

## КУЛЬТУРНАЯ АКТИВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ

Изменения в культурной активности населения происходят вследствие совокупного воздействия значительного числа самых разнообразных факторов. Часть из них оказывает, на первый взгляд, решающее, а часть — незначительное влияние на поведение людей в сфере досуга. Между тем культурная активность оказывается сферой, в которой происходит весьма специфическое преломление экономических, социальных и политических влияний, оно в значительной мере обусловлено и культурной традицией, и стилем жизни различных слоев и групп населения.

### *Структура досуга*

**Изменения в образе жизни, рост трудовой нагрузки привели к изменению в объеме и содержании свободного времени, прежде всего сказавшись на любительских занятиях и пассивном отдыхе. Удовлетворенность досугом невелика. Рост возможностей внедомашнего досуга, доступность различных учреждений не привели к росту посещаемости.**

**Изменения в образе жизни.** Увеличение доли труда в семейном хозяйстве, самообеспечение семьи продуктами, некоторыми материально-бытовыми услугами приобретает большое значение в связи со снижением реальных доходов. Как следствие — сокращение свободного времени. О том, что они ощущают такое сокращение, говорят практически все опрошенные москвичи, богатые и бедные. Однако новосибирским социологам удалось выявить некоторые группы населения, у которых расширились возможности для отдыха, и они это осознают. Среди таковых прежде всего обеспеченные респонденты<sup>1</sup>.

Известно, что в последнее время приобрело большое значение такое явление, как *сочетание занятий*. Оно охватило практически все виды человеческой деятельности: на работе выполнение одних функций нередко сочетается с выполнением других; удовлетворение физиологических потребностей сочетается с выполнением рабочих заданий (еда и переговоры по телефону); занятия, связанные с работой, сочетаются с потреблением культурной продукции (прослушивание радиоспектакля при езде в автомобиле); комбинируются и сугубо досуговые занятия. Все это отражает интенсификацию жизни во всех ее сферах, охватившую, однако, не все население в одинаковой мере.

Структура досуга москвичей в целом не отличается принципиально от досуга остальных россиян: 66 % москвичей в 1997 г. сообщили ВЦИОМ, что свободное время проводят дома, занимаясь текущими домашними делами<sup>2</sup>.

Набор досуговых занятий молодежи — лиц до 30 лет — за 1987-1997 гг. изменился несущественно, но в нем наблюдается смена рейтингов. Если виды деятельности, связанные с саморазвитием, в 1987 г. занимали I место, то позже они были вытеснены на V, поскольку большее значение приобрели занятия с детьми и хоккей, индивидуальная деятельность по дому (сместилась со II на I место), встречи с друзьями, прием гостей (с III на II), пассивный отдых (с VI также на II), азартные игры (с X на III). Менее существенными, чем прежде, считали чтение, посещения учреждений культуры, любительские занятия (Табл. 9.1)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> В октябре 1996 г. 20% наиболее обеспеченных россиян на обслуживание и отдых расходовали в среднем в 23 раза больше, чем 20% наименее обеспеченных, а общая сумма расходов тех и других различалась в 10 раз. Независимо от уровня дохода респонденты связывают улучшение больше всего с увеличением свободного времени (29%) и изменениям состава семьи (26%), затем с расширением свободы и демократизацией в обществе (14%), а также с появлением достатка в семьях (8%). (Цит. по: Социальная траектория реформируемой России. Новосибирск, 1999, с. 595).

<sup>2</sup> Бочарова О., Лернер А. Особенности образа жизни подростков // Мониторинг общественного мнения. Экономические и социальные перемены. 1998, № 6.

<sup>3</sup> Маршак А.П. Особенности социокультурных связей социально-дезориентированной молодежи // Социс, 1998, № 12.

Табл. 9.1. Ранжирование видов досуговой деятельности молодых людей, 1987-1997 гг.

Виды деятельности	1987	1995	1997
Учеба, саморазвитие	IX	X	X
Занятия с детьми и хоз.деят. по дому	I	II	V
Товарищеские встречи, гости, посещение кафе, дискотек	IV	IV	VI
Чтение книг, журналов, просмотр телепередач, прослушивание радио	VIII	IX	IX
Любительские занятия (рукоделие, коллекционирование, охота, рыбалка)	VII	VI	VII
Пассивный отдых	V	VII	VIII
Физические занятия (спорт, туризм)	II	I	I
Публично-зрелищные занятия (кино, театр, концерт, спорт. мероприят., экскурсии в музей)	III	V	II
Творческая деятельность (художественная, техническая)	VI	V	II
Антикультурные занятия (пьянство, азартные игры)	X	VIII	III

Распределение ответов на вопрос: «Что из перечисленного Вы умеете?» показало, что 73% молодых респондентов могут приготовить обед, 46% — обращаться с компьютером (55% среди юношей, 37% среди девушек; 61% в больших городах), 41% — снимать на видеокамеру (56% среди юношей, 26% среди девушек; 53% — в больших городах) и шить (девушки в 3 раза чаще), 35% — водить автомобиль (юноши в 6 раз чаще), 34% — играть на пианино, гитаре, других музыкальных инструментах, а также петь, 32% починить протекающий кран, 27% — вязать (девушки в 17 раз чаще). Возрастных различий почти не заметно. По наблюдениям специалистов, в этом проявляется общая тенденция: снижается возрастная граница взросления<sup>4</sup>, что позволяет говорить о размывании границ такого явления, как молодежная культура.

В целом, говоря о динамике любительских занятий, специалисты отмечают, что изменилась их *структура*. Например, вследствие снижения уровня жизни реже стали заниматься рационализацией и техническим творчеством, музыкой, художественной самодеятельностью, изобразительным искусством и литературой — занятиями, требующими либо специального оборудования и помещения, либо взаимодействия с другими любителями. Более распространенными стали в то же время уход за комнатными растениями, животными, изготовление предметов быта, а также чтения (последнее среди женщин).

