выполненного под руководством И. А. Климова. Результаты анализа позволяют предположить, что некоторые характеристики шефства и корпоративного волонтерства весьма похожи (в отношении добровольности и бесплатности труда). Некоторые существенно отличаются. Попытка сравнения шефства и корпоративного волонтерства позволяет сделать две группы выводов. Первая касается практических проблем функционирования общественных институтов в современной России. Здесь актуальной, на наш взгляд, является проблематизация социокультурных и социально-институциональных механизмов социальных взаимодействий «по вертикали» – между более и менее ресурсными социальными группами и субъектами. Вторая группа – методологические выводы относительно тем, аспектов анализа современных форм солидарности, которые остаются за границами интереса современных исследователей не только волонтерства, но и других форм общественной жизни, заменивших те, что были в прошлом. Перспективы развития темы – в разработке сюжетов, связанных с анализом механизмов шефской и волонтерской деятельности и особенностей взаимодействия социальных субъектов в рамках ушедших и существующих практик. В контексте сравнительного анализа перспективным является поиск ответов на вопросы об особенностях личного и коллективного участия в волонтерской деятельности; о событийном и участвующем волонтерстве; об обоснованиях волонтерской деятельности; об этических основаниях волонтерства. Эта работа предполагает необходимость расширения исследовательской базы и постановки новых методологических и методических вопросов.

Ключевые слова: солидарные практики, социальная сфера, трансформации, шефство, корпоративное волонтерство, механизмы социального взаимодействия, социальные функции.

IDEAS OF EFFICIENCY AND SOLIDARITY IN SOVIET-ERA PATRONAGE PATTERNS AND IN CONTEMPORARY PRACTICES OF CORPORATE VOLUNTEERING

Svetlana G. Klimova,

Candidate of Philosophical Sciences,

Leading Researcher,

Federal Center of Theoretical and Applied Sociology

of the Russian Academy of Sciences,

Moscow, Russia.

Email: sgklimova@mail.ru

Ivan A. Klimov,

Candidate of Sociological Sciences,

Associate Professor,

NRU Higher School of Economics;

Faculty of Social Sciences;

Senior researcher

Federal Center of Theoretical and Applied Sociology

of the Russian Academy of Sciences,

Moscow, Russia.

Email: iklimov@hse.ru

Abstract. The article deals with the theme of the semantic and functional continuity of the current solidarity practices and the Soviet-era experience (corporate volunteering and Soviet patronage as a particular case). The work aims to identify sociological parameters for comparing these practices. The article provides an analysis of the functions, attributed meanings and motivation of participants in these two types of social activity. The empirical basis for studying patronage includes published memoirs, ideological and historical texts, and interviews with former participants in patronage activities. The aspects of corporate volunteering that were necessary for comparison with patronage were studied on the materials of an investigation carried out under the guidance of Ivan Klimov. The results of the analysis suggest that some characteristics of patronage

and corporate volunteering are very similar (in point of voluntary and free labour), whereas some other characteristics are substantially different. Our attempt to compare patronage and corporate volunteering makes it possible to draw two groups of conclusions. The first group concerns practical problems of the functioning of public institutions in contemporary Russia. In our opinion, the hot topic here is the problematization of socio-cultural and socio-institutional mechanisms of social interactions "in the vertical direction": between more or less resource-based social groups and individuals. The second group comprises methodological conclusions regarding the themes and aspects of the analysis of the contemporary forms of solidarity that are outside the scope of interest of contemporary researchers studying not only volunteering, but also other forms of social life which have replaced those that existed in the past. Prospects for advancing the theme are seen in the development of topics related to the analysis of the mechanisms of patronage and volunteer activities and the peculiarities of interaction between social subjects in the framework of the former and existing practices. In the context of comparative analysis we deem it promising to search for answers to questions about the peculiarities of individual and collective participation in volunteer activities; about event and participation volunteering; about justification of volunteer activities; about the ethical basis of volunteering. This work implies the need for expanding the research base and raising new methodological and methodical issues.

Keywords: solidarity practices, social sphere, трансформации, patronage, corporate volunteering, mechanisms of social interaction, social functions of patronage and corporate volunteering.

Актуальность

Сейчас уже стало обычной практикой участие бизнеса в решении социальных проблем населения, а не только своих работников (работа с детьми, больными, социально незащищен-

ными группами, социальными дезадаптантами и пр.) Практика породила большое разнообразие форм социальной помощи бизнесу населению: от финансирования крупных социальных проектов до опеки над конкретной слабобесурсной группой.

Эта деятельность вызывает большой интерес в обществе – как среди аналитиков, так и среди практиков. Но и корпоративное волонтерство, и его разновидность – «волонтерство Про-боно», и общая рамка этих и других (например, меценатство) практик не соотносится в обсуждениях с тем, что было в недавнем прошлом – в советской истории России. Они выводятся идеологически и копируются технологически из зарубежных аналогов. Есть много плюсов в таком векторе преемственности. Это упорядоченность, технологическая и организационная проработанность процедур этой сложной деятельности. Сходные технологии облегчают совместную работу волонтеров из разных компаний (в том числе – зарубежных); позволяют унифицировать и тиражировать организационные решения; адекватно оценивать эффективность волонтерских мероприятий.

Но можно ли извлечь полезные идеи для корпоративного волонтерства из советских практик шефства, или они безнадежно устарели вместе с идеологией, их поддерживавших? Нужно ли помнить о словах «общественная работа», «шефство», «социалистическая сознательность» в соответствующих практиках? Стоит ли вообще сравнивать нынешние и прошлые феномены солидарности? Если стоит, то какой смысл в этом сравнении? Если смысл только в том, чтобы сказать, что прошлое России – не прообраз антиутопий о тоталитарной системе, а довольно сложно устроенное общество со своей системой горизонтальных взаимодействий, это правильно, но мало.

