ИССЛЕДОВАНИЯ

О.А. Ефанова
С.П. Иваненков
М.С. Ивченкова

КУЛЬТУРНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ МОЛОДЕЖИ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

ЕФАНОВА Ольга Алексеевна – кандидат философских наук, доцент, заведующий сектором Социологического центра РАГС (e-mail: efanova@ur.rags.ru); ИВАНЕНКОВ Сергей Петрович – доктор философских наук, профессор кафедры социальной работы и социальных технологий Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы (e-mail: credonew@yandex.ru); ИВЧЕНКОВА Мария Сергеевна – аспирантка социологического факультета Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского, социолог Социологического центра РАГС (e-mail: m.ivchenkova@gmail.com)

Аннотация. *В статье обобщены материалы социологического исследования «Культурные потребности молодежи в контексте современных социокультурных изменений». Анализ результатов выявляет значительные изменения в структуре культурных потребностей современной российской молодежи, находящие проявление как в производстве культуры, так и в потреблении культурных ценностей.*

Ключевые слова: *молодежь, культурные потребности, структура культурных потребностей, досуговая деятельность, культурная инфраструктура.*

В рамках исследования динамики культурных потребностей молодежи в контексте современных социокультурных изменений (1980 – 2010 гг.) был проведен социологический опрос молодежи. Единицей наблюдения в массовом социологическом опросе являлись респонденты, представля-

ющие население Российской Федерации в возрасте от 15 до 29 лет включительно.

Выбор возрастного интервала был продиктован тем, что, ввиду отсутствия Федерального закона о молодежи, данные о численности населения представлены в итогах Всероссийской переписи населения 2002 г. по следующим возрастным группам: 15–17 лет; 18–19 лет 20–24 года; 25–29 лет. В связи с этим для формирования репрезентативной выборки за основу были взяты указанные выше возрастные границы, несмотря на то, что в Стратегии государственной молодежной политики, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. № 1760-р, отмечается, что «государственная молодежная политика реализуется в Российской Федерации в отношении молодых жителей в возрасте от 14 до 30 лет»[1].

Выборочная совокупность опрошенных отражает доли молодежи, проживающей в центрах субъектов РФ, в средних, малых городах и сельских населенных пунктах.

Опрос проводился с 23 по 30 октября 2009 г. по общероссийской репрезентативной выборке в восьми субъектах Российской Федерации: Республика Саха (Якутия), Республика Татарстан, Ставропольский край, Брянская, Челябинская, Иркутская области, города Москва и Санкт-Петербург, представляющих все федеральные округа РФ. Объем выборочной совокупности – 1050 человек.

По половым и возрастным группам респонденты распределились следующим образом.

Таблица 1

Распределение респондентов по полу и возрасту

(в %)

Возраст (лет)	Мужчины	Женщины
15–17	17,1	20,0
18–19	16,2	12,2
20–24	33,5	36,2
24–29	33,3	31,6

Молодежь, проживающая в центрах субъектов Российской Федерации, городских населенных пунктах, кроме центров субъектов Российской Федерации, и сельских населенных пунктах, представлена в следующих пропорциях.

[1] http://www.minstm.gov.ru/.cmsc/upload/docs/14.doc.

Таблица 2

Распределение респондентов по типам населенных пунктов

Типы поселений	Проценты
Центр субъекта Российской Федерации	50,3
Другие города	33,5
Сельские населенные пункты	16,2

Характеризуя распределение респондентов по образованию, следует отметить незначительное превышение доли респондентов с высшим образованием, чем по России в целом.

Таблица 3

Распределение респондентов по образованию

Уровень образования	Проценты
Высшее или незаконченное высшее	29,0
Среднее специальное (техникум, колледж и др.)	21,2
Полное среднее (средняя школа, профессиональное училище)	32,9
Неполное среднее, начальное	17,0

По виду деятельности респонденты распределились следующим образом:

Таблица 4

Распределение респондентов по виду деятельности

Вид деятельности	Проценты
Учащиеся школ	18,6
Учащиеся профессиональных училищ	3,0
Учащиеся средних специальных учебных заведений (техникум, колледж и т. п.)	6,9
Студенты высших учебных заведений	18,6
Рабочие промышленности, транспорта, строительства и др.	10,9
Работники сельского хозяйства, фермеры	1,5
Специалисты технического, гуманитарного профиля	11,0
Военнослужащие, работники правоохранительных органов, таможни, налоговой инспекции и аппаратов государственного управления	4,2
Работники торговли, общепита, бытового обслуживания	8,5
Предприниматели	2,3
Занимаются домашним хозяйством	3,9
Временно не работают, ищут работу	5,2
Другие	5,2
Не ответили	0,4

Объем выборочной совокупности опрошенных с учетом отмеченных погрешностей реализации выборки позволяет считать, что полученные данные обследования отвечают требованиям репрезентативности состава населения Российской Федерации в возрасте от 15 до 29 лет по основным социально-демографическим характеристикам, а погрешность выборки не превышает 3%.