\* \* \*

Различия в содержании досуга и удовлетворенности им пока оказываются связанными не столько с собственно финансовой стороной жизни, сколько с отношением, навыками, квалификацией при использовании свободного времени как такового. В проведении свободного времени преобладает тенденция пребывания с *семьей*, что вполне соответствует ситуации и в развитых странах, где все большая часть населения рассматривает свободное время как время для семьи, для семейного общения.

### ***Потребление информации и приобщение к искусству с помощью технических средств***

**Потребление информации растет, причем в основном за счет развития электронных СМИ. Развитие новых технологий почти не сказывается на приобщении населения к искусству. Интерес к чтению художественной литературы падает, а к чтению деловой — усиливается. Потребление периодики снижается.**

В последнее время в отечественной и зарубежной культурологии актуализируют попытки понять место и роль массовой культуры не с точки зрения ее соответствия или несоответствия неким внешним эстетико-моральным критериям, а с позиции взаимосвязи и пересеканности этой культуры (культур) с конкретной жизнью ее потребителей.

Потребление информации во всем мире постоянно растет. Это же наблюдается и в нашей стране, где, однако, оно носит противоречивый характер. О доверии к средствам массовой информации из года в год сообщает лишь каждый пятый участник опросов ВЦИОМ (Табл. 9.2).

<sup>4</sup> Бочарова О., Лернер А. Указ. соч.

Табл. 9.2. Распределение ответов на вопрос: «В какой мере заслуживают доверия печать, радио, телевидение?», сентябрь 1998

	Всего	До 29 лет	30-49 лет	50 лет и ст.	Высш и незак.в	Среднее и незак.	Мужчины	Женщины
Вполне заслуживает	23,5	26,7	20,6	24,5	15,9	24,0	22,1	24,7
Не вполне заслуживает	44,2	44,3	43,5	44,9	48,9	44,5	43,9	44,5
Совсем не заслуживает	18,5	13,4	21,1	19,1	23,7	18,5	21,4	16,0
Затрудн. ответить	13,8	15,6	14,8	11,5	11,5	13,0	12,6	14,8

**Прослушивание радио.** Этот канал традиционно является одним из важных каналов получения информации. Не слушают в 1997 г. треть населения, в том числе 39 % лиц 30-49 лет и 27 % лиц с высшим образованием; в областных центрах в 1998 г. таких лиц меньше (21%), причем времени этому уделяется немало — 2 час. 42 минуты в будни и 2 час. 36 мин в выходные. Местные информационные радиостанции слушает каждый пятый, и с возрастом доля таких лиц растет, а с образованием — снижается. И напротив, местные музыкальные и развлекательные радиостанции, собирая вдвое меньшую аудиторию, пользуются большим успехом среди лиц до 30 лет и с высшим образованием (соответственно 16% и 14% против 11% в среднем, Табл. 9.3).

Табл. 9.3. Распределение ответов на вопрос: «Слушаете ли Вы радио? Если да, то какие радиостанции Вы слушаете более или менее регулярно?»

	Всего	Возраст			Образование		
		До 29 лет	30-49	50 и старш е	Высш.	Ср. и ср.-сп.	Ниже ср.
Нет, не слушаю	33,6	33,2	38,8	29,2	26,7	35,1	34,2
Радио России	31,0	18,1	26,5	44,9	31,2	25,9	36,9
Русское радио	10,6	18,6	10,8	4,6	12,5	12,4	7,7
Маяк	21,4	13,7	28,1	25,1	24,6	21,7	19,8
Европа плюс	12,9	34,2	11,5	4,4	24,4	22,7	19,8
Радио Максимум	2,1	5,7	1,3	0,4	2,9	2,3	1,6
Радио Ностальжи	3,2	5,0	3,9	1,0	4,5	4,3	1,3
Радиостанция 105,8	0,1	0,1	—	0,1	0,1	—	0,1
Местные информац. передачи	21,7	12,6	20,4	29,6	15,8	20,2	25,5
Местные музыкальн. и развлекат. каналы	11,2	15,8	13,1	6,3	14,2	13,9	7,2

Социальные..., 1998, № 1, С. 78.

Радио слушают обычно не дома — на работе, на даче, в автомобиле. В Москве FM частоты оказываются более популярными, чем в центральной части страны, а ЧМ — наоборот. Наиболее популярны: Радио России, Маяк, Европа Плюс и Русское радио.

Цели прослушивания радио — прежде всего желание послушать музыку: лица, включающие радио для этого, полагают, что музыкальных программ и не хватает (об этом сообщили 39% респондентов); хотя бы слышать больше информационных программ 21%; радиопостановки интересны для 14% опрошенных.

Среди собственно музыкальных передач наиболее предпочтительны музыкальные блоки с сопровождением ведущего. Более популярными становятся передачи, посвященные определенному исполнителю. Интервью с музыкальными знаменитостями привлекательны для 13% участников опроса. В целом 77% опрошенных сообщили, что удовлетворены работой радио<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Телерадиоимперия, с. 9.

**Просмотр телепередач.** Среднее время телепросмотра — около 3 часов в будни и 3,5 — в выходные, а в Москве они еще больше<sup>6</sup>. Опрос ВЦИОМ показал, например, что «по сравнению с прошлым годом» каждый третий стал чаще смотреть телевизор (реже — 22 %). Увеличение времени, отводимого телепросмотру, происходит частично за счет чтения. Это касается в первую очередь тех, кто уже рос в эпоху распространения телевидения, и меньше, а то и вовсе не затрагивает лиц, выросших в эпоху господства печатного слова. Приходится иметь в виду и то обстоятельство, что телевидение в ряде случаев оказывается предпочтительным лишь потому, что представляет собой более дешевую альтернативу подписке или покупке периодики и книг.

Подавляющее большинство лиц смотрят телевизор дома, однако нередко делают это также и в гостях, в других местах, в том числе и на работе (5%).

*Новости* не смотрит лишь каждый десятый россиянин. Городские каналы пользуются большей популярностью по сравнению с областными (их смотрят соответственно 21% и 6%, Табл. 9.4).

Табл. 9.4. Распределение ответов на вопрос: «Какие программы новостей Вы смотрите более или менее регулярно?»

