

ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

**КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ В
РЕГИОНАЛЬНОМ РАЗРЕЗЕ**

ОТЧЕТ ПО ИТОГАМ ОБЩЕРОССИЙСКОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Москва, октябрь 2014

СОДЕРЖАНИЕ

| | <i>Стр.</i> |
|---|-------------|
| Характеристика исследования..... | 3 |
| 1. Социальное самочувствие населения..... | 7 |
| 2. Отношение населения к рынку..... | 11 |
| 3. Идентификация с социальным, имущественным и культурным статусом..... | 14 |
| 4. Историческое сознание..... | 22 |
| 5. Патриотизм..... | 34 |
| 6. Оценка культурной политики..... | 36 |
| 7. Правовое поле в области культуры в общественном мнении населения..... | 44 |
| 8. Гарантия прав граждан в области культуры..... | 52 |
| 9. Приобщение россиян к культуре за рубежом..... | 58 |
| 10. Структура досуга..... | 64 |
| 11. Обеспеченность жилых районов учреждениями культуры и спорта..... | 68 |
| 12. Средства массовой коммуникации..... | 73 |
| 13. Платежеспособный спрос в области культуры..... | 101 |
| 14. Представления населения о социальном значении культуры..... | 106 |
| 15. Мнение о государственной политике в области культуры..... | 120 |
| 16. Поведение в сфере культуры..... | 126 |
| 17. Этническая и религиозная толерантность..... | 169 |
| 18. Отношение к предпринимателям и предпринимательству..... | 178 |
| 19. Культура быта..... | 181 |
| 20. Культура здоровья..... | 183 |
| 21. Место культуры в ценностных ориентациях..... | 185 |
| Приложение: линейное распределение ответов респондентов на вопросы анкеты, %..... | 186 |

Характеристика исследования

Предмет исследования: *состояние и перспективы развития культурной политики на уровне регионов Российской Федерации*: Москва, Санкт-Петербург, Московская обл., Республика Дагестан, Республика Хакасия, Республика Татарстан, Республика Осетия, Республика Бурятия, Республика Калмыкия, Тульская обл., Приморский край, Ульяновская обл., Костромская обл., Ярославская обл., Воронежская обл., Новгородская обл., Нижегородская обл., Саратовская обл., Ростовская обл., Ставропольский край, Свердловская обл., Челябинская обл., Красноярский край, Архангельская обл., всего 24 субъектов РФ.

Объект исследования: население Российской Федерации в возрасте 16 лет и старше, сегментированное по типам поселения: мегаполисы, административные центры субъектов РФ, районные центры (города), поселки городского типа (ПГТ), села; в группировке по территориально-экономическим районам и федеральным округам.

Выборка исследования: пропорциональная типологическая трехступенчатая, с квотным отбором респондентов на последней ступени при соблюдении интервьюерами квот по полу, возрасту и социально-профессиональному составу.

Первая ступень – экспертное определение субъектов РФ, типичных для 11-ти территориально-экономических районов и определение пропорций подвыборочных совокупностей в соответствии с численностью в экономических районах населения в возрасте 16 лет и старше:¹

12,6% – *Мегаполисы*: Москва, Санкт-Петербург, Московская обл.

23,5% – *Север и Центр России*: Архангельская обл., Новгородская обл., Тульская обл., Ярославская обл., Костромская обл., Воронежская обл.

11,6% – *Поволжье*: Нижегородская обл., Ульяновская обл., Саратовская обл.

10,4% – *Северный Кавказ*: Ставропольский край, Ростовская обл.

15,0% – *Урал*: Свердловская обл., Челябинская обл.

15,7% – *Сибирь и Дальний Восток*: Красноярский край, Приморский край.

11,2% – *Национальные республики*: Республика Татарстан, Республика Калмыкия, Республика Дагестан, Республика Осетия, Республика Бурятия, Республика Хакасия².

Вторая ступень – отбор в субъектах РФ типичных поселений и определение пропорций подвыборочных совокупностей в соответствии с численностью населения в возрасте 16 лет и старше в поселениях субъектов РФ:

10,8% – Мегаполис (Москва, Санкт-Петербург)

30,3% – Областной, краевой, республиканский центр

¹ Примечание: процент отображает долю респондентов в выборочной совокупности по регионам, в соответствии с аналогичной долей населения в возрасте 16 лет и старше в обследованных регионах.

² Примечание: для анализа данных исследования национальные республики выделены в отдельную группу (условный «регион»).

29,9% – Районный центр (или районный город)

5,1% – Поселок городского типа (ПГТ)

23,9% – Село, деревня

Третья ступень – определение структуры респондентов в соответствии с параметрами квот контрольных признаков для опроса респондентов интервьюерами.

По полу:

46,4% – Мужчины

53,6% – Женщины

По возрасту:

7,2% – До 19 лет (включая)

9,6% – 20-24 года

9,6% – 25-29 лет

20,8% – 30-39 лет

33,5% – 40-60 лет

19,3% – Старше 60 лет

По социальному статусу (социально-профессиональные группы):

16,6% – Рабочие промышленности, строительства, шахт – без высшего образования

3,7% – Инженеры промышленности, строительства, шахт – с высшим образованием

9,3% – Работники торговли, общественного питания, сферы услуг, транспорта, коммунальных служб – со средним (или менее), начальным и средним профессиональным образованием

3,9% – Работники финансовых, страховых компаний, торговли, сферы услуг, транспорта, коммунальных служб – с высшим образованием

8,5% – Работники (служащие): вузов, школ, здравоохранения, управления (административного, политического), науки, средств массовой информации – с высшим образованием

4,5% – Работники (лаборанты, операторы, библиотекари, секретари, медсестры и др.): вузов, школ, здравоохранения, управления (административного, политического), науки, средств массовой информации – со средним или средним профессиональным образованием

3,4% – Военные, работники МВД, таможи, налоговых служб (с любым образованием)

19,4% – Пенсионеры городские

20,6% – Жители села

6,0% – Студенты вузов

1,4% – Учащиеся 10-11-х классов

1,0% – Учащиеся ПТУ (лицея)

1,8% – Учащиеся техникума (колледжа)

Объем выборочной совокупности: 2200 респондентов, репрезентативный для Российской Федерации в целом.

Социальная проблема: в основе исследования лежит социальная проблема, содержащая противоречие между интенсивным распространением массовой культуры, порожденным глобализацией экономики, труда и образа жизни молодого поколения – с одной стороны, и необходимостью сохранения культурной идентичности нации как государствообразующей общности, включая входящих в состав государства этнических групп – с другой стороны.

Операционализация предмета исследования. Для построения методического инструментария (социологической анкеты) сбора первичной информации осуществлено структурирование предмета исследования, на этой основе одновременно выделены индикаторы и сформулированы задачи исследования.

Выбор индикаторов осуществлен по следующим направлениям:

- уровень интереса населения к культурным ценностям;
- направленность запросов населения на услуги в области культуры;
- соотношение элементов масс-культуры, национальной (общероссийской) и этнической культуры в запросах населения;
- структура основных источников и механизм потребления населением элементов культуры;
- соотношение государственных органов культуры и негосударственных распространителей услуг в области культуры в предпочтениях населения;
- прогноз тенденций изменения запросов культуры населения;
- оценка управленческого потенциала государства в области культуры на общегосударственном и региональном уровнях.

Задачи исследования:

- определялся уровень воздействия массовой, общенациональной и этнической культуры на различные социальные и возрастные группы населения РФ в аспекте формирования этического, нравственного, патриотического и общекультурного облика;
- определялся уровень воздействия информационной среды на становление культурного облика населения: массовой, общенациональной и этнической культуры на формирование национальной и религиозной толерантности;
- определялась степень влияния различных СМИ, в том числе Интернета, государственных учреждений культуры и частных учреждений культуры и досуга, в том числе шоу-бизнеса и коммерческих организаций тиражирования и распространения определенных элементов культуры (книгоиздание, музыкальная-, кинопродукция) на образ жизни различных возрастных и социальных групп населения;

– определялся характер восприятия населением истории своего народа как элемента цивилизационной культуры, готовности участвовать в сохранении традиций национальной культуры и в культурном творчестве;

– измерялась ориентация населения на соучастие (в том числе материальное) в восстановлении (реставрации) и исторических памятников национальной культуры;

– измерялись условия удовлетворения населением своих культурных потребностей, в том числе – состав и плотность в поселениях учреждений культуры, их доли в «шаговой» доступности;

– определялись условия равенства доступности различных слоев населения к качественным услугам в области культуры, в том числе по критериям: территориальной доступности, доступности по уровню образования, доступности по качеству предоставляемых услуг учреждениями культуры и иными источниками (СМИ, Интернет, торговая сеть), доступности по уровню платежеспособного спроса;

– определялся уровень обеспечения для различных возрастных и социальных групп населения равных прав на свободное творчество в области культуры;

– определялась роль образовательных учреждений в формировании культурного облика молодого поколения (школы и профессиональные образовательные учреждения);

– определялась степень влияния уровня знания языков, в том числе родного и русского, на глубину усвоения населением элементов национальной культуры, приобщения к ценностям мировой культуры;

– измерялся уровень массовости культурной самодеятельности населения: степень интереса и включенности различных возрастных и социальных групп населения в культурное творчество через благотворительные, познавательные, краеведческие, творческие и иные массовые, в том числе молодежные организации;

– определялось соотношение в установках и практике культурной жизни различных этнических групп, проживающих в РФ, элементов общенациональной и этнической культуры;

– определялась степень влияния различных направлений религии на становление культурного облика разных этнических групп населения;

– определялась роль государства и его доля в общей поддержке культурных инициатив общественных организаций;

– определялась эффективность государственной поддержки функционирования государственных учреждений культуры, а также культурно-воспитательной деятельности учреждений образования.

Метод сбора информации – массовая формализованная социологическая анкета для персонального интервью.

Далее излагаются результаты исследования.

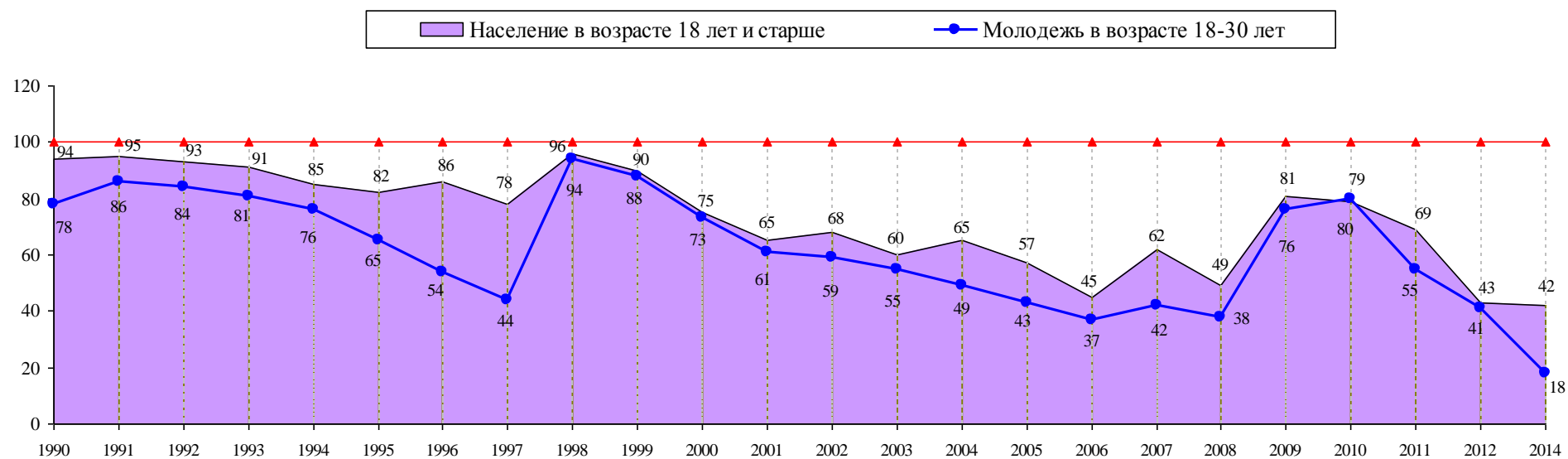
1. Социальное самочувствие населения

Социальное настроение населения – одна из важных характеристик его созидательной или разрушительной консолидации. В случае высокого психологического напряжения возникают не только акции социального неповиновения населения, но и разрушения культурных ценностей (например, опыт пролеткульта в 1920-х годах, направленного на «забвение» классической культуры прошлого, последующие разрушения храмов, «болезнь» разрушения памятников культуры в 1990-х годах...). С населением, находящимся «не в духе», в условиях монополии лозунга «Перемен!» трудно вести созидательную культурную работу, оно настроено агрессивно и склонно к нигилизму, то есть отрицанию всяких социальных норм и культурных ценностей, кроме, как разрушительных.

Для измерения настроения населения использовался индикатор оценки им ситуации в Российской Федерации сегодня. В целом положительно оценивают ситуацию в России 52,9% респондентов, в том числе, как «благоприятную» – 8,7%, как «обычную» – 44,2%. Доля оценивающих ситуацию в России сегодня как *отрицательную* составляет 41,5%, в том числе как «кризисную» – 35,5%, как «катастрофическую» – 6%. Затруднились высказать мнение – 5,6% респондентов.

Показатели не вполне позитивные, однако направленность изменения социального настроения населения, т.е. в каком направлении оно эволюционирует – благоприятном или неблагоприятном – можно определить только в сравнении с измерениями предыдущих лет, проводившимися по единой методике. На рисунке 1 отображена доля населения, оценивающего ситуацию в Российской Федерации (в начале 1990-х годов – в СССР) как кризисную или катастрофическую. В сравнении с предыдущими периодами, в последние три года этот показатель среди населения (несмотря на ряд неблагоприятных внешнеполитических явлений) находится на относительно низком уровне, а среди молодежи в возрасте до 30 лет – на минимуме. Это свидетельствует о том, что *социальное самочувствие населения Российской Федерации сегодня в целом благоприятное и в резко не меняющихся условиях имеет тенденцию, если судить о социальном самочувствии молодого поколения, к дальнейшему улучшению.*

Динамика социального самочувствия населения Российской Федерации (СССР) в период с 1990 по 2012 год, (суммарная численность респондентов, оценивших ситуацию в России как кризисную или катастрофическую), %³



³ Примечание: с 1990 года мониторинг проводился Центром социального прогнозирования.

Рост обеспокоенности ситуацией в России наблюдается с возрастом (см. рис. 2), из чего правомерно заключить, что данная обеспокоенность в большей степени носит бытовой характер (рост цен и т.д.).

Что касается социального самочувствия представителей различных социально-профессиональных групп, повышенная обеспокоенность ситуацией в стране характерна для интеллигенции, служащих и пенсионеров (см. табл. 1). В целом благоприятно оценивает ситуацию в Российской Федерации население регионов (см. рис. 3).

Рисунок 2

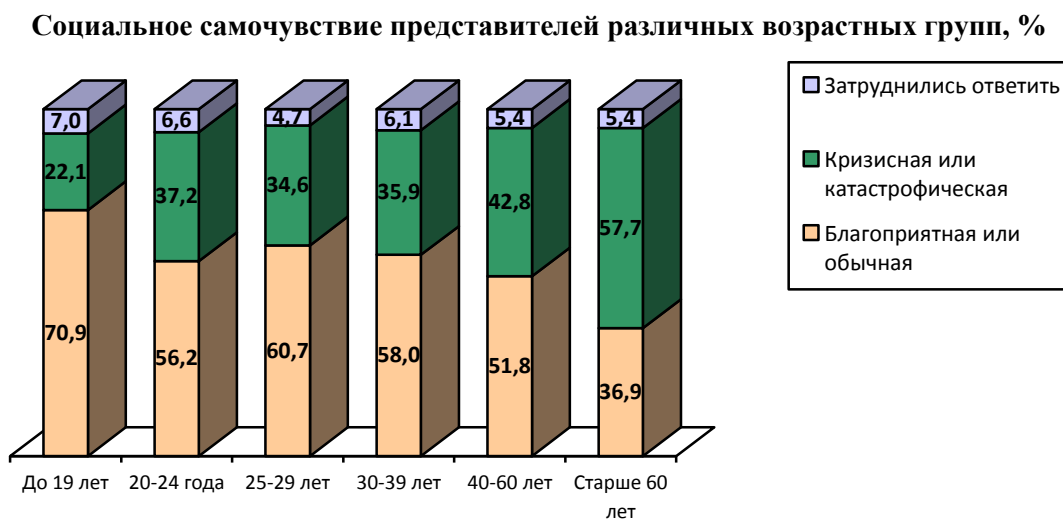
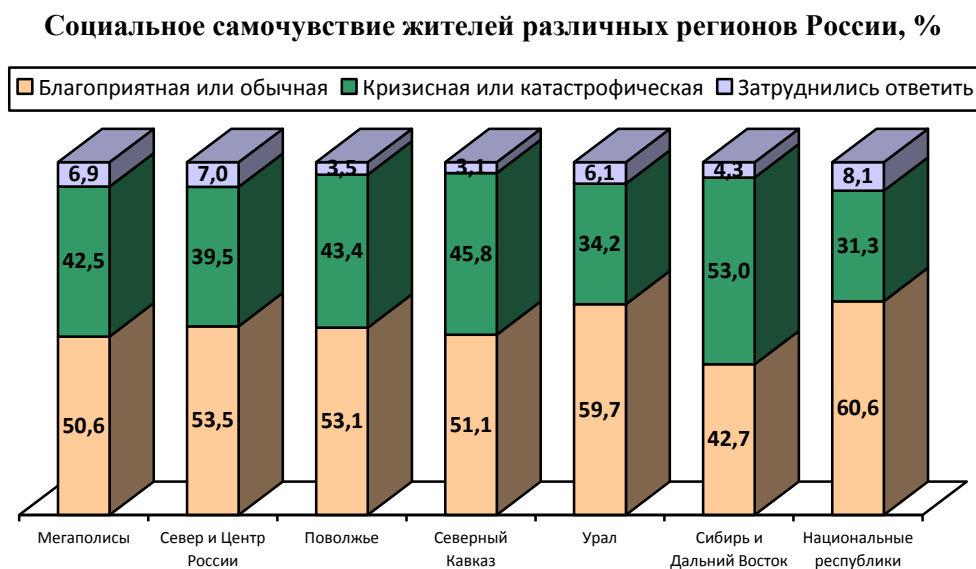


Рисунок 3



Социальное самочувствие представителей различных социально-профессиональных групп, %⁴

| Мнение о ситуации в России в настоящее время: | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|---------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Благоприятная или обычная | 56,7 | 56,1 | 56,8 | 50,6 | 53,5 | 51,5 | 59,4 | 57,6 | 39,2 | 54,3 | 61,3 | 78,2 | 76,9 |
| Кризисная или катастрофическая | 37,3 | 41,5 | 39,8 | 44,7 | 44,4 | 44,5 | 33,8 | 34,8 | 54,7 | 38,0 | 32,2 | 12,9 | 15,4 |
| Затруднились ответить | 6,0 | 2,4 | 3,4 | 4,7 | 2,1 | 4,0 | 6,8 | 7,6 | 6,1 | 7,7 | 6,5 | 8,7 | 7,7 |

⁴ Здесь и далее для краткости записи вводятся следующие обозначения: 1) **рабочие промышленности**: рабочие промышленности, строительства, шахт; 2) **инженеры промышленности**: инженеры промышленности, строительства, шахт; 3) **работники сферы услуг без высшего образования**: работники торговли, общественного питания, сферы услуг, транспорта, коммунальных служб - без высшего образования; 4) **работники сферы услуг с высшим образованием**: работники финансовых, страховых компаний, торговли, сферы услуг, транспорта, коммунальных служб – с высшим образованием, 5) **служащие с высшим образованием**: служащие вузов, школ, здравоохранения, административного управления, науки, СМИ – с высшим образованием, 6) **служащие без высшего образования**: лаборанты, операторы, библиотекари, секретари, медсестры и др.): вузов, школ, здравоохранения, административного управления, науки, СМИ – без высшего образования, 7) **военные**: профессиональные военные, работники МВД, таможни, налоговых служб.

2. Отношение населения к рынку

Удовлетворенность или неудовлетворенность населения политической ситуацией в стране во многом зависит от того, как оно относится к социальным нормам цивилизации, которую политическая система предлагает как форму общежития. В России такой цивилизационный переход ознаменован введением рыночных отношений, потребовавшим от старшего поколения серьезных адаптационных усилий, порой приводивших к стрессу. Судя по данным исследования нет оснований утверждать, что большинство населения однозначно тяготеет к рыночным отношениям. И хотя рыночные отношения, той или иной формы, сегодня считают подходящими для России – 84,6% респондентов, среди них абсолютное большинство – 77,3% – ратуют за государственный капитализм в двух возможных формах: рыночная экономика с элементами государственного регулирования (33,4%) и экономика преимущественно с государственной собственностью на источники энергоресурсов, добычу ископаемых и крупные предприятия, при сохранении частного малого и среднего бизнеса (43,9%). Лишь 7,3% считают подходящим для России свободный рынок. Какую-либо форму тоталитарного режима хотели бы установить в России 1,1% респондентов (1,3 млн. человек) и 2,8% затруднились ответить. Представители молодого поколения в возрасте до 30 преимущественно ориентированы на капитализм, представители старшего поколения – на социальное государство с мелкой буржуазией или на социализм (см. табл. 2).

Таблица 2

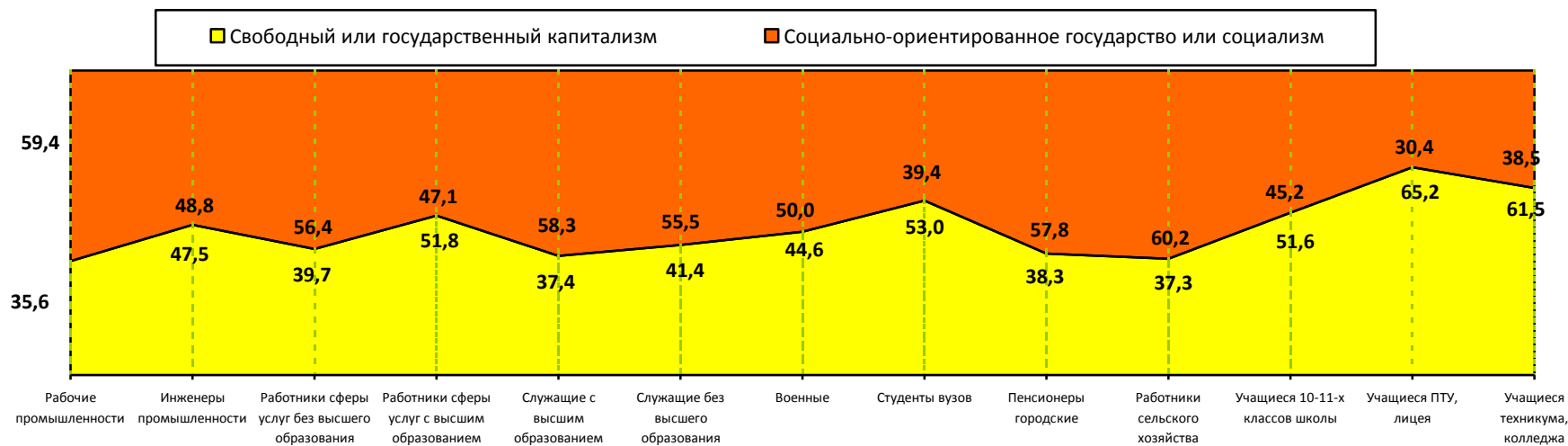
Мнение представителей различных возрастных групп о том, какой общественно-политический строй в наибольшей степени подходит для России сегодня, %

| Общественно-политический строй | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Капитализм в форме свободной рыночной конкуренции, без вмешательства государства | 13,3 | 12,3 | 7,1 | 6,6 | 7,2 | 3,8 |
| Рыночная экономика с элементами государственного регулирования (государственный капитализм) | 39,9 | 40,1 | 43,1 | 35,0 | 28,0 | 30,4 |
| Экономика преимущественно с государственной собственностью на источники энергоресурсов, добычу ископаемых и крупные предприятия, при сохранении частного малого и среднего бизнеса | 34,8 | 35,4 | 42,2 | 47,9 | 48,4 | 40,2 |
| Социализм, плановая экономика, государственная собственность | 7,0 | 7,5 | 4,3 | 7,4 | 12,5 | 21,6 |
| Тоталитаризм или самодержавие | 1,9 | 0,9 | 0,9 | 0,7 | 1,4 | 1,2 |
| Затруднились ответить | 3,2 | 3,8 | 2,4 | 2,4 | 2,6 | 2,8 |
| Итого свободный или государственный капитализм | 53,2 | 52,4 | 50,2 | 41,6 | 35,2 | 34,2 |
| Итого социально-ориентированное государство или социализм | 41,8 | 42,9 | 46,5 | 55,3 | 60,9 | 61,8 |

**Мнение представителей различных социальных групп о том, какой общественно-политический строй
в наибольшей степени подходит для России сегодня, %**

| Общественно-политический строй | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Капитализм в форме свободной рыночной конкуренции, без вмешательства государства | 7,1 | 7,3 | 9,3 | 9,4 | 6,4 | 9,1 | 5,4 | 10,6 | 5,9 | 5,3 | 16,1 | 8,7 | 17,9 |
| Рыночная экономика с элементами государственного регулирования (государственный капитализм) | 28,5 | 40,2 | 30,4 | 42,4 | 31,0 | 32,3 | 39,2 | 42,4 | 32,4 | 32,0 | 35,5 | 56,5 | 43,6 |
| Экономика преимущественно с государственной собственностью на источники энергоресурсов, добычу ископаемых и крупные предприятия, при сохранении частного малого и среднего бизнеса | 47,1 | 45,1 | 46,6 | 41,2 | 53,5 | 44,4 | 47,3 | 34,1 | 39,7 | 45,0 | 35,5 | 30,4 | 30,8 |
| Социализм, плановая экономика, государственная собственность | 12,3 | 3,7 | 9,8 | 5,9 | 4,8 | 11,1 | 2,7 | 5,3 | 18,1 | 15,2 | 9,7 | 0,0 | 7,7 |
| Тоталитаризм или самодержавие | 1,1 | 1,2 | 1,0 | 1,2 | 0,5 | 1,0 | 0,0 | 3,0 | 0,9 | 1,5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Затруднились ответить | 3,8 | 2,4 | 2,9 | 0,0 | 3,7 | 2,0 | 5,4 | 4,5 | 3,1 | 0,9 | 3,2 | 4,3 | 0,0 |
| Итого свободный или государственный капитализм | 35,6 | 47,5 | 39,7 | 51,8 | 37,4 | 41,4 | 44,6 | 53,0 | 38,3 | 37,3 | 51,6 | 65,2 | 61,5 |
| Итого социально-ориентированное государство или социализм | 59,4 | 48,8 | 56,4 | 47,1 | 58,3 | 55,5 | 50,0 | 39,4 | 57,8 | 60,2 | 45,2 | 30,4 | 38,5 |

Доля сторонников рыночного и доля сторонников социально ориентированного политического обустройства России, %



Доля сторонников рынка наиболее велика среди работников сферы услуг с высшим образованием, старшеклассников, учащихся начальных, средних и высших профессиональных образовательных учреждений; сторонников социально ориентированного государства – среди рабочих предприятий, работников сферы услуг без высшего образования, служащих с высшим и без высшего образования, военных, пенсионеров и жителей сел (см. табл. 3). В целом же, *по вопросу о предпочтительном политическом устройстве страны общественное мнение расколото* (см. рис. 4).

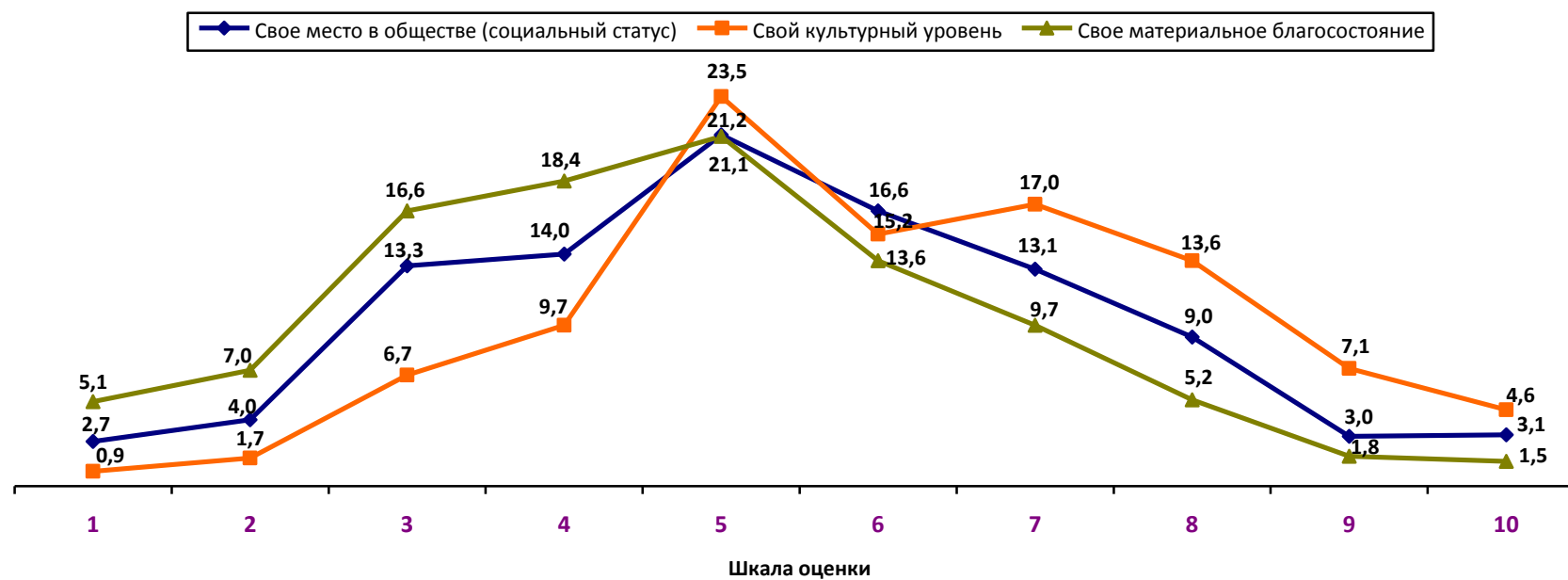
3. Идентификация с социальным, имущественным и культурным статусом

Идентификация с социальным статусом одновременно указывает на характер референтных групп, в которых общается личность; идентификация с культурным «статусом» косвенно указывает на уровень культурных потребностей личности; идентификация с имущественным статусом – на потребительский потенциал и качество жизни личности. Эти формы самоидентификации респондентами измерялись в ходе исследования при помощи 10-тибалльной шкалы, которая делит население на условные *децили*. Респонденты зачисляли себя в эти децили субъективно, по «самочувствию». Такой прием, несмотря на высокую степень субъективности самооценок, высказанных респондентами, является валидным измерением для проблематики культуры, так как самоидентификация личности со статусом составляет основу его установок на поведение.

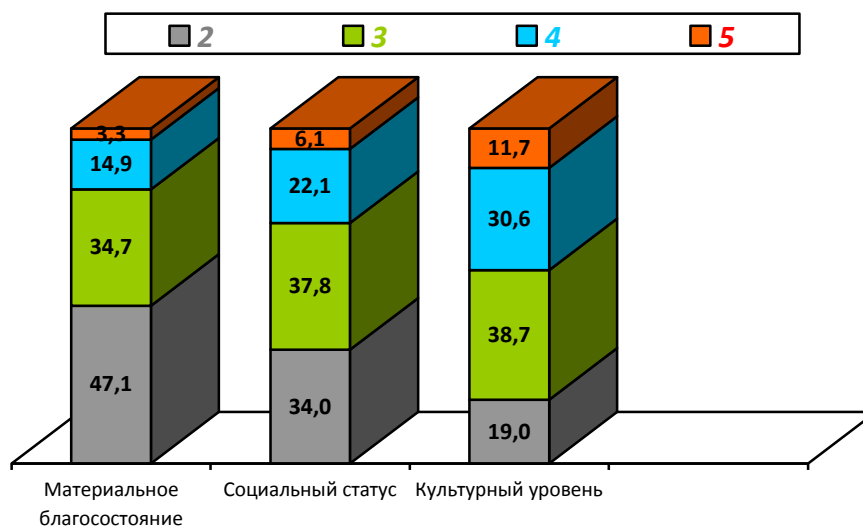
Согласно результатам измерения, сегодня россияне в возрасте 16 лет и старше оценивают свое материальное благосостояние на 4,7 балла по 10-тибалльной шкале (или 2,4 балла по 5-тибалльной шкале), свой социальный статус (место в обществе) – на 5,4 балла по 10-тибалльной шкале (2,7 балла по 5-тибалльной шкале), свой культурный уровень – на 6,1 балла по 10-тибалльной шкале (3,1 балла по 5-тибалльной шкале).

На рисунке 5 видна довольно тесная связь между самооценками своего *материального положения, социального статуса и культурного уровня*. В отдельных случаях может иметь место занижение самооценки представителями различных социально-профессиональных или имущественных групп «по инерции», однако как статистическая тенденция такая взаимосвязь вполне реальна в условиях рынка, когда количество денег (величина капитала) определяет социальный статус, а также возможность удовлетворить свои культурные запросы. Тем не менее, *возможность удовлетворения культурных потребностей в условиях господства СМИ значительно расширилась и не зависит в абсолютном смысле от материальных возможностей индивида*, о чем свидетельствует соотношение на рис. 6.

Определение респондентами своего социального статуса, культурного уровня и материального благосостояния, %



Оценка респондентами своего материального благосостояния, социального статуса и культурного уровня по пятибалльной шкале, %



Объемная модель самооценки населением Российской Федерации в возрасте 16 лет и старше своего материального, социального положения и культурного уровня отображены на рисунках 6/а, 6/б и 6/в. Видна схожесть рисунков, по крайней мере в том, что по самооценкам основная часть населения группируется ближе к центру. Это свидетельствует и о некоторой социальной однородности общества, и одновременно об «усредненности» населения по своим возможностям.

Если возвратиться к рисунку 6, то можно сделать заключение об элитарном слое. Используя суммарно оценки 4 и 5 получим, что по материальному состоянию элитарная группа населения составляет примерно 20%, по своему социальному статусу – примерно 25%, по своему культурному уровню – примерно 40%. Это дает основание говорить, по крайней мере, о тяге почти половины населения к культуре. Данный вывод подтверждается также анализом информации о стремлении населения к образованию. Результаты исследования свидетельствуют о том, что *сегодня 46,6% населения в возрасте 16 лет и старше после окончания своего основного образования в той или иной форме продолжают приобщаться к знаниям.*

Рисунок 6/а

Оценка респондентами своего
материального благосостояния

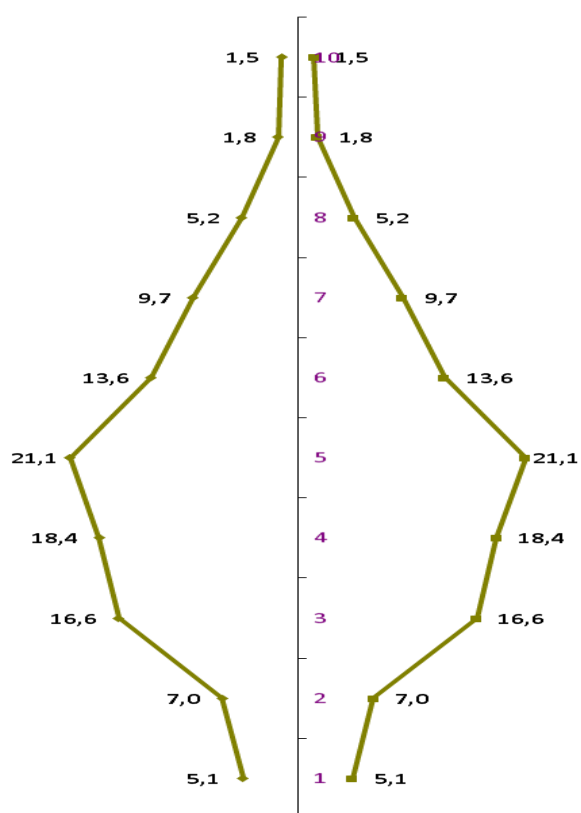


Рисунок 6/б

Оценка респондентами своего
социального статуса

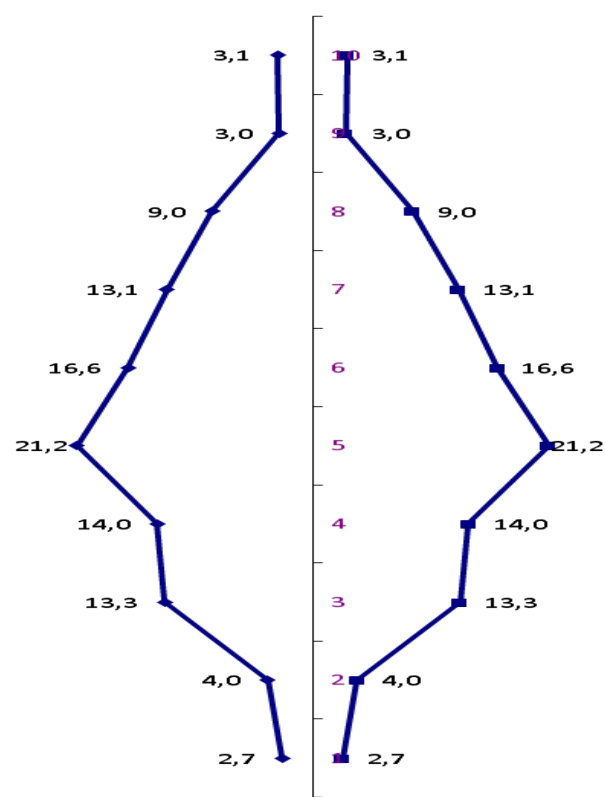
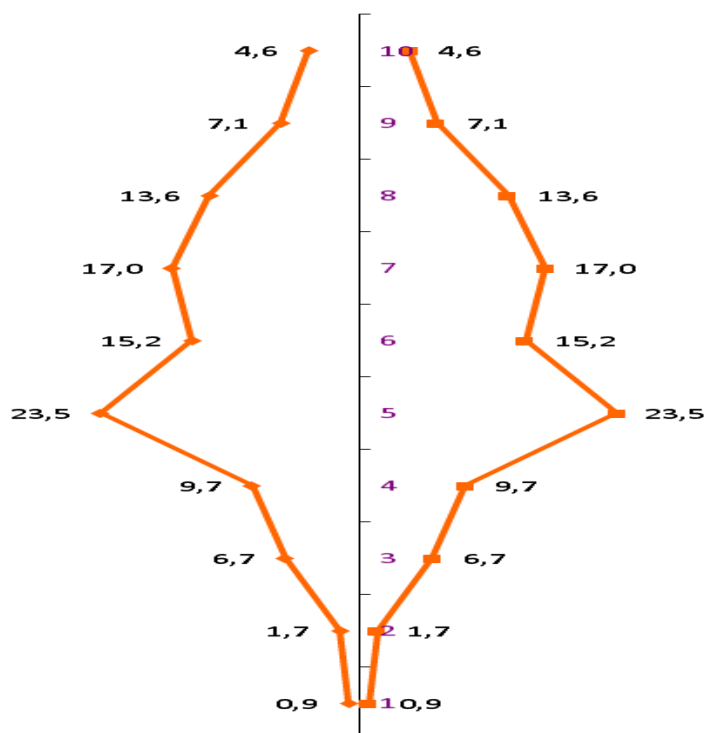


Рисунок 6/в

Оценка респондентами своего культурного уровня



В составе социально-профессиональных групп свое материальное благосостояние ниже всего оценили пенсионеры, жители села, рабочие промышленности, служащие и работники сферы услуг без высшего образования; выше всего оценили инженеры промышленности и военные (см. рис. 7).

Если говорить о материальной обеспеченности семей, среднемесячный доход на одного члена семьи (суммарно по всем источникам) по состоянию на октябрь 2014 года в среднем составил по Российской Федерации – 15 700 рублей, или же среднемесячный бюджет семьи из трех человек составил 47 100 рублей⁵.

Этот показатель больше всего у работников сферы услуг (финансы, торговля) с высшим образованием – 26 300 рублей (см. рис. 7/а), меньше всего – у жителей села – 11 500 рублей, и городских пенсионеров – 12 700 рублей; у рабочих промышленности – 17 500 рублей.

Сравним эти величины доходов с жизненными возможностями населения. Среди респондентов указали, что у них высокое благосостояние и они могут себе позволить любые крупные расходы (квартира, дом, машина...) те (их в составе населения в возрасте 16 лет и старше – 3%, 3,5 млн. человек), у кого среднемесячный доход на одного члена семьи составляет 26 000 рублей. В эту категорию попадают только работники сферы услуг (финансы, торговля) с высшим образованием. Считают, что живут в достатке и могут себе позволить покупку холодильника, музыкального центра..., но не более (33,5%), те, у кого среднемесячный доход на одного члена семьи составляет 20 800 рублей. Это инженеры промышленных предприятий, служащие с высшим образованием, профессиональные военные и представители иных силовых структур.

Хватает в основном на еду и одежду, в остальном приходится экономить тем (52,4%), у кого среднемесячный доход на одного члена семьи составляет 13 000 рублей. В эту группу относятся преимущественно работники промышленных предприятий, работники сферы услуг и служащие без высшего образования, студенты вузов.

Пенсионеры и жители села относятся преимущественно к той категории, которая еле сводит концы с концами («живут от зарплаты до зарплаты»), т.е. к категории *бедных и нищих* (8,0% – 9,5 млн. человек и 1,2% – 1,5 млн. человек считают себя нищими, итого «неимущих» – 11 млн. человек), чей среднемесячный доход на одного члена семьи составляет 10 700 рублей и менее.

⁵ По нынешнему курсу (\$1 = 42,5 рубля) соответствует \$370, или же \$1110 в качестве среднемесячного бюджета на одного члена семьи.

Рисунок 7

Оценка представителями различных социально-профессиональных групп своего материального благосостояния, %

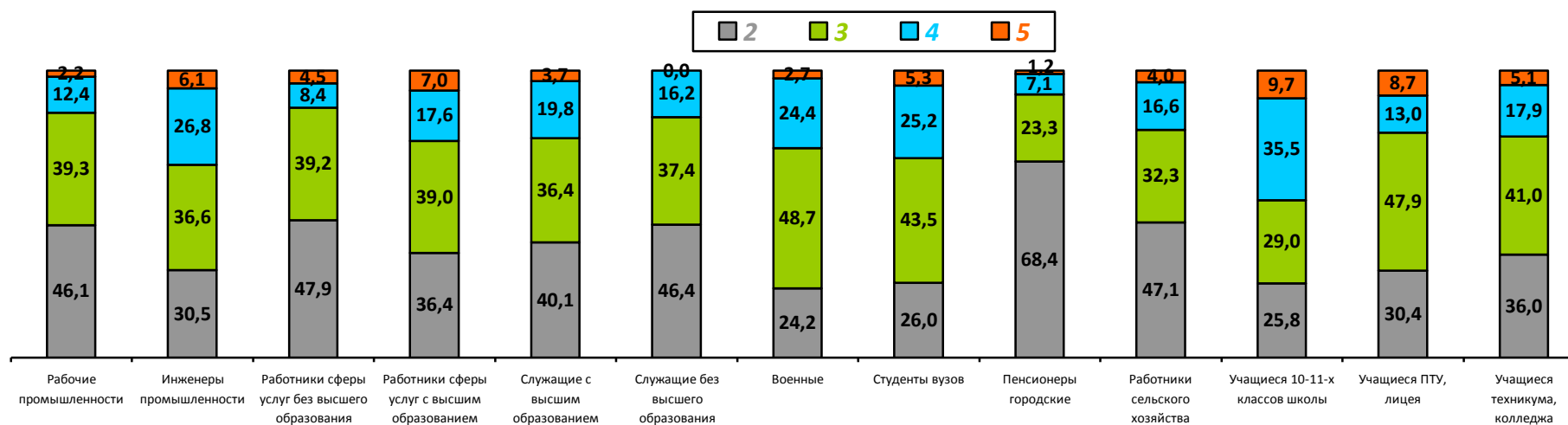
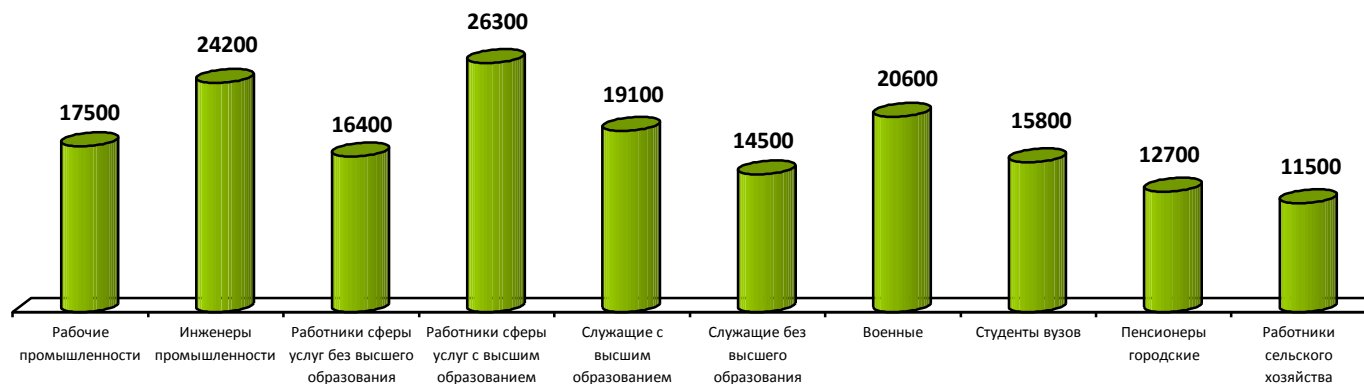
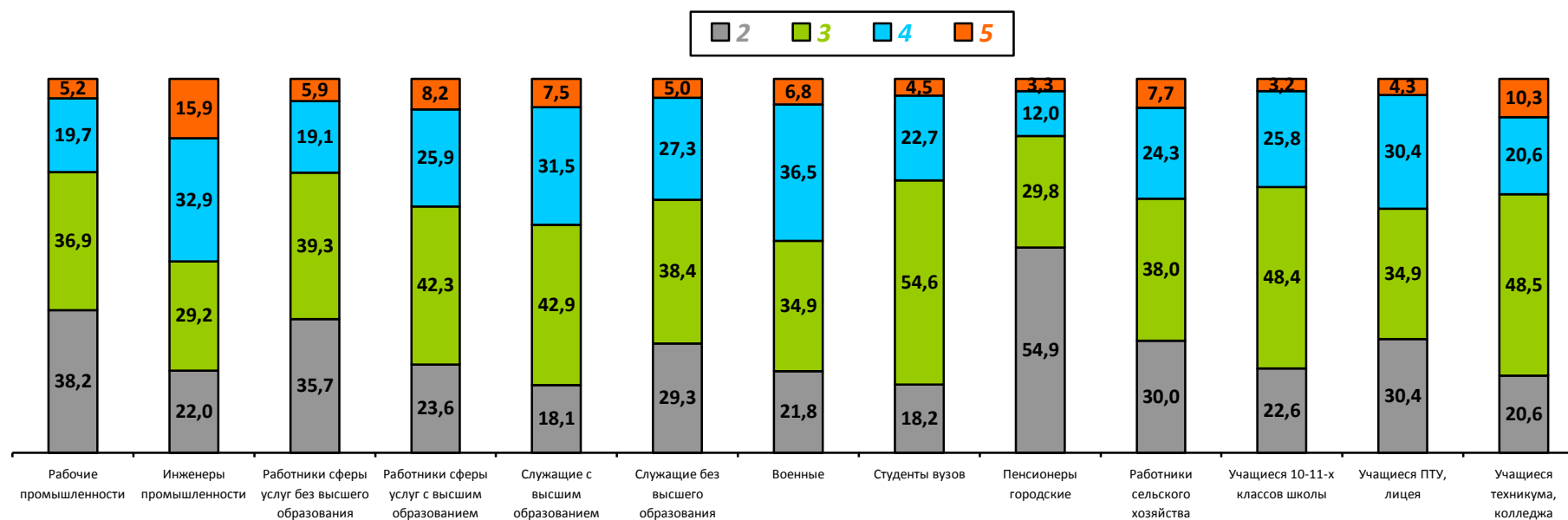


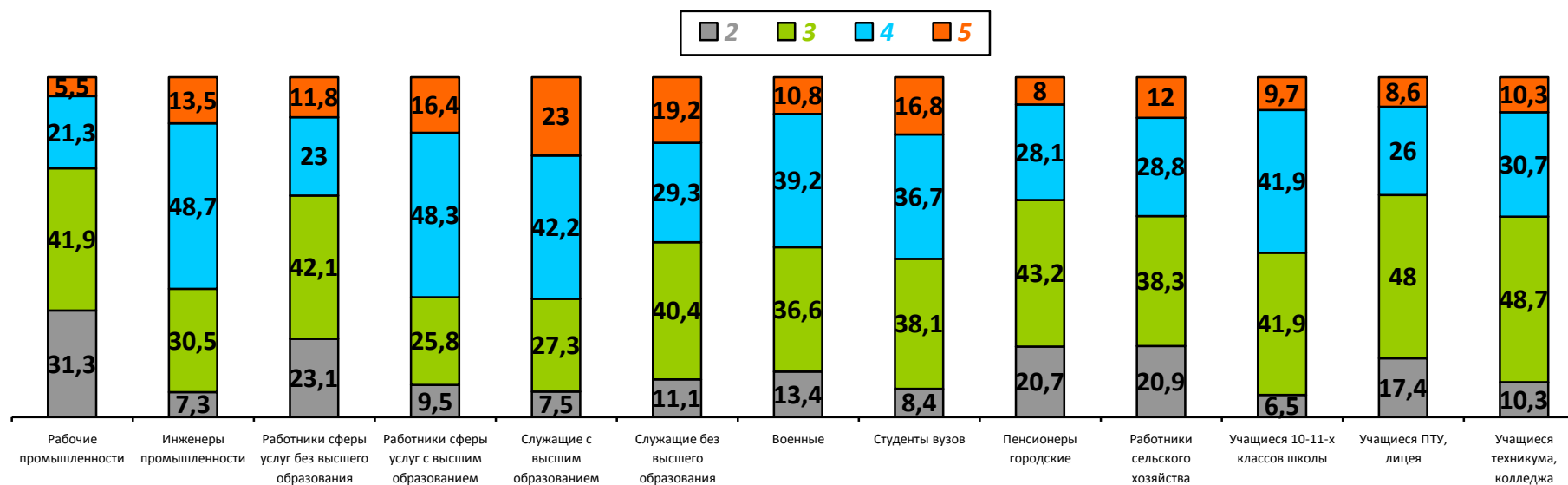
Рисунок 7/а

Среднемесячный доход на одного члена семьи у представителей различных социально-профессиональных групп, в рублях



Оценка представителями различных социально-профессиональных групп своего *социального статуса*, %

Оценка представителями различных социально-профессиональных групп своего культурного уровня, %



Среднемесячный доход на одного члена семьи составляет в мегаполисах – 27 400 рублей, в административных центрах субъектов РФ – 16 600 рублей, в районных городах – 14 000 рублей, в поселках городского типа – 13 500 рублей, в селах – 11 600 рублей.

Самооценка представителей различных социально-профессиональных групп по социальному статусу несколько выше, чем самооценка по материальному благосостоянию. Ниже всего оценивают свой социальный статус пенсионеры, промышленные рабочие и работники сферы услуг без высшего образования, выше всего – инженеры промышленных предприятий, профессиональные военные и служащие с высшим образованием (см. рис. 8).

Еще выше оценивают представители различных социально-профессиональных групп свой культурный уровень. Это означает, что *в условиях господства СМИ приобщение к культурным ценностям теряет абсолютную зависимость от материального благополучия людей*. Свой культурный облик ниже среднего оценивают только рабочие промышленности, работники сферы услуг без высшего образования, пенсионеры, жители сел и учащиеся учреждений начального профессионального образования (см. рис. 9).

В таблице 6 показана зависимость материального благосостояния, социального статуса и культурного уровня в зависимости от величины среднемесячного дохода на одного члена семьи. Такая зависимость имеет место, хотя при оценке культурного уровня проявляется в меньшей степени, чем в остальных случаях. Оценки от 2 до 5 символизируют самозачисление респондентов в уровни общественной иерархии по обозначенным в табл. 4 трем социальным критериям.

Таблица 4

Оценка респондентами своего материального благосостояния, социального статуса и культурного уровня в зависимости от величины среднемесячного дохода на одного члена семьи, в рублях

| Оценка | Материальное благосостояние | Социальный статус | Культурный уровень |
|--------|-----------------------------|-------------------|--------------------|
| 5 | 19700 | 19 400 | 17 800 |
| 4 | 19800 | 16 900 | 16 600 |
| 3 | 16 600 | 15 500 | 14 900 |
| 2 | 12 700 | 14 600 | 12 100 |

4. Историческое сознание

Историческое сознание – важный фактор консолидации национального сознания. *Без преемственности истории у граждан нет целостного представления о стране, есть только обрывочные картины, произвольно объединяющиеся то в привлекательный, то в отталкивающий образ*. Страна без истории, что человек без прошлого. При отсутствии у

народа целостного исторического сознания трудно ожидать проявления патриотизма. Для измерения исторического сознания россиян использовался относительно большой набор индикаторов, характеризующих исторические события (см. табл. 5). Предпочтение респондентами тех или иных индикаторов в соответствии с «образом» в массовом сознании того или иного сегмента истории страны дает представление о восприятии истории различными поколениями.

Таблица 5

Характеристика респондентами различных этапов истории страны, в персонифицированной форме, %

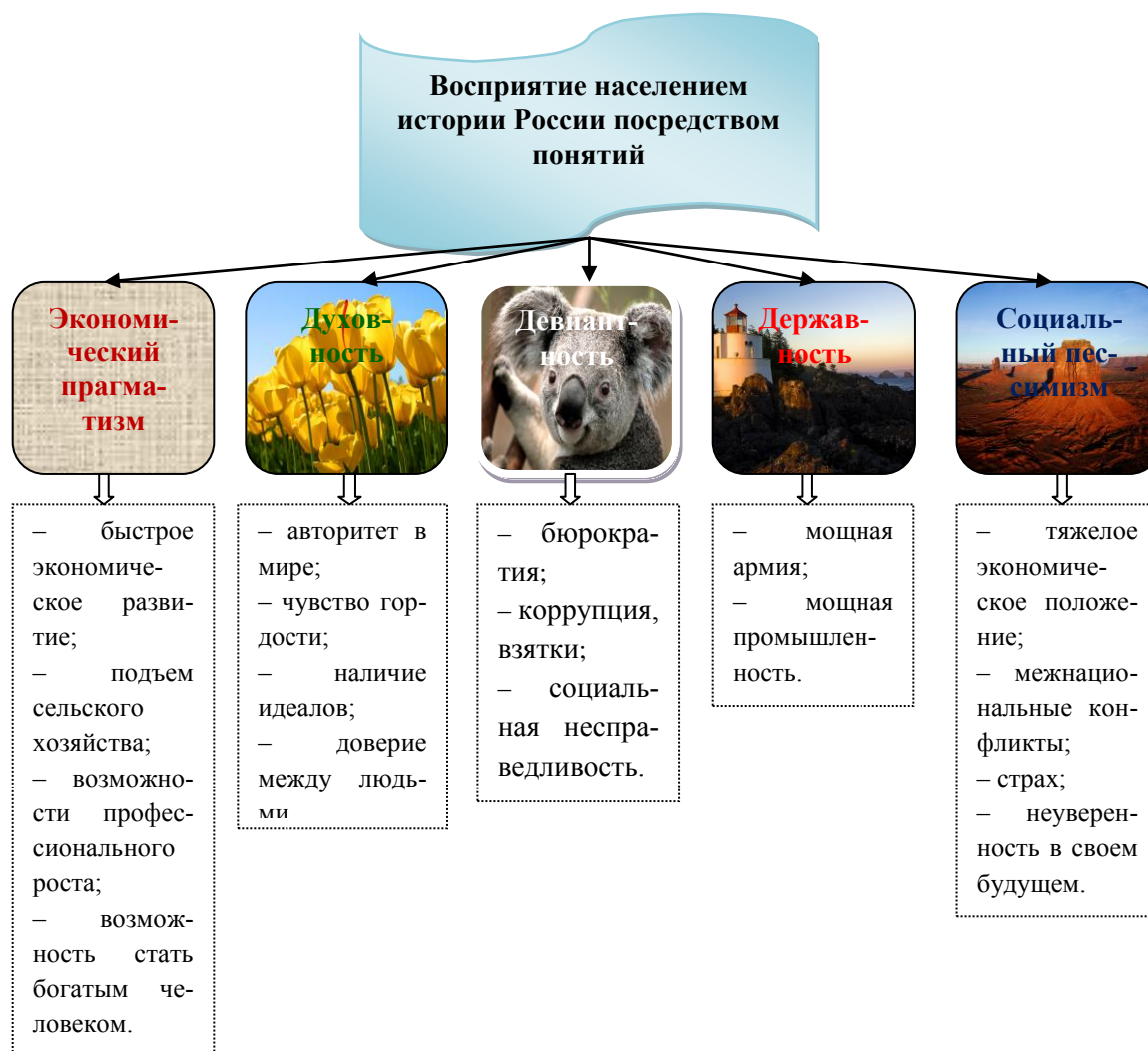
| Характеристики | Исторические периоды | | | | | | |
|-------------------------------------|--|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|
| | Россия при царе (до революции 1917 года) | СССР, при И. Сталине | СССР, при Н. Хрущеве | СССР, при Л. Брежнев | СССР, при М. Горбачеве | Россия, при Б. Ельцине | Россия, при В. Путине |
| Тяжелое экономическое положение | 16,7 | 15,9 | 10,4 | 6,7 | 36,5 | 52,6 | 12,5 |
| Страх | 12,0 | 59,3 | 4,5 | 3,4 | 9,5 | 17,0 | 6,3 |
| Социальная защищенность | 3,2 | 7,6 | 17,8 | 37,1 | 3,7 | 2,5 | 16,4 |
| Наличие идеалов | 17,4 | 34,6 | 22,1 | 25,1 | 5,4 | 3,7 | 8,0 |
| Межнациональные конфликты | 6,6 | 6,7 | 3,1 | 5,7 | 28,2 | 49,6 | 28,7 |
| Дисциплина, порядок | 10,0 | 53,4 | 8,9 | 13,4 | 2,9 | 1,4 | 8,5 |
| Быстрое экономическое развитие | 11,6 | 27,8 | 18,5 | 12,6 | 3,3 | 2,6 | 20,2 |
| Подъем сельского хозяйства | 15,5 | 18,4 | 42,4 | 18,2 | 2,7 | 1,4 | 6,5 |
| Жизнерадостность | 5,9 | 5,4 | 19,6 | 30,2 | 4,5 | 3,3 | 9,4 |
| Успехи в искусстве | 24,2 | 13,3 | 19,6 | 26,8 | 7,3 | 4,5 | 13,2 |
| Доверие между людьми | 10,0 | 5,9 | 16,0 | 36,3 | 6,9 | 3,8 | 7,0 |
| Всеобщее равенство перед законом | 5,4 | 13,5 | 9,0 | 16,0 | 3,7 | 2,0 | 7,5 |
| Возможности профессионального роста | 5,0 | 9,8 | 15,8 | 29,0 | 10,6 | 10,3 | 32,1 |
| Возможность стать богатым человеком | 10,7 | 1,0 | 1,6 | 3,6 | 15,7 | 34,0 | 36,8 |
| Преступность, бандитизм | 6,0 | 6,5 | 4,4 | 6,1 | 35,8 | 57,2 | 20,5 |
| Любовь к Отечеству | 37,4 | 42,7 | 22,3 | 31,5 | 12,7 | 7,4 | 24,5 |
| Успехи в образовании | 8,0 | 17,8 | 20,2 | 34,9 | 7,6 | 3,3 | 10,9 |
| Авторитет в мире | 23,0 | 35,5 | 20,4 | 25,5 | 10,3 | 5,8 | 38,4 |
| Бюрократия | 9,0 | 14,9 | 16,8 | 31,2 | 33,9 | 39,0 | 34,7 |
| Кризис | 5,2 | 4,9 | 6,2 | 6,4 | 38,5 | 51,3 | 27,3 |
| Гражданские и политические свободы | 4,7 | 1,7 | 7,3 | 4,2 | 12,4 | 17,4 | 30,2 |
| Успехи в науке и технике | 7,5 | 21,8 | 24,0 | 28,4 | 5,6 | 3,6 | 21,3 |
| Чувство гордости | 14,8 | 25,4 | 14,9 | 19,7 | 5,1 | 3,2 | 25,0 |
| Неуверенность в своем будущем | 7,3 | 8,0 | 3,8 | 4,1 | 32,5 | 46,5 | 27,5 |
| Уважение Православной церкви | 50,0 | 2,1 | 1,3 | 2,3 | 3,9 | 10,2 | 39,8 |

| Характеристики | Исторические периоды | | | | | | |
|-----------------------------|--|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|
| | Россия при царе (до революции 1917 года) | СССР, при И. Сталине | СССР, при Н. Хрущеве | СССР, при Л. Брежнев | СССР, при М. Горбачеве | Россия, при Б. Ельцине | Россия, при В. Путине |
| Мощная промышленность | 10,2 | 28,3 | 21,7 | 28,2 | 3,0 | 1,8 | 9,1 |
| Мощная армия | 13,3 | 37,9 | 17,4 | 25,0 | 3,5 | 2,6 | 29,6 |
| Социальная несправедливость | 18,0 | 8,4 | 7,3 | 8,4 | 23,4 | 41,0 | 27,5 |
| Коррупция, взятки | 7,4 | 4,4 | 9,5 | 19,6 | 36,8 | 58,5 | 48,2 |
| Бездуховность | 1,9 | 12,7 | 10,0 | 10,3 | 22,7 | 30,9 | 14,2 |
| Затруднились ответить | 18,4 | 11,6 | 15,5 | 12,9 | 11,6 | 7,9 | 5,2 |

Прежде, чем приступить к детальному анализу показателей, приведенных в табл. 5, отметим, что массовое сознание интегрирует эти показатели в пять вербальных категорий, выделенных при помощи факторного анализа (см. схему 1).

