**Содержание**

Введение

1. Сущность свободного времени

1.1 Свободное время: определение, функции, подходы

1.2 Типы использования свободного времени

1.3 Свободное время в жизни общества

2. Роль организации свободного времени в развитии персонала

2.1 Социальная трудовая среда

2.2 Корпоративный досуг: цели и способы организации

Заключение

Библиографический список

**Введение**

Свободное время как важнейшая сторона общественной и личной жизни впервые была рассмотрена мыслителями в XVI в. Томас Мор в работе «Утопия» определил оптимальность трудового дня человека шестью часами. Тем самым, не вводя понятия «свободное время», он отчетливо его обозначил. По его мнению, все время, остающееся между часами работы, сна и принятия пищи, предоставляется личному усмотрению каждого, но не для того, чтобы злоупотреблять им в излишествах и лености, а чтобы на свободе от своего ремесла, по лучшему уразумению, удачно применить эти часы на какое-либо другое занятие.

По сути говоря, содержание свободного времени, как общественного явления, было указано Т. Мором столь четко, что все последующие философы и социологи ничего принципиально нового в него не внесли.

Томмазо Кампанелла в «Городе Солнца», Френсис Бэкон в «Новой Атлантиде» и многие другие мыслители в понимании свободного времени, его роли в общественной и личной жизни были единодушны с Томасом Мором и интерпретировали его примерно так же, как в последствии К. Маркс, т.е. «как досуг и время для более возвышенной деятельности»

Повышению качественного состояния свободного времени в огромной степени будет способствовать рост материального состояния трудящегося населения нашей страны, развитие и организация социальной инфраструктуры, воспитание активного ценностного отношения людей к образцам высокой духовной культуры, ее всестороннее усвоение.

**Цель** данной работы – раскрыть сущность свободного времени и показать ее роль в развитии персонала предприятия.

**1. Сущность свободного времени**

**1.1 Свободное время: определение, функции, подходы**

Внерабочее время и связанное с ним устройство домашнего быта работников является немаловажным фактором внешней социальной среды организации. Это понятно, поскольку люди проводят на работе, учитывая выходные и праздничные дни, а также ежегодные отпуска, менее '/4 имеющегося в их распоряжении времени. Остальное время работник так или иначе посвящает дому, семейным и общественным обязанностям, отдыху. При этом различаются образ жизни городского и сельского населения, крупных предпринимателей и лиц наемного труда, а также людей, занимающихся преимущественно умственной или физической работой.

Временной ресурс работающего человека в будний день распадается на рабочее и внерабочее время в соотношении примерно 1: 2. В свою очередь, время, прямо не связанное с трудовой деятельностью, включает затрату 9–9,5 ч на восстановление I сил и удовлетворение естественных физиологических потребностей человека – сон, личную гигиену, прием пищи и т.п., а оставшееся время занимают передвижение на работу и обратно, ведение домашнего и подсобного хозяйства, уход за детьми и занятия с ними, досуг. Понятно, что изменение продолжительности любого из названных временных отрезков автоматически приводит к удлинению или сокращению других.

Затраты времени на передвижение на работу и обратно определяются типом населенного пункта (город, поселок, село), удаленностью жилья от места работы, состоянием дорожной сети, видами транспорта и т.п. Социальные исследования показывают, что в условиях крупного города передвижение на работу и обратно занимает у человека в среднем 1 – 1,5 ч ежедневно.

По данным тех же исследований, у работающего человека не менее 2,5–3 ч в день уходит на домашние дела, в частности на приготовление пищи, покупки товаров и т.п. Затраты времени на эти цели непосредственно зависят как от места жительства (городской район, пригород или удаленный поселок), так и от развитости социальной инфраструктуры, доступности объектов социальной сферы, благоустроенности быта, – а все это по-прежнему остается в России слабым звеном социальной сферы.

По этим показателям наша страна уступает государствам Западной Европы, США, Австралии, Японии и другим странам, имея при этом огромный, но не задействованный полностью социальный резерв. Поэтому так злободневны для россиян проблемы строительства жилья, улучшения жилищно-коммунального обслуживания, повышения уровня технической оснащенности домашнего хозяйства за счет более широкого использования электробытовых приборов и машин, упорядочения работы пассажирского транспорта, торговых предприятий и различных служб, оказывающих услуги населению.