	Всего	Возраст			Образование		
		До 29 лет	30-49	50 и ст.	Высш.	Ср. и ср.-сп.	Ниже ср.
Число опрошенных	2041	625	908	868	336	1124	941
Утро (ОРТ)	31,4	40,1	33,2	23,3	28,9	35,8	27,0
Вести (РТР)	48,1	37,7	45,5	54,2	61,4	47,4	44,2
Время (ОРТ)	60,9	46,1	59,5	72,9	63,4	57,6	63,8
Зеркало (РТР)	12,3	6,5	11,5	17,2	17,6	9,0	13,5
ИТА-Новости (ОРТ)	11,6	8,6	12,1	13,2	17,5	11,2	10,1
Итоги (НТВ)	23,1	20,1	22,2	26,3	38,7	23,6	17,0
Обозреватель (ТВ6)	2,3	1,1	2,5	2,8	3,2	2,6	1,6
Времечко (TV-центр)	17,6	15,0	18,7	18,4	24,3	20,7	11,5
Новости (TV-центр)	11,9	16,4	11,7	8,8	11,7	11,5	12,3
Информ TV(СПб)	13,4	12,6	11,6	15,7	16,2	12,9	12,9
Другие программы	4,1	3,2	4,6	4,3	6,2	4,8	2,5
Передачи новостей областных каналов	5,7	8,9	5,5	3,6	7,1	4,4	6,7
Передачи гор. каналов	20,6	20,8	21,1	19,5	24,7	21,1	18,8
Не смотрели новости	0,9	1,4	0,9	0,6	2,3	1,1	0,3
Нет ответа	10,9	14,2	10,9	8,5	4,1	10,8	13,4

Бюллетень ВЦИОМ, 1998, № 1, с. 77-79.

Что же касается телепередач в целом, то, например, опрос, проведенный в Новосибирской области, показал: подавляющее большинство граждан хотели бы изменить программу телепередач, уменьшив показ секса, жестокости и насилия, убрали бы рекламу на отдельный канал или не прерывали бы передачи ради нее.

Опрос, проведенный в 1997 г. среди бедных и богатых москвичей, показал, что на первом месте среди *предпочитаемых* у всех респондентов оказались информационные выпуски<sup>7</sup>. По фактически же проводимому времени в рассматриваемый период ведущие место у зрителей занимали *художественные фильмы и сериалы*, оттеснившие выпуски новостей рубежа 1980-90-х и телеигры начала 1990-х гг., а информационные передачи оказались на втором месте, впрочем, с почти незаметным отставанием (86,7 против 85,6% среди, например, жителей провинции); развлекательные следуют за ними (82%), затем публицистические и музыкальные (75%), культурно-просветительные передачи (63%), сериалы (56%).

*Женщины* составляют большинство аудитории художественных фильмов (61,5%), музыкальных (64%), культурно-просветительных (70%), детских (80,7%), а *мужчины* — спортивных (90,8%), эротических (77,6%) и информационных (64,2%) специализированных каналов. Среди интересующих тем (по мере убывания) — здоровье, домохозяйство и семья, быт, человеческие отношения и культуры, что сближает подобные интересы с теми, что выражает телеаудитория многих зарубежных стран и свидетельствует о дальнейшей приватизации интересов россиян<sup>8</sup>.

Собственно *художественные пристрастия*, как показал опрос ВЦИОМ, оказались сосредоточенными прежде всего на развлекательных и остросюжетных произведениях (Табл. 9.5).

<sup>6</sup> Там же, с. 6.

<sup>7</sup> Далее богатые называли художественные фильмы, ток-шоу, научно-познавательные и телесериалы, музыкальные, спортивные, публицистические. У бедных же несколько иная иерархия: музыкальные передачи, художественные фильмы, научно-познавательные, ток-шоу, спорт, публицистика, телесериалы. Всего богатые дали 1,73, а бедные 1,78 ответа, что говорит о несколько большей продуманности последними обсуждаемого сюжета (Подробнее см.: Бутенко И.А. Качество досуга у богатых и бедных // Социол. исслед., 1998, N 7).

<sup>8</sup> Телерадиоимперия, с. 6.

Табл. 9.5. Распределение ответов на вопрос: «Смотрели ли Вы по телевидению, видео или в кинотеатре художественные фильмы? Если да, то какие?»

	Всего	Возраст			Образование		
		До 29 лет	30-49	50 и старше	Высш.	Ср. и ср.-сп.	Ниже ср.
Нет, смотрю редко	8,1	3,4	7,1	5,8	11,1	7,6	8,3
Комедии	61,5	77,8	63,9	47,2	64,6	67,1	53,7
Старые советские и зарубежные фильмы	58,5	47,0	56,7	68,5	62,5	54,5	61,8
Детективы, боевики, остросюжетные фильмы	46,6	68,8	51,2	25,9	56,4	49,5	39,7
О любви, мелодраму	41,6	44,4	41,2	40,1	41,0	46,1	36,5
Исторические	37,9	34,8	41,6	36,3	51,2	37,5	33,7
Мультфильмы	25,3	35,6	26,8	17,3	22,2	26,3	25,3
О современной жизни	24,1	30,2	25,1	18,7	32,0	25,3	20,0
Фантастику	23,8	46,4	22,7	8,7	27,6	25,4	20,6
Фильмы ужасов, мистику	21,8	48,9	17,7	6,5	16,6	25,2	19,6
Эротику	17,3	37,0	17,2	3,2	16,9	20,9	13,8
Музыкальные	15,5	47,0	56,7	68,5	62,5	54,5	61,8

ФОМ-ИНФО, 1998, № 1, с. 77.

Как оказалось, телезрители, в отличие от посетителей кинотеатров и пользователей и видеопроката, все больше предпочитают отечественную продукцию, причем чаще — минувших десятилетий (Табл. 9.6).

