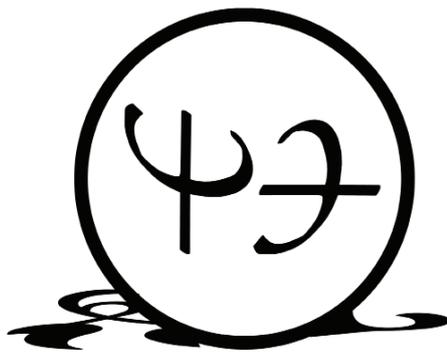




РАНХиГС
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПОВОЛЖСКИЙ
ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
ИМЕНИ П.А.СТОЛЫПИНА

ПСИХОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ



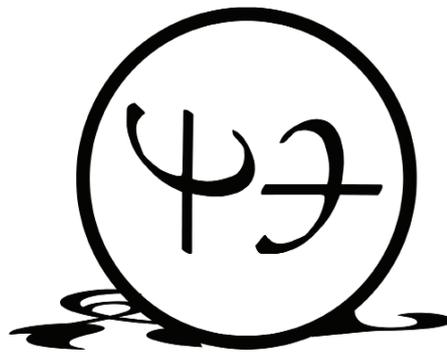
2016
Том 3 (9)
№4



RANEPA
THE RUSSIAN PRESIDENTIAL ACADEMY
OF NATIONAL ECONOMY
AND PUBLIC ADMINISTRATION

STOLYPIN VOLGA
REGION INSTITUTE
OF ADMINISTRATION

JOURNAL OF
PSYCHO-ECONOMICS



2016
Volume 3 (9)
№4

Научный журнал
ПСИХОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ

Journal of
PSYCHOECONOMICS

Редакционная коллегия:

Главный редактор

д-р экон. наук, профессор **А.Н. Неверов**

Зам. гл. редактора

д-р экон. наук,
канд. полит. наук, профессор **А.В. Латков**
канд. психол. наук, доцент **А.В. Неверова**

Члены редколлегии

д-р экон. наук, профессор **А.Ю. Маркелов**
д-р филос. наук, профессор **С.И. Мозгилин**
канд. экон. наук, доцент **И.В. Саунин**
канд. психол. наук, доцент **Н.Ю. Стоюхина**
д-р психол. наук, профессор **А.И. Худяков**

Ответственный секретарь

Г.Г. Минасян

Учредитель

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Художественное оформление обложки

А.Ю. Маркелов, А.Н. Неверов

© Коллектив авторов, 2016

© Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина, 2016

© Центр психолого-экономических исследований СНЦ РАН, 2016

Издатель: Центр психолого-экономических исследований СНЦ РАН

Адрес издателя: 410012, Россия, г. Саратов, ул. Московская, 164, 2110.

**Журнал выходит четыре раза в год:
в марте, июне, сентябре и декабре
Материалы принимаются
круглогодично**

Editorial board:

Editor-in-Chief:

Sc.D., prof. **A.N. Neverov**

Co-Editors

Sc.D., prof., **A.V. Latkov**,
Ph.D., assoc. prof. **A.V. Neverova**

Associate Editors

Sc.D., prof. **A.Yu. Markelov**
Sc.D., prof. **S.I. Mosgulin**
Ph.D., assoc. prof. **I.V. Saunin**
Ph.D., assoc. prof. **N.Yu. Stoukhina**
Sc.D., prof. **A.I. Khudiakov**

Managing Editor

G.G. Minasyan

Founder

The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Cover design

A.Yu. Markelov, A.N. Neverov

© Group of authors, 2016

© Stolypin Volga Region Institute of Administration, 2016

© Center of Psycho-Economic researches SSC RAS, 2016

Publisher: Center of psycho-economic researches SSC RAS

Address of the publisher: 410012, Russia, Saratov, Moskovskaya street, 164, 2110.

**The journal is published 4 issues per year:
March, June, September and December
Materials are accepted
all-the-year-round**

Редакционный совет

Advisory Editors

В.Л. Чепляев канд. соц. наук, профессор (председатель редсовета) (Саратов, Россия)	V.L. Cheplyaev Ph.D., prof (chairman of editorial council) (Saratov, Russia)
Н.И. Гвоздева д-р. экон. наук, профессор (со-председатель) (Саратов, Россия)	N.I. Gvozdeva Sc.D., prof (co-chairman of editorial council) (Saratov, Russia)
О.Н. Фомин д-р полит. наук (зам. председателя редсовета) (Саратов, Россия)	O.N. Fomin Sc.D., prof (vice-chairman of editorial council) (Saratov, Russia)
М. Альтман д-р экономики, проф. (Веллингтон, Новая Зеландия)	M. Altman Ph. D., prof. (Wellington, New Zealand)
Э. Брендштагтер д-р психологии, проф. (Линц, Австрия)	E. Brandstaetter Ph. D., prof. (Linz, Austria)
С.А. Булгакова д-р экон. наук, проф. (Саратов, Россия)	S.A. Bulgakova Sc. D., prof. (Saratov, Russia)
О.С. Дейнека д-р психол. наук, проф. (Санкт-Петербург, Россия)	O.S. Deyneka Sc. D., prof. (St. Petersburg, Russia)
А.Н. Демин д-р психол. наук, проф. (Краснодар, Россия)	A.N. Demin Sc. D., prof. (Krasnodar, Russia)
А.Л. Журавлев д-р психол. наук, проф. член-корр. РАН. (Москва, Россия)	A.L. Zhuravlev Sc. D., prof., Crspd. Mem. of the RAS (Moscow, Russia)
Б. Йоргенсен д-р психологии (Бендиго, Австралия)	B. Jorgensen Ph. D. (Bendigo, Australia)
Э. Киршлер д-р психологии, проф. (Вена, Австрия)	E. Kirchler Ph. D., prof. (Vena, Austria)
Д. Лейзер д-р психологии, проф. (Беэр-Шева, Израиль)	D. Leiser Ph. D., prof. (Beer Sheva, Israel)
В.А. Мазилев д-р психол. наук, проф. (Ярославль, Россия)	V.A. Mazilov Sc. D., prof. (Yaroslavl, Russia)

- | | |
|---|--|
| С.Б. Малых
д-р психол. наук, проф. акад. РАО
(Москва, Россия) | S.B. Malykh
Sc. D., prof. Mem. of the RAE
(Moscow, Russia) |
| А.Ф. Пантелеев
канд. психол. наук, доц.
(Саратов, Россия) | A.F. Panteleev
Ph. D., assoc. prof.
(Saratov, Russia) |
| В.П. Позняков
д-р психол. наук, проф.
(Москва, Россия) | V.P. Poznyakov
Sc. D., prof.
(Moscow, Russia) |
| А.Н. Поддьяков
д-р психол. наук, проф.
(Москва, Россия) | A.N. Poddyakov
Sc. D., prof.
(Moscow, Russia) |
| Е.В. Попов
д-р экон. наук, д-р ф.-м. наук, проф.,
член-корр. РАН
(Екатеринбург, Россия) | E.V. Popov
Sc. D., prof.
Crspd. Mem. of the RAS
(Ekaterinburg, Russia) |
| Б.И. Пружинин
д-р филос. наук, проф.
(Москва, Россия) | B.I. Pruzhinin
Sc. D., prof.
(Moscow, Russia) |
| В.А. Русановский
д-р экон. наук, проф.
(Саратов, Россия) | V.A. Rusanovskiy
Sc. D., prof.
(Saratov, Russia) |
| В.Е. Семенов
д-р психол. наук, проф.
(Санкт-Петербург, Россия) | V.E. Semenov
Sc. D., prof.
(St. Peterburg, Russia) |
| О.С. Сухарев
д-р экон. наук, проф.
(Москва, Россия) | O.S. Sukharev
Sc. D., prof.
(Moscow, Russia) |
| Ю.В. Федорова
д-р экон. наук, проф.
(Москва, Россия) | Yu.V. Fedorova
Sc. D., prof.
(Moscow, Russia) |
| Н.В. Шахматова
д-р соц. наук, проф.
(Саратов, Россия) | N.V. Shakhmatova
Sc. D., prof.
(Saratov, Russia) |