Возвращаясь к слагаемым внерабочего времени, нужно констатировать, что если из оставшихся после восстановления сил и удовлетворения естественных физиологических потребностей 6,5–7 ч отнять время передвижения на работу и обратно (1 – 1,5 ч), а также время, затрачиваемое на домашние дела (2,5–3 ч), то останется чуть более 2 ч. По иронии судьбы это в будний день (по субботам, воскресеньям и праздникам расклад внерабочего времени может быть иным) и есть свободное время работающего россиянина, которое он должен использовать и для отдыха после работы, и для выполнения домашних обязанностей, и для физического и духовного развития, обогащения личности. [1, 142]

Свободное время выполняет следующие основные функции: 1) отдыха и восстановления израсходованных физических и умственных сил; 2) развития физических и умственных сил и способностей; 3) развлечения и общения. Эти функции реализуются в различных видах деятельности в свободное время. [6,178]

Поскольку историческое развитие общества неизбежностью приводило к изменению содержания его жизни и жизни индивидов, то, естественно, что менялась и содержательная сторона свободного времени, которая была наиболее полно исследована уже в XX в. как в зарубежной, так и отечественной социологии. При этом главное внимание было уделено методологической стороне изучения проблемы В частности, исследовались сущность, основные функции, соответствующее специфике XX в. содержание свободного времени и его социально-индивидуальная значимость.

Обобщая существующие определения свободного времени как общественно-исторического явления, можно сказать, что свободное время – это часть социального времени, не занятая делами производственной или жизненной необходимости, находящаяся в распоряжении индивида и употребляемая им по его личному усмотрению для отдыха или развития его личности.

Есть основания полагать, что трудность в выявлении сущности свободного времени, вероятнее всего, была обусловлена тем, что как всякое объективно существующее явление оно обладает сущностями различного порядка, каждая из которых раскрывает одну из его социально значимых граней. В частности, сущностью первого порядка – онтологической сущностью (т.е. определяющей его существование как самостоятельного феномена) является то, что свободное время есть время, не занятое делами производственной или жизненной необходимости.

Однако выделение в свободном времени только этого аспекта рассматривалось в социологии как недостаточное, занижающее его социальную ценность.

Сторонники такого подхода видели сущность свободного времени в духовно насыщенной деятельности, а также в нравственно и эстетически приемлемых формах досуга, как видах восстановительной деятельности, которым предается индивид после труда.

В то же время важное значение свободного времени заключается в том, что оно является существенным условием свободного и гармоничного развития личности. То есть свободное время может быть использовано как средство физического и духовного совершенствования индивида.

Обобщая сказанное, можно сделать вывод, что общество и конкретная личность определяют для себя способы использования свободного времени сообразно своим потребностям, интересам и целям.

Выявление сущности свободного времени не представляет собой чисто теоретическую задачу, а имеет целью установить его общественное и индивидуальное предназначение, а через это и его социальную ценность.

Исследование свободного времени продемонстрировало общественный интерес к нему и показало практическую значимость этого социального феномена в важнейших сферах жизни общества и на различных этапах его развития.

В литературе, посвященной рассматриваемой проблеме, достаточно единодушно выделяются два основных подхода к ее изучению:

Экономический, в рамках которого свободное время рассматривается как часть внерабочего времени, используемого для расширенного воспроизводства рабочей силы, а также для подготовки более квалифицированных работников, отвечающих требованиям эпохи научно технического прогресса.

Данный подход рассматривает свободное время как средство, способствующее превращению индивида в более развитую личность, в качестве каковой он опять вступает в процесс производства и положительным образом себя в нем проявляет.

Социологический подход отличается наиболее глубоким изучением проблемы. Для него характерны всестороннее исследование феномена социального времени, выявления его природы, соотношения рабочего и внерабочего времени, роли свободного времени для жизнедеятельности различных групп населения и т.д.

Можно сказать, что социологический подход наиболее содержательно и полно исследует проблему свободного времени, выявляет все составляющие этого социального явления. В частности, в рамках этого подхода исследуется зависимость содержания свободного времени от различных социально-исторических и индивидуальных причин, а также от объективных и субъективных факторов. [7,292]

Важную роль для социолога в исследовании свободного времени играет выявление основных типов времяпровождения людей, а также анализ и разработка механизмов регулирования как величин свободного времени, присущих различным слоям населения, так и его содержания.

Вопрос содержания свободного времени особенно деликатен, так как в сфере его разрешения сталкиваются общественные и личные интересы. Так, например, общество стремится направить личность к нравственно и эстетически значимым видам деятельности, а личность может иметь девиантные интересы, то есть отклоняющиеся от общественных. Возникающая коллизия должна быть решена законными средствами и в приемлемых формах, без посягательства на личные права и свободы граждан.

Рассматривая существующие подходы в изучении свободного времени, нельзя не отметить еще два.

Социально-психологический, исследующий, например, отношение индивидов к свободной деятельности, и произвольные изменения свободного времени в сторону его увеличения за счет сокращения рабочего или учебного времени.

При этом с точки зрения этих индивидов существуют два типа деятельности: (1) представляющая сама по себе непосредственную ценность для индивида, подкрепленная его положительными психическими состояниями или приводящая к ним, и (2) имеющая значение лишь во внешних результатах, подчас чуждых системе индивидуальных ценностей.

