

М.Е.ИЛЛЕ

МОНИТОРИНГ ПРИОБЩЕННОСТИ ПЕТЕРБУРЖЦЕВ К КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ

ИЛЛЕ Михаил Евгеньевич — директор Социологического научно-исследовательского центра (СНИЦ). Адрес: 198052 Санкт-Петербург, Измайловский проспект, 14, к. 548. Тел. (812) 112-65-05; факс: (812) 112-66-02.

Вопросы культурной жизни сегодня вытеснены на периферию общественного внимания, не балуют вниманием эту сферу жизни общества и социологи. Объяснение простое — время такое, не до театров и концертов ни гражданину, который озабочен проблемами выживания, ни государству в лице его политических лидеров, решающих, по сути дела, те же вопросы. Однако не утихают бесконечные разговоры о гибели культуры, о вырождении нации, о духовном одичании. Как правило, разговоры о смерти культуры носят спекулятивный характер, не опираются на знание реальной ситуации. Предлагаемая статья написана с целью информирования общественности о фактах реального поведения петербуржцев в сфере художественной культуры.

Начиная с 1991 года, Санкт-Петербургский социологический научно-исследовательский центр (СНИЦ) проводит ежегодные опросы взрослого населения Петербурга, чтобы выяснить приобщенность жителей к культурной жизни города. Под приобщенностью к культурной жизни города в данном случае понимается только посещаемость населением различных учреждений культуры. В опросах структура выборочной совокупности соответствует структуре взрослого населения Петербурга по полу, возрасту и доле людей с высшим и незаконченным высшим образованием.

В табл. 1 представлены данные о динамике посещений населением различных учреждений культуры. Приведенные результаты свидетельствуют о снижении культурной активности петербуржцев за последние годы. По всем зрительским аудиториям наблюдается рост числа людей, ни разу не побывавших на концертах, спектаклях, выставках и т.д., и уменьшение доли тех, кто был на подобных мероприятиях не менее двух раз в году. По одним направлениям эта тенденция незначительна (драматический театр, музеи и выставки), по другим наблюдается резкое уменьшение аудитории. Наибольшие потери имеет кино — в 1991 году почти 60% горожан были в кинотеатрах не менее двух раз (первое место по этому критерию), в 1995 году таких только 12% (скромное третье место в рейтинге посещаемости). Концерты популярной музыки, которые в 1991 году стали бесспорными лидерами посещаемости среди концертов разного типа, теперь почти не отличаются величиной аудитории от концертов музыки академических жанров. Отметим, что концерты народной музыки находятся на грани исчезновения, в чем причина — утрата интереса к этому жанру со стороны зрителей или отсутствие предложения на концертном рынке — сказать трудно; видимо, имеют место оба эти фактора. Кто же составляет ядро зрительской аудитории? В табл. 2 приведены

социально-демографические характеристики аудиторий сезона 1994-1995 годов. Там нет данных об аудитории концертов народной музыки, поскольку доля респондентов, посетивших эти концерты, ничтожно мала. Приведенные цифры характеризуют респондентов, которые побывали на культурных мероприятиях не менее двух раз в течение года. В зрительных залах преобладают женщины (исключение составляют концерты поп-музыки, где мужчин больше, и кино — здесь доля мужчин и женщин одинакова). От трети до половины всех зрительских аудиторий — молодежь в возрасте до 29 лет. Этот факт представляется чрезвычайно любопытным на фоне разговоров о бездуховной молодежи, о загубленном подрастающем поколении и т.п. Отметим традиционное преобладание в зрительских залах людей с высоким уровнем образования, на концертах музыки академических жанров они составляют почти 80% аудитории. Очень мала в зрительных залах доля пенсионеров, несколько чаще их можно встретить в музеях и выставочных залах. Немаловажным фактором, влияющим на культурную активность, является доход: примерно каждый пятый зритель имел душевой доход в мае 1995 года более 400 тыс. руб. (доля людей с семейным доходом на одного человека такого уровня составляет 10%).

Таблица 1

Посещаемость учреждений культуры, %

	Время				проведения				опроса			
	октябрь	1991		июнь	1993		июнь	1994		июнь	1995	
	г.	г.	г.	г.	г.	г.	г.	г.	г.	г.	г.	г.
Сколько раз за последние 12 месяцев вы были	ни разу	один раз	два раза и более	ни разу	один раз	два раза и более	ни разу	один раз	два раза и более	ни разу	один раз	два раза и более
В драмтеатре	69	10	21	74	10	16	71	8	21	75	9	16
На оперном или балетном спектакле	78	9	13	84	8	8	84	7	9	88	6	6
На концерте музыки академических жанров	83	3	14	86	5	9	87	4	9	91	4	6
На концерте народной музыки	89	3	8	96	2	1	95	2	3	98	1	1
На концерте популярной музыки	67	10	23	79	8	13	84	5	11	86	5	9
В музее или на выставке	60	12	28	57	12	31	64	8	28	69	6	25
В кинотеатре	35	7	57	-	-	-	76	5	19	83	5	12
Количество опрошенных, человек		722			1254			1177			1039	

Таблица 2

Социально-демографическая структура зрительской аудитории Петербурга сезона 1994-1995 годов, %

