



УДК [316.728+316.353]

Досуговые практики молодых рабочих промышленных предприятий

Е. В. Кузьмина, Н. В. Гончарова

Кузьмина Елена Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и культурологии, Ульяновский государственный университет, lenastar@mail.ru

Гончарова Наталья Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и культурологии, Ульяновский государственный университет, nata_gonch@mail.ru

В статье описываются досуговые практики рабочей молодежи промышленных предприятий г. Ульяновска. Они рассматриваются в контексте их трудовой деятельности, семейных практик, потребительского стиля. Выделяются факторы, связанные с режимом труда и отдыха на промышленных предприятиях, материальным положением, наличием собственной семьи и детей, прочими биографическими событиями. Характеризуются места проведения свободного времени.

Ключевые слова: молодежь, досуг, молодые рабочие, досуг рабочей молодежи.

Young Industrial Workers' Leisure Practices

E. V. Kuzmina, N. V. Goncharova

Elena V. Kuzmina, <https://orcid.org/0000-0002-0498-9034>, Ulyanovsk State University, 42 Leo Tolstoy St., Ulyanovsk 432017, Russia, lenastar@mail.ru

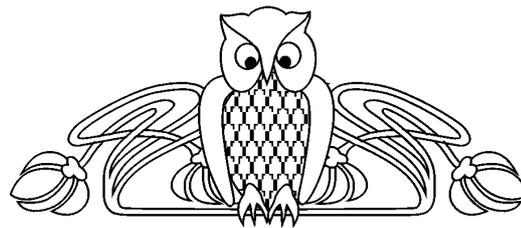
Natalia V. Goncharova, <https://orcid.org/0000-0002-6958-9701>, Ulyanovsk State University, 42 Leo Tolstoy St., Ulyanovsk 432017, Russia, nata_gonch@mail.ru

The paper describes industrial enterprises young workers leisure in Ulyanovsk. They are considered in the context of their working activity, family and consumer style. The factors connected with a work-rest schedule at the industrial enterprises, material well-being, family and children, and other biographic facts are highlighted. Leisure places of free time are characterized.

Keywords: youth, leisure, young workers, leisure of young workers.

DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2019-19-2-156-161>

Социологические исследования досуга начались еще до Второй мировой войны и активизировались в 1960-е гг. (хотя вопросы трансформации повседневности и связанные с ними представления о свободном времени рассматривались учеными и ранее). Интерес к этой теме неслучаен и связан с общим увеличением количества свободного времени населения. С появлением теорий постиндустриального и информа-



ционного общества, развитием представлений об обществе потребления обнаружилось их влияние на концепции и подходы к изучению досуга. Процессы массового потребления товаров, услуг (в том числе в их символической форме), продукции массмедиа, несомненно, сказались на практиках его проведения и заполнения. В социологической среде распространяются представления о том, что досуг превращается в самостоятельную ценность. Это позволяет говорить о формировании «цивилизации досуга»¹, «общества досуга», «посттрудоовом обществе»², происходит переход в стадию развития досуговой сферы, индустрии досуга, которая играет важную роль в жизни всего социума и отдельного индивида³.

В последние годы интерес исследователей к изучению досуговых практик по-прежнему высок⁴. В первую очередь изучаются культурные стили и досуговые практики молодежи⁵. При этом само понятие «досуг», «свободное время» претерпевает существенные трансформации в контексте развития общества потребления и перехода к информационной эре: «...досуг как таковой можно рассмотреть для современной эпохи посредством специфической деятельности, определяемой как досуговые практики. Именно досуговые практики связывают воедино сферу повседневного опыта современного человека, ориентированного на интерактивное поведение»⁶. По оценкам специалистов, в информационном обществе соотношение досуг/труд становится более гибким⁷. А свободное время рассматривается как ресурс, пространство, предоставляющее возможности для адаптации к изменяющимся условиям жизни, в том числе кризисным⁸.

