

## КУЛЬТУРА ПОВСЕДНЕВНОГО ДОСУГА И ОТДЫХА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Ван Чуньхун

Доцент, Цзилинский педагогический университет  
(Сыпин, КНР)  
wbcd123@sina.com

### CULTURE OF EVERYDAY LEISURE AND RECREATION IN MODERN RUSSIA

Wang Chunhong

*Summary:* The article is devoted to the study of the phenomenon of the culture of everyday leisure and recreation in modern Russia. The author substantiates the relevance and significance of the research topic. It is indicated that leisure is one of the components of a person's life creation, the organization of which is carried out depending on his strategic life guidelines and individual request for the desired good, the request of the social, as well as on the cultural trajectory set by time, the state, social institutions and other interested entities. The leisure trend created by society for a long time formulates a broadcast cultural image of the country (for example, the most reading country in the world). According to the author, everyday leisure acquires a different conceptual meaning if we consider it as part of the idioculture of a separate person – an individual, which is formed and develops depending on his social and economic status, macro- (for example, marital status) and micro-environmental (for example, the influence of the environment), in which he went through the early stages of socialization and lives in adulthood) of direct influence factors. It has been suggested that the choice of a daily pastime option, and at the same time the ideological culture of a person's leisure, is also and continues to be influenced by indirect factors, such as epidemiological and political ones. At the same time, it is concluded that, regardless of the prospective dynamics of the process of transformation of the idioculture of leisure, its inherent value for Russians will always remain a priority.

*Keywords:* culture, leisure, recreation, leisure metaculture, ecocentrism, cultural image, pastime.

*Аннотация:* Статья посвящена изучению феномена культуры повседневного досуга и отдыха в современной России. Автором обосновывается актуальность и значимость темы исследования. Указывается, что досуг – это одна из составляющих жизнетворчества человека, организация которой осуществляется в зависимости от его стратегических жизненных ориентиров и индивидуального запроса на желаемое благо, запроса социального, а также от культурной траектории, заданной временем, государством, социальными институтами и другими заинтересованными образованиями. Досуговый тренд, создаваемый обществом на протяжении длительного времени, формулирует транслируемый культурный образ страны (например, самая читающая страна в мире). По мнению автора, иной концептуальный смысл повседневный досуг приобретает, если рассматривать его как часть идиокультуры отдельной личности – индивида, которая формируется и развивается в зависимости от его социального и экономического статуса, макро- (например, семейное положение) и микросредовых (например, влияния среды, в которой он проходил ранние этапы социализации и проживает во взрослом состоянии) факторов прямого влияния. Высказано предположение о том, что на выбор варианта ежедневного времяпрепровождения, а вместе с тем и на идеокультуру досуга человека также оказывают и продолжают оказывать влияние косвенные факторы, такие как эпидемиологический и политический. Одновременно с этим, заключено о том, что вне зависимости от перспективной динамики процесса трансформации идиокультуры досуга, его самоценность для россиян всегда будет оставаться в приоритете.

*Ключевые слова:* культура, досуг, отдых, идиокультура досуга, идиоцентризм, культурный образ, времяпрепровождение.

Тренды досуговой деятельности являются одним из преломлений **культурного образа** общества, формируемого национальными традициями и эпохой. Действительно, как в свое время указывал итальянский ученый А. Печчеи, «защита и сохранение культурных особенностей народов и наций совершенно справедливо объявлены <...> ключевым моментом человеческого прогресса и самовыражения» [10, с. 29]. Безусловно, индустриальные процессы и урбанизация, особенно в последние десятилетия, оказали существенное влияние на картину мира и картину социальной реальности общества, однако, культурно-досуговая инклюзия не только не утратила своей актуальности, но и сформулировала качественно новые альтернативы отдыха – от просмотра online-трансляций концертов классической музыки до виртуальных туров по закрытым музеям и галереям, от

чтения оригинальных древних текстов до участия в этнических фестивалях [8, 12]. Однако, даже в условиях вседоступности и разнообразия досуга и отдыха, в разрезе ежедневных практик времяпрепровождения, культурный «фон» меняется, транслируется совершенно другой социальный тренд.