Переживаемая Россией социальная трансформация вызвала к жизни новые духовные потребности, нравственные ориентиры, формы общения и нормы поведения. Под влиянием новых социально-экономических процессов происходят значительные изменения и в культурном облике современной молодежи.

Результаты социологического опроса свидетельствуют о серьезных изменениях в структуре культурных потребностей молодых людей. Это касается, прежде всего, соотношения двух форм их проявления: производства культуры и потребления созданных культурных ценностей.

Данные опроса показывают существенную диспропорцию в соотношении указанных форм, выражающуюся в превалировании потребления над творческими формами деятельности. Так, доля регулярно посещающих зрелищные мероприятия почти в три раза больше доли занимающихся в студиях, клубах по интересам (29,7% и 13,3% соответственно). Различными видами художественного, технического творчества, традиционными ремеслами занимаются 18,7% опрошенных, в то время как 45,2% предпочитают посвящать свободное время просмотру телепередач и видеофильмов. В различных конкурсах и фестивалях в течение последнего года участвовали 26,5% респондентов, такое же количество (26,7%) в свободное время занимаются любимым делом (музыкой, рукоделием, рисованием, фотографией, танцами и т. д.). В то же время 45% не испытывают потребности в каком-либо виде творческой деятельности и не имеют любимого дела.

Анализ результатов исследования свидетельствует, что интенсивность проявления потребности в творческой деятельности различается в зависимости от таких факторов, как возраст и место жительства. Она значительно выше в младших возрастных группах (15–17 и 18–19 лет) и у городской молодежи.

Стимулом культурной деятельности является интерес, представляющий собой базис культурных потребностей. По данным опроса, интересы молодежи в сфере культуры концентрируются на зрелищно-развлекательных формах – кино и современной поп-музыке (см. табл. 5).

Исследование выявило зависимость интересов молодых людей от уровня образования. Респонденты с высшим или незаконченным высшим образованием заметно больше интересуются литературой, театром, живопи-

сью, архитектурой. Например, среди имеющих высшее или неполное высшее образование увлекаются театром 21,1% опрошенных, тогда так среди респондентов со средним специальным и полным средним образованием таких только 9%.

Таблица 5

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из видов искусства интересуют вас больше всего?»

Виды искусства	Проценты
Кино	62,5
Современная поп-музыка	38,3
Литература, книги	34,0
Рок-музыка	22,8
Фотография, киносъемка	19,3
Классическая музыка	16,6
Театр	12,8
Живопись	10,6
Балет, хореография	7,3
Архитектура	6,5
Декоративно-прикладное искусство	6,5
Ничего не интересует	3,5
Затруднились ответить	3,3
Другое	4,0

Как видно из данных таблицы, 34% респондентов в качестве одного из приоритетного интереса указали литературу и книги, но анализ тематики читаемых книг, а также просматриваемых фильмов и телепередач, показывает, что наиболее популярными жанрами являются приключения и детективы, которым отдают предпочтение половина опрошенных (49,6%), а также фантастика (39,8%) и любовные романы (37,3%) (см. табл. 6). Достаточно популярны книги, телепередачи и фильмы о путешествиях, животном мире и природе. А вот такие темы, как история, наука и, особенно, искусство остаются на периферии внимания молодежи.

Таблица 6

Распределение ответов на вопрос: «Как часто вы смотрите передачи и фильмы, читаете книги по следующей тематике?»

(в %)

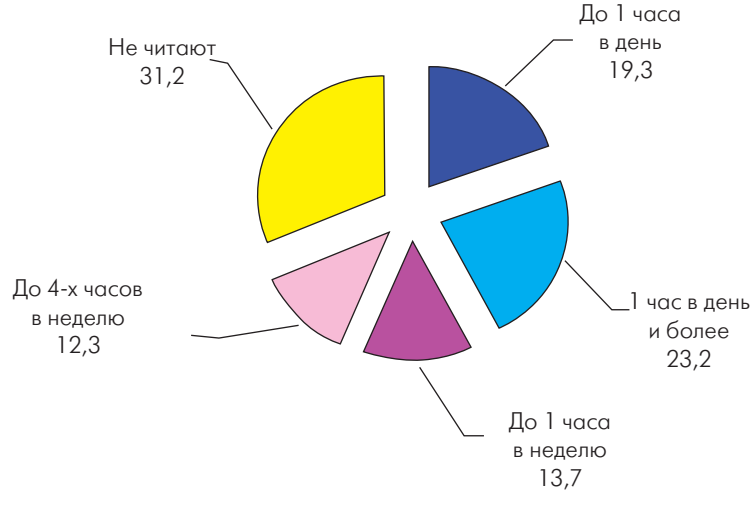
Темы	Часто	Редко	Не смотрят (не читают)	Не ответили
История	26,3	45,5	26,0	2,2
Искусство	12,7	41,5	42,5	3,3