6. Поддьяков А.Н., Елисеенко А.С. Связи субъективной неопределенности и эффективности решения комплексной проблемы (на материале деятельности управления виртуальной фабрикой) // Психологические исследования. 2013. Т. 6. № 28. С. 4. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n28/791-poddiakov28.html>.
7. Litman J. A. Relationships between measures of I- and D-type curiosity, ambiguity tolerance, and need for closure: An initial test of the wanting-liking model of information-seeking // Personality and Individual Differences. 2010. Vol. 48. P. 397–402
8. Поддьяков А.Н. Практики тестирования чужого ума // Образовательная политика. 2016. № 2 (в печати).
6. Podd'jakov A.N., Eliseenko A.S. Svjazi subyektivnoj neopredelennosti i jeffektivnosti reshenija kompleksnoj problemy (na materiale dejatel'nosti upravljenija virtual'noj fabrikoj) // Psihologicheskie issledovanija. 2013. T. 6. №28. S. 4. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n28/791-poddiakov28.html>.
7. Litman J.A. Relationships between measures of I- and D-type curiosity, ambiguity tolerance, and need for closure: An initial test of the wanting-liking model of information-seeking // Personality and Individual Differences. 2010. Vol. 48. P. 397–402
8. Podd'jakov A.N. Praktiki testirovanija chuzhogo uma // Obrazovatel'naja politika. 2016. № 2 (in print).

Анастасия Евгеньевна Воробьева

*(канд. психол. наук, старший научный сотрудник
ФГБУН «Институт психологии РАН»,
г. Москва, Россия)*

aeVorobieva@yandex.ru

Анастасия Азаматовна Акбарова

*(соискатель
ФГБУН «Институт психологии РАН»,
г. Москва, Россия)*

anastasia.akbarova@gmail.com

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ТРАНСФОРМАЦИИ АКТИВНОСТИ В СФЕРЕ ДОСУГА И ЗАНЯТОСТИ В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Обозначена недостаточная разработанность такой отрасли прикладной психологии как психология досуга, отмечена его широкая изученность в социологии, педагогике, культурологии. Дано понимание феномена досуга, его роли в жизни человека, и представлена история его становления в обществе, в том числе в кризисные периоды. Описан ряд социально-психологических факторов досуговых предпочтений на основе данных зарубежных исследований. Предложена теоретическая модель изменения активности в сфере досуга и занятости в период экономического кризиса. Рассмотрены психологические

* Работа выполняется при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ № 16-36-01059a2.

особенности переживания экономического кризиса. Обозначены перспективы дальнейших исследований психологии досуга. Разработана авторская программа для изучения изменения активности в сфере досуга и занятости в условиях экономического кризиса, учитывающая уровень социальной фрустрированности личности и свойственные ей стратегии коупинга. На выборке жителей мегаполиса было выявлено 4 эмпирических типа отношения к досугу в условиях экономического кризиса. Адаптация к экономическому кризису в сфере досуга определяется социально-демографическими и социально-экономическими факторами: для женщин более характерна самореализация в досуге и большая тревога в текущих экономических условиях, респондентам с более низким уровнем дохода больше характерно забываться в досуговой активности. Условия кризиса оказываются стимулирующими в случае серьезных финансовых затруднений, ставящих под угрозу существование семьи, но при этом досуг трансформируется или редуцируется. Условия кризиса оказывают угнетающее действие на досуговую активность, волонтерство, расходы в случае неуверенности в сохранении работы, с которой личность не может активно бороться.

Ключевые слова: психология досуга, отношение к экономическому кризису, психологическая адаптация, психологические типы адаптации к экономическому кризису, новые формы досуга, сфера личной жизни, активность в сфере занятости

Anastasia E. Vorobieva

(Ph.D. (Psychology), Senior researcher,
The Institute of Psychology
of Russian Academy of Science,
Moscow, Russia)

aeVorobieva@yandex.ru

Anastasia A. Akbarova

(graduate student,
The Institute of Psychology
of Russian Academy of Science,
Moscow, Russia)

anastasia.akbarova@gmail.com

PSYCHOLOGICAL FACTORS OF TRANSFORMATION ACTIVITY IN THE FIELD OF LEISURE AND EMPLOYMENT DURING THE ECONOMIC CRISIS

The lack of development of a branch of applied psychology as a leisure psychology was denoted, but it is broad studied in sociology, pedagogy, culturology. An understanding of the phenomenon of leisure activities, its role in human life, and the history of its formation in society, including in times of crisis was given. It describes a number of socio-psychological factors leisure preferences on the basis of foreign studies. A theoretical model of change of activity in the field of leisure and employment during the economic crisis was proposed. We consider the psychological characteristics of the experience of the economic crisis. The perspectives of further research of leisure psychology were marked. The author's program for the study of changes in the activity in the field of leisure and

employment in the economic crisis, taking into account the level of social frustration and coping strategy, was developed. In the sample of population of metropolis it was revealed 4 empirical types of relationships to leisure activities in the economic crisis. Adapting to the economic crisis in the sphere of leisure activities is determined by socio-demographic and socio-economic factors: women's self-realization is more common in the leisure and more anxiety in the current economic conditions, respondents with lower income is more characteristic to be doze off in the leisure-time activity. Crisis conditions are challenging in the case of serious financial difficulties, jeopardizing the existence of the family, but leisure is transformed or reduced. Crises have a depressing effect on leisure-time activities, volunteering, expenses in the case of uncertainty in the preservation of the work with which a person can not actively fight.

Keywords: *psychology of leisure, attitude to the economic crisis, psychological adaptation, psychological types of adaptation to the economic crisis, new forms of leisure, the sphere of private life, activity in the field of employment*

Постановка проблемы

Сфера личной жизни индивида является менее изученной по сравнению с общественной и трудовой жизнью. Психология досуга - как самостоятельная отрасль прикладной психологии практически не разработана, ставятся лишь задачи ее развития [6].

Досуг можно определить как вид деятельности, связанный с получением эмоций и/или достижением целей, самостоятельно выбранный и не связанный с получением материальной выгоды. Для части людей он является основным источником удовлетворения, а для других более важным является работа или семья [18]. Досуг называют одним из основных факторов благополучия [20].

Исторические корни досуга описываются по-разному. Есть две точки зрения, первая заключается в том, что в примитивных сообществах не было жесткого разграничения между трудом и досугом, их поляризация связывается с наступлением промышленной революции, при этом средние и привилегированные классы ценили досуг выше работы и многие из них вообще не работали [2]. Вторая точка зрения на происхождение досуга состоит в том, что досуг исторически складывался как форма активности, которая находится как бы в обособленном состоянии от общественного бытия и выполняет функцию развития личности. Увеличение количества свободного времени и технический

прогресс задали новый вектор развития досуга в XX в.: он стал ассоциироваться с ничегонеделанием [1].

В постсоветской России резкое падение уровня жизни выдвинуло на первое место возможности поисков дополнительной работы в часы, свободные от основной, произошло не только сокращение величины свободного времени, но и изменение характера его использования, на первое место стали выходить проблемы отдыха и восстановления физических сил, а не насыщенной культурной жизни.

На современном этапе общие тенденции развития общества приводят к снижению занятости личности в производстве, сокращению продолжительности рабочего времени и росту доли времени, которое может быть использовано для проведения досуга. Также наблюдается рост доли пожилых людей среди населения развитых стран, имеющих потенциально больше времени для проведения досуга. К тому же в настоящее время происходит расширение понимания досуга, его форм, в частности происходит слияние экономического и досугового поведения в формате шоп-туров, интернет-шоппинга, посещения торговых-развлекательных центров. Появляются новые формы досуга, не существовавшие ранее и совершенно неизученные, а ранее популярные формы досуга утрачивают свое значение.