Табл. 9.6. Телерепертуар 1998

Страны	Показы	Рейтинг	
		Суммарный	Средний
СССР	226	4469,2	19,8
США	154	2979,6	19,3
Россия	52	987,3	19
Франция	28	544,9	19,5
Англия	20	364,4	18,2
Италия	6	109,9	18,3
Канада	2	33,5	16,8
Гонконг	2	36,2	18,1
Индия	2	35,8	17,9
Австралия	1	15,1	15,1
Израиль	1	17,3	17,3
Япония	1	15,6	15,6
Мексика	1	29	29
Польша	1	21	21
Швеция	1	18,8	18,8

Та же тенденция — обращение к советским фильмам — наблюдалась и даже отчасти усилилась и в 1999 г. (Табл. 9.7).

Табл. 9.7. Рейтинг фильмов производства разных стран, 1999

Страны	Показы	Рейтинг	
		Суммарный	Средний
СССР	53	1398,4	26,4
США	29	786,2	27,1
Россия	7	184,8	26,4
Франция	6	145,5	24,2
Англия	2	44,9	22,4
Италия	1	27,3	27,3
Мексика	1	29	29

**Содержание и объем чтения меняются.** 1990-е гг. в России ознаменовались значительными изменениями в образе мышления и образе жизни населения. Чтение оказывается все менее значимым занятием, охватывая, по разным данным, от 45 до 64% населения. В ходе опроса ВЦИОМ о том, что они стали читать больше, сообщили 16 %, а меньше — 35 % респондентов. Студенты — самая, по идее, читающая часть населения, тем более гуманитарные студенты, среди которых проводилось исследование в 1998 г., сообщили, что они читают ежедневно около 1 часа 25 минут (впрочем, человеку трудно давать себе отчет о подобной деятельности, когда речь идет об инструкциях, этикетках, объявлениях и т.п.). Что касается книг, то треть опрошенных ВЦИОМ признались, что читают редко. Не утрачивая пока звания «самой читающей», отечественная публика резко меняет свои пристрастия, демонстрируя ряд устойчивых тенденций.

*Первая из них* — переход от чтения «высокой литературы» и публицистики к развлекательной. Если в начале 1990-х гг. книжный рынок еще не мог предложить разнообразных любовных романов, детективов, ограничившись лишь таким новшеством, как всевозможные сборники анекдотов, то к концу десятилетия значительная часть потребностей в подобного рода изданиях, прежде удовлетворявшаяся за счет так называемой «высокой» литературы, удовлетворяется именно соответствующими изданиями — приключениями, детективами и т.п. На первом месте по популярности оказались детективы и боевики, затем — женские романы, исторические произведения, фантастика, отечественная и зарубежная классика и др. (Табл. 9.8).

Табл. 9.8. Распределение ответов на вопрос: «Читаете ли Вы книги? Если да, то какие книги Вы любите читать?»

	Всего	Возраст			Образование		
		До 29 лет	30-49	50 и старше	Высш.	Ср. и ср.-сп.	Ниже ср.
Нет, читаю редко	34,7	21,2	25,6	54,0	14,6	26,3	51,9
Фантастику	15,3	26,6	16,5	6,1	2,0	18,0	10,3
Боевики, детективы	32,1	42,0	39,5	17,2	41,8	35,3	24,8
Романы о любви, женские романы	26,6	33,8	33,4	14,4	26,5	32,6	19,7
По истории, исторические романы	23,5	23,9	26,6	20,0	40,8	25,2	15,3
Романы русских и зарубежных классиков	14,4	23,9	15,0	14,1	30,0	15,5	7,4
Современную русскую прозу	6,2	5,9	7,4	5,0	15,4	4,5	4,9
Современную зарубежную прозу	4,4	3,9	5,8	3,9	11,4	1,3	3,1
Поэзию	6,2	8,8	7,4	3,0	14,0	6,4	14,2
По истории края	6,6	6,7	6,4	6,3	12,9	5,4	5,9
Нетрадиц. медицину, оккультизм	9,8	11,7	12,1	6,1	15,9	10,4	7,0
Религиозную литературу	9,0	3,1	4,8	3,7	6,4	4,6	2,4
По домашнему хозяйству, о саде, огороде	16,3	11,2	22,4	13,9	25,6	18,8	10,0
Биографии великих людей, мемуары	8,7	7,9	7,9	10,1	21,7	8,4	4,4
Энциклопедии, справочники	10,5	12,5	13,9	5,5	25,6	11,6	3,8
Сборники анекдотов	13,0	27,9	12,5	2,9	14,4	13,5	12,0
Эротические романы, книги о сексе	6,2	14,8	5,5	0,8	5,4	6,6	6,1

ФОМ-ИНФО, 1998, № 1, с. 77.

Интересно, что из года в год обнаруживается: наиболее образованные респонденты под чтением чаще понимают обращение к художественной литературе в ее традиционном значении «серьезной» литературы, а все остальные — также и к развлекательной. Лица с высшим образованием предпочитают такие жанры, как

детектив, русская и зарубежная классика, фантастика. Далее они сообщают о чтении энциклопедий, оккультной литературы и поэзии. А респонденты без высшего образования — детективы, фантастику, любовные романы.

Просмотр телевизионных мыльных опер не вытесняет любовные романы из круга чтения соотечественников, в то время как другие тележанры нередко все же составляют чтению более серьезную конкуренцию либо за счет усиленного обращения читателей к текстам произведений, по которым написаны фильмы (или написанным по мотивам фильмов), либо вообще отказываясь от чтения художественной литературы.

*Второй тенденцией* оказывается переход читательских пристрастий от переводных детективов как самого читаемого жанра к отечественным — эта тенденция, в значительной мере стимулированная как положением с авторским правом, так и изменившимися потребностями читательской аудитории, достаточно насытившей первоначальный интерес к зарубежному образу жизни, который к тому же вследствие общей вестернизации массовой культурной продукции оказывается уже хорошо знакомым и в то же время слишком отличным от того, который ведут российские читатели.