Схема 1

Структура исторического сознания россиян



Если принять во внимание лишь те характеристики, отображенные в табл. 5, которые упомянули не менее 30% респондентов, тогда различные исторические периоды обретут следующую этическую «палитру»:

Россия при царе (до революции 1917 года): уважение Православной церкви, любовь к Отечеству.

СССР, при И. Сталине: страх, дисциплина и порядок, любовь к Отечеству, мощная армия, авторитет в мире, наличие идеалов.

СССР, при Н. Хрущеве: подъем сельского хозяйства.

СССР, при Л. Брежневе: социальная защищенность, доверие между людьми, успехи в образовании, любовь к Отечеству, бюрократия.

СССР, при М. Горбачеве: кризис, коррупция и взятки, тяжелое экономическое положение, преступность и бандитизм, бюрократия, неуверенность в своем будущем.

Россия, при Б. Ельцине: коррупция и взятки, преступность и бандитизм, тяжелое экономическое положение, кризис, межнациональные конфликты, неуверенность в своем будущем, социальная несправедливость, бюрократия, возможность стать богатым человеком, бездуховность.

Россия, при В. Путине: коррупция и взятки, уважение Православной церкви, авторитет в мире, возможность стать богатым человеком, бюрократия, возможности профессионального роста, гражданские и политические свободы.

На основании высказанных респондентами характеристик попытаемся представить целостный образ в массовом сознании россиян различных этапов в истории страны.

Россия при царе (до революции 1917 года): «духовное» государство, отличающееся соборностью и державностью.

СССР, при И. Сталине: авторитарное милитаризованное государство, узурпирующее право, однако обладающее авторитетом в мире, с населением, которому присущ патриотизм и идеалы.

СССР, при Н. Хрущеве: государство с приоритетом развития аграрного сектора.

СССР, при Л. Брежневе: социально ориентированное государство, всемерно содействующее развитию образования, генерирующее у населения чувство социальной справедливости и любовь к Отечеству, однако чрезмерно бюрократизированное.

СССР, при М. Горбачеве: государство с тяжелым экономическим положением, углубляющимся кризисом, обремененным расцветом коррупции и преступности, засильем бюрократии, порождающими неуверенность людей в своем будущем.

Россия, при Б. Ельцине: бюрократическое государство с тяжелым экономическим положением, углубляющимся кризисом, завязшее в коррупции и преступности, межнаци-

ональных конфликтах и бездуховности, порождающими у населения чувство социальной несправедливости, неуверенности в своем будущем, однако обеспечивающее возможность разбогатеть.

Россия, при В. Путине: бюрократическое государство с элементами коррупции, обеспечивающее возможность разбогатеть, однако пользующееся авторитетом в мире, гарантирующее уважение Православной церкви, профессиональную карьеру, гражданские и политические свободы.

Итак, *дореволюционная Россия (1917 года)* предстает в массовом сознании россиян, как преимущественно духовное государство (положительный образ); *СССР, при И. Сталине* – как диктатура (отрицательный образ), *СССР, при Н. Хрущеве*, как государство, временно исчезнувшее из поля зрения истории («никакое»); *СССР, при Л. Брежневе*, как социально-ориентированное развивающееся государство (положительный образ), *СССР, при М. Горбачеве*, как распадающееся государство (отрицательный образ); *Россия, при Б. Ельцине*, как государство, находящееся на грани распада (отрицательный образ); *Россия, при В. Путине*, как государство с отрицательной наследственностью, но находящееся на пути прогресса (в целом положительный образ). В итоге имеем три отрицательных, два положительных, один в «целом положительный» и один нейтральный («бессодержательный») образы, но с различной длительностью. Если обозначить положительный образ светлым тоном, отрицательный – темным, а нейтральный белым, то с учетом длительности интервалов историческое сознание населения примет следующий «оттенок» (см. рис. 10). Налицо резкие перепады цветов от благоприятного голубого до коричневого и фиолетового, при этом присутствует и интервал «провала памяти». Как на такую «пестроту» исторического сознания масс накладывать единый образ культуры, пытаясь консолидировать население?

Рисунок 10

Цветовой образ исторического сознания населения России



Подобное восприятие истории России характерно для представителей всех поколений, только возрастная группа старше 60 лет склонна несколько в большей степени, чем более молодые, идеализировать советский период.

Приведенная на рис. 10 картина восприятия массовым сознанием населения истории России складывается при персонификации истории, «закрепления» этапов за соответствующим руководителем страны. Противоречие, характерное для исторического созна-

ния населения, еще более усугубляется, если от персонификации исторических этапов перейти к историческим событиям (см. перечень 1). *События оказываются оторванными от конкретных исторических этапов страны и как бы существуют сами по себе, вне истории.*

Так, гордость у большинства респондентов вызывают победа советского народа в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. над нацистской Германией, восстановление страны после Великой Отечественной войны – но это события сталинского периода; первый успешный полет в космос Юрия Гагарина в 1961 году – но это событие хрущевского периода. Такое положительное событие горбачевского периода, как гласность и перестройка, вообще игнорируются общественным мнением. Сказанное свидетельствует о следующем: *с одной стороны, персонификация истории России ведет к разрыву в историческом сознании населения и затрудняет идентификацию выдающихся исторических событий с этапами истории; с другой стороны, в массовом сознании практически отсутствует событийная ассоциация исторических этапов, поэтому роль народа в созидании страны, по сути – история России, общественным мнением игнорируется.*

Перечень 1

Мнение респондентов о том, чем из прошлой истории страны может сегодня гордиться гражданин Российской Федерации, %

- 62,8** – Восстановлением страны после Великой Отечественной войны
- 62,9** – Великими российскими поэтами, писателями, композиторами
- 58,5** – Достижениями космонавтики и космической техники
- 44,1** – Достижениями российских спортсменов
- 23,0** – Достижениями российской медицины
- 25,7** – Системой образования
- 34,5** – Успехами российской науки
- 18,2 – Выдающимися российскими царями и императрицами
- 16,2 – Мощью и богатством России в период царей и императоров
- 29,7** – Мощью и авторитетом России в советский период
- 16,8 – Освобождением крестьян в 1861 г. от крепостного права
- 12,0 – Мучениками и святыми русской православной церкви
- 20,6** – Ликвидацией “железного занавеса” между Россией и остальным миром в 1980-х годах
- 11,3 – Октябрьской революцией 1917 года
- 74,6** – Победой Советского народа в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. над нацистской Германией
- 60,1** – Первым успешным полетом в космос Юрия Гагарина в 1961 году
- 4,7 – Гласностью и перестройкой периода Горбачева
- 3,1 – Распадом СССР
- 5,3 – Переходом в начале 1990-х годов к рыночной экономике
- 1,0 – Гордиться нечем

Можно предположить, что относительно низкие показатели по ряду исторических событий могут быть вызваны неинформированностью населения, особенно представителей молодого поколения, однако данные исследования свидетельствуют о высокой соли-

дарности общественного мнения представителей различных поколений при оценке исторических событий (см. табл. 6). Это именно то, что закрепилось в памяти поколений и сформировало его историческое сознание. Важно использовать эту «почву» для формирования единого исторического облика страны.

Как и в случае различных поколений, такая же солидарность имеет место в оценках, высказанных представителями различных этнических групп (см. табл. 7).

Таблица 6

Мнение представителей различных возрастных групп о том, чем из прошлой истории страны может сегодня гордиться гражданин Российской Федерации, %

| События истории и персоналии России | Возрастные группы | | | | | |
|---|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Восстановление страны после Великой Отечественной войны | 52,5 | 53,3 | 52,6 | 62,8 | 62,1 | 77,2 |
| Великие российские поэты, писатели, композиторы | 62,0 | 67,0 | 53,1 | 61,5 | 61,3 | 69,4 |
| Достижения космонавтики и космической техники | 48,7 | 51,4 | 47,9 | 58,4 | 58,6 | 70,6 |
| Достижения российских спортсменов | 41,8 | 40,1 | 38,9 | 42,2 | 43,0 | 53,4 |
| Достижения российской медицины | 22,2 | 15,1 | 22,7 | 22,8 | 19,0 | 34,4 |
| Система образования | 25,3 | 22,2 | 20,4 | 25,2 | 27,7 | 27,5 |
| Успехи российской науки | 44,9 | 31,1 | 30,3 | 36,3 | 33,5 | 33,9 |
| Выдающиеся российские цари и императрицы | 18,4 | 23,6 | 17,5 | 17,5 | 18,5 | 16,2 |
| Мощь и богатство России в период царей и императоров | 18,4 | 16,0 | 15,6 | 17,3 | 16,7 | 13,9 |
| Мощь и авторитет России в советский период | 24,1 | 25,5 | 22,7 | 23,6 | 29,0 | 44,9 |
| Освобождение крестьян в 1861 г. от крепостного права | 19,0 | 19,3 | 16,1 | 14,7 | 16,6 | 17,9 |
| Мученики и святые русской православной церкви | 10,8 | 9,9 | 10,9 | 9,6 | 12,2 | 16,0 |
| Ликвидация “железного занавеса” между Россией и остальным миром в 1980-х годах | 14,6 | 17,0 | 19,0 | 17,7 | 17,9 | 33,4 |
| Октябрьская революция 1917 года | 9,5 | 7,1 | 8,5 | 9,0 | 12,5 | 15,8 |
| Победа Советского народа в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. над нацистской Германией | 67,7 | 70,3 | 66,8 | 69,4 | 76,5 | 85,2 |
| Первый успешный полет в космос Юрия Гагарина в 1961 году | 57,6 | 54,7 | 60,2 | 54,5 | 57,9 | 73,4 |
| Гласность и перестройка периода Горбачева | 8,9 | 5,7 | 6,2 | 4,8 | 3,7 | 3,5 |
| Распад СССР | 4,4 | 2,8 | 6,2 | 3,3 | 2,2 | 2,8 |
| Переход в начале 1990-х годов к рыночной экономике | 10,1 | 8,5 | 10,0 | 4,4 | 3,9 | 2,8 |
| Гордиться нечем | 0,6 | 1,4 | 2,8 | 1,5 | 0,3 | 0,5 |

Таблица 7

Мнение представителей различных этнических групп о том, чем из прошлой истории страны может сегодня гордиться гражданин Российской Федерации, %

| События истории и персоналии России | Национальность | | | | | |
|---|----------------|--------|-----------------------|------------|-------------------------|--|
| | Русские | Татары | Белорусы, украинцы | «Кавказцы» | Малочисленные народы | Представители других европей- ских этносов, не имеющих госу- дарственности в России (евреи, поляки, немцы ...) |
| Восстановление страны после Великой Отечественной войны | 62,1 | 74,4 | 56,0 | 63,6 | 62,3 | 73,1 |
| Великие российские поэты, писатели, композиторы | 63,5 | 48,8 | 48,0 | 52,7 | 66,0 | 80,8 |
| Достижения космонавтики и космической техники | 58,6 | 52,3 | 48,0 | 52,7 | 69,8 | 69,2 |
| Достижения российских спортсменов | 44,4 | 27,9 | 36,0 | 45,5 | 49,1 | 69,2 |
| Достижения российской медицины | 23,1 | 19,8 | 12,0 | 21,8 | 22,6 | 34,6 |
| Система образования | 25,8 | 19,8 | 28,0 | 29,1 | 20,8 | 38,5 |
| Успехи российской науки | 34,4 | 34,9 | 32,0 | 34,5 | 28,3 | 53,8 |
| Выдающиеся российские цари и императрицы | 18,3 | 17,4 | 12,0 | 14,5 | 20,8 | 26,9 |
| Мощь и богатство России в период царей и императоров | 16,0 | 25,6 | 16,0 | 12,7 | 13,2 | 15,4 |
| Мощь и авторитет России в советский период | 29,1 | 38,4 | 32,0 | 32,7 | 35,8 | 26,9 |
| Освобождение крестьян в 1861 г. от крепостного права | 16,4 | 20,9 | 16,0 | 21,8 | 18,9 | 23,1 |
| Мученики и святые русской православной церкви | 12,5 | 4,7 | 12,0 | 7,3 | 5,7 | 19,2 |
| Ликвидация “железного занавеса” между Россией и остальным миром в 1980-х годах | 21,2 | 14,0 | 20,0 | 14,5 | 11,3 | 34,6 |
| Октябрьская революция 1917 года | 11,3 | 16,3 | 4,0 | 7,3 | 11,3 | 11,5 |
| Победа Советского народа в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. над нацистской Германией | 74,9 | 75,6 | 76,0 | 63,6 | 69,8 | 73,1 |
| Первый успешный полет в космос Юрия Гагарина в 1961 году | 60,2 | 64,0 | 56,0 | 60,0 | 54,7 | 53,8 |
| Гласность и перестройка периода Горбачева | 4,5 | 5,8 | 4,0 | 3,6 | 5,7 | 15,4 |
| Распад СССР | 3,0 | 4,7 | 0,0 | 3,6 | 7,5 | 3,8 |
| Переход в начале 1990-х годов к рыночной экономике | 5,1 | 8,1 | 4,0 | 5,5 | 3,8 | 11,5 |
| Гордиться нечем | 0,9 | 1,2 | 0,0 | 0,0 | 3,8 | 0,0 |

Следует выделить, как положительный момент в формировании культуры населения, его готовность гордиться великими российскими поэтами, писателями, композиторами, успехами российской науки. В целом стремление населения Российской Федерации к просвещению велико: после окончания «базового для себя» образования (общего среднего или профессионального), как отмечалось ранее, 31,9% населения в возрасте 16 лет и старше занимаются самообразованием – это не менее 40 миллионов человек⁶. Безусловно, в привлечении такой массы к самообразованию, особенно, когда речь идет о молодежи, большую роль играет Интернет: интеллектуальные (экономические, экологические) игры, справочники, библиотеки с тысячами литературы, познавательные кинофильмы.... Наряду с самообразованием (после окончания «базового образования»), 0,9% (1,1 млн. человек) обучаются дополнительно, заочно или вечером, в среднем профессиональном образовательном учреждении; 2,7% (3,4 млн. человек) – обучаются, заочно или вечером, в высшем профессиональном образовательном учреждении; 6,4% (8 млн. человек) обучаются на курсах, 7,3% (9,2 млн. человек) – обогащают свои знания в иных формах (по справочникам, с помощью Интернета...). Сами эти показатели уже свидетельствуют о тяге масс к культуре. Эта тяга свойственна представителям всех возрастных групп, как в городах, так и в селах (см. табл. 8 и 9).

Среди мужчин в возрасте 16 лет и старше после завершения базового образования повышают свой образовательный уровень 44,7%, среди женщин – 48,3%. Повышением своего образовательного уровня занимаются треть даже среди закончивших учреждение НПО (см. табл. 10). Также впечатляет доля повышающих свой образовательный уровень среди представителей всех социально-профессиональных групп, в том числе рабочих и крестьян (см. табл. 11).

Таблица 8

Доля представителей различных возрастных групп, продолжающих свое образование после завершения базового образования, %⁷

| Формы продолжения образования | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Обучаются заочно или вечером в среднем профессиональном учреждении | 3,8 | 3,3 | 1,9 | 0,4 | 0,0 | 0,2 |
| Обучаются заочно или вечером в высшем профессиональном учреждении | 5,1 | 8,0 | 8,1 | 2,6 | 0,7 | 0,0 |
| Обучаются на курсах | 4,4 | 7,1 | 10,0 | 9,6 | 6,4 | 1,2 |
| Занимаются самообразованием | 6,3 | 21,2 | 35,1 | 42,7 | 39,6 | 20,2 |
| Обогащают свои знания иначе | 1,9 | 1,9 | 3,8 | 3,5 | 5,6 | 20,9 |
| Итого продолжают образование (самообразование) | 21,5 | 40,6 | 54,0 | 54,7 | 49,4 | 41,9 |

⁶ Рассчитано по источнику: Население Российской Федерации в возрасте 16 лет и старше составляет 119,4 млн. человек. Российский статистический ежегодник. Росстат, М.: 2013, стр. 81.

⁷ Часть респондентов практикуют несколько форм повышения образовательного уровня.

Таблица 9

Доля респондентов, проживающих в поселениях разного типа (возрастная группа 16 лет и старше), продолжающих свое образование после завершения базового образования, %

| Формы продолжения образования | Тип поселения | | | | |
|--|-------------------------------------|------------------------------------|----------------|-------------------------------|---------------|
| | Мегаполис (Москва, Санкт-Петербург) | Административный центр субъекта РФ | Районный центр | Поселок городского типа (ПГТ) | Село, деревня |
| Обучаются заочно или вечером в среднем профессиональном учреждении | 1,3 | 1,0 | 0,3 | 1,8 | 1,1 |
| Обучаются заочно или вечером в высшем профессиональном учреждении | 1,7 | 2,1 | 3,6 | 3,5 | 2,5 |
| Обучаются на курсах | 7,1 | 5,2 | 5,9 | 10,6 | 6,9 |
| Занимаются самообразованием | 45,0 | 33,1 | 31,3 | 24,8 | 26,7 |
| Обогащают свои знания иначе | 3,4 | 12,9 | 5,8 | 9,7 | 3,4 |
| Итого продолжают образование (самообразование) после окончания базового образования | 54,6 | 53,1 | 44,1 | 46,0 | 32,2 |

Таблица 10

Доля респондентов, продолжающих свое образование после завершения базового образования, в зависимости от базового образования, %

| Формы продолжения образования | Базовое образование | | | | |
|--|---|---------------------------------------|---------------------|----------------------------|----------------------------|
| | Имеют незаконченное среднее образование | Имеют законченное среднее образование | Окончили лицей, ПТУ | Окончили колледж, техникум | Окончили вуз (аспирантуру) |
| Обучаются заочно или вечером в среднем профессиональном учреждении | 1,4 | 1,4 | 1,8 | 0,0 | 0,3 |
| Обучаются заочно или вечером в высшем профессиональном учреждении | 1,4 | 2,3 | 1,5 | 4,2 | 1,7 |
| Обучаются на курсах | 0,0 | 4,2 | 0,9 | 4,8 | 12,9 |
| Занимаются самообразованием | 12,7 | 18,1 | 20,3 | 33,9 | 54,9 |
| Обогащают свои знания иначе | 2,8 | 22,9 | 6,9 | 5,4 | 3,3 |
| Итого продолжают образование (самообразование) после окончания базового образования | 18,3 | 48,0 | 31,3 | 46,4 | 67,7 |

Доля представителей различных социально-профессиональных групп, продолжающих свое образование после завершения базового образования, %

| Формы продолжения образования | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------------|-------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства |
| Обучаются заочно или вечером в среднем профессиональном учреждении | 0,8 | 0,0 | 2,0 | 0,0 | 0,5 | 0,0 | 0,0 | 0,2 | 1,3 |
| Обучаются заочно или вечером в высшем профессиональном учреждении | 1,9 | 3,7 | 5,9 | 0,0 | 3,2 | 10,1 | 5,4 | 0,0 | 2,2 |
| Обучаются на курсах | 1,9 | 14,6 | 2,5 | 9,4 | 18,7 | 17,2 | 13,5 | 0,7 | 7,7 |
| Занимаются самообразованием | 28,8 | 56,1 | 31,9 | 60,0 | 66,3 | 42,4 | 36,5 | 24,2 | 24,3 |
| Обогащают свои знания иначе | 7,9 | 1,2 | 2,0 | 3,5 | 2,1 | 3,0 | 4,1 | 21,8 | 3,5 |
| Итого продолжают образование (самообразование) после окончания базового образования | 40,8 | 67,1 | 43,6 | 70,6 | 68,1 | 69,7 | 56,8 | 46,7 | 36,4 |

5. Патриотизм

Патриотизм – преимущественно политическое понятие, однако гордость за свою страну есть важная предпосылка уважения к ее культуре, языку, стремления познать ее историю, знаменательные события, приобщиться к культурным традициям народа. Наряду с поведением личности, патриотизм является собирательным понятием, лежащим в основе идентификации личности с государством. Как правило, оно символизирует экономическую сплоченность нации, стиль и образ жизни народа, его менталитет. Если не упоминать понятия, символизирующие этническую идентичность, то символами для обозначения патриотизма могут быть понятия «американец», «канадец», «австралиец», в бытность СССР – «советский». *С распадом СССР был также утерян символ патриотической идентичности.* Это серьезная проблема, ибо, несмотря на длительный период становления новых государственных отношений, *полного замещения в массовом сознании понятия-символа «советский» не произошло и среди населения страны многие понятие-символ, обозначавший идентичность с нацией, заменили на понятие-символ идентичности с этносом.* Рассмотрим эту проблему подробнее.

Только 47,9% респондентов ответили, что они лично сегодня ощущают себя гражданами Российской Федерации; 44,2% ответили, что ощущают себя русскими, 1,7% – гражданами своей республики, 1,7% – представителем своей национальности, 2,1% – «гражданами Мира», остальные (2,4%) затруднились ответить. Если назвавших себя гражданами своей республики принять за 100%, то среди них окажутся 37,8% татар, 21,6% бурятов, 8,1% калмыков; если за 100% принять тех, кто назвал себя представителем своей национальности, среди них окажутся 31,6% татар, 10,5% бурятов, 7,9% молдаван, 7,9% армян, 5,3% украинцев.

Поразительно, но факт: *каждый второй русский не идентифицирует себя со статусом гражданина Российской Федерации, а предпочитает себя идентифицировать с этнической принадлежностью.*

Ситуация усугубляется в случае, если идентифицировать свою гражданскую принадлежность приходится за рубежом, в качестве чего для примера (индикатора) в исследовании была выбрана Франция. «Виртуально будучи там» назвали бы себя гражданином Российской Федерации 40% респондентов, русскими – 54,1%, гражданином своей республики, – 1,2% (в том числе среди татар – 57,7%), представителем своей национальности – 1,6%, гражданином Мира – 1,1%, затруднились ответить – 2%.

Приведенные показатели свидетельствуют об *отсутствии в массовом сознании единства гражданской идентичности.* В этом случае и о патриотизме можно говорить условно: у многих он проявляется либо в форме подсознательного сепаратизма (иденти-

фикация представителями национальных республик с гражданством своей республики), либо при идентификации с этносом – в форме национализма, что в массовом порядке имеет место как у русских, так и у представителей других этносов, особенно татар.

Среди мужчин идентифицируют себя со статусом гражданина Российской Федерации – 49,7%, среди женщин – 46,4%. Идентифицируют себя с понятием «русский» среди мужчин – 42,6%, среди женщин – 45,6%. Назвать это явление национализмом нельзя, но налицо явление: *в массовом сознании россиян «рушится» целостность образа государственности.*

Гражданская идентичность расколота в массовом сознании представителей всех возрастных групп и жителей поселений всех типов (см. рис. 11 и 12).

Рисунок 11

Гражданская идентичность (кем себя считают) представителей различных возрастных групп (самозачисление), %

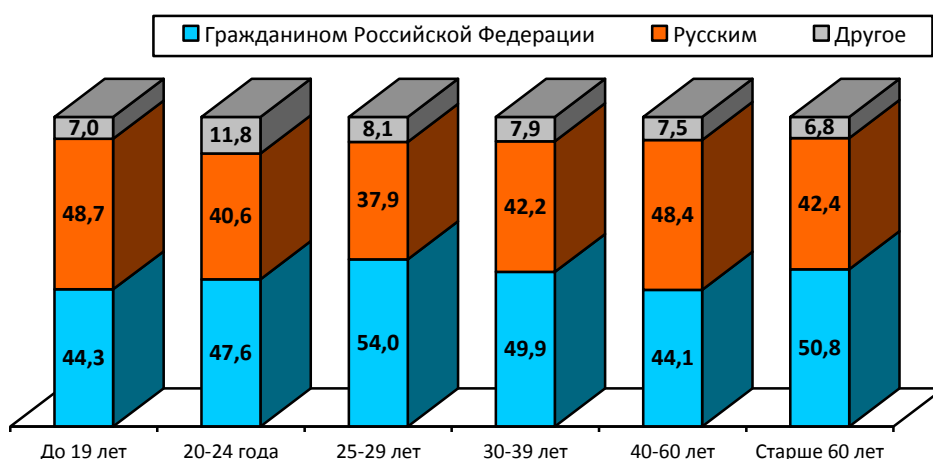
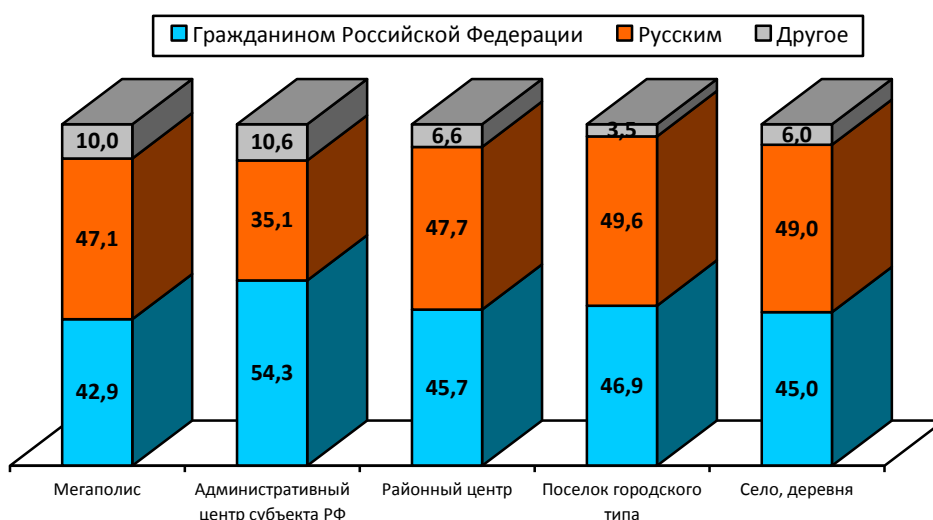


Рисунок 12

Гражданская идентичность (кем себя считают) представителей населения поселений разного типа (самозачисление), %



«Расколтость» гражданской идентичности в массовом сознании россиян особенно наглядно видна в табл. 8 и 9, в которых отображена гражданская идентичность представителей различных этносов. Особенно это характерно для русских – среди них «раскол» биполярный, а вот среди татар гражданская идентичность «расползается» по нескольким индикаторам.

Таблица 8

Гражданская идентичность представителей различных этнических групп в Российской Федерации (самозачисление), %

| Кем лично ощущают себя сегодня | Этническая принадлежность | | | | | |
|-------------------------------------|---------------------------|-------------|--------------------|----------------------------------|-------------------------------------|---|
| | Русские | Татары | Белорусы, украинцы | Представители кавказских народов | Представители малочисленных народов | Представители европейских этносов, не имеющих государственности в РФ (евреи, немцы, поляки и др.) |
| Гражданином Российской Федерации | 46,3 | 55,8 | 48,0 | 67,3 | 64,2 | 65,4 |
| Русским | 48,8 | 8,1 | 12,0 | 3,6 | 0,0 | 26,9 |
| Гражданином своей республики | 0,6 | 11,6 | 4,0 | 3,6 | 24,5 | 0,0 |
| Представителем своей национальности | 0,3 | 15,1 | 28,0 | 16,4 | 5,7 | 3,8 |
| Гражданином «мира» | 1,8 | 4,7 | 4,0 | 7,3 | 3,8 | 3,8 |
| Затруднились ответить | 2,2 | 4,7 | 4,0 | 1,8 | 1,8 | 0,1 |

Таблица 9

Гражданская идентичность представителей различных этнических групп в случае пребывания за рубежом (самозачисление на примере Франции), %

| Как представляется во Франции | Этническая принадлежность | | | | | |
|-------------------------------------|---------------------------|-------------|--------------------|----------------------------------|-------------------------------------|---|
| | Русские | Татары | Белорусы, украинцы | Представители кавказских народов | Представители малочисленных народов | Представители европейских этносов, не имеющих государственности в РФ (евреи, немцы, поляки и др.) |
| Гражданином Российской Федерации | 37,3 | 54,7 | 56,0 | 61,8 | 77,4 | 53,8 |
| Русским | 59,2 | 17,4 | 24,0 | 7,3 | 0,0 | 34,6 |
| Гражданином своей республики | 0,3 | 12,8 | 4,0 | 5,5 | 9,4 | 0,0 |
| Представителем своей национальности | 0,4 | 9,3 | 12,0 | 18,2 | 11,3 | 7,7 |
| Гражданином «мира» | 1,0 | 2,3 | 0,0 | 3,6 | 1,9 | 0,0 |
| Затруднились ответить | 1,8 | 3,5 | 4,0 | 3,6 | 0,0 | 3,9 |

6. Оценка культурной политики

Для выяснения отношения населения к культурной политике государства использовались вспомогательные индикаторы, чтобы обеспечить сравнение с другими направлениями государственной политики. Один из аспектов измерения связан с оценкой респонден-

тами различных факторов, необходимых для укрепления позиции Российской Федерации среди наиболее развитых государств. Оценка производилась по 10-тибалльной шкале (см. табл. 10).

Как 10-балльная, так и 5-тибалльная оценки позволяют выделить четыре группы направлений государственной политики, иерархия которых выстроена респондентами:

Первая группа (средняя оценка важности – 4,3 балла по 5-тибалльной шкале):

- мощный военный потенциал;
- качественное образование;
- развитие науки;
- высокоразвитая экономика.

Вторая группа (средняя оценка важности – 4,2 балла):

- высокая развитость энергетической и добывающей отраслей;
- высокий уровень благосостояния населения;
- всестороннее развитие культуры.

Третья группа (средняя оценка важности – 4,0 балла):

- высокая развитость сельского хозяйства;
- качественные дороги и развитость транспорта;
- развитое демократическое законодательство.

Четвертая группа (средняя оценка важности – 3,8 балла):

- гарантия демократических свобод;
- условия для всестороннего развития национальных сообществ.

Таким образом, культурное развитие (культурную политику) население относит по важности ко второй группе направлений, после развития образования и науки, но вторая группа по оценкам близка к первой (различие всего 0,1 балла), поэтому правомерно считать, что *население придает культурной политике большее значение, чем ряду экономических программ* (сельское хозяйство, дороги), тем более социально-политических.

Как видно из показателей ранжированного ряда в табл. 11, *в общественном мнении по значимости для прогресса государства на первом месте располагается оборонный комплекс, на втором – экономика и наука, на третьем – образование, развитие энергетики, на четвертом – рост благосостояния населения, на пятом – развитие культуры.*

Хотя в поселениях разного типа полного единства мнений в вопросе о важности различных направления политики не наблюдается, при ранжировании различных направлений развитие культуры занимает пятое место (см. табл. 12).

Таблица 10

Оценка респондентами важности различных факторов для Российской Федерации, чтобы она могла занять в мире одно из передовых мест как высокоразвитое государство, баллы

| Факторы | Средняя оценка | |
|--|------------------------|-----------------------|
| | По 10-тибалльной шкале | По 5-тибалльной шкале |
| Гарантия демократических свобод (свобода печати, свободные выборы, свобода слова, свобода вероисповедания) | 7,7 | 3,9 |
| Развитое демократическое законодательство (равенство всех граждан перед законом, независимость суда, неприкосновенность частной собственности) | 8,0 | 4,0 |
| Условия для всестороннего развития национальных сообществ | 7,1 | 3,6 |
| Качественное образование | 8,5 | 4,3 |
| Развитие науки | 8,6 | 4,3 |
| Высокоразвитая экономика | 8,6 | 4,3 |
| Всестороннее развитие культуры | 8,1 | 4,1 |
| Мощный военный потенциал | 8,7 | 4,4 |
| Высокий уровень благосостояния населения | 8,4 | 4,2 |
| Высокая развитость энергетической и добывающей отраслей | 8,4 | 4,2 |
| Высокая развитость сельского хозяйства | 8,0 | 4,0 |
| Качественные дороги и развитость транспорта | 8,0 | 4,0 |

О важности развития культуры говорят прежде всего служащие с высшим образованием, военные, пенсионеры, работники сельского хозяйства, все категории учащейся молодежи, кроме учащихся учреждений НПО. Слабо ориентированы на важность развития культуры рабочие и инженеры предприятий, работники сферы услуг с высшим и без высшего образования, служащие без высшего образования, учащиеся учреждений НПО (см. табл. 13).

Ранжирование представителями различных возрастных групп факторов для Российской Федерации, чтобы она могла занять в мире одно из передовых мест как высокоразвитое государство, *ранги*

| Факторы | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|------------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Гарантия демократических свобод (свобода печати, свободные выборы, свобода слова, свобода вероисповедания) | 7 | 7 | 6 | 9 | 7 | 8 |
| Развитое демократическое законодательство (равенство всех граждан перед законом, независимость суда, неприкосновенность частной собственности) | 6 | 6 | 5 | 7 | 5 | 7 |
| Условия для всестороннего развития национальных сообществ | 8 | 9 | 7 | 10 | 8 | 8 |
| Качественное образование | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Развитие науки | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Высокоразвитая экономика | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| <i>Всестороннее развитие культуры</i> | 4 | 5 | 5 | 6 | 5 | 5 |
| Мощный военный потенциал | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Высокий уровень благосостояния населения | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| Высокая развитость энергетической и добывающей отраслей | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 6 |
| Высокая развитость сельского хозяйства | 5 | 5 | 4 | 6 | 4 | 9 |
| Качественные дороги и развитость транспорта | 7 | 8 | 6 | 8 | 6 | 4 |

Ранжирование жителями поселений различного типа факторов для Российской Федерации, чтобы она могла занять в мире одно из передовых мест как высокоразвитое государство, *ранги*

| Факторы | Тип поселения | | | | |
|--|---------------|------------------------------------|----------------|-------------------------|---------------|
| | Мегаполис | Административный центр субъекта РФ | Районный центр | Поселок городского типа | Село, деревня |
| Гарантия демократических свобод (свобода печати, свободные выборы, свобода слова, свобода вероисповедания) | 7 | 8 | 8 | 6 | 8 |
| Развитое демократическое законодательство (равенство всех граждан перед законом, независимость суда, неприкосновенность частной собственности) | 5 | 7 | 7 | 6 | 6 |
| Условия для всестороннего развития национальных сообществ | 9 | 9 | 9 | 8 | 9 |
| Качественное образование | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 |
| Развитие науки | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 |
| Высокоразвитая экономика | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| <i>Всестороннее развитие культуры</i> | 6 | 5 | 6 | 5 | 5 |
| Мощный военный потенциал | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 |
| Высокий уровень благосостояния населения | 3 | 4 | 4 | 6 | 4 |
| Высокая развитость энергетической и добывающей отраслей | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| Высокая развитость сельского хозяйства | 6 | 8 | 4 | 5 | 6 |
| Качественные дороги и развитость транспорта | 8 | 6 | 5 | 7 | 7 |

Ранжирование представителями различных социально-профессиональных групп факторов для Российской Федерации, чтобы она могла занять в мире одно из передовых мест как высокоразвитое государство, баллы

| Факторы | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|---------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городских | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Гарантия демократических свобод (свобода печати, свободные выборы, свобода слова, свобода вероисповедания) | 8 | 8 | 9 | 8 | 8 | 8 | 7 | 9 | 8 | 7 | 9 | 6 | 8 |
| Развитое демократическое законодательство (равенство всех граждан перед законом, независимость суда, неприкосновенность частной собственности) | 7 | 7 | 7 | 5 | 6 | 7 | 6 | 6 | 7 | 6 | 6 | 7 | 6 |
| Условия для всестороннего развития национальных сообществ | 10 | 9 | 10 | 10 | 9 | 9 | 8 | 10 | 8 | 8 | 10 | 8 | 9 |
| Качественное образование | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| Развитие науки | 5 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Высокоразвитая экономика | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 |
| <i>Всестороннее развитие культуры</i> | 8 | 7 | 6 | 7 | 4 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 4 |
| Мощный военный потенциал | 1 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 |
| Высокий уровень благосостояния населения | 4 | 6 | 4 | 6 | 4 | 5 | 6 | 6 | 3 | 3 | 5 | 3 | 7 |
| Высокая развитость энергетической и добывающей отраслей | 2 | 3 | 3 | 7 | 4 | 2 | 3 | 4 | 6 | 3 | 1 | 1 | 2 |
| Высокая развитость сельского хозяйства | 6 | 6 | 6 | 8 | 5 | 6 | 4 | 7 | 9 | 6 | 7 | 4 | 4 |
| Качественные дороги и развитость транспорта | 9 | 7 | 7 | 9 | 7 | 8 | 6 | 8 | 4 | 6 | 8 | 6 | 8 |

Различные факторы для Российской Федерации, чтобы она могла занять в мире одно из передовых мест как высокоразвитое государство, массовое сознание интегрирует в два понятия: экономические и политические факторы⁸ (см. схему 2)

Схема 2

Факторы для Российской Федерации, чтобы она могла занять в мире одно из передовых мест как высокоразвитое государство



Аналогично измерялась ориентированность населения на культурную политику в соотношении с различными направлениями внутренней политики государства. Респондентам было предложено проранжировать направления внутренней политики государства от 1 до 10 по степени их важности (согласно субъективным представлениям). И в этом случае культурная политика расположилась на пятом месте. Первое место – за экономической политикой, второе – за социальной политикой, третье место делят между собой обра-

⁸ Группировка факторов выявлена при помощи факторного анализа.

зовательная политика и политика в области науки, четвертое – экологическая политика, пятое делят между собой культурная и национальная политика, шестое – налоговая, седьмое – демографическая политика (см. табл. 14). Как при использовании в качестве индикатора факторов, содействующих прогрессивному развитию России, так и таких индикаторов, как направления внутренней политики, суждения (оценки), высказанные респондентами, оказались весьма рациональными. Вряд ли была бы иной и логика научного ранжирования в сравнении с тем, как это сделали респонденты, ранжируя на уровне обыденного сознания.

Представители различных поколений в достаточно высокой степени солидарны в суждениях о важности направлений внутренней политики (см. табл. 15), однако по регионам суждения имеют достаточно значительную дисперсию. Так, в европейской части России респонденты первостепенное значение придают социальной политике, в мегаполисах, в Поволжье и в национальных республиках – экономической политике; на Северном Кавказе, в Сибири и на Дальнем Востоке – экологической политике, на Урале – налоговой политике. Важное значение придают респонденты культурной политике на Северном Кавказе, на Урале, в Сибири и на Дальнем Востоке, в национальных республиках, слабое значение – в мегаполисах, в Поволжье и в Центральной части России (см. табл. 16).

Таблица 14

Ранжирование респондентами направлений внутренней политики государства по степени важности, %

| | <i>Оценка по 10-тибалльной шкале</i> | <i>Ранги</i> |
|----------------------------|--------------------------------------|--------------|
| Молодежная политика | 5,6 | 4 |
| Образовательная политика | 5,8 | 3 |
| Социальная политика | 6,0 | 2 |
| Экологическая политика | 5,6 | 4 |
| Политика в области науки | 5,8 | 3 |
| Национальная политика | 5,4 | 5 |
| Экономическая политика | 6,3 | 1 |
| <i>Культурная политика</i> | 5,4 | 5 |
| Демографическая политика | 5,1 | 7 |
| Налоговая политика | 5,3 | 6 |

Таблица 15

**Ранжирование представителями различных возрастных групп направлений
внутренней политики государства по степени важности, %**

| Направления внутренней политики государства | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|------------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Молодежная политика | 6 | 6 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| Образовательная политика | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 7 |
| Социальная политика | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 |
| Экологическая политика | 1 | 6 | 5 | 5 | 5 | 2 |
| Политика в области науки | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 |
| Национальная политика | 3 | 5 | 7 | 5 | 7 | 4 |
| Экономическая политика | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| <i>Культурная политика</i> | 5 | 4 | 4 | 6 | 7 | 5 |
| Демографическая политика | 8 | 8 | 6 | 7 | 6 | 8 |
| Налоговая политика | 7 | 7 | 8 | 5 | 5 | 6 |

Таблица 16

**Ранжирование жителями различных регионов направлений
внутренней политики государства по степени важности, %**

| Направления внутренней политики государства | Регионы | | | | | | |
|--|----------------------|----------------------------|---------------|-------------------------|------|------------------------------------|----------------------------|
| | Мега- поли- сы | Север и Центр России | Повол- жье | Север- ный Кавказ | Урал | Сибирь и Даль- ний Восток | Национальные республики |
| Молодежная политика | 4 | 4 | 4 | 6 | 5 | 3 | 8 |
| Образовательная политика | 3 | 3 | 3 | 7 | 4 | 4 | 3 |
| Социальная политика | 2 | 1 | 2 | 8 | 3 | 3 | 2 |
| Экологическая политика | 10 | 4 | 5 | 1 | 6 | 1 | 6 |
| Политика в области науки | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 5 |
| Национальная политика | 8 | 6 | 7 | 2 | 4 | 5 | 7 |
| Экономическая политика | 1 | 2 | 1 | 4 | 2 | 4 | 1 |
| <i>Культурная политика</i> | 9 | 7 | 7 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Демографическая политика | 7 | 9 | 8 | 6 | 2 | 6 | 7 |
| Налоговая политика | 6 | 8 | 6 | 5 | 1 | 5 | 9 |

7. Правовое поле в области культуры в общественном мнении населения

В условиях рынка основная форма регулирования экономических, социальных и политических отношений – право. Право заменяет мораль, как основную форму регулирования общественных отношений в феодализме, при господстве теологического сознания. Для феодальных отношений, когда имущественное положение людей, их права и обязанности непосредственно вытекают из сословного статуса, социальные отношения большей частью персонифицированы, так как экономический обмен носит преимущественно нату-

ральный характер. Теология является основной идеологией феодального государства, равно как насыщающая ее мораль – основной социальной регулятой.

В условиях капитализма личность идентифицирована с частной собственностью, т.е. как бы «опредмечена», личностные или сословные отношения заменяются меновыми отношениями, опосредованными единым эквивалентом – деньгами, поэтому требуется обезличенный регулятор социальных отношений, выведенный на имущественные отношения, опредмеченные в собственности. Таковым регулятором выступает гражданское право, основной стержень которого – *право наследования, базирующееся на принципе неприкосновенности частной собственности*. Степень развитости гражданского права (для масс – правовой культуры, правового сознания) есть индикатор развитости рыночных отношений.

В целом Российскую Федерацию признают правовым государством 69% респондентов, однако среди них 46,3% считают, что Российская Федерация не совсем правовое государство. Еще 19,4% респондентов считают, что Российская Федерация не является правовым государством и 11,6% затруднились ответить. Приведенные показатели свидетельствуют о «зыбкости» правового поля государства. Так, *две трети граждан (65,7%) либо видят изъяны в правовой системе страны, либо вообще не признают Россию правовым государством. О сплоченном правосознании сегодня можно говорить лишь в отношении четверти граждан Российской Федерации*. Таково состояние правового сознания у всех поколений, жителей поселений всех типов, у всех социальных групп и во всех регионах. *Склонность не признавать Россию правовым государством появляется после 25 лет, то есть со вступлением нового поколения в трудовые отношения и формированием семьи*. В этот период они непосредственно сталкиваются как с бюрократическими препонами, так и с коррупцией (см. рис. 13). Наиболее велика доля нигилистов относительно правового поля России – среди жителей мегаполисов, как бюрократически наиболее насыщенных поселений (см. рис. 14), наиболее мала – на Урале и в национальных республиках (см. рис. 15).

Сомневающимся в том, что российская Федерация является правовым государством, меньше всего среди учащихся школ, начальных и средних профессиональных образовательных учреждений. Это та категория, которая пока еще находится на иждивении родителей и мало знакома с производственными и социальными отношениями институционального уровня. *Среди большинства представителей остальных групп, в том числе и работников силовых структур, велика доля сомневающихся в том, что Российскую Федерацию можно назвать полностью правовым государством* (см. табл. 17).

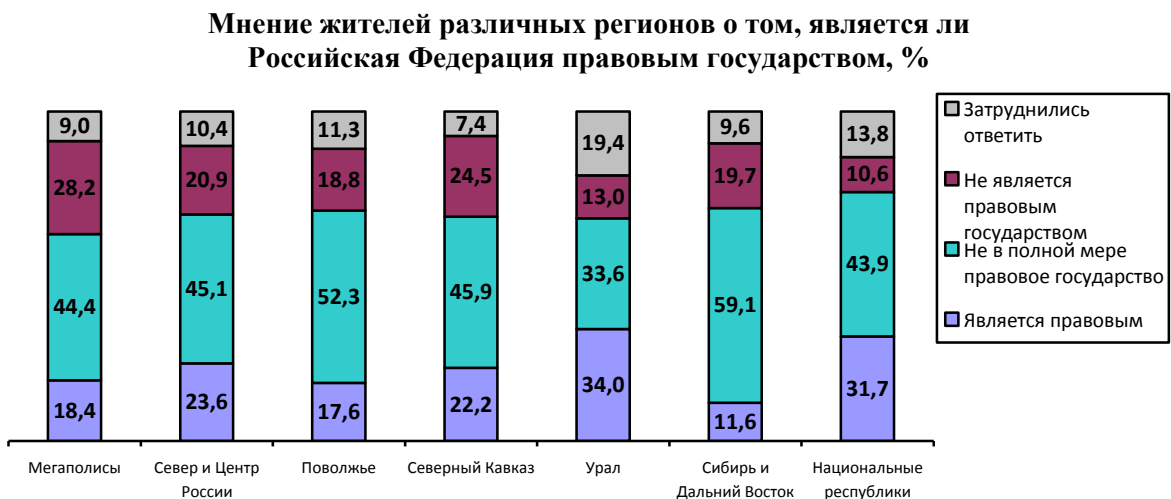
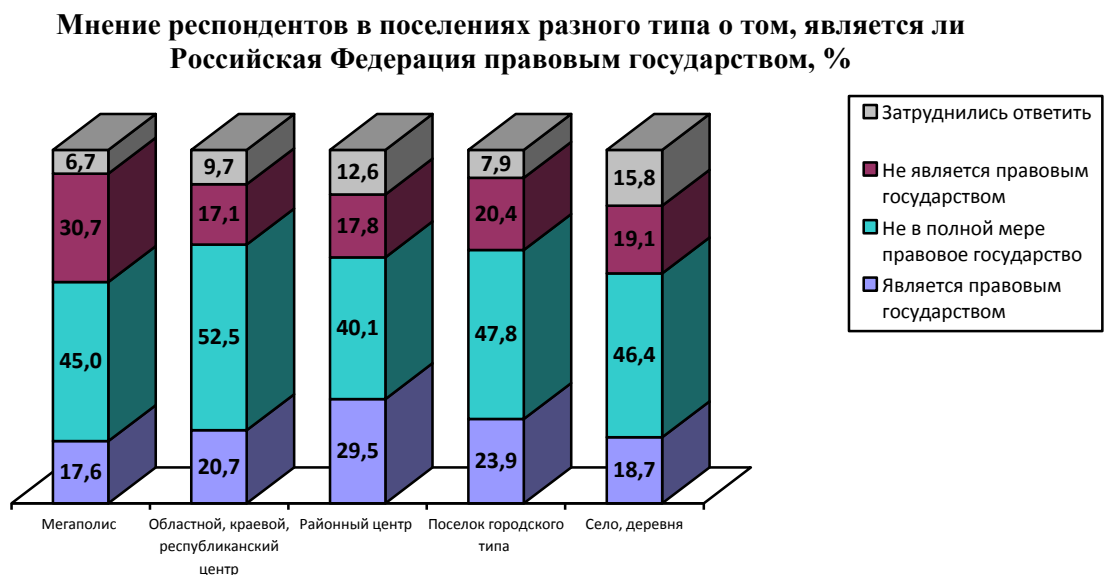
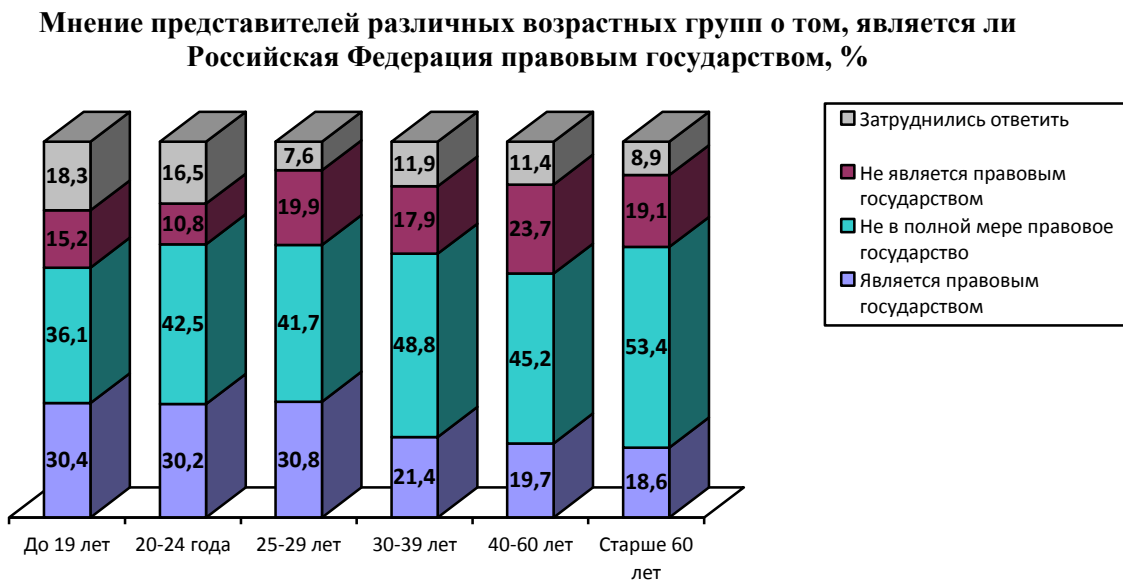


Таблица 17

Мнение представителей различных социально-профессиональных групп о том, является ли Российская Федерация правовым государством, %

| Мнение | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Является правовым государством | 20,8 | 31,7 | 25,5 | 22,4 | 19,3 | 24,2 | 33,8 | 25,8 | 21,1 | 19,2 | 25,8 | 39,1 | 33,3 |
| Не в полной мере правовое государство | 43,3 | 34,1 | 45,6 | 52,9 | 52,4 | 50,5 | 41,9 | 45,5 | 50,0 | 45,5 | 35,5 | 30,4 | 46,2 |
| Не является правовым государством | 24,7 | 28,0 | 16,7 | 21,2 | 22,5 | 17,2 | 10,8 | 15,2 | 19,7 | 18,3 | 12,9 | 13,0 | 2,6 |
| Затруднились ответить | 11,2 | 6,2 | 12,2 | 3,5 | 5,8 | 8,1 | 13,5 | 13,5 | 9,2 | 17,0 | 25,8 | 17,5 | 17,9 |
| Сомневающиеся и правовые нигилисты в сумме | 68,0 | 62,1 | 62,3 | 74,1 | 74,9 | 67,7 | 52,7 | 60,7 | 69,7 | 63,8 | 48,4 | 43,4 | 48,8 |

Как прямое следствие неуверенности в правовом поле государства, *61,1% респондентов соблюдение права связывают с условностями*. В частности, среди них 43% считают, что законы надо соблюдать, но только если это делают и сами представители органов власти; еще 14,3%, – что прислушиваться надо не к закону, а к совести («не так важно, соответствуют ли поступки людей закону или нет – главное, чтобы эти поступки были справедливыми»); по мнению 3,8% – закон можно соблюдать лишь тогда, когда он не мешает реализовать личные интересы. То, что всегда и во всем надо соблюдать букву закона, даже если закон уже устарел или не вполне соответствует сегодняшним реальностям, признают 31,2% респондентов (7,7% затруднились ответить).

Большинство представителей всех возрастных, социальных групп, населения регионов готовы соблюдать закон, но выдвигают для этого свои условия (см. табл. 18, 19, 20).

Таблица 18

Мнение представителей различных возрастных групп о том, как надо относиться к закону, %

| | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Всегда и во всем соблюдать букву закона, даже если закон уже устарел или не вполне соответствует сегодняшним реальностям | 24,1 | 34,9 | 34,6 | 30,4 | 31,1 | 31,5 |
| Законы надо соблюдать, но только если это делают и сами представители органов власти | 44,3 | 34,9 | 36,5 | 42,9 | 41,4 | 52,7 |
| Не так важно, соответствуют ли поступки людей закону или нет – главное, чтобы эти поступки были справедливыми | 15,2 | 18,4 | 14,2 | 16,4 | 15,7 | 7,3 |
| Закон можно соблюдать лишь тогда, когда он не мешает реализовать их личные интересы | 3,2 | 6,6 | 6,6 | 4,2 | 3,3 | 1,9 |
| Затруднились ответить | 13,2 | 5,2 | 8,1 | 6,1 | 8,5 | 6,6 |
| Итого ставят соблюдение закона в зависимость от условий | 62,7 | 59,9 | 57,3 | 63,5 | 60,4 | 61,9 |

Таблица 19

Мнение представителей различных социально-профессиональных групп о том, как надо относиться к закону, %

| Как надо относиться к закону | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городских | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Всегда и во всем соблюдать букву закона, даже если закон уже устарел или не вполне соответствует сегодняшним реальностям | 26,3 | 36,6 | 26,0 | 37,6 | 42,2 | 24,2 | 48,6 | 33,3 | 31,7 | 29,8 | 22,6 | 21,7 | 28,2 |
| Законы надо соблюдать, но только если это делают и сами представители органов власти | 41,9 | 32,9 | 47,1 | 40,0 | 33,2 | 51,5 | 31,1 | 41,7 | 51,6 | 40,4 | 35,5 | 52,2 | 48,7 |
| Не так важно, соответствуют ли поступки людей закону или нет – главное, чтобы эти поступки были справедливыми | 20,0 | 14,6 | 12,7 | 5,9 | 16,0 | 15,2 | 14,9 | 15,2 | 8,0 | 17,0 | 16,1 | 4,3 | 15,4 |
| Закон можно соблюдать лишь тогда, когда он не мешает реализовать их личные интересы | 4,4 | 6,1 | 5,4 | 5,9 | 2,7 | 3,0 | 2,7 | 3,8 | 2,3 | 4,2 | 3,2 | 4,3 | 2,6 |
| Затруднились ответить | 7,4 | 9,8 | 8,8 | 10,6 | 5,9 | 6,1 | 2,7 | 6,0 | 6,4 | 8,6 | 22,6 | 17,5 | 5,1 |
| Итого ставят соблюдение закона в зависимость от условий | 66,3 | 53,6 | 65,2 | 51,8 | 51,9 | 69,7 | 48,7 | 60,7 | 61,9 | 61,6 | 54,8 | 60,8 | 66,7 |

Мнение представителей различных регионов о том, как надо относиться к закону, %

| Как надо относиться к закону | Регионы | | | | | | |
|--|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Всегда и во всем соблюдать букву закона, даже если закон уже устарел или не вполне соответствует сегодняшним реальностям | 33,9 | 37,7 | 33,2 | 28,4 | 34,8 | 17,4 | 29,7 |
| Законы надо соблюдать, но только если это делают и сами представители органов власти | 36,5 | 40,4 | 43,0 | 47,2 | 36,4 | 55,9 | 42,7 |
| Не так важно, соответствуют ли поступки людей закону или нет – главное, чтобы эти поступки были справедливыми | 14,4 | 13,2 | 11,7 | 15,7 | 17,9 | 14,2 | 13,4 |
| Закон можно соблюдать лишь тогда, когда он не мешает реализовать их личные интересы | 6,9 | 2,9 | 2,7 | 2,2 | 2,7 | 3,5 | 6,9 |
| Затруднились ответить | 8,3 | 5,8 | 9,4 | 6,6 | 8,1 | 9,0 | 7,3 |
| <i>Итого ставят соблюдение закона в зависимость от условий</i> | 57,8 | 56,5 | 57,4 | 65,1 | 57,0 | 73,6 | 63,0 |

Наблюдающаяся у большинства населения неустойчивость правового сознания (правовой культуры) во многом объясняется тем, что население само сталкивается с нарушениями закона в довольно широком диапазоне. Это относится прежде всего к коррупции. Из перечисленных шести отраслей деятельности респондентами не было высказано в отношении ни одной отрасли мнение о том, что там нет коррупции. По предложенной шкале, в которой «0» означает полное отсутствие коррупции, «5» – полную коррумпированность, респондентами коррумпированность учреждений и организаций была определена как «средняя» (3,0 балла). По уровню коррумпированности оцениваемые организации выстроились в следующем порядке: милиция – 3,6 балла, суды и прокуратура – 3,5 балла, местные органы власти – 3,4 балла, система здравоохранения и политические партии – соответственно по 3,1 балла, система образования и армия – соответственно по 2,7 балла, СМИ – 2,6 балла. До нулевой отметки всем организациям далеко. Чтобы это увидеть наглядно, переведем баллы, полученные по 10тибалльной шкале, в шкалу с делениями 100 (типа процентной шкалы), тогда получи следующее образное представление уровня коррумпированности организаций, согласно мнению респондентов (см. рис. 16).

Говорить о культуре в ситуации, когда среда социально-экономических отношений сильно коррумпирована, трудно, так как это вызывает раздвоение сознания личности и ей кажется, что она лицемерит. Коррупция – основной бич культуры, ибо это критерий культуры отношений, грязный критерий, ибо коррупция культуру может только мараить. Без искоренения коррупции формировать культурный облик населения затруднительно. Это связано и с тем, что *в условиях коррумпированности социально-экономических отношений трудно формировать не только правовое сознание населения, его правовую культуру, но трудно построить цивилизованный рынок, основанный не на «кидальчестве», а на экономической конкуренции, регулируемой консенсусным правом.*

Уровень коррумпированности организаций наиболее высок в мегаполисах, ниже всего – в селах, но и сельчане с ней сталкиваются (см. табл. 21). Наряду с мегаполисами коррупция наиболее распространена на Северном Кавказе (здесь высока доля сельского населения), а также в национальных республиках (см. табл. 22).

Рисунок 16

Образ коррумпированности организаций в общественном мнении населения, условный индекс

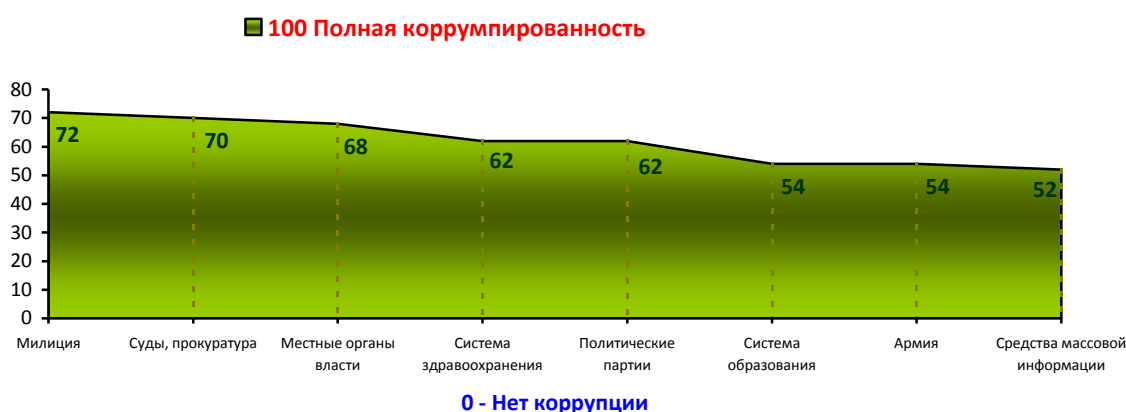


Таблица 21

Оценка респондентами в поселениях разного типа уровня коррумпированности организаций («0» – коррупция полностью отсутствует, «5» – коррумпированность полная)

| Организации | Тип поселения | | | | |
|------------------------------|---------------|------------------------------------|----------------|-------------------------|---------------|
| | Мегаполис | Административный центр субъекта РФ | Районный центр | Поселок городского типа | Село, деревня |
| Система образования | 3,2 | 2,9 | 2,8 | 2,6 | 2,1 |
| Система здравоохранения | 3,6 | 3,4 | 3,1 | 3,1 | 2,5 |
| Суды, прокуратура | 4,2 | 3,8 | 3,3 | 3,6 | 3,0 |
| Милиция | 4,3 | 3,7 | 3,4 | 3,7 | 3,2 |
| Армия | 3,3 | 2,9 | 2,7 | 3,2 | 2,2 |
| Местные органы власти | 3,8 | 3,7 | 3,3 | 3,7 | 2,9 |
| Политические партии | 4,0 | 3,3 | 3,1 | 3,4 | 2,5 |
| Средства массовой информации | 3,1 | 2,8 | 2,6 | 2,9 | 2,2 |

Оценка респондентами в поселениях разного типа уровня коррумпированности организаций («0» – коррупция полностью отсутствует, «5» – коррумпированность полная)

| Организации | Регионы | | | | | | |
|------------------------------|------------|----------------------|----------|-----------------|------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Система образования | 3,2 | 2,5 | 2,1 | 3,2 | 2,5 | 2,4 | 3,0 |
| Система здравоохранения | 3,6 | 2,9 | 2,6 | 3,8 | 2,6 | 3,1 | 3,3 |
| Суды, прокуратура | 4,1 | 3,4 | 3,2 | 4,0 | 2,9 | 3,6 | 3,3 |
| Милиция | 4,2 | 3,4 | 3,4 | 4,1 | 3,0 | 3,6 | 3,5 |
| Армия | 3,3 | 2,5 | 2,2 | 3,1 | 2,5 | 2,8 | 2,6 |
| Местные органы власти | 3,8 | 3,3 | 3,2 | 3,6 | 2,9 | 3,8 | 3,3 |
| Политические партии | 4,1 | 3,0 | 2,4 | 3,2 | 2,8 | 3,2 | 3,1 |
| Средства массовой информации | 3,2 | 2,6 | 2,1 | 2,9 | 2,5 | 2,7 | 2,5 |

8. Гарантия прав граждан в области культуры

В отличие от государственных и негосударственных учреждений, курирующих сохранность и функционирование, регулирование отношений собственности и эксплуатации материальных и нематериальных объектов культуры, для населения права в области культуры относятся к сфере преимущественно духовной и не всегда воспринимаются как предмет законодательного регулирования. Из этого, в частности, рождаются проблемы всевозможного, в том числе Интернет-пиратства. С другой стороны, являясь представителем общности, считающей историю страны, а следовательно, и все наследие духовного творчества своим личным прошлым, граждане считают изначально «себе принадлежащим» право пользования ценностями культуры, рассматривая ряд ограничительных, в том числе финансовых (за пользование) факторов лишь как несущественные технические издержки для содержания персонала, ухода за историческими ценностями и т.д., наподобие того, как для всех ясно, что книгу надо купить, так как имеются издержки издания. Поэтому ограничения в пользовании культурным (в том числе историческим) достоянием страны население расценивает не как правовое регулирование пользования культурными ценностями, а как ограничение своих политических прав. Изменить такое восприятие возможно только переведя правовое регулирование пользования культурными ценностями в плоскость имущественного права, как бы отчуждая объекты культуры от «колхозного» («все вокруг колхозное – все вокруг мое») типа восприятия и формируя у населения персонифицированное имущественное восприятие объектов культуры. Это требование рыночных принципов общественных отношений.