Содержательной стороной этого подхода является анализ субъективных отношений к массе возможных видов деятельности и выявление причин предпочтения ее конкретных видов.

Наибольшее внимание исследователи этого направления уделяют изучению содержания свободного времени подростков и молодежи.

Близок социально-психологическому подход с ярко выраженным педагогическим уклоном. Его основной ориентацией является исследование методов, форм и средств воспитательного воздействия на формирующуюся личность в сфере свободного времени. Сторонники этого подхода всем содержанием своей исследовательской деятельности подчеркивают, что свободное время – это не зона абсолютной независимости индивида от общества. Реализуя свое свободное время, человек остается социальным субъектом и на него распространяется вся совокупность норм регулятивного характера, так как в сфере свободного времени осуществляются не только его индивидуальная жизнь, но его социальное бытие, его взаимодействия с другими людьми. [7,293]

В социологической литературе можно выделить еще один, с нашей точки зрения, наименее популярный и менее продуктивный подход, сводящий свободное время ко всему объему внерабочего времени. По сути представители этой точки зрения делят весь бюджет времени человека на две части: на рабочую и нерабочую, пренебрегая тем самым признаком собственно свободного времени как периода, не обремененного рутинной необходимостью.

Следует особо подчеркнуть, что выделенные подходы к изучению свободного времени находятся между собой в творческом взаимодействии и диалектической взаимосвязи, определяющей целостность процесса исследования феномена свободного времени.

**1.2 Типы использования свободного времени**

При всем многообразии личных интересов и общественных возможностей, определяющих формы использования свободного времени, оно может быть классифицировано по типам, на основании преобладания в нем конкретных социально значимых видов индивидуальной деятельности. При этом исследователи, расходясь в деталях, единодушны в главном: они выделяют следующие основные типы использования свободного времени. [7,294]

1. Творческий тип. Само название свидетельствует о том, что из всех видов деятельности, характерных для индивида, наибольшей значимостью и притягательностью для него обладают те, в рамках которых он реализует свои творческие замыслы. При этом совершенно не важно, каков конечный продукт этого творчества, духовный или материальный, находится ли он в сфере быта, техники или искусства. Творческая деятельность личности может быть направлена как на создание оригинального продукта, так и на осуществление репродуктивной деятельности, т.е. воспроизводящей нечто уже существующее, например, копирование понравившейся картины. Главным для данного типа реализации свободного времени является то, что индивид из всех доступных ему в свободный период видов деятельности выбирает такую, которая направлена на его самовыражение и самоутверждение в том или ином творческом акте.

2. Культурно-потребительский тип. Его примечательная особенность состоит в том, что индивид расходует свое свободное время на общение с духовными ценностями и повышает свою духовную культуру. Это посещение музеев, выставок, театров и кинотеатров, а также чтение художественной литературы и разнообразной продукции периодической печати, прослушивание радиопередач и аудиозаписей, просмотр телевизионных программ и видеозаписей. Учитывая то обстоятельство, что за последние годы наш отечественный печатный и музыкальный мир, равно как и фонд видеопродукции, пополнились далеко не лучшими образцами отечественной и особенно зарубежной культуры, надо отметить, что потребление такой «духовной» продукции культуры индивида не повышает.

3. Рекреативный тип. К нему относятся все виды отдыха и развлекательной деятельности, в частности, такие, как спорт, занятие рыбной ловлей, туризм, посещение ресторанов, кафе, танцевальных вечеров, устройство дружеских вечеринок, общение с родственниками и т.д.

Совершенно ясно, что первый и второй тип времяпровождения более содержательны и возвышены, чем третий, однако из этого не следует, что он должен быть исключен из общественной и личной жизни, тем более, что в реальной жизни большинства людей эти типы проведения свободного времени часто чередуются.

Социологические исследования показывают, что типы проведения свободного времени определяются множеством социальных факторов. К числу наиболее значимых относятся возраст индивида, место его жительства, уровень образования и культуры, материальные доходы и др.

Установлено также, что чем выше социальный статус личности, тем, как правило, выше тип проведения свободного времени, и наоборот. Данные социологических опросов убедительно свидетельствуют о том, что с ростом образовательного уровня граждан возрастает и их ориентация на первые два типа проведения свободного времени.

**1.3 Свободное время в жизни общества**

Складывающиеся в обществе экономические, политические, правовые и прочие общественные отношения, а также уровень технической оснащенности общественного производства, определяют величину и в значительной мере структуру и содержание свободного времени индивида. Для их выявления в социологии исследуется распределение общего бюджета времени с выделением основных его частей: рабочего и внерабочего времени

Их соотношение за истекшее столетие заметно изменилось в лучшую сторону благодаря бурному развитию науки и техники и связанным с ними повышением производительности труда.