*Третьей тенденцией* оказывается переход от философских изданий к научно-практическим (словарям, пособиям, руководствам). Если в начале десятилетия люди с энтузиазмом обращались к новым и возвращенным именам, вчитываясь в философские сочинения, то общая прагматизация интересов приводит к неспособности и ненужности для многих подобной работы, требующей значительной концентрации и не дающей никакой очевидной сиюминутной практической пользы.

*Четвертая тенденция* выразилась в отходе от публицистических текстов к ток-шоу. Снижается число подписчиков и читателей *газет*. Они в эпоху перемен оказываются уже недостаточно оперативными по сравнению с аудиовизуальными средствами в освещении хроники событий; доступная и живая форма телевизионных дискуссий становится более привлекательной (впрочем, тоже утрачивая постепенно свою аудиторию: все меньше телезрителей смотрят новости и публицистические телепрограммы). О том, что *газет* при регулярно не читают, сообщили 29 % опрошенных в ноябре 1998 г. (Табл. 9.9)<sup>9</sup>.

Табл. 9.9. Распределение ответов на вопрос: «Какие из газет Вы читаете более или менее регулярно?»

	Всего	Возраст			Образование		
		До 29 лет	30-49	50 и старше	Высш.	Ср. и ср.-сп.	Ниже ср.
Число опрошенных	2401	625	908	868	336	1124	941
Аргументы и факты	24,9	26,8	29,8	18,5	43,3	29,8	13,6
Известия	5,3	3,3	5,6	6,4	9,3	4,3	5,1
Коммерсант daily	1,3	1,4	2,1	0,2	5,1	1,1	0,1
Комсомольская правда	14,2	14,4	19,2	8,9	24,2	17,2	7,0
Московские новости	1,3	1,7	1,5	0,8	3,1	1,6	0,3
Независимая газета	1,0	0,2	1,5	1,0	2,8	0,8	0,6
Новая газета	0,5	0,4	0,5	0,7	1,3	0,7	0,1
Общая газета	0,2	0,4	—	0,2	0,7	0,2	—
Правда	2,0	1,0	1,9	2,7	3,7	2,4	0,8
Российская газета	3,9	2,3	5,4	3,5	9,2	3,9	2,1
Российский телеграф	0,1	0,2	0,2	0,1	0,8	0,1	—
Сегодня	1,3	1,0	2,0	0,9	3,7	10,4	10,1
Совершенно секретно	7,1	11,4	7,8	3,2	10,4	10,1	2,3
Советская Россия	2,1	0,7	1,7	3,6	6,6	1,6	1,1
СПИД ИНФО	19,5	41,8	19,9	2,9	20,3	26,7	10,5
Спорт Экспресс	2,2	3,5	2,4	1,1	3,3	2,5	1,5
Труд	4,9	3,9	5,7	4,9	7,7	5,0	3,9
Я молодой	3,1	10,2	11,1	—	2,4	4,2	2,0
Др. центр. газета обществ.-политич. содержания	6,2	15,6	7,1	5,7	12,5	6,5	3,7
Газет регулярно не читаю	18,6	25,0	20,0	12,1	17,2	22,2	14,9

Социальные..., 1998, № 1, с. 77.

<sup>9</sup> В том числе лица до 29 лет — 26 %, 30-49 лет — 23,7 %, 50 лет и старше — 37,1%; лица с высшим образованием — 15,4 %, со средним и средним специальным — 24,4%, ниже среднего — 39,6 %. Среди мужчин таковых оказалось 26,6%, среди женщин — 31,0 %. Руководителей 13,2 %, специалистов 15,4 %, рабочих 22,2 %, служащих — 25,0 %, учащихся — 28,0, пенсионеров — 43,7 %, домохозяйек — 26,3 %, безработных — 33,7 %

Интересно, что рейтинг популярности у разных газет различается, если сравнить москвичей и россиян в целом<sup>10</sup>. В целом в Москве ниже доля лиц, вообще не читающих газеты (24 %).

*Пятая тенденция* выражается в том, что библиотеки отмечают устойчивый рост спроса на учебную литературу со стороны все расширяющегося круга лиц, причем не обязательно молодежи. Именно они обеспечивают сохранение на прежнем уровне охвата населения библиотечным обслуживанием, именно они же получают наибольшее число отказов.

В целом изменения, коснувшиеся чтения, приводят вкусы читающей публики в большее соответствие с ситуацией в других европейских странах: постоянных читателей среди населения сравнительно немного (чаще это женщины), читают чаще произведения кратких и суперкратких (комиксы) жанров, резко дифференцируются чтение деловое и развлекательное; последнее становится в большей степени сопутствующим занятием, не требующим напряженной работы мысли<sup>11</sup>.

Специалисты предсказывают выпадение из числа читателей лиц наименее образованных, а также тех, у кого привычки к чтению не стали устойчивыми, то есть молодых<sup>12</sup>.

\* \* \*

Можно полагать, что развитие новых технологий пока не затронуло интересов широких слоев населения. Увеличение числа телеканалов привело к расширению возможностей выбора, прежде всего выбора фильмов, показываемых телевидением. Интерес к передачам, посвященным искусству, невысок; прослушивание музыки, даже чтение во многих случаях оказываются сопутствующими занятиями. Это означает, что *принципиальных изменений в возможностях дистанционного приобщения к искусству пока не наблюдается*, хотя женская часть телеаудитории более склонна к обращению к культурно-просветительским передачам и выражает желание, чтобы их было больше. Более того, можно предположить, что, поскольку более активными пользователями новых технологий оказываются мужчины, в целом у населения перспектив в плане приобщения к искусству с помощью этих технологий немного.