Любовь	37,3	35,0	23,5	4,2
Приключения, детективы	49,6	34,3	14,9	1,2
Фантастика	39,8	32,7	24,9	2,6
Ужасы	29,1	30,3	38,0	2,6
Путешествия	37,0	37,6	22,7	2,7
О животном мире и природе	31,0	36,2	30,4	2,4
Эротика	7,1	29,7	59,2	4,0
Религия	3,9	25,1	67,3	3,7
Наука	21,2	36,7	38,9	3,2
Специальные (по увлечениям)	41,7	22,1	32,1	4,1

Значительную роль в структуре культурных потребностей играют познавательные потребности, которые проявляются в стремлении к освоению ценностей культуры, повышению культурного уровня личности. Это, в первую очередь, потребность в чтении. Судя по результатам исследования, у россиян становится все меньше поводов гордиться тем, что они самая читающая нация в мире, так как доля почти (меньше 1 часа в неделю) или совсем не читающих художественную литературу уже превышает количество регулярно читающих молодых людей (44,9% первых против 42,5% вторых) (см. диаграмму 1).

Диаграмма 1

Как часто вам удается читать художественную литературу?
(В % от общего количества опрошенных)



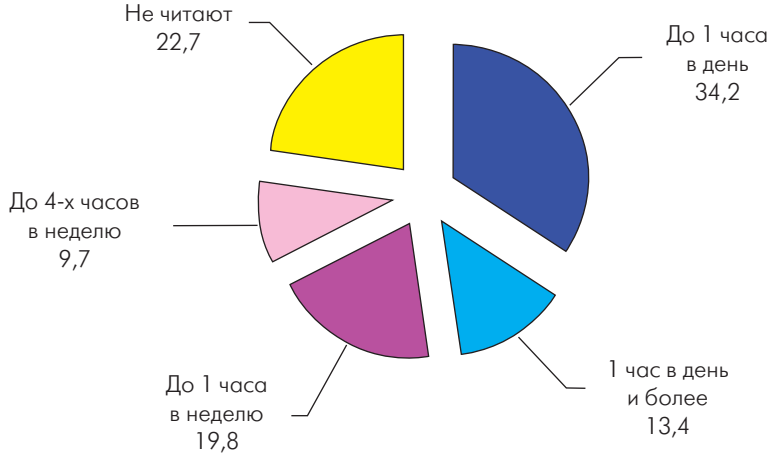
Несколько лучше обстоит дело с чтением прессы. Число регулярно читающих газеты и журналы пока превосходит долю мало или совсем их не читающих (47,6% первых против 42,5% вторых) (см. диаграмму 2). При

этом следует отметить зависимость частоты чтения прессы и художественной литературы от уровня материального достатка. Так, среди респондентов с низким уровнем дохода в три раза больше совсем не читающих газеты и журналы и в два раза больше не читающих художественную литературу, чем среди имеющих высокий доход. Наблюдается также различие в читательской активности по регионам. Больше всего (61,7%) совсем не читающих художественную литературу и прессу среди молодежи Челябинской области.

Диаграмма 2

Как часто вам удается читать газеты и журналы?

(В % от общего количества опрошенных)



К рассматриваемому виду культурных потребностей относятся также потребности в просмотре кинофильмов, посещении театров, выставок, концертов и других формах регламентированной досуговой деятельности, которые находятся в устойчивой зависимости от деятельности учреждений культуры и искусства и удовлетворяются ими традиционно.

Возможность и полнота удовлетворения этого вида культурных потребностей зависят от наличия свободного времени и степени развития культурной инфраструктуры.

Материалы опроса показывают, что у 54% молодежи хватает свободного времени для проведения досуга. Причем у сельской молодежи свободного времени значительно больше (68,3%), чем у городской, в то время как возможности удовлетворять свои культурные потребности у сельской молодежи несоизмеримо меньше (табл. 7)

Как показывают данные таблицы, сельским жителям доступны с основном обычные библиотеки и краеведческие музеи, а 8,8% сельских респондентов проживают в селах, где нет никаких культурных учреждений.