В настоящий период в России продолжительность чистого рабочего времени у рабочих и инженерно-технических работников (ИТР) на основном месте работы в неспециализированных областях производства равна 8 часам. Было бы ошибкой полагать, что остальные 16 часов суточного времени, не занятые на работе, – это свободное время. Они составляют внерабочее время, которое имеет довольно сложную и динамичную структуру, т.е. определенную форму взаимосвязи составляющих его элементов. [7,296]

Элементы этой структуры и связи между ними меняются в зависимости от ряда социально-политических, экономических, возрастных, географических и прочих условий. Так, социологические исследования, проводимые в стране в 80-е – 90-е годы, убедительно показали, что общий недельный бюджет времени в этот период распределялся следующим образом.

Рабочее время: 52 часа у мужчин и 38,3, – у женщин. Внерабочее время:

* время, расходуемое на домашнее хозяйство и бытовые потребности, – 16,2 часа у мужчин и 26,9 часа – у женщин;
* время, потраченное на физиологические потребности, – 68,4 часа у мужчин и 73,6 часа – у женщин.

Общая трудовая нагрузка, т.е. рабочее время и время, расходуемое на домашнее хозяйство и бытовые потребности, составляло 68,2 часа в неделю у мужчин и 65,2 часа у женщин.

Свободное время составляло 31,1 часа у мужчин и 29,0 часа – у женщин.

В следующее десятилетие реформенного периода (1990–2000 гг.) у очень значительной части работающего населения свободное время не только существенно сократилось, но и ухудшило свои качественные показатели. Одной из важнейших причин этого явилось резкое снижение уровня материальной жизни, изменившее содержание свободного времени, т.е. совокупность видов деятельности и занятий, заполнявших это время.

Из свободного времени преобладающей части трудящегося населения исчезли или существенно сократили свои пропорции те формы его проведения, которые очень сильно зависели от семейного бюджета, в частности, посещение театров, кинотеатров, кафе, ресторанов, поездки в санатории и дома отдыха и т.д.

Опросы, проведенные среди российских женщин в 2002 г., показали, что возможности проведения досуга оценивали как «хорошо» лишь 13,8% респондентов, «удовлетворительно» – 44,1%, «плохо» – 42,0%. [7,297]

Возможности отдыха во время отпуска были оценены как хорошие 9,9% опрошенных женщин, как удовлетворительные – 30,6% и как плохие – 59,5%.

Очень близки к указанным оценки возможностей в получении
необходимых знаний и образования

Сокращение объема или ухудшение качества проведения свободного времени – это очень важный показатель общественной дестабилизации. Можно сказать, что свободное время как социальное явление представляет собой одну из немногих сторон общественной жизни, в которой как в зеркале отражается специфика протекающих в обществе процессов, их положительное или отрицательное для индивидов значение.

Примечательной особенностью свободного времени является то, что при всей его социальной ценности его неограниченный рост не всегда является показателем оптимизации общественной и личной жизни, так как его увеличение может быть результатом растущей невостребованности трудоспособного населения, как это произошло в нашей стране в 90-е годы, в период массового снижения темпов промышленного производства и развала большого количества предприятий.

В такие периоды индивидуальное восприятие свободного времени как ценности резко снижается и возрастает ценность рабочего времени. Именно эти процессы были отмечены в социологических исследованиях в 1999–2000 годах, свидетельствуя о растущем ухудшении жизни рабочего населения.

Таким образом, можно заключить, что свободное время, его объем и качество его заполнения являются чутким индикатором материального и духовного уровня общественной и личной жизни. Резкое сокращение или увеличение его объема для многих социальных групп свидетельствует о столь же резких изменениях в обществе.

Признавая влияние значительных изменений в обществе на качество и содержание свободного времени, уместно рассмотреть и роль научно-технического прогресса в досуговой жизни людей.

Социологические наблюдения показывают, что развитие науки и техники в XX столетии решительным образом изменили содержание и качество свободного времени. Причем это изменение не может быть оценено однозначным образом.

Так, возросший уровень технической оснащенности производства активно способствовал высвобождению человека из непосредственного процесса труда, превращая человека во многих отраслях производства в квалифицированного «наблюдателя» за ходом производственного процесса вместо непосредственного исполнителя. Совершенно ясно, что это прямо способствовало увеличению свободного времени работников без отрицательных последствий для уровня их материальной жизни.

Наряду с этим развитие науки и техники приводило к возрастанию технической оснащенности быта, что также способствовало росту свободного времени. Однако его содержание не всегда становилось положительно насыщенным. Яркой иллюстрацией этого факта являются результаты социологического исследования, проведенного в Ульяновске в среде интеллигенции. В исследовании проводилась сопоставительная характеристика досуговой деятельности интеллигенции Ульяновска (Симбирска) в конце XIX – начале XX в. и в 2000 г.