Согласно мнению французского социолога Ж. Дюмазедье, досуг есть «совокупность занятий, которым личность может предаваться по доброй воле, чтобы отдыхать, развлекаться, развивать свою информированность и образованность, свое добровольное социальное участие, будучи свободным от профессиональных, семейных и общественных обязанностей» [4, с. 234]. Одновременно с этим, **самоценность досуга**, продолжает автор, становится центральным звеном наступающей цивили-

зацией, в скрытой или явной форме взаимодействуя со всеми сферами жизнедеятельности: общественной, трудовой, культурной, политической, личной жизнью [3]. Таким образом, досуг есть одна из составляющих жизнетворчества человека, организация которой осуществляется в зависимости от его стратегических жизненных ориентиров и индивидуального запроса на желаемое благо, запроса социального (социально-одобряемые виды досуга), а также от культурной траектории, задаваемой государством, социальными институтами и другими заинтересованными образованиями. Общий тренд, задаваемый обществом в отношении досуга и отдыха, и является отражением культурного образа этого общества (нации) [6]. Так, например, согласно результатам опросов Международный институт маркетинговых исследований GFK (2021), КНР и Россия признаны лидерами в топ-10 самых читающих стран мира [13].

Однако, иной феноменологический контекст приобретает досуг, как отражение **идиокультуры**. В трактовке американского социолога Г. Файна, под идиокультурой понимается система знаний, представлений, моделей поведения, привычек, ценностей и интересов индивида и его ближайшего окружения, в нашем случае, в отношении отдыха или иных видов времяпрепровождения, направленных на удовлетворение своих потребностей в конкретном благе [5, с. 128]. Следуя же логике английского психолога Г. Триандиса, идеокультурный тренд, задаваемый обществом, есть следствие **идиоцентризма**, проявляемого в желании его представителей поставить себя в центр своих интересов, преследовать личные цели, дистанцироваться от группы во благо личной свободы и независимости [5, с. 129].

Так, проводимые в последние годы социологические исследования свидетельствуют об ощутимой стагнации популярности социально активных видов досуговой деятельности, таких как посещение баров и ресторанов, концертов, спектаклей, выставок и проч., и преобладании тренда субъектности в выборе способов отдыха и развлечений. Так, согласно данным совместного исследования Fix Price и Vector Market Research (2022), самыми популярными видами досуга и отдыха являются кулинария (23%), путешествия (23%) и чтение книг (22%). В перечень популярных увлечений также вошли спорт и танцы, выращивание комнатных растений, просмотр сериалов, рукоделие, шоппинг, уход за домашними животными и компьютерные игры [1]. В свою очередь, согласно результатам опроса ВЦИОМ (2022), чаще всего

россияне общаются с друзьями или занимаются домашним хозяйством (35%), проводят время на природе (33%) и занимаются с детьми (32%). Также респонденты отмечали, что в свободное время предпочитают работать на даче (31%), слушать музыку, читать книги (31%), проводить время за компьютером (30%), смотреть телевизор, слушать радио (28%) [11].

Относительно **трендов ежедневного досуга и отдыха**, их иллюстрируют, например, опросы «Левада-центра» (2019) наиболее популярный ежедневный досуг жителей России – это просмотр сериалов и фильмов (53%), встречи с друзьями (30%), визиты к родственникам (30%). Наименее популярными видами досуга стали посещение театров, музеев и концертов (2% россиян предпочитают такой отдых, однако, не чаще раза в неделю) [9]. Немного иные результаты показал опрос ВЦИОМ (2022), согласно которому ежедневно гулять в парке, лесу и на поле предпочитают 87% россиян, 73% – сообщили, что любят готовить, 70% – в свободное время любят фантазировать и мечтать, столько же – предпочитают оставаться наедине с самим собой. Трое из четверых респондентов (69%) сообщили, что любят решать кроссворды, 67% – предпочитают спать [2].