Аналогии или противопоставления нынешних и советских практик нужны, на наш взгляд, для того, чтобы на месте имитационных «социалистических» практик шефства не оказались имитационные «рыночные» практики волонтерства. Все чаще мы сталкиваемся со свидетельствами того, что практики, признаваемые новыми, такими, каких никогда не было, оказываются содержательно пустыми, лишенными понимания того,

как и ради чего надо действовать в конкретной ситуации. Не возникает смыслов, связанных с ценностями солидарности с соотечественниками, с жителями города, с людьми в трудной ситуации, сохранением локального социума, идеей общего блага. Рамкой понимания смысла становится не ценность сохранения сообщества, как это было при появлении первых практик Про-боно в англо-саксонском мире [Pro bono... 2016], а рыночный успех: повысить конкурентоспособность и создать положительный общественный имидж; повысить лояльность сотрудников; привлечь квалифицированные кадры [Презентация... 2017].

Часто эти квазирыночные отношения воплощаются в деятельности, нацеленной на благосклонность местных властей. По рыночным правилам начинают работать и НКО, привлекающие волонтеров для реализации своих проектов. Они ищут заинтересованных в благоприятном имидже у властей руководителей или хозяев предприятий и конкурируют между собой за интерес бизнеса. Конкуренция вместо сотрудничества ограничивает эффективность совместных усилий [Нахапетян 2016].

Мы поставили задачу описать советские феномены, похожие на корпоративное волонтерство (включая «Про-боно»), ушедшие или те, что сохранились до нашего времени. Такое описание позволяет сравнить нынешние практики корпоративного волонтерства и прежние практики шефства. Для этого нужно было сформировать и обосновать ряд универсальных критериев и найти в описаниях практик шефства и корпоративного волонтерства свидетельства, подтверждающие существование в этих двух практиках сходства и (или) отличительных особенностей.

Цели и задачи исследования

У этой работы две цели. Научная: найти социологические параметры для сравнения практик советского шефства и современного корпоративного волонтерства с тем, чтобы предложить исследователям универсальные аналитические переменные для сравнительного изучения социальной активности граждан. Кроме шефства-волонтерства это может быть профсоюзная

работа, активность по месту жительства (например, работа в уличных комитетах, кооперативах), участие в деятельности ассоциаций профессионалов, молодежных организаций.

Практическая: помочь идеологам и организаторам корпоративного волонтерства преодолеть смысловой, ценностный и практически-функциональный разрыв между нынешними практиками корпоративного волонтерства и опытом советского времени, когда представители ресурсных групп помогали соотечественникам своим участием и своими ресурсами.

Задачи исследования: выявление, описание, концептуальное и эмпирическое обоснование основных параметров сравнения шефства и корпоративного волонтерства. В данной статье мы решаем следующие задачи для такого анализа:

1. Определение смыслов, приписываемых шефству и корпоративному волонтерству идеологами и участниками этих практик.

2. Описание функций обоих видов деятельности: их содержания, сходства и различия.

3. Сравнение мотивации непосредственных участников-доноров.

За рамками представленного текста остается еще несколько сюжетов, связанных с анализом механизмов шефской и волонтерской деятельности и особенностей взаимодействия социальных субъектов в рамках ушедших и существующих практик. Предполагается, что этим сюжетам будет посвящена следующая одна работа.

В этой статье мы предъявляем некоторые эмпирические данные и выводы для решения поставленных задач и определяем перспективы развития темы.

Эмпирическая база исследования

Решение поставленных в исследовании задач весьма затруднено тем, что объективно невозможно при сопоставлении практик советского шефства и корпоративного волонтерства соблюсти принятые стандарты сравнения социологических данных.

Материалы для анализа современных практик корпоративного волонтерства в контексте целей нашего исследования дают описания российских социологов. Данные опросов и фокусированные интервью доступны для вторичного анализа; содержат значительную часть необходимой информации. В наибольшей степени соответствуют нашим задачам материалы исследования корпоративного волонтерства, проведенного компанией Social Business Group в 2016 г. среди волонтеров более 20 компаний, работающих в России (1344 чел.). Исследование проведено по инициативе Национального совета по корпоративному волонтерству по заказу компаний ОК РУСАЛ, ГМК «Норильский никель», «ООО Ям! Ресторантс Раша» (Руководитель исследования – И. А. Климов, один из авторов данной статьи).

Реконструировать практики советского шефства можно на основе интервью со свидетелями и участниками событий. Мы побеседовали с некоторыми из них (восемь человек, участвующих в шефской работе при советской власти). К сожалению, люди, которые помнят о советских практиках шефской работы, были её участниками и свидетелями уже «на излете» этой деятельности (1970-е – 2-я половина 1980-х гг.). Поэтому их сведения касаются более ограниченного, по сравнению с довоенным и послевоенным временем, набора практик (в основном, это помощь селу). Тем не менее, удалось получить некоторые сведения, касающиеся нормативных обоснований шефской деятельности и социальных субъектов, принимающих решения относительно реципиентов, видов и условий помощи.

Второй источник – газетные и журнальные публикации; книги, описывающие идеологию и опыт советской шефской работы. Тема шефства была весьма популярна в довоенный (1930-е гг.) и послевоенный (1940–1950-е гг.) периоды у журналистов и пропагандистов. Трудность работы с этими текстами в том, что они, как правило, выстроены концептуально под другие задачи: идеологические и исторические. В частности, в этих текстах не встречается указаний на субъектов определения целей и организационные модели их реализации. Наиболее частый прием – подмена реального субъекта номинальным («коллектив пограничной заставы пригласил артистов

театра»). Встроить эти размышления и факты в концептуальные рамки социологического анализа непросто.

Третий источник – документы, определяющие нормативные рамки этой деятельности. В частности, документы, определяющие статус наград за шефскую работу, в которых определены её смысл и содержание.