Эмпирической базой для данной статьи послужили материалы исследовательского проекта «Повседневная культура рабочей молодежи в стратегиях жизни и занятости» (грант РФФИ № 17-03-00716-ОГН\18, рук. Е. Л. Омельченко), реализованного в 2017–2018 гг. Информантами были молодые юноши и девушки, трудоустроенные по рабочим специальностям на промышленных предприятиях г. Ульяновска и непосредственно занятые в сфере производства. Всего было проанализировано 48 качественных полуструктурированных интервью с юношами и девушками в возрасте от 20 до 29 лет. Практически все респонденты имели начальное и среднее профессиональное образование. Несколько че-



ловек или уже получили высшее образование или совмещали работу на заводе с обучением в вузе. Несмотря на то что основной фокус исследования был направлен на изучение стратегий занятости рабочих, они рассматривались в более широком контексте биографии респондентов, семейных, образовательных, досуговых и потребительских практик молодежи⁹.

Следует выделить ряд факторов, определяющих досуговые практики современной рабочей молодежи.

В первую очередь, следует отметить специфическое структурирование времени молодых рабочих промышленных предприятий. Его можно рассмотреть более широко как выстраивание жизненного проекта, планирование трудового пути, карьеры, личной и семейной жизни, родительства и проч. В более узком смысле время может структурироваться в контексте годичного или дневного цикла труда и отдыха, домашних форм занятости и прочего распорядка дня. Нас интересует сейчас именно этот аспект упорядочения времени повседневности.

Стратегии потребления времени, в свою очередь, также определяются рядом факторов. Это режим работы промышленных предприятий, который фактически задает дневной и даже годичный ритм жизни, того, когда и сколько люди могут работать и отдыхать. В связи с этим можно отметить, что жизнь работников промышленных предприятий характеризуется стабильностью и четким выстраиванием границ между рабочим и свободным временем, между буднями и выходными. Поскольку график на официальной работе фиксирован, то и свободное время структурируется исходя из повседневных, бытовых задач, происходящих событий (дней рождений, встреч с друзьями, родственниками), дополнительной или самозанятостью, имеющихся увлечений, интересов. Наконец, следует отметить еще факт равномерной гарантированной занятости в годовом разрезе (исключая периоды официальных отпусков).

Перечисленные факторы формируют у информантов конкретный стиль потребления времени, определяющий их ритм жизни.

На основе анализа интервью следует отметить, что само свободное время у юношей и девушек, трудоустроенных на промышленных предприятиях по рабочим специальностям, не только обусловлено четким графиком работы, но и в ряде случаев носит сменный характер. Если молодые рабочие трудятся во вторую или третью смены, это во многом «сдвигает» их досуг. Работающие в первую смену на заводах начинают свой трудовой день, как правило, раньше, чем, например, служащие, и, соответственно, рано вынуждены начинать свою активность в суточных ритмах. Как не раз отмечали информанты, такое раннее начало рабочего дня бывает проблематичным, причем у многих это сопровожда-

ется «хронической» невозможностью выспаться в течение рабочей недели. Соответственно, часть выходных (как правило, утро субботы) отводится именно на восстанавливающий сон. Собственно же свободное время у молодых рабочих во многом сдвигается к выходным. Время после работы тратится на решение бытовых задач, после чего, по словам самих информантов, свободного времени почти не остается или его очень мало.

В состав наших респондентов вошли и те, кто трудиться по так называемому графику «два через два». В этом случае свободное время структурировано совершенно иначе. За двумя рабочими днями (один – в дневную, другой – в ночную смену) следует два нерабочих. И один из них – так называемый «отсыпной». Чередование свободного и трудового времени в описании информантов выглядит следующим образом: *То есть первый день, первая смена идет дневная: с 8 утра до 8 вечера. Потом идет, то есть до 8 вечера я дома, могу делать абсолютно все дела... потом с 8 вечера до 8 утра. Прихожу домой, у меня этот весь день отсыпной...и следующий день еще выходной. И потом опять: день, ночь, отсыпной, выходной (жен., 29 лет)*. Причем такие респонденты, стремясь провести свой досуг совместно с членами семьи или друзьями, знакомыми, с теми, кто трудится в режиме «пятидневки», вынуждены подстраиваться под них.