Проблема досуга хорошо изучена в социологии, культурологии, педагогике, управлении персоналом (в аспекте

корпоративного досуга), но психологами затронута довольно слабо (например, нам удалось обнаружить только одну российскую методику для изучения согласованности досуга супругов [4]).

Филологические работы могут дать нам понимание существующих на данный момент форм досуга через анализ соответствующей лексики [11]: 1) отдых и развлечения (туризм, активные виды спорта, азартные игры, компьютерные игры и Интернет, музыка и танцы, кафе, рестораны и клубы, кино и театры, музеи, выставки, показы мод, секс-услуги, магазины и покупки), 2) отдых и оздоровление (косметические и спа-салоны, фитнес-центры, бани и сауны), 3) отдых, творчество и интеллектуальная деятельность (декоративно-прикладное, художественное, техническое творчество, интеллектуальные игры). Такое объединение театров и компьютерных игр в одну подгруппу наверняка вызовет протест у многих людей.

Исследование показало, что когнитивные признаки концепта «досуг» и составляющие лексемы «досуг» различаются по социальным (прежде всего, возрастным и гендерным) группам. Молодое поколение при определении лексемы «досуг» учитывает, как правило, развлекательную сторону, а также определяет досуг как время для получения дополнительной профессии, необходимости развития творческих и интеллектуальных способностей и т. д. Для финансово благополучных людей в возрасте от 25 до 40 лет досуг ассоциируется, прежде всего, с отдыхом, направленным на оздоровление и красоту и включающим развлекательно-досуговые мероприятия. Для людей от 25 до 40 лет среднего уровня доходов досуг ассоциируется, прежде всего, с развлекательным и оздоровительным отдыхом. Люди от 25 до 40 лет с низким уровнем доходов связывают досуг с творческим или интеллектуальным отдыхом. Кроме того, важной формой проведения досуга в этой возрастной группе является семейный отдых (дома, на природе, в магазинах и т. п.). Для людей 40–55 лет досуг ассоциируется с мероприятиями, направленными на оздоровление организма,

и творческими увлечениями. Люди старше 55 лет понимают досуг как спокойный, тихий отдых и возможности для творчества. Гендерная специфика когнитивных признаков определяется психологическими особенностями мужчин и женщин. Так, досуг мужчин представлен, прежде всего, развлекательными и оздоровительными мероприятиями; женский досуг отличается преобладанием оздоровительных мероприятий и домашнего досуга.

На основе анализа социологической литературы [1] мы выделяем развивающие (посещение театров, музеев, концертов классической музыки, чтение классической литературы) и рекреационные (кино, телевидение, шоппинг, посещение концертов современной музыки, ночных клубов, рукоделие, спорт) формы досуга.

В зарубежных исследованиях изучается проблема барьеров вовлечения в досуговую активность у взрослых [17], одним из которых является социально-экономический статус личности (чем ниже, тем меньше информированность о существующих формах досуга и их доступность), также есть данные о том, что досуг, связанный с физической активностью, способствует борьбе с различными видами стресса [16]. Были установлены взаимосвязи предпочитаемых форм досуга безработными разных социальных групп: представители среднего класса начинают больше читать, выходцы из рабочей среды смотрят телевизор, посещают магазины без цели совершения покупок и т.п. [19] В целом для более образованных категорий населения характерен более разнообразный досуг [21]. Отмечено, что с возрастом удовольствие от досуга снижается [15]. О значении досуга в жизни человека можно встретить различные высказывания: 1) хобби требует такой же физической отдачи, как и основная работа [2]; 2) формы проведения досуга имеют гораздо более важное значение в жизни человека, чем работа [14].

В корпоративном досуге выделяют: повседневный досуг членов трудового коллектива; праздничный досуг; тренинговые мероприятия (тренинги командообразования); корпоративный

туризм. Отмечается национальная специфика корпоративного досуга, российский связывается преимущественно с употреблением алкоголя. В сфере организации повседневного корпоративного досуга за рубежом отмечается тенденция обеспечение отдыха персонала без необходимости покидать место работы [3], что соответствует современной тенденции слияния разных видов активности и многофункциональности пространств городской среды, отмеченной нами в более ранних работах.

Данные зарубежных исследований, во-первых, имеют культурную специфику, во-вторых, отчасти касаются тех форм досуга, которые на данный момент перестали быть популярными или содержательно изменились.

В российских исследованиях есть отдельные работы по досуговому поведению в торгово-развлекательных центрах [5], досугу пожилых людей [8]. Таким образом, есть большой потенциал в изучении психологических особенностей проведения досуга в России, поэтому мы считаем актуальным наше исследование досуговой активности жителей мегаполиса.

Для постсоветского периода, характеризующегося глобальными экономическими изменениями, было характерно изменение структуры и содержания сферы досуга и занятости у населения. Аналогичные изменения должны происходить и в периоды экономических кризисов. Проблема экономического кризиса в наибольшей мере исследована в экономике и социологии, психологических работ по данной проблеме немного [12, 13]. Единичны исследования, где бы изучалось именно отношение к экономическому кризису, его последствиям, сравнительный анализ отношения у различных социальных групп. В период экономического кризиса индивид сталкивается с необходимостью изменить стратегии своего поведения, в том числе в сфере досуга и занятости. В зависимости личностных особенностей, жизненных приоритетов, уровня благосостояния, семейного положения и т.д. перераспределение времени, отдаваемого

этим сферам, их содержание, переживания, связанные с необходимостью менять привычный стиль жизни, будут различаться.

По данным 2013 г., наиболее распространенными тревогами по поводу будущего России были ожидания застоя во всех сферах жизни, революции и распада России как единого государства, политические репрессии и дальнейший рост коррупции в стране, экономический кризис, падение цен на нефть, рост разрыва в доходах, обнищание населения и т.п., а также возможность войны с другими странами, в том числе с использованием оружия массового поражения [7]. Наиболее значимыми экономическими тревогами оказались рост цен, безработицы, а также замораживание заработных плат и снижение темпов экономического роста. Эти страхи либо являлись предвосхищением текущего экономического кризиса, либо основывались на воспоминаниях о предшествующих экономических кризисах (2008 г. и 1998 г.). Мы планируем сопоставить эти данные с переживанием затруднений и возможностей текущего экономического кризиса.

Авторская концепция.

В связи с тем, что сферы досуга и занятости являются взаимодополняющими, взаимно-ресурсными (досуг обеспечивает восстановление для последующей трудовой активности, вознаграждение, полученное за трудовую активность, служит финансовой базой досуга), взаимопроникающими (в настоящее время происходит слияние разных форм активности, в том числе, труда и досуга, например, у фрилансеров, хенд-мейдеров и др.), было решено изучать их совместно, однако в дальнейшем мы планируем углубиться в изучение именно досуговой сферы активности личности. Также в связи с тем, что в настоящее время с августа 2015 года Россия находится в состоянии экономического кризиса, мы сочли необходимым ввести данный контекст в исследование, потому что он сильно отражается на платежеспособности, эмоциональном состоянии и т.д., а большая часть досуга предполагает какие-

то расходы и связана с переживанием удовольствия или стремлением личности к такому переживанию. Мы надеемся, что в дальнейшем по окончании экономического кризиса мы сможем продолжить изучение психологии досуга без влияния данного фактора.

Затруднения, с которыми сталкивается личность в период экономического кризиса мы подразделяем на:

1. Макро-уровень (общество): банкротства компаний, рост безработицы, угроза войны, санкции, неуверенность в курсе валюты, рост цен;

2. Мезо-уровень (группа членства): потеря работы членами моей семьи, экономический разрыв со значимыми людьми (друзья, семья, коллеги), распад семьи по экономическим мотивам);

3. Микро-уровень (личность): неуверенность в своем положении на работе, недостаток экономической грамотности (неумение распорядиться сбережениями, покупка валюты), необходимость перейти к постоянной работе (выйти из декрета, смена фриланса на офисную работу и т.п.).