Эти источники, которые можно назвать скорее историческими, чем социологическими, помогают тем не менее реконструировать социологические параметры практик советского шефства в тех аспектах, которые были важны для нашего анализа. Результаты этого анализа – концептуальное и тематическое описание советской шефской работы в её сходстве и отличиях от практик корпоративного волонтерства. Мы полагаем, что такое сравнение поможет найти новые актуальные аспекты изучения корпоративного волонтерства и повысить практическую эффективность этой деятельности.

Идеологические и личностные смыслы шефства и корпоративного волонтерства

Деятельностная парадигма в социологии [см.: Ядов В., с. 23] дает нам понятийный аппарат для того, чтобы определить оба анализируемых феномена как непрерывно меняющееся взаимодействие достаточно сложных форм – в чем-то сходных, а в чем-то радикально различных.

Обобщенная социальная роль обеих форм социального взаимодействия, придающая смысл их существованию, похожа. В третьем издании Большой Советской энциклопедии шефством называется безвозмездная систематическая помощь одного субъекта – шефа (человека или коллектива) – другому, более слабому в каком-то отношении (подшефному). Формы шефской помощи были разнообразными: шефство промышленности над сельским хозяйством, заводов – над школами, театров – над заводами; газет – над стройками, отличников – над неуспевающими и т.д. [Шефство...].

Определения социальной роли корпоративного волонтерства отличаются некоторыми существенными нюансами: «Под

корпоративным волонтерством понимают любые действия работодателя, направленные на поощрение деятельности сотрудников по оказанию безвозмездных социальных, юридических, образовательных, медицинских и иного рода услуг в местных сообществах» [Кузнецов 2015: 100].

Здесь помощь названа услугами; субъект социального действия – работодатель, а не работники – те, кто непосредственно «оказывает услуги». Относительно шефства указано, что помощь шефов подшефным – систематическая; насчет волонтерства такого указания нет. Идея назначения субъектом действия работодателя (корпорацию), а не работников присутствует и в авторитетном исследовании Консалтингового агентства «Инкорпоре» в 2012 г., посвященном корпоративному волонтерству: «Коммерческие компании можно охарактеризовать как субъектов гражданского общества, формирующих благоприятную среду и инфраструктуру для вовлечения своих сотрудников в добровольческие практики» [Корпоративное волонтерство... 2012: 8].

Ещё одно определение: «Корпоративное волонтерство (КВ) – это волонтерские программы, реализуемые силами сотрудников той или иной компании. Это может быть... составляющей стратегии по продвижению собственного бренда, или одним из инструментов по повышению эффективности работы и мотивации персонала. Обычно компания преследует все три цели» [Хромов 2017: 9]. И здесь сотрудники – «сила», приведенная в действие другим субъектом – компанией.

Более широкое понимание корпоративного волонтерства представлено в статье О. Решетникова. Здесь субъекты действия – не только безличная корпорация, но и её сотрудники, которые тоже могут проявлять инициативу в реализации волонтерских проектов [Решетников 2017: 23–27].

Чем похожи эти два феномена? И шефство, и корпоративное волонтерство предполагают безвозмездную добровольную работу одного социального субъекта (шефов, волонтеров) в пользу другого (подшефных, реципиентов). Это кажущееся простым определение требует оговорок и комментариев. Уже первый признак – «*безвозмездность*» означает, что шефы (волонтеры) не получают денег за свою работу у получателя помощи.

Если говорить о шефской работе, то тексты советского времени не содержат сведений о том, кто платил зарплату шефам и платил ли вообще. Идеологические тексты и само понятие «шефство» подразумевают, что работа шефов не оплачивалась. Но в интервью, как обыденное правило, упоминается тот факт, что за период работы в подшефном учреждении зарплату платили по основному месту работы: *«Я получил командировочные и поехал в подшефный совхоз помогать в работах по снегозадержанию»* (бывший руководитель подразделения автомобильного завода); *«За время работы на уборке картошки зарплата в институте сохранялась»* (бывший руководитель подразделения отраслевого НИИ).

«Культурное шефство», судя по некоторым свидетельствам, было, в самом деле, безвозмездным. Например, выездные концерты на предприятие в отдаленном селе или в воинской части могли не оплачиваться как гастроли, но участие в шефских концертах было весомым аргументом за то, чтобы актера «заметили» для участия в платных концертах. Могли существовать и другие формы компенсации, похожие на практики «отдаривания»: *«Если приходилось участвовать в шефском концерте на богатом предприятии, можно было через профком попросить путёвку в их пансионат»* (бывшая актриса московского театра).

За шефскую работу можно было получить и другие косвенные бонусы. Например, если речь идет о конкретном человеке: приобретение профессионального опыта, если шеф работает бесплатно на благо подшефных по специальности; репутация активного и социально ответственного человека, открывающая карьерные возможности; личные знакомства в среде агенто-инициаторов шефской работы.

Если говорить о волонтерстве, то в отношении «безвозмездности» ситуация похожа на советское шефство несовпадением нормы и практик. Но несовпадение это не столь тотально и системно. ФЗ от 5.02. 2018 г. № 15-ФЗ (ст. 1 п. 2, 7) говорит о волонтерстве (добровольчестве) как о безвозмездной деятельности. Росстат, включая данные о добровольческой (волонтерской) деятельности в сборник «Труд и занятость

в России», определяет эту деятельность как любую необязательную, неоплачиваемую деятельность (производство товаров или услуг) в интересах других лиц. Волонтерством не считается работа, «выполняемая в интересах других лиц в течение рабочего времени, связанного с работой по найму, или во время оплачиваемого отпуска наемного работника, предоставленного работодателем» [Труд. 2017: 17]. Это значит, что волонтеры должны работать в свободное от работы время. Но практика работы на получателей помощи в рабочее время распространена довольно широко. Треть опрошенных (32%) в ходе исследования, проведенного компанией Social Business Group в 2016 г., имеет опыт волонтерства про-боно – использования своих профессиональных навыков для оказания помощи. В ряде компаний помощью про-боно можно заниматься в рабочее время [Корпоративное... 2016: 24].