Данные исследования показывают, что ориентации в сфере досуга и культурного потребления зависят от того, каким временем молодежь располагает, и того, как оно распределяется между различными видами работ, какие приоритеты расставляются. Дж. Р. Келли в свое время ввел понятие «стиль досуга», который проявляется в выборе той или иной сферы досуговой деятельности исходя их временных, финансовых и личных ресурсов и приоритетов¹⁰.

В. И. Ильин, рассматривая работу и досуг как две части единого образа жизни, отмечал, что специфика содержания одной сказывается и на другой¹¹. Тяжелый и интенсивный труд отнимает силы, и желание активно отдыхать пропадает. И наоборот, если активный досуг представляется значимым в системе потребительских ценностей человека, то и работа выбирается с учетом этого запроса.

Невозможность самому регулировать свой рабочий день, необходимость решать повседневные домашние дела (особенно с появлением собственной семьи и детей) ведут к сокращению свободного времени и минимизации публичного культурного потребления, которое переносится в приватное пространство (домашнего времяпрепровождения и ближнего круга общения с друзьями и родственниками, домашнего хобби и проч.). Специалисты говорят о тенденции «одомашнивания» досуга (что связано с общими институциональными изменениями институтов семьи). Анализ полученных интервью показал,



что в подавляющем большинстве наши информанты также предпочитают домашние и дачные выходные. Они, как правило, связаны со встречами с друзьями, телевизором, застольем, Интернетом и др. При этом разнообразие повседневного уклада жизни не столь велико.

Рутинный, зачастую физически тяжелый рабочий день приводит к тому, что в выборе досуга, увлечений, готовности тратить на это время предпочтение отдается тому, что не заставит прилагать уже особых усилий, но при этом будет доставлять удовольствие.

Очевидно, что у разных возрастных групп молодежи временные инвестиции могут иметь отличительные черты, заметные при анализе интервью. Так, чем младше наши информанты, тем больше у них инвестиций в себя и друзей. С возрастом увеличиваются временные инвестиции в семью, быт, поддержание родственных связей.

Другим значимым фактором, определяющим досуговые практики рабочей молодежи, объем свободного времени, его количество и формы заполнения, стало наличие собственной семьи (причем речь идет как об официально зарегистрированном браке, так и о совместном проживании с партнером). Так как в интервью нашли отражение определенные периоды жизни и моменты биографии информантов до и после вступления в брак (или до начала совместного проживания с партнером), в их рассказах можно проследить и то, как менялись их досуговые практики. Так, до начала совместной жизни с партнером гораздо больше времени отводилось встречам с друзьями, компаниям, общению в различных кругах знакомых. Некоторые респонденты даже рефлексируют по поводу того, как изменилось проведение их свободного времени до и после начала семейной жизни и появления детей: *Ну, конечно, все сменилось. Когда в то время, ни детей, ничего, ни забот. Как бы везде ходили, молодыми были, гуляли по всему городу (муж., 29 лет, женат, двое детей).*

С созданием семьи значительно больше внимания уделяется общению с партнером, совместным занятиям. Кроме того, среди новых обязанностей появляются те, которые связаны с обустройством жилища и ведением совместного хозяйства. Результаты интервью подтвердили, что наименьшее количество свободного времени, которое «тратят на себя», его дефицит в подлинном его понимании испытывают молодые родители, особенно те, у кого двое или более детей, и/или младший ребенок в возрасте до года или чуть старше (типичная фраза для них: *в выходные – отдохнуть, выспаться*).

Еще один немаловажный фактор, от которого, естественно, зависят возможности проведения досуга и практики заполнения свободного времени, – это материальный уровень респондента и/или его семьи. Часть информантов, чьи доходы сократились после последнего кризиса

и зарплата на период проведения исследования составляла порядка 15–18 тыс. руб., высказывались подобным образом про траты на развлечения и досуг: *Да, сейчас не погуляешь-то больно (муж., 25 лет).* Причем здесь необходимо отметить, что значение имеет не только величина заработной платы (в абсолютном выражении), но и то, сколько средств у информанта или молодой семьи остается после «вычета» затрат на все текущие нужды, и особенно выплат по ипотеке (или как вариант – оплаты съемного жилья). В нашем исследовании многие информанты успели приобрести собственное жилье, как правило, в ипотеку (тем более что сами промышленные предприятия это активно стимулируют, предлагая своим работникам ее льготные форматы).