### ***Посещение учреждений культуры***

**Расширение ассортимента услуг, предлагаемых учреждениями культуры, не привело к росту аудиторий. Отмечается резкий рост интереса к развлекательным жанрам, мероприятиям. На фоне общего изменения в сети учреждений и наборе предлагаемых услуг, появления совершенно новых (казино, залы игровых автоматов) учреждений часть услуг остаются невостребованными. Уменьшается число посетителей театров, цирков, музеев. Диспропорция спроса и предложения возникает не только вследствие роста цен на эти услуги, но и благодаря расширению выбора, появившемуся у населения. Возможно, что в репертуаре учреждений культуры слишком скромно представлено современное отечественное искусство; отсутствие гастрольных выступлений или высокая цена билетов ограничивает возможности населения для приобщения к нему.**

**Количественные показатели.** Ведомственная статистика, предоставляющая данные о сети и посещаемости организаций культуры, искусства и кинематографии, характеризует лишь деятельность организаций, входящих в систему Минкультуры (региональный аспект отражен в Приложении 6). Отсутствие данных о сети и деятельности отдельных видов негосударственных учреждений этой сферы не дает возможности достоверно оценить динамику обеспеченности населения организациями и уровень их культурной активности. Возникающий пробел отчасти помогают восполнить опросы населения.

Согласно имеющимся данным Минкультуры, обеспеченность населения клубами и библиотеками, парками и музеями примерно одинакова, если рассматривать средние показатели по России, хотя здесь весьма заметны региональные различия (см. приложения 7 и 8). Массовые опросы показывают, что среди населения весьма невелика доля лиц, посещающих учреждения культуры. В *аудитории* учреждений культуры сохраняются возрастные, гендерные и некоторые другие диспропорции. В 1997 г. посетили театр по крайней мере однажды 31% опрошенных (среди лиц с высшим образованием таковых было 65%); музей, выставку — 16% (52% — с высшим образованием), кинотеатр — 6% (11%), консерваторию, концертный зал — 4% (14%). *Девушки* в 1,5 раза чаще ходят в театр и в 1,3 раза чаще посещают выставки и музеи (как и женщины в целом), а *юноши* больше внимания уделяют спорту. *Родители с детьми* оказываются в наименее выгодном финансовом положении, вследствие чего уменьшается посещаемость цирков, детских представлений. Заметны различия в поведении лиц с различным уровнем образования (Табл. 9.11).

Табл. 9.11. Распределение ответов россиян на вопрос о том, какие учреждения культуры они посещали в течение года, 1998

	Всего	С высшим образованием	Без высшего образования

<sup>10</sup> Так, по данным ВЦИОМ, «Комсомольскую правду» в 1997 г. читали 11 % респондентов по стране и лишь 6 % — в Москве, «Труд» — соответственно 6 % и 4 %, «Известия» — 3 % и 5 %, «Аргументы и факты» — 20 % и 23 %.

<sup>11</sup> Подробнее см. Бутенко И.А. Читатели и чтение на исходе XX века. М.: Наука, 1997.

<sup>12</sup> Van vaudeville tot video // Sociale en Culturelle Studies, 1998.



		16-39 лет	40 лет и ст.	16-39 лет
Театр	21	39	26	26
Библиотека	17	23	15	16
Музей, выставка	16	32	20	19
Кино	6	8	3	8
Консерватория, концертный зал	4	6	8	4

Если опираться на ведомственную статистику, предоставленную применительно к населению в целом, то картина получается схожая. Число книг, выданных в библиотеках системы Минкультуры, в расчете на одного жителя составило в 1998 г. в среднем 9, 15 экземпляров. Больше всего посетителей в клубах: даже число посещений *платных мероприятий* клубов и Домов культуры на тысячу жителей составило 701,8 (это составило 70% всего населения); число посещений музеев всех ведомств — 445,0 (44,5%); посещений театров всех ведомств — 188,1 (19%), число посещений концертов — 126,5 (12,6%).

Очевидно, это совпадение рейтингов, обнаруживаемое в опросах и ведомственной статистике, и расхождение относительных значений свидетельствуют о том, что существует некоторая группа лиц, неоднократно посещающих упомянутые учреждения, а также что ведомственная статистика крайне неполна, поскольку не охватывает значительную часть негосударственного сектора.

**Клубы.** Эти учреждения являются наиболее многочисленными и имеются в большинстве населенных пунктов. Процессы, которые переживают клубы, идут в двух направлениях.

Если говорить о регулярности досугового активного времяпрепровождения, то они оказываются все более привлекательными: число формирований в каждом клубе увеличивается (в среднем с 5,9 до 6,4, то есть на 8 проц. пункта), число участников формирований остается неизменным или даже несколько растет (с 4,09 до 4,14% населения за 1996-1998 гг.). В учреждениях системы МК этот процесс идет сходными темпами, что говорит об общей тенденции, не связанной с ведомственными новациями или ограничениями. И эта тенденция во многом не представляется устойчивой, поскольку значительную часть функций, связанных с образованием и кружковой работой, не требующей специального оборудования, все активнее берут на себя публичные библиотеки (обучение иностранным языкам, клубы общения, многие кружки по интересам). Следовательно, на долю клубов здесь остаются в основном пластические и исполнительские искусства.

Если же рассматривать клубы как места для разовых или неоднократных посещений их как кинозалов, театральных помещений, то здесь наблюдается противоположная тенденция, охватывающая большие массы населения: судя по числу посетителей платных мероприятий, посещаемость клубов снижается: средний показатель составляет в 1996 г. — 965, а в 1998 г. — 701 чел. на тыс. чел. населения<sup>13</sup>. Это происходит, несмотря на то, что число жителей на одно клубное учреждение увеличилось, хотя и незначительно (на 4 проц. пункта), что возросла обеспеченность населения клубными работниками (на 22, 4 проц. пункта), увеличилось число участников формирований (на 1 проц. пункт, а в клубах системы Минкультуры — на 5), увеличилось число мероприятий, проводимых этими клубами (на 11,8; на платной основе — на 10,2 проц. пункта). Это снижение происходит за счет резкого уменьшения (на треть за исследуемый период) числа посетителей каждого платного мероприятия.

Похоже, что новые театры, а также более камерные кинозалы новых кинотеатров составляют этой функции клубов серьезную конкуренцию.