В связи с тем, что понятие «кризис» связано не только с проблемами, но и с открывающимися возможностями, в анкету нами были включены не только вопросы о столкновении с безработицей, ростом цен и др. проблемами, но и оценка возможностей, открывающихся в данной ситуации (импортозамещение, рост спроса на стимулирование продаж и др.). Восприятие экономического кризиса как явления может быть позитивным (радующий, успокаивающий, обогащающий, кратковременный, стимулирующий, развивающий) или негативным (пугающий, раздражающий, разоряющий, затяжной, сдерживающий, разлагающий) на эмоциональном уровне.

В нашем исследовании мы изучаем следующие формы досуга: 1) активные (музей, театр, спортзал, групповые интеллектуальные игры, обучение, рукоделие и кулинария – б), 2) пассивные (интернет-досуг, кафе и рестораны, кино и телевизор дома, оздоровительные и уходовые

процедуры, торгово-развлекательный центр – 5). Данные формы досуга могут осуществляться как в домашних, так и во внедомашних условиях, как в индивидуальном, так и в групповом формате, поэтому систематизация по данному параметру кажется нам нецелесообразной.

В исследование досуга нами были включены не только общепринятые формы досуга, такие как посещение музеев, спортзала и т.п., но и те, которые можно отнести к сверхнормативным: социальная и политическая активность, освоение полезных навыков и др. Мы предполагаем, что последние формы досуга в период экономического кризиса должны стать особенно показательными для исследователя (борьба с обстоятельствами будет выражаться в социальной и политической активности, пессимистические ожидания – в освоении рабочих специальностей и навыков выживания в экстремальных условиях, социальная изоляция – в сосредоточении на интересах семьи, выращивании продуктов на личном участке).

В период экономического кризиса, как и в период перестройки, люди могут менять соотношение экономической и досуговой активности в своей жизни: 1) больше работать, меньше отдыхать; 2) выбирать более экономичные формы досуга, при этом доля экономической активности может сохраняться, сокращать или увеличиваться; 3) в связи с невозможностью увеличить доходы и сократить расходы, приоритет досугу и семейной сфере, близким отношениям (более подробно см. в табл. 1).

С нашей точки зрения, наиболее важными личностными факторами, которые будут влиять на психологическую специфику досуговой активности в период экономического кризиса являются смысложизненные ориентации личности, свойственные ей когнитивно-поведенческие стратегии преодоления, экстернальность или интернальность личности, оптимизм, уровень ее социальной фрустрированности и ряд других.

Таблица 1.
Теоретическая модель
изменения активности
в сфере досуга и занятости
в период экономического кризиса

Table 1.
The theoretical model
of activity change at the field
of leisure and employment
during the economic crisis.

Изменение в условиях кризиса	Экономическая активность								
	Монетизация хобби	Смена работы на более высокооплачиваемую	Переход на 1,5 ставки на основной работе	Открыть свой бизнес	Сокращать сферы расходов	Переходить на более дешевые товары и услуги	Снижение объема загрузки на работе	Увольнение	
Досуговая активность	Сокращение времени досуга в связи с большой загрузкой на работе	-	+	+	+	+	+	-	-
	Сохранение досуга на прежнем уровне	-	+	+	+	-	-	+	+
	Трансформация досуга в экономическую деятельность	+	-	-	+	+	+	+	+
	Отказ от некоторых форм досуга	+	+	+	+	+	+	+	+
	Переориентация на экономичные формы досуга	+	+	+	+	+	+	+	+
	Рост доли интернет-досуга в досуговой активности	+	+	+	+	+	+	+	+

Психологическая типология адаптации к экономическому кризису в сфере досуга

Методики исследования: авторская анкета для изучения изменения в сфере досуга и занятости в период экономического кризиса (включала в себя вопросы, направленные на выявление переживания экономического кризиса, затруднений и возможностей, которые он принес, страхов, связанных с ним, стратегий адаптации к нему в сфере досуга и занятости, а также отношение к труду и досугу), методика «Когнитивно-поведенческие стратегии преодоления» [10], методика диагностики уровня социальной фрустрированности Л.И. Вассермана (модификация В.В. Бойко) [9].

Цель исследования: выявление психологических типов досуговой активности в период экономического кризиса

Гипотезы исследования:

1. Существуют различные типы отношения к досугу в условиях экономического кризиса, подразделяющиеся

на те, которые стремятся сохранить досуг в условиях кризиса, и те, которые готовы от него отказаться.

2. Сохранение досуга и сокращение его в условиях кризиса может иметь конструктивные и неконструктивные основания и формы.

Исследование было выполнено на выборке 97 человек жителей Московского региона в возрасте 20–45 лет. Выборка уравновешена по возрасту, полу, уровню дохода.

В основу типологии были положены ответы на вопросы о смысле досуга и готовности сохранить его, несмотря на наступивший экономический кризис, либо сократить в связи с ним. Был выполнен кластерный анализ по методу k-means.

Тип 1 – в большой мере согласны с тем, что смысл досуга в обогащении внутреннего мира человека, что досуг – это то, чем стоит максимально наполнить свою жизнь, в наибольшей мере не разделяют точку зрения, что досуг является возможностью забыться от тяжелой жизни и что досуг – это баловство от безделья, также не согласны с тем, что досуг – это возможность делать то, что не

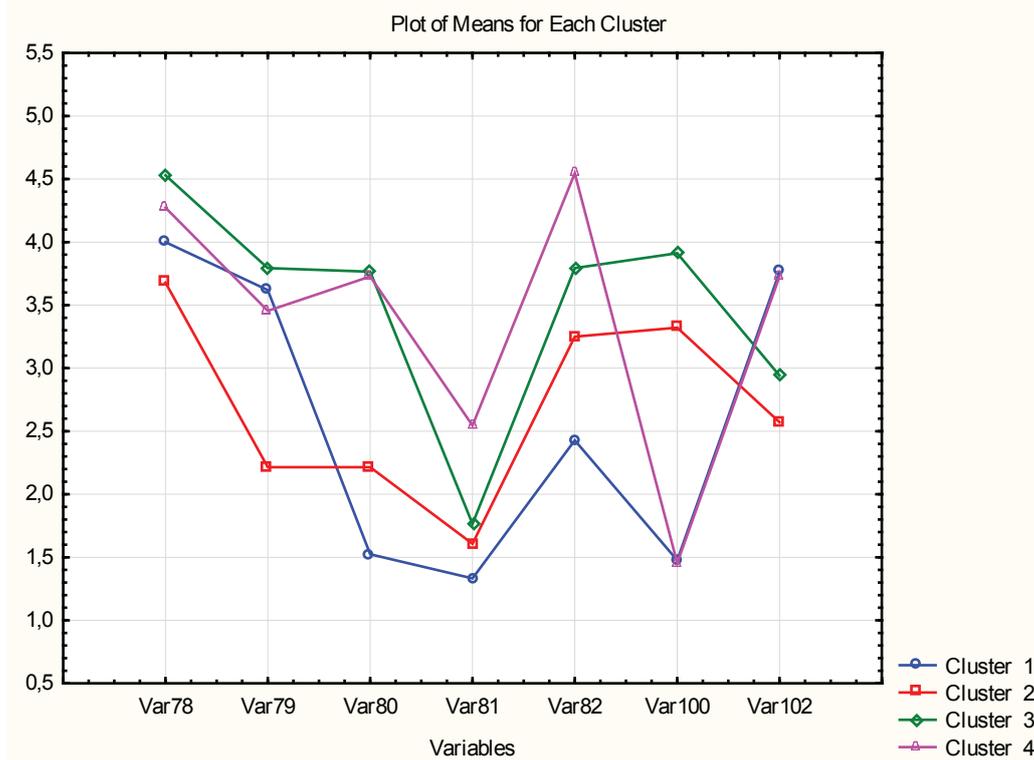


Рис. 1. Психологические типы отношения к досугу в период экономического кризиса

Fig. 1. Psychological types for attitude to leisure time at economic crisis period