Было установлено, что для интеллигенции Симбирска были характерны такие формы проведения досуга, как интеллектуальные игры (карты, шахматы); постоянное посещение театра; встреча Нового года в драматическом театре; эстетическое воспитание детей; пешие прогулки по городу; зимой – катание на коньках, на лыжах; любительские концерты, посещение выставок и музеев; домашний театр, музицирование. У мужчин к этому добавлялись охота, рыбалка, чтение.

Данные 2000 г. показывали, что «современная интеллигенция начала утрачивать привычку к активному творческому досугу или даже утратила ее». Вместо перечисленных форм отдыха и интеллектуальных занятий в свободное время господствующее место занял просмотр телепередач и фильмов по видео, составлявший от 13 до 14 часов в неделю. [7,299]

Одним словом, при возрастании технических возможностей, способных расширить культурные горизонты в использовании свободного времени и способствовать духовному развитию личности, происходит вялое потребление низкосортной видеопродукции типа (боевиков, триллеров, эротики и пр.), разрушающим образом действующей на духовную культуру индивида.

Такое положение дел в сфере свободного времени остро ставит вопрос о необходимости его регулирования и должного наполнения соответствующим этическими, эстетическими и общекулыурными ценностями.

Разумеется, это не может быть сделано диктаторскими средствами, но закон, защищающий целостность и духовное здоровье общества и индивида, должен быть на высоте.

Повышению качественного состояния свободного времени в огромной степени будет способствовать рост материального состояния трудящегося населения нашей страны, развитие и организация социальной инфраструктуры, воспитание активного ценностного отношения людей к образцам высокой духовной культуры, ее всестороннее усвоение.

**2. Роль организации свободного времени в развитии персонала**

**2.1 Социальная трудовая среда**

Человеческий труд, с социологической точки зрения определяемый как целенаправленная человеческая деятельность, в процессе которой он создает материальные и духовные ценности для удовлетворения существенных человеческих потребностей, совершается всегда в определенном пространстве и времени, определенными средствами труда в рамках. конкретных общественных отношений, возникающих между людьми в процессе их трудовой деятельности. Человеческая трудовая деятельность осуществляется в трудовой среде. Под трудовой средой понимаются средства, условия труда и взаимоотношения индивидов, участвующих в трудовом процессе. Трудовая среда включает физические факторы – это воздух, температура, влажность, освещение, цветовое оформление, уровень шума и т.д. и технико-технологические факторы – это средства труда, предметы труда и технологический процесс. [4,365]

Отношения, в которые вступают люди в процессе трудовой деятельности, образуют социальную трудовую среду. С социологической точки зрения труд в первую очередь представляет собой отношения, возникающие между конкретными людьми – участниками процесса труда. В ходе трудовой деятельности люди вступают в общественные отношения, и в рамках этих общественных отношений формируются межличностные отношения, взаимное поведение индивидов. Характер межличностных отношений в трудовой среде определяется социальным статусом и ролью индивида в трудовом коллективе и оказывает существенное влияние на поведение человека в трудовой среде и достижение эффекта трудовой деятельности. Вступая в трудовой коллектив, личность включается в новую систему социальных отношений, принимает особую ответственность перед коллективом и обществом. Происходит адаптация индивида к коллективным требованиям, принципам и нормам. Новичок вынужден принять те «правила игры», что сложились в коллективе, как говорится, вписаться в него. В противном случае система (коллектив) чаще всего просто отторгает его.

На поведение работников и эффективность трудовой деятельности оказывают влияние также такие факторы, как формы организации и оплаты труда, производственно-бытовые условия, жизненное окружение работников, внепроизводственная деятельность

Социальная организация в широком смысле слова – любая организация в обществе; в узком смысле – организация социальная подсистема. Социальная организация представляет собой систему социальных групп и отношений между ними. В ней взаимодействуют различные социальные группы, члены которых интегрированы интересами, целями, ценностями, нормами, базирующимися на основе совместной деятельности. Социальная организация промышленного предприятия – это система социальных групп, выполняющих определенные производственные функции, которые способствуют достижению общей цели. Это обычно работники (организационно оформленная общность людей), объединяющиеся для создания производства определенной продукции с помощью материальных средств и предметов труда.

Перед трудовой социальной организацией, как правило, ставятся две задачи:

1) повышение экономической эффективности производства и качества выпускаемой продукции и труда;

2) социальное развитие коллектива или работника как личности.

Эти задачи определяют два типа структуры социальной организации: производственную и непроизводственную.