Поскольку работник получает зарплату за сделанную для нуждающихся работу (например, если работник сделал сайт или сформировал отчет для благотворительного фонда; дал юридические или медицинские советы) в рабочее время, фактически это акция организации, а не работника. В цитированных выше определениях корпоративного волонтерства это обстоятельство присутствует явным образом: субъектом названа компания, а не работник. Следовательно, шефство в этом отношении похоже на корпоративное волонтерство гораздо больше, чем кажется.

Волонтерство так же, как и советское шефство, – это не только «служение», чистый альтруизм. Распределение ответов на вопрос о мотивах участия в волонтерской деятельности в пространстве трех факторов (1 – самореализация, 2 – моральный долг, 3 – корпоративная лояльность) показывает отсутствие значимых полюсов. Респонденты, наряду с предпочитаемыми выборами ответов, попавших в какой-то фактор, выбирают, хотя и реже, варианты ответов, попавшие в два других фактора. Это значит, что, наряду с соображениями морального долга, у одних и тех же респондентов присутствуют и соображения личной пользы, демонстрация лояльности, карьерные мотивы.

Таблица 1. Мотивация волонтерской деятельности (факторный анализ, метод главных компонент, после вращения объяснено 40,1% дисперсии)

Почему лично Вы участвуете в мероприятиях корпоративного волонтерства в Вашей компании?	Component		
	1 самореализация (15,8%)	2 моральный долг (13%)	3 корпоративная лояльность (11,2%)
Это интересно и нужно для самореализации	,702	,188	,082
Это позволяет мне научиться чему-то новому	,668	,289	,033
Это хорошая форма проведения досуга	,664	-,068	,131
Я получаю положительные эмоции, удовлетворение	,551	,527	-,005
Эта деятельность важна для развития моей страны	,411	,384	,133
Потому что обладаю специальными знаниями и умениями, важными для решения проблем	,357	,191	,203
Считаю эту деятельность своим моральным долгом	,116	,705	,071
Хочу помочь конкретным людям	,028	,576	,152
Это соответствует моим религиозным принципам	,021	,489	-,035
Моя семья, родственники поддерживают меня в этом	,211	,450	,153
В этой деятельности участвуют мои руководители	-,022	,084	,700
Потому что мои коллеги тоже участвуют в этой деятельности	-,026	,237	,607
Эта деятельность улучшает мои отношения с коллегами по работе	,296	,089	,505
Эта деятельность может помочь мне в карьере	,436	-,248	,475
Эта деятельность важна для компании	,311	,296	,401
Нравятся поощрения со стороны компании	,342	-,095	,400

Что касается добровольности, то тут тоже не все просто. Современная критика советского шефства часто сводится к утверждению, что главное его отличие от современного волонтерства в том, что первое было принудительным, а второе является добровольным. Оба утверждения требуют, по крайней мере, уточнения. Для советского шефства более подходящим, вероятно, было бы определение не «принудительность», но «вынужденность» – так как бывает вынужденной деятельность под давлением обстоятельств, которые делают отказ возможным, но чреватым ощутимыми карьерными и репутационными потерями. Мы не имеем свидетельств отказов от шефской работы в совхозах в довоенный и послевоенный период. Но о таких случаях в семидесятые годы свидетельства есть. Программист А. Семёнов рассказывает в своём блоге, что, когда он отказался ехать в колхоз на уборку урожая (примерно в 1977 г.), ему вначале сулили повышение оклада и должности, если он поедет. Но когда он опять отказался, ему стали платить не сдельную зарплату (около 190 руб.), а оклад 120 рублей. Он стал работать до 11 часов утра, остальное время спал на рабочем месте: *«Уволить меня не могли по очень простой причине – мою работу не мог больше никто сделать»* [Семенов 2013]. Здесь решающим оказался ресурс квалификации, а мнение коллег, судя по тексту, молодого специалиста не интересовало. Но вот бывший руководитель подразделения проектного института, рассказывая об аналогичных коллизиях, отмечает в устном интервью, что не поехать в колхоз она не могла, потому что ей было бы стыдно перед сотрудниками.

Участники шефской работы на поздних этапах бытования этой социальной практики вспоминают о том, что вынужденность не маскировалась риторикой о пролетарской солидарности. Эта вынужденность формулировалась явно, как безусловная задача по поддержанию общей жизнеспособности локального сообщества или общества в целом: колхозу нужно помочь убрать урожай (починить технику, отремонтировать постройки), чтобы в заводской, школьной столовой, в городских магазинах были продукты. Эти обоснования исходно были комплексными, включали одновременно и солидаризационные и личные соображения.

Добровольность корпоративного волонтерства, при ближайшем рассмотрении оказывается тоже не столь очевидной. Об этом говорят и цитированные выше определения корпоративного волонтерства, и рассказы участников волонтерской деятельности: *«У меня такое отношение: есть приказ – значит, надо выполнять. Мне было бы важно уточнить реальную мотивацию, зачем эта цель спускается от руководства»* [Салангина 2017: 138].

И ещё одно свидетельство: *«У людей, которые этим занимаются и получают зарплату за руководство корпоративным волонтерством, есть свои показатели, KPI (key performance indicators – ключевые показатели эффективности), по которым оценивают их работу KPI – это в определенной степени «пляски с бубном». Сколько у вас человеко-часов потратили на корпоративное волонтерство? Сколько у вас прошло акций, сколько людей вовлечено на регулярной основе, а сколько на нерегулярной? Сколько сотрудников вовлечено в систему частных пожертвований?»* [Миняйло 2017: 274–275].

Остается непроявленным и вопрос о системах компенсации трудозатрат волонтеров в разных корпорациях.

