

Секция «Журналистика»

Философия добровольчества в обществе потребления

Шейкина Мария Сергеевна

Студент

МГУ - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: sheykina.maria@mail.ru

Мир давно знаком с таким видом социальной деятельности как добровольчество, или волонтерство. В России же эти термины в современном их понимании стали известны только в 80-х годах 20-го века. До этого времени добровольцами назывались, например, те, кто шел на войну, не дожидаясь мобилизационной повестки, или же те, кто работал под контролем идеологической машины на целине или строительстве БАМа. В наше время военный аспект семы термина «добровольчество» отошел на второй план, и мы всё чаще вкладываем в него иное значение.

Волонтерство - это добровольный труд людей на благо нуждающихся в помощи без расчета на денежное вознаграждение. Современные реалии побуждают весь мир, и в частности граждан России, заниматься благотворительной добровольческой деятельностью: озеленять парки, оказывать помощь престарелым, сиротам, людям с ограниченными возможностями, ухаживать за бездомными людьми и животными, помогать пострадавшим в чрезвычайных ситуациях, при катастрофах или организовывать работу фестивалей, концертов, спортивных мероприятий. Из последних явных и массовых примеров волонтерской деятельности в России можно привести в пример оказанную добровольцами помощь пострадавшим от наводнения на Дальнем Востоке и в организации XXII зимней олимпиады в Сочи. Тенденция актуализации волонтерского движения прослеживается отчетливо. Тысячи человек оказывали помощь, забыв о стороне своей сущности как homo economicus, то есть человека экономического, который стремится максимизировать собственную выгоду. Они покидали дома, близких, терпели неудобства сами за единую благую идею. Но важно, что эта идея заключается не во взаимной, а именно в однонаправленной помощи.

На первый взгляд, движущая сила добровольцев благотворительного и волонтерского движения оценивается весьма однозначно: ими движет чистый альтруизм. Однако на практике философия добровольчества в условиях общества потребления куда шире: она имеет множество психологических аспектов, которые существуют наряду с альтруистической самоотдачей в этой социальной деятельности.

Волонтер готов тратить свое время и силы на некое общее благое дело, выгоду от которого получит не он сам, а тот, кому оказывается помощь. В условиях даже устной договоренности возникает ответственность добровольца за свои действия. Он готов сделать благо, и если он открыто об этом заявляет, то от него этого блага ждут. В реалиях общества потребления обещанное благое дело воспринимается как оказание услуги. Добро оказывается товаром. И зачастую «покупатели» такого товара остаются недовольны. Например, в случае если помощь оказана с задержкой, работа выполнена не так, как хотелось бы, или если оказанной помощи недостаточно и т.п. При этом такая психологическая реакция направляется «современной магией», природа которой

бессознательна, то есть человек по умолчанию чувствует неудовольствие от некачественной работы волонтера.

Добровольцы тоже имеют некоторые ожидания насчет волонтерской деятельности. И если в социалистическом прошлом во многом ими управляли обычай, идеология, патриотизм, то в современном индивидуалистском обществе стремление к личному благу неизбежно. Волонтер хочет ощущать благодарность тех людей, которым он помогает, или чувствовать важность выполняемой миссии, чтобы иметь стойкую мотивацию. Кроме того, опрос среди волонтеров показал, что они все же хотят выгоды: работают ради приобретения опыта, специальных навыков и знаний, установления личных контактов, снятия коммуникативных барьеров и т.д. Волонтерская деятельность нередко оказывается путем к оплачиваемой работе, так как здесь всегда есть возможность проявить и зарекомендовать себя с лучшей стороны, попробовать себя в разных сферах деятельности и определиться с выбором жизненного пути, что актуально для основной массы волонтеров (по статистике абсолютное большинство добровольцев - молодежь). Кроме того, добровольчество воспринимается обществом как нечто идущее на благо, отчего дает возможность создать волонтеру положительную репутацию.

Философия добровольчества в обществе потребления специфична, она отличается от установок волонтеров прошлого. Современный волонтер сознательно или бессознательно ищет выгоды сам для себя: от вербальной благодарности до материальных компенсаций или иных привилегий. Собственное участие в волонтерской деятельности на Дальнем Востоке и при организации XXII зимней олимпиады стало поводом для того, чтобы рассмотреть философию добровольчества в наше время и открыть новое понимание сути волонтерства. Проведенное исследование показало, что волонтерская помощь в современном мире воспринимается как благо, способное удовлетворить потребность, иными словами, как товар. Отсюда же вытекает вывод, что философия волонтерства не тождественна альтруизму, а порой даже не избегает материального подтекста, то есть желания личной или коммерческой выгоды в будущем.

Литература

1. Колосова Р.П., Красновид А.В. Занятость волонтеров: возможности и ограничения. М.: Экон. ф-т МГУ имени М.В. Ломоносова; ТЕИС, 2010.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. М: Республика, 2006.
3. Энциклопедия социальной работы. В 3 т. Т. 1 : пер. с англ. М.: Центр общечеловеческих ценностей, 1993.
4. Под парусом добровольчества: Добровольческие инициативы в НКО / И. Доминова и др.. Краснодар, ЮРРЦ, 2003. - 38 с.
5. Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора и некоммерческих организаций: Учебное пособие / Под ред. Е.Н. Жильцова. М.: Издательство МГУ, 1995. - 185 с.