Социально-демографические характеристики респондентов	Драматический театр	Оперные и балетные спектакли	Зрительские аудитории			Музеи и выставки	Кинотеатры	Доля группы в общем числе опрошенных
			Концерты музыки академических жанров	Концерты популярной музыки	Музеи и выставки			
<i>Пол:</i>								
мужской	29	32	31	57	29	51	44	
женский	71	68	69	43	71	49	56	
<i>Возраст, лет:</i>								
18-29	34	51	42	57	31	51	25	
30-39	30	23	10	28	24	16	20	
40-49	21	17	20	8	23	20	19	
50-59	11	4	15	4	14	8	13	
60 и старше	4	6	12	2	8	5	23	
<i>Образование:</i>								
неполное среднее	2	-	-	1	-	2	8	
среднее общее	23	24	5	23	21	29	25	
среднее специальное	16	17	17	25	15	25	27	
высшее и неоконченное высшее	59	59	78	51	64	44	39	
<i>Социальный статус:</i>								
рабочие	12	9	7	8	7	19	20	
служащие без высшего образования	10	15	9	16	9	10	13	
ИТДи специалисты	30	30	46	30	39	28	21	
руководители среднего звена	15	15	9	11	8	12	8	
руководители высшего звена	6	6	4	4	5	2	2	
студенты, учащиеся	20	21	13	21	15	14	6	
пенсионеры	5	2	11	3	13	4	24	
безработные	2	2	2	8	4	12	5	
<i>Доход на одного члена семьи (май 1995 г.)</i>								
до 150 тыс. руб.	12	15	18	14	16	12	24	
151-200	24	19	16	21	25	23	30	
201-250	19	17	10	10	11	18	14	
251-300	13	19	26	20	20	16	13	
301-400	7	6	8	14	7	15	9	
401 и более	25	23	22	22	21	16	10	

Помимо анализа посещаемости театров, концертов, выставок, мы фиксировали интегральный показатель приобщенности к

культурной жизни, полученный в результате суммирования числа посещений различных учреждений культуры в течение года. При построении индекса не учитывалось посещение кинотеатров, поскольку в 1991 году, когда разрабатывалась программа исследования, кино еще было действительно самым массовым видом искусства и резко отличалось по критерию посещаемости. В рамках этого показателя выделяются четыре группы респондентов в зависимости от их приобщенности к культурным событиям:

1. *Нулевой уровень* приобщенности — группу образуют респонденты, которые ни разу не были или были только один раз в течение года в театрах, на различных концертах и выставках.

2. *Низкий уровень* — в группу вошли респонденты, побывавшие там в течение года от двух до четырех раз.

3. *Средний уровень* — от пяти до девяти раз.

4. *Высокий уровень* — респонденты, побывавшие в музеях, театрах и т.д. десять и более раз в течение года.

Динамика показателя приобщенности приведена в табл. 3.

Таблица 3

Динамика приобщенности к культурной жизни города, %

Время опроса	Уровень приобщенности			
	нулевой	низкий	средний	высокий
Октябрь 1991 г.	52	23	15	10
Июнь 1993 г.	54	18	13	15
Июнь 1994 г.	58	16	13	13
Июнь 1995 г.	62	17	12	9

Несмотря на некоторый рост числа респондентов с нулевым уровнем приобщенности (что естественно в условиях экономического кризиса), структура опрошенных по этому показателю очень устойчива. Можно предположить, что зафиксировано устойчивое деление населения по критерию культурной активности. 50-60% петербуржцев не бывают в театрах, в музеях, на концертах и удовлетворяют свои культурные потребности каким-то иным способом, вероятно, с помощью телевизора. Около 10% петербуржцев наиболее активны и образуют тот культурный слой, который и определяет характер и содержание культурной жизни города.

Что касается динамики социально-демографических характеристик респондентов, образующих группы с нулевым и высоким уровнем приобщенности к культурной жизни, то среди респондентов с нулевым уровнем приобщенности какие-либо серьезные структурные изменения не фиксируются. Единственным значимым фактором, определяющим численный рост этой группы, является душевой доход. Если в 1993 году (в опросе 1991 года показатель душевого дохода не замерялся) доля респондентов, имевших минимальный душевой доход (две нижние градации шкалы), составляла 39%, в 1994 году — 50%, то в 1995 году — 61% от общей численности группы с нулевым уровнем приобщенности. В группе с высоким уровнем приобщенности можно отметить наличие некоторых структурных сдвигов по сравнению с 1991 годом. Прежде всего рост доли молодежи, существенное уменьшение доли рабочих и резкий рост в 1995 году доли населения с высоким уровнем душевого дохода — каждый третий респондент этой группы имел в мае 1995 года доход на одного члена семьи более 400 тыс. руб. (верхняя градация шкалы) при том, что доля респондентов с таким

уровнем дохода составляет 10% всех опрошенных. В группе с высоким уровнем приобщенности к культурной жизни города традиционно преобладают женщины, люди с высшим и незаконченным высшим образованием.

Итак, слухи о смерти культуры преждевременны. Люди по-прежнему ходят в театры, музеи, на концерты. Меняется структура аудитории, на поведение горожан в сфере культуры все большее влияние оказывает их материальное положение, хотя вряд ли все можно объяснить только деньгами. Имеют место и серьезные изменения в ценностных ориентациях определенной части населения, где театры, концерты, выставки занимают значительно более скромное место, чем раньше. Но это уже тема другого исследования.