Например, в числе респондентов были такие рабочие, которые получают достаточно высокую для региона зарплату (35–40 тыс. руб.), но после ежемесячной оплаты ипотечного кредита за квартиру, по их же собственной оценке, финансовых средств (в том числе и на проведение досуга) у них остается примерно столько же, сколько у более низкооплачиваемых категорий рабочих. Таким образом, не только низкая/высокая зарплата, но и наличие/отсутствие ипотечного кредита (или съемного жилья) во многом определяют финансовые ресурсы семьи (или отдельного информанта), которые выделяются для проведения досуга. Особенно сильно это сказывается на месте проведения отпуска и возможности поехать куда-то на отдых за пределы региона, скажем, на море.

Ключевым этапом биографии оказывается уход из родительской семьи, начало самостоятельной (отдельной от родителей, в том числе в финансовом плане) жизни, появление собственной семьи. Для тех, кто пользуется родительской помощью, основной статьей расходов являются развлечения. Если же они начинают жить отдельно от родительской семьи, меняется и структура основных расходных статей. Первоочередными становятся оплата квартиры и бытовые повседневные траты.

Повседневные расходы, как правило, сложно поддаются контролю. В целом вопросы о структуре трат вызывали затруднение у информантов, а во многих случаях расчеты проводились прямо во время интервью. При этом деньги по большей части уходят на повседневные расходы, которые интерпретируются по-разному. Для кого-то это – минимальная еда, транспорт, оплата телефона и Интернета, а для кого-то – «посидеть с друзьями».

По мере взросления и появления собственной семьи именно так называемые нужды семьи становятся основными статьями расходов. В это словосочетание информантами вкладывается подчас разный смысл. Так, к примеру, в качестве «семейных нужд» определяются расходы на детей, которые становятся частью повседневных бытовых расходов. Отдельным пунктом денежных трат может идти забота о родителях.



При этом мы наблюдали специфические режимы экономии средств: способность к планированию своего бюджета, рациональное расходование ресурсов, наличие дополнительных источников финансовой помощи. С одной стороны, особенно в ситуации с ипотекой, это ограничения себя в досуге, потреблении. Режим экономии может пониматься по-разному, например, кто-то предпочитает сэкономить на модной одежде, но не отказывать себе в качественных и дорогих продуктах питания и наоборот.

Таким образом, сам факт наличия или отсутствия времени, материальных ресурсов не является тотально определяющим для досуга. Его необходимо рассматривать более широко – в контексте потребительских практик современной молодежи.

В целом досуговые практики определяются не только уровнем дохода. Очевидно, что большая их часть зависит от культурного, социального капитала и стиля жизни человека в целом. Ценностное отношение к свободному времени в этих условиях, по мнению специалистов, становится «социальным маркером принадлежности к тем или иным социальным группам»¹².

Необходимо отметить, что в описании респондентов досуговые и потребительские практики тесно переплетаются. Причем речь идет не только о потреблении продукции массмедиа, сериалов, кинофильмов и проч. (в домашних условиях и в кинотеатрах), но и непосредственно о прогулках по торговым центрам (с целью шопинга, встреч с друзьями и прочих видов досуга). Если же оценивать типичные занятия как часть повседневных практик, особенно в течение рабочей недели, то информанты тратят определенное время дома, как правило вечером, на просмотр кино- и телесериальной продукции, причем как той, что транслируется на эфирных или кабельных телеканалах, так и из Сети по своему собственному запросу.

На досуговые практики и места их проведения определенным образом оказывает влияние и то, из какой семьи происходят молодые рабочие, являются ли они выходцами из сельской местности или городскими жителями. Как показали высказывания в рамках интервью, первые тяготеют к проведению выходных в деревнях или селах, где проживают их родители или родственники (и особенно праздничных, которые длятся более двух дней). Также несколько отличаются досуговые практики у тех, кто сами (или их родители) владеют дачными участками. Таким образом, они не только наполняются различными занятиями (работа на земле, обустройство частного или дачного домика), но разведены территориально на городские или пригородные зоны (или городские и сельские территории). Кроме длинных праздничных выходных, эти различия особенно заметны в отпускной период.