Var 78 – смысл досуга в обогащении внутреннего мира

Var 79 – смысл досуга «это то, чем стоит максимально наполнить свою жизнь»

Var 80 – смысл досуга «возможность забыть от тяжелой жизни»

Var 81 – смысл досуга «досуг – это баловство от безделья»

Var 82 – смысл досуга «досуг – это возможность делать то, что не стало профессией»

Var 100 – на фоне экономического кризиса я планирую отказаться от некоторых видов досуга

Var 102 – на фоне экономического кризиса я планирую сохранить досуг на прежнем уровне

стало профессией, не готовы отказаться от некоторых видов досуга в период экономического кризиса, в наибольшей мере стремятся сохранить свой досуг на прежнем уровне в этот период. Этот тип можно условно назвать «досуг для гармоничного развития», а представителя этого типа – «эпикурец». Данный тип составляет 22% от выборки, в нем преобладают мужчины, его можно найти в подгруппах с разным уровнем дохода.

Тип 2 – согласны с тем, что смысл досуга в обогащении внутреннего мира человека, в наибольшей мере не согласны с тем, что досуг – это то, чем стоит максимально наполнить свою жизнь, не разделяют точку зрения, что досуг является возможностью забыть от тяжелой жизни и что досуг – это баловство от безделья,

в некоторой степени согласны с тем, что досуг – это возможность делать то, что не стало профессией, в некоторой степени готовы отказаться от отдельных видов досуга в период экономического кризиса, в наибольшей мере не стремятся сохранить досуг на прежнем уровне. Этот тип можно условно назвать «досуг для реализации себя», а представителя этого типа – «широкая натура». Данный тип составляет 30% от выборки, в нем преобладают женщины, его можно найти в подгруппах с доходом 35–55 тыс. руб. в месяц.

Тип 3 – в наибольшей мере согласны с тем, что смысл досуга в обогащении внутреннего мира человека, и что досуг – это то, чем стоит максимально наполнить свою жизнь, в наибольше мере уверены в том, что досуг является возможностью забыться

от тяжелой жизни, не согласны с тем, что досуг – это баловство от безделья, согласны, что досуг – это возможность делать то, что не стало профессией, в наибольшей мере готовы отказаться от некоторых видов досуга в период экономического кризиса, не стремятся сохранить досуг на прежнем уровне. Этот тип можно условно назвать «досуг для релаксации», а представителя этого типа – «трудяга». Данный тип составляет 36% от выборки, в нем преобладают женщины, его можно найти в подгруппах с доходом 25–55 тыс. руб. в месяц.

Тип 4 – в большой мере согласны с тем, что смысл досуга в обогащении внутреннего мира человека, что досуг – это то, чем стоит максимально наполнить свою жизнь, согласны с тем, что досуг является возможностью забыться от тяжелой жизни, не согласны (но в наименьшей мере среди всех типов) с тем, что досуг – это баловство от безделья, в наибольшей мере уверены в том, что досуг – это возможность делать то, что не стало профессией, не готовы отказаться от некоторых видов досуга в период экономического кризиса, в большой мере стремятся сохранить свой досуг на прежнем уровне в этот период. Этот тип можно условно назвать «досуг для утешения», а представителя этого типа – «фантазер». Данный тип составляет 12% от выборки и свойственен в равной мере, как мужчинам, так и женщинам, его можно найти в подгруппах с доходом 15–25 тыс. руб. в месяц.

Были выявлены следующие различия между типами в их адаптации к экономическому кризису (по критерию Манна–Уитни).

Тип 2 больше сталкивается с такими затруднениями в период экономического кризиса, как неуверенность в своем положении на работе, банкротства компаний и рост безработицы, для него кризис более пугающий, разоряющий, затяжной, разлагающий. Представители этого типа больше готовы экономить на своем досуге в период кризиса, по сравнению с представителями типа 1. Также они больше согласны с тем, что в этот период

им приходится больше работать, они больше боятся, что еще долго не смогут себе позволить расходы на привычные развлечения. Тип 1 отмечает, что их загрузка на работе в период кризиса не изменилась, и развлечений в жизни осталось столько же, также они больше смотрят кино и сидят в кафе в торгово-развлекательных центрах в период кризиса, чем представители типа 2. Тип 2 больше испытывает пессимизм относительно своего будущего, переживает внутренний протест, испытывает сожаления о предыдущих тратах на развлечения в период экономического кризиса. Также они больше склонны расстраиваться при посещении торгово-развлекательного центра, что не могут купить все, что им хочется. Данный тип в связи с кризисом планирует перейти на более экономичные формы досуга и трансформировать свой досуг в способ дополнительного заработка. Тип 2 больше не удовлетворен такой сферой своей жизни, как взаимоотношения с администрацией на работе. Тип 1 больше склонен использовать такую стратегию коупинга как когнитивная репетиция (относится к конструктивным преобразующим стратегиям).

Тип 1 больше склонен оценивать текущие экономические условия в стране для себя как благоприятные. Тип 3 в данной экономической ситуации больше сталкивается с такой проблемой, как экономический разрыв со значимыми людьми, неуверенность в своем положении на работе, недостаток экономической грамотности, банкротства компаний и рост безработицы. Для них кризис больше пугающий, разоряющий, затяжной, разлагающий. Для представителей типа 1 кризис больше обогащающий. Данный тип больше склонен рассматривать труд как бремя, связанное с удовлетворением насущных потребностей. Тип 3 в связи с экономическим кризисом больше планирует найти подработки и экономить на подарках и досуге. Они отмечают, что стали больше работать и меньше развлекаться в этот период. Тип 1 отмечает, что их загруженность на работе в период кризиса не изменилась, а развлечений осталось столько же. Тип 3 больше боится потерять

работу, а также больше боится, что близкие ее потеряют, и массовой безработицы в целом. Также они больше тревожатся, что еще долго не смогут позволить себе расходы на привычные развлечения, в том числе отдыхать с семьей как раньше. Тип 1 чаще посещает торгово-развлекательные центры, чтобы посмотреть кино, посидеть в кафе, провести досуг всей семьей. Однако при этом торгово-развлекательный центр – это место досуга в большей мере для типа 3, чем для типа 1. Для последних это в большей мере просто магазин. Тип 3 больше испытывает сожаления о потере досуга в связи с экономическим кризисом, переживает пессимизм относительно своего будущего, испытывает внутренний протест и сожаления о предыдущих тратах на развлечения, а также больше надеются на то, что ситуация улучшится сама собой. Представители типа 3 больше расстраиваются от того, что не могут купить все, что хотят в торгово-развлекательном центре, также они больше склонны мечтать о красивой жизни при посещении ТРЦ. Тип 3 больше готов перейти на более экономичные формы досуга, увеличить время досуга в Интернете, сократить время своего досуга в период кризиса. Тип 1 в период кризиса больше посещает кафе и рестораны по сравнению с типом 3. По сферам жизни: тип 3 больше не удовлетворен своими отношениями с администрацией на работе, взаимоотношениями с субъектами своей профессиональной деятельности (например, клиентами), материальным положением, жилищно-бытовыми условиями, отношениями с супругом, с родителями, проведением досуга. В целом индекс социальной фрустрированности больше у типа 3, чем у типа 1. Тип 3 больше склонен к использованию таких стратегий коупинга, как придание нетривиального смысла ситуации, идентификация со счастливыми, уход или бегство из трудной ситуации, т.е. к конструктивным приспособительным и неконструктивным стратегиям. В целом показатель неконструктивных стратегий выше у типа 3 по сравнению с типом 1. Между этими типами выявлено наибольшее число различий.