Таблица 7

Наличие учреждений культуры

(в %)

Учреждения культуры	Центр субъекта РФ	Средний город	Село	Всего
Современный широкоформатный кинотеатр со стереозвуком	91,5	52,0	0,6	63,5
Обычный кинотеатр	85,0	60,5	11,2	64,9
Культурно-развлекательный центр	92,8	80,7	11,8	75,6
Интернет-кафе	92,2	75,9	4,7	72,6
Театр профессиональный	88,6	34,9	0,6	56,4
Театр любительский	77,5	33,2	0,6	50,2
Современная (с выходом в Интернет) библиотека	84,5	39,5	1,8	56,0
Обычная библиотека	96,6	89,8	78,2	91,3
Музей краеведческий	86,7	66,5	65,9	76,6
Музей-заповедник	61,9	33,0	17,1	45,0
Другие	4,9	4,5	57,1	13,2
Нет никаких учреждений культуры	0,9	3,7	8,8	3,1

Развитая культурная инфраструктура в городах, особенно в центрах субъектов РФ, предоставляет широкий выбор для удовлетворения разнообразных культурных потребностей. Однако значительная часть молодежи, независимо от возраста и уровня образования, предпочитает проводить время в культурно-развлекательных центрах и кинотеатрах. Например, 27,5% опрошенных посещают современный кинотеатр не реже 1 раза в месяц, а профессиональный театр – лишь 2,8%. При этом не посещают профессиональный театр более половины (53,7%) респондентов.

28,6% сельской молодежи в возрасте 15–17 лет и 31,8% восемнадцати- и девятнадцатилетних еженедельно посещают дискотеки и клубы, тогда как городская молодежь такого же возраста ходит в клубы значительно реже (еженедельно посещают клубы, дискотеки 11% горожан 15–17 лет и 9,6% – 18–19 лет).

Результаты опроса выявили зависимость выбора проведения досуга от материального положения опрошенных. 70% респондентов с низкими и очень низкими доходами вообще не посещают никаких учреждений культуры. Для респондентов с высоким и средним уровнем материального достатка характерно более частое посещение учреждений культуры, но их выбор все равно падает на современные кинотеатры и культурно-развлекательные центры.

В целом на основе материалов опроса можно сделать вывод, что учреждения культуры не являются для молодежи популярным местом проведе-

ния свободного времени. Только 29,8% опрошенных в свободное время посещают театры, музеи, дворцы культуры, клубы по интересам и т. д. 70,6% молодежи, независимо от возраста и уровня образования, проводят свой досуг дома или в гостях у друзей и родственников (47%).

Основным видом отдыха для современной молодежи становится просмотр телепередач и видеофильмов, прослушивание музыки и проведение времени за компьютером. Подобным образом используют свободное время от 45,2% (смотрят телепередачи и видеофильмы) до 42,9% (проводят время за компьютером). Следует отметить, что почти 20% молодежи в возрасте от 15 до 19 лет бездельничают и «убивают» свободное время, а 18% 25–29-летних предпочитают в свободное время выпивать.

Значительную часть свободного времени молодые люди проводят у телевизора. 41,3% респондентов посвящают этому занятию более двух часов в день, причем селян среди них в два раза больше, чем жителей больших городов. Значительная часть опрошенных (41,4%) имеет возможность смотреть от 20 до 50 телевизионных каналов. Среди сельских жителей такую возможность имеют только 27,1%. 36,5% селян вынуждены довольствоваться гораздо более скромным выбором, так как их телевизоры принимают от 1 до 10 каналов.

Подавляющее большинство респондентов (82,3%) сделали свой выбор в пользу определенных каналов. Опрос показал, что молодежь отдает предпочтение в основном развлекательным телеканалам – СТС и ТНТ. В тройку лидеров попал также Первый канал.

Две трети молодых людей имеют любимые телепередачи. По большей части это передачи развлекательного характера: Comedy clab, Дом-2, КВН, Ледниковый период и т. д. Им отдали предпочтение 37,2% имеющих любимые передачи. На втором месте со значительным отрывом следуют информационно-аналитические передачи (Вести, Новости, Профессия репортер и т. д.), которые являются любимыми для 22,7% респондентов.

Таким образом, можно утверждать, что сложились существенные различия в структуре культурных потребностей городской и сельской молодежи, но при этом важнейшей и преобладающей тенденцией является нарастание потребительского отношения к культуре и падение общего уровня потребления произведений духовной классической культуры у российской молодежи в целом. Для преодоления сложившейся ситуации необходимо направить основные усилия на создание современной инфраструктуры не только для удовлетворения, но и для формирования культурных потребностей молодежи.

© Ефанова О.А., 2010
© Иваненков С.П., 2010
© Ивченкова М.С., 2010