Рассмотрим, как сегодня население оценивает обеспеченность своих прав в области культуры (см. табл. 23).

Большинство населения считают полностью обеспеченными соблюдение своих прав в следующих областях:

- свободное пользование кинотеатрами;
- свободное пользование библиотеками;
- свободное пользование театрами;
- свободное пользование музеями;
- свободное занятие культурным творчеством.

В целом считают свои права обеспеченными, но не во всем, в следующих областях:

- равный доступ к культурным ценностям Российского государства;
- равный доступ к национальным культурным ценностям своего народа.

В основном считают необеспеченными возможности влияния на культурные процессы экологического характера:

- полноценное влияние на принятие решения об эстетическом облике архитектуры новых строящихся районов города и отдельных зданий;
- полноценное влияние на принятие решения об экологическом оформлении (озеленении) города, развития парков, иных мест культурного отдыха.

Таблица 23

Мнение респондентов о том, в какой степени сегодня обеспечены их права в области культуры, %

| | Полностью обеспечено | Обеспечено не во всем | Не обеспечено |
|--|----------------------|-----------------------|---------------|
| Равный доступ к культурным ценностям Российского государства | 30,9 | 56,2 | 12,9 |
| Равный доступ к национальным культурным ценностям своего народа | 36,1 | 49,8 | 14,1 |
| Свободное занятие культурным творчеством | 50,5 | 42,8 | 6,7 |
| Свободное пользование библиотеками | 74,5 | 21,0 | 4,5 |
| Свободное пользование кинотеатрами | 70,4 | 24,0 | 5,6 |
| Свободное пользование театрами | 68,3 | 24,4 | 7,3 |
| Свободное пользование музеями | 62,6 | 30,0 | 7,4 |
| Полноценное влияние на принятие решения об эстетическом облике архитектуры новых строящихся районов города и отдельных зданий | 7,5 | 38,1 | 54,4 |
| Полноценное влияние на принятие решения об экологическом оформлении (озеленении) города, развития парков, иных мест культурного отдыха | 7,5 | 38,9 | 53,6 |

В последнем случае простое декларирование права населения на решение вопросов, связанных с экологическим оформлением жизненной среды, недостаточно. *Законодатель-*

ство должно предусматривать обязательный мониторинг общественного мнения при новых застройках городских и иных районов, планах реорганизации парковых и лесных насаждений, ограничении доступа к водоемам или их реконструкции и т.д., а разрешение на реорганизацию должно выдаваться контролирующими органами только при наличии показателей по итогам мониторинга (опроса общественного мнения населения).

Уровень обеспеченности основных прав населения в области культуры высок во всех регионах страны, особенно в национальных республиках, однако есть проблемы в обеспечении равного доступа к культурным ценностям Российского государства в Центрально-Европейской России, на Северном Кавказе, в Сибири и на Дальнем Востоке (см. табл. 24). *Что касается обеспечения прав в области экологической культуры – здесь налицо необеспеченность прав населения во всех регионах Российской Федерации.* Данный вывод актуален и для представителей различных этнических групп, причем неудовлетворенность обеспеченностью своих прав в области культуры у представителей национальностей Кавказа и представителей малочисленных народов меньше, чем со стороны представителей славянских народов, в том числе русских (см. табл. 25).

Доля респондентов в разных регионах, указавших, что их права в области культуры полностью гарантированы (обеспечены), %

| Полностью обеспечено | Регионы | | | | | | |
|--|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мега-полисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Равный доступ к культурным ценностям Российского государства | 35,0 | 28,0 | 41,4 | 29,3 | 33,0 | 12,8 | 45,5 |
| Равный доступ к национальным культурным ценностям их народа | 31,8 | 31,7 | 41,8 | 29,7 | 35,2 | 34,8 | 53,3 |
| Свободное занятие культурным творчеством | 56,7 | 51,5 | 56,3 | 47,6 | 50,3 | 32,5 | 64,2 |
| Свободное пользование библиотеками | 81,6 | 84,1 | 81,3 | 78,6 | 61,2 | 55,1 | 80,9 |
| Свободное пользование кинотеатрами | 85,2 | 70,4 | 78,9 | 71,2 | 63,0 | 50,7 | 81,3 |
| Свободное пользование театрами | 77,6 | 62,9 | 71,1 | 68,6 | 59,7 | 66,7 | 79,7 |
| Свободное пользование музеями | 75,5 | 57,6 | 71,1 | 66,8 | 59,1 | 43,5 | 77,6 |
| Полноценное влияние на принятие решения об эстетическом облике архитектуры новых строящихся районов города и отдельных зданий | 3,6 | 7,0 | 3,5 | 4,4 | 15,2 | 5,8 | 12,2 |
| Полноценное влияние на принятие решения об экологическом оформлении (озеленении) города, развития парков, иных мест культурного отдыха | 3,2 | 7,4 | 3,5 | 3,9 | 13,6 | 6,4 | 13,8 |

Доля представителей различных этнических групп, указавших, что их права в области культуры полностью гарантированы (обеспечены), %

| Полностью обеспечено | Этническая принадлежность | | | | | |
|--|---------------------------|-------------|--------------------|----------------------------------|-----------------------------|---|
| | Русские | Татары | Белорусы, украинцы | Представители кавказских народов | Представители малых народов | Представители европейских этносов, не имеющих государственности в РФ (евреи, немцы, поляки и др.) |
| Равный доступ к культурным ценностям Российского государства | 30,4 | 31,4 | 28,0 | 41,8 | 37,7 | 34,6 |
| Равный доступ к национальным культурным ценностям их народа | 35,1 | 37,2 | 36,0 | 52,7 | 54,7 | 30,8 |
| Свободное занятие культурным творчеством | 49,7 | 54,7 | 52,0 | 70,9 | 52,8 | 53,8 |
| Свободное пользование библиотеками | 74,3 | 70,9 | 88,0 | 81,8 | 71,7 | 84,6 |
| Свободное пользование кинотеатрами | 69,6 | 72,1 | 80,0 | 74,5 | 83,0 | 80,8 |
| Свободное пользование театрами | 67,5 | 66,3 | 72,0 | 78,2 | 81,1 | 80,8 |
| Свободное пользование музеями | 61,7 | 64,0 | 72,0 | 74,5 | 71,7 | 76,9 |
| Полноценное влияние на принятие решения об эстетическом облике архитектуры новых строящихся районов города и отдельных зданий | 7,2 | 8,1 | 12,0 | 12,7 | 13,2 | 0 |
| Полноценное влияние на принятие решения об экологическом оформлении (озеленении) города, развития парков, иных мест культурного отдыха | 6,9 | 10,5 | 20,0 | 16,4 | 15,1 | 0 |

Свои возможности самовыражения в области *национальной культуры* респонденты оценили неоднозначно. С одной стороны, они указали на наличие большой возможности использования родного языка в общении в семье и вне семьи, а также для обучения детей в школе, наличие в целом удовлетворительных возможностей реализовать свои потребности в традициях национальной культуры, с другой стороны, *респонденты считают недостаточно обеспеченными для себя возможности влиять на власть по вопросам развития национальной культуры, создавать различные общественные организации, фонды для поддержания и распространения традиций национальной культуры* (см. табл. 26). Позиция по этому вопросу аналогична у представителей всех этнических групп, включая русских (см. табл. 27).

Таблица 26

Мнение респондентов о том, имеется ли у граждан Российской Федерации сегодня возможность реализовать свои потребности в национальной культуре, %

| Возможность | Имеется большая возможность | Возможность есть, но небольшая | Возможности нет |
|--|-----------------------------|--------------------------------|-----------------|
| Свободно реализовать свои потребности в традициях национальной культуры | 43,0 | 47,2 | 9,9 |
| Использовать родной язык в общении в семье | 86,3 | 11,3 | 2,4 |
| Использовать родной язык в общении вне семьи | 73,5 | 22,0 | 4,5 |
| Использовать родной язык для обучения детей в школе | 70,6 | 20,7 | 8,6 |
| Влиять на власть по вопросам развития национальной культуры | 14,4 | 42,9 | 42,8 |
| Создавать различные общественные организации, фонды для поддержания и распространения традиций национальной культуры | 22,0 | 52,0 | 26,1 |

Доля представителей различных этнических групп, считающих, что сегодня у граждан Российской Федерации сегодня имеется *большая возможность* реализовать свои потребности в национальной культуре, %

| Возможность | Этническая принадлежность | | | | | |
|--|---------------------------|-------------|--------------------|----------------------------------|-----------------------------|---|
| | Русские | Татары | Белорусы, украинцы | Представители кавказских народов | Представители малых народов | Представители европейских этносов, не имеющих государственности в РФ (евреи, немцы, поляки и др.) |
| Свободно реализовать свои потребности в традициях национальной культуры | 42,7 | 48,8 | 48,0 | 41,8 | 43,4 | 42,3 |
| Использовать родной язык в общении в семье | 86,8 | 77,9 | 80,0 | 89,1 | 79,2 | 96,2 |
| Использовать родной язык в общении вне семьи | 75,9 | 58,1 | 72,0 | 58,2 | 32,1 | 61,5 |
| Использовать родной язык для обучения детей в школе | 73,6 | 50,0 | 68,0 | 43,6 | 35,8 | 46,2 |
| Влиять на власть по вопросам развития национальной культуры | 14,4 | 18,6 | 12,0 | 14,5 | 15,1 | 0,0 |
| Создавать различные общественные организации, фонды для поддержания и распространения традиций национальной культуры | 20,9 | 39,5 | 40,0 | 27,3 | 22,6 | 15,4 |

9. Приобщение россиян к культуре за рубежом

Начиная с конца 1980-х – начала 1990-х годов население страны массово стало выезжать за рубеж на длительный период: на отдых, для работы, для учебы, к родственникам, по вопросам бизнеса. Причем выезды стали практиковаться как индивидуальные, так и семейные, вместе с детьми. Это сделало возможным приобщение большей части населения к культурным ценностям и изучению образа жизни других народов. Что дают эти поездки россиянам с точки зрения культурного обогащения?

Итак, за последние 5 лет, согласно ответам респондентов, за рубеж выезжали не менее 20% населения в возрасте 16 лет и старше (26,4 млн. человек). В том числе ездили отдыхать – 19% (21,8 млн. человек), в командировку (по производственным делам, на учебную или производственную стажировку) – 2,8% (3,2 млн. человек), по иным поводам (к родственникам, знакомым...) – 1,2% (1,4 млн. человек).

Чаще всех выезжают за рубеж жители мегаполисов (см. рис. 17), однако и жители сел тоже стали выезжать. Едут представители всех возрастных групп, чаще – молодежь (см. рис. 18). Большинство едут отдыхать, естественно, в отдых включена и культурная программа, то есть приобщение к национальной культуре других народов (фольклорные шоу...), а также к общецивилизационной культуре (посещение исторических памятников, музеев, театров...).

Рисунок 17

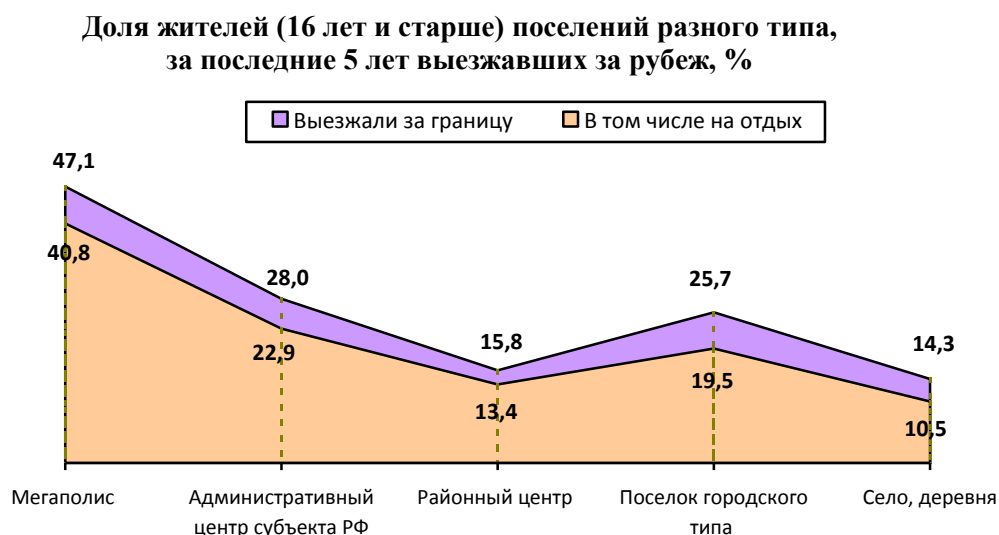
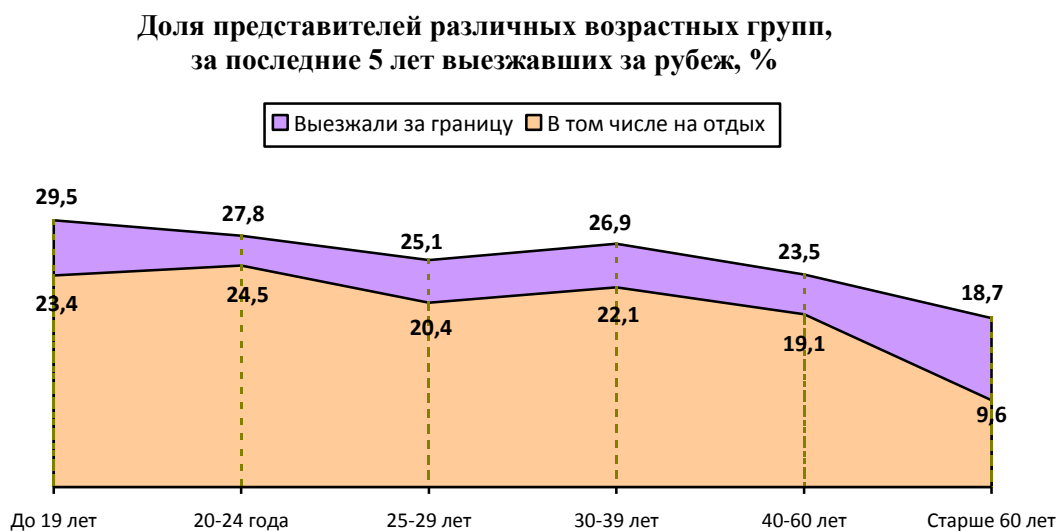


Рисунок 18



Мала доля выезжающих за рубеж среди населения Северного Кавказа и Поволжья, то есть преимущественно аграрных регионов (см. табл. 19). Доля выезжающих за рубеж в значительной степени зависит от уровня благосостояния населения (см. рис. 20). Часто выезжают за границу инженеры промышленности, работники сферы услуг с высшим об-

разованием (экономисты, финансисты...), служащие с высшим образованием, военные, студенты вузов, школьники с родителями (см. рис. 210).

Рисунок 19

Доля жителей (16 лет и старше) различных регионов, за последние 5 лет выезжавших за рубеж, %

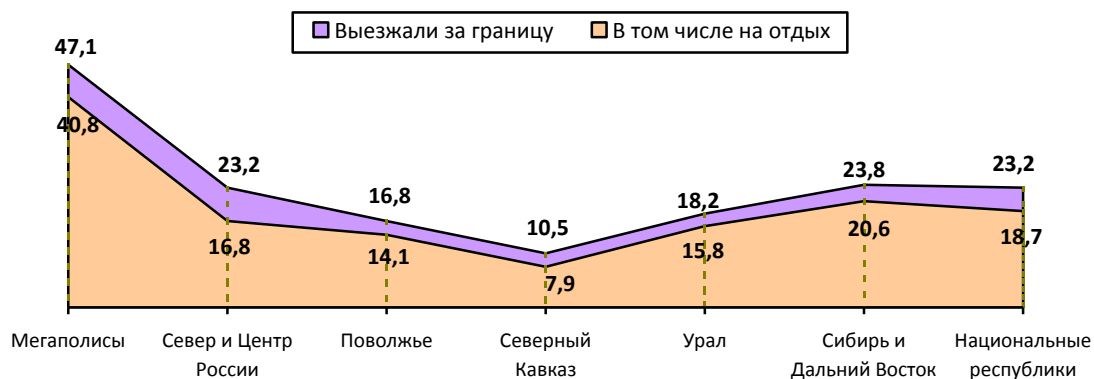
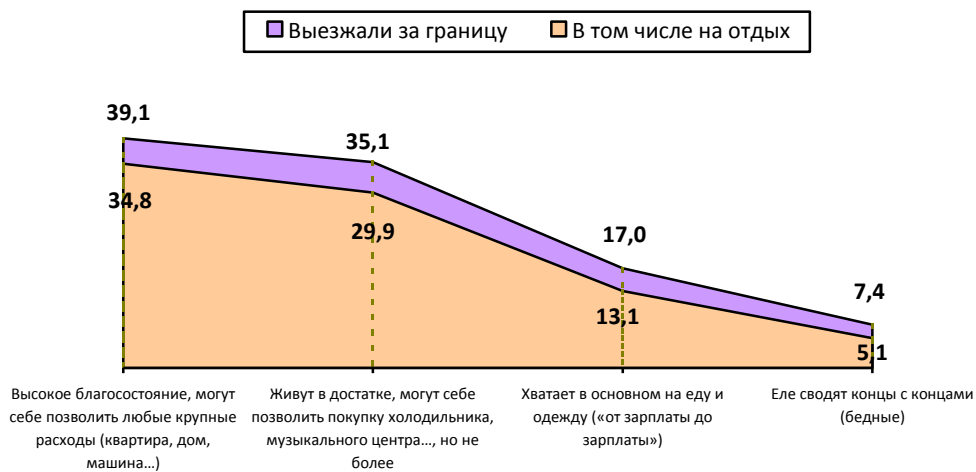
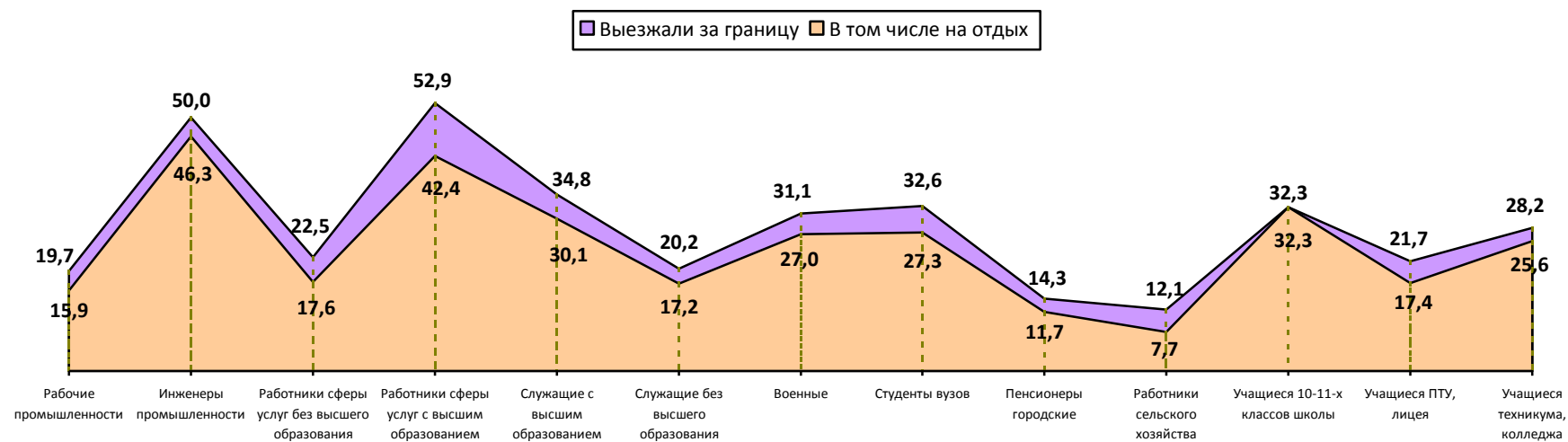


Рисунок 20

Доля респондентов (16 лет и старше), имеющих в семье (или лично) различный уровень благосостояния, за последние 5 лет выезжавших за рубеж, %



Доля представителей различных социально-профессиональных групп,
за последние 5 лет выезжавших за рубеж, %



Частота выезда населения в возрасте 16 лет и старше за границу в течение последних пяти лет – в среднем 3 раза (финансисты, экономисты с высшим образованием – в среднем 5 раз, то есть выезжают ежегодно), что за 5 лет составляет в совокупности 79,2 млн. человеко-выездов.

В какие страны выезжают?

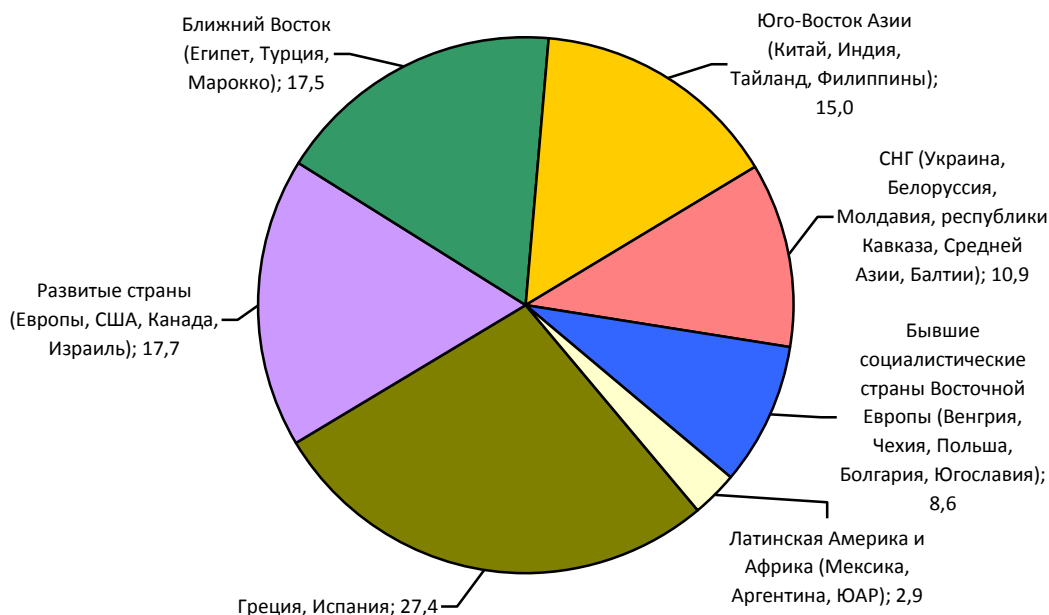
Если все случаи поездок за границу за последние 5 лет принять за 100%, то география «разъездов» за границу россиян окажется следующей:

- 43,6% – Греция, Испания
- 28,2% – Развитые страны (Европы, США, Канада, Израиль)
- 27,8% – Ближний Восток (Египет, Турция, Марокко)
- 23,8% – Юго-Восток Азии (Китай, Индия, Тайланд, Филиппины)
- 17,3% – СНГ (Украина, Белоруссия, Молдавия, республики Кавказа, Средней Азии, Балтии)
- 13,6% – Бывшие социалистические страны Восточной Европы (Венгрия, Чехия, Польша, Болгария, Югославия)
- 4,6% – Латинская Америка и Африка (Мексика, Аргентина, ЮАР)

Для большей наглядности нормируем доли поездок, приходящихся на перечисленные группы стран, приняв все поездки за последние 5 лет за 100% (см. рис. 22).

Рисунок 22

Долевое распределение поездок россиян за рубеж за последние 5 лет, %



Направления выезда населения различных регионов РФ за границу различается. Так, основные направления выезда жителей *мегаполисов* – развитые страны Европы, Греция, Испания; *европейского Центра России* – Греция, Испания; *Поволжья* – Ближний Восток, Греция, Испания; *Северного Кавказа* – Греция, Испания; *Урала* – Греция, Испания; *Сибирь* – Греция, Испания.

ри и Дальнего Востока – Юго-Восток Азии (Китай, Индия, Тайланд, Филиппины); национальных республик – Греция, Испания (см. табл. 28).

Таблица 28

Направления выезда жителей различных регионов за границу за последние 5 лет, %

| Группа стран | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Ближний Восток (Египет, Турция, Марокко) | 25,0 | 35,1 | 50,0 | 21,7 | 36,2 | 7,3 | 28,1 |
| Греция, Испания | 45,0 | 58,8 | 40,5 | 34,8 | 69,0 | 12,2 | 38,6 |
| Развитые страны (Европы, США, Канада, Израиль) | 49,2 | 20,6 | 21,4 | 21,7 | 25,9 | 17,1 | 21,1 |
| Юго-Восток Азии (Китай, Индия, Тайланд, Филиппины) | 11,7 | 6,2 | 11,9 | 0,0 | 17,2 | 70,7 | 31,6 |
| Латинская Америка и Африка (Мексика, Аргентина, ЮАР) | 2,5 | 7,2 | 9,5 | 0,0 | 6,9 | 2,4 | 3,5 |
| СНГ (Украина, Белоруссия, Молдавия, республики Кавказа, Средней Азии, Балтии) | 19,2 | 21,6 | 26,2 | 34,8 | 12,1 | 8,5 | 8,8 |
| Бывшие социалистические страны Восточной Европы (Венгрия, Чехия, Польша, Болгария, Югославия) | 15,8 | 15,5 | 7,1 | 8,7 | 25,9 | 3,7 | 14,0 |

Средняя длительность пребывания выезжающих россиян за границей – 2 недели; представителей богатой (богатые, по самоопределению опрошенных – это 3% от общей численности населения в возрасте 16 лет и старше) – до трех недель.

Пребывая за рубежом россияне, кроме отдыха, занимаются также шопингом – 43,6%. Но не только этим: 72% приобщаются к культуре за счет осмотра достопримечательностей города; 53,7% – знакомятся с культурой быта, жизни местного населения; 38,4% приобщаются к культуре за счет посещения музеев; 16,9% – стараются закрепить свои знания по иностранному языку.

Шопингом более активно занимаются в основном те, кто старше 30 лет; очень активно приобщаются к культуре за счет осмотра достопримечательностей города те, кто старше 20 лет; активно приобщаются к культуре за счет посещения музеев те, кто старше 25 лет; знакомятся с культурой быта, жизни местного населения в равной степени представители всех возрастных групп; стараются закрепить свои знания по иностранному языку прежде всего возрастные группы 20-40 лет (см. табл. 29).

Кроме отдыха, чем еще занимаются россияне за рубежом, %

| Что еще обретают за рубежом, кроме отдыха | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Приобщаются к культуре за счет осмотра достопримечательностей города | 55,8 | 70,9 | 67,9 | 83,5 | 70,9 | 68,8 |
| Приобщаются к культуре за счет посещения музеев | 18,6 | 25,5 | 47,2 | 45,2 | 38,2 | 45,8 |
| Знакомятся с культурой быта, жизни местного населения | 55,8 | 56,4 | 66,0 | 47,8 | 54,5 | 45,8 |
| Стараются закрепить свои знания по иностранному языку | 18,6 | 27,3 | 24,5 | 22,6 | 9,7 | 6,3 |
| Покупают вещи | 39,5 | 34,5 | 39,6 | 56,5 | 40,0 | 43,8 |

10. Структура досуга

Досуг для россиян – в основном форма пассивного отдыха, что соответствует задачам физической и психологической рекреации человека после работы, поэтому для большинства населения досуг не предназначен для целевого приобщения к ценностям культуры. Тем не менее, в некоторой части досуг выполняет и функцию приобщения к культуре. *В духовном отношении содержание досуга населения Российской Федерации в возрасте 16 лет и старше нельзя назвать чрезмерно насыщенным.* Потребление элементов культуры происходит в основном за счет телевидения, журналов и прессы, чтения книг. Если чтение книг – преимущественно избирательное поведение населения, то потребление культурной информации в СМИ отчасти является избирательным, отчасти – «фоновым», то есть потребляют то, что удастся найти или какой информацией СМИ насыщено (см. перечень 2). Довольно большое место в структуре досуга населения занимает Интернет. *Доля посещающих театры, музеи, выставки равна доле посещающих церковь – в среднем десятая часть населения в возрасте 16 лет и старше.* Занимаются в различных кружках художественной самодеятельности – 3%, техническим творчеством – 1,6%.

Как население в возрасте 16 лет и старше проводит свободное время, %

- 71,6** – Смотрят телевизор, видео
- 57,8** – Встречаются и общаются с друзьями
- 51,5** – Занимаются домашним хозяйством, детьми, дачей
- 48,5** – Просто отдыхают, расслабляются
- 46,9** – Интернетом
- 38,6** – Читают книги
- 37,6** – Слушают музыку
- 33,9** – Читают газеты, журналы
- 32,3** – Проводят время на природе, рыбалке и др.
- 25,4** – Слушают радио
- 21,9** – Посещают кино
- 20,5** – Имеют хобби (рукоделие, фотография, моделирование и т.д.)
- 17,2 – Увлекаются компьютером, играют в компьютерные игры
- 16,6 – Посещают кафе, бары, рестораны
- 14,6 – Посещают театральные спектакли, концерты
- 12,3 – Занимаются дополнительно повышением квалификации, обогащением знаний
- 11,5 – Посещают спортклубы, секции, тренировки
- 11,0 – Посещают музеи, выставки, вернисажи
- 10,6 – Посещают церковь, другие религиозные собрания
- 7,6 – Посещают дискотеки, ночные клубы
- 4,0 – Участвуют в работе общественных организаций, движений
- 3,0 – Занимаются в различных кружках художественной самодеятельности (музыка, танцы и т.д.)
- 1,6 – Занимаются техническим творчеством
- 1,2 – Посещают политические организации, собрания, митинги

Имеются некоторые возрастные и гендерные различия в проведении досуга. Так, читать книги и прессу в большей степени предпочитают представители старшего поколения, слушать музыку, посещать кино или заниматься в Интернете – представители молодого поколения (см. табл. 30).

Женщины больше времени, чем мужчины уделяют ведению домашнего хозяйства и занятию детьми, посещению театров и концертов, чтению журналов, книг, посещению церкви; мужчины больше времени сидят за компьютером, ходят на природу, рыбалку (см. табл. 31).

Структура досуга представителей различных возрастных групп, %

| Виды занятий в свободное время | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Чтение газет, журналов | 13,9 | 26,9 | 24,6 | 28,9 | 39,3 | 45,2 |
| Посещение дискотек, ночных клубов | 31,0 | 21,7 | 15,2 | 6,1 | 1,6 | 0,0 |
| Посещение спортклубов, секций, тренировок | 29,1 | 28,3 | 19,0 | 13,3 | 5,3 | 1,9 |
| Посещение кино | 47,5 | 52,4 | 36,0 | 24,3 | 11,9 | 4,7 |
| Посещение театральных спектаклей, концертов | 13,3 | 17,0 | 12,3 | 15,8 | 14,9 | 13,2 |
| Дополнительные занятия для повышения квалификации, обогащения знаний | 15,2 | 18,9 | 13,3 | 13,8 | 12,8 | 4,9 |
| Посещение музея, выставки, вернисажа | 12,0 | 11,3 | 11,8 | 12,0 | 9,4 | 11,5 |
| Занятие домашним хозяйством, детьми, дачей | 22,8 | 35,8 | 45,5 | 54,0 | 61,3 | 53,2 |
| Занятие хобби (рукоделие, фотография, моделирование) | 29,7 | 21,7 | 19,0 | 16,6 | 16,1 | 28,7 |
| Участие в работе общественных организаций, движений | 7,6 | 8,5 | 3,3 | 2,8 | 3,1 | 3,8 |
| Занятие в различных кружках художественной самодеятельности (музыка, танцы и т.д.) | 8,2 | 7,1 | 4,3 | 1,8 | 1,9 | 1,9 |
| Занятие техническим творчеством | 1,9 | 1,9 | 1,9 | 2,8 | 1,4 | 0,5 |
| Занятие компьютером, компьютерными играми | 41,8 | 28,8 | 29,4 | 20,1 | 10,4 | 4,9 |
| Занятие Интернетом | 74,1 | 77,8 | 65,4 | 54,0 | 33,4 | 27,8 |
| Просмотр телевизора, видео | 62,0 | 50,9 | 62,6 | 63,2 | 79,0 | 86,1 |
| Прослушивание радио | 13,9 | 17,5 | 28,4 | 20,1 | 21,2 | 45,2 |
| Чтение книг | 36,7 | 41,0 | 35,1 | 31,1 | 36,0 | 52,5 |
| Чтение газет, журналов | 10,8 | 20,3 | 20,4 | 21,4 | 28,5 | 47,5 |
| Прослушивание музыки | 60,8 | 59,4 | 47,9 | 35,7 | 25,9 | 35,1 |
| Посещение кафе, бара, ресторана | 31,0 | 35,4 | 30,3 | 21,7 | 9,8 | 1,6 |
| Посещение политических организаций, собраний, митингов | 1,3 | 0,9 | 0,9 | 0,7 | 0,9 | 2,6 |
| Встречи, общение с друзьями | 65,2 | 69,3 | 63,0 | 60,2 | 50,1 | 57,4 |
| Походы на природу, рыбалку и др. | 21,5 | 29,2 | 32,7 | 30,9 | 33,4 | 37,4 |
| Посещение церкви, других религиозных собраний | 5,7 | 7,5 | 6,2 | 8,3 | 10,0 | 19,5 |
| Простой отдых, расслабление | 49,4 | 47,6 | 47,4 | 47,7 | 45,5 | 55,3 |

Структура досуга у мужчин и женщин, %

| Виды занятий в свободное время | Пол | |
|--|-------------|-------------|
| | Мужчина | Женщина |
| Чтение газет, журналов | 28,7 | 38,3 |
| Посещение дискотек, ночных клубов | 7,4 | 7,7 |
| Посещение спортклубов, секций, тренировок | 11,9 | 11,2 |
| Посещение кино | 21,0 | 22,6 |
| Посещение театральных спектаклей, концертов | 7,4 | 20,8 |
| Дополнительные занятия для повышения квалификации, обогащения знаний | 9,1 | 15,0 |
| Посещение музея, выставки, вернисажа | 6,3 | 15,0 |
| Занятие домашним хозяйством, детьми, дачей | 38,9 | 62,4 |
| Занятие хобби (рукоделие, фотография, моделирование) | 19,8 | 21,0 |
| Участие в работе общественных организаций, движений | 2,8 | 5,1 |
| Занятие в различных кружках художественной самодеятельности (музыка, танцы и т.д.) | 1,7 | 4,2 |
| Занятие техническим творчеством | 2,8 | 0,6 |
| Занятие компьютером, компьютерными играми | 21,6 | 13,4 |
| Занятие Интернетом | 49,2 | 44,9 |
| Просмотр телевизора, видео | 71,6 | 71,6 |
| Прослушивание радио | 28,8 | 22,5 |
| Чтение книг | 32,0 | 44,3 |
| Чтение газет, журналов | 27,2 | 28,4 |
| Прослушивание музыки | 39,6 | 35,8 |
| Посещение кафе, бара, ресторана | 16,3 | 17,0 |
| Посещение политических организаций, собраний, митингов | 1,4 | 1,1 |
| Встречи, общение с друзьями | 58,4 | 57,3 |
| Походы на природу, рыбалку и др. | 40,6 | 25,1 |
| Посещение церкви, других религиозных собраний | 5,9 | 14,7 |
| Простой отдых, расслабление | 50,5 | 46,7 |

11. Обеспеченность жилых районов учреждениями культуры и спорта

На расстоянии, которое респонденты считают близким от места своего проживания, имеются следующие культурные и спортивные сооружения, на что указали 80% респондентов: библиотека (на это указали 58,6% респондентов), спортивное сооружение или комплекс (48,8%), кинотеатр (47,5%), клуб, где проводятся занятия по интересам (33,3%), парк с аттракционами (31,9%).

Проблема шаговой доступности объектов культуры и спорта имеет место прежде всего на Урале, в Поволжье и в национальных республиках, сельской местности, поселках городского типа и в районных центрах. В поселках городского типа и селах мало в шаговой доступности спортивных сооружений, кинотеатров, это же относится к поселениям на Урале, в Поволжье и в национальных республиках (см. табл. 32 и 33).

Таблица 32

Мнение респондентов в поселениях разного типа о наличии в шаговой доступности учреждений культуры и спортивных объектов, %

| Учреждения культуры и спортивные объекты | Тип поселения | | | | |
|---|---------------|------------------------------------|----------------|-------------------------|---------------|
| | Мегаполис | Административный центр субъекта РФ | Районный центр | Поселок городского типа | Село, деревня |
| Кинотеатр | 71,8 | 66,1 | 43,9 | 35,4 | 19,8 |
| Клуб, где проводятся занятия по интересам | 23,5 | 23,8 | 29,8 | 51,3 | 50,0 |
| Библиотека | 52,1 | 59,2 | 53,5 | 61,1 | 66,6 |
| Парк с аттракционами | 30,7 | 45,9 | 33,7 | 23,9 | 13,9 |
| Спортивное сооружение или комплекс | 54,2 | 58,2 | 51,1 | 38,1 | 33,8 |
| Ничего нет | 14,7 | 15,9 | 23,6 | 20,4 | 22,7 |

Таблица 33

| Учреждения культуры и спортивные объекты | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Кинотеатр | 72,2 | 45,3 | 37,9 | 47,6 | 38,8 | 53,9 | 37,0 |
| Клуб, где проводятся занятия по интересам | 23,5 | 46,6 | 27,0 | 53,7 | 25,2 | 26,1 | 24,4 |
| Библиотека | 50,5 | 70,8 | 54,7 | 68,1 | 44,8 | 65,5 | 45,9 |
| Парк с аттракционами | 31,0 | 38,3 | 33,6 | 38,4 | 18,8 | 39,1 | 18,7 |
| Спортивное сооружение или комплекс | 52,0 | 48,5 | 44,5 | 53,3 | 31,8 | 63,2 | 48,4 |
| Ничего нет | 15,6 | 17,0 | 24,2 | 7,4 | 36,4 | 15,1 | 23,6 |

Кинотеатры посещают обычно 31,8% населения в возрасте 16 лет и старше, с частотой в среднем 1 раз в 2 месяца; учреждения, где проводятся занятия по интересам (дом культуры, клуб, школа и др.) посещают 16,4% населения с частотой в среднем 1 раз в 2 месяца, библиотеку посещают 21% населения с частотой в среднем 1 раз в 1,5 месяца, парк с аттракционами посещают 24,2% населения с частотой в среднем 1 раз в 2,5 месяца, спортивное сооружение или комплекс посещают 20,9% населения с частотой в среднем 1 раз в месяц.

Доля посещающих учреждения культуры и спортивные комплексы начинает сокращаться с 40 лет и резко снижается после 60 лет (см. табл. 34). Не меняется только доля посещающих парк с аттракционами, но представители старшего поколения ходят сюда не для личного развлечения, а водят внуков. При этом от материального уровня населения зависит только доля посещающих спортивные сооружения (см. табл. 35), хотя и это не в большой степени, если учесть, что среди имеющих низкий уровень материальной обеспеченности велика доля пенсионеров и сельских жителей.

Таблицу 34

Доля представителей различных возрастных групп, посещающих учреждения культуры и спортивные комплексы, %

| Учреждения культуры и спортивные сооружения | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
|---|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| Кинотеатр | 75,2 | 81,7 | 75,1 | 65,8 | 50,1 | 29,4 |
| Учреждение, где проводятся занятия по интересам (дом культуры, клуб, школа и др.) | 45,3 | 46,9 | 35,3 | 34,5 | 39,0 | 26,2 |
| Библиотека | 52,6 | 49,7 | 34,7 | 29,3 | 33,7 | 32,1 |
| Парк с аттракционами | 54,7 | 54,9 | 49,7 | 54,5 | 47,3 | 53,6 |
| Спортивное сооружение или комплекс | 54 | 60,0 | 54,9 | 47,4 | 36,5 | 22,4 |

Таблицу 35

Доля посещающих учреждения культуры и спортивные комплексы среди имеющих различный уровень материального благосостояния, %

| Учреждения культуры и спортивные сооружения | Материальные условия жизни | | | |
|---|---|--|--|---|
| | Высокое благосостояние, могут себе позволить любые крупные расходы (квартира, дом, машина...) | Живут в достатке, могут себе позволить покупку холодильника, музыкального центра..., но не более | Хватает в основном на еду и одежду, в остальном приходится экономить | Еле сводят концы с концами, живут от зарплаты до зарплаты |
| Кинотеатр | 61,1 | 66,4 | 51,5 | 47,3 |
| Учреждение, где проводятся занятия по интересам (дом культуры, клуб, школа и др.) | 33,3 | 37,3 | 34,9 | 38,9 |
| Библиотека | 35,2 | 34,2 | 36,0 | 37,4 |
| Парк с аттракционами | 51,9 | 51,1 | 51,4 | 51,9 |
| Спортивное сооружение или комплекс | 63,0 | 46,1 | 38,2 | 32,1 |

Различия по регионам невелики, более активно посещают учреждения культуры и спортивные сооружения жители национальных республик, менее активно – жители мегаполисов (см. табл. 36).

Таблица 36

Доля посещающих учреждения культуры и спортивные комплексы среди жителей различных регионов, %

| Не посещают | Регионы | | | | | | |
|---|------------|----------------------|----------|-----------------|------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Кинотеатр | 57,3 | 67,4 | 58,8 | 49,1 | 55,7 | 43,0 | 62,2 |
| Учреждение, где проводятся занятия по интересам (дом культуры, клуб, школа и др.) | 20,5 | 57,1 | 39,7 | 19,3 | 34,8 | 27,0 | 42,0 |
| Библиотека | 30,8 | 46,9 | 36,1 | 19,8 | 31,4 | 35,5 | 38,3 |
| Парк с аттракционами | 33,8 | 69,2 | 59,8 | 45,8 | 37,1 | 49,8 | 50,5 |
| Спортивное сооружение или комплекс | 40,6 | 46,2 | 49,5 | 30,7 | 34,3 | 36,2 | 52,7 |

Сравнение показателей в таблицах 34-36 позволяет сделать вывод о том, что *доля населения, посещающего традиционные учреждения культуры и спортивные комплексы мало зависит от плотности учреждений и спортивных сооружений (например, мегаполис и Поволжье), уровня материального благосостояния и региона проживания, следовательно, в большей степени зависит от стиля жизни, вносимого в социальный уклад общества новыми цивилизационными (сейчас – информационными) отношениями, о чем также свидетельствует частота посещения культурных учреждений и спортивных сооружений жителями поселений разного типа и разных регионов (см. табл. 37 и 38).*

Таблица 37

Частота посещения учреждений культуры и спортивных сооружений населением (возраст 16 лет и старше) поселений разного типа, 1 раз в число месяцев

| Учреждения культуры и спортивные сооружения | Тип поселения | | | | |
|---|---------------|------------------------------------|----------------|-------------------------|---------------|
| | Мегаполис | Административный центр субъекта РФ | Районный центр | Поселок городского типа | Село, деревня |
| Кинотеатр | 2,5 | 2,0 | 2,5 | 2,0 | 2,5 |
| Учреждение, где проводятся занятия по интересам (дом культуры, клуб, школа и др.) | 1,0 | 1,5 | 2,0 | 1,5 | 1,5 |
| Библиотека | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 |
| Парк с аттракционами | 2,5 | 2,5 | 2,0 | 2,0 | 2,5 |
| Спортивное сооружение или комплекс | 1,0 | 1,0 | 1,5 | 1,0 | 1,5 |

**Частота посещения учреждений культуры и спортивных сооружений населением
(возраст 16 лет и старше) разных регионов, 1 раз в число месяцев**

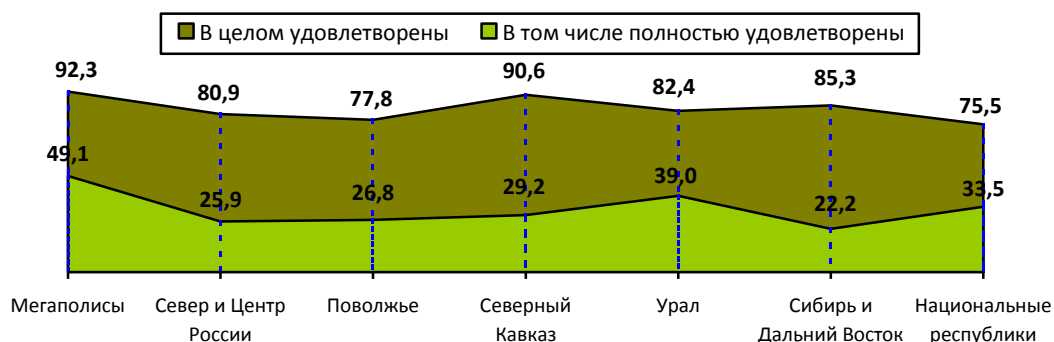
| Учреждения культуры и спортивные сооружения | Регионы | | | | | | |
|---|------------|----------------------|----------|-----------------|------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Кинотеатр | 2,5 | 2,0 | 2,5 | 2,5 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| Учреждение, где проводятся занятия по интересам (дом культуры, клуб, школа и др.) | 1,0 | 2,0 | 1,5 | 2,0 | 1,5 | 1,5 | 1,5 |
| Библиотека | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 2,0 | 1,5 | 1,0 | 2,0 |
| Парк с аттракционами | 2,5 | 2,0 | 2,0 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,0 |
| Спортивное сооружение или комплекс | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,5 | 2,0 | 1,0 | 1,0 |

Условиями (возможностью) проведения культурного досуга в микрорайоне (или посёлке) в целом удовлетворены 83,6% респондентов, в том числе полностью удовлетворены 31,3%. По полу, возрасту и семейному положению этот показатель меняется мало, доля в целом удовлетворенных условиями (возможностью) проведения культурного досуга в микрорайоне (или посёлке) составляет среди женщин – 81,9% (полностью удовлетворенных – 31,6%), среди мужчин – 85,5% (полностью удовлетворенных – 30,9%); соответственно в возрастной группе до 20 лет – 92% (полностью удовлетворенных – 38%), в возрастной группе 60 лет и старше – 85,1% (полностью удовлетворенных – 21%); среди семейных – 83,7% (полностью удовлетворенных – 30,5%), среди несемейных – 83,2% (полностью удовлетворенных – 33,3%).

Казалось бы, доля неудовлетворенных условиями проведения культурного досуга «по традиции» должна быть выше среди молодежи, однако новые цивилизационные возможности (компьютер, Интернет, дискотеки, электронные мобильные устройства для прослушивания музыки (мини-плеер с наушниками), переносные видеоустройства для просмотра кинофильмов и чтения книг), резко возросшие возможности дистанционной коммуникации посредством мобильных телефонов и электронной почты сделали возможным для молодого поколения (и не только) разнообразить формы проведения досуга и приобщения к культуре. Это означает, что *традиционные формы трансляции культурной информации должны в значительной степени адаптироваться к процессу информатизации повседневной жизни*, наподобие того, как спортивные клубы расширили виды своих услуг, превращаясь одновременно в оздоровительные учреждения (фитнес-клубы).

Доля удовлетворенных условиями проведения культурного досуга в микрорайоне ниже среднего показателя в национальных республиках и в Поволжье (см. рис. 23).

Доля удовлетворенных условиями проведения культурного досуга среди жителей (возраст 16 лет и старше) разных регионов, %



Относительно небольшая доля неудовлетворенных⁹ условиями проведения культурного досуга мотивирует свою позицию следующим:

- 29,1% – Мало культурных учреждений (театр, кинотеатр.....)
- 18,3% – Нет доступных учреждений культуры (в том числе высокая стоимость.....)
- 13,8% – Нет в шаговой доступности учреждений культуры
- 7,6% – Плохое состояние общедоступных сооружений культуры
- 4,8% – Плохое состояние учреждений культуры, дворов, памятников в целом

Основные жалобы звучали от респондентов в Поволжье, на Северном Кавказе, частично в европейском центре России, в Сибири и на Дальнем Востоке по поводу недостаточности культурных заведений (театр, кинотеатр.....), на Урале, в Сибири и на Дальнем Востоке – по поводу недостаточности учреждений культуры в шаговой доступности, на Урале и в мегаполисах – на отсутствие доступных учреждений культуры, в том числе по поводу высокой стоимости услуг (см. табл. 39).

⁹ Базу 100% расчёта составляют те респонденты, которые не удовлетворены условиями (возможностью) проведения культурного досуга, то есть 16,4% от тех, кто указал, что имеются культурные учреждения относительно близко от места проживания.

**Причины неудовлетворенности респондентов в разных регионах условиями
(возможностью) проведения культурного досуга в микрорайоне (или посёлке), %**

| Причины | Регионы | | | | | | |
|--|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Нет учреждений культуры в шаговой доступности | 11,1 | 2,4 | 7,0 | 10,0 | 43,2 | 32,6 | 2,2 |
| Плохое состояние учреждений культуры, дворов, памятников | 11,1 | 1,2 | 14,0 | 5,0 | 5,4 | 0,0 | 4,3 |
| Мало культурных учреждений (театр, кинотеатр.....) | 11,1 | 34,1 | 51,2 | 55,0 | 10,8 | 23,3 | 15,2 |
| Нет доступных учреждений культуры (в том числе высокая стоимость.....) | 27,8 | 19,5 | 2,3 | 10,0 | 48,6 | 16,3 | 8,7 |
| Плохое состояние общедоступных сооружений культуры в целом | 0,0 | 18,3 | 9,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 6,5 |

12. Средства массовой коммуникации

Средства массовой коммуникации, особенно телевидение, остаются одними из важных трансляторов культуры для широких масс. Так, регулярно смотрят центральные телеканалы – 89,7% читают центральные газеты – 26,3%, слушают центральные радиостанции – 50% респондентов.

Доля регулярно смотрящих различные телеканалы следующая (учтены не менее 2% телезрителей, что составляет 2,4 млн. человек в возрасте 16 лет и старше):

- 56,4% – Первый канал ОРТ
- 45,5% – Россия 1
- 36,1% – НТВ
- 24,8% – СТС
- 24,0% – ТНТ
- 15,1% – Россия-Культура
- 12,0% – Россия 2
- 9,6% – Россия 24
- 7,4% – РЕН ТВ
- 6,3% – Звезда
- 5,8% – Пятый канал
- 5,1% – ТВ Центр
- 5,0% – Домашний
- 2,2% – Спорт плюс

Кроме того, регулярно смотрят областные, краевые, республиканские телеканалы – 22,6%, городские телеканалы – 17,2% населения в возрасте 16 лет и старше.

Регулярно читают следующие газеты:

- 30,9% – Аргументы и факты
- 22,4% – Комсомольскую правду
- 14,6% – Российская газета
- 8,3% – Московский комсомолец
- 3,5% – Спорт-экспресс
- 2,8% – Известия

Кроме того, регулярно читают областные, краевые, республиканские газеты – 16,9%, городские, районные газеты – 36,5% населения в возрасте 16 лет и старше.

Регулярно слушают следующие радиостанции:

- 17,7% – Маяк
- 16,8% – Европа Плюс
- 13,5% – Авторadio
- 10,3% – Радио России
- 9,5% – Русское радио
- 9,0% – Шансон
- 7,5% – Ретро FM
- 7,3% – Дача FM
- 6,4% – Дорожное радио
- 4,3% – LOVE RADIO
- 4,0% – Юмор FM
- 3,9% – Эхо Москвы
- 2,1% – Серебряный дождь

Кроме того, регулярно слушают областные, краевые, республиканские радиостанции – 14,8%, городские, районные радиостанции – 13,9% населения в возрасте 16 лет и старше.

Доля смотрящих центральные телеканалы велика среди всех возрастных групп и во всех регионах (см. табл. 40 и 41), это позволяет утверждать, что *телевидение является важным средством консолидации нации и в форме унификации восприятия транслируемых продуктов культуры, и для распространения русского языка*. Кроме центральных телеканалов старшее поколение, прежде всего пенсионного возраста, часто смотрит местные телеканалы территориального и муниципального уровня.

Чтение центральной прессы доминирует в основном среди старшего поколения, преимущественно в мегаполисах, молодое и среднее поколение, особенно в регионах, предпочитают муниципальные газеты (см. табл. 42 и 43). Все поколения во всех регионах предпочитают слушать центральные радиостанции (см. табл. 44 и 45), причем, как показано выше, предпочтения распределяются по широкому спектру радиостанций.

Таблица 40

Доля представителей различных возрастных групп, регулярно смотрящих телеканалы, %

| Телеканалы | Возрастные группы | | | | | |
|-------------------------------------|-------------------|------------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Центральные | 87,3 | 77,4 | 83,9 | 85,8 | 93,5 | 97,4 |
| Областные, краевые, республиканские | 10,8 | 14,6 | 16,1 | 17,3 | 22,4 | 40,2 |
| Городские | 7,6 | 15,6 | 14,7 | 13,3 | 15,3 | 30,4 |

Таблица 41

Доля респондентов в поселениях разного типа, регулярно смотрящих телеканалы, %

| Телеканалы | Регионы | | | | | | |
|-------------------------------------|------------|----------------------|----------|-----------------|------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Центральные | 89,9 | 94,4 | 93,8 | 95,6 | 80,3 | 89,9 | 82,5 |
| Областные, краевые, республиканские | 6,1 | 21,7 | 24,6 | 5,7 | 25,2 | 40,0 | 28,9 |
| Городские | 13,0 | 15,3 | 7,8 | 1,7 | 22,1 | 31,9 | 23,2 |

Таблица 42

Доля представителей различных возрастных групп, регулярно читающих газеты, %

| Газеты | Возраст | | | | | |
|-------------------------------------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Центральные | 16,5 | 7,5 | 17,1 | 24,1 | 32,0 | 35,8 |
| Областные, республиканские, краевые | 8,2 | 14,6 | 16,6 | 14,7 | 20,8 | 16,9 |
| Городские, районные | 22,8 | 32,1 | 28,4 | 31,5 | 37,4 | 51,5 |

Таблица 43

Доля респондентов в поселениях разного типа, регулярно читающих газеты, %

| Газеты | Регионы | | | | | | |
|-------------------------------------|------------|----------------------|----------|-----------------|------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Центральные | 49,5 | 29,2 | 29,7 | 23,6 | 11,8 | 17,1 | 24,4 |
| Областные, республиканские, краевые | 5,8 | 24,2 | 10,5 | 11,8 | 13,6 | 13,0 | 35,0 |
| Городские, районные | 14,8 | 41,4 | 25,8 | 27,1 | 50,3 | 46,1 | 38,6 |

Таблица 44

Доля представителей различных возрастных групп, регулярно слушающих радиостанции, %

| Радиостанции | Возраст | | | | | |
|-------------------------------------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Центральные | 42,4 | 41,5 | 53,6 | 52,7 | 48,4 | 55,1 |
| Областные, республиканские, краевые | 12,7 | 17,0 | 15,2 | 13,8 | 15,5 | 14,4 |
| Городские, районные | 13,9 | 19,8 | 16,1 | 15,3 | 11,8 | 11,8 |

Таблица 45

Доля респондентов в поселениях разного типа, регулярно слушающих радиостанции, %

| Радиостанции | Регионы | | | | | | |
|-------------------------------------|------------|----------------------|----------|-----------------|------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Центральные | 70,4 | 50,3 | 52,0 | 43,7 | 40,0 | 50,4 | 43,1 |
| Областные, республиканские, краевые | 5,4 | 14,3 | 19,9 | 8,7 | 15,5 | 15,4 | 25,2 |
| Городские, районные | 7,2 | 14,3 | 5,9 | 7,9 | 25,5 | 13,9 | 18,7 |

Тематический интерес населения, удовлетворяемый за счет обращения к СМИ, разнообразный (см. табл. 46). Наиболее широк спектр информации, потребляемой населением через просмотр телепередач. Это прежде всего: политические события внутри страны, события международной жизни, экономическая ситуация, кинофильмы и телесериалы, криминальные новости, проблемы здоровья. Здесь присутствуют передачи, способствующие формированию у населения политической, правовой культуры и культуры здоровья (образа жизни), а что касается общекультурного развития, особенно художественной культуры – это «отдано на откуп» телефильмам. Вне всякого сомнения, они такую функцию выполняют, но в каком соотношении с блокбастерами, «ужастиками», «мистикой» «звездными войнами», предназначенными в основном вызывать к жизни у зрителей атавизмы первобытного состояния, хотя и облеченные в оболочку цивилизации¹⁰ – это отдельная проблема.

Относительно велика аудитория передач на темы российской культуры – 37% (не менее 44 млн. человек); юмора, музыкальных передач, на тему культуры быта (индивидуальное строительство, ремонт, обустройства жилья); передач на правовые темы, вопросов морали и нравственности; научно-популярные передачи. Регулярно смотрят спортивные телепередачи – 26,8% населения в возрасте 16 лет и старше (31 млн. человек). Из этого перечня видно, что влияние телевидения на формирование массового сознания очень велико, но, как будет показано при анализе Интернета, абсолютной монополии телевидение лишено.

Что касается радио, оно формирует в основном музыкальные вкусы, и то – в определенной степени, а также информирует о политике. Прослушивание радио сегодня – это в большой доле «фоновый шум» в автомобиле.

О значимом влиянии прессы можно говорить только в области информирования населения по вопросам внутренней и внешней политики, экономической ситуации.

Интернет более полифункционален, чем радио или пресса. Из него черпают информацию о внутренней и внешней политике, об экономической ситуации, а также о здоровье, культуре быта, возможностях отдыха и проведения досуга, слушают музыку, смотрят фильмы.

Преимущественный потребитель телевизионной информации – представители старшего поколения пенсионного возраста. Молодежь больше интересуется информацией о досуге, юмором, спортом (см. табл. 47).

¹⁰ Примерами такого «цивилизованного атавизма», проявившегося в форме массового садо-мазохизма, являются концентрационные лагеря и газовые камеры мировых войн прошлого века, поведение футбольных фанатов в Одессе в 2014 году при поджоге Дома профсоюзов и др.

Информация, которую население в возрасте 16 лет и старше постоянно потребляет по телевидению, радио, прессе, Интернету, %

| | Просмотр <i>телевидения</i> | Прослушивание <i>радио</i> | Чтение <i>прессы</i> (газеты, журналы) | Пользование <i>Интернетом</i> |
|--|--------------------------------|-------------------------------|---|----------------------------------|
| Политические события внутри страны | 75,4 | 21,8 | 28,5 | 32,1 |
| События международной жизни | 62,0 | 14,1 | 20,0 | 25,6 |
| Экономическая ситуация | 52,9 | 12,9 | 19,7 | 21,7 |
| Криминальные новости | 45,7 | 10,6 | 14,9 | 14,4 |
| Проблемы здоровья | 30,9 | 6,0 | 15,0 | 23,6 |
| Индивидуальное строительство, ремонт, обустройства жилья | 22,0 | 5,5 | 12,0 | 21,3 |
| Возможности проведения досуга, отдыха | 16,4 | 5,2 | 12,0 | 25,5 |
| Передачи (материалы) на темы российской культуры | 37,0 | 7,5 | 8,7 | 9,6 |
| Передачи (материалы) на темы национальной культуры | 22,3 | 4,3 | 5,6 | 4,0 |
| Правовые проблемы | 26,9 | 5,2 | 12,8 | 15,1 |
| Вопросы морали и нравственности | 19,6 | 4,5 | 9,4 | 4,4 |
| Научные достижения и открытия | 21,8 | 4,2 | 9,4 | 9,1 |
| Жизнь села | 12,0 | 4,9 | 13,0 | 1,9 |
| Музыка | 26,2 | 48,4 | 3,2 | 21,5 |
| Юмор | 30,2 | 18,3 | 8,2 | 12,3 |
| Спорт | 26,8 | 9,0 | 7,4 | 8,1 |
| Кино, телесериалы | 48,0 | 2,0 | 2,0 | 16,9 |
| Туризм, путешествия | 11,9 | 3,6 | 4,2 | 8,0 |
| История российского государства | 13,3 | 3,2 | 5,8 | 3,9 |
| Жизнь животных | 15,9 | 1,3 | 4,0 | 3,5 |

Интерес к радиопередачам в целом схож у представителей разных поколений, да и интерес к тематике тоже: юмор, музыка, политика (см. табл. 48).

К прессе более высок интерес со стороны представителей старшего поколения (старше 60 лет): читают о политике, экономике, обустройстве быта, правовых вопросах, здоровье (см. табл. 49).

Интернет – это преимущественно источник информации для населения в возрасте до 40 лет, причем более интенсивно его использует молодежь в возрасте до 30 лет (см. табл. 50). Кроме музыки, кино и юмора, молодое поколение интересуется в Интернете возможностями проведения досуга, политическими событиями, экономикой, криминальными новостями, вопросами здоровья.