Тип 4 больше оценивает экономический кризис как разлагающий, больше намерен экономить на путешествиях в связи с наступлением кризиса, отмечают, что стали меньше развлекаться, больше боятся массовой безработицы. Данный тип больше не удовлетворен отношениями с администрацией на работе, отношениями с супругом, с ребенком, сферой медицинского обслуживания, возможностью проводить отпуск, возможностью выбора места работы, своим образом жизни в целом. Индекс социальной фрустрированности выше у типа 4 в сравнении с типом 1. Тип 4 больше склонен к использованию таких стратегий коупинга, как антиципирующее преодоление (конструктивная преобразующая стратегия) и уход или бегство из трудной ситуации (неконструктивная стратегия).

Тип 2 больше согласен с тем, что труд является бременем, связанным с удовлетворением насущных потребностей. Тип 3 испытывает большие сожаления о потере досуга в период кризиса и внутренний протест. Тип 3 больше не удовлетворен своим материальным положением и жилищно-бытовыми условиями. Тип 3 больше использует такие стратегии коупинга, как когнитивная репетиция, антиципирующее преодоление, предвосхищающая печаль, идентификация со счастливыми, уход или бегство из трудной ситуации, т.е. как конструктивные, так и неконструктивные стратегии, однако коэффициент неконструктивных стратегий у них выше.

Тип 4 больше готов экономить на детских кружках и игрушках в период кризиса. Тип 2 больше готов экономить на досуге. Тип 4 отмечает, что стал меньше работать в период кризиса, больше посещает ТРЦ для того, чтобы развеяться и убить время. Тип 4 больше не удовлетворен своими жилищно-бытовыми условиями, отношениями с ребенком, обстановкой в обществе, сферой медицинского обслуживания. В целом индекс социальной фрустрированности у них выше, чем у типа 2. Тип 4 больше использует такие стратегии коупинга как когнитивная репетиция, антиципирующее преодоление, предвосхищающая печаль,

уход или бегство из трудной ситуации, т.е. как конструктивные, так и неконструктивные стратегии. У них выше показатель конструктивных преобразующих стратегий и выше коэффициент конструктивности в целом по сравнению с типом 2.

Тип 3 больше столкнулся с такими затруднениями в период экономического кризиса, как экономический разрыв со значимыми людьми, для них кризис в большей мере разоряющий, они также больше готовы экономить на своем досуге, более склонны надеяться на то, что экономическая ситуация улучшится сама собой. Этот тип больше склонен мечтать о красивой жизни, попадая в ТРЦ. Они больше используют стратегию отрицания для преодоления трудной жизненной ситуации. Тип 4 больше практикует посещение ТРЦ с целью семейного досуга, развеяться и убить время. У этого типа выше коэффициент конструктивности стратегий преодоления трудных жизненных ситуаций. Между этими типами выявлено наименьшее число различий.

*Корреляции показателей переживания
экономического кризиса и психологических
характеристик досуга*

Корреляционный анализ по критерию Спирмена показал, что оценка текущей экономической ситуации в стране как кризисной коррелирует с несогласием с тем, что досуг – это баловство от безделья, и с уменьшением частоты посещений торгово-развлекательных центров в свободное время. Такая стратегия характерна для тех, кто тяжело переживает экономический кризис, испытывает потребность в развлечениях, но больше не может себе их позволить.

Оценка текущих условий как неблагоприятных для себя коррелирует с пониманием досуга как способа забыться от тяжелой жизни, намерением отказаться от некоторых видов досуга, перейти на более экономичные формы досуга, сократить время своего досуга в связи с загруженностью на работе, увеличить время досуга в Интернете в связи с экономическим кризисом, а также коррелирует с сокращением посещений

кафе и ресторанов в связи с кризисом, но при этом коррелирует с отсутствием стремления быстро закупить все необходимое в ТРЦ и покинуть его, при этом невозможность купить все, что хочется, не расстраивает. Таким образом, респонденты переходят к пассивным формам развлечений.

Чем больше отмечается такое затруднение, как потеря работы членами семьи, тем больше респонденты готовы перейти на более экономичные формы досуга в связи с кризисом и тем меньше они стремятся сохранить досуг на прежнем уровне в условиях экономического кризиса, также они сокращают посещение кафе и ресторанов и снижают свою политическую активность (участие в митингах, вступление в партии и т.п.).

Чем больше отмечается экономический разрыв со значимыми людьми, наступивший вследствие экономического кризиса, тем больше готовность отказаться от некоторых видов досуга, перейти на более экономичные формы досуга, сократить посещение обучающих семинаров и курсов в кризис, также больше огорчение от невозможности купить все, что хочется, при посещении ТРЦ и больше мечтаний о красивой жизни, когда находятся в ТРЦ. Переживание таких проблем, возникших в период кризиса, сопровождается желанием вернуть свое положение и отношения со значимыми людьми.

Чем больше отмечается такое затруднение, как распад семьи по экономическим мотивам в период текущего экономического кризиса, тем больше респонденты готовы трансформировать досуг в способ дополнительного заработка. Вероятно, распад семьи мотивирует респондентов больше зарабатывать, и они готовы пожертвовать своим досугом ради этого.

Чем больше отмечается необходимость перейти к постоянной работе в период экономического кризиса (выйти из декрета, перейти от фриланса к постоянной работе и т.п.), тем больше готовность отказаться от некоторых видов досуга в связи с кризисом, в частности,

сокращается интернет-досуг, но, в то же время, более выражено намерение посещать спортзал. В данных условиях респонденты вынуждены становиться более активными, что отражается на смене предпочитаемых ими форм досуга.

Чем больше неуверенность в своем положении на работе в период экономического кризиса, тем больше готовность отказаться от некоторых видов досуга, перейти на более экономичные формы досуга, сократить посещение торгово-развлекательных центров в связи с кризисом.

Чем выше ощущение недостаточности своей экономической грамотности, тем больше убежденность в том, что досуг – это возможность делать то, что не стало профессией, а также выше готовность отказаться от некоторых видов досуга, сократить время, отводимое на досуг в связи с загруженностью на работе, трансформировать досуг в способ заработка в связи с экономическим кризисом, но, в то же время, более выражено намерение посещать спортзал, осваивать навыки рукоделия для самообеспечения.

Чем больше неуверенность в курсе валют и обеспокоенность ростом цен, тем больше несогласие с тем, что досуг – это баловство от безделья, выше готовность отказаться от некоторых форм досуга на период кризиса, в том числе от посещения торгово-развлекательных центров.

Чем больше отмечается такое затруднение как угроза войны, санкции, тем выше согласие с тем, что смысл досуга в обогащении внутреннего мира, реже посещение торгово-развлекательных центров, кафе, ресторанов как мест досуга, меньше практика волонтерства. Переживание сильной угрозы способствует сокращению просоциальной активности, сосредоточению на своем внутреннем мире.

Чем больше отмечается такое затруднение, как банкротства компаний и рост безработицы, тем выше согласие с тем, что смысл досуга в обогащении внутреннего мира, выше готовность отказаться от некоторых видов досуга в период кризиса, в том числе от посещения торгово-

развлекательных центров, кафе, ресторанов, оздоровительных и уходовых процедур, рукоделия, кулинарии.

Чем больше отмечается такая возможность, открывающаяся в период экономического кризиса, как импортозамещение, тем больше нежелание переходить на более экономичные формы досуга в связи с кризисом, чаще посещение торгово-развлекательных центров, кафе, ресторанов как мест досуга, участие в групповых интеллектуальных играх в качестве досуга. Это оптимистическая стратегия переживания текущей экономической ситуации.

Чем больше отмечается такая возможность, открывающаяся в период экономического кризиса, как получение государственного финансирования в обустройстве республики Крым, военной отрасли, строительстве к Олимпиаде и т.д., тем выше политическая активность как форма досуга.

