

Лукина Валентина Сергеевна

кандидат психологических наук,
доцент кафедры менеджмента искусств и культуры
Арктического государственного института
культуры и искусств

АНАЛИЗ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА ЯКУТСКА

Аннотация:

В статье представлены результаты анализа культурно-досуговых предпочтений населения города Якутска. Подчеркивается важность организации досуговой деятельности с целью компенсации физических и моральных сил в условиях современных трансформаций общества. Отмечен рост расходов жителей на культурно-досуговые услуги за период с 2005 по 2013 гг. Выявлены причины, препятствующие активному посещению респондентами культурно-досуговых учреждений (театров, музеев, библиотек, концертных залов).

Ключевые слова:

досуг, культурно-досуговые услуги, рынок, маркетинговое исследование, сфера культуры и искусства, театр, музей, библиотека, концерт классической музыки, пассивные виды отдыха, культурно-досуговые предпочтения.

Lukina Valentina Sergeevna

PhD in Psychology,
Assistant Professor,
Arts and Culture Management Department,
Arctic State Institute of Culture and Arts

THE ANALYSIS OF THE CULTURAL AND LEISURE PREFERENCES OF YAKUTSK POPULATION

Summary:

The article presents the results of the analysis of cultural and leisure preferences of the population of the city of Yakutsk. It emphasizes the importance of the leisure activities allowing people to recuperate under the conditions of the contemporary social transformations. The author notes the increase in people's expenses on cultural and recreational services for the period from 2005 to 2013. The reasons hindering the active visit of cultural and entertainment institutions (theaters, museums, libraries, concert halls) by respondents are discussed.

Keywords:

cultural and leisure services, market, market research, culture and arts, theater, museum, library, classical music concert, passive leisure activities, cultural and leisure preferences.

На современном этапе значимым фактором развития как индивида, так и общества в целом является досуг человека. Сегодня досуг объединяет различные виды человеческой деятельности, которые способствуют его духовному, личностному, социальному развитию. Сложность и неоднозначность происходящих политических, экономических, социальных процессов, ускорение темпов и напряженности жизни негативно влияют на человека, поэтому возникает необходимость в компенсации физических и моральных сил путем эффективной организации свободного времени. Кроме того, сфера культурно-досуговых услуг рассматривается не только как фактор, снижающий социальную напряженность, но и как важный сектор экономики, обеспечивающий рост занятости, развитие наукоемких отраслей, значительный приток доходов и новых налоговых платежей в государственные бюджеты [1]. Подтверждением этому является пример развитых стран, которые с началом постиндустриального периода столкнулись с проблемой оттока производственных мощностей. Сложившиеся условия заставили обратить внимание и найти производственный потенциал в сфере культуры и искусств.

Особенностью российского рынка культурно-досуговой сферы является преимущественно государственная поддержка учреждений культуры и слабо развитый коммерческий сектор. Необходимо отметить, что в качестве важнейшей функции культурно-досуговой деятельности рассматривается функция приобщения к культуре посредством организации творчества, развлечений, отдыха [2].

В 2014 г. нами было предпринято разведывательное исследование культурно-досуговых предпочтений жителей города Якутска. В исследовании была использована квотная выборка, которая дала возможность построить такую выборочную совокупность, структура которой совпала со структурой генеральной совокупности по возрасту и полу. Объем выборки составил 234 респондента, из них 127 женщин (54 %) и 97 мужчин (46 %).

Анализ статистических данных за 2012 г. показал, что население г. Якутска составило 292 577 чел. Город достаточно молодой, большая часть населения не только экономически (экономически активное население составило 157 791 чел.), но и социально активные люди [3]. Структура потребительских расходов по группам населения по республике (Республика Саха (Якутия)) предлагает следующие данные: первая группа (с наименьшими доходами) затрачивает 3,7 % на организацию отдыха и культурные мероприятия, вторая группа – 4,7 %, третья – 4,8 %, четвертая – 4,8 %, пятая группа (с наибольшими доходами) – 7,8 %.

В структуре платных услуг населению (в процентах к итогу) услуги культуры по республике составляют 1,1 %. В 2011 г. доля расходов в общей структуре потребительских расходов домашних хозяйств на услуги по организации досуга составила 0,8 %; для сравнения: в 2005 г. – 0,1 %, что свидетельствует об устойчивой положительной динамике. Доля расходов на услуги центров отдыха и туризма по сравнению с 2005 г. снизилась с 3,4 до 3,1 %.

Необходимо отметить, что данный показатель существенно ниже, чем общероссийский: в 2011 г. доля расходов на услуги учреждений культуры в структуре потребительских расходов составила 2,9 % [4]. Общероссийская динамика расходов домашних хозяйств по данной статье расходов с 2005 г. также положительная.

Можно предположить несколько причин отставания республики по данному показателю (внутреннего и внешнего порядка): во-первых, нехватка ресурсов у потребителей (прежде всего финансовых и временных), во-вторых, отсутствие соответствующих существующему спросу предложений на рынке города. Климатические условия, при которых большую часть года длится зима, также могут оказывать влияние на активность населения. Кроме того, нельзя забывать о культурном факторе, который формирует и определяет нормы и традиции поведения потребителей. Иными словами, у потребителей должна сформироваться культура проведения досуга вне стен дома.

По результатам исследования 71 % всех опрошенных респондентов чаще всего проводят свободное время дома, преимущественно это респонденты, имеющие семью. Наиболее активными посетителями культурно-досуговых учреждений являются молодые люди в возрасте до 29 лет, работающие, не имеющие семью, 50 % респондентов этой группы ответили, что обычно они проводят свое свободное время в кинотеатрах, кафе, клубах. Активность молодежи объясняется социально-психологическими факторами: для юношеского возраста ведущим видом деятельности является общение, в этом возрасте идет активный поиск партнера жизни.