**Театр.** Театры имеются лишь в одном городе из пяти. Посещаемость театров снизилась, составив в 1998 г. 94,8% от 1996 г., или 26,7 млн. чел., или 18% всего населения<sup>14</sup>, хотя в расчете на 10 тыс. жителей число спектаклей театров всех ведомств выросло за тот же период (на 4,9 проц. пункта). Интересно, что число посещений спектаклей, проведенных театрами системы МК, снизилось более заметно (на 7 проц. пунктов). Доля спектаклей, проведенных сторонними организациями системы МК, не изменилась, посещения их снизились наиболее заметно (9,7 проц. пунктов).

Из всех изменений, связанных с посещениями театров, наиболее значительными оказалось снижение средней посещаемости одного спектакля, проведенного театрами системы МК (10,4 проц. пункта). Это свидетельствует о том, что диверсификация художественных вкусов населения делает более настоятельной потребность в более камерной обстановке. А отличие расчетных показателей от результатов опроса (18% против 21%) говорит еще раз о том, что негосударственные учреждения начинают оказывать все более заметное влияние на культурную жизнь страны.

**Музеи.** Число музеев всех ведомств растет (на 7,1 проц. пункта по сравнению с 1997 г.), число жителей на один музей в этой связи снижается (6,8 проц. пункта). Еще более значительно растет число выставок, проводимых музеями всех ведомств (23,6 проц. пункта). Тем не менее число посещений музеев всех ведомств падает и в абсолютном значении (в 1998 г. музеи всех ведомств посетили 66,8 млн. чел., то есть на 2,2 млн. или на 3,3% меньше, чем в 1996 г.), и в расчете на 10 тыс. жителей (97,0% в 1998 г. по сравнению с 1996 г.).

<sup>13</sup> Региональные различия и здесь существенны: от 2584 в Тыве, 1540 в Марий-Эл, 1226 чел. в Башкортостане, 1071 — в Карелии до 91 в Северной Осетии, 79 в Санкт-Петербурге, 15 в Москве и 5 в Ингушетии.

<sup>14</sup> При 188 посещениях театра на каждую тысячу жителей различия в регионах весьма существенны: в Москве таких посещений 674, в Санкт-Петербурге — 581, в Новосибирской области — 243, в Республике Татарстан — 393, в Удмурдской Республике — 263, а в Еврейской АО — 29, в Республике Алтай — 5.

Что касается посещаемости музеев системы МК, то здесь снижение посещаемости составило 2,2%<sup>15</sup>, хотя охват посетителей экскурсионным обслуживанием несколько повышается (с 35% в 1996 до 39% в 1998 г.). Сокращение произошло почти исключительно за счет посещаемости драматических театров, остальные сохранили зрителя.

Негосударственный сектор все активнее дает о себе знать, представляя все большую конкуренцию государственным учреждениям.

**Библиотеки.** Число библиотек всех видов несколько уменьшилось, в результате чего нагрузка на каждую возросла на 2,2 проц. пункта. Объем библиотечных фондов также снизился в связи с уменьшением числа библиотек, в результате чего снизилось и число экземпляров, приходящееся на 10 тыс. жителей. В то же время возросло число библиотечных работников системы МК — абсолютно и в расчете на 10 тыс. жителей (соответственно на 0,7 и 1,0 проц. пункта). Упомянутое уменьшение библиотечных фондов почти не коснулось библиотек системы МК.

Число читателей библиотек всех ведомств несколько уменьшилось (на 0,4 проц. пункта); снизилось и число книговыдач в библиотеках всех ведомств<sup>16</sup>, хотя по-прежнему 40% населения охвачено услугами библиотек.

Что касается библиотек системы МК, то их количество даже возросло (на 2 проц. пункта), они обслуживают 38% населения. Возросло незначительно количество книговыдач (на 1, 1 проц. пункт), хотя общая тенденция — брать в библиотеке меньше книг — сохранилась и здесь. Аудиовизуальные материалы, хотя внимание к ним и повышается, до сих пор составляют крайне незначительную долю выдач, не превышая 1%. Посещаемость библиотек системы МК выросла на 3,6 проц. пункта в абсолютных значениях и на 3,9 — в расчете на 10 тыс. жителей.

Сохранение числа посетителей библиотек в основном происходит вследствие возрастания числа молодых пользователей, обращающихся в массовые библиотеки в целях выполнения прежде всего учебных заданий. Поскольку в стране появилось множество новых вузов, не располагающих собственными библиотеками или не имеющих достаточного числа учебников, особенно по новым дисциплинам, учащиеся вынуждены заниматься самостоятельным поиском нужных сведений и в силу этого обращаются в массовые библиотеки (впрочем, и здесь их спрос остается зачастую неудовлетворенным).

В библиотеки системы МК записано около 12 млн. *детей*. Это пятая часть общего числа всех пользователей библиотек. Но поскольку суммарный фонд детских библиотеке составляет лишь 13,5% совокупного фонда всех библиотек МК (по международным стандартам эта доля должна быть не ниже 30%), то многие юные читатели не находят для себя подходящих изданий.

Относительно новым явлением в деятельности библиотек является стремление многих из них взять на себя выполнение части функций, традиционно закрепленных за клубами. Именно в библиотеках организуются различные кружки, преимущественно платные, которые обеспечивают обучение и общение по интересам.

**Кинотеатры.** О кризисе кинотеатров речь идет уже более десяти лет. Широкий поток зарубежных, в основном американских фильмов поначалу вызвал интерес зрителей, рост посещаемости, но постепенно этот интерес угас, отразившись сначала на посещаемости кинотеатров, а позже и в симпатиях и антипатиях телезрителей, о чем речь уже шла. Посещаемость кинотеатров снизилась с 66,8 млн. в 1990 до 47,5 в 1996 г.

Впрочем, в 1998 г. наметился некоторый перелом: если в 1997 г. было продано 20 304 тыс. билетов, то в 1998 — 23 544 тыс. Лидерами по продажам были Москва, Башкортостан, Санкт-Петербург, Кемеровская, Нижегородская области и Краснодарский край. И тем не менее даже среди лидеров-москвичей, среди молодых людей, которые всегда составляли подавляющее большинство киноаудитории, ходят в кинотеатр несколько раз в год лишь около трети подростков и столько же — еще реже. Это, впрочем, мало отличается от общероссийских показателей. Наметившуюся в столице тенденцию среди молодежи ходить в кино трудно назвать массовой<sup>17</sup>. Не-удивительно, что отмеченный рост продаж никак не коснулся сельской киносети: здесь наблюдается продолжение спада: с 15 925 тыс. в 1996 г. до 12 674 тыс. билетов в 1998 г.