Чем больше отмечается такая возможность, открывающаяся в период экономического кризиса, как снижение стоимости жилья, аренды нежилых помещений и т.п., тем больше уверенность в том, что досуг – это баловство от безделья, тем больше активность по выращиванию продуктов на дачном участке. Вероятно, эта стратегия характерна для тех, кто практикует сдачу жилья в аренду как дополнительный источник дохода. Наступившая экономическая ситуация заставляет их дополнить свой доход работой на приусадебном участке. В данном случае снижение стоимости аренды – это возможность не для них, а для их арендаторов.

Чем больше отмечается такая возможность, открывающаяся в период экономического кризиса, как рост спроса на услуги антикризисного управления, стимулирование продаж и т.п., тем больше посещение кафе и ресторанов в качестве мест досуга. Вероятно, данная стратегия характерна для тех, кто совмещает посещение кафе с деловыми встречами, и чей доход увеличивается в текущей экономической ситуации.

Чем больше экономический кризис воспринимается как пугающий, тем больше уверенность в том, что досуг является возможностью забыться от тяжелой жизни, и больше готовность отказаться от некоторых видов досуга, перейти на экономичные формы досуга, увеличить время досуга в Интернете, сократить время досуга в связи с занятостью на работе, сократить посещение торгово-развлекательных центров, кафе и ресторанов, ниже готовность сохранять досуг на прежнем уровне в связи с наступлением экономического кризиса.

Чем больше экономический кризис оценивается как разоряющий, тем больше уверенность в том, что досуг является возможностью забыться от тяжелой жизни, и больше готовность отказаться от некоторых видов досуга, перейти на более экономичные формы досуга, увеличить время досуга в Интернете, сократить время досуга в связи с занятостью на работе, снизить посещение кафе и ресторанов, оздоровительных и уходовых процедур как формы досуга, ниже готовность сохранять досуг на прежнем уровне в связи с наступлением экономического кризиса, а также ниже волонтерская активность.

Чем больше экономический кризис воспринимается как затяжной, тем уверенность в том, что досуг является возможностью забыться от тяжелой жизни.

Чем больше экономический кризис оценивается как сдерживающий, тем больше склонность видеть досуг в обогащении внутреннего мира, чаще посещение музеев и театров, участие в групповых интеллектуальных играх, просмотр кино и телевизора дома, политическая активность, выращивание продуктов на личном участке, освоение навыков рукоделия для самообеспечения как предпочитаемая форма досуга в этот период. Вероятно, данная стратегия характерна для тех, кто не может увеличить свою активность в сфере занятости в период кризиса, и поэтому сосредотачивается на культурном и развивающем досуге.

Чем больше экономический кризис воспринимается как разлагающий, тем больше уверенность в том, что досуг является

возможностью забыться от тяжелой жизни и делать то, что не стало профессией, также выше готовность отказаться от некоторых видов досуга, увеличить время досуга в Интернете, сократить время досуга в период экономического кризиса в связи с занятостью на работе, также выше социальная активность (участие в коллективных петициях, жалобах). В условиях экономического кризиса данная стратегия означает отказ от того, что не является необходимым и стремление предотвратить «разложение» отдельных элементов общества (например, коммунальных служб и т.п. организаций).

Чем больше экономический кризис оценивается как радующий, тем больше уверенность в том, что досуг – это баловство от безделья, больше готовность трансформировать свой досуг в способ заработка, больше занятие благотворительностью и волонтерством в период кризиса. Респонденты, которые не слишком страдают от кризиса, готовы быть более активными членами общества (в работе и помощи другим).

Чем больше экономический кризис воспринимается как успокаивающий, тем меньше согласие с тем, что досуг служит обогащению внутреннего мира человека и тем больше убежденность в том, что досуг – это баловство от безделья. Данная стратегия предполагает понимание кризиса как возможности для реализации личных финансовых задач, а не для личностного развития.

Чем больше экономический кризис оценивается как обогащающий, тем меньше согласие с тем, что досуг служит обогащению внутреннего мира человека, меньше готовность отказаться от некоторых видов досуга на период кризиса, меньше досуг в Интернете. Респонденты, чье экономическое положение не ухудшилось в период экономического кризиса, сохраняют развлечения на прежнем уровне.

Чем больше экономический кризис оценивается как стимулирующий, тем больше готовность сократить время досуга в связи с загруженностью на работе и меньше готовность проводить досуг в Интернете, больше занятие волонтерством.

Чем больше экономический кризис воспринимается как развивающий, тем меньше согласие с тем, что досуг является возможностью забыться от тяжелой жизни, больше готовность трансформировать свой досуг в способ дополнительного заработка, меньше предпочтение проводить досуг в Интернете.

Выводы

Досуг является очень важным фактором психологического благополучия человека.

Типологический анализ отношения к досугу в период экономического кризиса показал, что для большей части респондентов досуг является важной частью жизни, которую они стремятся сохранить, но при этом важна роль социально-демографических факторов: для женщин важно самореализоваться в досуговой активности, для людей с низким уровнем дохода досуг служит утешением, те, у кого нет проблем с финансами, могут позволить себе досуг для саморазвития и гармонизации личности.

Тип отношения к досугу «эпикурец» не испытывает проблем в условиях экономического кризиса и может себе позволить приятный и развивающий досуг. Тип отношения к досугу «широкая натура», свойственный женщинам, не удовлетворен самореализацией на работе и нуждается в досуге для самореализации, но в условиях экономического кризиса испытывает много тревоги и неуверенности в своем будущем. Тип отношения к досугу «трудяги» – наиболее социально фрустрированный, понесший финансовые потери в условиях экономического кризиса, тревожащийся, что ситуация может ухудшаться, вынужденные много работать и много экономить, в том числе и на досуге, хотя он для них важен. Тип отношения к досугу «фантазер», свойственный малообеспеченным респондентам, в условиях экономического кризиса вынужденно меньше занят на работе и не использует освободившееся таким образом время для конструктивных видов досуга (например, освоение новых

навыков, выращивание продуктов питания на личном участке, превращение хобби в способ заработка и т.д.).

Корреляционный анализ переживания экономического кризиса и психологических характеристик досуга позволяет выделить несколько стратегий поведения в ситуации кризиса. Восприятие экономического кризиса как позитивных, стимулирующих условий для жизнедеятельности связано с активной жизненной позицией, готовностью преумножить свое финансовое благополучие, просоциальной активностью (волонтерство, благотворительность), отрицанием развивающей функции досуга. Переживание неблагоприятных экономических условий, наступивших в период кризиса, имеет как активизирующее, так и угнетающее действие. Необходимость выхода на постоянную работу из декрета или «фриланса», а также потеря семьи по экономическим причинам стимулируют сокращение досуга, переход к более активным видам досуга, монетизацию своих хобби. Угроза потери работы, роста цен, недостаточность экономической грамотности, страх войны, экономический разрыв с значимыми людьми связаны с переходом к более пассивным формам досуга, стремлением экономить, снижением просоциальной активности. Таким образом, переживание экономического кризиса не сплачивает жителей мегаполиса, снижает желание помогать, а ощущение себя в благоприятных условиях повышает желание помогать окружающим.

По данным Т.П. Емельяновой и Т.В. Дробышевой (2013 г.), страхи выполняют функцию мобилизации коллективных ресурсов и адаптации к изменениям в условиях высокой неопределенности [7]. В нашем исследовании были получены другие данные. Вероятно, это объясняется тем, что наши данные получены в менее благоприятных экономических условиях (2015 г.), когда страхи получили реальное основание.