Общая структура социальной организации промышленного предприятия возникает и развивается как в рабочее время (в ходе производственного процесса, в процессе труда), так и в свободное от работы время. Эти социальные организации взаимосвязаны между собой и дополняют друг друга. [4, 366]

Условия досуга весьма важны для свободного и разностороннего развития работающего человека. Право на отдых наряду с разумным ограничением рабочего дня и правом на оплачиваемый периодический отпуск является неотъемлемым правом каждого, провозглашенным во Всеобщей декларации прав человека и закрепленным в законах многих государств. В соответствии с Конституцией Российской Федерации каждый имеет право на отдых; работающему по трудовому договору гарантируются установленные федеральным законом продолжительность рабочего времени, выходные и праздничные дни, оплачиваемый ежегодный отпуск. [1,143]

Досуг способствует восстановлению физических и интеллектуальных сил работников, теснейшим образом связан с удовлетворением их социально-культурных потребностей, вызываемых, в частности, ускорением научно-технического и социального прогресса. Величина, структура, содержание и формы использования досуга существенно влияют на гуманистическую наполненность образа жизни и мировосприятие людей, выбор ими нравственных ориентиров и гражданской позиции.

Величина досуга непосредственно зависит от продолжительности рабочего времени и соотношения частей внерабочего времени в пределах суток, недели, месяца, года. В будние (рабочие) дни время досуга ограничено: это дефицит удается сократить в выходные и установленные государством праздничные дни, а также в дни трудового отпуска.

Структура досуга подразумевает различные занятия: творческая активность, в том числе общественная деятельность, участие в добровольных объединениях по интересам; учеба, занятия с целью самообразования и пополнения знаний; удовлетворение духовно-эстетических запросов посредством обращения к очагам культуры, видам искусства, художественной литературе, средствам массовой информации; занятия физической культурой и сgортом, включая туризм; разного рода развлечения, в том числе и игры с детьми; встречи с друзьями в семейном кругу, разнообразные формы товарищеского общения.

Содержание досуга определяется тем, каким из перечисленных занятий человек отдает предпочтение.

Конечно, отдых как досуг может быть пассивным (состояние полного покоя) или активным – к примеру, гимнастические упражнения, увлечение каким-то видом спорта, самодельными поделками и т.п. Выбор зависит от человека, общих условий досуга, возраста и других обстоятельств.

Различают ежедневный (короткие перерывы в течение рабочего дня, а также завершающий сутки полноценный сон), еженедельный (выходные дни, которые дают возможность больше пребывать на свежем воздухе, заниматься спортом и разнообразными увлечениями, прибегать к услугам баз массового отдыха) и ежегодный (предоставление работнику оплачиваемого отпуска, что позволяет ему на определенный срок сменить обычные занятия, воспользоваться возможностью побывать в оздоровительном учреждении, совершить туристический поход, уделить больше внимания обустройству дома) виды отдыха. [1,144]

Формы проведения свободного времени зависят как от содержания и комфортности досуга, так и от самого человека, присущих ему устремлений. В этом отношении досуг является для человека обширной зоной приобретений и потерь.

**2.2 Корпоративный досуг: цели и способы организации**

Многие российские компании все чаще включают в перечень запланированных кадровых мероприятий проведение корпоративных праздников, организацию коллективного отдыха. Одни работодатели подходят к подготовке корпоративного досуга с большой ответственностью; другие проводят праздники, не заботясь ни о содержании их сценариев, ни о качестве «развлекателей» (результат соответствующий – сотрудники сетуют: «Лучше бы выплатили премию, чем тратить деньги на такие развлечения»). Нужны ли вообще эти дорогостоящие мероприятия? Какие цели они преследуют? Как грамотно подходить к организации корпоративного досуга? [5,69]

Традиция проведения корпоративных праздников возникла на рубеже XIX–XX вв. в Европе и Америке. В западной системе «социальных координат», где сильны индивидуализм и умение «держать дистанцию», подобные события – важный инструмент сближения членов команды. Участие в совместном праздновании или отдыхе позволяет сотрудникам лучше узнать друг друга, наладить отношения, преодолеть возможную отчужденность. В русской культуре межличностное общение часто преобладает над профессиональным: сотрудники отечественных компаний общаются постоянно и с удовольствием, причем нередко и в рабочее время (для нас гораздо актуальнее вопрос о повышении мотивации персонала к выполнению непосредственных трудовых обязанностей). Тем не менее значимость праздничных корпоративных мероприятий в арсенале российских топ-менеджеров возрастает.

В советские времена похожие праздники на производстве проводились достаточно часто. Традиционная их модель включала обязательную официальную часть идеологически-воспитательного содержания, чествование передовиков, выступление участников художественной самодеятельности. В трудные переломные годы подобные праздники на производстве перестали практиковаться, но с середины 90-х они стали возрождаться в новом качестве.