Еще одним весьма значимым фактором является то, предоставляют ли предприятия, на

которых заняты юноши и девушки, возможности для совместного коллективного проведения досуга. Речь идет в большинстве случаев об оплаченных предприятием так называемых корпоративах, приуроченных к различным праздничным дням, а также (что встречалось реже) занятиях в спортивно-оздоровительных комплексах или спортивных залах. Но это, конечно, уже специфические корпоративные досуговые практики, которые инициированы сверху, однако находят поддержку у опрошенной молодежи. Подобные корпоративные практики в нашем исследовании были свойственны новым инновационным предприятиям, иностранным производствам, международным компаниям.

Также интересно отметить, что у высококвалифицированных молодых рабочих таких предприятий обсуждение «производственных вопросов» переносится за пределы рабочего времени (в поездках на природу, посиделках дома или в кафе при встрече с коллегами-друзьями и т. д.). На таких предприятиях с развитой и четко определенной корпоративной культурой, хорошо разработанной системой мотивации и карьерного роста рабочие настолько мотивированы на выполнение производственных задач, что продолжают решать их в свое свободное время. Можно предположить, что развитие новых инновационных предприятий может стать фактором изменений не только ценностного отношения к труду, но и пространством солидаризации молодежи.

Фактические досуговые практики информантов определяет и то, в какой круг общения они включены. Были среди наших респондентов молодые рабочие, которые относили себя к тому или иному молодежному стилю, субкультуре. В этом случае именно культурная идентичность становилась определяющей в выборе форм и мест досуга (совместных занятий спортом, хобби, посещений кафе и поездок на природу и проч.).

Что касается публичных мест, то, как уже сказано, определенную роль играют торговоразвлекательные центры, а также кинотеатры, как отдельные, так и включенные в комплекс ТЦ. Поход в торговые центры является характерной досуговой практикой рабочей молодежи. По мнению самих информантов, это позволяет сразу сочетать посещение магазинов, кино и кафе. При этом такой вид досуга не исключает (а иногда даже и предполагает) режим экономии, когда четко отслеживаются акции и скидки. Крупнейшие торговые центры города, как показали результаты интервью, периодически посещают практически все респонденты. Для многих они становятся местом проведения досуга почти в каждый выходной. В этой связи стоит отметить общую исследовательскую тенденцию, что современные торговоразвлекательные центры становятся определенными местами притяжения молодежи (и не только рабочей). Это особое пространство в городской среде, которое отлича-



ется многовариативностью (они предоставляют различные возможности досуговых занятий и развлечений: совершение покупок, посещение кинотеатров, общение в кофейнях, кафе, просто прогулки по этажам и галереям при встречах со знакомыми и проч.). В этом контексте целесообразно привести цитату из уже упомянутой работы Н. В. Бутоновой, которая отсылает нас еще к работам Ж. Бодриера, что «торговые комплексы ... замкнутое пространственно-временное поле, в котором индивид может реализовать свои потребности, которые, в свою очередь, иницированы все той же идеологией потребления»¹³.

В отношении торговых центров как мест для проведения шоппинга выявилась интересная особенность. Часть девушек, у кого уровень зарплаты не позволяет приобретать дорогую брендовую одежду, склонны скорее к прогулкам по ним: *Ну, в Аквामолле мы так, больше гуляем, на цены смотрим... все это начинаешь глазами поедать, все, что хочется* (жен., 26 лет), однако сами покупки совершаются ими в совершенно других местах – более дешевых, не брендовых магазинах одежды. Тем не менее, время, затрачиваемое на такие прогулки, особенно у девушек, может быть весьма значительным – порядка трех–четырёх часов. Торговые центры являются сегодня и пространством семейного досуга, когда покупки для членов семьи, включая детей, совмещаются с проведением времени в кафе или в игровых зонах.

Кроме посещения торгово-развлекательных центров, типичными являются и «походы в кино», особенно для молодых пар, семей без детей, обычно ради просмотра киноновинок. Однако с появлением детей привычки и досуговые практики меняются. Встречи с друзьями перемещаются в основном на дом. И личные пространства используются скорее для встреч с близкими друзьями/подругами, родственниками (особенно в дни рождения и праздники).