Информация, которую представители различных возрастных групп постоянно потребляют по телевидению, %

| Вид информации | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Политические события внутри страны | 54,4 | 58,5 | 62,1 | 74,6 | 79,8 | 89,9 |
| События международной жизни | 54,4 | 47,6 | 55,0 | 64,8 | 66,5 | 64,5 |
| Экономическая ситуация | 37,3 | 35,4 | 45,5 | 51,2 | 56,2 | 66,6 |
| Криминальные новости | 45,6 | 37,3 | 44,1 | 48,1 | 50,2 | 40,2 |
| Проблемы здоровья | 17,1 | 19,8 | 28,0 | 26,3 | 36,1 | 38,8 |
| Индивидуальное строительство, ремонт, обустройства жилья | 14,6 | 9,4 | 16,6 | 20,8 | 23,1 | 32,9 |
| Возможности проведения досуга, отдыха | 27,2 | 17,5 | 17,5 | 17,7 | 17,0 | 8,9 |
| Передачи (материалы) на темы российской культуры | 32,9 | 28,3 | 28,4 | 30,4 | 36,0 | 56,2 |
| Передачи (материалы) на темы национальной культуры | 26,6 | 17,5 | 18,5 | 22,5 | 24,4 | 20,9 |
| Правовые проблемы | 24,7 | 20,3 | 22,7 | 20,1 | 27,8 | 38,6 |
| Вопросы морали и нравственности | 16,5 | 15,6 | 18,0 | 20,4 | 20,4 | 21,4 |
| Научные достижения и открытия | 20,9 | 23,1 | 16,1 | 22,8 | 22,9 | 20,9 |
| Жизнь села | 10,1 | 9,0 | 11,4 | 10,7 | 12,1 | 15,5 |
| Музыка | 27,2 | 33,5 | 19,9 | 25,6 | 21,4 | 33,9 |
| Юмор | 31,0 | 31,1 | 34,1 | 33,5 | 29,0 | 26,1 |
| Спорт | 36,7 | 28,3 | 27,0 | 28,0 | 29,3 | 16,7 |
| Кино, телесериалы | 46,2 | 44,8 | 43,6 | 51,2 | 51,6 | 43,1 |
| Туризм, путешествия | 15,8 | 12,3 | 10,0 | 15,5 | 10,9 | 9,2 |
| История российского государства | 7,6 | 13,2 | 11,8 | 12,3 | 15,5 | 13,4 |
| Жизнь животных | 19,0 | 15,1 | 17,1 | 16,0 | 15,9 | 14,6 |

Информация, которую представители различных возрастных групп постоянно потребляют по радио, %

| Вид информации | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Политические события внутри страны | 8,9 | 12,3 | 16,1 | 17,7 | 18,6 | 44,0 |
| События международной жизни | 7,0 | 7,1 | 10,9 | 11,4 | 15,9 | 21,9 |
| Экономическая ситуация | 7,0 | 9,9 | 7,1 | 11,2 | 14,7 | 18,4 |
| Криминальные новости | 10,8 | 6,6 | 11,4 | 12,3 | 10,6 | 10,6 |
| Проблемы здоровья | 2,5 | 3,8 | 3,8 | 3,9 | 6,0 | 11,8 |
| Индивидуальное строительство, ремонт, обустройства жилья | 3,8 | 2,4 | 1,9 | 2,8 | 2,2 | 18,4 |
| Возможности проведения досуга, отдыха | 5,1 | 6,6 | 6,6 | 6,3 | 4,7 | 3,3 |
| Передачи (материалы) на темы российской культуры | 5,7 | 7,5 | 3,3 | 6,8 | 7,6 | 10,6 |
| Передачи (материалы) на темы национальной культуры | 3,2 | 3,8 | 4,7 | 4,2 | 3,3 | 6,8 |
| Правовые проблемы | 2,5 | 3,8 | 2,8 | 5,9 | 4,7 | 8,2 |
| Вопросы морали и нравственности | 3,2 | 1,9 | 4,3 | 3,1 | 4,6 | 7,5 |
| Научные достижения и открытия | 5,1 | 3,8 | 3,8 | 3,9 | 3,3 | 6,1 |
| Жизнь села | 3,2 | 3,8 | 3,3 | 3,9 | 4,7 | 7,8 |
| Музыка | 47,5 | 51,9 | 53,6 | 51,4 | 47,6 | 42,4 |
| Юмор | 17,7 | 17,9 | 20,9 | 22,5 | 18,6 | 12,5 |
| Спорт | 10,1 | 8,0 | 8,1 | 10,7 | 9,5 | 6,8 |
| Кино, телесериалы | 2,5 | 2,4 | 0,9 | 2,0 | 1,9 | 2,6 |
| Туризм, путешествия | 2,5 | 4,2 | 4,3 | 4,4 | 3,0 | 3,8 |
| История российского государства | 2,5 | 0,9 | 1,4 | 3,1 | 3,1 | 5,6 |
| Жизнь животных | 1,9 | 0,9 | 1,4 | 0,9 | 1,5 | 1,4 |

Информация, которую представители различных возрастных групп постоянно потребляют из прессы, %

| Вид информации | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|------------|-----------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Политические события внутри страны | 15,8 | 14,2 | 18,0 | 22,1 | 30,5 | 48,7 |
| События международной жизни | 7,6 | 11,3 | 18,0 | 17,1 | 23,1 | 27,5 |
| Экономическая ситуация | 10,8 | 12,3 | 17,1 | 17,1 | 21,8 | 27,1 |
| Криминальные новости | 13,9 | 9,4 | 14,2 | 15,3 | 16,3 | 15,1 |
| Проблемы здоровья | 6,3 | 9,9 | 10,4 | 11,2 | 17,1 | 23,5 |
| Индивидуальное строительство, ремонт, обустройства жилья | 8,9 | 7,5 | 4,3 | 11,2 | 10,4 | 23,1 |
| Возможности проведения досуга, отдыха | 11,4 | 9,4 | 10,9 | 13,1 | 13,3 | 10,4 |
| Передачи (материалы) на темы российской культуры | 5,7 | 5,7 | 6,2 | 7,7 | 8,3 | 14,4 |
| Передачи (материалы) на темы национальной культуры | 7,6 | 6,6 | 4,7 | 3,9 | 5,3 | 7,3 |
| Правовые проблемы | 7,6 | 7,1 | 6,6 | 9,0 | 10,3 | 29,2 |
| Вопросы морали и нравственности | 5,7 | 9,4 | 4,3 | 7,7 | 10,2 | 13,9 |
| Научные достижения и открытия | 7,6 | 11,8 | 8,1 | 6,6 | 9,8 | 11,8 |
| Жизнь села | 7,0 | 12,3 | 9,5 | 10,9 | 17,1 | 12,5 |
| Музыка | 3,8 | 4,7 | 3,3 | 3,1 | 2,7 | 3,3 |
| Юмор | 7,6 | 9,0 | 8,1 | 9,6 | 7,2 | 8,5 |
| Спорт | 10,8 | 8,5 | 6,2 | 7,2 | 8,3 | 4,9 |
| Кино, телесериалы | 1,3 | 1,9 | 1,9 | 1,3 | 2,0 | 3,1 |
| Туризм, путешествия | 5,1 | 7,1 | 4,3 | 3,5 | 4,6 | 2,6 |
| История российского государства | 5,7 | 3,3 | 1,9 | 7,0 | 6,4 | 6,8 |
| Жизнь животных | 2,5 | 3,8 | 1,4 | 3,7 | 4,9 | 4,9 |

Информация, которую представители различных возрастных групп постоянно потребляют из Интернета, %

| Вид информации | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Политические события внутри страны | 38,6 | 40,6 | 38,4 | 37,9 | 26,1 | 26,6 |
| События международной жизни | 32,9 | 36,8 | 37,4 | 33,7 | 21,4 | 9,9 |
| Экономическая ситуация | 35,4 | 28,8 | 28,4 | 28,9 | 19,3 | 6,4 |
| Криминальные новости | 31,6 | 22,2 | 24,2 | 18,2 | 9,9 | 3,1 |
| Проблемы здоровья | 29,7 | 26,9 | 27,5 | 21,2 | 21,4 | 24,0 |
| Индивидуальное строительство, ремонт, обустройства жилья | 21,5 | 25,5 | 31,8 | 24,1 | 16,7 | 19,1 |
| Возможности проведения досуга, отдыха | 43,0 | 49,5 | 36,5 | 31,1 | 19,8 | 5,4 |
| Передачи (материалы) на темы российской культуры | 13,9 | 14,2 | 6,2 | 11,4 | 9,4 | 5,9 |
| Передачи (материалы) на темы национальной культуры | 5,7 | 5,7 | 4,7 | 4,8 | 3,5 | 2,1 |
| Правовые проблемы | 12,0 | 18,4 | 13,7 | 14,9 | 12,1 | 20,7 |
| Вопросы морали и нравственности | 7,0 | 10,4 | 5,7 | 4,4 | 4,2 | 0,2 |
| Научные достижения и открытия | 13,9 | 13,2 | 14,7 | 10,5 | 8,4 | 2,4 |
| Жизнь села | 4,4 | 3,8 | 1,4 | 1,5 | 1,6 | 1,2 |
| Музыка | 41,8 | 44,3 | 33,6 | 26,5 | 14,2 | 3,8 |
| Юмор | 22,8 | 24,1 | 19,4 | 15,5 | 8,8 | 1,4 |
| Спорт | 19,6 | 15,6 | 13,3 | 9,6 | 4,9 | 1,6 |
| Кино, телесериалы | 30,4 | 30,2 | 28,9 | 22,3 | 10,0 | 5,2 |
| Туризм, путешествия | 11,4 | 11,8 | 11,4 | 9,0 | 8,1 | 1,9 |
| История российского государства | 7,0 | 4,7 | 5,2 | 3,5 | 4,1 | 1,9 |
| Жизнь животных | 6,3 | 2,4 | 4,7 | 4,2 | 3,5 | 1,9 |

Сегодня Интернетом *ежедневно* пользуются 47,2% населения (56 млн. человек). Еще 16,2% (19 млн. человек) пользуются Интернетом «через день»; 7,2% (8,5 млн. человек) пользуются Интернетом в среднем 2-3 раза в месяц; 3,8% (4,5 млн. человек) несколько раз в году. Сегодня в Российской Федерации среди населения в возрасте 16 лет и старше в целом умеют пользоваться Интернетом 74,4% (88 млн. человек).

Ежедневно пользуются Интернетом население в возрасте до 40 лет, после чего интенсивность пользования Интернетом снижается (в среднем 41,2% среди населения в возрасте 60 лет и старше, пользующихся Интернетом в среднем 132 дней в году, по сравнению с молодежью в возрасте до 19 лет, среди которой пользуются Интернетом 88%, в среднем 337 дней в году, см. табл. 51).

Среди мужчин пользуются Интернетом – 75,8%, среди женщин – 73,2%.

Доля пользующихся Интернетом выше в крупных городах, однако частота пользования (количество дней в году) по типам поселений отличается не сильно (см. табл. 52).

Таблица 51

Доля пользующихся и частота пользования Интернетом представителями различных возрастных групп, %

| Частота пользования Интернетом | Возрастные группы | | | | | |
|---|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Ежедневно | 88,0 | 84,9 | 73,9 | 58,9 | 34,6 | 9,4 |
| 2-3 раза в неделю | 8,2 | 9,9 | 19,0 | 23,4 | 19,4 | 7,8 |
| 2-3 раза в месяц | 2,5 | 1,9 | 2,4 | 3,1 | 6,1 | 20,2 |
| Еще реже | 0,0 | 0,5 | 0,5 | 4,2 | 6,2 | 3,8 |
| Итого, в целом умеют пользоваться Интернетом | 98,7 | 97,2 | 95,8 | 89,6 | 66,3 | 41,2 |
| Общий показатель пользования Интернетом, дней в году | 337 | 333 | 314 | 285 | 244 | 132 |

Таблица 52

Доля пользующихся и частота пользования Интернетом среди жителей поселений разного типа, %

| Частота пользования Интернетом | Тип поселения | | | | |
|---|---------------|------------------------------------|----------------|-------------------------|---------------|
| | Мегаполис | Административный центр субъекта РФ | Районный центр | Поселок городского типа | Село, деревня |
| Ежедневно | 57,6 | 57,1 | 43,3 | 44,2 | 35,5 |
| 2-3 раза в неделю | 14,3 | 11,8 | 18,4 | 18,6 | 19,5 |
| 2-3 раза в месяц | 5,0 | 12,3 | 5,3 | 2,7 | 5,0 |
| Еще реже | 4,6 | 3,0 | 2,9 | 2,7 | 5,7 |
| Итого, в целом умеют пользоваться Интернетом | 81,5 | 84,2 | 69,9 | 68,2 | 65,7 |
| Частота пользования Интернетом, дней в году | 289 | 274 | 273 | 284 | 251 |

И доля пользующихся, и в некоторой степени, частота пользования Интернетом зависят от уровня материального благосостояния населения. Снижение начинается с тех, кто живет «от зарплаты до зарплаты» (см. табл. 53).

Ниже среднего показателя доля пользующихся и частота пользования Интернетом в Поволжье, высоки эти показатели и в национальных республиках, не ниже, чем в мегаполисах (см. табл. 54). Что касается социально-профессиональных групп, среди них наиболее низка доля пользующихся и частота пользования Интернетом среди пенсионеров и сельских жителей (см. табл. 55).

Из приведенных показателей следует, что *в наибольшей степени изолированы от Интернета пенсионеры, они нуждаются в этом вопросе в социальной помощи.*

Таблица 53

Доля пользующихся и частота пользования Интернетом среди респондентов, имеющих различный уровень материального благосостояния, %

| Частота пользования Интернетом | Уровень материального благосостояния | | | |
|---|---|--|--|---|
| | Высокое благосостояние, могут себе позволить любые крупные расходы (квартира, дом, машина...) | Живут в достатке, могут себе позволить покупку холодильника, музыкального центра..., но не более | Хватает в основном на еду и одежду, в остальном приходится экономить | Еле сводят концы с концами, живут от зарплаты до зарплаты (бедно) |
| Ежедневно | 62,1 | 63,4 | 40,2 | 23,4 |
| 2-3 раза в неделю | 21,2 | 16,4 | 16,3 | 12,0 |
| 2-3 раза в месяц | 0,0 | 2,7 | 10,8 | 5,1 |
| Еще реже | 1,5 | 3,1 | 4,0 | 4,6 |
| Итого, в целом умеют пользоваться Интернетом | 62,1 | 63,4 | 40,2 | 23,4 |
| Частота пользования Интернетом, дней в году | 309 | 303 | 249 | 239 |

Таблица 54

Доля пользующихся и частота пользования Интернетом среди жителей разных регионов, %

| Частота пользования Интернетом | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Ежедневно | 57,6 | 49,9 | 42,2 | 44,5 | 46,4 | 35,9 | 58,5 |
| 2-3 раза в неделю | 14,3 | 13,9 | 19,5 | 21,4 | 16,4 | 16,2 | 14,2 |
| 2-3 раза в месяц | 5,0 | 4,8 | 1,6 | 4,4 | 3,3 | 23,2 | 4,1 |
| Еще реже | 4,6 | 3,3 | 3,1 | 1,7 | 4,8 | 3,8 | 3,7 |
| Итого, в целом умеют пользоваться Интернетом | 81,5 | 71,9 | 66,4 | 72,0 | 70,9 | 79,1 | 80,5 |
| Частота пользования Интернетом, дней в году | 289 | 287 | 283 | 278 | 280 | 210 | 295 |

Таблица 55

Доля пользующихся и частота пользования Интернетом среди представителей различных социально-профессиональных групп, %

| Частота пользования Интернетом | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Ежедневно | 44,7 | 67,1 | 55,4 | 82,4 | 64,2 | 65,7 | 64,9 | 88,6 | 11,7 | 35,5 | 96,8 | 87,0 | 92,3 |
| 2-3 раза в неделю | 18,6 | 18,3 | 19,1 | 10,6 | 24,6 | 15,2 | 27,0 | 9,1 | 9,2 | 19,5 | 3,2 | 13,0 | 5,1 |
| 2-3 раза в месяц | 4,4 | 4,9 | 6,9 | 1,2 | 3,2 | 6,1 | 4,1 | 0,8 | 20,2 | 5,0 | 0,0 | 0,0 | 2,6 |
| Еще реже | 5,8 | 3,7 | 3,9 | 1,2 | 1,6 | 3,0 | 2,7 | 0,0 | 3,8 | 5,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Итого, в целом умеют пользоваться Интернетом | 73,5 | 94,0 | 85,3 | 95,4 | 93,6 | 90,0 | 98,7 | 98,5 | 44,9 | 65,7 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Частота пользования Интернетом, дней в году | 267 | 294 | 277 | 332 | 296 | 296 | 288 | 341 | 145 | 251 | 354 | 337 | 342 |

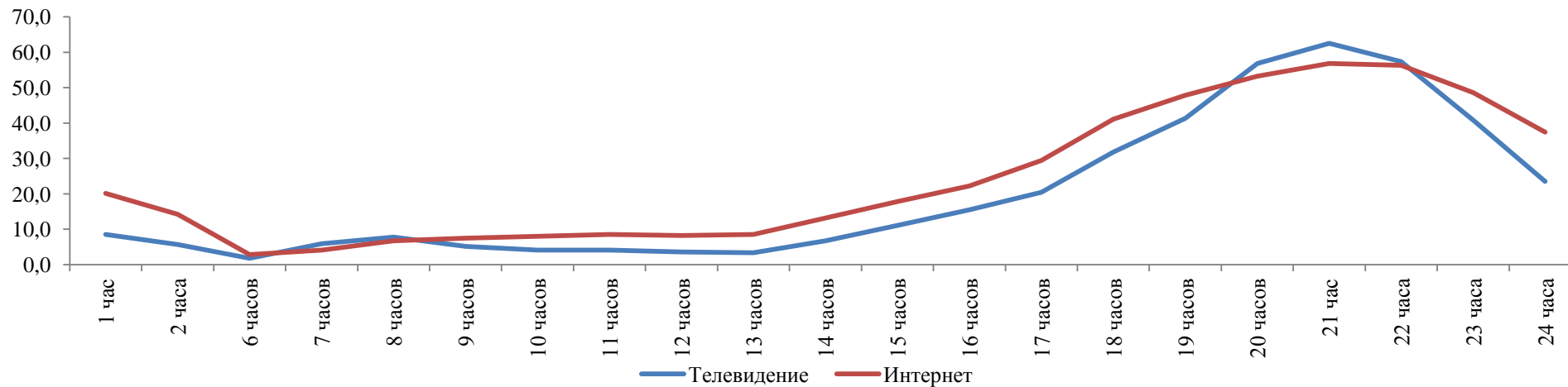
Наиболее «привязано к Интернету» молодое поколение, например, школьники пользуются им почти все 100% и практически ежедневно. Но и у учащихся профессиональных образовательных учреждений эти показатели высоки. Вместо Интернета, старшее поколение «засиживается» за телевизором.

Как складывается конкуренция телевидения и Интернета сегодня в завоевании внимания представителей различных поколений?

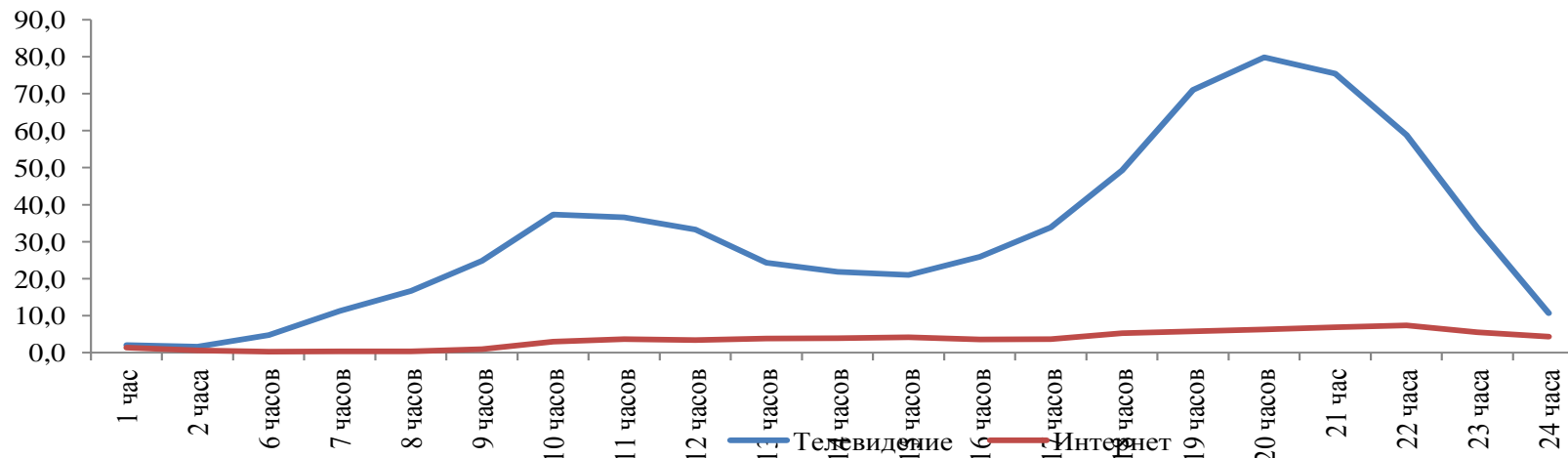
Интернет в большой степени гарантирует для личности избирательный подход к потреблению информации, без характерной для СМИ назойливой назидательности. Одновременно Интернет выводит молодежь из-под целевого идеологического влияния СМИ, в том числе в области культуры, что не всегда приемлемо для формирования мировоззрения молодежи. Данные исследования¹¹ свидетельствуют о значительном различии в коммуникационном поведении молодого и старшего поколений, а также о том, что у молодого поколения приоритет Интернета как источника социальной информации, в сравнении с телевидением, становится реальностью (см. рис. 24-25).

¹¹ Проведено Центром социального прогнозирования в ноябре 2011 года в 50-ти субъектах РФ по общероссийской репрезентативной выборке (опрошено 6000 человек).

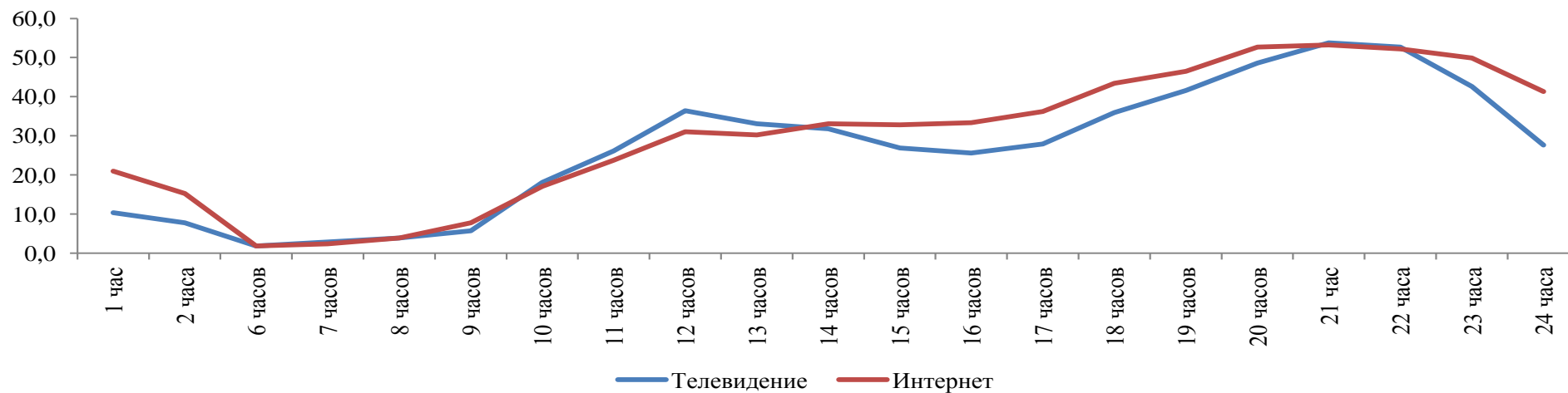
Использование представителями различных возрастных групп Интернета и телевидения в будние дни, как основных источников социальной информации, %
15-19 лет



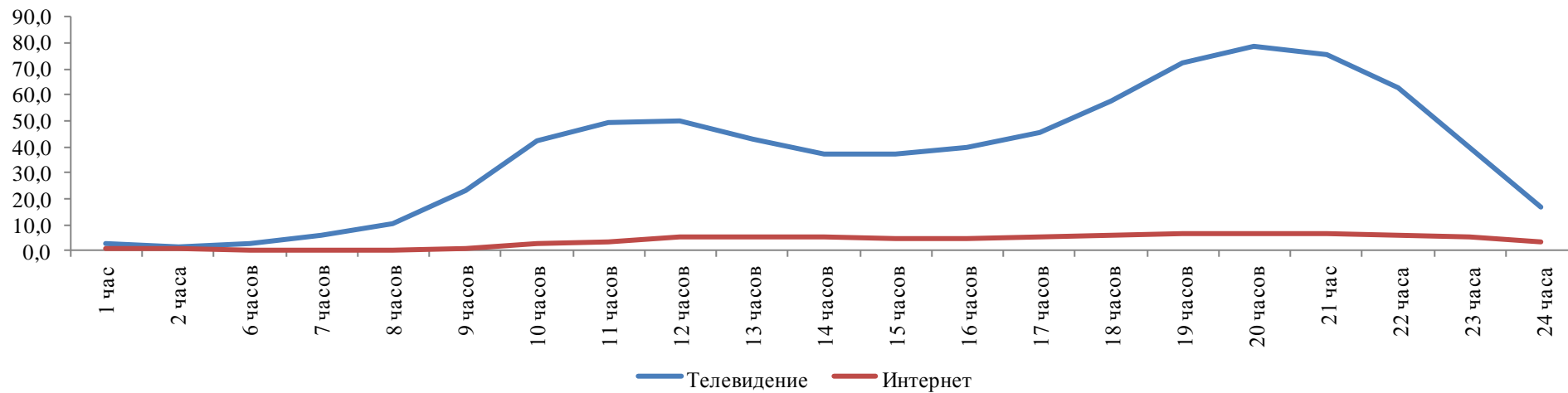
60-69 лет



**Использование представителями различных возрастных групп Интернета и телевидения в выходные дни,
как основных источников социальной информации, %**
15-19 лет



60-69 лет



Мотивация пользования населением Интернетом разноплановая¹²:

- 79,2 – Поиск информации по личным интересам
- 58,0 – Пользование электронной почтой
- 48,3 – Поиск информации в рабочих целях
- 45,3 – Просмотр фильмов
- 41,6 – Целевая коммуникация (форумы, конференции, социальная сеть)
- 35,8 – Прослушивание музыки
- 34,9 – Поиск информации в целях самообразования, повышения квалификации
- 29,0 – Поиск культурной информации
- 28,3 – Развлечения, игры
- 16,1 – Размещение информации
- 8,4 – Просмотр телепередач

Целевой поиск культурной информации находится на 8-м месте, однако к этому классу информации также можно причислить просмотр фильмов, прослушивание музыки, поиск информации в целях самообразования. В этом случае *роль Интернета как транслятора информации для формирования культурного облика населения следует признать довольно большой, особенно в отношении молодежи* (судя по рисункам 24 и 25).

После 60 лет сокращается поиск населением информации в целях самообразования, повышения квалификации, после 40 лет – просмотр фильмов, после 30 лет – прослушивание музыки, а также развлечения, игры. Зато целевая коммуникация (форумы, конференции, социальная сеть) у поколения старше 60 лет такая же, как и у поколения в возрасте до 19 лет (см. табл. 56).

Различия по социально-профессиональным группам более значительны (см. табл. 57). Поиск информации в целях самообразования не очень популярен у рабочих предприятий, жителей села, пенсионеров, учащихся учреждений НПО; поиск культурной информации – у рабочих предприятий, работников сферы услуг без высшего образования, представителей силовых структур, учащихся учреждений НПО; целевая коммуникация (форумы, конференции, социальная сеть) очень популярна среди пенсионеров, учащихся старших классов школы, студентов учреждений СПО.

¹² Базу 100% расчёта составляют те респонденты, которые пользуются интернетом, то есть 74,4% от общей численности респондентов.

Мотивация представителями различных возрастных групп цели пользования Интернетом, %

| Цель пользования Интернетом | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Поиск информации в рабочих целях | 35,9 | 52,9 | 54,5 | 51,6 | 55,8 | 14,9 |
| Поиск информации по личным интересам | 83,3 | 82,0 | 82,7 | 76,3 | 73,4 | 89,7 |
| Поиск информации в целях самообразования, повышения квалификации | 42,9 | 50,5 | 34,7 | 32,8 | 33,7 | 17,1 |
| Поиск культурной информации | 30,8 | 35,4 | 26,7 | 21,8 | 22,9 | 56,0 |
| Пользование электронной почтой | 64,7 | 69,9 | 62,9 | 53,5 | 50,9 | 62,3 |
| Размещение информации | 15,4 | 28,2 | 23,3 | 15,4 | 13,1 | 4,6 |
| Просмотр фильмов | 61,5 | 68,0 | 58,4 | 44,7 | 35,2 | 18,9 |
| Прослушивание музыки | 66,7 | 60,2 | 50,5 | 32,3 | 21,9 | 9,7 |
| Развлечения, игры | 48,7 | 32,5 | 37,6 | 30,3 | 20,2 | 12,0 |
| Целевая коммуникация (форумы, конференции, социальная сеть) | 54,5 | 44,7 | 38,6 | 39,6 | 34,3 | 54,9 |
| Просмотр телепередач | 10,9 | 8,7 | 6,4 | 8,6 | 9,0 | 6,3 |

Мотивация представителями различных социально-профессиональных групп цели пользования Интернетом, %

| Цель пользования Интернетом | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Поиск информации в рабочих целях | 38,4 | 71,4 | 39,1 | 72,8 | 81,1 | 61,8 | 72,6 | 53,8 | 16,2 | 42,0 | 35,5 | 30,4 | 28,2 |
| Поиск информации по личным интересам | 70,9 | 79,2 | 78,2 | 86,4 | 76,6 | 77,5 | 78,1 | 90,8 | 90,6 | 74,8 | 80,6 | 69,6 | 79,5 |
| Поиск информации в целях самообразования, повышения квалификации | 22,4 | 45,5 | 21,8 | 51,9 | 54,9 | 39,3 | 41,1 | 60,0 | 19,4 | 28,3 | 51,6 | 26,1 | 41,0 |
| Поиск культурной информации | 11,6 | 27,3 | 15,5 | 37,0 | 39,4 | 25,8 | 19,2 | 46,2 | 58,1 | 21,3 | 25,8 | 17,4 | 38,5 |
| Пользование электронной почтой | 46,3 | 68,8 | 51,7 | 71,6 | 68,0 | 52,8 | 60,3 | 76,9 | 60,2 | 48,3 | 74,2 | 47,8 | 69,2 |
| Размещение информации | 13,1 | 18,2 | 11,5 | 29,6 | 21,7 | 15,7 | 16,4 | 32,3 | 4,7 | 14,7 | 16,1 | 8,7 | 17,9 |
| Просмотр фильмов | 48,1 | 49,4 | 50,6 | 49,4 | 37,7 | 39,3 | 41,1 | 70,8 | 22,0 | 43,4 | 67,7 | 52,2 | 64,1 |
| Прослушивание музыки | 38,8 | 32,5 | 44,8 | 27,2 | 29,1 | 27,0 | 27,4 | 60,0 | 10,5 | 33,9 | 80,6 | 60,9 | 71,8 |
| Развлечения, игры | 41,4 | 20,8 | 42,5 | 14,8 | 9,7 | 23,6 | 27,4 | 31,5 | 11,5 | 31,1 | 41,9 | 39,1 | 46,2 |
| Целевая коммуникация (форумы, конференции, социальная сеть) | 38,8 | 40,3 | 42,5 | 39,5 | 38,9 | 34,8 | 45,2 | 41,5 | 50,3 | 32,1 | 54,8 | 47,8 | 51,3 |
| Просмотр телепередач | 11,6 | 5,2 | 9,2 | 4,9 | 6,3 | 15,7 | 8,2 | 8,5 | 6,3 | 5,6 | 6,5 | 17,4 | 17,9 |

Для расширения доступа населения к ценностям культуры в ближайшие годы планируется создание электронной базы, в которой население через Интернет сможет знакомиться с ценностями культуры. Если такая возможность будет реализована, 55% населения в возрасте 16 лет и старше (65,6 млн. человек) хотели бы пользоваться сайтом свободно размещаемых кинофильмов, 32,4% (38,6 млн. человек) – публичной электронной библиотекой, 19,5% (23,2 млн. человек) – сайтом музеев, 19,3% (23 млн. человек) – сайтом свободно доступных спектаклей выдающихся режиссеров, 15,2% – сайтом театров (18,1 млн. человек).

Представители всех возрастных групп (см. табл. 58), жители поселений всех типов и регионов, представители всех социально-профессиональных групп интерес проявляют прежде всего к сайту свободно размещаемых кинофильмов и публичной электронной библиотеке (см. табл. 58-61). Имеется также интерес к сайту музеев, преимущественно среди городских жителей, возрастной группы 20-60 лет, в основном жителей мегаполисов; Европейской части РФ, Северного Кавказа и национальных республик; со стороны инженеров, служащих с высшим и без высшего образования, работников сферы услуг с высшим образованием, военных, студентов вузов и учреждений СПО. Сайтом театров интересуются в основном служащие и работники сферы услуг с высшим образованием. Интерес к сайту спектаклей более широк (см. табл. 61).

Таблица 58

Интерес представителей различных возрастных групп к новым источникам информации, %

| Источники электронной информации | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Публичная электронная библиотека | 43,7 | 39,6 | 36,5 | 36,5 | 30,4 | 21,2 |
| Сайт музеев | 16,5 | 19,3 | 20,4 | 23,0 | 19,8 | 16,0 |
| Сайт театров | 9,5 | 13,2 | 18,5 | 14,4 | 17,5 | 13,4 |
| Сайт свободно доступных спектаклей выдающихся режиссеров | 18,4 | 17,5 | 11,8 | 15,3 | 20,1 | 27,3 |
| Сайт свободно размещаемых кинофильмов | 66,5 | 65,1 | 66,4 | 65,0 | 53,9 | 31,3 |

Таблица 59

Интерес жителей поселений разного типа к новым источникам информации, %

| Источники электронной информации | Тип поселения | | | | |
|--|---------------|--------------------------------------|----------------|-------------------------|---------------|
| | Мегаполис | Административные центры субъектов РФ | Районный центр | Поселок городского типа | Село, деревня |
| Публичная электронная библиотека | 36,1 | 40,2 | 29,5 | 26,5 | 25,4 |
| Сайт музеев | 19,7 | 21,1 | 20,7 | 17,7 | 16,2 |
| Сайт театров | 16,4 | 18,6 | 14,9 | 14,2 | 10,9 |
| Сайт свободно доступных спектаклей выдающихся режиссеров | 18,9 | 30,1 | 14,7 | 17,7 | 11,8 |
| Сайт свободно размещаемых кинофильмов | 46,6 | 49,3 | 59,7 | 66,4 | 57,6 |

Таблица 60

Интерес жителей разных регионов к новым источникам информации, %

| Источники электронной информации | Регионы | | | | | | |
|--|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Публичная электронная библиотека | 36,1 | 37,9 | 23,0 | 40,2 | 23,6 | 27,0 | 41,1 |
| Сайт музеев | 19,7 | 27,3 | 14,1 | 24,0 | 13,3 | 12,8 | 23,6 |
| Сайт театров | 16,4 | 16,4 | 12,9 | 19,2 | 10,9 | 13,3 | 18,3 |
| Сайт свободно доступных спектаклей выдающихся режиссеров | 18,9 | 21,5 | 10,2 | 24,0 | 11,2 | 29,9 | 17,9 |
| Сайт свободно размещаемых кинофильмов | 46,6 | 50,9 | 50,4 | 67,7 | 68,8 | 44,3 | 58,9 |

Таблица 61

Интерес представителей различных социально-профессиональных групп к новым источникам информации, %

| Источники электронной информации | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Публичная электронная библиотека | 21,6 | 43,9 | 22,1 | 57,6 | 55,1 | 46,5 | 37,8 | 53,0 | 22,8 | 25,4 | 64,5 | 39,1 | 30,8 |
| Сайт музеев | 15,6 | 20,7 | 17,6 | 21,2 | 36,4 | 24,2 | 24,3 | 23,5 | 16,7 | 16,2 | 6,5 | 4,3 | 20,5 |
| Сайт театров | 10,1 | 18,3 | 13,2 | 20,0 | 31,6 | 23,2 | 17,6 | 19,7 | 13,6 | 10,9 | 0,0 | 4,3 | 10,3 |
| Сайт свободно доступных спектаклей выдающихся режиссеров | 11,5 | 23,2 | 14,7 | 25,9 | 31,6 | 20,2 | 14,9 | 25,0 | 28,2 | 11,8 | 12,9 | 21,7 | 17,9 |
| Сайт свободно размещаемых кинофильмов | 62,5 | 62,2 | 71,6 | 51,8 | 50,8 | 57,6 | 70,3 | 59,1 | 32,2 | 57,6 | 67,7 | 73,9 | 69,2 |

Большинство респондентов высказали мнение, что средства массовой информации в целом освещают культурную жизнь региона. Это в первую очередь характерно для Интернета; муниципального (районного) телевидения; республиканского, краевого, областного телевидения; муниципальных (районных) газет; федерального (центрального) телевидения; республиканских, краевых, областных газет; муниципального (районного) радио. Относительно этих СМИ от четверти до трети респондентов считают, что степень освещения ими культурной жизни региона полная (см. табл. 62).

Таблица 62

Мнение респондентов о том, как СМИ освещают культурную жизнь региона, %

| | Освещает во всей полноте | Освещает в общих чертах | Практически не освещает | Итого считают, что освещает |
|---|--------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Федеральное (центральное) телевидение | 28,5 | 40,7 | 28,0 | 69,2 |
| Федеральное (центральное) радио | 15,4 | 40,1 | 34,5 | 55,5 |
| Федеральные (центральные) газеты | 14,9 | 37,8 | 36,6 | 52,7 |
| Республиканское, краевое, областное телевидение | 26,5 | 48,0 | 16,1 | 74,5 |
| Республиканское, краевое, областное радио | 18,9 | 46,0 | 20,9 | 64,9 |
| Республиканские, краевые, областные газеты | 22,0 | 45,6 | 18,2 | 67,6 |
| Муниципальное (городское, районное) телевидение | 30,0 | 40,6 | 17,9 | 70,6 |
| Муниципальное (городское, районное) радио | 20,4 | 42,0 | 22,3 | 62,4 |
| Муниципальные (городские, районные) газеты | 28,1 | 43,1 | 16,6 | 71,2 |
| Интернет | 34,5 | 32,4 | 21,1 | 66,9 |
| Реклама | 15,1 | 30,8 | 40,7 | 45,9 |

В мегаполисах полнотой освещения культурной жизни региона отличаются Интернет и федеральное (центральное) телевидение, муниципальные (районные) газеты; в Европейском центре России – Интернет; в Поволжье, на Северном Кавказе и на Урале эти функции в «распылены» среди всех СМИ; в Сибири и на Дальнем Востоке полнотой освещения культурной жизни региона отличаются прежде всего муниципальное (районное) телевидение и федеральное (центральное) телевидение; в национальных республиках – муниципальное (районное) телевидение, республиканское (краевое) телевидение, муниципальные (районные) газеты, Интернет, республиканские, краевые, газеты, федеральное (центральное) телевидение (см. табл. 62).

Мнение респондентов в регионах о том, как СМИ освещают культурную жизнь региона, %

| Средства массовой информации | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|----------|-----------------|------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Федеральное (центральное) телевидение | 40,4 | 25,1 | 22,7 | 18,8 | 25,8 | 35,4 | 31,3 |
| Федеральное (центральное) радио | 25,3 | 16,4 | 10,2 | 8,7 | 19,1 | 10,7 | 15,4 |
| Федеральные (центральные) газеты | 22,7 | 15,3 | 9,0 | 6,6 | 16,1 | 11,9 | 21,5 |
| Республиканское, краевое, областное телевидение | 19,5 | 24,2 | 25,8 | 26,2 | 23,6 | 27,0 | 43,9 |
| Республиканское, краевое, областное радио | 18,8 | 16,2 | 16,4 | 18,8 | 20,9 | 16,5 | 27,6 |
| Республиканские, краевые, областные газеты | 19,5 | 23,4 | 13,7 | 20,1 | 20,3 | 19,4 | 37,8 |
| Муниципальное (городское, районное) телевидение | 28,9 | 25,5 | 22,3 | 16,2 | 29,1 | 42,9 | 45,1 |
| Муниципальное (городское, районное) радио | 28,9 | 16,8 | 15,2 | 13,5 | 22,1 | 20,6 | 27,6 |
| Муниципальные (городские, районные) газеты | 31,4 | 29,0 | 19,1 | 26,2 | 26,1 | 24,9 | 40,7 |
| Интернет | 52,0 | 44,1 | 28,1 | 25,8 | 29,1 | 17,7 | 39,8 |
| Реклама | 13,4 | 14,5 | 11,7 | 10,0 | 17,3 | 13,3 | 26,4 |

И о российской, и о зарубежной, и о национальной культуре население черпает информацию прежде всего из федерального (центрального) телевидения и Интернета. Примерно пятая часть населения о событиях российской и национальной культуры информацию черпает из республиканских, краевых, областных телевидения; о российской культуре четвертая часть населения – из федеральной прессы и федерального радио (см. табл. 64).

Таблица 64

Источники, из которых население черпает информацию об интересующих его культурных событиях, %

| Средства массовой информации | Зарубежной культуре | Российской культуре | Национальной культуре |
|---|---------------------|---------------------|-----------------------|
| Федеральное (центральное) телевидение | 68,0 | 74,0 | 52,6 |
| Федеральное (центральное) радио | 16,8 | 26,1 | 10,5 |
| Федеральные (центральные) газеты | 17,0 | 23,1 | 11,0 |
| Республиканское, краевое, областное телевидение | 10,0 | 23,7 | 19,5 |
| Республиканское, краевое, областное радио | 4,3 | 13,6 | 9,0 |
| Республиканские, краевые, областные газеты | 3,7 | 9,2 | 9,9 |
| Муниципальное (городское, районное) телевидение | 9,1 | 12,1 | 12,5 |
| Муниципальное (городское, районное) радио | 3,3 | 8,5 | 9,5 |
| Муниципальные (городские, районные) газеты | 3,8 | 8,3 | 7,7 |
| Интернет | 43,7 | 40,8 | 36,7 |
| Реклама | 7,5 | 8,2 | 9,3 |
| Не ответили | 9,1 | 1,6 | 11,1 |

Основной источник информации в регионах о российских, национальных, зарубежных культурных событиях – федеральное (центральное) телевидение и Интернет, в национальных республиках дополнительно – федеральные пресса и радио, а также республиканское телевидение (см. табл. 65-67).

Таблица 65

Источники, из которых население разных регионов черпает информацию об интересующих его *российских* культурных событиях, %

| Средства массовой информации | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Федеральное (центральное) телевидение | 59,9 | 76,4 | 73,0 | 85,2 | 69,4 | 78,3 | 73,2 |
| Федеральное (центральное) радио | 31,4 | 20,1 | 20,3 | 25,3 | 18,5 | 37,4 | 33,7 |
| Федеральные (центральные) газеты | 24,9 | 24,2 | 17,2 | 23,6 | 15,8 | 17,1 | 42,7 |
| Республиканское, краевое, областное телевидение | 17,3 | 23,8 | 29,7 | 20,5 | 16,4 | 24,1 | 35,8 |
| Республиканское, краевое, областное радио | 16,2 | 11,6 | 14,8 | 12,7 | 10,3 | 12,2 | 20,7 |
| Республиканские, краевые, областные газеты | 9,4 | 14,1 | 9,4 | 6,1 | 3,3 | 6,4 | 13,4 |
| Муниципальное (городское, районное) телевидение | 14,1 | 13,7 | 12,1 | 5,7 | 12,4 | 13,6 | 10,2 |
| Муниципальное (городское, районное) радио | 8,7 | 6,8 | 4,7 | 2,6 | 5,8 | 24,1 | 2,8 |
| Муниципальные (городские, районные) газеты | 7,9 | 12,8 | 8,2 | 7,9 | 5,5 | 6,4 | 6,1 |
| Интернет | 45,5 | 43,5 | 35,9 | 42,4 | 34,8 | 41,2 | 41,1 |
| Реклама | 13,7 | 9,9 | 7,4 | 6,1 | 5,5 | 4,6 | 10,2 |

Таблица 66

Источники, из которых население разных регионов черпает информацию об интересующих его *национальных* культурных событиях, %

| Средства массовой информации | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Федеральное (центральное) телевидение | 44,4 | 55,1 | 44,1 | 72,5 | 51,8 | 62,9 | 31,3 |
| Федеральное (центральное) радио | 13,7 | 9,5 | 7,0 | 16,6 | 3,9 | 8,1 | 19,5 |
| Федеральные (центральные) газеты | 17,3 | 11,2 | 7,4 | 16,2 | 2,7 | 5,8 | 20,3 |
| Республиканское, краевое, областное телевидение | 15,5 | 17,6 | 12,9 | 14,4 | 13,9 | 13,6 | 55,7 |
| Республиканское, краевое, областное радио | 9,7 | 5,6 | 3,5 | 4,4 | 5,8 | 7,8 | 30,9 |
| Республиканские, краевые, областные газеты | 9,7 | 8,5 | 4,7 | 6,1 | 6,1 | 5,8 | 32,9 |
| Муниципальное (городское, районное) телевидение | 17,3 | 9,5 | 7,4 | 3,1 | 8,8 | 14,2 | 30,1 |
| Муниципальное (городское, районное) радио | 10,1 | 5,8 | 2,0 | 3,9 | 2,4 | 25,8 | 15,9 |
| Муниципальные (городские, районные) газеты | 8,7 | 8,3 | 3,5 | 5,7 | 3,0 | 8,7 | 16,7 |
| Интернет | 44,4 | 40,8 | 30,5 | 32,3 | 34,2 | 38,6 | 30,1 |
| Реклама | 13,4 | 7,7 | 5,9 | 2,6 | 3,0 | 22,0 | 8,1 |

Источники, из которых население регионов черпает информацию об интересующих его *зарубежных* культурных событиях, %

| Средства массовой информации | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Федеральное (центральное) телевидение | 71,8 | 69,8 | 55,5 | 78,2 | 60,9 | 74,5 | 61,0 |
| Федеральное (центральное) радио | 13,7 | 16,2 | 8,2 | 17,0 | 7,6 | 30,7 | 22,4 |
| Федеральные (центральные) газеты | 14,8 | 14,7 | 9,0 | 18,3 | 7,0 | 29,6 | 27,2 |
| Республиканское, краевое, областное телевидение | 4,7 | 11,0 | 12,9 | 6,1 | 10,0 | 9,0 | 16,3 |
| Республиканское, краевое, областное радио | 4,7 | 5,2 | 1,6 | 3,5 | 4,2 | 2,9 | 7,7 |
| Республиканские, краевые, областные газеты | 2,9 | 7,0 | 3,1 | 3,5 | 1,5 | 1,4 | 4,5 |
| Муниципальное (городское, районное) телевидение | 11,9 | 4,8 | 5,1 | 2,6 | 5,8 | 24,1 | 8,5 |
| Муниципальное (городское, районное) радио | 9,4 | 4,3 | 0,8 | 1,7 | 1,5 | 2,9 | 1,6 |
| Муниципальные (городские, районные) газеты | 9,0 | 5,8 | 2,0 | 2,6 | 0,9 | 0,9 | 4,5 |
| Интернет | 48,7 | 49,5 | 38,3 | 36,2 | 37,0 | 43,5 | 47,6 |
| Реклама | 11,9 | 7,4 | 9,4 | 3,9 | 3,0 | 4,9 | 13,0 |

Две трети (64,4%) респондентов указали, что им достаточно освещаемой в СМИ информации, чтобы выбрать интересующую их форму проведения культурного досуга. Еще 25,3% указали, что этой информации им не совсем достаточно и 10,3% – недостаточно, то есть, это *неудовлетворенная вещаемой информацией о культуре «десятая» часть населения.*

Не удовлетворены уровнем информирования по вопросам культуры прежде всего представители старшего поколения, по всей видимости потому, что они реже, чем молодое и среднее поколение обращаются к Интернету, который дополняет недостающую в традиционных СМИ информацию (см. рис. 26). Только в Сибири и на Дальнем Востоке относительно велика (25,5%) доля респондентов, не удовлетворенных информацией СМИ о культурных событиях, (см. табл. 27).

Рисунок 26

Мнение представителей различных возрастных групп о том, достаточно ли вещаемой СМИ информации для того, чтобы выбрать интересующую их форму проведения культурного досуга, %

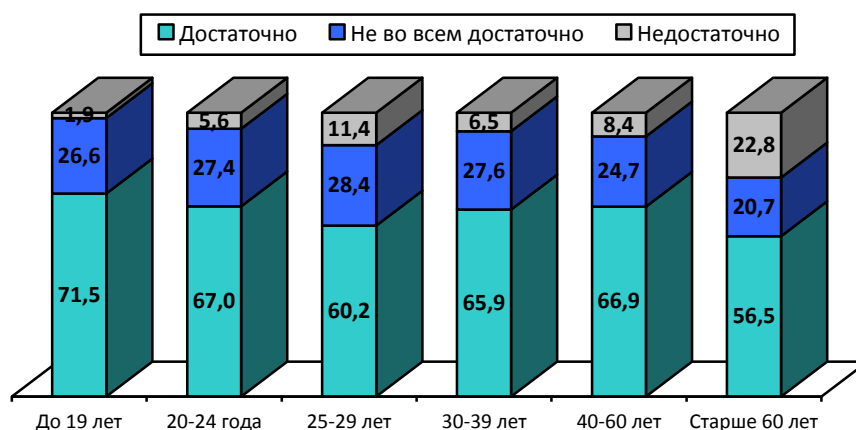
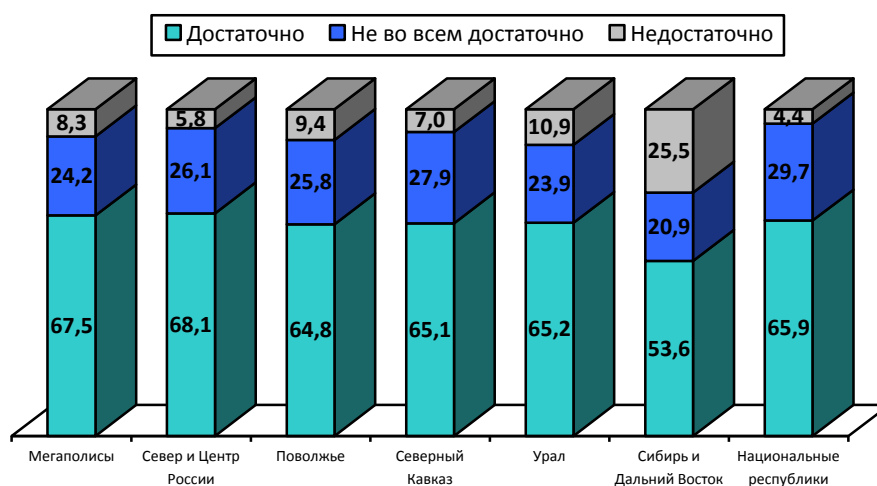


Рисунок 27

Мнение представителей различных регионов о том, достаточно ли вещаемой СМИ информации для того, чтобы выбрать интересующую их форму проведения культурного досуга, %



13. Платежеспособный спрос в области культуры

Сегодня 33% (не менее 39,4 млн. человек) населения в возрасте 16 лет и старше планируют в личном бюджете средства на культуру, однако среди них планируют регулярно только 7,1% (8,5 млн. человек). Еще 33,8% (40,3 млн. человек) тратят на культуру спонтанно, 20% (23,9 млн. человек) не имеют возможности тратить на культуру и 13,2% (15,6 млн. человек) не видят в этом необходимости.

Планирование населением средств на культуру начинает интенсивно снижаться с возраста 40 лет, из-за снижения платежеспособности (см. табл. 68, эта зависимость также видна по данным в табл. 69). Наиболее низка доля населения, планирующего расходы на культуру, в Поволжье, в Сибири и на Дальнем Востоке, наиболее велика – в национальных республиках и в мегаполисах (см. табл. 70).

Таблица 68

Доля представителей различных возрастных групп, планирующих или не планирующих в семейном / личном бюджете траты на культуру, %

| Планирование трат на культуру | Возрастные группы | | | | | |
|---|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Планируют в своем семейном / личном бюджете регулярно | 10,8 | 8,0 | 9,0 | 9,4 | 6,2 | 3,5 |
| Планируют иногда | 29,7 | 33,0 | 32,2 | 31,5 | 23,5 | 16,0 |
| Не планируют, тратят спонтанно | 42,4 | 37,7 | 31,8 | 36,1 | 36,0 | 23,5 |
| Нет возможности тратить на культуру | 8,2 | 16,0 | 16,1 | 14,7 | 21,0 | 32,2 |
| Не видят необходимости тратить на культуру | 8,9 | 5,3 | 10,9 | 8,3 | 13,3 | 24,8 |
| Итого планируют | 40,5 | 41,0 | 41,2 | 40,9 | 29,7 | 19,5 |

Таблица 69

Доля респондентов, планирующих или не планирующих в семейном / личном бюджете траты на культуру в зависимости от своего уровня материальной обеспеченности, %

| Планирование трат на культуру | Уровень материальной обеспеченности | | | |
|---|---|--|--|---|
| | Высокое благосостояние, могут себе позволить любые крупные расходы (квартира, дом, машина...) | Живут в достатке, могут себе позволить покупку холодильника, музыкального центра..., но не более | Хватает в основном на еду и одежду, в остальном приходится экономить | Еле сводят концы с концами, живут от зарплаты до зарплаты (бедно) |
| Планируют в своем семейном / личном бюджете регулярно | 13,6 | 11,1 | 5,2 | 1,1 |
| Планируют иногда | 36,4 | 30,0 | 24,2 | 15,4 |
| Не планируют, тратят спонтанно | 43,9 | 41,1 | 30,8 | 23,4 |
| Нет возможности тратить на культуру | 3,0 | 9,2 | 23,3 | 46,3 |
| Не видят необходимости тратить на культуру | 3,1 | 8,6 | 16,5 | 13,8 |
| Итого планируют | 50,0 | 41,1 | 29,4 | 16,5 |

**Доля респондентов в разных регионах, планирующих или не планирующих
в семейном / личном бюджете траты на культуру, %**

| Планирование трат на культуру | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Планируют в своем семейном / личном бюджете регулярно | 10,1 | 10,1 | 2,7 | 4,4 | 6,7 | 4,1 | 9,8 |
| Планируют иногда | 28,9 | 26,3 | 23,0 | 25,8 | 28,2 | 19,1 | 31,3 |
| Не планируют, тратят спонтанно | 32,9 | 32,3 | 34,8 | 49,8 | 29,1 | 33,0 | 29,7 |
| Нет возможности тратить на культуру | 18,1 | 25,7 | 19,1 | 15,3 | 18,8 | 16,8 | 21,5 |
| Не видят необходимости тратить на культуру | 10,0 | 5,6 | 20,4 | 4,7 | 17,2 | 27,0 | 7,7 |
| Итого планируют | 39,0 | 36,4 | 25,7 | 30,2 | 34,9 | 23,2 | 41,1 |

Мала доля планирующих расходы на культуру среди рабочих предприятий, пенсионеров, жителей села, учащихся учреждений НПО (см. табл. 71).

И время, и средства, и доступ (транспорт, наличие культурных учреждений) для организации своего культурного досуга имеется у 20,5% респондентов (24,5 млн. человек); есть и время, и средства, но нет доступа (из-за транспорта, отсутствия культурных учреждений и т.д.) – у 14,3% респондентов (17 млн. человек); есть и время, и доступ, но нет средств – у 38,2% респондентов (45,6 млн. человек); есть и средства, и доступ, но нет времени – у 24,7% (29,5 млн. человек). Затруднились ответить 2,3%. Таким образом, по разным причинам, в том числе отсутствия средств, *лишь пятая часть населения в возрасте 16 лет и старше имеет возможность полноценно организовать свой культурный досуг.*

Наличие возможности культурного проведения досуга уменьшается по мере снижения уровня урбанизированности поселений (см. табл. 73), а также у населения старше 40 лет (см. табл. 72), с низким материальным достатком (см. табл. 74).

Возможность культурного проведения досуга имеется прежде всего у учащейся молодежи и у инженеров производства (см. табл. 75).

**Доля представителей различных социально-профессиональных групп, планирующих или не планирующих
в семейном / личном бюджете траты на культуру, %**

| Планирование трат на культуру | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Планируют в своем семейном / личном бюджете регулярно | 5,5 | 17,1 | 6,9 | 12,9 | 13,9 | 6,1 | 14,9 | 11,4 | 3,8 | 3,5 | 9,7 | 13,0 | 5,1 |
| Планируют иногда | 23,8 | 28,0 | 29,9 | 28,2 | 33,7 | 36,4 | 29,7 | 31,1 | 18,1 | 24,3 | 35,5 | 13,0 | 30,8 |
| Не планируют, тратят спонтанно | 36,2 | 36,6 | 29,4 | 40,0 | 36,9 | 34,3 | 36,5 | 44,7 | 25,8 | 32,5 | 41,9 | 56,5 | 41,0 |
| Нет возможности тратить на культуру | 17,0 | 12,2 | 21,1 | 16,5 | 10,2 | 16,2 | 8,1 | 11,4 | 28,4 | 28,0 | 0,0 | 8,7 | 12,8 |
| Не видят необходимости тратить на культуру | 17,5 | 6,1 | 12,7 | 2,4 | 5,3 | 7,0 | 10,8 | 1,4 | 23,9 | 11,7 | 12,9 | 8,8 | 10,3 |
| Итого планируют | 29,3 | 45,1 | 36,8 | 41,1 | 47,6 | 42,5 | 44,6 | 42,5 | 21,9 | 27,8 | 45,2 | 26,0 | 35,9 |

Таблица 72

Наличие у представителей различных возрастных групп возможности организации своего культурного досуга, %

| Наличие возможности | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Есть и время, и средства, и доступ (транспорт, наличие культурных учреждений) | 32,9 | 32,5 | 28,0 | 22,8 | 17,0 | 9,9 |
| Есть и время, и средства, но нет доступа (из-за транспорта, отсутствия культурных учреждений и т.д.) | 13,3 | 12,7 | 12,8 | 14,7 | 16,3 | 12,5 |
| Есть и время, и доступ, но нет средств | 30,4 | 34,9 | 25,1 | 31,1 | 35,5 | 61,4 |
| Есть и средства, и доступ, но нет времени | 22,2 | 19,3 | 30,3 | 29,5 | 29,3 | 12,5 |
| Затруднились ответить | 1,2 | 0,6 | 3,8 | 1,9 | 1,9 | 3,7 |

Таблица 73

Наличие у жителей поселений разного типа возможности организации своего культурного досуга, %

| Наличие возможности | Тип поселения | | | | |
|--|---------------|---|----------------|-------------------------|---------------|
| | Мегаполис | Областной, краевой, республиканский центр | Районный центр | Поселок городского типа | Село, деревня |
| Есть и время, и средства, и доступ (транспорт, наличие культурных учреждений) | 28,2 | 29,8 | 14,6 | 16,8 | 13,4 |
| Есть и время, и средства, но нет доступа (из-за транспорта, отсутствия культурных учреждений и т.д.) | 3,4 | 7,3 | 15,2 | 23,0 | 25,2 |
| Есть и время, и доступ, но нет средств | 32,4 | 40,2 | 41,5 | 32,7 | 35,3 |
| Есть и средства, и доступ, но нет времени | 32,8 | 21,3 | 26,6 | 23,0 | 23,5 |
| Затруднились ответить | 3,2 | 1,4 | 2,1 | 4,5 | 2,6 |

Таблица 74

Наличие у респондентов, имеющих различный уровень благосостояния, возможности организации своего культурного досуга, %

| Наличие возможности | Уровень материального благосостояния | | | |
|--|---|--|--|---|
| | Высокое благосостояние, могут себе позволить любые крупные расходы (квартира, дом, машина...) | Живут в достатке, могут себе позволить покупку холодильника, музыкального центра..., но не более | Хватает в основном на еду и одежду, в остальном приходится экономить | Еле сводят концы с концами, живут от зарплаты до зарплаты (бедно) |
| Есть и время, и средства, и доступ (транспорт, наличие культурных учреждений) | 40,9 | 32,6 | 14,2 | 4,0 |
| Есть и время, и средства, но нет доступа (из-за транспорта, отсутствия культурных учреждений и т.д.) | 16,7 | 14,8 | 14,7 | 10,3 |
| Есть и время, и доступ, но нет средств | 10,6 | 17,5 | 48,1 | 69,1 |
| Есть и средства, и доступ, но нет времени | 31,8 | 33,6 | 20,6 | 11,4 |
| Затруднились ответить | 0,0 | 1,5 | 2,4 | 5,2 |

Таблица 75

Наличие у представителей различных социально-профессиональных групп возможности организации своего культурного досуга, %

| Наличие возможности | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|---------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Есть и время, и средства, и доступ (транспорт, наличие культурных учреждений) | 23,3 | 35,4 | 20,6 | 29,4 | 26,2 | 25,3 | 21,6 | 37,1 | 10,1 | 11,7 | 38,7 | 43,5 | 33,3 |
| Есть и время, и средства, но нет доступа (из-за транспорта, отсутствия культурных учреждений и т.д.) | 10,7 | 14,6 | 13,7 | 8,2 | 13,9 | 8,1 | 6,8 | 9,1 | 11,5 | 26,7 | 12,9 | 4,3 | 7,7 |
| Есть и время, и доступ, но нет средств | 31,5 | 20,7 | 38,7 | 31,8 | 25,1 | 36,4 | 29,7 | 31,1 | 62,2 | 35,5 | 22,6 | 43,5 | 33,3 |
| Есть и средства, и доступ, но нет времени | 31,5 | 29,3 | 24,5 | 29,4 | 34,2 | 28,3 | 40,5 | 22,0 | 13,1 | 23,0 | 25,8 | 8,7 | 23,1 |
| Затруднились ответить | 3,0 | 0,0 | 2,5 | 1,2 | 0,6 | 1,9 | 1,4 | 0,7 | 3,1 | 3,1 | 0,0 | 0,0 | 2,6 |

14. Представления населения о социальном значении культуры

Есть несколько аспектов, предопределяющих установки людей относительно культуры. Прежде всего – это нормы, интеръированные в результате социализации в ценности и традиции и составляющие основу «духовной экологии» личности; далее, подсознательно усвоенные нормы, сформированные в массовом сознании СМИ во время непосредственного и «фонового» усвоения информации; также нормы референтных групп, соблюдаемые личностью при выполнении им ролевых функций; наконец, генетический уровень, заключающийся в потребности самовыражения, то есть материального оформления своих потребностей, менталитета. Такое сложное сочетание механизма культурного самовыражения личностью не осознается, поэтому роль культуры она осознает во многом интуитивно, формируя о ней свой образ. На этом основании правомерно утверждать, что суждения личности о культуре всегда субъективны (наподобие поговорки: «*На вкус и цвет товарища нет*»). Это не меняет того факта, что субъективные установки личности лежат в основе мотивации его поведения, в том числе приобщения к культуре и формирования своего культурного облика.