Сегодня корпоративные мероприятия, выступающие в качестве механизма сплочения коллектива, проводника базовых ценностей компании, – важный элемент жизни компаний, неотъемлемый компонент их организационной культуры. Пока не существует общепринятого точного определения корпоративного праздника – диапазон трактовок этого понятия крайне широк. При всем многообразии исследований и публикаций по тематике организационной культуры относительно мало работ, посвященных феномену корпоративного праздника (досуга), оценке его значимости. Попытаюсь предложить собственное определение корпоративного праздника – это специальное мероприятие, инициированное и финансируемое компанией, организованное для персонала, партнеров, клиентов или иной целевой аудитории, посвященное знаменательному событию – корпоративному либо общественному, которое является средством поддержания внутренней организационной культуры, достижения коммерческих целей организации или того и другого одновременно.

Корпоративные праздники работодатели рассматривают как возможность осуществить перенос положительных эмоций, которые возникают у человека во время проведения досуга, на сферу труда. Нередко эти мероприятия сочетаются с презентациями, рекламными акциями, переговорами с деловыми партнерами, а корпоративный досуг – с тренингами развития персонала. Так, тренинги командопостроения (team building), как правило, проводятся в неформальной обстановке, в свободное от работы время, где-нибудь на природе. Это не похоже ни на традиционное обучение, ни на традиционный праздник. Иногда вообще сложно провести четкую грань, где заканчивается корпоративное мероприятие со значимыми деловыми целями и начинается праздник. Недаром бизнесмены нередко ведут переговоры с партнерами по бизнесу не в строгих офисных помещениях, а в ресторанах и даже банях-саунах.

По мнению многих PR-специалистов, корпоративный праздник – эффективный инструмент работы с персоналом при условии системного подхода к его подготовке. Имеется в виду гармоничное сочетание целей праздничного мероприятия с выбором форм и способов его проведения. Последние, в свою очередь, должны соответствовать особенностям корпоративной культуры. Единой логике должно быть подчинено все – начиная с общей креативной идеи праздника и вариантов вовлечения сотрудников, заканчивая четкой организацией мероприятия, насыщенностью праздничной программы, оформлением помещения (или пространства). Наиболее распространенной практикой сегодня является отдых в ресторане или клубе, когда накрыты столы и предусмотрена развлекательная программа. Но специалисты прогнозируют, что в ближайшее время повысится спрос на нетрадиционные сценарии. [5,70]

От того, какие PR-цели праздник преследует – внешние или внутренние, зависит и форма его проведения. Для организации праздничной вечеринки (будь то Новый год, День рождения компании, вывод на рынок нового продукта или изменение стратегии) нужен отдельный проект с собственными задачами. Нельзя, скажем, отмечать юбилей компании, когда в празднике одновременно участвуют партнеры, клиенты и сотрудники. Такой проект, когда совмещаются внешние и внутренние PR-цели, по всей вероятности, даст больше отрицательных, нежели положительных эффектов.

Грамотная организация корпоративного торжества позволяет одновременно решить несколько внутренних задач – например, мотивировать сотрудников, поддержать их корпоративный дух, обеспечить положительное отношение к новым инициативам менеджмента. Вечеринка с богатой культурной программой и подарками – эффективный мотивационный инструмент, укрепляющий корпоративный дух в обстановке общего веселья. После таких мероприятий сотрудники начинают больше ценить свою компанию, активнее участвовать в начинаниях руководства, проявлять инициативу.

Умело организованный корпоративный праздник выполняет функцию объединения сотрудников. Обычно общение на рабочем месте происходит в рамках заданной «роли», по принципу «начальник – подчиненный» или «коллега – коллега». В неформальной же обстановке люди раскрываются по-новому. У руководства появляется дополнительная возможность разглядеть, что собой представляют их подчиненные, понять, какими скрытыми способностями они обладают; общение с топ-менеджерами облегчает работникам дальнейшие деловые контакты.

Правда, риск свести все усилия на нет или даже получить отрицательный результат существует. Это происходит тогда, когда персонал замечает и осознает, что праздник устроен руководством с целью незаметно «подсмотреть» за сотрудниками, пользуясь тем, что в новой обстановке уровень их самоконтроля снижается. Снять эту опасность в какой-то мере позволяет привлечение к организации праздника самих сотрудников компании, реализация их творческих способностей и выдумки. Вовлекая в подготовительный процесс людей, которым предпраздничные хлопоты доставляют радость, можно повысить уровень их доверия и заинтересованности в том, чтобы все участники получили удовольствие. Чем больше сотрудники сделают для организации мероприятия сами, тем с большим интересом и пользой оно будет проведено. Это подтверждается практикой крупных российских организаций, где прижились такие формы проведения досуга, как капустники, конкурсы, состязания и самодеятельные концерты, в которых участвуют и топ-менеджеры. [5,71]

Особого внимания заслуживает опыт тех компаний, где совмещают приятное с полезным, комбинируя празднество с элементами корпоративного тренинга, когда новые идеи доносятся до персонала не через распорядительные документы, а в более легкой и даже увлекательной форме. Такая форма продвижения инноваций, будучи психологически мотивированной, весьма эффективна.