Публичные места проведения досуга в сознании респондентов всегда дифференцированы. Подобное место зачастую является той самой культурной сценой, где формируется неформальная сеть людей, сообществ и организаций, совместно формирующих и воспроизводящих некий жизненный стиль. Групповая идентичность сцены конструируется за счет разделяемых ее участниками правил, смыслов, практик, а ее символом и знаком становится «место». Здесь вырабатываются нормы, которые определяют правильное и неправильное поведение людей внутри сцены, дают своим участникам представления об истинном и ложном, красивом и некрасивом.

В нашем исследовании молодые рабочие рассказывали о таких городских местах (чаще всего кафе, реже – ресторанах). Некоторые они определяли как «приличные», «нормальные» (*там музыка, спокойно, никаких быдло-людей,*

спокойные компании всегда там (муж., 21 год)) или даже весьма опасные, где могут случаться драки и даже иногда убийства. Довольно интересной является и такая практика, свойственная только молодым мужчинам-рабочим: они собираются кампанией друзей, знакомых (даже из бывших дворовых компаний и команд) и совместно арендуют какое-то спортивное сооружение, чаще спортзал, для занятий командным спортом – футболом, волейболом («погонять мяч»). Однако другие юноши в своих описаниях досуговых практик говорят о том, что их труд на рабочем месте настолько интенсивный, что не оставляет сил на спорт: *Сейчас нет. После работы не до спорта. Здесь, на работе, назанимаешься: набегаешься, натаскаешься. То же самое практически, что и тренажерный зал* (муж., 25 лет). Таким образом, у молодых рабочих досуговые практики определяются не только жестким графиком труда, но степенью его интенсивности и наличием физической нагрузки в течение рабочего дня (смены).

Публичные места проведения досуга отличаются в летний (теплый) и зимний (холодный) периоды года. В первом случае пространства сцены расширяются/перемещаются в парки и кафе на открытом воздухе. Родители с детьми предпочитали парки, где предусмотрены определенные занятия или развлечения для их маленьких детей. В холодный период года для некоторых семей с детьми весьма привлекательным местом стала «Волга-Спорт-арена» – недавно построенный спортивный комплекс с ледовым покрытием.

Среди занятий, практикующихся в летнее время вне городской среды, традиционно звучали: рыбалка, поездки с друзьями на природу, на шашлыки, работа на приусадебном, дачном участке. Причем те молодые семьи, которые сами приобрели дачу или земельный участок в пригороде, проводят там даже гораздо больше времени, чем те, которые ездят туда к родителям.

Немало времени у молодых рабочих занимает ремонт недавно приобретенных квартир. Причем наблюдается и такая практика, что они тяготеют к ручному труду и многие виды ремонтных работ выполняют самостоятельно, а зачастую даже помогают друзьям, оказавшимся в схожей ситуации: *Или лучшему другу... Он как, ну может гвоздь забить, но не может потолок, допустим, собрать или стены отштукатурить, он не может этого. Он позвонит мне: «Помоги, пожалуйста»* (муж., 29 лет, женат). Причем все это они делают, согласно их оценке, в «свободное» время. Фактически ремонт для многих становится тем специфическим пространством досуга, позволяющим раскрыть творческие, личностные особенности человека (что достаточно сложно сделать в условиях рутинного исполнительского труда на предприятии). В ремонте проявляется свобода выбора, гедонистичность досугового по-



ведения, а также его процессуальная ценность. Все это в полной мере можно отнести к характеристикам современных форм досуга.