А.В. Каравай, в результате анализа факторов, влияющих на выбор ежедневной досуговой деятельности, пришла к заключению о том, что компонент активности в образе жизни современного человека зависит от социально-экономического статуса, семейного положения, влияния среды, в которой он проходил ранние этапы социализации и проживает во взрослом состоянии, а также от аскриптивных характеристик (пол, возраст, нация, положение в семье) [7, с. 135]. С нашей точки зрения, в данный перечень также следует добавить факторы косвенного воздействия, наиболее актуальными среди которых в настоящее время являются эпидемиологический и политический. Так, вследствие длительной социальной изоляции, ограничений, вводимых в связи с распространением заболеваний различной природы (COVID-19 и других), а также политически-индуцированные изменения привычных досуговых практик (например, снижение объема зарубежного контента в кинотеатрах, приостановка издательства произведений зарубежных авторов и проч. из-за санкций) запустился процесс **трансформации идиокультуры досуга** населения нашей страны. Однако, вне зависимости от перспективной динамики данного процесса, самоценность досуга для России всегда будет оставаться в приоритете.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Аналитики назвали самые популярные хобби у россиян. – 20.02.2023 // РИА Новости. – URL: <https://ria.ru/20230220/khobbi-1853136388.html> (дата обращения: 25.06.2023)

2. ВЦИОМ: досуг россиян стал разнообразнее. – 08.08.2022 // Авангард. – URL: <https://avangard-gazeta.ru/2022/08/08/vciom-dosug-rossijan-stal-raznoobraznee/> (дата обращения: 25.06.2023)
3. Дюмазедье Ж. На пути к цивилизации досуга // Вестник Моск. ун-та. Сер.: 12: Социально-политические исследования. 1993. № 1. С. 83-88
4. Дюмазедье Ж. Эмпирическая социология досуга. – М.: Приор, 1974. – 345 с.
5. Жукова И.Н. Словарь терминов межкультурной коммуникации / И.Н. Жукова, М.Г. Лебедько, З.Г. Прошина, Н.Г. Юзефович; под ред. М.Г. Лебедько и З.Г. Прошиной. – М.: Флинта: Наука, 2013. – 632 с.
6. Зиннуров Ф. К., Кочнев И. Ю. Понятие и сущность культуры досуга // Вестник УЮИ. 2019. №3 (85). С. 139-144.
7. Каравай А.В. Досуговая активность российской молодежи: основные типы и факторы выбора // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2020. № 1-2(130). С. 130-140.
8. Ласточкина О.С. Культурный онлайн-досуг: поведение населения в период пандемии COVID-19 // Beneficium. 2021. №3 (40). С. 83-89.
9. Названы самые популярные виды досуга россиян. – 01.07.2019 // Рамблер. Новости. – URL: <https://news.rambler.ru/sociology/42425011-nazvany-samyepopulyarnye-vidy-dosuga-rossiyan/> (дата обращения: 25.06.2023)
10. Подольный Р. Традиции – для будущего // Знание - сила. 1982. № 4. С. 28-30.
11. Россияне рассказали о своих увлечениях. – 20.01.2022 // Известия. – URL: <https://iz.ru/1279826/2022-01-20/rossiiane-rasskazali-o-svoikh-uvlecheniiax> (дата обращения: 25.06.2023)
12. Шлыкова О.В. Цифровое потребление культурного контента в условиях «новой нормы» дистанцированного мира // Вестник МГУКИ. 2020. №5 (97). С. 160-169.
13. 10 самых читающих стран мира. – 26.07.2021 // Expertology. – URL: <https://expertology.ru/10-samykh-chitayushchikh-stran-mira/> (дата обращения: 25.06.2023)

© Ван Чуньхун (wbcd123@sina.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Цзилинский педагогический университет