Тот факт, что вопросы добровольности либо принудительности; системы вознаграждения советского шефства не обсуждались в идеологических и аналитических текстах, не удивителен: практика подмены описаний реальности категориями должностования была обычной в то время. Но то, что довольно редки прямые свидетельства, посвященные этим сюжетам в отношении волонтерства, заставляет сделать вывод о том, что многочисленные исследования обходят вниманием этот вопрос. Возможные причины, на наш взгляд, не столько в «очевидности» добровольной и бесплатной деятельности волонтеров, сколько в идеологической неуместности этого вопроса. И в этом аспекте волонтерство становится похожим на советское шефство.

Социальные функции шефства и корпоративного волонтерства

В определениях шефства и корпоративного волонтерства проявляются цели и, соответственно, функции той и другой

деятельности. Явная цель в обоих случаях – помощь более сильного (в каком-то аспекте) более слабому, лишенному какого-то ресурса человеку или сообществу.

И в случае шефства, и в случае волонтерства эта цель предполагает благо реципиента. Но в обоих случаях при ближайшем рассмотрении эта декларируемая цель оказывается не то что имитационной или ложной, но «слоистой», неоднозначной. Советское шефство, судя по описаниям в литературе и воспоминаниям современников, имело два основных комплекса функций: социально-экономический и культурно-идеологический. Социально-экономические функции это помощь подшефным в виде вещного результата деятельности, решения реальных социальных, производственных, экономических проблем в социуме, очерченном какими-либо границами (уборка урожая, ремонт техники в совхозах; обучение школьников трудовым навыкам). Культурное шефство – это концерты, пополнение сельской библиотеки книгами, участие в компании по ликвидации безграмотности, КТД (коллективные творческие дела) – советская версия Про-боно и пр. Эти все дела подразумевали сочетание практической и идеологической целей. Декларируемая идеологическая цель – единство советского народа.

Культурно-идеологические цели, которые тоже имели весьма существенную экономическую компоненту: «ликвидация различий» в развитии города и деревни; культурной разницы между интеллигенцией, рабочим классом и крестьянством [Архангельский 2010: 28]. В социологическом смысле эта идеологическая цель означала создание сетей горизонтального социального взаимодействия представителей разных социально-профессиональных и культурных слоев. Остается открытым вопрос о том, насколько систематическими, неформальными, эффективными для социальной интеграции и создания каналов социальной мобильности были эти связи. Некоторые свидетельства позволяют предполагать, что шефская работа была эффективной в этом отношении. И в самом определении шефства, и в воспоминаниях говорится о регулярных контактах шефов и подшефных.

Например, подшефные школы, если они в чем-то нуждались, обращались к шефам. «Шефы помогут», – фраза времен СССР.

Будь то ремонт в школе, выезд в туристическую поездку, пионерские лагеря, шефы могли купить билеты и предоставить транспорт для экскурсий, в музей или театр, купить снаряжение для туристического похода. Вот фрагмент мемуарного текста: «Наша подшефная школа (обычная, средняя г. Москвы) относилась к территориально близкой нам воинской части. Соседняя школа была подшефной у какой-то спортивной команды, – и физическая подготовка учеников той школы была много выше, чем у нас. Мы, имея свободный доступ к военной форме, часто ставили спектакли на тему войны 1941–1945 гг. Шефы нами были довольны. Ездили мы много раз и на экскурсии в Ленинград, Архангельск, Новороссийск, Севастополь и в Прибалтику, расселяли нас в гостиницах для военных. Спасибо шефам» [Шефы... 2015].

Основная социальная функция шефства – создание коммуникативных возможностей и, опосредованно, каналов социальной мобильности для представителей разных социально-профессиональных групп. И материально-техническая помощь трудом, материалами и оборудованием, и культурное шефство предполагали похожую идеологическую цель – сформировать «новую общность – советский народ». Со временем солидаризационные функции шефства, воплощенные в идеологических постулатах, оказывались все менее востребованными. Функции социальной интеграции и обеспечения каналов вертикальной мобильности стала выполнять система образования, «стройки коммунизма», наукоёмкие производства. Практические задачи решались с помощью других механизмов, уже приобретающих более или менее явные рыночные черты (например, строители – «шабашники» на селе; студенческие строительные отряды).

Функции создания коммуникативных площадок и возможных каналов социальной мобильности в практиках корпоративного волонтерства менее очевидны. В презентациях идеологии корпоративного волонтерства и в описаниях конкретной деятельности волонтеров их работа выглядит скорее безлично-функциональной. *Главной целью корпоративного волонтерства*, оказывается, если судить по предъявляемой идеологии, цель рыночного успеха корпорации, а сама волонтерская

деятельность – средством достижения этого успеха. Организация волонтерской деятельности – это бизнес-модель администрирования и проектного менеджмента. Вот что об этом пишут исследователи Высшей школы экономики: «Представители обследованных компаний достаточно широко понимают цели КВ. В первую очередь называются корпоративные цели для самой компании: повышение репутации и поддержание положительного имиджа компании; укрепление команды и повышение внутренней лояльности; развитие профессиональных и личностных качеств сотрудников, моральное удовлетворение от совершения добрых дел; участие и решение проблем в обществе. Непосредственная помощь нуждающимся в качестве основной цели корпоративного волонтерства называлась респондентами не так часто» [Краснопольская 2012: 37]. Этот результат исследования – обобщенное мнение представителей корпораций, и оно не противоречит высказываниям, цитированным выше, о корпоративном регулировании волонтерской деятельности. Это значит, что горизонтальная интеграция в виде более или менее стабильных сообществ или хотя бы просто факта общения шефов и подшефных, как это было при советской власти, не предполагается самой идеологией корпоративного волонтерства.

Исследование, данные которого мы в основном используем, свидетельствует о значительной доле безличной, опосредованной помощи нуждающимся. Из таблицы видно, что четверть участников опроса участвовала только в безличных волонтерских мероприятиях (донорство, сбор денежных или вещевых пожертвований).