Для чего нужна человеку культура? В представлениях респондентов – для многого, в частности, она:

- 41,2 – Позволяет выстраивать правильную картину мира (*формирование мировоззрения*)
- 39,7 – Позволяет отвлечься от текущих забот и проблем (*рекреация психологического равновесия*)
- 39,5 – Дает возможность общаться с приятными людьми (*самоутверждение в референтной группе*)
- 39,0 – Позволяет получить эстетическое удовлетворение от культурных событий (*рекреация эмоционального равновесия*)
- 38,5 – Создает возможности для правильного воспитания детей (*воспроизводство социальных отношений через традиции*)
- 31,4 – Дает возможность реализовать свой творческий потенциал (*предметное оформление духовных потребностей*)
- 27,5 – Позволяет глубже понимать современные социальные и экономические проблемы (*повышение образовательного уровня*)
- 19,1 – Позволяет повысить свою профессиональную конкурентоспособность (*формирование культуры труда*)

С позиции принципов рынка, приоритетным должно быть формирование культуры труда, так как от этого зависит характер (культура) всех иных отношений.

Аналогично приведенному распределяют виды пользы от культуры представители различных возрастных и социально-профессиональных групп (см. табл. 76 и 77).

Таки образом, населения выделяет пять важных функций культуры: прежде всего мировоззренческую; далее, рекреационную (чем и объясняется стремление читать детективы, приключения, книги о шпионах, смотреть боевики...); потом – нравственно-духовную для воспитания молодого поколения, включая обретение новых знаний; нако-

нец, функции художественного творчества (самовыражения) и формирования культуры труда.

Таблица 76

Мнение представителей различных возрастных групп о том, что может дать человеку культура, %

| Что может дать человеку культура | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Позволяет выстраивать правильную картину мира <i>формирование мировоззрения</i> | 46,2 | 49,1 | 39,8 | 37,4 | 35,7 | 49,9 |
| Позволяет повысить свою профессиональную конкурентоспособность <i>формирование культуры труда</i> | 26,6 | 25,5 | 19,4 | 20,8 | 18,7 | 12,0 |
| Дает возможность общаться с приятными людьми <i>самоутверждение в референтной группе</i> | 42,4 | 40,1 | 37,4 | 35,7 | 36,9 | 47,1 |
| Дает возможность реализовать свой творческий потенциал <i>предметное оформление духовных потребностей</i> | 45,6 | 46,2 | 38,9 | 34,6 | 25,6 | 21,4 |
| Позволяет глубже понимать современные социальные и экономические проблемы <i>повышение образовательного уровня</i> | 30,4 | 28,8 | 26,1 | 27,1 | 29,7 | 23,3 |
| Позволяет получить эстетическое удовлетворение от культурных событий <i>рекреация эмоционального равновесия</i> | 38,0 | 35,4 | 37,0 | 33,7 | 36,1 | 53,2 |
| Позволяет отвлечься от текущих забот и проблем <i>рекреация психологического равновесия</i> | 40,5 | 37,7 | 41,7 | 35,0 | 44,9 | 35,5 |
| Создает возможности для правильного воспитания детей | 29,7 | 33,0 | 39,8 | 44,0 | 41,9 | 32,0 |

Мнение представителей различных социально-профессиональных групп о том, что может дать человеку культура, %

| Что может дать человеку культура | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Позволяет выстраивать правильную картину мира | 32,9 | 41,5 | 37,3 | 48,2 | 58,3 | 46,5 | 35,1 | 55,3 | 50,0 | 28,0 | 54,8 | 47,8 | 35,9 |
| Позволяет повысить свою профессиональную конкурентоспособность | 14,5 | 20,7 | 17,6 | 29,4 | 33,7 | 23,2 | 27,0 | 31,8 | 11,7 | 16,6 | 19,4 | 30,4 | 10,3 |
| Дает возможность общаться с приятными людьми | 31,8 | 36,6 | 31,4 | 41,2 | 43,3 | 47,5 | 23,0 | 37,9 | 48,1 | 40,2 | 41,9 | 43,5 | 41,0 |
| Дает возможность реализовать свой творческий потенциал | 25,5 | 35,4 | 28,9 | 45,9 | 36,9 | 31,3 | 37,8 | 47,7 | 20,2 | 34,2 | 45,2 | 34,8 | 41,0 |
| Позволяет глубже понимать современные социальные и экономические проблемы | 24,4 | 31,7 | 25,5 | 31,8 | 36,9 | 27,3 | 33,8 | 33,3 | 21,8 | 28,9 | 29,0 | 21,7 | 23,1 |
| Позволяет получить эстетическое удовлетворение от культурных событий | 28,2 | 35,4 | 31,4 | 37,6 | 40,6 | 45,5 | 39,2 | 43,2 | 50,9 | 37,5 | 45,2 | 39,1 | 35,9 |
| Позволяет отвлечься от текущих забот и проблем | 45,5 | 34,1 | 47,5 | 30,6 | 34,8 | 41,4 | 39,2 | 33,3 | 35,4 | 41,1 | 38,7 | 39,1 | 51,3 |
| Создает возможности для правильного воспитания детей | 40,8 | 43,9 | 41,2 | 43,5 | 44,4 | 40,4 | 43,2 | 31,1 | 34,0 | 39,3 | 25,8 | 17,4 | 25,6 |

В целом 69,5% респондентов считают, что степень успешности человека зависит от уровня его общего культурного развития, однако среди них 37,4% считают, что зависит в невысокой степени. По мнению 16,4% респондентов – не зависит, 5,9% (7 млн. человек) считают, что культурный человек сегодня – скорее недостаток для карьеры, чем преимущество. Итого не видят пользы в культуре для успешности человека 22,3% респондентов в возрасте 16 лет и старше, а если к ним прибавить 8,2% затруднившихся ответить, то получится 30,5% (36,4 млн. человек). Огромное поле для культурного просвещения, о чем также свидетельствуют даны в табл. 78 и 79. Наибольшие скептики – рабочие промышленных предприятий (42,4%) и работники сферы услуг без высшего образования (38,2%), наибольшие оптимисты – служащие и студенты (см. табл. 79).

Таблица 78

Мнение представителей различных возрастных групп о том, зависит ли сейчас степень успешности человека от уровня его общего культурного развития, %

| Мнение | Возрастные группы | | | | | |
|---|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Зависит в высокой степени | 29,7 | 35,8 | 32,7 | 25,8 | 27,0 | 46,4 |
| Зависит, но в невысокой степени | 47,5 | 40,6 | 42,7 | 41,4 | 38,1 | 24,0 |
| Не зависит | 12,7 | 11,8 | 12,8 | 18,6 | 20,8 | 12,0 |
| Культурный человек сегодня – скорее недостаток для карьеры, чем преимущество | 3,2 | 1,9 | 3,3 | 6,6 | 6,5 | 8,2 |
| Затруднились ответить | 6,9 | 9,9 | 8,5 | 7,6 | 7,6 | 9,4 |
| <i>Итого относящие скептически или неопределенно к позитивной роли культуры в карьере человека</i> | 22,8 | 23,6 | 24,6 | 32,8 | 34,9 | 29,6 |

Мнение представителей различных социально-профессиональных групп о том, зависит ли сейчас степень успешности человека от уровня его общего культурного развития, %

| Мнение | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Зависит в высокой степени | 21,4 | 29,3 | 29,9 | 22,4 | 40,6 | 32,3 | 29,7 | 35,6 | 46,0 | 26,0 | 48,4 | 30,4 | 28,2 |
| Зависит, но в невысокой степени | 36,2 | 41,5 | 31,9 | 52,9 | 41,2 | 49,5 | 41,9 | 47,0 | 23,5 | 42,8 | 25,8 | 43,5 | 41,0 |
| Не зависит | 26,6 | 18,3 | 25,0 | 15,3 | 13,4 | 6,1 | 16,2 | 6,8 | 13,1 | 14,3 | 19,4 | 8,7 | 10,3 |
| Культурный человек сегодня – скорее недостаток для карьеры, чем преимущество | 5,5 | 8,5 | 3,9 | 4,7 | 2,1 | 8,1 | 5,4 | 2,3 | 8,2 | 7,3 | 3,2 | 0,0 | 5,1 |
| Затруднились ответить | 10,3 | 2,4 | 9,3 | 4,7 | 2,7 | 4,0 | 6,8 | 8,3 | 9,2 | 9,6 | 3,2 | 17,4 | 15,4 |
| Итого относящиеся скептически или неопределенно к позитивной роли культуры в карьере человека | 42,4 | 29,2 | 38,2 | 24,7 | 18,2 | 18,2 | 28,4 | 17,4 | 30,5 | 31,2 | 25,8 | 26,1 | 30,8 |

По мнению 25,5% респондентов, роль культуры в современном мире возрастает, по мнению 23,7% – не меняется, оставаясь высокой и 25,7% – не меняется, оставаясь низкой. По мнению 23,8% – снижается (1,3% затруднились ответить). Это не экспертные оценки и степень их субъективности высока, однако как индикатор, высказанные позиции отображают степень притягательности культуры для людей, то есть исходя из приведенных данных можно предположить, что сегодня 49,3% населения воспринимает созидательную роль мировой культуры в обществе с оптимизмом, а 49,5% – с пессимизмом. Общий вывод: *общественное мнение россиян по вопросу о роли культуры в современном мире расколото*, то есть так же, как в правовом, историческом и иных формах массового сознания (см. в предыдущих разделах), *консолидации культурного сознания россиян не наблюдается*.

Это раздвоение культурного сознания населения наглядно следует из позиции представителей различных возрастных и социально-профессиональных групп (см. последние две строки в табл. 80 и 81).

Таблица 80

Мнение представителей различных возрастных групп о том, как меняется роль культуры в современном мире, %

| Мнение | Возрастные группы | | | | | |
|---------------------------------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Возрастает | 29,1 | 24,1 | 28,9 | 22,8 | 20,5 | 35,1 |
| Не меняется, оставаясь высокой | 29,1 | 24,5 | 28,4 | 26,7 | 24,6 | 14,4 |
| Не меняется, оставаясь низкой | 17,7 | 25,5 | 18,5 | 24,9 | 29,9 | 26,1 |
| Снижается | 24,1 | 24,1 | 23,2 | 24,1 | 24,0 | 23,3 |
| Затруднились ответить | 0,0 | 1,8 | 1,0 | 1,5 | 1,0 | 1,1 |
| Итого оптимистическая позиция | 58,2 | 48,6 | 57,3 | 49,5 | 45,1 | 49,5 |
| Итого пессимистическая позиция | 41,8 | 49,6 | 41,7 | 49,0 | 53,9 | 49,4 |

Мнение представителей различных социально-профессиональных групп о том, как меняется роль культуры в современном мире, %

| Мнение | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Возрастает | 16,7 | 29,3 | 23,5 | 18,8 | 32,1 | 27,3 | 32,4 | 25,8 | 34,7 | 20,3 | 29,0 | 30,4 | 30,8 |
| Не меняется, оставаясь высокой | 29,3 | 22,0 | 22,5 | 18,8 | 23,5 | 23,2 | 31,1 | 28,8 | 14,6 | 26,3 | 35,5 | 21,7 | 25,6 |
| Не меняется, оставаясь низкой | 25,8 | 24,4 | 27,9 | 32,9 | 23,0 | 30,3 | 25,7 | 18,9 | 26,5 | 26,5 | 16,1 | 17,4 | 20,5 |
| Снижается | 25,8 | 23,2 | 25,0 | 29,4 | 20,9 | 19,2 | 10,8 | 24,2 | 22,8 | 26,0 | 19,4 | 30,4 | 23,1 |
| Затруднились ответить | 2,4 | 1,1 | 1,1 | 0,1 | 0,5 | 0,0 | 0,0 | 2,3 | 1,4 | 0,9 | 0,0 | 0,1 | 0,0 |
| Итого оптимистическая позиция | 46,0 | 51,3 | 46,0 | 37,6 | 55,6 | 50,5 | 63,5 | 54,6 | 49,3 | 46,6 | 64,5 | 52,1 | 56,4 |
| Итого пессимистическая позиция | 51,6 | 47,6 | 52,9 | 62,3 | 43,9 | 49,5 | 36,5 | 43,1 | 49,3 | 52,5 | 35,5 | 47,8 | 43,6 |

Что касается изменения роли и места российской культуры среди мировых культур в нынешнем веке, по мнению 14,8% респондентов эта роль возрастает, а по мнению 31% – остается неизменной, сохраняя важную роль, итого 45,8% *оптимистично* оценивающих роль и место российской культуры среди мировых культур. По мнению 15,2% респондентов роль и место российской культуры среди мировых культур остается неизменной, сохраняя незначительную роль, а 18,1% считают, что эта роль уменьшается, то есть всего 33,3% оценивающих роль и место российской культуры среди мировых культур *пессимистично* (20,9% затруднились ответить). Налицо почти такой же раскол массового культурного сознания, как и в случае мнения о культуре в современном мире, о чем свидетельствуют также данные в последних двух строках табл. 82 и 83.

Таблица 82

Мнение представителей различных возрастных групп о том, как изменяются роль и место российской культуры среди мировых культур в нынешнем веке, %

| Мнение | Возрастные группы | | | | | |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Возрастает | 14,6 | 17,9 | 20,4 | 15,8 | 12,2 | 13,9 |
| Остается неизменной, сохраняя важную роль | 38,0 | 23,6 | 30,3 | 31,1 | 28,1 | 37,2 |
| Остается неизменной, сохраняя незначительную роль | 14,6 | 12,3 | 16,1 | 14,9 | 17,4 | 13,2 |
| Уменьшается | 15,2 | 20,8 | 14,7 | 19,7 | 18,5 | 17,4 |
| Затруднились ответить | 17,6 | 25,4 | 18,5 | 18,5 | 23,8 | 18,3 |
| <i>Итого оптимистическая позиция</i> | <i>52,6</i> | <i>41,5</i> | <i>50,7</i> | <i>46,9</i> | <i>40,3</i> | <i>51,1</i> |
| <i>Итого пессимистическая позиция</i> | <i>29,8</i> | <i>33,1</i> | <i>30,8</i> | <i>34,6</i> | <i>35,9</i> | <i>30,6</i> |

Мнение представителей различных социально-профессиональных групп о том, как изменяются роль и место российской культуры среди мировых культур в нынешнем веке, %

| Как изменяются роль и место российской культуры среди мировых культур в нынешнем веке | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Возрастает | 10,4 | 19,5 | 17,2 | 17,6 | 16,0 | 16,2 | 18,9 | 16,7 | 13,4 | 14,8 | 9,7 | 4,3 | 28,2 |
| Остается неизменной, сохраняя важную роль | 26,8 | 30,5 | 24,0 | 22,4 | 36,4 | 33,3 | 36,5 | 32,6 | 36,2 | 28,9 | 41,9 | 34,8 | 33,3 |
| Остается неизменной, сохраняя незначительную роль | 14,5 | 17,1 | 12,7 | 20,0 | 17,6 | 16,2 | 13,5 | 10,6 | 15,3 | 15,7 | 12,9 | 21,7 | 17,9 |
| Уменьшается | 22,2 | 19,5 | 17,6 | 30,6 | 19,8 | 20,2 | 20,3 | 16,7 | 17,1 | 13,7 | 16,1 | 8,7 | 10,3 |
| Затруднились ответить | 26,1 | 13,4 | 28,5 | 9,4 | 10,2 | 14,1 | 10,8 | 23,4 | 18,0 | 26,9 | 19,4 | 30,5 | 10,3 |
| Итого оптимистическая позиция | 37,2 | 50,0 | 41,2 | 40,0 | 52,4 | 49,5 | 55,4 | 49,3 | 49,6 | 43,7 | 51,6 | 39,1 | 61,5 |
| Итого пессимистическая позиция | 36,7 | 36,6 | 30,3 | 50,6 | 37,4 | 36,4 | 33,8 | 27,3 | 32,4 | 29,4 | 29,0 | 30,4 | 28,2 |

По мнению 84,6% респондентов для обеспечения конкурентоспособного развития России нужно повышать культурный уровень ее граждан, в том числе, по мнению 43,2% потому, что сегодня возможность развития страны непосредственно определяется уровнем культуры ее граждан, а по мнению 41,4% потому, что повышение уровня культуры граждан страны будет способствовать развитию государства, хотя это не главный фактор. Не велика доля тех – 6,6% – кто считает, что культурный уровень граждан играет второстепенную роль в развитии страны, еще меньше – 2% – тех, кто считает, что развитие страны никак не зависит от культурного уровня ее граждан (6,8% затруднились ответить).

Такая позитивная установка абсолютного большинства граждан по поводу целесообразности повышения культурного уровня населения характерна для представителей всех регионов, всех возрастных и социально-профессиональных групп (см. последнюю строку в табл. 84-86).

Таблица 84

Мнение представителей различных возрастных групп о том, нужно ли для обеспечения конкурентоспособного развития России повышать культурный уровень ее граждан, %

| Мнение | Возрастные группы | | | | | |
|---|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Нужно, так как сегодня возможность развития страны непосредственно определяется уровнем культуры ее граждан | 47,5 | 45,3 | 43,1 | 41,1 | 41,8 | 45,2 |
| Повышение уровня культуры граждан страны будет способствовать ее развитию, но это не главный фактор | 38,0 | 40,1 | 40,3 | 40,9 | 42,2 | 42,8 |
| Культурный уровень граждан играет второстепенную роль в развитии страны | 5,1 | 5,2 | 9,0 | 8,1 | 7,3 | 3,8 |
| Развитие страны никак не зависит от культурного уровня ее граждан | 1,3 | 2,4 | 0,9 | 2,4 | 1,5 | 2,8 |
| Затруднились ответить | 8,1 | 7,0 | 6,7 | 7,5 | 7,2 | 5,4 |
| Итого считают важным повышение культурного уровня граждан | 85,5 | 85,4 | 83,4 | 82,0 | 84,0 | 88,0 |

Мнение респондентов в различных регионах о том, нужно ли для обеспечения конкурентоспособного развития России повышать культурный уровень ее граждан, %

| Мнение | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Нужно, так как сегодня возможность развития страны непосредственно определяется уровнем культуры ее граждан | 37,9 | 45,3 | 36,3 | 52,8 | 38,8 | 34,2 | 61,4 |
| Повышение уровня культуры граждан страны будет способствовать ее развитию, но это не главный фактор | 38,6 | 43,3 | 50,0 | 36,2 | 42,7 | 45,8 | 28,0 |
| Культурный уровень граждан играет второстепенную роль в развитии страны | 9,7 | 4,8 | 7,0 | 4,8 | 6,4 | 10,4 | 2,8 |
| Развитие страны никак не зависит от культурного уровня ее граждан | 5,8 | 1,4 | 1,6 | 0,4 | 0,0 | 3,2 | 1,6 |
| Затруднились ответить | 8,0 | 5,2 | 5,1 | 5,8 | 12,1 | 6,4 | 6,2 |
| <i>Итого считают важным повышение культурного уровня граждан</i> | 76,5 | 88,6 | 86,3 | 89,0 | 81,5 | 80,0 | 89,4 |

Мнение представителей различных социально-профессиональных групп о том, нужно ли для обеспечения конкурентоспособного развития России повышать культурный уровень ее граждан, %

| Мнение | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Нужно, так как сегодня возможность развития страны непосредственно определяется уровнем культуры ее граждан | 37,9 | 46,3 | 43,1 | 38,8 | 50,3 | 50,5 | 54,1 | 54,5 | 45,8 | 38,0 | 48,4 | 39,1 | 48,7 |
| Повышение уровня культуры граждан страны будет способствовать ее развитию, но это не главный фактор | 38,6 | 45,1 | 32,8 | 50,6 | 41,2 | 42,4 | 36,5 | 38,6 | 43,4 | 43,0 | 35,5 | 39,1 | 33,3 |
| Культурный уровень граждан играет второстепенную роль в развитии страны | 9,7 | 1,2 | 12,7 | 7,1 | 5,3 | 4,0 | 2,7 | 1,5 | 3,5 | 8,2 | 6,5 | 4,3 | 7,7 |
| Развитие страны никак не зависит от культурного уровня ее граждан | 5,8 | 2,4 | 3,4 | 0,0 | 0,5 | 1,0 | 1,4 | 0,0 | 2,6 | 1,1 | 0,0 | 8,7 | 2,6 |
| Затруднились ответить | 8,0 | 5,0 | 8,0 | 3,5 | 2,7 | 2,1 | 5,3 | 5,4 | 4,7 | 9,7 | 9,6 | 8,8 | 7,7 |
| Итого считают важным повышение культурного уровня граждан | 76,5 | 91,4 | 75,9 | 89,4 | 91,5 | 92,9 | 90,6 | 93,1 | 89,2 | 81,0 | 83,9 | 78,2 | 82,0 |

По мнению большинства респондентов, культуру детей должны формировать прежде всего семья, школа и книги, в какой-то степени – телевидение. По возможности – не кино и не друзья. Но именно они и телевидение оказывают сегодня на формирование культуры детей больше влияния, чем родители, школа и книги. Половина респондентов, выделивших в качестве главных факторов культурного воспитания детей семью, школу и книги указали, что эту свою функцию они не выполняют (см. табл. 87).

Таблица 87

Мнению респондентов о том, кто должен формировать культуру детей и кто реально его формирует сегодня, %

| | Должны формиро- вать | Сегодня реально формируют | <i>Разность значе- ний во втором и первом столбцах</i> |
|-------------|-------------------------|------------------------------|--|
| Семья | 94,5 | 52,2 | -42,3 |
| Школа | 85,9 | 48,8 | -37,1 |
| Друзья | 32,0 | 57,5 | +25,5 |
| Книги | 70,4 | 17,6 | -52,8 |
| Телевидение | 50,4 | 65,7 | +15,3 |
| Кино | 23,4 | 37,3 | +13,9 |

Судя по разностям мнений, отображенным в последнем столбце табл. 89, ситуация во всех регионах одинаковая: культурный уровень детей формируют, по мнению респондентов, в первую очередь друзья, кино и телевидение; семья, школа и книги в этом вопросе находятся в аутсайдерах.

Таблица 88

Мнению респондентов в различных регионах о том, кто должен формировать культуру детей и кто реально его формирует сегодня, %

| | Регионы | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------------|---------------------------|----------------------|---------------------------|--------------------|---------------------------|--------------------|---------------------------|--------------------|---------------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|---------------------------|
| | Мегаполисы | | Север и Центр России | | Поволжье | | Северный Кавказ | | Урал | | Сибирь и Дальний Восток | | Национальные республики | |
| Субъекты воспитательного воздействия | Должны формировать | Сегодня реально формируют | Должны формировать | Сегодня реально формируют | Должны формировать | Сегодня реально формируют | Должны формировать | Сегодня реально формируют | Должны формировать | Сегодня реально формируют | Должны формировать | Сегодня реально формируют | Должны формировать | Сегодня реально формируют |
| Семья | 97,1 | 45,5 | 95,4 | 47,6 | 91,0 | 55,9 | 95,6 | 72,5 | 90,3 | 45,5 | 95,7 | 47,8 | 93,1 | 62,2 |
| Школа | 87,7 | 39,0 | 86,1 | 37,5 | 91,4 | 55,5 | 84,7 | 65,5 | 80,9 | 52,7 | 86,1 | 50,4 | 84,1 | 52,8 |
| Друзья | 22,7 | 54,5 | 35,0 | 56,7 | 25,8 | 64,1 | 24,5 | 67,2 | 37,3 | 47,3 | 40,3 | 61,7 | 31,3 | 53,7 |
| Книги | 61,7 | 10,5 | 77,8 | 15,9 | 72,7 | 19,5 | 75,1 | 16,6 | 55,8 | 18,8 | 75,1 | 16,5 | 71,1 | 28,0 |
| Телевидение | 30,0 | 76,5 | 43,7 | 73,5 | 60,5 | 68,4 | 55,9 | 68,1 | 49,7 | 51,2 | 65,8 | 60,9 | 50,8 | 58,1 |
| Кино | 19,1 | 40,4 | 23,4 | 44,7 | 22,7 | 26,2 | 43,7 | 35,8 | 17,3 | 28,8 | 19,4 | 44,1 | 23,6 | 33,3 |

Таблица 89

Разность между мнениями респондентов в различных регионах о том, кто должен формировать культуру детей и кто реально его формирует сегодня, %

| Субъекты воспитательного воздействия | Регионы | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------|----------------------|--------------|-----------------|--------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Семья | -51,6 | -47,8 | -35,1 | -23,1 | -44,8 | -47,9 | -30,9 |
| Школа | -48,7 | -48,6 | -35,9 | -19,2 | -28,2 | -35,7 | -31,3 |
| Друзья | +31,8 | +21,7 | +38,3 | +42,7 | +10,0 | +21,4 | +22,4 |
| Книги | -51,2 | -61,9 | -53,2 | -58,5 | -37,0 | -58,6 | -43,1 |
| Телевидение | +46,5 | +29,8 | +7,9 | +12,2 | +1,5 | -4,9 | +7,3 |
| Кино | +21,3 | +21,3 | +3,5 | -7,9 | +11,5 | +24,7 | +9,7 |

15. Мнение о государственной политике в области культуры

По поводу государственной политики, направленной на развитие общенациональной культуры Российской Федерации и национальной культуры в регионе (республике, крае, области) респонденты высказали мнение, что она недостаточно активная (индексная оценка – близка к нулю, см. последнюю строку табл. 90). Велика доля рассуждающих: *“Что-то делается, но не обо всем известно”*, перефразируя: «известно, что неизвестно». По поводу развития общенациональной культуры Российской Федерации считают, что что-то делается (много или мало) – 44,7% респондентов (в том числе много – 16,2%), по поводу развития национальной культуры в регионе (республике, крае, области) что-то делается (много или мало) – 36,9% (в том числе много – 7,5%). Оценки, высказанные респондентами по поводу культурной политики в области общенациональной культуры, неважные, а в области национальной (этнической) культуры просто низкие (см. табл. 90).

Таблица 90

Оценка респондентами нынешней государственной политики в области культуры, %

| | По развитию общенациональной культуры Российской Федерации | По развитию национальной культуры в регионе (республике, крае, области) |
|---|--|---|
| Считают, что делается очень много | 16,2 | 7,5 |
| Что-то делается, но не обо всем известно | 32,0 | 31,3 |
| Делается мало | 28,5 | 29,4 |
| В области культуры на уровне Российской Федерации политики просто нет | 5,9 | 5,8 |
| В области культуры на уровне нашего региона (республики, края, области) политики просто нет | 1,5 | 5,1 |
| Затруднились ответить | 15,9 | 20,9 |
| Индекс¹³ | +0,1 | -0,0 |

Доля оценивающих культурную политику государства в области общенациональной культуры и в области национальной (этнической) культуры отрицательно относительно велика в Поволжье, на Северном Кавказе, в Сибири и на Дальнем Востоке; меньше всего оценивающих отрицательно – в национальных республиках (см. табл. 91).

¹³ Индекс изменяет свою величину от «+1» – делается много, «0» – что-то делается, но мало, до «-1» – ничего не делается.

Оценка респондентами в различных регионах нынешней государственной политики в области культуры, %

| Мнение | Регионы | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|
| | Мегаполисы | | Север и Центр России | | Поволжье | | Северный Кавказ | | Урал | | Сибирь и Дальний Восток | | Национальные республики | |
| | <i>По развитию общенациональной культуры в регионе Российской Федерации</i> | <i>По развитию национальной культуры в регионе (республике, крае, области)</i> | <i>По развитию общенациональной культуры в регионе Российской Федерации</i> | <i>По развитию национальной культуры в регионе (республике, крае, области)</i> | <i>По развитию общенациональной культуры в регионе Российской Федерации</i> | <i>По развитию национальной культуры в регионе (республике, крае, области)</i> | <i>По развитию общенациональной культуры в регионе Российской Федерации</i> | <i>По развитию национальной культуры в регионе (республике, крае, области)</i> | <i>По развитию общенациональной культуры в регионе Российской Федерации</i> | <i>По развитию национальной культуры в регионе (республике, крае, области)</i> | <i>По развитию общенациональной культуры в регионе Российской Федерации</i> | <i>По развитию национальной культуры в регионе (республике, крае, области)</i> | <i>По развитию общенациональной культуры в регионе Российской Федерации</i> | <i>По развитию национальной культуры в регионе (республике, крае, области)</i> |
| Считают, что делается очень много | 14,1 | 4,7 | 25,5 | 6,2 | 9,0 | 3,5 | 7,9 | 3,1 | 20,3 | 10,3 | 8,1 | 5,2 | 20,3 | 21,5 |
| Что-то делается, но не обо всем известно | 32,5 | 31,8 | 31,5 | 40,8 | 36,7 | 30,1 | 33,6 | 24,5 | 28,2 | 30,9 | 25,5 | 17,7 | 40,7 | 38,2 |
| Делается мало | 29,2 | 28,2 | 24,2 | 25,3 | 32,8 | 25,4 | 27,5 | 37,1 | 28,2 | 28,5 | 38,8 | 41,2 | 19,1 | 20,7 |
| В области культуры на уровне Российской Федерации политики просто нет | 5,4 | 6,5 | 4,8 | 6,4 | 3,1 | 3,1 | 11,4 | 9,6 | 5,5 | 6,4 | 8,7 | 6,4 | 3,3 | 1,2 |
| В области культуры на уровне их региона (республики, края, области) политики просто нет | 0,7 | 4,7 | 0,6 | 4,6 | 0,8 | 6,6 | 1,7 | 6,1 | 2,4 | 3,6 | 3,8 | 8,4 | 0,4 | 1,6 |
| Затруднились ответить | 18,1 | 24,1 | 13,4 | 16,7 | 17,6 | 31,3 | 17,9 | 19,6 | 15,4 | 20,3 | 15,1 | 21,1 | 16,2 | 16,8 |
| Итого отрицательная оценка | 35,3 | 39,4 | 29,6 | 36,3 | 36,7 | 35,1 | 40,6 | 52,8 | 36,1 | 38,5 | 51,3 | 56,0 | 22,8 | 23,5 |

Большинство респондентов считают, что сегодня нужна государственная поддержка учреждениям культуры, в том числе, по мнению 67,7% респондентов, нужна поддержка на уровне Российской Федерации, 44,9% – нужна поддержка на уровне регионов, 18,5% – нужна поддержка национальной культуры (русской, других национальностей), 10,1% – нужна поддержка для ознакомления населения с культурой зарубежных стран. Мнения, что государственная поддержка не нужна, придерживаются всего 12,1% респондентов. *Итак, большинство респондентов считают необходимой поддержку культуры на общенациональном и региональном уровнях, что соответствует идее консолидации массового сознания вокруг общенациональной культуры. Значит, в этом вопросе отсутствует «саботаж» со стороны населения, есть проблема иная проблема – недостаточно эффективная культурная политика, которая, может быть, оценивается как эффективная с позиции государственной администрации в области культуры, но не оценивается так большинством населения.* Об этом свидетельствуют также данные в табл. 92.

Таблица 92

Мнение респондентов в различных регионах о том, нужна ли сегодня государственная поддержка учреждениям культуры, %

| Мнение | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Нужна поддержка на уровне Российской Федерации | 53,8 | 73,5 | 61,7 | 73,4 | 49,7 | 75,7 | 83,7 |
| Нужна поддержка на уровне регионов | 36,1 | 55,9 | 43,0 | 39,7 | 38,5 | 42,9 | 49,6 |
| Нужна поддержка национальной культуры (русской, других национальностей) | 18,8 | 17,6 | 12,5 | 18,3 | 15,2 | 22,9 | 24,8 |
| Нужна поддержка для ознакомления населения с культурой зарубежных стран | 12,3 | 12,0 | 3,5 | 12,2 | 3,6 | 14,8 | 11,0 |
| Государственная поддержка не нужна | 22,4 | 4,8 | 17,2 | 13,5 | 20,6 | 3,5 | 4,9 |

Несмотря на то, что большинство респондентов считают необходимой поддержку развития культуры на общенациональном и региональном уровнях, что именно следует сделать в рамках этой поддержки – однозначно сказать затрудняются. Тем не менее, мнения были высказаны:

19,3% – Расширить строительство культурных центров (библиотеки, театры, клубы, спортивные комплексы)

- 10,9% – Повысить качество культурного воспитания населения (прививать любовь к истории России, Родине, проводить экскурсии)
- 9,4% – Увеличить финансирование культурных учреждений
- 9,0% – Расширить работу кружков, секций, досуговых центров
- 6,6% – Повысить качество образования
- 6,0% – Улучшить доступность учреждений культуры
- 5,1% – Повысить заработную плату работникам культуры
- 4,2% – Осуществить ремонт и реставрацию кинотеатров, театров, памятников истории, музеев
- 2,7% – Развивать кинематограф

В Центральной (европейской) части России и на Северном Кавказе больше всего звучало предложений по поводу необходимости расширить строительство культурных центров (библиотеки, театры, клубы, спортивные комплексы); в Сибири и на Дальнем Востоке – увеличить финансирование культурных учреждений; в национальных республиках – повысить качество культурного воспитания населения (см. табл. 93).

Таблица 93

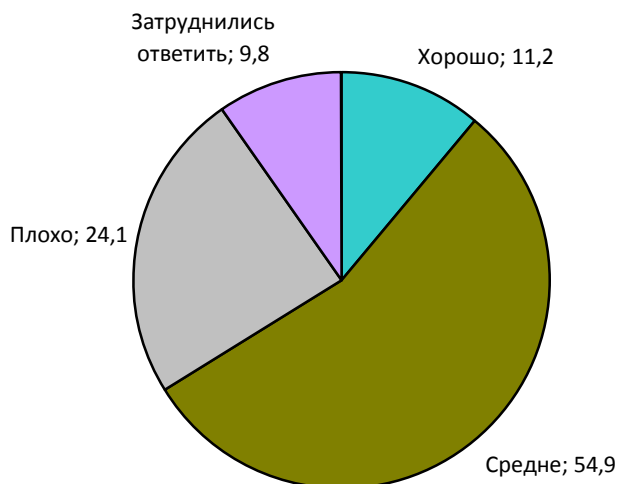
Мнение респондентов в различных регионах о том, что следует поддерживать (развивать) в первую очередь в области культуры, %

| Мнение | Регионы | | | | | | |
|---|------------|----------------------|----------|-----------------|------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Улучшить доступность учреждений культуры | 10,7 | 8,5 | 2,9 | 6,0 | 3,8 | 3,6 | 4,7 |
| Расширить строительство культурных центров (библиотеки, театры, клубы, спортивные комплексы) | 10,2 | 24,2 | 23,1 | 36,2 | 8,0 | 19,0 | 12,0 |
| Развивать кинематограф | 7,0 | 1,6 | 1,4 | 9,0 | 1,1 | 1,2 | 0,9 |
| Осуществить ремонт и реставрацию кинотеатров, театров, памятников истории, музеев | 9,8 | 3,9 | 3,4 | 11,1 | 3,8 | 0,9 | 0,0 |
| Увеличить финансирование культурных учреждений | 15,8 | 0,2 | 6,3 | 6,5 | 8,0 | 25,0 | 7,3 |
| Повысить качество культурного воспитания населения (прививать любовь к истории России, Родине, проводить экскурсии) | 10,7 | 3,9 | 7,7 | 10,1 | 6,5 | 17,8 | 24,5 |
| Расширить работу кружков, секций, досуговых центров | 3,7 | 11,4 | 7,7 | 15,6 | 5,3 | 10,8 | 6,0 |
| Повысить заработную плату работникам культуры | 17,7 | 1,6 | 2,4 | 2,5 | 11,5 | 1,8 | 3,0 |
| Повысить качество образования | 0,9 | 9,3 | 13,0 | 2,5 | 2,3 | 9,6 | 3,9 |

Респонденты оценили роль школы в приобщении детей к культуре сегодня на 2,7 балла по пятибалльной шкале; и семейные, и несемейные оценивают одинаково – 2,7 балла. В более подробном раскладе оценки следующие (см. рис. 28).

Рисунок 28

Мнение респондентов о том, достаточно ли хорошо школа приобщает детей к культуре, %



Оценки одинаково низкие во всех регионах (см. табл. 94).

Таблица 94

Мнение респондентов в регионах о том, достаточно ли хорошо школа приобщает детей к культуре, %

| Оценка | Регионы | | | | | | |
|-------------------------------------|------------|----------------------|------------|-----------------|------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Хорошо | 10,1 | 12,6 | 10,9 | 13,1 | 12,1 | 9,0 | 10,2 |
| Средне | 47,7 | 60,7 | 52,3 | 58,1 | 50,0 | 57,7 | 52,8 |
| Плохо | 26,4 | 20,9 | 27,0 | 24,5 | 22,1 | 23,2 | 28,9 |
| Затруднились ответить | 15,8 | 5,8 | 9,8 | 4,3 | 15,8 | 10,1 | 8,1 |
| Оценка по пятибалльной шкале | 2,2 | 2,7 | 2,4 | 2,6 | 2,3 | 2,4 | 2,4 |

В целом 59,7% респондентов считают, что включение сочинения в число выпускных экзаменов в школе повысит культурный уровень молодежи, но по мнению 37,2% – в незначительной степени; 26,9% считают, что не повысит и 13,4% затруднились ответить. Доля респондентов, считающих, что включение сочинения в число выпускных экзаменов в школе повысит культурный уровень молодежи, примерно равная во всех регионах, но значительно выше в Центральном (европейском) регионе России – 74,1% (см. табл. 95).

Мнение респондентов в различных регионах о том, повысит ли включение сочинения в число выпускных экзаменов в школе культурный уровень молодежи, %

| Мнение | Регионы | | | | | | |
|--------------------------------------|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Повысит в значительной степени | 19,1 | 24,0 | 12,5 | 20,5 | 23,6 | 29,9 | 23,6 |
| Повысит, но в незначительной степени | 35,0 | 50,1 | 40,2 | 37,6 | 31,8 | 24,6 | 34,1 |
| Не повысит | 32,9 | 19,0 | 23,4 | 34,9 | 24,8 | 31,9 | 28,9 |
| Затруднились ответить | 13,0 | 6,9 | 23,9 | 7,0 | 19,8 | 13,6 | 13,4 |
| Итого повысит | 54,1 | 74,1 | 52,7 | 58,1 | 55,4 | 54,5 | 57,7 |

Рассуждения населения о культуре в целом не являются «русофобскими», то есть замкнутыми на национальную культуру: 58,7% респондентов считают допустимым обогащение российской культуры за счет взаимодействия с культурами других развитых стран, хотя, по мнению 42,7%, это обогащение вряд ли будет значимым; 16% считают, что без тесного взаимодействия с культурами ведущих культурных держав отечественная культура очень быстро потеряет привлекательность и перестанет быть интересна миру; 30,2% респондентов придерживаются мнения, что российская культура многообразна и способна развиваться без какого-либо взаимодействия с культурами других стран (затруднились ответить 11,1%). Изложенной позиции придерживаются представители всех поколений, даже старшего (см. табл. 96).

Мнение представителей различных возрастных групп о том, способна ли российская культура успешно развиваться сама (на своей основе) или для поддержания высокого уровня требуется ее постоянное взаимодействие с культурами других развитых стран, %

| | Возрастные группы | | | | | |
|---|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Российская культура многообразна и способна развиваться без какого-либо взаимодействия с культурами других стран | 32,3 | 35,4 | 31,3 | 28,2 | 29,3 | 29,9 |
| Взаимодействие с культурами других развитых стран может обогатить российскую культуру, но лишь в небольшой степени | 48,1 | 42,5 | 42,2 | 45,5 | 38,4 | 45,4 |
| Без тесного взаимодействия с культурами ведущих культурных держав отечественная культура очень быстро потеряет привлекательность и перестанет быть интересна миру | 10,8 | 13,2 | 17,5 | 15,3 | 17,8 | 16,0 |
| Затруднились ответить | 8,8 | 8,9 | 9,0 | 11,0 | 14,5 | 8,7 |
| Итого допускают обогащение российской культуры за счет культуры других развитых стран | 58,9 | 55,7 | 59,7 | 60,8 | 56,2 | 61,4 |

16. Поведение в сфере культуры

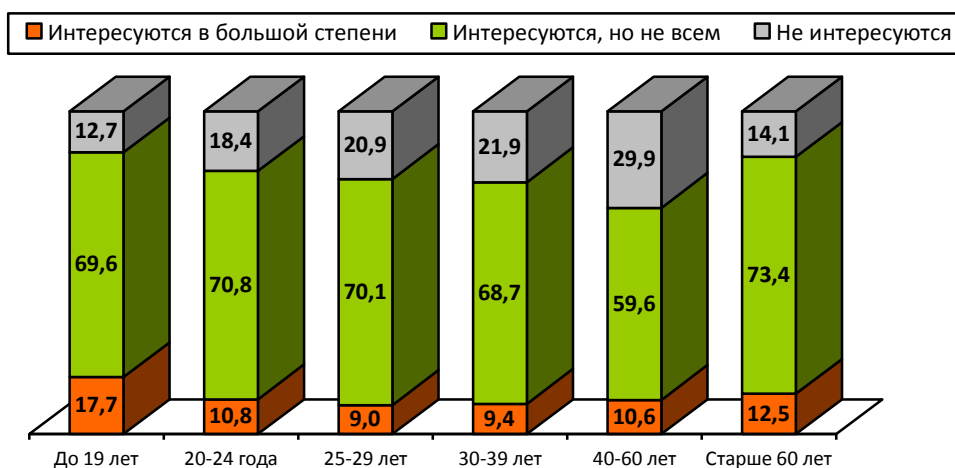
Интерес россиян к культуре нельзя назвать очень высоким. В целом к культуре проявляют интерес 78,1% россиян, однако среди них проявляют высокий интерес (интересуются в большой степени) – всего 11,1%; не интересуются культурой 21,9%.

Доля проявляющих высокий интерес к культуре среди мужчин – 7,1% (не проявляющих интереса – 27,4%), среди женщин – 14,6% (не проявляющих интереса – 17,2%).

Среди представителей всех возрастных групп, жителей поселений всех типов, всех групп, различающихся по уровню материального благосостояния, в различных регионах, среди респондентов с любым уровнем образования, во всех социальных группах доминирует средняя степень интереса к культуре (см. рис. 29-34). Некоторые отличия заключаются в том, что доля интересующихся культурой понижается с уменьшением материального благосостояния, а также, больше всего не проявляющих интерес к культуре на Урале и в Поволжье; населения, имеющего незаконченное среднее образование, а также среди окончивших учреждения НПО; среди работников сферы услуг без высшего образования, рабочих промышленности, сельскохозяйственных работников, учащихся учреждений НПО.

Рисунок 29

Степень интереса представителей различных возрастных групп к культуре, %



Степень интереса жителей поселений разного типа к культуре, %

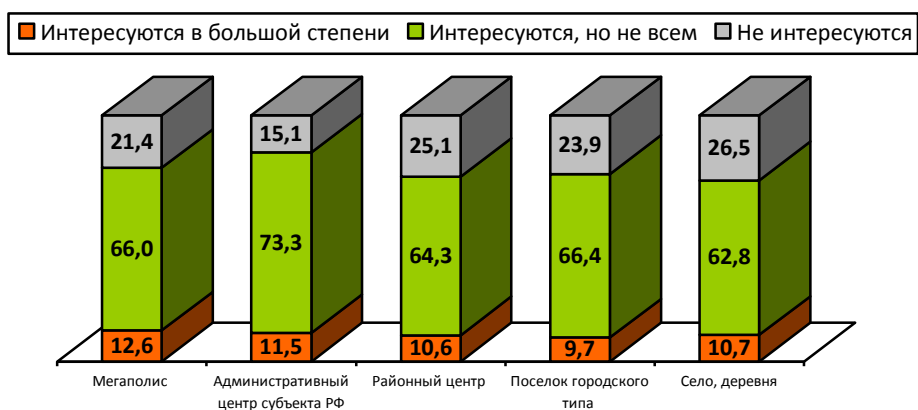


Рисунок 31

Степень интереса респондентов, имеющих различный уровень материального благосостояния, к культуре, %

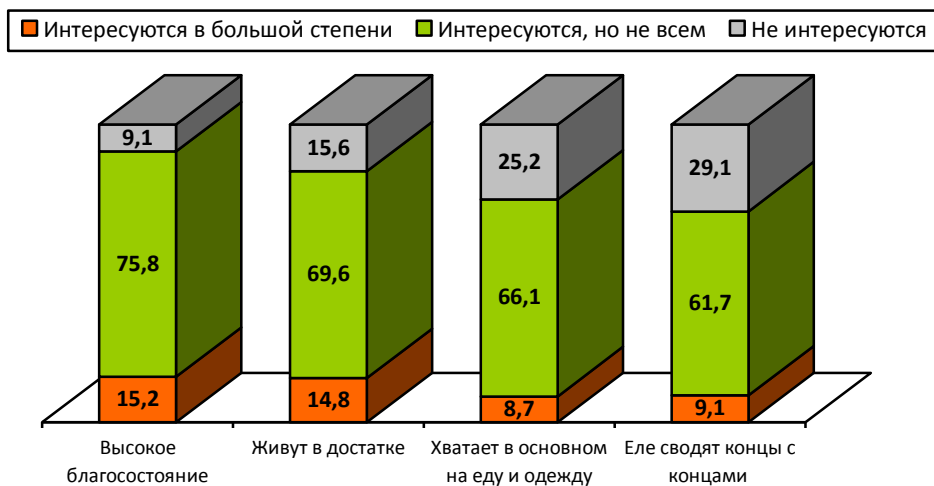


Рисунок 32

Степень интереса респондентов в различных регионах к культуре, %

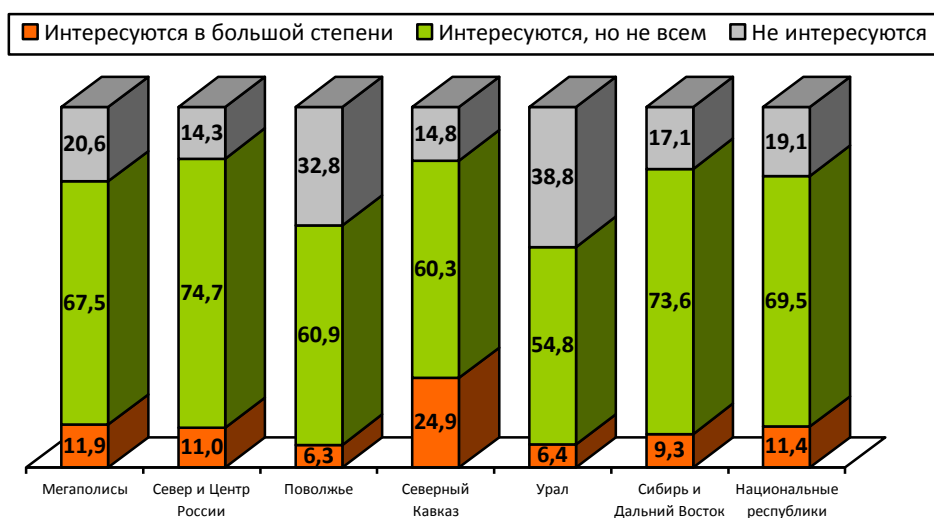


Рисунок 33

Степень интереса респондентов, имеющих различный уровень образования, к культуре, %

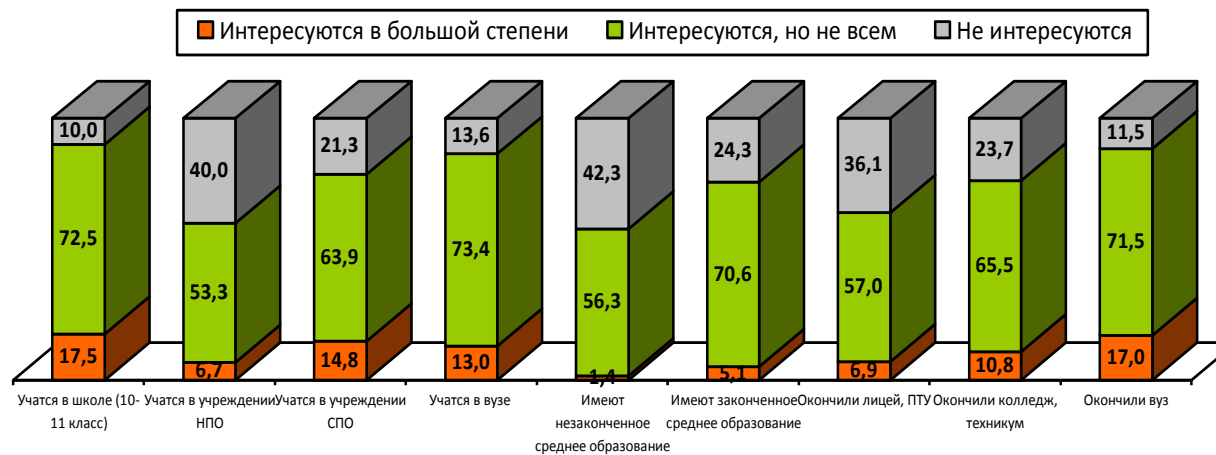
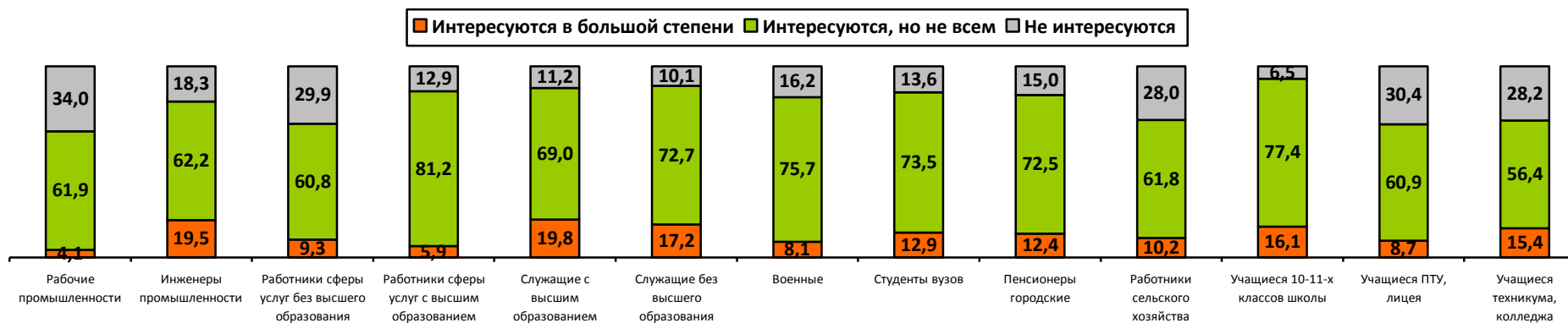


Рисунок 34

Степень интереса представителей различных социально-профессиональных групп к культуре, %



Среди респондентов в целом 93% испытывают потребность в приобщении к культурным мероприятиям, однако готовы тратить на участие в культурных мероприятиях свое время неограниченно – всего 5,4%; 52,1% готовы тратить на участие в культурных мероприятиях свое время, но в разумных объемах; 35,5% – тратить свое время на участие в культурных мероприятиях не хотят, а 3,5% не имеют на это средств. Эта позиция не зависит в целом ни от материального благосостояния россиян (см. табл. 97), ни от возраста, ни от региона проживания, ни от социального статуса (см. табл. 98-100), следовательно, зависит от потребности, но не потенциальной, а активной, направленной на реальное удовлетворение культурных запросов.

Таблица 97

Характер потребности респондентов с различным уровнем материального благосостояния в приобщении к событиям культуры и готовы ли тратить на участие в них / посещение их свое свободное время, %

| Испытывают ли потребность | Уровень материального благосостояния | | | |
|--|---|--|--|---|
| | Высокое благосостояние, могут себе позволить любые крупные расходы (квартира, дом, машина...) | Живут в достатке, могут себе позволить покупку холодильника, музыкального центра..., но не более | Хватает в основном на еду и одежду, в остальном приходится экономить | Еле сводят концы с концами, живут от зарплаты до зарплаты (бедно) |
| Потребность испытывают и готовы тратить на участие в культурных мероприятиях свое время неограниченно | 6,1 | 6,5 | 4,9 | 4,6 |
| Потребность испытывают и готовы тратить на участие в культурных мероприятиях свое время, но в разумных объемах | 59,1 | 56,3 | 50,7 | 45,1 |
| Потребность испытывают, но тратить свое время на участие в культурных мероприятиях не хотят | 33,3 | 31,9 | 36,6 | 39,4 |
| Не имеют на это средств | 1,5 | 5,3 | 7,8 | 10,9 |

Таблица 98

Характер потребности представителей различных возрастных групп в приобщении к событиям культуры и готовы ли тратить на участие в них / посещение их свое свободное время, %

| Испытывают ли потребность | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|------------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Потребность испытывают и готовы тратить на участие в культурных мероприятиях свое время неограниченно | 12,0 | 6,6 | 7,6 | 4,8 | 5,0 | 2,6 |
| Потребность испытывают и готовы тратить на участие в культурных мероприятиях свое время, но в разумных объемах | 55,1 | 64,6 | 55,9 | 55,4 | 47,5 | 47,5 |
| Потребность испытывают, но тратить свое время на участие в культурных мероприятиях не хотят | 30,4 | 24,5 | 32,2 | 35,7 | 37,3 | 40,9 |
| Не имеют для этого средств | 2,5 | 4,3 | 4,3 | 4,1 | 10,1 | 8,9 |

**Характер потребности жителей различных регионов в приобщении к событиям культуры
и готовы ли тратить на участие в них / посещение их свое свободное время, %**

| Испытывают ли потребность | Регионы | | | | | | |
|--|--------------|----------------------|----------|-----------------|------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегалополисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Потребность испытывают и готовы тратить на участие в культурных мероприятиях свое время неограниченно | 5,8 | 4,3 | 4,7 | 4,4 | 5,5 | 5,5 | 8,9 |
| Потребность испытывают и готовы тратить на участие в культурных мероприятиях свое время, но в разумных объемах | 51,3 | 61,9 | 46,1 | 50,7 | 52,1 | 45,8 | 49,2 |
| Потребность испытывают, но тратить свое время на участие в культурных мероприятиях не хотят | 31,0 | 29,8 | 37,5 | 38,9 | 35,8 | 44,1 | 34,6 |
| Не имеют для этого средств | 11,9 | 4,0 | 11,7 | 6,1 | 2,4 | 4,6 | 7,3 |

**Характер потребности представителей различных социально-профессиональных групп в приобщении к событиям культуры
и готовы ли тратить на участие в них / посещение их свое свободное время, %**

| Испытывают ли потребность | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|--|--|--|--|--|--------------|------------------------|-----------------------------------|---|---|--------------------------------|---|
| | Рабочие промыш- ленности | Инжене- ры про- мышлен- ности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образова- нием | Служа- щие с высшим образо- ванием | Служа- щие без высшего образова- ния | Воен- ные | Сту- денты вузов | Пенси- онеры город- ские | Работ- ники сельско- го хо- зяйства | Учащи- еся 10- 11-х классов школы | Учащи- еся ПТУ, лицея | Учащие- еся тех- никума, колле- джа |
| Потребность ис- пытывают и гото- вы тратить на участие в куль- турных мероприя- тиях свое время неограниченно | 3,3 | 2,4 | 6,9 | 5,9 | 8,0 | 11,1 | 2,7 | 9,1 | 2,6 | 5,7 | 6,5 | 8,7 | 12,8 |
| Потребность ис- пытывают и гото- вы тратить на участие в куль- турных мероприя- тиях свое время, но в разумных объемах | 45,2 | 62,2 | 42,2 | 63,5 | 66,3 | 55,6 | 56,8 | 65,9 | 44,8 | 53,2 | 58,1 | 47,8 | 56,4 |
| Потребность ис- пытывают, но тратить свое вре- мя на участие в культурных меро- приятиях не хотят | 39,7 | 31,7 | 40,7 | 28,2 | 20,9 | 26,3 | 39,2 | 23,5 | 43,7 | 35,8 | 32,3 | 34,8 | 28,2 |
| Не имеют для этого средств | 11,8 | 3,6 | 10,3 | 2,4 | 4,8 | 5,1 | 1,4 | 1,5 | 8,9 | 5,3 | 3,2 | 8,7 | 2,6 |

Респонденты указали, что сегодня они могут удовлетворить свои культурные потребности в среднем на 45%. Такова позиция и мужчин, и женщин, независимо от возраста, места проживания, этнической принадлежности и религии. Мало зависит уровень возможности удовлетворить свои потребности в культуре и от материального благосостояния (см. рис. 35-39).

Рисунок 35

Мнение представителей различных возрастных групп о том, на сколько процентов они сегодня могут удовлетворить свои культурные потребности

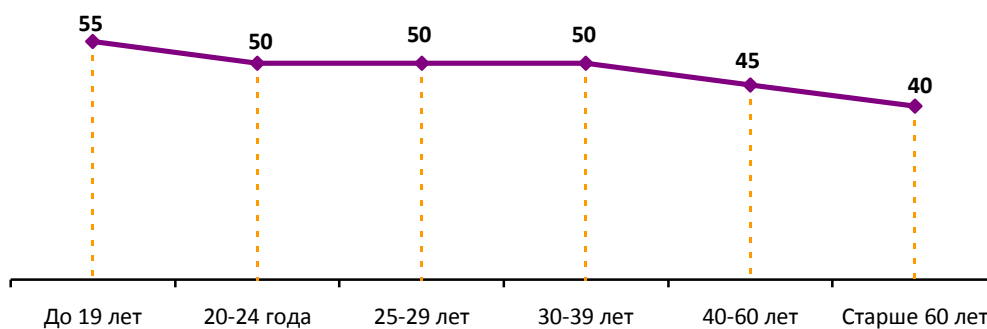


Рисунок 36

Мнение жителей поселений различного типа о том, на сколько процентов они сегодня могут удовлетворить свои культурные потребности

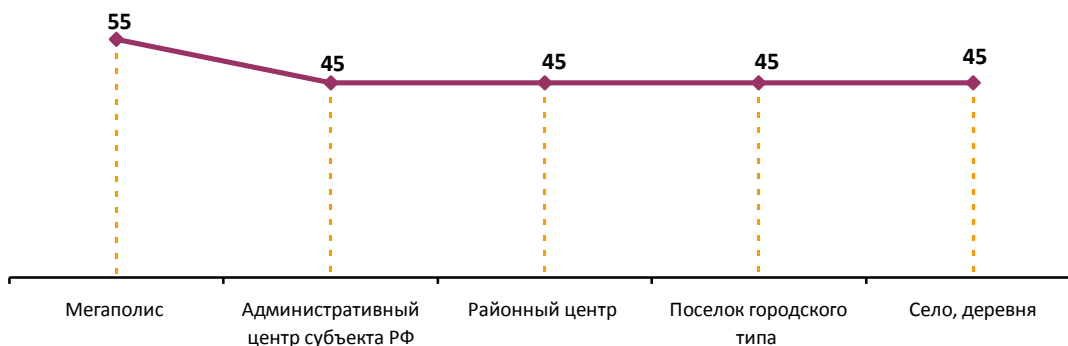


Рисунок 37

Мнение респондентов, имеющих различный уровень благосостояния о том, на сколько процентов они сегодня могут удовлетворить свои культурные потребности

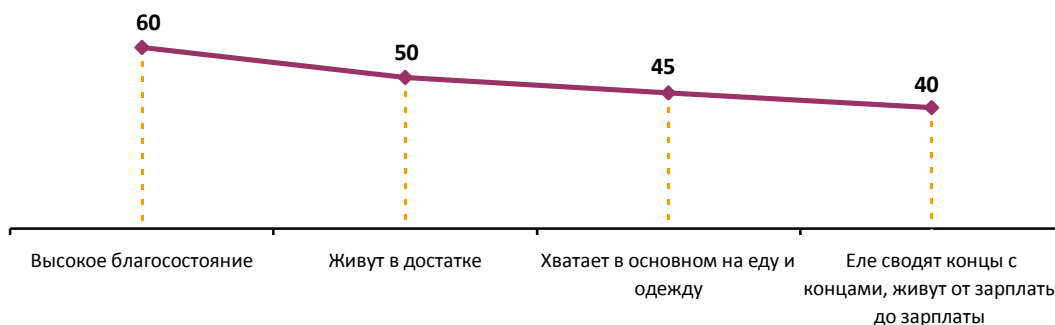


Рисунок 38

Мнение представителей различных этнических групп о том, на сколько процентов они сегодня могут удовлетворить свои культурные потребности

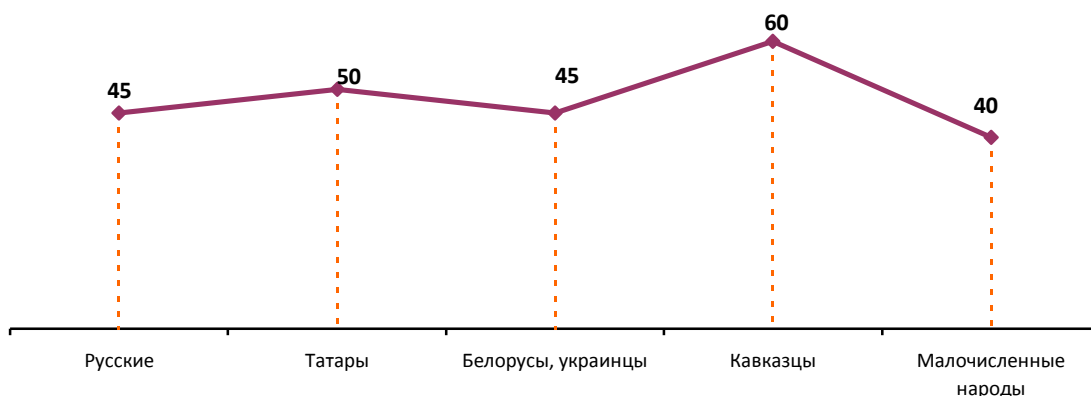
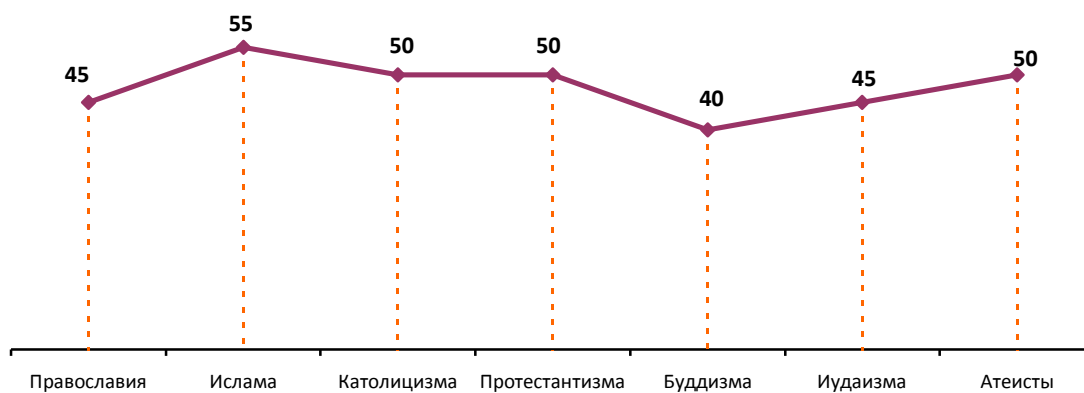


Рисунок 39

Мнение последователей различных религий о том, на сколько процентов они сегодня могут удовлетворить свои культурные потребности



Основные предпочтения россиян в области культуры следующие (в %):

- 58,6 – Старое советское кино
- 41,8 – Современные российские фильмы
- 36,3 – Зарубежные фильмы
- 29,9 – Российские телесериалы
- 24,0 – Русская классическая литература
- 23,4 – Зарубежные телесериалы
- 22,6 – Проблемные телепередачи
- 22,5 – Советская эстрада
- 22,1 – Развлекательные, игровые телепередачи
- 21,7 – Театр
- 21,0 – Современная российская эстрадная музыка
- 20,7 – Советская художественная литература
- 19,7 – Детективы, фантастика
- 18,6 – Научно–популярная, историческая литература, мемуары
- 18,0 – Современная зарубежная эстрадная музыка
- 17,7 – Современная русская литература
- 17,3 – Песни российских бардов
- 17,1 – Блокбастеры (боевики)
- 15,6 – Иностранная литература, зарубежная классика
- 15,2 – Классическая музыка
- 14,2 – Изобразительное искусство (выставка картин)
- 12,5 – Рок-музыка
- 11,7 – Советские телевизионные спектакли
- 8,0 – Фильмы – «ужастики»
- 7,9 – Фильмы о звездных войнах
- 6,4 – Современные телевизионные спектакли
- 5,4 – Религиозная, философская литература

Из приведенного перечня видно, что *россияне во многом ориентируются на советскую и российскую культуру, блокбастеры и другая продукция массовой культуры у россиян не вызывает повышенного интереса, но и изобразительное искусство тоже*. Этот расклад интересов к продукции культуры актуален для представителей старшего и среднего поколения, молодежь больше тяготеет к западной культуре (см. табл. 101 и 103). Существенных различий в культурных предпочтениях жителей поселений разного типа и различных регионов не наблюдается (см. табл. 102 и 104).