Таким образом, исследование показало, что досуговые практики рабочей молодежи определяются, с одной стороны, временными производственными факторами, связанными со статусом занятости, а с другой – стилевыми потребительскими предпочтениями. В ситуации нормированного рабочего дня оно занимает существенную, но не подавляющую во времени часть жизни индивида. Притом что свободное время фактически регламентировано режимом работы промышленного предприятия, ключевым фактором, организующим свободное время и досуговое пространство молодых рабочих, становится потребление. Именно в пространстве потребления происходит поиск новых оснований идентичностей, солидарностей, выходящих за рамки традиционных социальных групп, ролей, статусов. И в этом смысле рабочая молодежь мало чем отличается от других своих сверстников. Как сами они определяли в интервью, живут не хуже большинства своих сверстников, ходят в те же торговые центры, кафе, покупают сходные марки одежды, телефонов и автомобилей. Потребительское поведение молодых рабочих развивается по общим тенденциям, характерным для современной молодежи.

Досуг становится тем самым социальным контекстом, в рамках которого индивид самоопределяется. Именно досуговая сфера может выступать основой социальной идентичности с теми, кто разделяет аналогичные предпочтения.

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (проект № 17-03-00716-ОГН18 «Повседневная культура рабочей молодежи в стратегиях жизни и занятости»).

Примечания

- ¹ См.: Дюмазедье Ж. На пути к цивилизации досуга // Вестн. МГУ. Сер. Социально-политические исследования. 1993. № 1. С. 83–88.
- ² См.: Кабадейцева О. В. Эволюция понятия «Досуг молодежи» в истории социологических концепций // Совре-

менные исследования социальных проблем. 2011. Т. 7, вып. 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-ponyatiya-dosug-molodezhi-v-istorii-sotsiologicheskikh-kontseptsiy> (дата обращения: 15.01.2019).

- ³ См.: Понукалина О. В. Досуг в теоретическом дискурсе социологии : подходы к исследованию // Вестн. Поволж. ин-та управления. 2017. Т. 17, № 6. С. 83–89.
- ⁴ См.: Караханова Т. М., Бессокирная Г. П., Большакова О. А. Человеческий потенциал и свободное время в контексте российской повседневности // Россия реформирующаяся : ежегодник. Вып.16 / отв. ред. М. К. Горшков. М. : Новый Хронограф, 2018. С. 397.
- ⁵ См., например: Омельченко Е. Л. Солидарности и культурные практики российской молодежи начала XX века : теоретический контекст // Социс. 2013. № 10. С. 52–61.
- ⁶ Сурова Е. Э., Бутонова Н. В. Досуговые практики в пространстве повседневности // Вестн. СПбГУ. Сер. 6. Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. 2014. Вып. 2. С. 53.
- ⁷ См.: Бутонова Н. В. Досуговые практики в современной культуре // Вестн. ЛГУ им. А. С. Пушкина. 2012. Т. 2, вып. 1. С. 207.
- ⁸ См.: Караханова Т. М., Большакова О. А. Общее и особенное в использовании времяресурса повседневной жизни у рабочих разного возраста // Вестн. Ин-та социологии. 2017. № 22. С. 98–136. DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2017.22.3.473>
- ⁹ При проведении интервью с рабочими в исследовательском проекте были представлены как «старые» производства, существовавшие с советского времени, так и «новые», созданные в последние годы, в том числе и иностранные. С точки зрения изучаемой темы их важными отличиями стали более высокий уровень зарплаты (что расширяло возможности и варианты для респондентов при выборе платных развлечений), внедрение новых корпоративных форм проведения досуга.
- ¹⁰ См.: Kelly J. R. Life Styles and Leisure Choices // The Family Coordinator. 1975. Vol. 24, № 2. P. 185–190.
- ¹¹ См.: Ильин В. И. Быт и бытие молодежи российского мегаполиса : социальная структуризация повседневности общества потребления. СПб. : Интерсоцис, 2007. С. 215.
- ¹² Понукалина О. В. Труд и свободное время в дискурсе потребительских практик // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. № 5. С. 216.
- ¹³ Бутонова Н. В. Указ. соч. С. 205.

Образец для цитирования:

Кузьмина Е. В., Гончарова Н. В. Досуговые практики молодых рабочих промышленных предприятий // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2019. Т. 19, вып. 2. С. 156–161. DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2019-19-2-156-161>

Cite this article as:

Kuzmina E. V., Goncharova N. V. Young Industrial Workers' Leisure Practices. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Sociology. Politology*, 2019, vol. 19, iss. 2, pp. 156–161 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2019-19-2-156-161>