Основная социальная функция корпоративного волонтерства – социальное воспомоществование – может вовсе не предполагать личного общения. Например, в случае благотворительных пожертвований или оказания профессиональной помощи (ремонт или наладка оборудования в больнице; создание специализированных компьютерных программ). Но фактически более или менее длительное общение между волонтерами и получателями помощи во многих случаях неизбежно. Объект благотворительности в случае корпоративного волонтерства – это

Таблица 2. Скажите, пожалуйста, в каких именно волонтерских мероприятиях компании Вы участвовали – в тех, где было личное общение с людьми, нуждающимися?
(N=916, % от числа ответивших, один ответ)

	Процент
Мероприятия, где было личное общение и помощь тем, кто в ней нуждается	21,3
Мероприятия, где личного общения не было	24,6
И в тех, и в других	48,6
Затрудняюсь ответить	5,5
Всего	100,0

чаще всего слабобесресурсные граждане, аутсайдеры, которым государство не в состоянии помочь в должной мере. В непосредственные контакты с нуждающимся волонтеры вступают тогда, когда они, например, учат пожилых людей работе за компьютером; оказывают выпускникам детдома правовую помощь; ухаживают за больными. И здесь нормативная модель безличной эффективности вступает в конфликт с ситуацией вынужденного личного взаимодействия [Корпоративное волонтерство...: 7–8].

Тема личной либо безличной помощи не проблематизирована современными исследованиями волонтерства не столько в её организационно-управленческом аспекте, сколько с точки зрения идеи солидарности, которая присутствовала в том или ином виде в советских практиках шефства. В частности, мы не нашли данных о том, насколько широко распространена практика регулярных контактов с одними и теми же реципиентами.

Советское шефство было, как правило, взаимодействием равных по статусу субъектов. По крайней мере, это предполагалось идеологическими текстами и произведениями искусства. На практике в культурном шефстве идея равенства подчас причудливо сочеталась с почтением к таланту с практической реализацией идеи «пролетариат – передовой класс». Бывшая

актриса Московского театра вспоминает историю, услышанную от известного скрипача, которому пришлось играть в столовой сталелитейного завода в обеденный перерыв. Публика стучала ложками и переговаривалась. Артист, подождав тишины и не дождавшись внимания публики, вознамерился уходить. Но ему преградила дорогу массивная профсоюзная дама. Подбоченясь, она сказала грозно: «Иди и играй». Пришлось вернуться.

Шефы были, конечно, и у слабых: сирот, инвалидов, и пр., но идеология «здорового народа» не позволяла афишировать эту деятельность так же, как афишировалось и пропагандировалось, скажем, культурное шефство столичного театра над работниками ЧТЗ.

Разница целей определяет разницу социальных функций шефской и волонтерской деятельности, воплощенных в соответствующих моделях – концептуальных построениях, описывающих субъектов и правила взаимодействия между ними. Шефы – носители модели практического соответствия идеологическому постулату о единой общности – советском народе. С практиками шефства напрямую соотносятся такие идеологемы как: «бескорыстный труд на благо общества»; «смычка города и деревни»; «дети – наше будущее»; «коллективизм и товарищеская взаимопомощь»; «братская солидарность». Эти идеологемы теряли мотивирующую роль по мере потери эмпирических референтов в меняющейся социальной реальности. Но они оставались в роли ценностей, задающих смысл шефской работе. Судя по материалам интервью, в модели шефства до конца оставался (и, возможно, даже усиливался) компонент реципрокности, когда подшефные «отдавались» доступными им благами. Колхозники дарили шефам продукты; пионеры – пели песни и танцевали в обеденный перерыв в заводском красном уголке или в клубе воинской части; красные кавалеристы демонстрировали приехавшим с шефским концертом артистам мастерство наездников. Этот момент «отдаривания» был очень важным, поскольку подразумевал равенство сторон.

Корпоративное волонтерство чаще всего предполагает взаимодействие ресурсного субъекта с представителями низкоресурсных групп – получателями помощи. Благотворительность,

социальное воспомоществование, профессиональное сопровождение (правовое, медицинское) слабых – объект повседневных забот волонтеров. Они, конечно, не элитарии, о которых пишет журналист: *«Многие российские звезды из числа друзей Питера и Светланы, а также постоянных посетителей их московского клуба, поддерживают детей-сирот, заодно блеснув маскарадными костюмами»* [Штанко 2001]. Но модель взаимодействия с реципиентами та же самая: модель ресурсного доминирования, когда бизнес имеет право выбирать, кому и какую помощь оказывать, в каком объеме, потому что он оплачивает эту помощь. Это бизнес-модель эффективной организации: важно решить проблему реципиента, но совсем не важно знать, как его зовут. Такая модель не снимает ситуацию доминирования и отчужденности.

Трудности возникают на всех этапах такой деятельности.

Во-первых, трудности целеполагания. Предполагается, что участие компании в решении социальных проблем способно обеспечить лояльность местных властей и населения; образ социально ответственного бизнеса дает конкурентные преимущества. Но идеи, предполагающие более или менее длительное участие в развитии подопечных; поступательное улучшение условий жизни в конкретном социуме, хотя и предполагаются подчас в проектных разработках, но реализуются, как правило, во фрагментированной на «волонтерские акции» деятельности. Мысль о том, что общественная солидарность в локальном сообществе может иметь самостоятельную ценность, порождая другие гуманитарные проекты, возникает весьма редко, несмотря на её очевидную идеологическую привлекательность. Редкие примеры такого целеполагания возникают в локальных сообществах, где более и менее ресурсные субъекты объединены общей судьбой.

Целеполагание, предусматривающее пользу для корпорации, делает вторичным целеполагание для получателя помощи, что изначально допускает имитационную деятельность: «Те организации, которым оказывают помощь корпоративные волонтеры, становятся просто бесплатной площадкой для тимбилдинга» [Масальцов 2017: 81].