Что предпочитают в области культуры представители различных возрастных групп, %

| Виды культурной продукции | Возрастные группы | | | | | |
|---|-------------------|------------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Старое советское кино | 25,3 | 35,4 | 44,1 | 51,4 | 67,8 | 81,4 |
| Современные российские фильмы | 32,9 | 33,0 | 40,3 | 43,8 | 42,5 | 46,8 |
| Зарубежные фильмы | 56,3 | 49,5 | 45,0 | 44,4 | 30,5 | 19,1 |
| Блокбастеры (боевики) | 32,3 | 19,8 | 24,6 | 17,5 | 10,4 | 17,4 |
| Фильмы о звездных войнах | 21,5 | 13,2 | 9,5 | 9,4 | 5,8 | 1,2 |
| Фильмы – «ужастики» | 24,1 | 15,6 | 15,2 | 9,2 | 4,1 | 0,5 |
| Развлекательные, игровые телепередачи | 27,2 | 18,9 | 28,4 | 22,1 | 23,1 | 16,9 |
| Проблемные телепередачи | 13,3 | 17,9 | 20,4 | 20,4 | 26,1 | 26,1 |
| Российские телесериалы | 18,4 | 18,4 | 23,7 | 27,6 | 30,1 | 44,9 |
| Зарубежные телесериалы | 32,9 | 27,8 | 23,2 | 22,3 | 16,8 | 30,1 |
| Советские телевизионные спектакли | 2,5 | 7,5 | 3,8 | 9,0 | 14,0 | 20,2 |
| Современные телевизионные спектакли | 2,5 | 5,2 | 3,3 | 8,1 | 6,2 | 8,5 |
| Классическая музыка | 17,1 | 17,9 | 18,0 | 11,8 | 14,0 | 17,4 |
| Советская эстрада | 8,2 | 11,3 | 14,7 | 17,5 | 31,1 | 28,0 |
| Современная российская эстрадная музыка | 13,9 | 25,5 | 26,5 | 23,2 | 23,7 | 11,5 |
| Современная зарубежная эстрадная музыка | 22,2 | 32,5 | 27,0 | 18,4 | 9,8 | 18,6 |
| Рок-музыка | 38,0 | 21,2 | 19,4 | 14,9 | 7,2 | 1,9 |
| Песни российских бардов | 5,1 | 10,8 | 10,0 | 10,9 | 20,1 | 30,6 |
| Русская классическая литература | 21,5 | 28,8 | 21,3 | 23,0 | 24,2 | 24,5 |
| Советская художественная литература | 11,4 | 15,6 | 13,3 | 13,1 | 20,6 | 38,8 |
| Современная русская литература | 15,2 | 14,6 | 13,3 | 16,4 | 14,2 | 29,6 |
| Научно–популярная, историческая литература, мемуары | 20,3 | 18,9 | 18,0 | 16,0 | 19,5 | 19,3 |
| Иностранная литература, зарубежная классика | 21,5 | 20,3 | 13,7 | 15,3 | 14,8 | 13,6 |
| Детективы, фантастика | 34,8 | 20,3 | 26,1 | 20,6 | 18,7 | 11,3 |
| Религиозная, философская литература | 3,8 | 7,5 | 6,2 | 5,0 | 4,2 | 6,8 |
| Театр | 15,8 | 22,2 | 18,0 | 23,6 | 23,1 | 20,9 |
| Изобразительное искусство (выставка картин) | 13,9 | 17,9 | 12,3 | 12,5 | 14,2 | 15,1 |

Что предпочитают в области культуры жители поселений разного типа, %

| Виды культурной продукции | Тип населенного пункта | | | | |
|---|------------------------|------------------------------------|----------------|-------------------------|---------------|
| | Мегаполис | Административный центр субъекта РФ | Районный центр | Поселок городского типа | Село, деревня |
| Старое советское кино | 50,8 | 62,7 | 56,1 | 52,2 | 61,5 |
| Современные российские фильмы | 20,6 | 42,9 | 43,9 | 46,0 | 46,4 |
| Зарубежные фильмы | 37,4 | 38,2 | 32,4 | 46,0 | 36,1 |
| Блокбастеры (боевики) | 16,4 | 23,8 | 13,4 | 18,6 | 13,2 |
| Фильмы о звездных войнах | 5,9 | 7,9 | 8,2 | 9,7 | 7,8 |
| Фильмы – «ужастики» | 6,3 | 8,8 | 7,9 | 14,2 | 6,7 |
| Развлекательные, игровые телепередачи | 14,7 | 21,0 | 23,4 | 25,7 | 24,4 |
| Проблемные телепередачи | 16,8 | 21,9 | 25,4 | 23,0 | 22,7 |
| Российские телесериалы | 12,2 | 33,9 | 30,7 | 30,1 | 31,7 |
| Зарубежные телесериалы | 16,4 | 32,2 | 19,6 | 25,7 | 19,5 |
| Советские телевизионные спектакли | 16,0 | 11,4 | 9,9 | 15,0 | 11,8 |
| Современные телевизионные спектакли | 5,9 | 6,6 | 5,6 | 7,1 | 7,3 |
| Классическая музыка | 19,7 | 19,6 | 10,6 | 15,0 | 13,2 |
| Советская эстрада | 15,1 | 22,0 | 21,7 | 20,4 | 28,1 |
| Современная российская эстрадная музыка | 10,9 | 19,2 | 21,0 | 22,1 | 27,7 |
| Современная зарубежная эстрадная музыка | 12,2 | 26,1 | 15,7 | 15,0 | 13,9 |
| Рок-музыка | 16,4 | 15,6 | 11,9 | 15,0 | 7,1 |
| Песни российских бардов | 15,1 | 22,8 | 14,0 | 15,0 | 15,8 |
| Русская классическая литература | 27,7 | 29,7 | 18,7 | 16,8 | 23,1 |
| Советская художественная литература | 13,9 | 32,1 | 14,9 | 15,9 | 17,7 |
| Современная русская литература | 17,6 | 26,4 | 12,5 | 11,5 | 14,5 |
| Научно–популярная, историческая литература, мемуары | 21,4 | 21,6 | 16,7 | 15,9 | 16,4 |
| Иностранная литература, зарубежная классика | 24,8 | 20,8 | 10,8 | 11,5 | 11,6 |
| Детективы, фантастика | 23,5 | 20,1 | 16,7 | 22,1 | 20,6 |
| Религиозная, философская литература | 4,6 | 6,0 | 5,6 | 2,7 | 5,2 |
| Театр | 26,9 | 27,0 | 19,1 | 11,5 | 17,9 |
| Изобразительное искусство (выставка картин) | 19,7 | 17,8 | 11,1 | 8,0 | 12,2 |

Что предпочитают в области культуры представители различных социально-профессиональных групп, %

| Виды культурной продукции | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|---------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Старое советское кино | 54,0 | 53,7 | 53,4 | 49,4 | 62,0 | 61,6 | 45,9 | 34,1 | 80,8 | 61,1 | 32,3 | 17,4 | 15,4 |
| Современные российские фильмы | 40,0 | 36,6 | 43,1 | 38,8 | 43,9 | 33,3 | 35,1 | 29,5 | 46,7 | 47,0 | 25,8 | 39,1 | 33,3 |
| Зарубежные фильмы | 37,0 | 42,7 | 36,3 | 47,1 | 37,4 | 31,3 | 43,2 | 56,8 | 18,1 | 38,0 | 61,3 | 69,6 | 56,4 |
| Блокбастеры (боевики) | 23,8 | 17,1 | 17,6 | 10,6 | 4,3 | 7,1 | 25,7 | 19,7 | 17,8 | 12,8 | 45,2 | 47,8 | 28,2 |
| Фильмы о звездных войнах | 11,8 | 18,3 | 8,3 | 4,7 | 1,1 | 5,1 | 9,5 | 12,1 | 1,6 | 7,7 | 25,8 | 30,4 | 17,9 |
| Фильмы – «ужастики» | 12,6 | 8,5 | 12,7 | 3,5 | 1,1 | 10,1 | 9,5 | 15,2 | 0,9 | 6,4 | 22,6 | 43,5 | 15,4 |
| Развлекательные, игровые телепередачи | 25,5 | 20,7 | 26,5 | 12,9 | 11,2 | 28,3 | 23,0 | 19,7 | 19,5 | 25,4 | 22,6 | 26,1 | 20,5 |
| Проблемные телепередачи | 18,4 | 26,8 | 22,5 | 15,3 | 34,2 | 21,2 | 25,7 | 17,4 | 24,9 | 23,0 | 12,9 | 8,7 | 17,9 |
| Российские телесериалы | 24,7 | 19,5 | 27,9 | 11,8 | 23,0 | 35,4 | 27,0 | 18,2 | 47,7 | 31,3 | 12,9 | 21,7 | 20,5 |
| Зарубежные телесериалы | 17,0 | 13,4 | 22,5 | 23,5 | 19,3 | 24,2 | 25,7 | 35,6 | 31,0 | 20,1 | 22,6 | 34,8 | 28,2 |
| Советские телевизионные спектакли | 4,7 | 14,6 | 11,8 | 8,2 | 15,5 | 15,2 | 9,5 | 5,3 | 18,3 | 13,2 | 0,0 | 0,0 | 5,1 |
| Современные телевизионные спектакли | 3,0 | 4,9 | 6,4 | 7,1 | 10,2 | 12,1 | 6,8 | 3,0 | 6,8 | 7,9 | 0,0 | 0,0 | 5,1 |
| Классическая музыка | 7,1 | 26,8 | 14,2 | 20,0 | 21,4 | 17,2 | 9,5 | 22,7 | 16,9 | 13,5 | 16,1 | 0,0 | 20,5 |
| Советская эстрада | 20,8 | 22,0 | 22,1 | 16,5 | 21,4 | 23,2 | 13,5 | 9,8 | 27,9 | 28,5 | 6,5 | 8,7 | 12,8 |
| Современная российская эстрадная музыка | 23,8 | 22,0 | 21,6 | 17,6 | 19,8 | 26,3 | 13,5 | 25,8 | 14,1 | 26,9 | 9,7 | 8,7 | 10,3 |
| Современная зарубежная эстрадная музыка | 18,6 | 14,6 | 21,1 | 22,4 | 14,4 | 12,1 | 14,9 | 32,6 | 19,0 | 13,2 | 16,1 | 21,7 | 25,6 |
| Рок-музыка | 15,3 | 20,7 | 13,7 | 12,9 | 15,5 | 9,1 | 12,2 | 28,0 | 3,1 | 6,0 | 51,6 | 47,8 | 30,8 |
| Песни российских бардов | 14,0 | 20,7 | 14,7 | 4,7 | 19,3 | 16,2 | 6,8 | 8,3 | 30,3 | 16,8 | 6,5 | 4,3 | 5,1 |
| Русская классическая литература | 13,2 | 30,5 | 14,2 | 37,6 | 41,2 | 27,3 | 23,0 | 37,9 | 22,3 | 24,1 | 19,4 | 13,0 | 23,1 |
| Советская художественная литература | 11,8 | 18,3 | 12,3 | 24,7 | 24,1 | 17,2 | 13,5 | 20,5 | 36,9 | 19,2 | 9,7 | 17,4 | 5,1 |

| Виды культурной продукции | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Современная русская литература | 8,5 | 13,4 | 12,3 | 31,8 | 25,7 | 15,2 | 21,6 | 20,5 | 27,0 | 13,7 | 3,2 | 17,4 | 17,9 |
| Научно-популярная, историческая литература, мемуары | 13,7 | 20,7 | 12,7 | 20,0 | 32,6 | 26,3 | 14,9 | 20,5 | 17,8 | 18,1 | 9,7 | 17,4 | 23,1 |
| Иностранная литература, зарубежная классика | 9,3 | 17,1 | 7,8 | 38,8 | 33,7 | 14,1 | 6,8 | 32,6 | 12,7 | 11,0 | 12,9 | 13,0 | 25,6 |
| Детективы, фантастика | 22,5 | 22,0 | 17,6 | 23,5 | 16,6 | 23,2 | 32,4 | 25,0 | 12,2 | 19,9 | 35,5 | 21,7 | 20,5 |
| Религиозная, философская литература | 3,0 | 4,9 | 5,4 | 4,7 | 6,4 | 6,1 | 4,1 | 9,1 | 5,6 | 6,0 | 3,2 | 4,3 | 5,1 |
| Театр | 11,0 | 28,0 | 19,1 | 42,4 | 37,4 | 32,3 | 24,3 | 25,8 | 22,3 | 17,4 | 12,9 | 4,3 | 15,4 |
| Изобразительное искусство (выставка картин) | 6,3 | 14,6 | 10,8 | 29,4 | 24,1 | 17,2 | 14,9 | 22,7 | 14,1 | 12,4 | 16,1 | 8,7 | 10,3 |

Что предпочитают в области культуры жители различных регионов, %

| Виды культурной продукции | Регионы | | | | | | |
|---|------------|----------------------|----------|-----------------|------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Старое советское кино | 48,7 | 58,8 | 49,6 | 64,2 | 52,1 | 71,9 | 63,4 |
| Современные российские фильмы | 22,0 | 37,1 | 40,2 | 60,3 | 44,5 | 54,5 | 36,6 |
| Зарубежные фильмы | 37,5 | 43,1 | 24,6 | 48,9 | 34,8 | 23,8 | 40,2 |
| Блокбастеры (боевики) | 17,3 | 13,9 | 12,1 | 15,3 | 13,9 | 31,3 | 14,6 |
| Фильмы о звездных войнах | 7,9 | 10,4 | 3,5 | 7,0 | 9,1 | 8,1 | 5,7 |
| Фильмы – «ужастики» | 7,6 | 9,5 | 3,9 | 7,0 | 8,5 | 7,5 | 11,0 |
| Развлекательные, игровые телепередачи | 15,5 | 22,4 | 17,2 | 28,8 | 25,2 | 20,9 | 25,2 |
| Проблемные телепередачи | 17,3 | 25,0 | 18,0 | 37,1 | 20,0 | 15,9 | 28,0 |
| Российские телесериалы | 16,2 | 22,6 | 31,6 | 45,4 | 35,2 | 39,7 | 23,2 |
| Зарубежные телесериалы | 16,6 | 27,9 | 15,2 | 36,2 | 19,4 | 28,7 | 15,9 |
| Советские телевизионные спектакли | 15,2 | 14,1 | 10,2 | 10,9 | 9,4 | 8,7 | 12,6 |
| Современные телевизионные спектакли | 5,4 | 7,0 | 4,3 | 15,3 | 3,6 | 4,6 | 6,5 |
| Классическая музыка | 18,8 | 15,7 | 15,2 | 11,4 | 14,2 | 11,9 | 19,5 |
| Советская эстрада | 15,2 | 22,8 | 31,3 | 22,7 | 21,5 | 22,0 | 23,2 |
| Современная российская эстрадная музыка | 12,6 | 19,7 | 23,4 | 23,6 | 20,6 | 21,2 | 28,5 |
| Современная зарубежная эстрадная музыка | 13,4 | 13,5 | 14,8 | 17,0 | 12,7 | 32,8 | 23,2 |
| Рок-музыка | 15,5 | 16,6 | 8,2 | 9,2 | 9,1 | 10,1 | 15,9 |
| Песни российских бардов | 14,8 | 19,0 | 19,1 | 9,2 | 8,2 | 31,3 | 14,6 |
| Русская классическая литература | 24,5 | 25,5 | 26,6 | 32,8 | 18,5 | 17,1 | 26,0 |
| Советская художественная литература | 12,6 | 21,1 | 18,0 | 22,7 | 14,8 | 31,0 | 23,6 |
| Современная русская литература | 15,5 | 16,1 | 12,1 | 18,8 | 11,5 | 36,2 | 10,6 |
| Научно–популярная, историческая литература, мемуары | 19,5 | 28,2 | 20,3 | 23,6 | 9,4 | 8,1 | 17,9 |
| Иностранная литература, зарубежная классика | 22,4 | 14,7 | 18,0 | 17,5 | 9,4 | 13,0 | 17,5 |
| Детективы, фантастика | 23,1 | 21,9 | 20,7 | 14,4 | 11,2 | 21,7 | 23,6 |
| Религиозная, философская литература | 4,3 | 4,6 | 10,9 | 5,7 | 3,9 | 2,9 | 7,3 |
| Театр | 23,8 | 20,3 | 22,3 | 17,5 | 23,3 | 21,7 | 23,2 |
| Изобразительное искусство (выставка картин) | 17,7 | 13,7 | 19,5 | 10,0 | 10,3 | 13,3 | 15,9 |

Способы удовлетворения россиянами своих культурных потребностей различные:

- 40,0 – Читают художественную литературу
- 32,4 – Ходят в кино
- 28,9 – Посещают театры, концерты, выставки, музеи
- 25,9 – Смотрят программы культурного содержания по телевидению
- 23,9 – Смотрят телеканал «Культура»
- 16,5 – Посещают библиотеки
- 14,4 – Смотрят видеоролики и трансляции событий культуры через интернет
- 8,5 – Посещают эстрадные концерты
- 7,2 – Ходят на дискотеки
- 4,2 – Участвуют в художественной самодеятельности
- 14,2 – *Нет потребности в культурных мероприятиях*
- 7,4 – *Нет возможности удовлетворить свои потребности в культуре*
- 8,9 – *Времени на культуру не остается*

Как видно из приведенного перечня, по разным причинам (отсутствия средств, времени, потребности) в совокупности 30,5% россиян в возрасте 16 лет и старше «отчужденны» от приобщения к культуре.

Старшее поколение в основном читает и смотрит телепередачи, молодое поколение ходит в кино, на концерты, посещает библиотеки, смотрит видеоролики в Интернете. Рост доли «отчужденных» от культуры начинается с 25-летнего возраста (см. последнюю строку в табл. 105).

Велика доля «отчужденных» от потребления к культуре в Поволжье, на Урале, но и в мегаполисах тоже (см. табл. 106), а также среди промышленных рабочих, работников сферы услуг без высшего образования, работников сельского хозяйства (см. последнюю строку таблицы 107).

Каким образом удовлетворяют свои потребности в культуре представители различных возрастных групп, %

| Формы удовлетворения потребности в культуре | Возрастные группы | | | | | |
|---|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Посещают театры, концерты, выставки, музеи | 32,3 | 40,6 | 25,6 | 30,0 | 28,9 | 22,4 |
| Читают художественную литературу | 33,5 | 37,7 | 32,2 | 34,4 | 39,8 | 53,6 |
| Ходят в кино | 57,6 | 67,0 | 50,2 | 41,1 | 20,5 | 8,0 |
| Посещают библиотеки | 25,9 | 20,8 | 11,4 | 13,6 | 16,3 | 16,9 |
| Ходят на дискотеки | 31,0 | 24,1 | 14,7 | 3,9 | 0,9 | 0,5 |
| Участвуют в художественной самодеятельности | 8,2 | 8,0 | 3,3 | 3,5 | 3,1 | 3,8 |
| Смотрят программы культурного содержания по телевидению | 18,4 | 16,0 | 14,7 | 20,8 | 23,6 | 48,7 |
| Смотрят телеканал «Культура» | 7,0 | 9,4 | 7,6 | 17,3 | 25,4 | 49,9 |
| Смотрят видеоролики и трансляции событий культуры в Интернете | 24,7 | 25,5 | 17,5 | 18,4 | 11,3 | 4,5 |
| Посещают эстрадные концерты | 14,6 | 15,1 | 12,3 | 10,1 | 6,9 | 1,9 |
| Нет возможности удовлетворить свои потребности в культуре | 5,1 | 3,8 | 7,6 | 6,6 | 7,9 | 10,1 |
| Времени на культуру не остается | 5,1 | 8,5 | 11,4 | 11,2 | 11,5 | 2,1 |
| Нет потребности в культурных мероприятиях | 10,8 | 7,5 | 12,8 | 12,5 | 18,7 | 13,6 |
| Итого не приобщаются к культуре по разным причинам | 21,0 | 19,8 | 31,8 | 30,3 | 38,1 | 25,8 |

Каким образом население различных регионов удовлетворяет свои потребности в культуре, %

| Формы удовлетворения потребности в культуре | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Посещают театры, концерты, выставки, музеи | 36,1 | 45,1 | 23,0 | 12,2 | 16,1 | 26,1 | 29,7 |
| Читают художественную литературу | 44,4 | 45,1 | 29,7 | 27,9 | 28,5 | 53,3 | 42,7 |
| Ходят в кино | 36,5 | 30,2 | 25,4 | 33,2 | 27,9 | 32,2 | 45,1 |
| Посещают библиотеки | 14,8 | 27,5 | 14,5 | 12,7 | 7,6 | 16,8 | 12,6 |
| Ходят на дискотеки | 10,5 | 8,3 | 4,3 | 9,6 | 7,0 | 3,5 | 7,3 |
| Участвуют в художественной самодеятельности | 1,4 | 6,2 | 1,6 | 1,7 | 3,9 | 6,4 | 5,3 |
| Смотрят программы культурного содержания по телевидению | 19,9 | 25,1 | 18,4 | 44,1 | 18,2 | 33,9 | 24,4 |
| Смотрят телеканал «Культура» | 22,0 | 25,7 | 19,5 | 28,4 | 10,9 | 33,0 | 26,8 |
| Смотрят видеоролики и трансляции событий культуры в Интернете | 14,1 | 23,0 | 8,6 | 19,2 | 7,6 | 8,1 | 15,9 |
| Посещают эстрадные концерты | 12,6 | 8,5 | 3,5 | 8,3 | 6,7 | 8,4 | 11,4 |
| Нет возможности удовлетворить свои потребности в культуре | 9,7 | 7,2 | 9,8 | 3,5 | 6,7 | 8,1 | 6,5 |
| Времени на культуру не остается | 12,6 | 8,7 | 12,1 | 6,6 | 8,8 | 6,4 | 7,3 |
| Нет потребности в культурных мероприятиях | 10,8 | 7,7 | 21,1 | 10,0 | 30,6 | 10,1 | 12,2 |
| Итого не приобщаются к культуре по разным причинам | 33,1 | 23,6 | 43,0 | 20,1 | 46,1 | 24,6 | 26,0 |

Каким образом представители различных социально-профессиональных групп удовлетворяет свои потребности в культуре, %

| Формы удовлетворения потребности в культуре | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Посещают театры, концерты, выставки, музеи | 17,3 | 40,2 | 26,0 | 55,3 | 50,8 | 39,4 | 29,7 | 50,0 | 24,6 | 17,7 | 38,7 | 39,1 | 30,8 |
| Читают художественную литературу | 26,0 | 42,7 | 27,0 | 57,6 | 60,4 | 49,5 | 31,1 | 46,2 | 54,5 | 30,2 | 32,3 | 21,7 | 38,5 |
| Ходят в кино | 30,1 | 51,2 | 33,3 | 58,8 | 37,4 | 33,3 | 41,9 | 74,2 | 10,1 | 24,1 | 61,3 | 56,5 | 66,7 |
| Посещают библиотеки | 7,9 | 7,3 | 10,3 | 20,0 | 27,3 | 24,2 | 16,2 | 29,5 | 15,0 | 16,8 | 35,5 | 13,0 | 25,6 |
| Ходят на дискотеки | 2,5 | 7,3 | 8,8 | 5,9 | 3,7 | 4,0 | 8,1 | 29,5 | 0,5 | 7,1 | 32,3 | 26,1 | 35,9 |
| Участвуют в художественной самодеятельности | 1,6 | 3,7 | 2,9 | 5,9 | 4,3 | 4,0 | 5,4 | 9,8 | 2,6 | 6,0 | 9,7 | 0,0 | 5,1 |
| Смотрят программы культурного содержания по телевидению | 15,6 | 18,3 | 22,1 | 22,4 | 22,5 | 28,3 | 21,6 | 17,4 | 45,5 | 26,5 | 16,1 | 4,3 | 12,8 |
| Смотрят телеканал «Культура» | 10,7 | 18,3 | 14,7 | 18,8 | 35,8 | 26,3 | 12,2 | 9,1 | 48,8 | 21,6 | 0,0 | 0,0 | 12,8 |
| Смотрят видеоролики и трансляции событий культуры в Интернете | 15,6 | 17,1 | 15,7 | 16,5 | 24,1 | 16,2 | 17,6 | 25,8 | 4,7 | 11,0 | 38,7 | 4,3 | 20,5 |
| Посещают эстрадные концерты | 7,1 | 17,1 | 9,8 | 12,9 | 12,8 | 10,1 | 8,1 | 16,7 | 1,9 | 7,3 | 12,9 | 8,7 | 15,4 |
| Нет возможности удовлетворить свои потребности в культуре | 6,0 | 7,3 | 8,8 | 4,7 | 4,8 | 6,1 | 6,8 | 3,8 | 9,4 | 9,3 | 3,2 | 4,3 | 10,3 |
| Времени на культуру не остается | 13,4 | 7,3 | 14,7 | 5,9 | 9,6 | 4,0 | 12,2 | 5,3 | 3,1 | 11,0 | 3,2 | 4,3 | 5,1 |
| Нет потребности в культурных мероприятиях | 25,2 | 9,8 | 17,2 | 3,5 | 5,3 | 8,1 | 10,8 | 6,8 | 13,8 | 15,7 | 3,2 | 17,4 | 12,8 |
| Итого не прибегают к культуре по разным причинам | 44,6 | 24,4 | 40,7 | 14,1 | 19,7 | 18,2 | 29,8 | 15,9 | 26,3 | 36,0 | 9,6 | 26,0 | 28,2 |

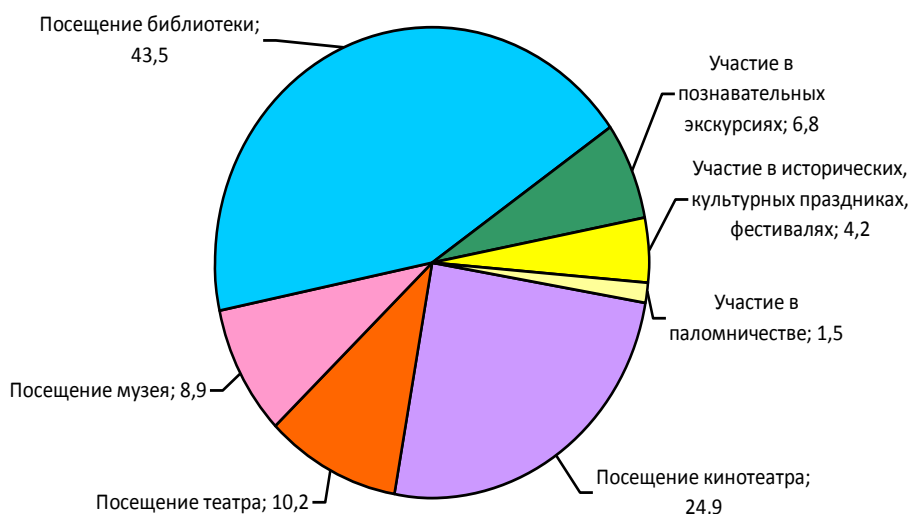
Один из наиболее точных индикаторов степени приобщения к культуре, измерение поведения респондентов в течение «последнего года». Этот прием пригоден и потому, что при его использовании меньше погрешности памяти (легче вспомнить). Согласно опросу, за «последний год» респонденты (66,3% из состава всех опрошенных):

- 45,0% – Посещали кинотеатр – в среднем 6 раз
- 36,7% – Посещали театр – в среднем 3 раза
- 32,2% – Посещали музей– в среднем 3 раза
- 31,4% – Посещали библиотеку– в среднем 15 раз
- 24,6% – Участвовали в познавательных экскурсиях – в среднем 3 раза
- 22,5% – Участвовали в исторических, культурных праздниках, фестивалях – в среднем 2 раза
- 8,5% – Участвовали в паломничестве – в среднем 2 раза

Если нормировать показатели к 100% и вычислить средний взвешенный показатель, тогда получим следующее долевое соотношение различных видов культурной деятельности (поведения) населения в возрасте 16 лет и старше за «последний год» (см. рис. 40).

Рисунок 108

Доля различных видов участия в культуре населения в возрасте 16 лет и старше, %



С возрастом посещение кинотеатра сокращается, увеличивается доля участвующих в паломничестве (см. табл. 108).

Культурная активность жителей мегаполисов выше, чем жителей малых городов и сел, однако культурная активность жителей сел не ниже, чем жителей малых городов. В целом же, структура культурной активности по типам поселения идентичная (см. табл. 109).

Культурная активность жителей в возрасте 16 лет и старше Поволжья, Северного Кавказа и Урала ниже, чем в других регионах (см. последнюю строку табл. 112). Наиболее высока культурная активность жителей Сибири и Дальнего Востока.

Культурная активность относительно низкая среди рабочих предприятий, высокая среди работников сферы услуг с высшим образованием, служащих с высшим образованием, студентов вузов и остальных категорий учащейся молодежи (см. табл. 113).

Таблица 108

Что посещали или в чем участвовали за последний год представители различных возрастных групп, %

| Что посещали или в чем участвовали за последний год | Возрастные группы | | | | | |
|---|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Посещали библиотеку | 47,5 | 42,0 | 24,2 | 24,3 | 25,5 | 39,3 |
| Посещали театр | 43,7 | 41,0 | 28,9 | 33,9 | 30,7 | 42,4 |
| Посещали музей | 37,3 | 38,7 | 27,0 | 31,1 | 28,2 | 36,7 |
| Посещали кинотеатр | 69,6 | 72,2 | 61,1 | 53,4 | 30,8 | 29,6 |
| Участвовали в исторических, культурных праздниках, фестивалях | 22,8 | 27,4 | 18,5 | 20,1 | 20,8 | 27,5 |
| Участвовали в познавательных экскурсиях | 33,5 | 28,8 | 19,0 | 22,5 | 21,8 | 28,7 |
| Участвовали в паломничестве | 5,7 | 6,1 | 5,7 | 4,4 | 7,1 | 18,8 |
| Итого участвовали | 78,5 | 84,3 | 72,0 | 70,0 | 67,0 | 59,9 |

Таблица 109

Что посещали или в чем участвовали за последний год жители поселений разного типа, %

| Что посещали или в чем участвовали за последний год | Тип поселения | | | | |
|---|---------------|------------------------------------|----------------|-------------------------|---------------|
| | Мегаполис | Административный центр субъекта РФ | Районный центр | Поселок городского типа | Село, деревня |
| Посещали библиотеку | 23,5 | 39,3 | 25,4 | 29,2 | 31,1 |
| Посещали театр | 46,2 | 52,5 | 21,6 | 24,8 | 28,2 |
| Посещали музей | 45,8 | 46,6 | 19,0 | 23,0 | 25,4 |
| Посещали кинотеатр | 52,1 | 61,0 | 31,0 | 48,7 | 38,0 |
| Участвовали в исторических, культурных праздниках, фестивалях | 14,3 | 28,9 | 17,5 | 20,4 | 24,8 |
| Участвовали в познавательных экскурсиях | 27,7 | 36,4 | 14,4 | 17,7 | 22,1 |
| Участвовали в паломничестве | 4,6 | 13,8 | 3,0 | 0,0 | 12,0 |
| Итого участвовали | 73,1 | 79,6 | 55,3 | 69,0 | 59,4 |

Таблица 110

Что посещали или в чем участвовали за последний год респонденты, имеющие различный уровень образования, %

| Что посещали или в чем участвовали за последний год | Образование | | | | |
|---|---|---------------------------------------|---------------------|----------------------------|--------------|
| | Имеют незаконченное среднее образование | Имеют законченное среднее образование | Окончили лицей, ПТУ | Окончили колледж, техникум | Окончили вуз |
| Посещали библиотеку | 18,3 | 34,7 | 17,6 | 25,2 | 35,1 |
| Посещали театр | 19,7 | 33,6 | 14,0 | 28,7 | 51,7 |
| Посещали музей | 12,7 | 32,8 | 17,0 | 26,2 | 44,2 |
| Посещали кинотеатр | 18,3 | 46,3 | 29,3 | 36,8 | 50,0 |
| Участвовали в исторических, культурных праздниках, фестивалях | 12,7 | 34,2 | 14,3 | 18,7 | 24,2 |
| Участвовали в познавательных экскурсиях | 7,0 | 31,9 | 11,6 | 19,8 | 30,0 |
| Участвовали в паломничестве | 5,6 | 24,9 | 3,6 | 6,7 | 6,0 |
| Итого участвовали | 31,0 | 59,9 | 51,9 | 60,7 | 78,5 |

Таблица 111

Что посещали или в чем участвовали за последний год респонденты, имеющие различный уровень материального благосостояния, %

| Что посещали или в чем участвовали за последний год | Уровень материального благосостояния | | |
|---|---|--|--|
| | Высокое благосостояние, могут себе позволить любые крупные расходы (квартира, дом, машина...) | Живут в достатке, могут себе позволить покупку холодильника, музыкального центра..., но не более | Хватает в основном на еду и одежду, в остальном приходится экономить |
| Посещали библиотеку | 21,2 | 29,4 | 32,6 |
| Посещали театр | 34,8 | 39,1 | 34,8 |
| Посещали музей | 27,3 | 36,4 | 31,2 |
| Посещали кинотеатр | 53,0 | 55,5 | 41,6 |
| Участвовали в исторических, культурных праздниках, фестивалях | 22,7 | 21,3 | 24,5 |
| Участвовали в познавательных экскурсиях | 28,8 | 27,0 | 24,2 |
| Участвовали в паломничестве | 6,1 | 5,7 | 10,7 |
| Итого участвовали | 69,7 | 76,0 | 62,8 |

Что посещали или в чем участвовали за последний год жители различных регионов, %

| Что посещали или в чем участвовали за последний год | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Посещали библиотеку | 20,2 | 39,5 | 24,2 | 21,4 | 16,7 | 57,4 | 23,2 |
| Посещали театр | 43,3 | 38,9 | 23,8 | 17,9 | 20,3 | 59,7 | 33,3 |
| Посещали музей | 41,9 | 35,6 | 21,1 | 16,2 | 16,7 | 55,9 | 26,4 |
| Посещали кинотеатр | 50,2 | 34,8 | 35,9 | 40,2 | 39,1 | 64,3 | 54,9 |
| Участвовали в исторических, культурных праздниках, фестивалях | 13,7 | 24,0 | 7,0 | 18,3 | 15,5 | 50,7 | 19,1 |
| Участвовали в познавательных экскурсиях | 24,9 | 26,7 | 15,2 | 13,1 | 18,8 | 44,9 | 19,1 |
| Участвовали в паломничестве | 4,0 | 3,9 | 3,1 | 1,3 | 2,7 | 35,7 | 4,9 |
| Итого участвовали | 72,9 | 69,1 | 54,3 | 59,4 | 50,6 | 73,1 | 77,6 |

Что посещали или в чем участвовали за последний год представители различных социально-профессиональных групп, %

| Что посещали или в чем участвовали за последний год | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Посещали библиотеку | 12,3 | 28,0 | 24,0 | 35,3 | 46,0 | 35,4 | 27,0 | 53,8 | 37,8 | 25,4 | 48,4 | 52,2 | 48,7 |
| Посещали театр | 16,4 | 43,9 | 31,9 | 52,9 | 59,9 | 48,5 | 28,4 | 50,0 | 43,7 | 21,9 | 54,8 | 21,7 | 46,2 |
| Посещали музей | 19,2 | 42,7 | 27,5 | 51,8 | 54,0 | 41,4 | 20,3 | 40,9 | 38,3 | 19,2 | 45,2 | 21,7 | 48,7 |
| Посещали кинотеатр | 37,3 | 61,0 | 47,5 | 68,2 | 52,9 | 50,5 | 52,7 | 80,3 | 31,7 | 32,9 | 83,9 | 60,9 | 76,9 |
| Участвовали в исторических, культурных праздниках, фестивалях | 18,1 | 23,2 | 19,6 | 20,0 | 31,6 | 24,2 | 14,9 | 27,3 | 27,2 | 19,2 | 25,8 | 17,4 | 20,5 |
| Участвовали в познавательных экскурсиях | 14,2 | 34,1 | 19,6 | 30,6 | 41,2 | 31,3 | 16,2 | 33,3 | 27,7 | 16,8 | 35,5 | 26,1 | 48,7 |
| Участвовали в паломничестве | 3,6 | 9,8 | 8,3 | 7,1 | 8,6 | 12,1 | 1,4 | 3,0 | 17,8 | 6,4 | 3,2 | 4,3 | 5,1 |
| Итого участвовали | 55,3 | 75,6 | 62,3 | 81,2 | 85,6 | 76,8 | 64,2 | 90,2 | 62,2 | 65,8 | 87,1 | 73,9 | 82,1 |

У небольшой части населения есть потребность, но нет возможности дополнительно посещать учреждения культуры, в основном цирк, музеи, театр, но не всегда по причине отсутствия доступности к этим учреждениям. Часто просто нет денег или времени, еще чаще – желания (см. табл. 114).

Таблица 114

Какие учреждения культурной жизни хотели бы посещать респонденты, но не имеют возможности это сделать, %

| Учреждения | Причины | | | | | |
|------------------------------|-------------|-----------|-------------------------------------|---|--------------|--|
| | Нет времени | Нет денег | Нет этого учреждения близко от дома | Нет этого учреждений в поселении (городе, селе) | Нет интереса | Нет установки на посещение культурных учреждений |
| Кино | 19,8 | 11,7 | 9,5 | 12,2 | 17,2 | 36,8 |
| Театр | 16,1 | 18,9 | 13,9 | 18,0 | 12,8 | 30,2 |
| Цирк | 10,2 | 9,3 | 11,7 | 23,2 | 27,0 | 25,7 |
| Музеи | 15,4 | 6,2 | 21,8 | 14,9 | 14,4 | 32,7 |
| Библиотеки | 16,0 | 1,7 | 9,6 | 3,4 | 29,4 | 41,4 |
| Концерты классической музыки | 9,3 | 8,8 | 10,2 | 14,2 | 35,1 | 28,0 |
| Концерты популярной музыки | 9,5 | 18,8 | 9,8 | 16,1 | 25,5 | 27,0 |

В любительских объединениях участвуют всего 5,2% (6,2 млн. человек) россиян в возрасте 16 лет и старше, в среднем длительностью 9,5 лет. Еще 7,8% (9,3 млн. человек) не участвуют, но собираются участвовать, итого *потенциальных* участников – 15,5 млн. человек. Не участвуют и не хотят участвовать 73,6% и 13,4% затруднились ответить.

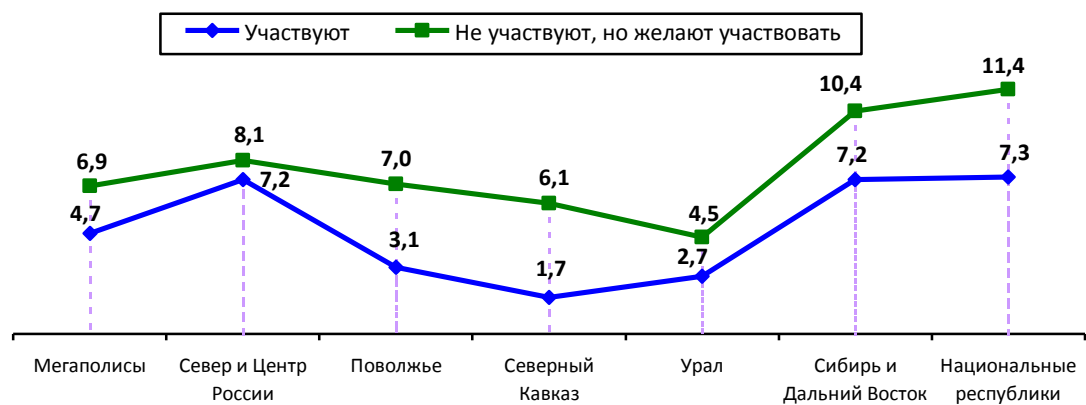
Участвуют в работе любительских объединений среди мужчин – 3,6% (еще хотят участвовать – 5,9%), среди женщин – 6,5% (еще хотят участвовать – 9,5%).

Участвуют в работе любительских объединений в мегаполисах – 5,5%, административных центрах субъектов РФ – 4,8%, в районных центрах – 4,6%, в ПГТ – 2,7%, в селах – 6,9%. Таким образом, *активность участия населения в работе любительских объединений мало зависит от степени урбанизированности поселения.*

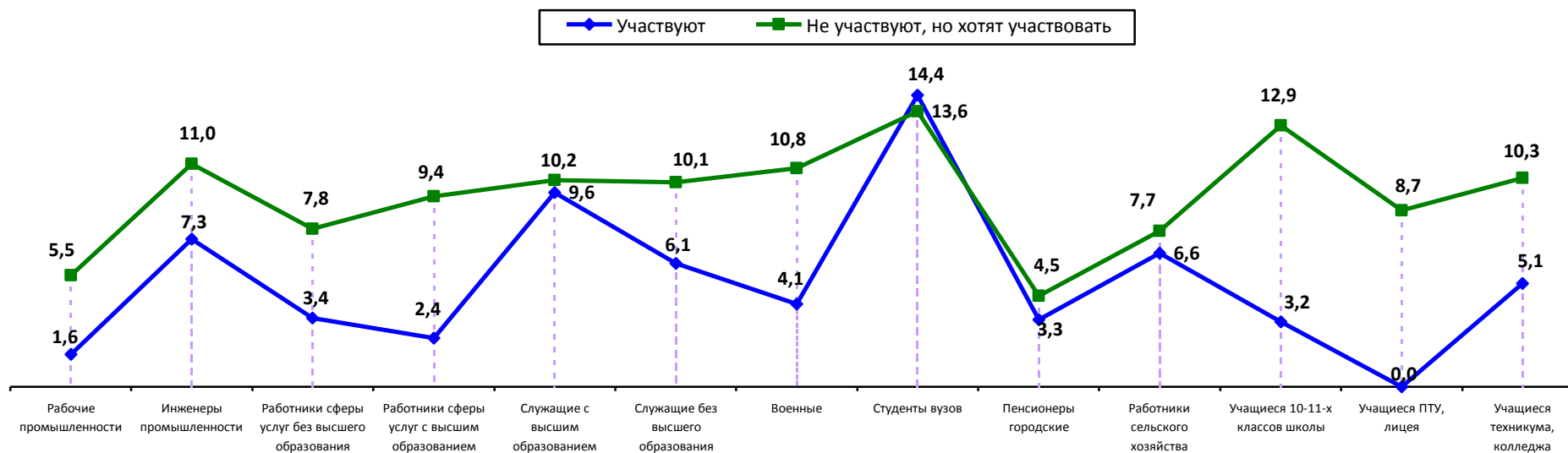
Наиболее активно участвует население в культурном общественном движении в национальных республиках, в Сибири, на Дальнем Востоке (см. рис. 40).

Также активны инженеры предприятий, работники сферы услуг с высшим образованием, служащие, студенты вузов и учащиеся школ (см. рис. 41).

Доля респондентов в различных регионах, участвующих или желающих участвовать в культурных общественных движениях, %



Доля представителей различных социально-профессиональных групп, участвующих или желающих участвовать в культурных общественных движениях, %



Россияне участвуют (участвовали ранее или собираются участвовать) в работе следующих любительских объединений¹⁴ (в %):

- 22,4 – Спортивное
- 19,9 – Вокальное
- 17,8 – Хореографическое
- 14,7 – Туристическое
- 13,3 – Литературное
- 12,6 – Изобразительного и декоративно-прикладного искусства
- 12,2 – Театральное
- 12,2 – Благотворительное
- 9,1 – Народного творчества
- 8,0 – Историческое
- 7,7 – Фольклорное
- 7,3 – Инструментальное
- 6,6 – Экологическое
- 6,3 – Народных ремесел
- 6,3 – Военно-патриотическое
- 6,3 – Краеведческое
- 5,9 – Научно-познавательное
- 4,9 – Технического творчества
- 4,9 – Политическое
- 3,1 – Шахматное

Из 20-ти перечисленных объединений собственно **художественной** культурной направленности – 10; 2 – **спортивной** (физическая культура), 4 – **познавательной** (образовательная культура), 2 – **политической** (политическая культура) и 2 – **благотворительной** (этическая и экологическая культура) направленности.

Представители различных возрастных групп, даже старшее поколение, проявляют повышенный интерес к спортивным объединениям. Также высок интерес к хореографии, вокальному, изобразительному и декоративному искусству, благотворительности (см. табл. 115). Аналогичны стремления населения в различных регионах (см. табл. 116).

¹⁴ Базу 100% расчёта составляют те респонденты, которые участвуют или собираются участвовать в работе любительских объединений, то есть 13,0% от общего числа опрошенных.

В работе каких любительских объединений участвуют, собираются или хотели бы участвовать представители различных возрастных групп, %

| Любительские объединения | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Хореографическое | 25,0 | 21,3 | 25,0 | 22,8 | 12,5 | 7,1 |
| Вокальное | 17,9 | 19,1 | 28,1 | 12,3 | 25,0 | 16,7 |
| Фольклорное | 7,1 | 4,3 | 3,1 | 8,8 | 7,5 | 14,3 |
| Изобразительного и декоративно-прикладного искусства | 14,3 | 12,8 | 25,0 | 10,5 | 13,8 | 2,4 |
| Театральное | 10,7 | 12,8 | 18,8 | 8,8 | 15,0 | 7,1 |
| Инструментальное | 10,7 | 8,5 | 15,6 | 5,3 | 2,5 | 9,5 |
| Литературное | 10,7 | 8,5 | 21,9 | 8,8 | 10,0 | 26,2 |
| Научно-познавательное | 7,1 | 6,4 | 9,4 | 3,5 | 5,0 | 7,1 |
| Технического творчества | 10,7 | 4,3 | 9,4 | 1,8 | 5,0 | 2,4 |
| Народных ремесел | 0,0 | 2,1 | 3,1 | 5,3 | 15,0 | 2,4 |
| Народного творчества | 3,6 | 2,1 | 3,1 | 10,5 | 16,3 | 9,5 |
| Экологическое | 17,9 | 12,8 | 3,1 | 3,5 | 5,0 | 2,4 |
| Шахматное | 0,0 | 2,1 | 9,4 | 3,5 | 1,3 | 4,8 |
| Туристическое | 14,3 | 12,8 | 25,0 | 17,5 | 15,0 | 4,8 |
| Военно-патриотическое | 7,1 | 12,8 | 12,5 | 7,0 | 2,5 | 0,0 |
| Историческое | 0,0 | 6,4 | 21,9 | 7,0 | 8,8 | 4,8 |
| Спортивное | 32,1 | 27,7 | 21,9 | 22,8 | 20,0 | 14,3 |
| Краеведческое | 3,6 | 2,1 | 6,3 | 8,8 | 10,0 | 2,4 |
| Благотворительное | 21,4 | 17,0 | 21,9 | 8,8 | 10,0 | 2,4 |
| Политическое | 3,6 | 4,3 | 9,4 | 3,5 | 3,8 | 7,1 |

Таблица 116

В работе каких любительских объединений участвуют, собираются или хотели бы участвовать жители различных регионов, %

| Любительские объединения | Регионы | | | | | | |
|--|------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Хореографическое | 18,8 | 20,3 | 11,5 | 11,1 | 12,5 | 14,8 | 26,1 |
| Вокальное | 15,6 | 12,7 | 19,2 | 5,6 | 33,3 | 31,1 | 19,6 |
| Фольклорное | 0,0 | 5,1 | 3,8 | 11,1 | 12,5 | 14,8 | 6,5 |
| Изобразительного и декоративно-прикладного искусства | 15,6 | 11,4 | 11,5 | 16,7 | 8,3 | 11,5 | 15,2 |
| Театральное | 6,3 | 12,7 | 23,1 | 11,1 | 12,5 | 11,5 | 10,9 |
| Инструментальное | 3,1 | 6,3 | 7,7 | 5,6 | 8,3 | 8,2 | 10,9 |
| Литературное | 15,6 | 15,2 | 3,8 | 0,0 | 25,0 | 13,1 | 13,0 |
| Научно-познавательное | 3,1 | 5,1 | 15,4 | 16,7 | 4,2 | 4,9 | 2,2 |
| Технического творчества | 3,1 | 3,8 | 0,0 | 11,1 | 0,0 | 6,6 | 8,7 |
| Народных ремесел | 6,3 | 7,6 | 7,7 | 11,1 | 0,0 | 9,8 | 0,0 |
| Народного творчества | 3,1 | 8,9 | 19,2 | 11,1 | 0,0 | 11,5 | 8,7 |
| Экологическое | 3,1 | 3,8 | 15,4 | 0,0 | 12,5 | 0,0 | 17,4 |
| Шахматное | 3,1 | 0,0 | 7,7 | 0,0 | 12,5 | 1,6 | 4,3 |
| Туристическое | 6,3 | 16,5 | 23,1 | 11,1 | 20,8 | 11,5 | 15,2 |
| Военно-патриотическое | 6,3 | 6,3 | 0,0 | 5,6 | 4,2 | 6,6 | 10,9 |
| Историческое | 6,3 | 6,3 | 15,4 | 5,6 | 4,2 | 8,2 | 10,9 |
| Спортивное | 9,4 | 22,8 | 19,2 | 22,2 | 20,8 | 23,0 | 32,6 |
| Краеведческое | 6,3 | 7,6 | 11,5 | 0,0 | 4,2 | 4,9 | 6,5 |
| Благотворительное | 12,5 | 12,7 | 3,8 | 22,2 | 8,3 | 13,1 | 13,0 |
| Политическое | 9,4 | 3,8 | 7,7 | 5,6 | 4,2 | 1,6 | 6,5 |

Общественные объединения, в которых участвуют респонденты, оснащены оборудованием и необходимым помещением или площадками примерно на 70% (см. табл. 117).

Таблица 117

Условия техническая оснащенность общественных организаций, объединений культуры для плодотворной деятельности, в работе которой участвуют респонденты, %

| Материальная база работы объединений | Имеется | Не имеется | Нет необходимости | Затруднились ответить |
|---|-------------|------------|-------------------|-----------------------|
| Помещение (здание) | 61,2 | 12,9 | 4,5 | 21,4 |
| Территория, площадки | 40,9 | 19,6 | 14,3 | 25,2 |
| Необходимая техника и оборудование | 45,8 | 20,3 | 11,2 | 22,7 |
| Необходимые инструменты и реквизиты | 45,5 | 21,3 | 9,8 | 23,4 |
| Транспорт | 20,6 | 31,8 | 21,7 | 25,9 |
| Тиражирующая, компьютерная техника, возможности издания | 21,3 | 24,5 | 27,6 | 26,6 |

Техническая оснащенность невысока в таких объединениях, где в этом нет особой потребности, как шахматные объединения, в остальных объединениях техническая оснащенность, в том числе наличие помещений, довольно хорошая (см. табл. 118).

Таблица 118

Условия технической оснащенности общественных организаций, объединений по профилю, в работе которых участвуют респонденты, %

| Материальная база объединений | Профиль любительских объединений | | | | | | |
|---|----------------------------------|-------------|-------------|--|-------------|------------------|--------------|
| | Хореографическое | Вокальное | Фольклорное | Изобразительного и декоративно-прикладного искусства | Театральное | Инструментальное | Литературное |
| Помещение (здание) | 68,6 | 66,7 | 68,2 | 61,1 | 80,0 | 71,4 | 68,4 |
| Территория, площадки | 52,9 | 54,4 | 36,4 | 30,6 | 51,4 | 57,1 | 50,0 |
| Необходимая техника и оборудование | 60,8 | 56,1 | 40,9 | 41,7 | 48,6 | 61,9 | 42,1 |
| необходимые инструменты и реквизиты | 51,0 | 56,1 | 50,0 | 47,2 | 34,3 | 38,1 | 44,7 |
| Транспорт | 27,5 | 28,1 | 22,7 | 19,4 | 22,9 | 38,1 | 21,1 |
| Тиражирующая, компьютерная техника, возможности издания | 21,6 | 26,3 | 13,6 | 22,2 | 20,0 | 23,8 | 23,7 |

Продолжение таблицы 118

| Материальная база объединений | Профиль любительских объединений | | | | | | |
|---|----------------------------------|-------------------------|------------------|----------------------|---------------|-------------|---------------|
| | Научно-познавательное | Технического творчества | Народных ремесел | Народного творчества | Экологическое | Шахматное | Туристическое |
| Помещение (здание) | 64,7 | 50,0 | 55,6 | 76,9 | 63,2 | 11,1 | 69,0 |
| Территория, площадки | 58,8 | 50,0 | 44,4 | 42,3 | 47,4 | 22,2 | 42,9 |
| Необходимая техника и оборудование | 64,7 | 64,3 | 44,4 | 38,5 | 42,1 | 22,2 | 52,4 |
| необходимые инструменты и реквизиты | 47,1 | 57,1 | 27,8 | 38,5 | 42,1 | 22,2 | 47,6 |
| Транспорт | 23,5 | 14,3 | 22,2 | 38,5 | 36,8 | 33,3 | 31,0 |
| Тиражирующая, компьютерная техника, возможности издания | 41,2 | 28,6 | 5,6 | 23,1 | 42,1 | 11,1 | 23,8 |

Окончание таблицы 118

| Материальная база работы объединений | Любительские объединения | | | | | |
|---|--------------------------|--------------|-------------|---------------|-------------------|--------------|
| | Военно-патриотическое | Историческое | Спортивное | Краеведческое | Благотворительное | Политическое |
| Помещение (здание) | 55,6 | 43,5 | 71,9 | 55,6 | 57,1 | 42,9 |
| Территория, площадки | 50,0 | 30,4 | 56,3 | 33,3 | 48,6 | 28,6 |
| Необходимая техника и оборудование | 72,2 | 56,5 | 54,7 | 61,1 | 42,9 | 42,9 |
| необходимые инструменты и реквизиты | 61,1 | 43,5 | 51,6 | 55,6 | 48,6 | 21,4 |
| Транспорт | 27,8 | 26,1 | 23,4 | 22,2 | 25,7 | 21,4 |
| Тиражирующая, компьютерная техника, возможности издания | 33,3 | 26,1 | 17,2 | 16,7 | 48,6 | 35,7 |

Большинство респондентов считают, что наибольший эффект для развития личности в культуре дает чтение художественной литературы, посещение драматических театральных постановок, посещение музеев, посещение художественных выставок, чтение поэзии, участие в художественной самодеятельности, посещение оперы, то есть все, что является результатом художественного творчества (см. перечень 3).

Перечень 3

Мнение респондентов о том, что в культуре дает наибольший эффект для развития личности, %

- 61,7** – Чтение художественной литературы
- 43,9** – Посещение драматических театральных постановок
- 46,8** – Посещение музеев
- 29,1** – Посещение художественных выставок
- 28,1** – Чтение поэзии
- 25,0** – Участие в художественной самодеятельности
- 22,7** – Посещение оперы
- 17,8 – Посещение балетных спектаклей
- 17,5 – Посещение выставок современного искусства
- 17,5 – Посещение фестивалей народного творчества
- 13,4 – Посещение эстрадных концертов
- 6,5 – Посещение цирковых представлений

Это обобщенное мнение о роли различных направлений культуры в формировании культурного облика личности в целом схоже у представителей всех поколений (см. табл. 119).

Таблица 119

Мнение представителей различных возрастных групп о том, что в культуре дает наибольший эффект для развития личности, %

| Мнение | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Посещение драматических театральных постановок | 36,7 | 36,8 | 33,6 | 42,7 | 42,7 | 58,6 |
| Посещение оперы | 22,2 | 17,9 | 20,9 | 22,8 | 23,1 | 25,6 |
| Посещение балетных спектаклей | 17,7 | 16,0 | 17,1 | 15,3 | 17,6 | 22,1 |
| Участие в художественной самодеятельности | 20,3 | 23,6 | 27,5 | 25,8 | 20,6 | 33,2 |
| Чтение художественной литературы, поэзии | 53,8 | 56,6 | 55,0 | 59,3 | 62,1 | 72,5 |
| Чтение поэзии | 35,4 | 32,5 | 28,4 | 24,5 | 27,5 | 28,0 |
| Посещение музеев | 56,3 | 41,5 | 46,9 | 48,1 | 48,2 | 42,1 |
| Посещение выставок современного искусства | 17,1 | 28,8 | 23,7 | 15,3 | 16,4 | 13,2 |
| Посещение художественных выставок | 31,0 | 30,7 | 25,6 | 26,9 | 31,8 | 27,1 |
| Посещение эстрадных концертов | 19,0 | 17,9 | 16,6 | 12,0 | 14,1 | 7,8 |
| Посещение фестивалей народного творчества | 13,3 | 14,6 | 16,6 | 16,2 | 21,4 | 15,8 |
| Посещение цирковых представлений | 8,9 | 5,7 | 4,7 | 8,1 | 6,6 | 4,7 |

Что касается предпочтений при потреблении продукции культуры, они разнообразные и в первую очередь интерес проявляется к той продукции, которая выполняет функцию экологической (психологической) рекреации личности. Поэтому в предпочтениях лидируют эстрадная, вокальная музыка, рок-музыка, музыка из кинофильмов, народные песни и танцевальная музыка, песни бардов (см. перечень 4).

Перечень 4

Музыка, которую респонденты предпочитают слушать, %

- 45,0** – Эстрадная музыка
- 29,0** – Советская эстрадная
- 25,0** – Музыка из художественных кинофильмов
- 19,7 – Исполнители народных песен
- 17,7 – Рок-музыка
- 17,1 – Барды
- 13,2 – Вокальная
- 12,9 – Рэп
- 11,5 – Музыка из мультфильмов, детских кинофильмов
- 11,0 – Ансамбли народной песни и танца
- 10,1 – Народная (национальная) музыка
- 9,7 – Джазовая
- 9,7 – Симфоническая
- 9,3 – Оперетта, мюзикл
- 8,7 – Фортепианная
- 7,8 – Органная
- 6,5 – Сольная инструментальная
- 6,3 – Хоровая
- 6,0 – Опера
- 5,1 – Балет
- 4,5 – Оркестры, ансамбли народных инструментов
- 3,6 – Камерно-инструментальная

В общих вкусовых предпочтениях больших различий среди представителей различных возрастных групп не наблюдается. К народным песням тяготеют представители старшего поколения (старше 40 лет), тяга к советской эстраде характерна для населения в возрасте от 25 лет и старше, бардов любит слушать также старшее поколение (от 40 лет и далее). Молодое поколение, в отличие от старшего, любит слушать рок-музыку и рэп (см. табл. 120).