Литература:

1. Андреева С.В. Феномен досуга: история и современность // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 344. С. 42–45.
2. Аргайл М. Психология счастья. – М.: Прогресс, 1990.
3. Вильчинская-Бутенко М.Э. Современные тенденции организации корпоративного досуга за рубежом // Вестник СПбГУКИ. 2012. № 1 (10). С. 109–114.
4. Волкова А.Н., Трапезникова Т.М. Методические приемы диагностики супружеских отношений // Вопросы психологии. 1985. № 5. С. 110–116. [Эл. ресурс] URL: <http://www.voppsy.ru/issues/1985/855/855110.htm>
5. Воробьева А.Е., Акбарова А.А. Психологические типы потребителей столичных торгово-развлекательных центров в молодежной группе // Ученые записки ИМЭИ. 2014. Т. 4. № 4. С. 52–66.
6. Грачев А.А. Теоретические и методологические основания прикладной психологии // Психологический журнал. 2013. Т. 34. № 1. С. 15–24.
7. Емельянова Т.П., Дробышева Т.В. Образ будущего благосостояния в обыденном сознании россиян // Психологический журнал. 2013. Т. 31. № 5. С. 25–41.
8. Мурзина О.Б. Роль туристского досуга в адаптации людей третьего возраста // Актуальные инновационные исследования: наука и практика. 2010. № 4. [Эл. ресурс] URL: http://www.actualresearch.ru/nn/2010_4/Article/pedagogy/murzina.doc
9. Практическая психодиагностика. Методики и тесты / Ред.-сост. Д.Я. Райгородский. – Самара: ИД «БАХРАХ-М», 2004.
10. Сизова И.Г., Филиппченкова С.И. Методика диагностики когнитивно-поведенческих стратегий преодоления // Современная психология: Состояние и перспективы исследований. Ч. 5. Программы и методики психологического исследования личности группы: М-лы юбил. науч. конф. ИП РАН, 28–29 января 2002 г./ Отв. ред. А.Л. Журавлев. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. С. 180–199.
11. Шевелева Е.Н. Процессы неологизации в лексической подсистеме тематической сферы «досуг» в современном русском языке // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Вып. 51. 2011. № 8 (223). С. 153–157.
12. Шепёлкина Е.И. Социальные представления о жизненном успехе в молодежной среде // Психология, образование, социальная работа: актуальные и приоритетные направления исследований: М-лы ежегод. науч.-практ. конф. студ. и аспирантов факультета психологии и социальной работы. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2008. С. 54–56.
13. Юревич А.В. Психологические корни экономического кризиса [Эл. ресурс] URL: <http://>

References:

1. Andreeva S.V. Fenomen dosuga: istoriya i sovremennost' // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. 2011. № 344. S. 42–45.
2. Argayl M. Psikhologiya schast'ya. – M.: Progress, 1990.
3. Vil'chinskaya-Butenko M.E. Sovremennye tendentsii organizatsii korporativnogo dosuga za rubezhom // Vestnik SPbGUKI. 2012. № 1 (10). S. 109–114.
4. Volkova A.N., Trapeznikova T.M. Metodicheskie priemy diagnostiki supruzheskikh otnosheniy // Voprosy psikhologii. 1985. № 5. S. 110–116. [El. resurs] URL: <http://www.voppsy.ru/issues/1985/855/855110.htm>
5. Vorob'eva A.E., Akbarova A.A. Psikhologicheskie tipy potrebiteley stolichnykh trgovno-razvlekatel'nykh tsentrov v molodezhnoy grupe // Uchenye zapiski IMEI. 2014. T. 4. № 4. S. 52–66.
6. Grachev A.A. Teoreticheskie i metodologicheskie osnovaniya prikladnoy psikhologii // Psikhologicheskiy zhurnal. 2013. T. 34. № 1. S. 15–24.
7. Emel'yanova T.P., Drobysheva T.V. Obraz budushchego blagosostoyaniya v obydennom soznanii rossiyan // Psikhologicheskiy zhurnal. 2013. T. 31. № 5. S. 25–41.
8. Murzina O.B. Rol' turistskogo dosuga v adaptatsii lyudey tret'ego vozrasta // Aktual'nye innovatsionnye issledovaniya: nauka i praktika. 2010. № 4. [El. resurs] URL: http://www.actualresearch.ru/nn/2010_4/Article/pedagogy/murzina.doc
9. Prakticheskaya psikhodiagnostika. Metodiki i testy / Red.-sost. D.Ya. Raygorodskiy. – Samara: ID «BAKhrAKh-M», 2004.
10. Sizova I.G., Filippchenkova S.I. Metodika diagnostiki kognitivno-povedencheskikh strategiy preodoleniya // Sovremennaya psikhologiya: Sostoyanie i perspektivy issledovaniy. Ch. 5. Programmy i metodiki psikhologicheskogo issledovaniya lichnosti gruppy: M-ly yubil. nauch. konf. IP RAN, 28–29 yanvarya 2002 g./ Otv. red. A.L. Zhuravlev. – M.: Izd-vo «Institut psikhologii RAN», 2002. S. 180–199.
11. Sheveleva E.N. Protsessy neologizatsii v leksicheskoy podsisteme tematicheskoy sfery «dosug» v sovremennom russkom yazyke // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskustvovedenie. Vyp. 51. 2011. № 8 (223). S. 153–157.
12. Shepelkina E.I. Sotsial'nye predstavleniya o zhiznennom uspekhe v molodezhnoy srede // Psikhologiya, obrazovanie, sotsial'naya rabota: aktual'nye i prioritetye napravleniya issledovaniy: M-ly ezhegod. nauch.-prakt. konf. stud. i aspir. fakul'teta psikhologii i sotsial'noy raboty. – Tver': Tver. gos. un-t, 2008. S. 54–56.
13. Yurevich A.V. Psikhologicheskie korni ekonomicheskogo krizisa [El. resurs] URL: <http://www.psychological.ru/default.aspx?p=442>
14. Csikszentmihaly M. Leisure and socialization // Social Fores. 1981. No. 60. Pp. 332–340.

www.psychological.ru/default.aspx?p=442

14. Csikszentmihaly M. Leisure and socialization // Social Forces. 1981. No. 60. Pp. 332–340.

15. Freedman J.L. Happy People. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1978.

16. Iwasaki Y., Zuzanek J., Mannell R.C. The Effects of Physically Active Leisure on Stress-Health Relationships // Canadian Journal of Public Health. 2001. Vol. 92, No 3, pp.214–218.

17. Raymore, Leslie A; Godbey, Geoffrey C; Crawford, Duane W. Self-esteem, gender, and socioeconomic status: Their relation to perceptions of constraint on leisure among adolescents // Journal of Leisure Research 26.2 (Second Quarter 1994): 99.

18. Veroff J., Douvan E., Kulka R.A. The Inner American. New York: Basic Books, 1981.

19. Warr P., Payne R. Social class and reported changes in behavior after job loss // Journal of Applied Psychology. 1983. No 13. Pp. 206–222.

20. Wilson J. Sociology of leisure // Annual Review of Sociology. 1980. No 6. Pp. 21–40.

21. Young M., Wilmott P. The Symmetrical Family. London: Routledge & Kegan Paul, 1973.

15. Freedman J.L. Happy People. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1978.

16. Iwasaki Y., Zuzanek J., Mannell R.C. The Effects of Physically Active Leisure on Stress-Health Relationships // Canadian Journal of Public Health. 2001. Vol. 92, No 3, pp.214–218.

17. Raymore, Leslie A; Godbey, Geoffrey C; Crawford, Duane W. Self-esteem, gender, and socioeconomic status: Their relation to perceptions of constraint on leisure among adolescents // Journal of Leisure Research 26.2 (Second Quarter 1994): 99.

18. Veroff J., Douvan E., Kulka R.A. The Inner American. New York: Basic Books, 1981.

19. Warr P., Payne R. Social class and reported changes in behavior after job loss // Journal of Applied Psychology. 1983. No 13. Pp. 206–222.

20. Wilson J. Sociology of leisure // Annual Review of Sociology. 1980. No 6. Pp. 21–40.

21. Young M., Wilmott P. The Symmetrical Family. London: Routledge & Kegan Paul, 1973.