Во-вторых, трудности поиска реципиентов благотворительности. Оказалось, что далеко не всегда потенциальные получатели помощи рады помощникам, потому что последние склонны оценивать соотношение затрат с результатами опять же в контексте идеологии рыночной эффективности: быстро приехали, быстро раздали плюшевые игрушки, быстро сфотографировались для рекламного буклета, быстро перекусили, быстро уехали. Негативные результаты такой «помощи» получатели компенсируют сами [Нахапетян 2016].

В-третьих, вред, наносимый подчас получателям помощи из-за некомпетентности волонтеров, делает очевидной востребованность участия профессионалов в реализации благотворительных проектов («волонтерство Про-боно»). Время появления практик Про-боно в нашей стране принято исчислять с 2007 г., когда в России Институтом «Право общественных интересов» (PILI) был открыт Координационный центр по оказанию субсидируемой юридической помощи [Лapidус, Сучкова 2008]. Заимствование ключевых идей бесплатной профессиональной помощи, организационных принципов, форматов вовлечения сотрудников и пр., помогли становлению этих практик в современной России.

Однако инициаторы благотворительных проектов далеко не всегда готовы к длительному сотрудничеству, подразумеваемому такой формой благотворительности. Большинство (85%) волонтеров, ответивших на вопрос: *«Примерно сколько раз Вы принимали участие в волонтерских мероприятиях в Вашей компании за последний год?»*, – участвуют в волонтерских акциях не более шести раз в год, т.е. один раз в два месяца. Примерно такая же частота является и предпочтительной для большей части опрошенных [Корпоративное... 2016: 23]. Организаторы и аналитики рассматривают проблему эпизодичности участия сотрудников компаний в волонтерских акциях в контексте программирования этой работы, обусловленной наличием финансовых и организационных ресурсов [Корпоративное... 2016: 10, 36–37]. На наш взгляд, помимо организационно-технологических, здесь есть нормативно-идеологические аспекты, связанные с темой идентичности и солидарности.

Выводы

Попытка сравнения советских и современных форм солидарности позволяет сделать две группы выводов. Первая касается практической проблемы функционирования общественных институтов в современной России. Эта проблема, на наш взгляд, актуальна, потому что не только «шефство-волонтерство», но и другие общественные объединения, потеряв значительную часть прошлых смыслов и функций деятельности, сейчас находятся в интенсивном поиске новых (профсоюзы, профессиональные ассоциации научных и творческих работников, локальные представительства, молодежные организации, спортивные и досуговые объединения).

Вторая – методологические выводы относительно тем, аспектов анализа современных форм солидарности, которые остаются за границами интереса современных исследователей не только волонтерства, но и других форм общественной жизни, заменивших те, что были в прошлом.

В первой группе выводов актуальной, на наш взгляд, является проблематизация социокультурных и социально-институциональных механизмов социальных взаимодействий «по вертикали»: между более и менее ресурсными социальными группами и субъектами. Ситуация такова, что, с одной стороны, все больше людей нуждаются в постоянной помощи или время, в течение которого нужна эта помощь, становится все более длительным. И часто нельзя утверждать, что люди «сами виноваты» в своей недееспособности. С другой стороны, все более явной является тенденция ухода государства из социальной сферы [Климова 2017: 48–56]. Соответственно, ожидания помощи слабым, основанные на моральных представлениях о сострадании и справедливости, все чаще обращаются к ресурсным согражданам.

Здесь возникает необходимость рефлексий по поводу идентификационных оснований солидарности. По критерию идентичности две анализируемые практики – советское шефство и корпоративное волонтерство – различаются. Если шефству просто предписывалось чувствовать и демонстрировать

единство шефов и подшефных, то в корпоративном волонтерстве такое морально-идеологическое обоснование не нужно. Здесь в большинстве случаев достаточно того, что П. Розонваллон назвал «вертикальным перераспределением ресурсов». В то же время наиболее успешными выглядят именно те практики, которые находят именно солидаризационные основания своей деятельности.

Как отметил П. Розонваллон, соображения солидарности берут верх, когда судьба нации определяется как общая [Розонваллон 1997: 29]. Если с этой точки зрения подойти к феномену советского шефства, можно понять, что большевистская власть идеологически грамотно расставляла акценты, пропагандируя бесплатную (шефскую) работу для латания дыр в хозяйственно-экономической сфере. Доминанты идеологии этой работы – это общая судьба, общие перспективы светлого будущего и единство общества. Присутствуют и моральные обязательства тех, кого защищают перед теми, кто защищает родину от врагов (культурное шефство над воинскими частями); тех, кто занят «чистой работой» в конторе перед теми, кто тяжело трудится в поле (шефство горожан над селом). Солидарная система пенсионного обеспечения всегда признавалась справедливой, поскольку проблемы старости или угроза тяжелых болезней являются одинаковыми для всех. Именно поэтому попытки перехода к индивидуализированным накопительным системам пенсионного обеспечения воспринимаются сейчас как отказ от принципов солидарности, грозящий расколом общества.

П. Розонваллон пишет: «Идеология, сводившая роль государства до минимального предела, вышла из моды». Для обеспечения устойчивости социального государства, по его мнению, нужен новый интеллектуальный и нравственный фундамент [Розонваллон 1997: 13]. Здесь П. Розонваллон формулирует ключевую идею о справедливости и солидарности. По его мнению, искажение сути идеи национальной солидарности проявляется, в частности, в том, что подменяются символы единства народа: реализуются практики «гуманитарной помощи» вместо действий, символизирующих «общую судьбу» [Розонваллон 1997: 61–62, 64]. Это очень важные соображения для

исследований и программирования проектов корпоративного волонтерства. Он пишет, что ответственность, присущая солидарному сознанию и поведению, вовсе не всегда с очевидностью соотносится с добровольностью [Розонваллон 1997: 54].

На наш взгляд, его рассуждения вполне применимы к советскому шефству и корпоративному волонтерству. Ключевая проблема может быть сформулирована так. В нашей стране светская добровольческая деятельность существует вне разработанной и широко разделяемой этики такой деятельности, предполагающей базовый постулат солидарности. Это зачастую превращает добровольческую деятельность либо в разновидность предпринимательства, либо в политическую деятельность, ориентированную на индивидуальные карьерные интересы.