Таблица 120

Музыка, которую предпочитают слушать представители различных возрастных групп, %

| Какую музыку любят слушать | Возрастные группы | | | | | |
|---|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Симфоническая | 8,2 | 8,0 | 9,0 | 9,2 | 9,9 | 11,5 |
| Хоровая | 3,8 | 5,7 | 3,3 | 3,9 | 6,8 | 10,8 |
| Вокальная | 8,9 | 15,6 | 13,3 | 10,3 | 13,6 | 16,2 |
| Сольная инструментальная | 7,6 | 10,8 | 4,7 | 4,8 | 6,4 | 7,1 |
| Фортепианная | 7,6 | 9,9 | 9,5 | 6,8 | 7,6 | 12,0 |
| Органная | 3,2 | 5,7 | 6,2 | 7,2 | 8,3 | 11,3 |
| Камерно-инструментальная | 2,5 | 1,4 | 1,9 | 3,5 | 4,3 | 4,7 |
| Опера | 4,4 | 1,4 | 4,7 | 5,9 | 6,4 | 8,9 |
| Балет | 3,2 | 3,3 | 5,2 | 3,5 | 5,6 | 7,8 |
| Оперетта, мюзикл | 2,5 | 7,1 | 6,6 | 6,1 | 10,7 | 15,3 |
| Оркестры, ансамбли народных инструментов | 3,2 | 1,4 | 2,4 | 2,6 | 5,2 | 8,2 |
| Исполнители народных песен | 3,2 | 7,1 | 10,0 | 10,5 | 20,6 | 45,4 |
| Ансамбли народной песни и танца | 0,0 | 6,1 | 6,2 | 7,4 | 15,3 | 16,5 |
| Джазовая | 14,6 | 15,6 | 15,2 | 8,1 | 8,3 | 6,4 |
| Советская эстрадная | 10,1 | 15,1 | 24,6 | 24,7 | 39,3 | 31,3 |
| Народная (национальная) музыка | 5,1 | 8,5 | 6,6 | 5,9 | 12,6 | 14,6 |
| Барды | 6,3 | 9,0 | 12,8 | 11,6 | 19,4 | 29,4 |
| Эстрадная музыка | 38,0 | 47,6 | 48,8 | 54,0 | 43,6 | 37,2 |
| Рок-музыка | 48,7 | 35,8 | 31,8 | 23,0 | 7,7 | 1,6 |
| Рэп | 41,8 | 34,9 | 24,6 | 11,8 | 3,8 | 2,4 |
| Музыка из мультфильмов, детских кинофильмов | 10,1 | 11,8 | 15,2 | 15,1 | 10,0 | 8,7 |
| Музыка из художественных кинофильмов | 16,5 | 28,3 | 19,0 | 23,2 | 28,4 | 25,4 |

Музыку слушают по радио дома 35,2% респондентов, по радио в автомобиле – 31,1%, с мини-плеера с наушником – 23,5%, в иных формах (по радио на работе, с Интернета, по музыкальному центру дома, по магнитофону, телевизору, телефону, в театре). Распространенность мини-плеера среди молодежи очень велика, а старшее поколение больше ориентируется на радио при прослушивании музыки (см. табл. 121).

Таблица 121

Устройства, при помощи которых представители различных возрастных групп предпочитают слушать музыку, %

| По какому устройству предпочитают слушать музыку | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| По радио дома | 11,4 | 21,2 | 32,2 | 30,2 | 41,9 | 45,6 |
| По радио в автомобиле | 12,0 | 25,9 | 39,8 | 46,2 | 36,1 | 11,5 |
| С мини-плеера с наушником | 72,8 | 60,4 | 37,9 | 22,3 | 11,0 | 2,8 |
| В иных формах (по радио на работе, с Интернета, по музыкальному центру дома, по магнитофону, телевизору, телефону, в театре) | 20,3 | 18,4 | 16,6 | 19,7 | 24,2 | 44,5 |

Чтение имеет давнюю традицию и с правом причисляется к одному из самых эффективных методов художественного воспитания и формирования культуры населения. В предпочтениях россиян лидирует литература рекреационной направленности (психологическая рекреация, см. перечень 5).

Перечень 5

Литература, которую респонденты предпочитают читать, %

- 39,0** – Детективы
- 38,6** – Романы
- 34,3** – Историческая литература
- 20,0** – Рассказы
- 18,5 – Фантастика
- 12,9 – Путешествия
- 11,7 – Научно-популярная литература
- 10,7 – Техническая литература
- 11,5 – Поэзия
- 8,4 – Сказки
- 7,2 – Мемуары
- 6,3 – Философская литература
- 5,5 – Документальная публицистика
- 4,5 – Политическая литература
- 1,9 – Экономическая литература

Интерес к романам начинает возрастать после 20 лет; детективы читают все поколения; интерес к исторической литературе растет после 40 лет, а к фантастике после этого возраста снижается; путешествия любят читать самые молодые (см. табл. 122).

Книги, которые предпочитают читать представители различных возрастных групп, %

| Какую литературу любят читать | Возрастные группы | | | | | |
|-------------------------------|-------------------|------------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Романы | 28,5 | 40,6 | 28,0 | 35,0 | 44,1 | 40,5 |
| Детективы | 36,7 | 25,0 | 40,3 | 37,2 | 41,2 | 44,0 |
| Рассказы | 22,8 | 24,5 | 14,2 | 20,6 | 18,0 | 22,4 |
| Историческая | 21,5 | 29,2 | 25,6 | 27,6 | 35,4 | 51,1 |
| Фантастика | 38,6 | 29,2 | 27,0 | 21,4 | 13,4 | 6,8 |
| Путешествия | 20,3 | 16,5 | 12,3 | 13,1 | 11,7 | 10,6 |
| Поэзия | 14,6 | 14,2 | 8,5 | 7,0 | 12,9 | 13,2 |
| Сказки | 5,1 | 9,9 | 7,6 | 9,2 | 8,7 | 7,8 |
| Техническая | 8,2 | 10,4 | 7,1 | 9,6 | 7,6 | 20,0 |
| Научно-популярная | 13,3 | 14,6 | 13,3 | 11,4 | 10,7 | 10,6 |
| Мемуары | 2,5 | 4,7 | 5,2 | 5,9 | 6,9 | 13,2 |
| Политическая | 3,8 | 2,4 | 5,7 | 4,4 | 4,9 | 4,5 |
| Документальная публицистика | 3,2 | 3,8 | 7,6 | 5,3 | 5,7 | 6,1 |
| Философская | 5,7 | 8,0 | 4,7 | 7,7 | 6,0 | 5,6 |
| Экономическая | 3,8 | 3,8 | 3,3 | 2,2 | 1,2 | 0,5 |

Абсолютное большинство (82,7%) читают бумажные издания книг, 16% – электронные издания, 16,5% – в Интернете. Традиция читать книгу на бумажном носителе сохранилась во всех поколениях, но молодежь в возрасте до 30 лет уже часто прибегает к электронной книге (см. табл. 123).

Таблица 123

В каком виде читают книги представители различных возрастных групп, %

| Вид чтения книг | Возрастные группы | | | | | |
|---------------------|-------------------|------------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Бумажное издание | 68,4 | 70,3 | 71,6 | 80,1 | 87,5 | 93,6 |
| Электронное издание | 31,0 | 36,8 | 26,5 | 19,3 | 9,6 | 2,6 |
| В Интернете | 32,3 | 30,7 | 28,9 | 19,3 | 10,9 | 4,0 |

Домашняя библиотека имеется у 53,6% россиян в возрасте 16 лет и старше. Среднее число книг в домашней библиотеке – 329, в том числе у 98,5% респондентов книги в домашней библиотеке – в бумажном виде, у 12,7% – на дисках (в том числе), у 13,9% имеется электронная библиотека на компьютере.

Домашняя библиотека имеется дома у 64,7% жителей мегаполисов и насчитывает она в среднем 578 книг, у 60,9% жителей административных центров субъектов РФ (342 книги), 52,3% жителей районных центров (258 книг), 43,4% жителей поселков городского типа (181 книга), 43,3% жителей сел (272 книги).

Иностранным языком в той или иной степени владеют 39,1% россиян в возрасте 16 лет и старше. В том числе: владеют в хорошей степени – 6% (7,2 млн. человек, половина из них английским, десятая часть – немецким, еще меньше – французским); владеют в средней степени – 10,9%, две трети английским, десятая часть – немецким, меньше – французским); владеют слабо – 22,2%.

В отношении владения иностранным языком ситуация в регионах схожа. Больше всего доля владеющих иностранным языком в мегаполисах, меньше всего – на Северном Кавказе и в национальных республиках (см. табл. 124).

Таблица 124

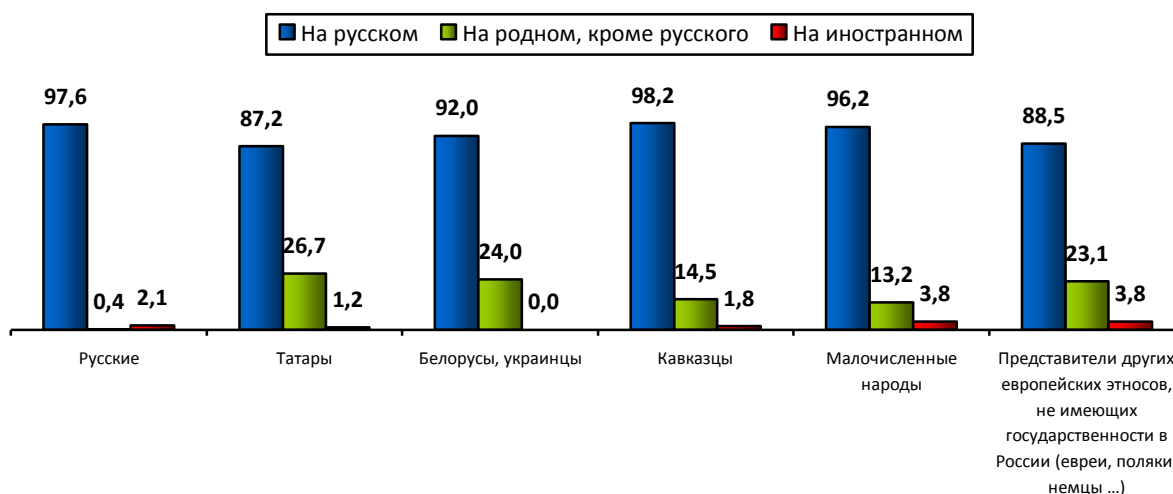
Степень владения респондентов иностранным языком, распределение по регионам, %

| Степень владения иностранным языком | Регионы | | | | | | |
|-------------------------------------|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Владеют в хорошей степени | 10,8 | 5,2 | 3,5 | 7,9 | 6,1 | 3,8 | 6,5 |
| Владеют в средней степени | 15,9 | 8,7 | 9,4 | 14,0 | 10,3 | 8,4 | 13,0 |
| Владеют слабо | 24,5 | 22,1 | 19,5 | 24,9 | 21,8 | 17,4 | 27,6 |
| Не владеют | 48,9 | 64,0 | 67,6 | 53,2 | 61,8 | 70,4 | 52,9 |

Художественную литературу 97% респондентов читают на русском, 2,6% – на родном, 2,1% – на иностранном языке. В национальных республиках читают художественную литературу на русском языке – 93,1%, на родном языке – 11,8%, на иностранном языке – 2,8%. Художественную литературу читают на русском языке подавляющая часть представителей всех этносов (см. рис. 42).

Рисунок 42

На каком языке читают художественную литературу представители различных этносов, %



Считают, что с русскими традициями и культурой знакомы хорошо – 46,5%, не очень хорошо – 42,6%, имеют о них слабое представление – 5,3%, практически не знакомы – 5,6% респондентов. Считают, что с традициями и культурой своего народа (не русского) знакомы хорошо – 19,7%, не очень хорошо – 14,5%, имеют о них слабое представление – 5,5%, практически не знакомы – 60,3% респондентов¹⁵. Даже в национальных республиках только половина населения знает хорошо свои национальные традиции, и то же можно сказать о регионах, населяемых преимущественно русскими (см. табл. 125); это относится собственно и к этническим группам (см. табл. 126), к последователям различных религий (см. табл. 127).

Таблица 125

Знание респондентами в разных регионах хорошо русской и своей национальной традиций и культуры, %

| Культура и традиции | Регионы | | | | | | |
|-----------------------------|------------|----------------------|----------|-----------------|------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Своего народа (не русского) | 14,1 | 21,3 | 6,6 | 7,0 | 30,3 | 13,3 | 42,7 |
| Русская культура и традиции | 50,2 | 45,8 | 44,9 | 59,4 | 47,9 | 33,9 | 49,6 |

Таблица 126

Знание представителями различных этносов хорошо русской и своей национальной традиций и культуры, %

| Культура и традиции | Национальность | | | | | |
|-----------------------------|----------------|--------|--------------------|----------|----------------------|--|
| | Русские | Татары | Белорусы, украинцы | Кавказцы | Малочисленные народы | Представители европейских этносов, не имеющих государственности в РФ (евреи, немцы, поляки...) |
| Своего народа (не русского) | 14,9 | 65,1 | 60,0 | 72,7 | 37,7 | 42,3 |
| Русская культура и традиции | 47,1 | 51,2 | 32,0 | 45,5 | 20,8 | 57,7 |

¹⁵ Примечание: часть русских из смешанных семей выделяют две культуры, как свои: русскую и некоторую нерусскую.

Знание последователями различных религий *хорошо* русской и своей национальной традиций и культуры, %

| Культура и традиции | Религии | | | | | | |
|-----------------------------|-------------|-------|------------|---------------|---------|---------|--------|
| | Православие | Ислам | Католицизм | Протестантизм | Буддизм | Иудаизм | Атеист |
| Своего народа (не русского) | 17,0 | 68,8 | 42,9 | 50,0 | 40,9 | 50,0 | 10,1 |
| Русская культура и традиции | 48,2 | 46,9 | 71,4 | 0,0 | 27,3 | 0,0 | 45,3 |

Регулярно отмечают те или иные праздника примерно каждый второй россиянин, еще многие – нерегулярно. Наиболее часто отмечают: русские праздники (традиции), общегосударственные праздники Российской Федерации (нерелигиозные), религиозные праздники или традиции (см. табл. 128). Реже отмечаются общегражданские праздники своего региона (республики, края, области, города), советские праздники, праздники профессии (День шахтера и т.д.), студенческие праздники (Татьянин день и др.), и совсем редко – праздники (традиции) своего народа (нерусские), праздники других государств (День святого Патрика и др.). В табл. 128 наблюдается большая доля затруднившихся ответить по поводу соблюдения национальных традиционных праздников. Это связано с тем, что многие национальные праздники слились с религиозными праздниками и от них не отделяются.

Частота, с которой респонденты, отмечают праздники, %

| Праздники | Отмечают регулярно | Отмечают редко | Не отмечают | Затруднились ответить |
|---|--------------------|----------------|-------------|-----------------------|
| Русские праздники (традиции) | 45,5 | 41,9 | 11,1 | 1,5 |
| Праздники (традиции) своего народа (нерусские) | 11,7 | 13,7 | 21,8 | 52,8 |
| Общегосударственные праздники Российской Федерации (нерелигиозные) | 42,1 | 40,5 | 16,0 | 1,4 |
| Общегражданские праздники своего региона (республики, края, области, города) | 21,7 | 47,2 | 28,2 | 2,9 |
| Советские праздники | 21,9 | 43,5 | 32,5 | 2,1 |
| Религиозные праздники или традиции | 31,1 | 43,8 | 22,6 | 2,5 |
| Праздники профессии (День шахтера и т.д.), студенческие праздники (Татьянин день и др.) | 21,5 | 34,4 | 42,0 | 2,1 |
| Праздники других государств (День святого Патрика и др.) | 3,6 | 12,7 | 81,0 | 3,1 |

Примечательно, что в Сибири и на Дальнем Востоке значительно меньше доля отмечающих русские праздники, чем в национальных республиках, но чаще отмечаются профессиональные праздники (см. табл. 129).

Молодежь в целом празднует те же праздники, что и старшее поколение, есть небольшие различия, старшее поколение чаще отмечает советские праздники, а молодежь – студенческие праздники и праздники других государств (доля празднующих невелика, см. табл. 130).

Представители различных этнических групп достаточно широко празднуют и свои национальные, и русские, и общегражданские праздники (см. табл. 131).

Кроме последователей ислам и буддизма, многие среди последователей других религий празднуют и русские национальные праздники, а при праздновании общегражданских праздников к ним присоединяются и последователи ислама и буддизма (см. табл. 132).

Таблица 129

Какие праздники празднуют жители различных регионов, %

| Праздники | Регионы | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Русские праздники (традиции) | 54,9 | 41,4 | 50,8 | 53,7 | 51,5 | 29,6 | 45,1 |
| Праздники (традиции) своего народа, если Вы нерусский | 13,4 | 2,9 | 4,7 | 7,4 | 17,6 | 4,9 | 41,5 |
| Общегосударственные праздники Российской Федерации (нерелигиозные) | 43,3 | 43,5 | 40,2 | 38,9 | 37,6 | 43,2 | 47,6 |
| Общегражданские праздники своего региона (республики, края, области, города) | 22,0 | 17,2 | 18,4 | 18,3 | 25,5 | 15,1 | 41,5 |
| Советские праздники | 26,0 | 18,0 | 31,3 | 20,1 | 19,1 | 14,8 | 31,3 |
| Религиозные праздники или традиции | 32,1 | 34,8 | 36,3 | 30,1 | 24,5 | 14,5 | 49,6 |
| Праздники профессии (День шахтера и т.д.), студенческие праздники (Татьянин день и др.) | 19,9 | 19,0 | 12,5 | 12,2 | 31,8 | 33,3 | 15,9 |
| Праздники других государств (День святого Патрика и др.) | 3,2 | 3,5 | 2,0 | 1,7 | 8,5 | 2,3 | 3,3 |

Таблица 130

Какие праздники празднуют представители различных возрастных групп, %

| Праздники | Возрастные группы | | | | | |
|---|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Русские праздники (традиции) | 43,0 | 46,2 | 44,5 | 49,0 | 46,5 | 41,2 |
| Праздники (традиции) своего народа, если Вы нерусский | 8,2 | 16,5 | 14,2 | 12,9 | 10,7 | 9,9 |
| Общегосударственные праздники Российской Федерации (нерелигиозные) | 39,9 | 44,3 | 41,2 | 40,7 | 39,2 | 48,9 |
| Общегражданские праздники своего региона (республики, края, области, города) | 20,3 | 28,3 | 24,6 | 23,2 | 20,4 | 18,1 |
| Советские праздники | 15,8 | 18,9 | 14,2 | 18,4 | 25,8 | 26,6 |
| Религиозные праздники или традиции | 22,2 | 31,6 | 30,8 | 32,4 | 31,3 | 32,5 |
| Праздники профессии (День шахтера и т.д.), студенческие праздники (Татьянин день и др.) | 22,8 | 23,6 | 19,0 | 21,7 | 18,5 | 26,1 |
| Праздники других государств (День святого Патрика и др.) | 8,2 | 9,9 | 6,2 | 2,6 | 2,6 | 0,5 |

Таблица 131

Какие праздники празднуют представители различных этнических групп, %

| Праздники | Национальность | | | | | |
|---|----------------|-------------|--------------------|-------------|----------------------|--|
| | Русские | Татары | Белорусы, украинцы | Кавказцы | Малочисленные народы | Представители европейских этносов, не имеющих государственности в РФ (евреи, немцы, поляки...) |
| Русские праздники (традиции) | 47,2 | 36,0 | 48,0 | 21,8 | 22,6 | 46,2 |
| Праздники (традиции) своего народа, если Вы нерусский | 7,1 | 46,5 | 20,0 | 58,2 | 67,9 | 23,1 |
| Общегосударственные праздники Российской Федерации (нерелигиозные) | 41,9 | 52,3 | 52,0 | 32,7 | 39,6 | 38,5 |
| Общегражданские праздники своего региона (республики, края, области, города) | 20,6 | 39,5 | 12,0 | 27,3 | 30,2 | 26,9 |
| Советские праздники | 21,8 | 27,9 | 28,0 | 20,0 | 18,9 | 11,5 |
| Религиозные праздники или традиции | 29,6 | 39,5 | 44,0 | 45,5 | 50,9 | 34,6 |
| Праздники профессии (День шахтера и т.д.), студенческие праздники (Татьянин день и др.) | 22,1 | 20,9 | 20,0 | 5,5 | 13,2 | 23,1 |
| Праздники других государств (День святого | 3,7 | 3,5 | 0,0 | 5,5 | 1,9 | 3,8 |

| | | | | | | |
|----------------|--|--|--|--|--|--|
| Патрика и др.) | | | | | | |
|----------------|--|--|--|--|--|--|

Таблица 132

Какие праздники празднуют последователи различных религий, %

| Праздники | Религии | | | | | | |
|---|-------------|-------|------------|---------------|---------|---------|--------|
| | Православие | Ислам | Католицизм | Протестантизм | Буддизм | Иудаизм | Атеист |
| Русские праздники (традиции) | 49,7 | 28,1 | 57,1 | 50,0 | 22,7 | 100,0 | 37,2 |
| Праздники (традиции) своего народа, если Вы нерусский | 8,9 | 58,3 | 28,6 | 0,0 | 68,2 | 50,0 | 5,3 |
| Общегосударственные праздники Российской Федерации (нерелигиозные) | 43,2 | 47,9 | 57,1 | 50,0 | 38,6 | 0,0 | 37,2 |
| Общегражданские праздники своего региона (республики, края, области, города) | 21,0 | 33,3 | 57,1 | 0,0 | 34,1 | 50,0 | 19,4 |
| Советские праздники | 22,4 | 25,0 | 42,9 | 0,0 | 20,5 | 0,0 | 19,8 |
| Религиозные праздники или традиции | 32,9 | 55,2 | 85,7 | 50,0 | 45,5 | 0,0 | 12,1 |
| Праздники профессии (День шахтера и т.д.), студенческие праздники (Татьянин день и др.) | 23,2 | 16,7 | 28,6 | 0,0 | 11,4 | 0,0 | 16,6 |
| Праздники других государств (День святого Патрика и др.) | 3,5 | 3,1 | 0,0 | 0,0 | 2,3 | 0,0 | 4,5 |

17. Этническая и религиозная толерантность

Для измерения этнической и религиозной толерантности (или «дистанцирования») использовался такой индикатор, как межнациональные и гетерогенные в религиозном отношении браки.

Если бы близкие родственники (например, брат, сестра) решили вступить в брак с представителем другой национальности, то 25,2% респондентов такой брак бы не одобрили, так как считают, что брак следует заключать только с представителем своей национальности; 57,6% не возражали бы против брака между представителями различных национальностей, если супруги счастливы; 17,2% затруднились ответить. Доля не одобрявших бы межнациональный брак составляет среди мужчин – 27,7%, среди женщин – 23%. Такой показатель характерен для всех возрастных групп (от 26,6% в возрасте до 19 лет и до 22,4% в возрасте старше 60 лет), что свидетельствует о некотором этническом замыкании населения, в основе которого лежат не демографические факторы.

Этническое дистанцирование выше в мегаполисах, чем в менее урбанизированных поселениях. Так, в мегаполисах против межнациональных браков – 35,3%, в административных центрах субъектов РФ – 20,2%, в районных центрах – 24,5%, в поселках городского типа – 22,1%, в селах – 28,4%.

Не влияет на эту установку и уровень образования: среди имеющих незаконченное среднее образование против межнациональных браков – 29,6%, законченное среднее – 23,2%, начальное профессиональное – 28,7%, среднее профессиональное – 27,6%, высшее – 21,7%.

Среди русских противников межнационального брака – 25,5%, среди татар – 29,1%, среди белорусов и украинцев – 20%, среди представителей кавказских этносов – 25,5%, среди представителей малочисленных народов – 13,4%.

Аналогична ситуация касательно религиозной толерантности.

Если бы близкие родственники (например, брат, сестра) решили вступить в брак с представителем другой религии, то 33,3% респондентов такой брак бы не одобрили, так как считают, что брак следует заключать только с представителем своей религии; 46,3% не возражали бы против брака между представителями различных религий, если супруги счастливы; 20,4% затруднились ответить. Доля не одобрявших бы межрелигиозный брак составляет среди мужчин – 35,6%, среди женщин – 31,4%. Такой показатель характерен для всех возрастных групп (от 27,8% в возрасте до 19 лет и до 33,2% в возрасте старше 60 лет), что свидетельствует о некотором религиозном замыкании населения.

Религиозное дистанцирование выше в мегаполисах, чем в менее урбанизированных поселениях. Так, в мегаполисах против межрелигиозных браков – 45%, в административных центрах субъектов РФ – 26,1%, в районных центрах – 34,5%, в поселках городского типа – 30,1%, в селах – 36,5%.

Не влияет на эту установку и уровень образования: среди имеющих незаконченное среднее образование против межрелигиозных браков – 38%, законченное среднее – 32,2%, начальное профессиональное – 35,8%, среднее профессиональное – 37,6%, высшее – 30%.

Среди русских противников межрелигиозных браков – 33,4%, среди татар – 34,9%, среди белорусов и украинцев – 32%, среди представителей кавказских этносов – 52,7%, среди представителей малочисленных народов – 15,1%.

Религиозность не является решающим фактором, частично за исключением последователей ислама и иудаизма, для отторжения межрелигиозного брака. Так, среди последователей православия доля противников межрелигиозного брака составляет 35,6%, ислама – 46,9%, католицизма – 14,3%, протестантизма – нет противников, буддизма – 11,4%, иудаизма – 50%.

Национальная замкнутость не всегда означает замкнутость религиозную, а религиозная – замкнутость национальную, о чем свидетельствует тот факт, что среди противников межнациональных браков доля противников межрелигиозных браков составляет 89%, а среди противников межрелигиозных браков доля противников межнациональных браков составляет 67,3%.

Большинство респондентов согласны со следующими ролями русского языка:

- язык межнационального общения народов, населяющих Российскую Федерацию;
- основной язык обучения в средней школе;
- основной язык обучения в университете;
- основной язык распространения и поддержания культуры на уровне Российской Федерации.

Меньше тех, кто считает, что русский язык должен быть основным языком распространения и поддержания культуры в республике, крае и области.

Мало тех, кто считает, что русский язык – это язык русского народа и только для русского народа, а также, что это основной язык экономических контактов в масштабах Российской Федерации или основной язык контакта населения с государственными учреждениями. Эти ожидания в отношении русского языка, как считают респонденты, в целом реализуются именно в тех масштабах, каковы ожидания респондентов (см. табл. 133).

Таблица 133

Мнение респондентов о роли русского языка в Российской Федерации и о том, какую роль он выполняет сегодня, %

| | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня |
|---|---------------------------|----------------------------|
| Язык русского народа и только для русского народа | 23,3 | 18,7 |
| Язык межнационального общения народов, населяющих Российскую Федерацию | 79,0 | 67,8 |
| Основной язык обучения в средней школе | 72,1 | 75,8 |
| Основной язык обучения в университете | 69,1 | 70,5 |
| Основной язык распространения и поддержания культуры на уровне Российской Федерации | 62,6 | 55,7 |
| Основной язык распространения и поддержания культуры в республике, крае и области | 44,5 | 39,1 |
| Основной язык экономических контактов в масштабах Российской Федерации | 19,0 | 21,1 |
| Основной язык контакта населения с государственными учреждениями | 14,8 | 22,4 |

В целом представители всех обследованных этнических групп лояльно относятся к основным функциям русского языка, только представители малочисленных народов не

хотят, чтобы русский язык был основным языком распространения и поддержания культуры в республике, крае и области (см. табл. 134).

За усиление этнической роли русского языка ратуют в основном на Урале, а также здесь сомневаются, что русский язык сегодня является основным языком распространения и поддержания культуры на уровне Российской Федерации, а в Сибири и на Дальнем Востоке сомневаются, что русский язык сегодня является основным языком распространения и поддержания культуры в республике, крае и области; в мегаполисах сомневаются, что русский язык в достаточной степени выполняет роль языка межнационального общения внутри страны (см. табл. 135).

**Мнение представителей различных этнических групп о роли русского языка в Российской Федерации
и о том, какую роль он выполняет сегодня, %**

| Роль русского языка | Национальность | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|--|----------------------------|
| | Русские | | Татары | | Белорусы, украинцы | | Кавказцы | | Малочисленные народы | | Представители европейских этносов, не имеющих государственности в РФ (евреи, немцы, поляки...) | |
| | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня |
| Язык русского народа и только для русского народа | 23,7 | 17,5 | 14,0 | 30,2 | 36,0 | 28,0 | 27,3 | 29,1 | 15,1 | 22,6 | 11,5 | 19,2 |
| Язык межнационального общения народов, населяющих Российскую Федерацию | 79,3 | 67,6 | 69,8 | 79,1 | 84,0 | 64,0 | 85,5 | 72,7 | 69,8 | 52,8 | 76,9 | 73,1 |
| Основной язык обучения в средней школе | 73,6 | 76,0 | 55,8 | 73,3 | 72,0 | 72,0 | 67,3 | 80,0 | 54,7 | 75,5 | 65,4 | 61,5 |
| Основной язык обучения в университете | 70,4 | 70,6 | 59,3 | 73,3 | 72,0 | 76,0 | 63,6 | 70,9 | 50,9 | 64,2 | 50,0 | 57,7 |
| Основной язык распространения и поддержания культуры на уровне Российской Федерации | 63,9 | 55,0 | 51,2 | 68,6 | 56,0 | 36,0 | 61,8 | 56,4 | 47,2 | 62,3 | 46,2 | 57,7 |

Продолжение таблицы 134

| Роль русского языка | Национальность | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|--|----------------------------|
| | Русские | | Татары | | Белорусы, украинцы | | Кавказцы | | Малочисленные народы | | Представители европейских этносов, не имеющих государственности в РФ (евреи, немцы, поляки...) | |
| | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня |
| Основной язык распространения и поддержания культуры в республике, крае и области | 45,7 | 38,9 | 38,4 | 36,0 | 20,0 | 20,0 | 38,2 | 45,5 | 24,5 | 50,9 | 50,0 | 42,3 |
| Основной язык экономических контактов в масштабах Российской Федерации | 18,8 | 21,5 | 24,4 | 16,3 | 12,0 | 16,0 | 23,6 | 23,6 | 17,0 | 18,9 | 15,4 | 11,5 |
| Основной язык контакта населения с государственными учреждениями | 15,0 | 23,7 | 11,6 | 4,7 | 8,0 | 24,0 | 14,5 | 12,7 | 9,4 | 15,1 | 23,1 | 3,8 |

**Мнение жителей различных регионов о роли русского языка в Российской Федерации
и о том, какую роль он выполняет сегодня, %**

| Роль русского языка | Регионы | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| | Мегаполисы | | Север и Центр России | | Поволжье | | Северный Кавказ | | Урал | | Сибирь и Дальний Восток | | Национальные республики | |
| | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня |
| Язык русского народа и только для русского народа | 17,0 | 14,1 | 27,5 | 20,3 | 25,0 | 22,7 | 6,1 | 9,2 | 35,5 | 17,3 | 20,3 | 17,4 | 23,2 | 28,0 |
| Язык межнационального общения народов, населяющих Российскую Федерацию | 75,8 | 46,6 | 82,0 | 71,2 | 71,1 | 73,8 | 92,6 | 82,5 | 73,0 | 59,4 | 80,0 | 73,0 | 77,2 | 68,7 |
| Основной язык обучения в средней школе | 74,0 | 79,1 | 75,0 | 80,7 | 73,0 | 73,0 | 89,1 | 87,3 | 63,6 | 61,5 | 74,8 | 75,9 | 54,9 | 72,4 |
| Основной язык обучения в университете | 71,1 | 74,0 | 73,3 | 76,2 | 66,8 | 66,8 | 85,6 | 83,0 | 62,1 | 55,8 | 68,4 | 69,9 | 55,3 | 67,1 |
| Основной язык распространения и поддержания культуры на уровне Российской Федерации | 67,9 | 47,7 | 58,2 | 51,5 | 59,4 | 56,3 | 81,7 | 80,8 | 53,0 | 37,6 | 69,0 | 60,0 | 55,7 | 66,7 |

| Роль русского языка | Регионы | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| | Мегаполисы | | Север и Центр России | | Поволжье | | Северный Кавказ | | Урал | | Сибирь и Дальний Восток | | Национальные республики | |
| | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня | Эту роль должен выполнять | Эту роль выполняет сегодня |
| Основной язык распространения и поддержания культуры в республике, крае и области | 49,8 | 36,1 | 35,4 | 35,8 | 43,4 | 48,8 | 79,9 | 71,2 | 29,7 | 22,4 | 51,3 | 29,3 | 35,8 | 45,5 |
| Основной язык экономических контактов в масштабах Российской Федерации | 22,7 | 27,4 | 22,1 | 23,8 | 21,1 | 27,3 | 9,2 | 12,2 | 16,1 | 16,4 | 18,8 | 18,6 | 19,5 | 19,9 |
| Основной язык контакта населения с государственными учреждениями | 13,7 | 27,4 | 14,7 | 23,2 | 18,0 | 24,2 | 13,1 | 12,7 | 16,4 | 17,3 | 16,2 | 35,1 | 10,2 | 10,2 |

По мнению 70,1% респондентов, каждый гражданин Российской Федерации должен знать русский язык, независимо от своей национальности, на хорошем уровне, а по мнению еще 29% – на среднем уровне, для простого общения. Лишь 0,9% респондентов считают, что знать русский язык не обязательно, можно прожить и без него.

Наиболее «скептически» о необходимости знания русского языка отзываются респонденты из мегаполисов и Северного Кавказа (см. рис. 43). Как ни странно, и славянские народы, в том числе русские, и кавказцы более скептически в отношении необходимости знания русского языка, чем представители других этносов (см. рис. 44).

Рисунок 43

Мнение респондентов из различных регионов о том, в какой степени должен знать русский язык гражданин Российской Федерации, %

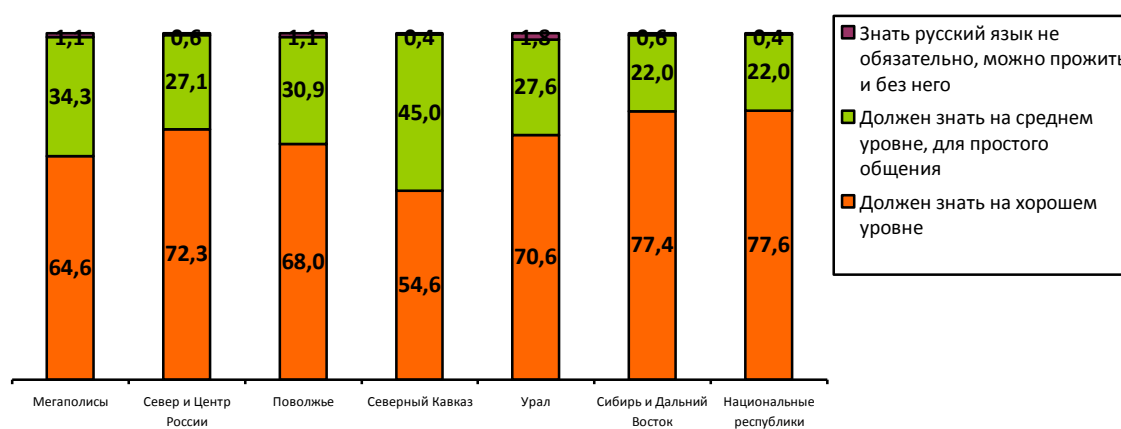
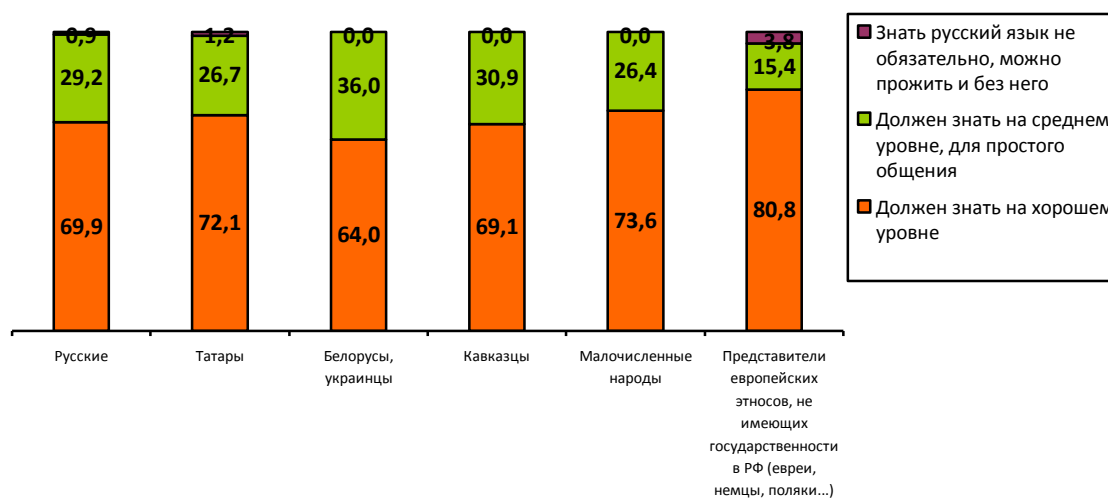


Рисунок 44

Мнение представителей различных этнических групп о том, в какой степени должен знать русский язык гражданин Российской Федерации, %



18. Отношение к предпринимателям и предпринимательству

В целом 84,2% респондентов относятся положительно к предпринимателям, в частности, 62% считают, что предприниматели создают рабочие места; 35,5% – что они способствуют переменам в лучшую сторону в регионе, городе, поселке; 8,5% – что они ведут благотворительную деятельность. Есть и такие, кто считает, что предприниматели грабят работников – 9,5%, отбирают последнее – 5,8%. Менее позитивное, чем в других регионах, отношение к предпринимателям в Поволжье и в мегаполисах, здесь многие считают, что предприниматели грабят работников (см. табл. 137).

Среди различных социальных групп более отрицательно отзываются о предпринимателях школьники, что наводит на мысль о сомнительности методов идеологического воспитания в школе в ряде случаев (см. табл. 138).

Таблица 136

Отношение представителей различных возрастных групп к предпринимателям, %

| Отношение к предпринимателям | Возрастные группы | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| Они создают рабочие места | 60,1 | 69,3 | 60,2 | 67,8 | 58,1 | 60,2 |
| Способствуют переменам в лучшую сторону в регионе, городе, поселке | 34,8 | 31,1 | 38,4 | 35,4 | 34,2 | 38,4 |
| Ведут благотворительную деятельность | 7,0 | 4,2 | 7,1 | 5,3 | 5,3 | 20,7 |
| Они отбирают последнее | 3,2 | 2,8 | 4,7 | 3,5 | 7,1 | 9,2 |
| Грабят работников | 8,9 | 4,7 | 8,5 | 6,6 | 10,4 | 14,1 |
| Итого относятся положительно | 87,9 | 92,5 | 86,8 | 89,9 | 82,5 | 86,7 |

Таблица 137

Отношение респондентов в различных регионах к предпринимателям, %

| Отношение к предпринимателям | Регионы | | | | | | |
|--|-------------|----------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| Они создают рабочие места | 51,6 | 57,4 | 48,8 | 76,4 | 63,3 | 71,3 | 68,3 |
| Способствуют переменам в лучшую сторону в регионе, городе, поселке | 30,3 | 36,2 | 30,9 | 43,2 | 35,5 | 44,6 | 24,0 |
| Ведут благотворительную деятельность | 7,9 | 4,4 | 4,7 | 6,1 | 3,9 | 23,8 | 8,1 |
| Они отбирают последнее | 8,3 | 6,6 | 11,7 | 3,5 | 2,4 | 4,9 | 3,3 |
| Грабят работников | 12,3 | 9,9 | 14,8 | 7,4 | 5,2 | 8,7 | 8,9 |
| Итого относятся положительно | 79,4 | 83,5 | 73,5 | 89,1 | 92,4 | 86,4 | 87,8 |

Отношение представителей различных социально-профессиональных групп к предпринимателям, %

| Отношение к предпринимателям | Социально-профессиональные группы | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|-------------------------|---|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| | Рабочие промышленности | Инженеры промышленности | Работники сферы услуг без высшего образования | Работники сферы услуг с высшим образованием | Служащие с высшим образованием | Служащие без высшего образования | Военные | Студенты вузов | Пенсионеры городские | Работники сельского хозяйства | Учащиеся 10-11-х классов школы | Учащиеся ПТУ, лицея | Учащиеся техникума, колледжа |
| Они создают рабочие места | 62,5 | 67,1 | 56,4 | 72,9 | 66,8 | 60,6 | 51,4 | 65,9 | 58,2 | 64,0 | 38,7 | 73,9 | 66,7 |
| Способствуют переменам в лучшую сторону в регионе, городе, поселке | 31,8 | 37,8 | 36,8 | 40,0 | 39,0 | 31,3 | 44,6 | 34,1 | 41,1 | 29,4 | 51,6 | 21,7 | 30,8 |
| Ведут благотворительную деятельность | 4,7 | 3,7 | 4,4 | 4,7 | 7,5 | 6,1 | 2,7 | 8,3 | 19,7 | 6,6 | 6,5 | 4,3 | 7,7 |
| Они отбирают последнее | 6,0 | 1,2 | 2,9 | 0,0 | 6,4 | 5,1 | 4,1 | 3,0 | 9,2 | 7,5 | 3,2 | 0,0 | 2,6 |
| Грабят работников | 11,5 | 6,1 | 12,3 | 1,2 | 4,8 | 8,1 | 2,7 | 2,3 | 11,7 | 11,9 | 19,4 | 8,7 | 5,1 |
| Итого относительно положительно | 82,5 | 92,7 | 84,8 | 98,8 | 88,8 | 86,8 | 93,2 | 94,7 | 89,1 | 89,6 | 77,4 | 91,3 | 92,3 |

При наличии возможностей, 26,8% респондентов (32 млн. человек) хотели бы наладить, а 4,4% (5,2 млн. человек) уже планируют собственный бизнес. Имеют свой бизнес 2,9% респондентов (3,5 млн. человек). Не собираются заниматься бизнесом 42,2%, не задумывались над этим – 24,5%.

Сегодня бизнес – не чисто мужское дело, имеют свой бизнес среди мужчин – 4,1%, среди женщин – 1,8%; планируют свой бизнес соответственно 5,6% и 3,3%, хотели бы его создать при наличии возможности соответственно 27,9% и 25,8%.

Бизнес – это в основном удел представителей среднего поколения (см. табл. 139).

Установки на бизнес имеются у многих и в регионах, однако фактически занимаются бизнесом немногие, особенно в Европейской части Российской Федерации (см. табл. 140).

Таблица 139

Отношение представителей различных возрастных групп к бизнесу, %

| Отношение к бизнесу | Возрастные группы | | | | | |
|---|-------------------|------------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| | До 19 лет | 20-24 года | 25-29 лет | 30-39 лет | 40-60 лет | Старше 60 лет |
| При наличии возможности хотели бы лично наладить собственный бизнес | 53,8 | 54,2 | 43,1 | 32,2 | 16,6 | 6,8 |
| Уже планируют свой бизнес | 1,9 | 8,0 | 10,9 | 5,5 | 3,1 | 1,2 |
| <i>Имеют свой бизнес</i> | 1,9 | 2,8 | 3,3 | 4,2 | 3,5 | 0,5 |
| Не собираются заниматься бизнесом | 12,0 | 13,2 | 20,4 | 32,6 | 51,8 | 72,5 |
| Не задумывались над этим | 30,4 | 21,8 | 22,3 | 25,5 | 25,0 | 19,0 |

Таблица 140

Отношение жителей различных регионов к бизнесу, %

| Отношение к бизнесу | Регионы | | | | | | |
|---|------------|----------------------|----------|-----------------|------|-------------------------|-------------------------|
| | Мегаполисы | Север и Центр России | Поволжье | Северный Кавказ | Урал | Сибирь и Дальний Восток | Национальные республики |
| При наличии возможности хотели бы лично наладить собственный бизнес | 24,5 | 25,1 | 20,3 | 37,1 | 19,1 | 23,2 | 45,1 |
| Уже планируют свой бизнес | 3,2 | 3,3 | 2,0 | 4,8 | 7,9 | 4,3 | 5,3 |
| <i>Имеют свой бизнес</i> | 1,1 | 1,7 | 1,2 | 5,2 | 5,2 | 3,2 | 3,3 |
| Не собираются заниматься бизнесом | 43,0 | 47,8 | 49,2 | 44,1 | 29,7 | 51,0 | 25,2 |
| Не задумывались над этим | 28,2 | 22,1 | 27,3 | 8,7 | 38,2 | 18,3 | 21,1 |

19. Культура быта

Культура быта – это зеркало этического облика человека, отношения к себе, своей семье и к окружающим. Эта культура не обязательно связана с материальными возможностями и проявляется в эстетичности оформления среды обитания.

Сегодня 61,4% россиян проживают в отдельной квартире, 20,1% – в отдельном доме и 6,5% занимают часть дома. Таким образом, 88% россиян имеют полную свободу в создании экологической среды своего обитания (обитания своей семьи). Есть и такие, кто проживает в общежитии (3,3%, прежде всего студенты), арендуют жилье (5,3%) или проживают в коммунальной квартире (3,4%).

Среди опрошенных 77,7% указали, что их нынешнее жилье имеет все коммунальные удобства (центральное отопление, электричество, канализация, ванна или душ и т.п.); еще 19,2% сказали, что имеется только часть коммунальных удобств, у 3,1% таких удобств в жилье нет.

На каждого члена семьи (или лично на респондента) в среднем приходится 23,4 квадратных метра общей площади (включая кухню, коридор и т.д.). Это хороший показатель, если говорить о нем, как о массовом показателе.

Данный показатель в своей статистической значимости довольно равномерный по регионам: в мегаполисах – 18,4 кв.м., На Севере и в Центре России – 22,5 кв.м., в Поволжье – 22, 2 кв.м., на Северном Кавказе – 22,3 кв.м., на Урале – 29,5 кв.м., в Сибири и на Дальнем Востоке – 23,4 кв.м., в национальных республиках – 24,9 кв.м.

Кроме квартиры, «бытовые заботы» происходят и от иной недвижимости, а также от предметов длительного пользования, которыми сегодня владеют 77,7% россиян: 39,5% имеют дачу или садово-огородный участок с домом, еще 9,5% – садово-огородный участок без дома, 21,1% – землю в собственности или в аренде, 8,2% – скот; далее, 52% имеют автомобиль, 4,3% – мотоцикл, 0,8% – катер.

Кроме дополнительной недвижимости у россиян также имеются предметы длительного пользования для обихода: у 98,5% – телевизор, 98,8% – холодильник, 89,9% – стиральная машина, 79,5% – мебельный гарнитур (включая кухонный, мягкую мебель), 76% – компьютер, 93,7% – мобильный телефон, 47,3% – видеокамера, цифровой фотоаппарат, 14,5% – кондиционер, 11,4% – тренажер или иной спортивный инвентарь для занятия физкультурой. Перечисленное свидетельствует об интенсивном бытовом и техническом «окультуривании» бытовой среды домохозяйств.

Какие результаты формирования культуры быта дало интенсивное техническое оснащение домохозяйств? Судя по словам респондентов – неплохие.

В 71,2% домохозяйств сделан ремонт квартир, причем в 12,8% домохозяйств – евроремонт. Еще в 26,2% жилья наведен порядок (чисто), но требуется ремонт, и только в 1,5% домохозяйств, по отзывам респондентов – полная разруха¹⁶.

Это же можно сказать о «вечной головной боли» жильцов – коридорах жилых домов, хотя проблемы здесь еще есть. В 43,3% прилежащих к жилью коридорах сделан ремонт, в том числе в 4% – евроремонт. В 30,8% случаях чисто, но ремонт нужен, а в 4,2% случаев – в коридоре полная разруха¹⁷.

Меняется и ландшафт вокруг домов: вокруг 36,8% домов (перед домом, во дворе) все ухожено, имеются зеленые насаждения (цветы, декоративные кустарники); вокруг 48,2% домов зеленых насаждений нет, но чисто; вокруг 12,3% домов все загромождено, неухожено¹⁸.

Забота о даче, земле, домашней скотине... занимает у россиян в среднем 138 дней в году. Кроме этого, забота об автомобиле, мотоцикле, катере занимает в среднем в день 1,8 часов, то есть 27,4 дней в году. При такой занятости основным источником культурного просвещения остается радио, которое можно слушать и во время работы.

К культуре быта (и экологической культуре) относится также культура питания. Как свидетельствуют данные опроса, россияне в большинстве случаев стараются готовить сами (см. табл. 141). Фастфуды, придорожные кафе, да и городские кафе, даже полуфабрикаты в культуре питания россиян не распространены широко. Это свидетельство эффективности телепрограмм под собирательным названием «готовим сами».

Таблица 141

Характер питания россиян, %

| Где питаются | Завтрак | Обед | Ужин |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Едят в основном домашнюю пищу, готовят сами | 89,5 | 60,5 | 88,0 |
| В основном дома, из полуфабрикатов | 5,2 | 4,1 | 6,6 |
| В основном на работе (по месту учебы), в столовой | 2,1 | 27,7 | 1,2 |
| В основном в кафе, ресторане в городе | 0,2 | 2,4 | 2,1 |
| В основном в придорожных кафе | 0,3 | 0,6 | 0,3 |
| В основном потребляют бутерброды (в фастфуде, киосках и др.) | 1,7 | 2,9 | 0,6 |
| Не ответили | 1,0 | 1,8 | 1,2 |

Среднемесячный бюджет семьи расходуется следующим образом (это тоже относится к культуре быта):

- на питание – 10 230 руб.
- на коммунальные расходы (или проживание в общежитии, аренда) – 4 340 руб.
- на транспорт – 2 420 руб.
- на удовлетворение культурных, образовательных потребностей – 2 180 руб.

¹⁶ Примечание: общежития не учитывались.

¹⁷ Примечание: остальные живут в своих домах или в общежитии.

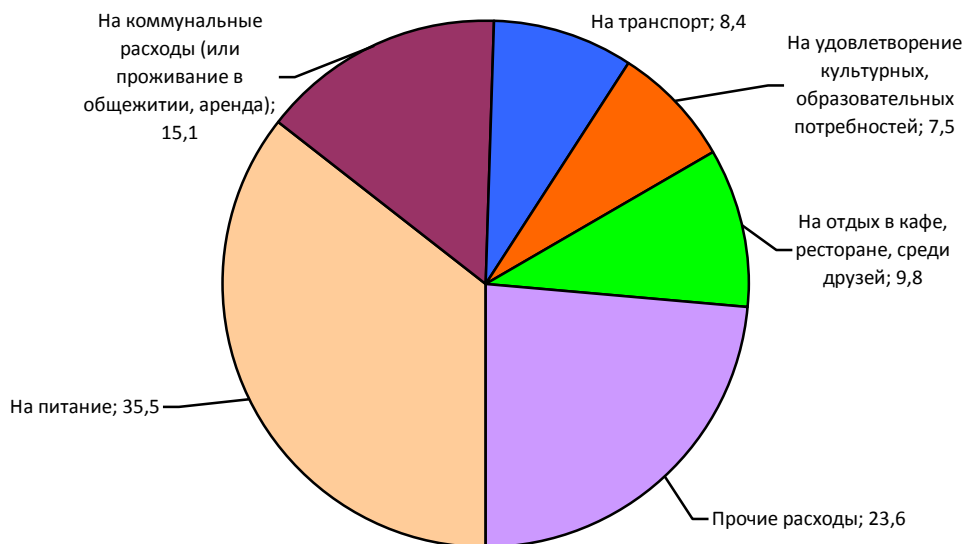
¹⁸ Примечание: общежития не учитывались.

- на отдых в кафе, ресторане, среди друзей – 2 830 руб.
- прочие расходы – 6 810 руб.

Как видно на рис. 45, на культуру россияне тратят меньше, чем на транспорт.

Рисунок 45

Структура расходования россиянами семейного (личного) бюджета, в рублях

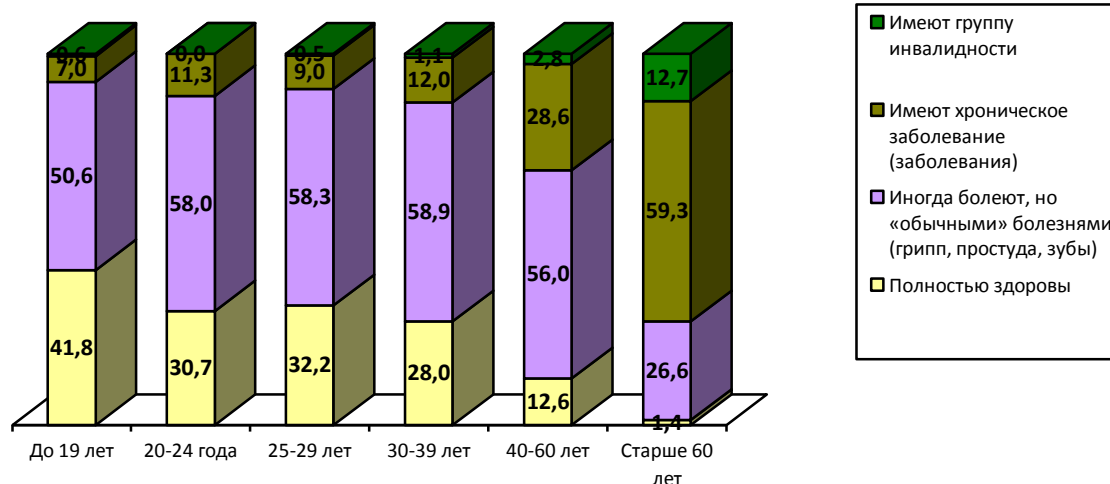


20. Культура здоровья

Состояние здоровья населения нельзя назвать радужным, разве что, учитывая немногим более 20% пенсионеров в составе населения. Полностью здоровыми себя назвали 19,4% респондентов и 51% болеют «дежурными» болезнями (простуда, грипп, зубы). Имеют хронические заболевания 26%! (31 млн. человек – это очень много) респондентов и 3,6% (4,3 млн. человек) имеют группу инвалидности.

О неблагоприятной ситуации со здоровьем населения свидетельствуют данные о хронических заболеваниях уже в молодом возрасте. Начиная с 20-ти лет имеет хроническое заболевание каждый десятый, после 40 лет – почти треть! имеют хроническое заболевание или являются инвалидами (см. рис. 46).

Состояние здоровья представителей различных возрастных групп, %



Закреплению здоровья способствует физическая культура. Сегодня *среди россиян в возрасте 16 лет и старше 57,2% не занимаются физической культурой*. Остальные занимаются в следующем раскладе:

- 16,8% – Занимаются физической культурой (спортом) самостоятельно
- 13,6% – Делают утреннюю гимнастику
- 7,8% – Занимаются физкультурой и спортом организованно
- 6,8% – Посещают платные спортивные или оздоровительные занятия
- 4,3% – Посещают учебные занятия по физкультуре
- 4,1% – Занимаются в спортивной или оздоровительной секции, группе
- 1,5% – Выполняют производственную гимнастику на работе
- 1,7% – Занимаются эпизодически (*катаются на велосипеде, горные лыжи*)

Наряду с укреплением здоровья посредством занятия физической культурой и спортом часть россиян в возрасте 16 лет и старше злоупотребляют психоактивными веществами. В частности, 32,2% (38,4 млн. человек) курят, 17,5% (20,9 млн. человек) потребляют крепкие алкогольные напитки не реже 1-го раза в неделю, 0,5% потребляют наркотики или психотропные вещества не реже 2-3 раза в месяц (0,6 млн. человек). Не злоупотребляют психоактивными веществами 61% респондентов, по собственному признанию.

К культуре здоровья также относится культура половых отношений. К представителям сексуальных меньшинств относятся отрицательно 58,2% респондентов, более того, 13,7% стараются избегать контактов с ними. Относятся к сексуальным меньшинствам нейтрально, антипатии к ним не питают – 24,9% и 1,9% (2,3 млн. человек) испытывают к ним симпатию (затруднились ответить 1,3%).

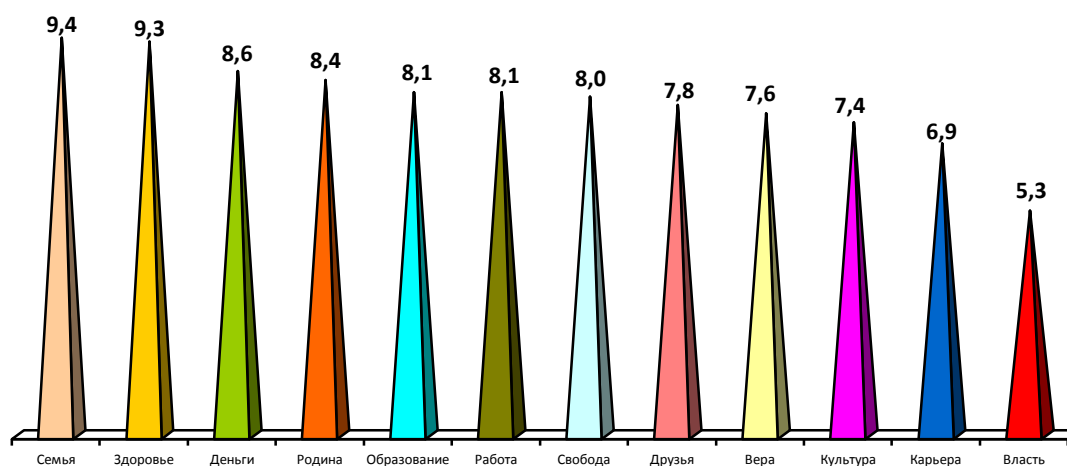
21. Место культуры в ценностных ориентациях

Ценностные ориентации россиян измерялись на основании 12 понятий, символизирующих возможные приоритеты человеческих отношений или приоритетные целеполагания. Выбор цен-

ностей респонденты осуществляли по 10-тибалльной шкале. По степени предпочтения респондентами ценности можно свести в пять групп: 1) семья и здоровье; 2) Родина и деньги, 3) образование, работа, свобода, 4) друзья, вера, культура, 5) карьера и власть. В выстроенной иерархии предпочтение респондентами культуры наглядно отображено на рис. 47.

Рисунок 47

Предпочтение респондентами ценностей, по 10-тибалльной шкале



Приложение: линейное распределение ответов респондентов на вопросы анкеты, %

ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

ВАШЕ МНЕНИЕ О КУЛЬТУРЕ

N=2200

Культура – важная характеристика жизни общества и каждого человека. Что должно сделать государство, чтобы повысить качество услуг для населения в области культуры и досуга, какой должна быть правильная политика государства в области культуры? Наше научное исследование направлено на поиск ответа и Вы нам можете в этом помочь, ответив на вопросы социологической анкеты.

Как заполнить анкету? Выберите те варианты ответа на вопросы, которые совпадают с Вашим мнением, или напишите свой ответ, если он не приводится.

Благодарим за участие в исследовании!