Относительно качества организации свободного времени можно сказать следующее (сумма больше 100 %, так как респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа): 52 % проводят свободное время за компьютером, 48 % смотрят телевизор, 47 % читают книги, 40 % посещают кинотеатры, 37 % отсыпаются, 30 % ходят в гости, 24 % занимаются спортом, 23 % посвящают досуг увлечению, 20 % ничего не делают, 18 % проводят время в ночных клубах, 17 % гуляют, 10 % посещают театры. Эти данные свидетельствуют о том, что основными конкурентами для услуг культурно-досуговых учреждений являются пассивные виды отдыха (компьютерные игры и просмотр ТВ-программ).

В рамках исследования ставилась задача узнать, как часто респонденты посещают такие традиционные учреждения культуры, как театры, музеи, библиотеки и пр.

Услугами библиотек, как показал опрос, чаще пользуются респонденты в возрасте до 23 лет (60 %), что вполне объяснимо, так как эту группу составляют преимущественно студенты. 48 % респондентов в возрасте от 50 лет также посещают библиотеки, основной причиной является самообразование. В целом 32 % респондентов указали, что посещают библиотеку ежедневно, 8 % – не реже одного раза в месяц, 40 % опрошенных никогда не посещают библиотеки.

В Якутске осуществляют деятельность несколько музеев. Как показывают статистические данные, посещаемость музеев в целом по России растет, но существенно уступает показателям середины 90-х гг. Участники опроса (43 %) посещают музеи от случая к случаю, а вот 47 % никогда не ходят в музеи.

Несмотря на то что в городе работает ряд театров, 62 % респондентов ответили, что никогда не посещают театры и концерты классической музыки. Наиболее заинтересованными в посещении театров являются респонденты в возрасте от 25 до 49 лет.

Значительно большим спросом у респондентов пользуются концерты эстрадной музыки (52 %). В последние годы было организовано и проведено много эстрадных концертов с участием как республиканских, так и российских певцов. К сожалению, статистика данных мероприятий не ведется, но в целом отмечается рост их числа. О росте спроса на подобные мероприятия свидетельствует и увеличение стоимости входного билета.

Высокий спрос среди населения города отмечается на услуги кинотеатров (77 %). 35 % опрошенных посещают кинотеатры не реже одного раза в месяц, никогда не посещают кинотеатры 18 % респондентов в возрасте от 30 до 49 лет и 50 % в возрасте от 50 лет. Аналогичные исследования, проведенные в других регионах России, также свидетельствуют о том, что кинотеатры являются наиболее популярным местом проведения свободного времени.

68 % опрошенных респондентов хотели бы чаще посещать культурно-досуговые учреждения. Среди причин, которые препятствуют этому, 53 % респондентов назвали отсутствие свободного времени, 38 % – финансовые затруднения, 18 % считают, что в городе нет соответствующих культурно-досуговых предложений, 16 % – нет подходящей компании. Анализ причин по разным

возрастными категориями показал, что финансовые затруднения испытывают респонденты в возрасте от 18 до 23 лет, не имеющие семью. На отсутствие свободного времени указали респонденты в возрасте от 18 до 29 лет, имеющие семьи, а также респонденты в возрасте от 30 лет. Более всех не удовлетворены имеющимися предложениями на рынке культурно-досуговых услуг представители работающей молодежи, не имеющие семью (47 %).

В целом респонденты высказывают удовлетворенность качеством предоставляемых культурно-досуговых услуг (53 %). Крайнее недовольство качеством услуг высказали 11 % всех опрошенных. Наиболее требовательными к качеству услуг оказались респонденты в возрасте от 23 до 29 лет, 42 % высказали недовольство качеством услуг.

Выводы:

1. В целом жители города Якутска предпочитают проводить свободное время дома за компьютером, просматривая телевизионные передачи, читая книги.

2. Наиболее активными посетителями культурно-досуговых учреждений являются молодые люди в возрасте до 29 лет, работающие, не имеющие семью.

3. Наибольшим спросом пользуются услуги кинотеатров, также высока посещаемость концертов эстрадной музыки, им значительно уступают услуги театров, музеев, концерты классической музыки.

4. Респонденты хотели бы чаще посещать культурно-досуговые учреждения, но этому мешают отсутствие свободного времени или финансовые затруднения.

5. Молодые респонденты отметили, что на рынке города Якутска нет предложений, способных удовлетворить их культурные потребности.

Таким образом, проведенное разведывательное исследование может послужить основой для дальнейшего более подробного и детального изучения спроса и предложения на рынке культурно-досуговых услуг города.

Ссылки:

1. Буйленко В.Ф. Сервисная деятельность: организационные, этические и психологические аспекты. Ростов н/Д., 2008.
2. Асанова И.М., Дерябина С.О., Игнатьева В.В. Организация культурно-досуговой деятельности : учебник. 2-е изд., испр. и доп. М., 2012.
3. Статистический ежегодник Республики Саха (Якутия) : стат. сб. Якутск, 2012.
4. Россия в цифрах. 2013 : крат. стат. сб. / Росстат. М., 2013.

References:

1. Buylenko, VF 2008, *Service activities: organizational, ethical and psychological aspects*, Rostov-on-Don.
2. Asanova, IM, Deryabina, SO & Ignatieva, VV 2012, *Organization of cultural and leisure activities: a textbook*, 2nd ed., Moscow.
3. *Statistical Yearbook of the Republic of Sakha (Yakutia): stat.* 2012, Yakutsk.
4. *Russia by the Numbers. 2013: stat.* 2013, Rosstat, Moscow.