Вторая группа выводов, касающаяся исследовательских вопросов, на которые пока нет ответа, включает необходимость расширения исследовательской базы и постановки новых исследовательских вопросов. Первый вопрос – о личном и коллективном участии в волонтерской деятельности. Нам пока не попадались истории о том, что при советской власти шефство было личным решением отдельного гражданина, реализованным также в автономном режиме. Сейчас личное волонтерство – распространенная практика. Но и сейчас личная инициатива в этом деле – сильное решение. Поэтому интересно выяснить, чем отличаются ценности и установки волонтеров, которые занимаются этим лично, от тех, кто работает в компании.

В нашей базе данных есть участники событийного и участвующего волонтерства. Мы предполагаем сравнить эти две типологические группы для того, чтобы выяснить разницу в их солидаристских ценностях и установках.

Отдельным предметом анализа может быть выявление особенностей волонтерской деятельности в зависимости от её обоснований. Здесь также можно сравнивать две группы: одна – носители эгоистического комплекса мотивов (карьерные возможности, отгулы, полезные знакомства) и вторая – носители альтруистического комплекса мотивов (польза для подопечных, общая польза).

Библиографический список

- Архангельский Ю. Е. 2010. Из истории развития культдвижения «Шефство города над селом» // Культурная жизнь юга России. № 1 (35). С. 28–29.
- Климова С. Г. Смыслы и практики разгосударствления социальных услуг // Социологические исследования. 2017. № 2. С. 48–56.
- Корпоративное волонтерство в России: оценка состояния и рекомендации по развитию. Аналитический отчет по результатам исследовательского проекта. 2016. URL: <http://corpvolunteers.ru/upload/iblock/495/4952a70e372f741fec033c9cb54a2d54.pdf> (дата обращения: 12.01.2019).
- Корпоративное волонтерство – перспективное направление социальной ответственности бизнеса и формирования вовлеченности и лояльности сотрудников. Итоги 2012 года. Ежегодный обзор современных тенденций в области внутренних коммуникаций и взаимодействия организации с сотрудниками. 2012. URL: http://www.incorpore.ru/CorporateVolunteering_Incorpore_review_2012.pdf. (дата обращения: 12.01.2019).
- Краснопольская И. 2012. Корпоративное волонтерство в России: основные характеристики / В сб. Корпоративное волонтерство в России. Изд. 2. Центр развития филантропии «Сопричастность». М.: С. 36–42.
- Кузнецов А. 2015. Корпоративное волонтерство в странах ЕС // Международные процессы. Т. 13. № 4 (43). С. 99–107.
- Липидус А., Сучкова М. 2008. Социальная ответственность юриста // Новая адвокатская газета № 8 (025), № 9 (026). URL: <http://www.advgazeta.ru/rubrics/10/114> (дата обращения: 28.10.2018).
- Масальцов М. 2017. Корпоративное волонтерство – не только инструмент для HR // Корпоративное и социальное волонтерство. Опыт брендов и мнения экспертов. М.: Омега-Л. С. 80–88.
- Миняйло А. 2017. Корпоративные волонтеры в проекте по социализации детей «Полдень» // Корпоративное и социальное

- волонтерство. Опыт брендов и мнения экспертов. М.: Омега-Л., С. 273–284.
- Наханетян Г. 2016. «Это вредительство – отнести плюшевого медведя в детский дом» // Forbes. 28.10.2016. <http://www.forbes.ru> (дата обращения: 28.10.2018).
- Презентация исследования Фонда «Общественное мнение» на конференции «PRO BONO: российские практики и вектор развития» 2017. 28–29.09.2017. URL: <https://drive.google.com/drive/folders/0B5OO5Hefrq7mTG51VkpYZFJ0Wnc/> (дата обращения: 28.10.2018).
- Решетников О. 2017. Корпоративное волонтерство. Теоретические основы // Корпоративное и социальное волонтерство. Опыт брендов и мнения экспертов. М.: Омега-Л. С. 23–37.
- Розонваллон П. 1997. Новый социальный вопрос. Переосмысливая государство всеобщего благосостояния. М. «Ad Marginem». 188 с.
- Салангина Е. 2017. Опыт «Кофе Хауз». Инициатор должен быть «с искрой» // Корпоративное и социальное волонтерство. Опыт брендов и мнения экспертов. М.: Омега-Л. С. 136–144.
- Семенов А. 2013. СССР: были ли принудительные работы горожан в совхозах? // Дискуссионно-информационный портал newsland: Политика, экономика, общество. URL: <https://newsland.com> (дата обращения: 18.01.2019).
- Труд и занятость в России. Статистический сборник. 2017. М.: Росстат, 2017.
- Хромов В. 2017. Корпоративное волонтерство, бизнес и НКО. Опыт Союза волонтерских организаций и движений // Корпоративное и социальное волонтерство. Опыт брендов и мнения экспертов. М.: Омега-Л. С. 9–22.
- Шефство. Большая Советская энциклопедия. URL: <https://dic.academic.ru>. (дата обращения: 28.02.2019).
- Шефы советских школ. 2015. URL: <http://22-91.ru/blog/shefy-sovetskikh-shkol-shefy-pomogut/> (дата обращения: 28.10.2018).
- Штанко М. 2001. Безличная благотворительность // Коммерсантъ. № 226 (2356) от 08.12.2001. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/301083> (дата обращения: 18.01.2019).

Штомпка П. 2005. Социология. М.: Логос. 655 с.

Ядов В. А. Современная социологическая теория как концептуальная база исследований российских трансформаций. СПб: Интерсоцис. 2009. 138 с.

Pro bono: философия бесплатных услуг. 2016. URL: <https://te-st.ru/2016/07/11/pro-bono-a-philosophy-of-free-services/> (дата обращения: 28.10.2018).