Абсолютно губительными оказываются попытки руководства силой заставить сотрудников посещать праздничные мероприятия, какими бы дорогостоящими и полезными с точки зрения организаторов они ни были. Это касается вообще любой кадровой инициативы, будь то корпоративное обучение или совместный отдых на природе. Если есть «обязаловка», то у сотрудников происходит подсознательное отторжение и неприятие любого мероприятия, каким бы ценным оно ни представлялось руководству. Досуг и праздник ассоциируется со свободой выбора; когда же его нет, смысл задуманного теряется.

Любое торжество должно вписываться в корпоративную культуру. И если компания поощряет командную работу, то в программу праздника следует включать групповые состязания, командные конкурсы. Если же фирма делает ставку на индивидуальные достижения и творческий подход, то лучше организовать соревнование на уникальную идею и прямо на празднике наградить победителей. В любом случае тематика и концепция праздничного мероприятия должны отвечать составу участников, учитывать их интересы.

Спрос на корпоративные праздники рождает и предложение. Принимая решение о проведении праздничных мероприятий, организация решает – справится ли она с этим проектом своими силами или доверит его проведение профессионалам. Пока что российский рынок услуг по организации корпоративных праздников находится в стадии становления. Тем не менее можно выделить несколько групп провайдеров этих услуг. К первой относятся продюсерские центры, которые готовят только развлекательную программу. В этих случаях проблемой часто становится отсутствие общего сценария праздника, несогласованность официальной и неофициальной его частей. Вторая группа – специализированные агентства, которые выполняют как корпоративные, так и частные заказы, связанные со свадьбами, днями рождения и другими подобными событиями. Третья – PR-агентства широкого профиля, ориентированные на корпоративных клиентов, которые, помимо прочего, занимаются и организацией корпоративных праздников. Среди них можно выделить тренинговые агентства, специализирующиеся на предоставлении услуг в области обучений развития персонала и организации корпоративного отдыха с элементами командопостроения.

**Заключение**

Грамотная организация корпоративного торжества позволяет одновременно решить несколько внутренних задач – например, мотивировать сотрудников, поддержать их корпоративный дух, обеспечить положительное отношение к новым инициативам менеджмента. Вечеринка с богатой культурной программой и подарками – эффективный мотивационный инструмент, укрепляющий корпоративный дух в обстановке общего веселья. После таких мероприятий сотрудники начинают больше ценить свою компанию, активнее участвовать в начинаниях руководства, проявлять инициативу.

Умело организованный корпоративный праздник выполняет функцию объединения сотрудников. Обычно общение на рабочем месте происходит в рамках заданной «роли», по принципу «начальник – подчиненный» или «коллега – коллега». В неформальной же обстановке люди раскрываются по-новому. У руководства появляется дополнительная возможность разглядеть, что собой представляют их подчиненные, понять, какими скрытыми способностями они обладают; общение с топ-менеджерами облегчает работникам дальнейшие деловые контакты.

**Библиографический список**

1. Ворожейкин И.Е. управление социальным развитием организации: учебник. – М.: ИНФРА – М, 2001. – 176 с.
2. Зборовский Г.Е. Социология досуга и социология культуры: поиск взаимосвязи // Социологические исследования. 2006. – №12, С. 56–63
3. Культура досуга / В.М. пича, И.В. Бестужев – Лада, В.М. Димов и др. – К.: Изд-во при Киев. Ун-те, 1990. – 240 с.
4. Нартов, Н.А. Социология: учеб. Для Вузов / Под ред. Проф. В.И. Староверова. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2005. – 511 с.
5. Понукалина, О. Корпоративный досуг: цели и способы организации // человек и труд. 2008. – №11, С. 69–72.
6. Социологическая энциклопедия: В 2 т. Т. 1/ Национальный общественно – научный фонд/ Руководитель научного проекта Г.Ю. Семигин; главный редактор В.Н. Иванов. – М.: Мысль, 2003. – 694 с.
7. Социология: учебник для вузов / Под. ред. проф. В.Н. Лавриенко. – 3- е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2005. – 448 с.
8. Спивак В.А. Управление персоналом для менеджеров: учебное пособие / В.А. Спивак. – М.: Эксмо, 2008. – 624 с.
9. Управление персоналом организации: учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 638 с.