Вероятно, диверсификация вкусов населения не позволяет уже обеспечивать прежней заполняемостью огромных залов; переход к более камерной обстановке, изменения в репертуаре, в первую очередь за счет обращения к отечественным фильмам, ряд других мер позволят надеяться на возвращение зрителей в кино.

**Музыкальные концерты.** Число концертных организаций и самостоятельных коллективов в последние годы растет, а число концертов и их посещаемость уменьшается. Здесь, очевидно, наблюдается тенденция, противоположная по отношению к посещаемости театров: расхождение между ведомственной статистикой — 126 чел. на тысячу жителей<sup>18</sup>, или 12%, и 4% посетителей концертных залов охватывают неидентичные аудитории. В первом случае речь идет о посещаемости концертов учреждений Минкультуры, обеспечиваемой, помимо прочего, льготами для многих групп посетителей, что позволяет, помимо прочего, говорить о том, что одни и те же люди неоднократно посещают подобные мероприятия, а во втором — о расчетной доле

<sup>15</sup> В 4 субъектах Федерации она возросла, а в 45 — сократилась: в Москве, например, на 2,7 млн. чел., в Волгоградской области — на 782 тыс., в Башкортостане на 157 тыс., Татарстане на 155 тыс., Калининградской области — на 146 тыс.

<sup>16</sup> В Татарстане, например, число книговыдач снизилось на 1,7 млн., в Волгоградской области — на 1,3 млн., в Курской — на 1,1 млн.; в Рязанской — на 924 тыс., в Тульской области — на 897 тысяч в год.

<sup>17</sup> Бочарова О., Лернер А. Указ. соч.

<sup>18</sup> И здесь региональные различия разительны: Калининградская область — 223, Белгородская — 211, Костромская — 192, Чувашская Республика — 130; Карачаево-Черкесская Республика — 13, Ленинградская область — 11 чел.

посетителей любых концертов, проходящих в концертных залах, среди населения. Очевидно, ни в том, ни в другом случае не охвачены лица, посещавшие зрелищные мероприятия с участием звезд мировой эстрады.

Интересно, что в общем числе посещений концертов доля посещений филармонических концертов — наивысшая и повышается с годами, хотя средняя посещаемость каждого концерта снижается, а посещаемость филармонических — наиболее заметно (соответственно 94,7 и 93,2%).

**Цирки.** Сокращается и число цирков, и количество представлений, убывают и зрители. Правда, в последние годы этот негативный процесс замедлился. Если по сравнению с началом 1980-х гг. цирков стало на треть меньше, а представлений меньше без малого в шесть раз, то во второй половине 1990-х гг. ситуация почти стабилизировалась (Табл. 9.12).

Табл. 9.12. Показатели деятельности цирков

	1995	1996	1997	1998
Число цирков	69	70	68	68
В том числе: стационарных	39	40	40	40
Количество представлений	10916	10854	10227	9622
Количество посещений, млн.	10,2	10,4	9,6	8,2
Количество посещений на 1000 жителей	75	71	65	56

**Парки культуры.** Число парков культуры и отдыха остается практически неизменным, как и число жителей на один парк. Но набор услуг, которые могут быть предложены и пользуются платежеспособным спросом, похоже, становится все уже: число досуговых объектов в парках уменьшается.

Отсутствие учета посетителей (бесплатный вход) не позволяет определить количественные параметры посещаемости парков в целом. В то же время есть основания предположить, что посещаемость их растет именно в силу общедоступности.

Но иную картину дает учет активности при проведении культурно-досуговых и физкультурно-оздоровительных мероприятий. Их количественный рост (на 2,3 проц. пункта), особенно числа мероприятий, проводимых на платной основе (на 4,5 проц. пункта), не приводит к значительному числу посетителей, доля которых составила 6,5% населения в 1996 г. и 3,5% — в 1998 г. Подобное снижение и здесь произошло прежде всего за счет снижения средней посещаемости одного платного мероприятия. Посещаемость резко снизилась уже в 1997 г. И эта тенденция свидетельствует о дифференциации вкусов аудитории.

В связи с обсуждением деятельности парков и клубов и с дифференциацией вкусов представляется необходимым специально, хотя и кратко, остановиться на *молодежной субкультуре*, которая проявляет себя в двух основных формах, наиболее здесь заметных.

*Уличная субкультура* сохранилась еще с советских времен и сегодня характерна скорее для подростков (16-19 лет) из групп лиц, обладающих низким статусом, из небольших городов, которые собираются в парках и скверах, на улице, под открытым небом. В ее рамках формируются уличные молодежные группы — небольшие группировки, являющиеся очень влиятельными. Другой формой являются клубы, чаще *клубы западного типа*, дорогие дискотеки. Посещение подобных учреждений — признак вестернизации подростковой культуры. Если улица — это борьба за влияние и навязывание жестких поведенческих стандартов, то клуб, напротив, предполагает автономию, индивидуальность, частичное отсутствие контроля<sup>19</sup>.

\* \* \*

Итак, данные свидетельствуют о спаде посещаемости учреждений культуры, происходящем в основном за счет уменьшения числа участников каждого мероприятия, посетителей каждого фильма, концерта, спектакля, связываемого прежде всего с дифференциацией вкусов и возможностей населения. Различия в посещаемости разных типов учреждений культуры не в последнюю очередь вызваны и тем, что музеи, парки, библиотеки предоставляют посетителям широкие возможности для индивидуального выбора и комбинирования возможностей (различных выставок, сочетаний выбираемых книг, предпочитаемых аттракционов), в то время как исполнительские искусства, кинематограф предлагают посетителю «все или ничего».

<sup>19</sup> Бочарова О., Лернер А. Указ. соч.