1. Ваше мнение о ситуации в России в настоящее время:

- 8,7 – Благоприятная
- 44,2 – Обычная
- 35,5 – Кризисная
- 6,0 – Катастрофическая
- 5,7 – Затруднились ответить

2. Как Вы полагаете, какой общественно-политический строй в наибольшей степени подходит для России сегодня? (Дайте только один ответ)

- 7,3 – Капитализм в форме свободной рыночной конкуренции, без вмешательства государства
- 33,4 – Рыночная экономика с элементами государственного регулирования (государственный капитализм)
- 43,9 – Экономика преимущественно с государственной собственностью на источники энергоресурсов, добычу ископаемых и крупные предприятия, при сохранении частного малого и среднего бизнеса
- 11,5 – Социализм, плановая экономика, государственная собственность
- 1,1 – Иное (*Тоталитарный строй, империя - 2, демократия, бюрократический феодализм, капитализм в форме свободной рыночной конкуренции*)
- 2,7 – Затруднились ответить

3. Укажите, пожалуйста, на приведенных числовых шкалах (от 1 до 10), каким Вы считаете: (Отметьте по одному числу в каждом из трех столбцов)

1. Свое место в обществе

2. Свой культурный уровень

3. Свое материальное благосостояние

Среднее значение 5,4

Среднее значение 6,1

Среднее значение 4,7

| <i>Высокое</i> | | <i>Высокий</i> | | <i>Высокое</i> | |
|----------------|----|----------------|----|----------------|----|
| 3,1 | 10 | 4,6 | 10 | 1,5 | 10 |
| 3,0 | 9 | 7,1 | 9 | 1,8 | 9 |
| 9,0 | 8 | 13,6 | 8 | 5,2 | 8 |
| 13,1 | 7 | 17,0 | 7 | 9,7 | 7 |
| 16,6 | 6 | 15,2 | 6 | 13,6 | 6 |
| 21,2 | 5 | 23,5 | 5 | 21,1 | 5 |
| 14,0 | 4 | 9,7 | 4 | 18,4 | 4 |
| 13,3 | 3 | 6,7 | 3 | 16,6 | 3 |
| 4,0 | 2 | 1,7 | 2 | 7,0 | 2 |
| 2,7 | 1 | 0,9 | 1 | 5,1 | 1 |

4. Каждый период истории нашей страны чем-то по-своему отличался. Ознакомьтесь, пожалуйста, с приводимыми суждениями и скажите, каким историческим периодам России или СССР они в больше всего подходят? (Можно выбрать несколько ответов в каждом столбце)

| Суждения | Исторические периоды | | | | | | |
|-------------------------------------|---|-------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------|
| | 1. Россия при царе (до революции 1917 года) | 2. СССР, при И. Сталине | 3. СССР, при Н. Хрущеве | 4. СССР, при Л. Брежневе | 5. СССР, при М. Горбачеве | 6. Россия, при Б. Ельцине | 7. Россия, при В. Путине |
| Тяжелое экономическое положение | 16,7 | 15,9 | 10,4 | 6,7 | 36,5 | 52,6 | 12,5 |
| Страх | 12,0 | 59,3 | 4,5 | 3,4 | 9,5 | 17,0 | 6,3 |
| Социальная защищенность | 3,2 | 7,6 | 17,8 | 37,1 | 3,7 | 2,5 | 16,4 |
| Наличие идеалов | 17,4 | 34,6 | 22,1 | 25,1 | 5,4 | 3,7 | 8,0 |
| Межнациональные конфликты | 6,6 | 6,7 | 3,1 | 5,7 | 28,2 | 49,6 | 28,7 |
| Дисциплина, порядок | 10,0 | 53,4 | 8,9 | 13,4 | 2,9 | 1,4 | 8,5 |
| Быстрое экономическое развитие | 11,6 | 27,8 | 18,5 | 12,6 | 3,3 | 2,6 | 20,2 |
| Подъем сельского хозяйства | 15,5 | 18,4 | 42,4 | 18,2 | 2,7 | 1,4 | 6,5 |
| Жизнерадостность | 5,9 | 5,4 | 19,6 | 30,2 | 4,5 | 3,3 | 9,4 |
| Успехи в искусстве | 24,2 | 13,3 | 19,6 | 26,8 | 7,3 | 4,5 | 13,2 |
| Доверие между людьми | 10,0 | 5,9 | 16,0 | 36,3 | 6,9 | 3,8 | 7,0 |
| Всеобщее равенство перед законом | 5,4 | 13,5 | 9,0 | 16,0 | 3,7 | 2,0 | 7,5 |
| Возможности профессионального роста | 5,0 | 9,8 | 15,8 | 29,0 | 10,6 | 10,3 | 32,1 |
| Возможность стать богатым человеком | 10,7 | 1,0 | 1,6 | 3,6 | 15,7 | 34,0 | 36,8 |
| Преступность, бандитизм | 6,0 | 6,5 | 4,4 | 6,1 | 35,8 | 57,2 | 20,5 |
| Любовь к Отечеству | 37,4 | 42,7 | 22,3 | 31,5 | 12,7 | 7,4 | 24,5 |
| Успехи в образовании | 8,0 | 17,8 | 20,2 | 34,9 | 7,6 | 3,3 | 10,9 |
| Авторитет в мире | 23,0 | 35,5 | 20,4 | 25,5 | 10,3 | 5,8 | 38,4 |
| Бюрократия | 9,0 | 14,9 | 16,8 | 31,2 | 33,9 | 39,0 | 34,7 |
| Кризис | 5,2 | 4,9 | 6,2 | 6,4 | 38,5 | 51,3 | 27,3 |
| Гражданские и политические свободы | 4,7 | 1,7 | 7,3 | 4,2 | 12,4 | 17,4 | 30,2 |
| Успехи в науке и технике | 7,5 | 21,8 | 24,0 | 28,4 | 5,6 | 3,6 | 21,3 |
| Чувство гордости | 14,8 | 25,4 | 14,9 | 19,7 | 5,1 | 3,2 | 25,0 |
| Неуверенность в своем будущем | 7,3 | 8,0 | 3,8 | 4,1 | 32,5 | 46,5 | 27,5 |
| Уважение Православной церкви | 50,0 | 2,1 | 1,3 | 2,3 | 3,9 | 10,2 | 39,8 |
| Мощная промышленность | 10,2 | 28,3 | 21,7 | 28,2 | 3,0 | 1,8 | 9,1 |
| Мощная армия | 13,3 | 37,9 | 17,4 | 25,0 | 3,5 | 2,6 | 29,6 |
| Социальная несправедливость | 18,0 | 8,4 | 7,3 | 8,4 | 23,4 | 41,0 | 27,5 |
| Коррупция, взятки | 7,4 | 4,4 | 9,5 | 19,6 | 36,8 | 58,5 | 48,2 |
| Бездуховность | 1,9 | 12,7 | 10,0 | 10,3 | 22,7 | 30,9 | 14,2 |
| Затруднились ответить | 18,4 | 11,6 | 15,5 | 12,9 | 11,6 | 7,9 | 5,2 |

5. Кем лично Вы ощущаете себя сегодня? (Выберите один ответ)

47,9 – Гражданином Российской Федерации

44,2 – Русским

1,7 – Гражданином своей республики

37,8 – Республика Татарстан

21,6 – Республика Бурятия

2,7 – Республика Северная Осетия

2,7 – Республика Дагестан

8,1 – Республика Калмыкия

27,0 – Не ответили

- 1,7 – Представителем своей национальности
- | | |
|---------------------|--------------------|
| 2,6 – Азербайджанцы | 7,9 – Молдаване |
| 7,9 – Армяне | 2,6 – Поморы |
| 10,5 – Буряты | 2,6 – Гагауз |
| 31,6 – Татары | 2,6 – Лезгин |
| 2,6 – Узбеки | 21,1 – Не ответили |
| 5,3 – Украинцы | |
- 2,1 – Гражданином «мира»
0,5 – Кем-то другим (напишите _____)
1,8 – Затруднились ответить

6. Предположим, Вы находитесь во Франции, как Вы представитесь, кто Вы?

- 40,0 – Гражданином Российской Федерации
54,1 – Русским
- 1,2 – Гражданином своей республики
- | | |
|----------------------------------|--|
| 57,7 – Республика Татарстан | |
| 7,7 – Республика Бурятия | |
| 3,8 – Республика Северная Осетия | |
| 3,8 – Республика Дагестан | |
| 3,8 – Республика Калмыкия | |
| 23,1 – Не ответили | |
- 1,6 – Представителем своей национальности
- | | |
|---------------------|-------------------|
| 5,6 – Азербайджанцы | 5,6 – Узбеки |
| 5,6 – Армяне | 2,8 – Украинцы |
| 2,8 – Белорусы | 16,7 – Молдаване |
| 5,6 – Буряты | 2,8 – Мусульмане |
| 8,3 – Грузины | 2,8 – Дагестанцы |
| 2,8 – Евреи | 2,8 – Поморы |
| 2,8 – Литовцы | 8,3 – Осетины |
| 16,7 – Татары | 8,3 – Не ответили |
- 1,1 – Гражданином «мира»
0,2 – Кем-то другим (напишите _____)
1,7 – Затруднились ответить

7. Как Вы считаете, чем из прошлой истории страны может сегодня гордиться гражданин Российской Федерации? (Можно выбрать любое количество ответов)

- 62,8 – Восстановлением страны после Великой Отечественной войны
62,9 – Великими российскими поэтами, писателями, композиторами
58,5 – Достижениями космонавтики и космической техники
44,1 – Достижениями российских спортсменов
23,0 – Достижениями российской медицины
25,7 – Системой образования
34,5 – Успехами российской науки
18,2 – Выдающимися российскими царями и императрицами
16,2 – Мощью и богатством России в период царей и императоров
29,7 – Мощью и авторитетом России в советский период
16,8 – Освобождением крестьян в 1861 г. от крепостного права
12,0 – Мучениками и святыми русской православной церкви
20,6 – Ликвидацией “железного занавеса” между Россией и остальным миром в 1980-х годах
11,3 – Октябрьской революцией 1917 года
74,6 – Победой Советского народа в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. над нацистской Германией
60,1 – Первым успешным полетом в космос Юрия Гагарина в 1961 году
4,7 – Гласностью и перестройкой периода Горбачева
3,1 – Распадом СССР
5,3 – Переходом в начале 1990-х годов к рыночной экономике
0,9 – Чем-то другим (*Единство русского народа, Путиным*)
1,0 – Гордиться ничем не может
1,8 – Затруднились ответить

8. Оцените, пожалуйста, важность различных факторов для Российской Федерации, чтобы она могла занять в мире одно из передовых мест как высокоразвитое государство: (Выберите оценку в каждой строке: 10 – фактор имеет самую высокую, ... , 1 – самую низкую значимость)

| | Оценка |
|---|----------------------|
| 1. Гарантия демократических свобод (свобода печати, свободные выборы, свобода слова, свобода вероисповедания) | Среднее значение 7,7 |
| 2. Развитое демократическое законодательство (равенство всех граждан перед законом, независимость суда, неприкосновенность частной собственности) | Среднее значение 8,0 |
| 3. Условия для всестороннего развития национальных сообществ | Среднее значение 7,1 |
| 4. Качественное образование | Среднее значение 8,5 |
| 5. Развитие науки | Среднее значение 8,6 |
| 6. Высокоразвитая экономика | Среднее значение 8,6 |
| 7. Всестороннее развитие культуры | Среднее значение 8,1 |
| 8. Мощный военный потенциал | Среднее значение 8,7 |
| 9. Высокий уровень благосостояния населения | Среднее значение 8,4 |
| 10. Высокая развитость энергетической и добывающей отраслей | Среднее значение 8,4 |
| 11. Высокая развитость сельского хозяйства | Среднее значение 8,0 |
| 12. Качественные дороги и развитость транспорта | Среднее значение 8,0 |

9. Расположите, пожалуйста, по важности направления внутренней политики государства:

(Поставьте число от 1 до 10 напротив каждого направления, в соответствии с его важностью:

10 – самое важное, и так далее по снижению важности)

| | |
|-----------------------------|----------------------|
| 1. Молодежная политика | Среднее значение 5,6 |
| 2. Образовательная политика | Среднее значение 5,8 |
| 3. Социальная политика | Среднее значение 6,0 |
| 4. Экологическая политика | Среднее значение 5,6 |
| 5. Политика в области науки | Среднее значение 5,8 |
| 6. Национальная политика | Среднее значение 5,4 |
| 7. Экономическая политика | Среднее значение 6,3 |
| 8. Культурная политика | Среднее значение 5,4 |
| 9. Демографическая политика | Среднее значение 5,1 |
| 10. Налоговая политика | Среднее значение 5,3 |

10. По Вашему мнению, имеется ли у граждан Российской Федерации сегодня возможность?

(Выберите один ответ в каждой строке)

| | Имеется большая возможность | Возможность есть, но небольшая | Возможности нет | Затруднились ответить |
|---|-----------------------------|--------------------------------|-----------------|-----------------------|
| 1. Свободно реализовать свои потребности в традициях национальной культуры | 43,0 | 47,2 | 6,4 | 3,5 |
| 2. Использовать родной язык в общении в семье | 86,3 | 11,3 | 2,0 | 0,4 |
| 3. Использовать родной язык в общении вне семьи | 73,5 | 22,0 | 3,7 | 0,8 |
| 4. Использовать родной язык для обучения детей в школе | 70,6 | 20,7 | 8,0 | 0,6 |
| 5. Влиять на власть по вопросам развития национальной культуры | 14,4 | 42,9 | 42,3 | 0,5 |
| 6. Создавать различные общественные организации, фонды для поддержания и распространения традиций национальной культуры | 22,0 | 52,0 | 25,5 | 0,6 |

11. Как Вы считаете, для Вас сегодня обеспечены следующие права в области культуры?

(Можно выбрать любое количество ответов)

| | Полностью обеспечено | Обеспечено не во всем | Не обеспечено | Затруднились ответить |
|---|----------------------|-----------------------|---------------|-----------------------|
| 1. Равный доступ к культурным ценностям Российского государства | 30,9 | 56,2 | 12,0 | 0,9 |
| 2. Равный доступ к национальным культурным ценностям Вашего народа | 36,1 | 49,8 | 12,4 | 1,7 |
| 3. Свободное занятие культурным творчеством | 50,5 | 42,8 | 5,0 | 1,7 |
| 4. Свободное пользование библиотеками | 74,5 | 21,0 | 2,8 | 1,6 |
| 5. Свободное пользование кинотеатрами | 70,4 | 24,0 | 4,3 | 1,4 |
| 6. Свободное пользование театрами | 68,3 | 24,4 | 5,4 | 2,0 |
| 7. Свободное пользование музеями | 62,6 | 30,0 | 4,9 | 2,5 |
| 8. Полноценное влияние на принятие решения об эстетическом облике архитектуры новых строящихся районов города и отдельных зданий | 7,5 | 38,1 | 52,2 | 2,2 |
| 9. Полноценное влияние на принятие решения об экологическом оформлении (озеленении) города, развития парков, иных мест культурного отдыха | 7,5 | 38,9 | 51,1 | 2,5 |

12. В Конституции написано, что Российская Федерация – правовое государство. Так ли это, на Ваш взгляд? (Выберите один ответ)

22,7 – Да

46,3 – Не совсем

19,4 – Нет

11,6 – Затруднились ответить

13. Как, на Ваш взгляд, надо относиться к закону? (Выберите один ответ)

31,2 – Всегда и во всем соблюдать букву закона, даже если закон уже устарел или не вполне соответствует сегодняшним реальностям

43,0 – Законы надо соблюдать, но только если это делают и сами представители органов власти

14,3 – Не так важно, соответствуют ли поступки людей закону или нет – главное, чтобы эти поступки были справедливыми

3,8 – Закон можно соблюдать лишь тогда, когда он не мешает реализовать мои личные интересы

7,7 – Затруднились ответить

14. Выскажите, пожалуйста, Ваше мнение о состоянии коррупции в Вашем городе, поселке, селе:

(0 – нет никакой коррупции, ..., 5 – полностью коррумпированы)

1. Система образования *Среднее значение 2,7*

2. Система здравоохранения *Среднее значение 3,1*

3. Суды, прокуратура *Среднее значение 3,5*

4. Милиция *Среднее значение 3,6*

5. Армия *Среднее значение 2,7*

6. Местные органы власти *Среднее значение 3,4*

7. Политические партии *Среднее значение 3,1*

8. Средства массовой информации *Среднее значение 2,6*

15. Приходилось ли Вам за последние 5 лет бывать за рубежом?

2,8 – Приходилось бывать в командировке (по работе, на стажировке и т.д.)

19,0 – Ездили отдыхать (самостоятельно или с семьей, по путевке или по приглашению)

1,4 – Приходилось по другому поводу

77,0 – Не приходилось →→→ *Перейдите к вопросу 20*

1,3 – Не ответили

16. Если за последние 5 лет Вам приходилось бывать за рубежом, то сколько раз?¹⁹

Среднее значение 3,2 раз

17. В каких странах? (Перечислите)

- 27,8 – Ближний Восток (Египет, Турция, Марокко)
- 43,6 – Греция, Испания
- 28,2 – Развитые страны (страны Европы, США, Канада, Израиль))
- 23,8 – Юго-Восток Азии (Китай, Индия, Тайланд, Филиппины)
- 4,6 – Латинская Америка и Африка (Мексика, Аргентина, ЮАР)
- 17,3 – СНГ (Украина, Белоруссия, Молдавия, республики Кавказа, Средней Азии, Балтии)
- 13,6 – Бывшие социалистические страны Восточной Европы (Венгрия, Чехия, Польша, Югославия)
- 1,9 – Не ответили

18. Какова средняя длительность (примерно) одного Вашего пребывания за рубежом, если суммировать все Ваши поездки за последние 5 лет и разделить их на число поездок за этот же период?

Среднее значение 12,5 дней

19. Что Вы еще обретаєте за рубежом, кроме отдыха?

- 72,0 – Приобщаются к культуре за счет осмотра достопримечательностей города
- 38,4 – Приобщаются к культуре за счет посещения музеев
- 53,7 – Знакомятся с культурой быта, жизни населения
- 16,9 – Стараются закрепить свои знания по иностранному языку
- 43,6 – Покупают вещи
- 6,1 – Другое (*Обучение по работе 2, укрепление здоровья, навещают родственников 6, рыбалка*)
- 1,9 – Не ответили

20. Чем Вы обычно занимаетесь в свободное время? (Отметьте все, что Вам подходит)

- 33,9 – Читают газеты, журналы
- 7,6 – Посещают дискотеки, ночные клубы
- 11,5 – Посещают спортклубы, секции, тренировки
- 21,9 – Посещают кино
- 14,6 – Посещают театральные спектакли, концерты
- 12,3 – Занимаются дополнительно для повышения квалификации, обогащения знаний
- 11,0 – Посещают музеи, выставки, вернисажи
- 51,5 – Занимаются домашним хозяйством, детьми, дачей
- 20,5 – Имеют хобби (рукоделие, фотография, моделирование и т.д.)
- 4,0 – Участвуют в работе общественных организаций, движений
- 3,0 – Занимаются в различных кружках художественной самодеятельности (музыка, танцы и т.д.)
- 1,6 – Занимаются техническим творчеством
- 17,2 – Увлекаются компьютером, играют в компьютерные игры
- 46,9 – Интернетом
- 71,6 – Смотрят телевизор, видео
- 25,4 – Слушают радио
- 38,6 – Читают книги
- 37,6 – Слушают музыку
- 16,6 – Посещают кафе, бары, рестораны
- 1,2 – Посещают политические организации, собрания, митинги
- 57,8 – Встречаются и общаются с друзьями
- 32,3 – Проводят время на природе, рыбалке и др.
- 10,6 – Посещают церковь, другие религиозные собрания
- 48,5 – Просто отдыхают, расслабляются
- 1,2 – Чем-то еще (*ремонт автомобиля, пишут стихи*)
- 0,1 – Не ответили

¹⁹ Базу 100% расчёта в вопросах 16-19 составляют те респонденты, кому приходилось за последние пять лет бывать за рубежом, то есть 21,7% от общего числа опрошенных.

21. Какие учреждения культуры и спортивные объекты имеются в Вашем микрорайоне (или в посёлке) на расстоянии, которое Вы считаете близким от места Вашего проживания? (Укажите все, что имеется)

- 47,5 – Кинотеатр
- 33,3 – Клуб, где проводятся занятия по интересам
- 58,6 – Библиотека
- 31,9 – Парк с аттракционами
- 48,8 – Спортивное сооружение или комплекс
- 19,7 – Ничего нет ⇒ ⇒ *Перейдите к вопросу 25*
- 0,3 – Не ответили

22. Если какие-то из перечисленных учреждений культуры, спортивных объектов имеются в Вашем микрорайоне (или в посёлке) относительно близко от места Вашего проживания, то как часто Вы их посещаете? (Дайте ответ по каждой строке)²⁰

| | 2-3 раза в неделю | 2-3 раза в месяц | 3-4 раза в год | Не посещают | Не ответили |
|--|-------------------|------------------|----------------|-------------|-------------|
| 1. Кинотеатр | 0,9 | 11,2 | 27,7 | 43,1 | 17,1 |
| 2. Учреждение, где проводятся занятия по интересам (дом культуры, клуб, школа и др.) | 4,9 | 4,9 | 10,7 | 63,5 | 15,9 |
| 3. Библиотека | 4,0 | 10,4 | 11,8 | 64,4 | 9,1 |
| 4. Парк с аттракционами | 2,0 | 5,0 | 23,3 | 48,4 | 21,3 |
| 5. Спортивное сооружение или комплекс | 9,4 | 8,2 | 8,5 | 58,5 | 15,3 |

23. Вы удовлетворены условиями (возможностью) проведения культурного досуга в Вашем микрорайоне (или посёлке)?

- 31,3 – Да, полностью ⇒ ⇒ *Перейдите к вопросу 25*
- 52,3 – Частично ⇒ ⇒ *Перейдите к вопросу 25*
- 16,4 – Нет

24. Если Вы не удовлетворены, то по какой причине? (Напишите)²¹

- 13,8 – Нет в шаговой доступности
- 4,8 – Плохое состояние учреждений культуры, дворов, памятников
- 29,1 – Мало культурных заведений (театр, кинотеатр.....)
- 18,3 – Нет доступных учреждений культуры (Высокая стоимость.....)
- 7,6 – Плохое состояние общедоступных сооружений культуры
- 33,9 – Не ответили

25. Какие телеканалы Вы смотрите регулярно?

- 89,7 – Центральные телеканалы (напишите, пожалуйста, название)
 - 5,0 – Домашний
 - 6,3 – Звезда
 - 1,4 – Муз-Тв
 - 36,1 – НТВ
 - 2,9 – Общественное телевидение России (ОТР)
 - 56,4 – Первый канал ОТР
 - 5,8 – Пятый канал

²⁰ Базу 100% расчёта в вопросах 22-23 составляют те респонденты, кто указал, что имеются культурные учреждения относительно близко от места проживания, то есть 80,0% от общего числа опрошенных.

²¹ Базу 100% расчёта в вопросе 24 составляют те респонденты, которые не удовлетворены условиями (возможностью) проведения культурного досуга, то есть 16,4% от тех кто указал, что имеются культурные учреждения относительно близко от места проживания.

- 7,4 – РЕН ТВ
- 15,1 – Россия-Культура
- 45,5 – Россия 1
- 12,0 – Россия 2
- 9,6 – Россия 24
- 2,2 – Спорт плюс
- 24,8 – СТС
- 5,1 – ТВ Центр
- 24,0 – ТНТ
- 13,6 – Другие каналы
- 1,2 – Не ответили
- 22,6 – Областные, республиканские, краевые телеканалы
- 17,2 – Городские телеканалы
- 4,3 – Не ответили

26. Какие газеты Вы читаете чаще всего?

- 26,3 – Центральные газеты (*напишите, пожалуйста, название*)
 - 30,9 – Аргументы и факты
 - 2,8 – Известия
 - 22,4 – Комсомольская правда
 - 8,3 – Московский комсомолец
 - 14,6 – Российская газета
 - 3,5 – Спорт-экспресс
 - 35,6 – Другие газеты
 - 6,3 – Не ответили
- 16,9 – Областные, республиканские, краевые газеты
- 36,5 – Городские, районные газеты
- 34,6 – Не ответили

27. Какие радиостанции Вы слушаете чаще всего?

- 50,0 – Центральные радиостанции (*напишите, пожалуйста, название*)
 - 13,5 – Авторadio
 - 7,3 – Дача FM
 - 16,8 – Европа Плюс
 - 4,3 – LOVE RADIO
 - 17,7 – Маяк
 - 10,3 – Радио России
 - 7,5 – Ретро FM
 - 9,5 – Русское радио
 - 2,1 – Серебряный дождь
 - 9,0 – Шансон
 - 3,9 – Эхо Москвы
 - 4,0 – Юмор FM
 - 6,4 – Дорожное радио
 - 21,5 – Другие радиостанции
 - 4,3 – Не ответили
- 14,8 – Областные, республиканские, краевые радиостанции
- 13,9 – Городские, районные радиостанции
- 30,7 – Не ответили

28. Какая информация Вас интересует прежде всего, когда Вы обращаетесь к телевидению, радио, печати, Интернету (Выберите в каждом столбце любое количество ответов)

| | 1. При обращении к телевидению | 2. При обращении к радио | 3. При обращении к прессе (газеты, журналы) | 4. При обращении к Интернету |
|--|---------------------------------------|---------------------------------|--|-------------------------------------|
| Политические события внутри страны | 75,4 | 21,8 | 28,5 | 32,1 |
| События международной жизни | 62,0 | 14,1 | 20,0 | 25,6 |
| Экономическая ситуация | 52,9 | 12,9 | 19,7 | 21,7 |
| Криминальные новости | 45,7 | 10,6 | 14,9 | 14,4 |
| Проблемы здоровья | 30,9 | 6,0 | 15,0 | 23,6 |
| Индивидуальное строительство, ремонт, обустройство жилья | 22,0 | 5,5 | 12,0 | 21,3 |
| Возможности проведения досуга, отдыха | 16,4 | 5,2 | 12,0 | 25,5 |
| Передачи (материалы) на темы российской культуры | 37,0 | 7,5 | 8,7 | 9,6 |
| Передачи (материалы) на темы национальной культуры | 22,3 | 4,3 | 5,6 | 4,0 |
| Правовые проблемы | 26,9 | 5,2 | 12,8 | 15,1 |
| Вопросы морали и нравственности | 19,6 | 4,5 | 9,4 | 4,4 |
| Научные достижения и открытия | 21,8 | 4,2 | 9,4 | 9,1 |
| Жизнь села | 12,0 | 4,9 | 13,0 | 1,9 |
| Музыка | 26,2 | 48,4 | 3,2 | 21,5 |
| Юмор | 30,2 | 18,3 | 8,2 | 12,3 |
| Спорт | 26,8 | 9,0 | 7,4 | 8,1 |
| Кино, телесериалы | 48,0 | 2,0 | 2,0 | 16,9 |
| Туризм, путешествия | 11,9 | 3,6 | 4,2 | 8,0 |
| История российского государства | 13,3 | 3,2 | 5,8 | 3,9 |
| Жизнь животных | 15,9 | 1,3 | 4,0 | 3,5 |
| Затруднились ответить | 3,7 | 29,1 | 34,9 | 29,0 |

29. Как культурная жизнь вашего региона (республики, края, области) освещается средствами массовой информации (СМИ)? (Дайте ответ по каждой строке)

| | Освещает во всей полноте | Освещает в общих чертах | Практически не освещает | Затруднились ответить |
|--|---------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|------------------------------|
| 1. Федеральное (центральное) телевидение | 28,5 | 40,7 | 28,0 | 2,8 |
| 2. Федеральное (центральное) радио | 15,4 | 40,1 | 34,5 | 10,0 |
| 3. Федеральные (центральные) газеты | 14,9 | 37,8 | 36,6 | 10,7 |
| 4. Республиканское, краевое, областное телевидение | 26,5 | 48,0 | 16,1 | 9,4 |
| 5. Республиканское, краевое, областное радио | 18,9 | 46,0 | 20,9 | 14,3 |
| 6. Республиканские, краевые, областные газеты | 22,0 | 45,6 | 18,2 | 14,3 |
| 7. Муниципальное (городское, районное) телевидение | 30,0 | 40,6 | 17,9 | 11,5 |
| 8. Муниципальное (городское, районное) радио | 20,4 | 42,0 | 22,3 | 15,3 |
| 9. Муниципальные (городские, районные) газеты | 28,1 | 43,1 | 16,6 | 12,2 |
| 10. Интернет | 34,5 | 32,4 | 21,1 | 12,0 |
| 11. Реклама | 15,1 | 30,8 | 40,7 | 13,3 |

30. Из каких источников Вы в основном черпаете информацию об интересующих Вас культурных событиях? (Выберите любое количество ответов в каждом столбце)

| | 1. Зарубежной культуре | 2. Российской культуре | 3. Национальной культуре |
|---|------------------------|------------------------|--------------------------|
| Федеральное (центральное) телевидение | 68,0 | 74,0 | 52,6 |
| Федеральное (центральное) радио | 16,8 | 26,1 | 10,5 |
| Федеральные (центральные) газеты | 17,0 | 23,1 | 11,0 |
| Республиканское, краевое, областное телевидение | 10,0 | 23,7 | 19,5 |
| Республиканское, краевое, областное радио | 4,3 | 13,6 | 9,0 |
| Республиканские, краевые, областные газеты | 3,7 | 9,2 | 9,9 |
| Муниципальное (городское, районное) телевидение | 9,1 | 12,1 | 12,5 |
| Муниципальное (городское, районное) радио | 3,3 | 8,5 | 9,5 |
| Муниципальные (городские, районные) газеты | 3,8 | 8,3 | 7,7 |
| Интернет | 43,7 | 40,8 | 36,7 |
| Реклама | 7,5 | 8,2 | 9,3 |
| Не ответили | 9,1 | 1,6 | 11,1 |

31. Достаточно ли вам этой информации для того, чтобы выбрать интересующую вас форму проведения культурного досуга?

- 64,4 – Достаточно
- 25,3 – Не во всем достаточно
- 10,4 – Недостаточно

32. Планируете ли Вы в своем семейном / личном бюджете траты на культуру?

- 7,1 – Да, регулярно
- 25,9 – Да, иногда
- 33,8 – Нет, тратят спонтанно
- 20,0 – Нет возможности тратить на культуру
- 13,1 – Не вижу необходимости тратить на культуру

33. Есть ли у Вас время, средства, иные возможности для организации своего культурного досуга?

- 20,5 – Есть и время, и средства, и доступ (транспорт, наличие культурных учреждений)
- 14,3 – Есть и время, и средства, но нет доступа (из-за транспорта, отсутствия культурных учреждений и т.д.)
- 38,2 – Есть и время, и доступ, но нет средств
- 24,7 – Есть и средства, и доступ, но нет времени
- 2,3 – Не ответили

34. Как часто Вы пользуетесь Интернетом?

- 47,2 – Ежедневно
- 16,2 – 2-3 раза в неделю
- 7,2 – 2-3 раза в месяц
- 3,8 – Еще реже
- 25,6 – Не пользуются ⇒ ⇒ *Перейдите к вопросу 36*

35. Если Вы пользуетесь Интернетом, то в каких целях? (Можно выбрать несколько ответов)²²

- 48,3 – Поиск информации в рабочих целях
- 79,2 – Поиск информации по личным интересам
- 34,9 – Поиск информации в целях самообразования, повышения квалификации
- 29,0 – Поиск культурной информации
- 58,0 – Электронная почта
- 16,1 – Размещение информации
- 45,3 – Просмотр фильмов

²² Базу 100% расчёта в вопросе 35 составляют те респонденты, которые пользуются интернетом, то есть 74,4% от общего числа опрошенных.

- 35,8 – Прослушивание музыки
- 28,3 – Развлечения, игры
- 39,9 – Общение (форумы, конференции)
- 8,4 – Просмотр телепередач
- 1,7 – Иное (*Социальные сети 10*)
- 0,5 – Не ответили

36. Для расширения доступа населения к ценностям культуры в ближайшие годы планируется создание электронной базы, в которой население через Интернет сможет знакомиться с ценностями культуры. Если такая возможность будет реализована, какой информацией Вы будете пользоваться прежде всего?

- 32,4 – Публичной электронной библиотекой
- 19,5 – Сайтом музеев
- 15,2 – Сайтом театров
- 19,3 – Сайтом свободно доступных спектаклей выдающихся режиссеров
- 55,0 – Сайтом свободно размещаемых кинофильмов
- 11,8 – Не ответили

37. Что с Вашей точки зрения, может дать человеку культура? (Можно выбрать любое количество ответов)

- 41,2 – Позволяет выстраивать правильную картину мира
- 19,1 – Позволяет повысить свою профессиональную конкурентоспособность
- 39,5 – Дает возможность общаться с приятными людьми
- 31,4 – Дает возможность реализовать свой творческий потенциал
- 27,5 – Позволяет глубже понимать современные социальные и экономические проблемы
- 39,0 – Позволяет получить эстетическое удовлетворение от культурных событий
- 39,7 – Позволяет отвлечься от текущих забот и проблем
- 38,5 – Создает возможности для правильного воспитания детей
- 0,3 – Иное (что? _____)
- 0,7 – Не ответили

38. Как Вы считаете, зависит ли сейчас степень успешности человека от уровня его общего культурного развития?

- 32,1 – Зависит в высокой степени
- 37,4 – Зависит, но в невысокой степени
- 16,4 – Не зависит
- 5,9 – Культурный человек сегодня – скорее недостаток для карьеры, чем преимущество
- 8,2 – Затруднились ответить

39. По Вашему мнению, как меняется роль культуры в современном мире?

- 25,5 – Возрастает
- 23,7 – Не меняется, оставаясь высокой
- 25,7 – Не меняется, оставаясь низкой
- 23,8 – Снижается
- 1,3 – Не ответили

40. Как изменяется роль и место российской культуры среди мировых культур в нынешнем веке?

- 14,8 – Возрастает
- 31,0 – Остается неизменной, сохраняя важную роль
- 15,2 – Остается неизменной, сохраняя незначительную роль
- 18,1 – Уменьшается
- 20,9 – Затруднились ответить

41. Нужно ли для обеспечения конкурентоспособного развития России повышать культурный уровень ее граждан?

- 43,2 – Нужно, так как сегодня возможность развития страны непосредственно определяется уровнем культуры ее граждан
- 41,4 – Повышение уровня культуры граждан страны будет способствовать ее развитию, но это не главный фактор

- 6,6 – Культурный уровень граждан играет второстепенную роль в развитии страны
 2,0 – Развитие страны никак не зависит от культурного уровня ее граждан
 6,8 – Затруднились ответить

42. По Вашему мнению, кто должен формировать культуру детей и кто реально его формирует сегодня? (Выберите любое количество ответов в каждом столбце)

| | 1. Должен формировать | 2. Сегодня реально формирует |
|-----------------------|-----------------------|------------------------------|
| Семья | 94,5 | 52,2 |
| Школа | 85,9 | 48,8 |
| Друзья | 32,0 | 57,5 |
| Книги | 70,4 | 17,6 |
| Телевидение | 50,4 | 65,7 |
| Кино | 23,4 | 37,3 |
| Затруднились ответить | 0,5 | 1,7 |

43. Как Вы оцениваете нынешнюю государственную политику в области культуры? (Выберите один ответ в каждом столбце)

| | 1. По развитию общенациональной культуры Российской Федерации | 2. По развитию национальной культуры в регионе (республике, крае, области) |
|---|---|--|
| Считают, что делается очень много | 16,2 | 7,5 |
| Что-то делается, но не обо всем известно | 32,0 | 31,3 |
| Делается мало | 28,5 | 29,4 |
| В области культуры на уровне Российской Федерации политики просто нет | 5,9 | 5,8 |
| В области культуры на уровне нашего региона (республики, края, области) политики просто нет | 1,5 | 5,1 |
| Затруднились ответить | 15,9 | 20,9 |

44. Нужна ли сегодня государственная поддержка учреждениям культуры? (Можно выбрать несколько ответов)

- 67,6 – Нужна поддержка на уровне Российской Федерации
 44,9 – Нужна поддержка на уровне регионов
 18,5 – Нужна поддержка национальной культуры (русской, других национальностей)
 10,1 – Нужна поддержка для ознакомления населения с культурой зарубежных стран
 11,5 – Государственная поддержка не нужна
 0,6 – Затруднились ответить

45. Если государственная поддержка нужна, то что следует поддерживать (развивать) в первую очередь? (Напишите)²³

- 6,0 – Доступность учреждений культуры
 19,3 – Строить культурные центры (библиотеки, театры, клубы, спортивные комплексы)
 2,7 – Развивать кинематограф
 4,2 – Ремонт и реставрация кинотеатров, театров, памятников, музеев
 9,4 – Финансирование культурных учреждений
 10,9 – Культурное воспитание населения (Развивать любовь к истории России, родине, проводить экскурсии)
 9,0 – Кружки, секции, досуговые центры
 5,1 – Повысить заработную плату работникам культуры
 6,6 – Образование
 3,1 – Другое
 35,9 – Затруднились ответить

²³ Базу 100% расчёта в вопросе 45 составляют те респонденты, которые считают, что нужна государственная поддержка учреждениям культуры, то есть 87,9% от общего числа опрошенных.

46. По Вашему мнению, достаточно ли хорошо школа приобщает детей к культуре?

- 11,2 – Хорошо
- 54,9 – Средне
- 24,1 – Плохо
- 9,8 – Затруднились ответить

47. Считаете ли Вы, что включение сочинения в число выпускных экзаменов в школе повысит культурный уровень молодежи?

- 22,5 – Повысит в значительной степени
- 37,2 – Повысит, но в незначительной степени
- 26,9 – Не повысит
- 13,4 – Затруднились ответить

48. Как Вы считаете, российская культура способна успешно развиваться сама (на своей основе) или для поддержания высокого уровня требуется ее постоянное взаимодействие с культурами других развитых стран?

- 30,2 – Российская культура многообразна и способна развиваться без какого-либо взаимодействия с культурами других стран
- 42,7 – Взаимодействие с культурами других развитых стран может обогатить российскую культуру, но лишь в небольшой степени
- 16,0 – Без тесного взаимодействия с культурами ведущих культурных держав отечественная культура очень быстро потеряет привлекательность и перестанет быть интересна миру
- 0,2 – Иное мнение (*какое?* _____)
- 11,0 – Затруднились ответить

49. Интересуетесь ли Вы событиями, происходящими в сфере культуры?

- 11,1 – Да, интересуются в большой степени
- 67,0** – Интересуются, но не всем
- 22,0 – Не интересуются

50. Испытываете ли Вы потребность в приобщении к событиям культуры и готовы ли тратить на участие в них / посещение их свое свободное время?

- 5,4 – Потребность испытывают и готовы тратить на участие в культурных мероприятиях свое время неограниченно
- 52,1 – Потребность испытывают и готовы тратить на участие в культурных мероприятиях свое время, но в разумных объемах
- 35,5 – Потребность испытывают, но тратить свое время на участие в культурных мероприятиях не хотят
- 3,5 – Другое мнение (*Нет времени 4, Нет средств*)

51. Укажите, пожалуйста, на шкале, на сколько процентов (приблизительно) Вы сегодня можете удовлетворить свои культурные потребности?

Среднее значение 46,7

52. Что Вы предпочитаете в области культуры? (Можно выбрать любое количество ответов)

- 58,6 – Старое советское кино
- 41,8 – Современные российские фильмы
- 36,3 – Зарубежные фильмы
- 17,1 – Блокбастеры (боевики)
- 7,9 – Фильмы о звездных войнах
- 8,0 – Фильмы – «ужастики»
- 22,1 – Развлекательные, игровые телепередачи
- 22,6 – Проблемные телепередачи
- 29,9 – Российские телесериалы
- 23,4 – Зарубежные телесериалы
- 11,7 – Советские телевизионные спектакли
- 6,4 – Современные телевизионные спектакли
- 15,2 – Классическая музыка
- 22,5 – Советская эстрада

- 21,0 – Современная российская эстрадная музыка
- 18,0 – Современная зарубежная эстрадная музыка
- 12,5 – Рок-музыка
- 17,3 – Песни российских бардов
- 24,0 – Русская классическая литература
- 20,7 – Советская художественная литература
- 17,7 – Современная русская литература
- 18,6 – Научно-популярная, историческая литература, мемуары
- 15,6 – Иностранная литература, зарубежная классика
- 19,7 – Детективы, фантастика
- 5,4 – Религиозная, философская литература
- 21,7 – Театр
- 14,2 – Изобразительное искусство (выставка картин)

53. Каким образом Вы удовлетворяете свои потребности в культуре? (Можно выбрать любое количество ответов)

- 28,9 – Посещают театры, концерты, выставки, музеи
- 40,0 – Читают художественную литературу
- 32,4 – Ходят в кино
- 16,5 – Посещают библиотеки
- 7,2 – Ходят на дискотеки
- 4,2 – Участвуют в художественной самодеятельности
- 25,9 – Смотрят программы культурного содержания по телевидению
- 23,9 – Смотрят телеканал «Культура»
- 14,4 – Смотрят видеоролики и трансляции событий культуры через интернет
- 8,5 – Посещают эстрадные концерты
- 7,4 – Нет возможности удовлетворить свои потребности в культуре
- 8,9 – Времени на культуру не остается
- 14,2 – Нет потребности в культурных мероприятиях ⇒⇒⇒ *Перейдите к вопросу 59*

54. Что Вы посещали или в чем участвовали за последний год?

- | | |
|--|----------------------------------|
| 31,4 – Посещали библиотеку | <i>Среднее значение 15,1 раз</i> |
| 36,7 – Посещали театр | <i>Среднее значение 2,6 раз</i> |
| 32,2 – Посещали музей | <i>Среднее значение 2,8 раз</i> |
| 45,0 – Посещали кинотеатр | <i>Среднее значение 5,9 раз</i> |
| 22,5 – Участвовали в исторических, культурных праздниках, фестивалях | <i>Среднее значение 2,3 раз</i> |
| 24,6 – Участвовали в познавательных экскурсиях | <i>Среднее значение 2,7 раз</i> |
| 8,5 – Участвовали в паломничестве | <i>Среднее значение 1,7 раз</i> |
| 33,7 – Не ответили | |

55. Какие учреждения культурной жизни Вы хотели бы посещать, но не имеете возможности это сделать? (Можно отметить несколько позиций в каждой строке)

| Учреждения | Причины | | | | | |
|------------------------------------|-------------|-----------|-------------------------------------|---|--------------|-----------------------|
| | Нет времени | Нет денег | Нет этого учреждения близко от дома | Нет этого учреждений в поселении (городе, селе) | Нет интереса | Затруднились ответить |
| 1. Кино | 19,8 | 11,7 | 9,5 | 12,2 | 17,2 | 36,8 |
| 2. Театр | 16,1 | 18,9 | 13,9 | 18,0 | 12,8 | 30,2 |
| 3. Цирк | 10,2 | 9,3 | 11,7 | 23,2 | 27,0 | 25,7 |
| 4. Музеи | 15,4 | 6,2 | 21,8 | 14,9 | 14,4 | 32,7 |
| 5. Библиотеки | 16,0 | 1,7 | 9,6 | 3,4 | 29,4 | 41,4 |
| 6. Концерты классической музыки | 9,3 | 8,8 | 10,2 | 14,2 | 35,1 | 28,0 |
| 7. Концерты популярной музыки | 9,5 | 18,8 | 9,8 | 16,1 | 25,5 | 27,0 |
| 8. Не считаю нужным посещать куль- | 3,8 | 1,5 | 1,5 | 1,3 | 10,5 | 82,1 |

| | | | | | | |
|----------------|--|--|--|--|--|--|
| турные события | | | | | | |
|----------------|--|--|--|--|--|--|

56. Участвуете ли Вы в работе любительских объединений?

5,2 – Участвуют (в течение какого времени? *Среднее значение 9,6 лет*)

7,8 – Не участвуют, но собираюсь участвовать

73,6 – Не участвуют, и не хотят участвовать →→→ *Перейдите к вопросу 59*

13,4 – Не ответили

57. В работе каких любительских объединений Вы участвуете, собираетесь или хотели бы участвовать? (Можно выбрать любое количество ответов)²⁴

17,8 – Хореографическое

19,9 – Вокальное

7,7 – Фольклорное

12,6 – Изобразительного и декоративно-прикладного искусства

12,2 – Театральное

7,3 – Инструментальное

13,3 – Литературное

5,9 – Научно-познавательное

4,9 – Технического творчества

6,3 – Народных ремесел

9,1 – Народного творчества

6,6 – Экологическое

3,1 – Шахматное

14,7 – Туристическое

6,3 – Военно-патриотическое

8,0 – Историческое

22,4 – Спортивное

6,3 – Краеведческое

12,2 – Благотворительное

4,9 – Политическое

4,5 – Другое (какое?)

5,2 – Не ответили

58. Какие условия для плодотворной деятельности имеются у общественной организации, объединения, в работе которой Вы участвуете?

| | Имеется | Не имеется | Нет надобности | Затруднились ответить |
|--|---------|------------|----------------|-----------------------|
| 1. Помещение (здание) | 61,2 | 12,9 | 4,5 | 21,3 |
| 2. Территория, площадки | 40,9 | 19,6 | 14,3 | 25,2 |
| 3. Необходимая техника и оборудование | 45,8 | 20,3 | 11,2 | 22,7 |
| 4. необходимые инструменты и реквизиты | 45,5 | 21,3 | 9,8 | 23,4 |
| 5. Транспорт | 20,6 | 31,8 | 21,7 | 25,9 |
| 6. Тиражирующая, компьютерная техника, возможности издания | 21,3 | 24,5 | 27,6 | 26,6 |

59. Что в культуре с Вашей точки зрения дает наибольший эффект для развития личности (Можно выбрать любое количество ответов)

43,9 – Посещение драматических театральных постановок

22,7 – Посещение оперы

17,8 – Посещение балетных спектаклей

25,0 – Участие в художественной самодеятельности

61,7 – Чтение художественной литературы, поэзии

²⁴ Базу 100% расчёта в вопросах 57-58 составляют те респонденты, которые участвуют или собираются участвовать в работе любительских объединений, то есть 13,0% от общего числа опрошенных.

- 28,1 – Чтение поэзии
- 46,8 – Посещение музеев
- 17,5 – Посещение выставок современного искусства
- 29,1 – Посещение художественных выставок
- 13,4 – Посещение эстрадных концертов
- 17,5 – Посещение фестивалей народного творчества
- 6,5 – Посещение цирковых представлений
- 2,4 – Что-то еще? (*Общение с интеллигентными людьми, хорошее материальное положение, самостоятельность, слушать лекции по культуре, посещение культурных учреждений 3, преподавать культуру в школе*)
- 1,5 – Затруднились ответить

60. Какую музыку Вы любите слушать? (*Можно выбрать любое количество ответов*)

- 9,7 – Симфоническая
- 6,3 – Хоровая
- 13,2 – Вокальная
- 6,5 – Сольная инструментальная
- 8,7 – Фортепианная
- 7,8 – Органная
- 3,6 – Камерно-инструментальная
- 6,0 – Опера
- 5,1 – Балет
- 9,3 – Оперетта, мюзикл
- 4,5 – Оркестры, ансамбли народных инструментов
- 19,7 – Исполнители народных песен
- 11,0 – Ансамбли народной песни и танца
- 9,7 – Джазовая
- 29,0 – Советская эстрадная
- 10,1 – Народная (национальная) музыка
- 17,1 – Барды
- 45,0 – Эстрадная музыка
- 17,7 – Рок-музыка
- 12,9 – Рэп
- 11,5 – Музыка из мультфильмов, детских кинофильмов
- 25,0 – Музыка из художественных кинофильмов
- 1,4 – Не ответили

61. По какому устройству Вы предпочитаете слушать музыку?

- 35,2 – По радио дома
- 31,1 – По радио в автомобиле
- 23,5 – С мини-плеера с наушником
- 25,6 – Иначе (*По радио на работе 15, с компьютера 48, с интернета 86, музыкальный центр дома, магнитофон 26, телевизор 122, телефон 38, театре 10*)
- 3,0 – Не ответили

62. Какую литературу Вы любите читать? (*Можно выбрать любое количество ответов*)

- 38,6 – Романы
- 39,0 – Детективы
- 20,0 – Рассказы
- 34,3 – Историческая
- 18,5 – Фантастика
- 12,9 – Путешествия
- 11,5 – Поэзия
- 8,4 – Сказки
- 10,7 – Техническая
- 11,7 – Научно-популярная
- 7,2 – Мемуары
- 4,5 – Политическая

- 5,5 – Документальная публицистика
- 6,3 – Философская
- 1,9 – Экономическая
- 7,0 – Не ответили

63. В каком виде Вы читаете книги? (Можно выбрать несколько ответов)

- 82,7 – Бумажное издание
- 16,0 – Электронное издание
- 16,5 – В Интернете
- 6,5 – Не ответили

64. Есть ли у Вас домашняя библиотека?

- 53,6 – Есть
- 46,4 – Нет → → → *Перейдите к вопросу 67*

65. Если есть, сколько в ней примерно книг?²⁵

Среднее значение 329,0 книг

66. Какова доля в домашней библиотеке доля книг в бумажном виде и доля книг на электронных носителях (дисках)?

- 98,5 – В бумажном виде *Среднее значение 94,2%*
- 12,7 – На дисках *Среднее значение 24,9%*
- 13,9 – Имеется электронная библиотека на компьютере

67. На каком языке Вы чаще всего общаетесь: (Дайте любое количество ответов в каждой строке)

| | На русском | На родном (не русском) | На русском и родном в равной степени | Не ответили |
|---------------|------------|------------------------|--------------------------------------|-------------|
| 1. Дома | 99,5 | 3,3 | 3,6 | 0,2 |
| 2. На работе | 85,3 | 1,0 | 2,8 | 11,2 |
| 3. С друзьями | 91,0 | 1,8 | 4,4 | 3,6 |

68. Оцените, пожалуйста, свое личное знание языков: (Дайте один ответ в каждой строке)

| | Владеют свободно | Владеют на среднем уровне | Владеют слабо | Не ответили |
|-----------------------------|------------------|---------------------------|---------------|-------------|
| 1. Русский язык | 95,6 | 3,6 | 0,1 | 0,7 |
| 2. Родной язык (не русский) | 11,1 | 2,7 | 4,4 | 81,8 |

69. Владете ли Вы иностранным языком (кроме русского!)?

- 6,0 – Владеть в хорошей степени

²⁵ Базу 100% расчёта в вопросах 65-66 составляют те респонденты, у которых имеется домашняя библиотека, то есть 53,6% от общего числа опрошенных.

| | |
|----------------------------------|------------------------|
| 52,6 – Английский | 1,5 – Латинский |
| 9,8 – Немецкий | 2,3 – Грузинский |
| 3,0 – Французский | 0,8 – Португальский |
| 3,8 – Украинский | 1,5 – Осетинский |
| 3,0 – Молдавский | 0,8 – Фарси |
| 3,0 – Испанский | 0,8 – Лезгинский |
| 1,5 – Узбекский | 0,8 – Чувашский |
| 3,0 – Татарский | 0,8 – Древнеславянский |
| 0,8 – Турецкий | 0,8 – Черкесский |
| 1,5 – Китайский | 14,3 – Не ответили |
| 4,5 – Армянский | |
| 10,9 – Владеют в средней степени | |
| 74,5 – Английский | 0,4 – Армянский |
| 10,9 – Немецкий | 0,4 – Польский |
| 4,6 – Французский | 0,4 – Латинский |
| 1,3 – Украинский | 0,8 – Белорусский |
| 0,4 – Молдавский | 0,4 – Грузинский |
| 0,8 – Арабский | 0,4 – Иврит |
| 0,8 – Испанский | 0,4 – Японский |
| 0,4 – Узбекский | 0,4 – Чеченский |
| 0,8 – Итальянский | 0,4 – Чешский |
| 1,7 – Татарский | 7,1 – Не ответили |
| 22,2 – Владеют слабо | |
| 62,1 – Английский | 1,2 – Татарский |
| 27,7 – Немецкий | 0,2 – Китайский |
| 4,8 – Французский | 0,4 – Польский |
| 0,8 – Украинский | 0,8 – Латинский |
| 0,2 – Молдавский | 0,2 – Бурятский |
| 0,2 – Арабский | 0,2 – Сербский |
| 0,6 – Испанский | 0,2 – Тайский |
| 1,2 – Итальянский | 5,0 – Не ответили |
| 0,2 – Украинский | |
| 60,5 – Не владеют | |
| 2,4 – Не ответили | |

70. На каком языке Вы читаете художественную литературу?

| | |
|----------------------|---------------------|
| 97,0 – На русском | |
| 2,6 – На родном | |
| 1,8 – Английский | 1,8 – Португальский |
| 7,0 – Немецкий | 1,8 – Иврит |
| 17,5 – Украинский | 3,5 – Осетинский |
| 3,5 – Молдавский | 3,5 – Бурятский |
| 3,5 – Узбекский | 1,8 – Кумыкский |
| 31,6 – Татарский | 1,8 – Тувинский |
| 1,8 – Армянский | 1,8 – Черкесский |
| 1,8 – Польский | 12,3 – Не ответили |
| 3,5 – Аварский | |
| 2,1 – На иностранном | |
| 83,0 – Английский | 2,1 – Португальский |
| 6,4 – Немецкий | 2,1 – Бурятский |
| 4,3 – Французский | 2,1 – Чешский |
| 2,1 – Украинский | 4,3 – Не ответили |
| 2,1 – Молдавский | |
| 4,3 – Испанский | |
| 2,1 – Татарский | |
| 2,1 – Китайский | |
| 2,1 – Польский | |

2,2 – Не ответили

71. Насколько знакомы Вам культура и традиции повседневной жизни Вашего народа (если Вы не русский, не русская) и русские традиции (если вы русский или русская)? (Дайте один ответ в каждой строке)

| | Хорошо знакомы | Знакомы, но не очень хорошо | Имеют слабое представление | Не ответили |
|---|----------------|-----------------------------|----------------------------|-------------|
| 1. Культура и традиции моего народа (не русского) | 19,7 | 14,5 | 5,5 | 60,3 |
| 2. Русская культура и традиции | 46,5 | 42,6 | 5,3 | 5,6 |

72. Отмечаете ли Вы традиционные праздники? (Дайте один ответ в каждой строке)

| | Отмечаю регулярно | Отмечаю редко | Не отмечаю | Не ответили |
|--|-------------------|---------------|------------|-------------|
| 1. Русские праздники (традиции) | 45,5 | 41,9 | 11,1 | 1,4 |
| 2. Праздники (традиции) своего народа, если Вы нерусский | 11,7 | 13,7 | 21,8 | 52,8 |
| 3. Общегосударственные праздники Российской Федерации (нерелигиозные) | 42,1 | 40,5 | 16,0 | 1,3 |
| 4. Общегражданские праздники своего региона (республики, края, области, города) | 21,7 | 47,2 | 28,2 | 2,9 |
| 5. Советские праздники | 21,9 | 43,5 | 32,5 | 2,1 |
| 6. Религиозные праздники или традиции | 31,1 | 43,8 | 22,6 | 2,5 |
| 7. Праздники профессии (День шахтера и т.д.), студенческие праздники (Татьянин день и др.) | 21,5 | 34,4 | 42,0 | 2,2 |
| 8. Праздники других государств (День святого Патрика и др.) | 3,6 | 12,7 | 81,0 | 2,7 |

73. Если бы Ваши близкие родственники (например, брат, сестра) решили вступить в брак с представителем другой национальности, как бы Вы отнеслись к их решению? (Выберите один ответ)

25,2 – Считают, что брак следует заключать только с представителем своей национальности

57,6 – Не возражают против брака между представителями различных национальностей, главное – чтобы супруги были счастливы

17,2 – Затруднились ответить

74. А если бы Ваши близкие родственники (например, брат, сестра) решили вступить в брак с представителем другой религии, как бы Вы отнеслись к их решению? (Выберите один ответ)

33,3 – Считают, что брак следует заключать только с представителем своей религии

46,3 – Не возражают против брака между представителями различных религий, главное – чтобы супруги были счастливы

20,4 – Затруднились ответить

75. По Вашему мнению, какую роль в Российской Федерации должен выполнять русский язык и какую роль он выполняет сегодня? (Можно выбрать любое количество ответов в обоих столбцах)

| | 1. Эту роль должен выполнять | 2. Эту роль выполняет сегодня |
|---|-------------------------------------|--------------------------------------|
| Язык русского народа и только для русского народа | 23,3 | 18,7 |
| Язык межнационального общения народов, населяющих Российскую Федерацию | 79,0 | 67,8 |
| Основной язык обучения в средней школе | 72,1 | 75,8 |
| Основной язык обучения в университете | 69,1 | 70,5 |
| Основной язык распространения и поддержания культуры на уровне Российской Федерации | 62,6 | 55,7 |
| Основной язык распространения и поддержания культуры в республике, крае и области | 44,5 | 39,1 |
| Основной язык экономических контактов в масштабах Российской Федерации | 19,0 | 21,1 |
| Основной язык контакта населения с государственными учреждениями | 14,8 | 22,4 |
| Затруднились ответить | 3,0 | 2,6 |

76. Как Вы считаете, должен ли каждый гражданин Российской Федерации знать русский язык, независимо от своей национальности?

- 70,1 – Должен знать на хорошем уровне
- 29,0 – Должен знать на среднем уровне, для простого общения
- 0,9 – Знать русский язык не обязательно, можно прожить и без него

77. Как Вы относитесь к предпринимателям?

- 62,0 – Они создают рабочие места
- 35,5 – Способствуют переменам в лучшую сторону в регионе, городе, поселке
- 8,5 – Ведут благотворительную деятельность
- 5,8 – Они отбирают последнее
- 9,5 – Грабят работников
- 1,3 – Затруднились ответить

78. Лично Вы хотели бы наладить собственный бизнес? (Выберите один ответ)

- 26,8 – Да, при наличии возможности
- 4,4 – Уже планируют свой бизнес
- 2,9 – Имеют свой бизнес
- 42,2 – Не собираются заниматься бизнесом
- 24,5 – Не задумывались над этим

79. Где Вы живете в настоящее время?

- 3,3 – В общежитии, служебной квартире
- 5,3 – Снимают жилье
- 3,0 – В коммунальной квартире
- 61,4 – В отдельной квартире
- 6,5 – Занимают часть дома
- 20,1 – В отдельном доме (коттедже, особняке)
- 0,5 – Другое (что именно? _____)

80. Имеет ли Ваше нынешнее жилье все коммунальные удобства (центральное отопление, электричество, канализация, ванна или душ и т.п.)?

- 77,7 – Да, имеются все коммунальные удобства
- 19,2 – Часть из них есть, но не все
- 3,1 – Нет

81. Сколько квадратных метров общей площади (включая кухню, коридор и т.д.) приходится на каждого члена Вашей семьи?

Среднее значение 23,4 кв.м.

82. Что из перечисленного ниже есть у Вас лично или в Вашей семье? (Отметьте все, что к Вам относится)

- 39,5 – Дача, садово-огородный участок с домом
- 9,5 – Садово-огородный участок без дома
- 21,1 – Земля
- 8,2 – Скот
- 52,0 – Автомобиль
- 4,3 – Мотоцикл
- 0,8 – Катер
- 22,3 – Ничего из перечисленного в собственности не имеют
- 1,0 – Не ответили

83. Имеете ли Вы дома следующие предметы? (Можно выбрать любое количество ответов)

- 98,5 – Телевизор
- 98,8 – Холодильник
- 79,5 – Мебельный гарнитур (включая кухонный, мягкую мебель)
- 89,9 – Стиральная машина
- 47,3 – Видеокамера, цифровой фотоаппарат
- 76,0 – Компьютер
- 93,7 – Мобильный телефон
- 11,4 – Тренажер или иной спортивный инвентарь для занятия физкультурой
- 14,5 – Кондиционер

84. Каково состояние Вашей квартиры?

- 12,8 – Сделан евроремонт
- 58,4 – Сделан обычный ремонт
- 26,2 – В целом чисто, но необходим ремонт
- 1,5 – Полная разруха
- 1,2 – Не ответили

85. А каково состояние коридора на Вашей площадке, если Вы живете в многоквартирном доме?

- 4,0 – Сделан евроремонт
- 39,3 – Сделан обычный ремонт
- 30,8 – В целом чисто, но необходим ремонт
- 4,2 – Полная разруха
- 21,7 – Не ответили

86. Перед домом, во дворе:

- 36,8 – Все ухожено, посадки, цветы
- 48,2 – Цветов нет, но чисто
- 12,3 – Все загромождено, неухожено
- 2,7 – Не ответили

87. Сколько дней в году (приблизительно) занимает у Вас забота (работа) о даче, земле, домашней скотине...)

Среднее значение 137,6 дней

88. Сколько часов в день (приблизительно) занимает у Вас забота об автомобиле, мотоцикле, катере? Среднее значение 1,8 часов

89. Как Вы питаетесь? (Выберите ответ в каждом столбце)

| | 1. Завтрак | 2. Обед | 3. Ужин |
|---|------------|-------------|---------|
| В основном домашнюю пищу, готовим сами (готовлю сам(а)) | 89,5 | 60,5 | 88,0 |
| В основном дома, из полуфабрикатов | 5,2 | 4,1 | 6,6 |
| В основном на работе (по месту учебы), в столовой | 2,1 | 27,7 | 1,2 |
| В основном в кафе, ресторане в городе | 0,2 | 2,4 | 2,1 |
| В основном в придорожных кафе | 0,3 | 0,6 | 0,3 |
| В основном потребляю бутерброды (в фастфуде, киосках и др.) | 1,7 | 2,9 | 0,6 |
| Не ответили | 0,9 | 1,8 | 1,3 |

90. Как расходуется (приблизительно) среднемесячный бюджет Вашей семьи или Ваш личный, если собственной семьи нет? (За образец можете взять бюджет последнего месяца)

| | |
|---|---------------------------------|
| 1. На питание | Среднее значение 10232,5 рублей |
| 2. На коммунальные расходы (или проживание общежитии, аренда) | Среднее значение 4338,4 рублей |
| 3. На транспорт | Среднее значение 2418,7 рублей |
| 4. На удовлетворение культурных, образовательных потребностей | Среднее значение 2174,3 рублей |
| 5. На отдых в кафе, ресторане, среди друзей | Среднее значение 2824,9 рублей |
| 6. Другие расходы | Среднее значение 6810,5 рублей |

91. Как Вы оцениваете состояние своего здоровья? (Выберите один ответ)

19,4 – Полностью здоровы

51,0 – Иногда болеют, но «обычными» болезнями (грипп, простуда, зубы)

26,0 – Имеют хроническое заболевание (заболевания)

3,6 – Имеют группу инвалидности

92. В настоящее время, какие формы занятий физкультурой и спортом Вы используете?*(Можно выбрать любое количество ответов)*

7,8 – Занимаются физкультурой и спортом

4,1 – Занимаются в спортивной или оздоровительной секции, группе

6,8 – Посещают платные спортивные или оздоровительные занятия

4,3 – Посещают учебные занятия по физкультуре

13,6 – Делают утреннюю гимнастику

1,5 – Выполняют производственную гимнастику на работе

16,8 – Занимаются самостоятельно

1,7 – Другое (катаются на велосипеде, горные лыжи)

56,3 – Физкультурой и спортом не занимаюсь

0,9 – Не ответили

93. Вы потребляете? (Можно выбрать любое количество ответов)

32,2 – Табачные изделия (курите)

17,5 – Крепкие алкогольные напитки (не реже 1-го раза в неделю!)0,5 – Наркотические или психотропные вещества (не реже 2-3 раза в месяц!)

61,0 – Не ответили

94. Как Вы относитесь к представителям сексуальных меньшинств? (Выберите один ответ)

1,9 – Положительно

24,9 – Нейтрально, антипатии к ним не питают

13,7 – Стараются избегать контактов с ними

58,2 – Отрицательно

1,3 – Затруднились ответить

95. Дайте оценку в каждой строке, что из перечисленного является для Вас основным жизненным ориентиром (основной ценностью): (10 – самый важный жизненный ориентир, ..., 1 – не имеет никакой значимости. Выберите оценку в каждой строке)

| | Оценка |
|----------------|----------------------|
| 1. Семья | Среднее значение 9,4 |
| 2. Здоровье | Среднее значение 9,3 |
| 3. Образование | Среднее значение 8,1 |
| 4. Друзья | Среднее значение 7,8 |
| 5. Свобода | Среднее значение 8,0 |
| 6. Культура | Среднее значение 7,4 |
| 7. Работа | Среднее значение 8,1 |
| 8. Карьера | Среднее значение 6,9 |
| 9. Деньги | Среднее значение 8,6 |
| 10. Родина | Среднее значение 8,4 |
| 11. Вера | Среднее значение 7,6 |
| 12. Власть | Среднее значение 5,3 |

НЕСКОЛЬКО СЛОВ О СЕБЕ:

96. Ваш возраст?

- 7,2 – До 19 лет (включая)
- 9,6 – 20-24 года
- 9,6 – 25-29 лет
- 20,8 – 30-39 лет
- 33,5 – 40-60 лет
- 19,3 – Старше 60 лет

97. Ваш пол:

- 46,4 – Мужчина
- 53,6 – Женщина

98. В населенном пункте какого типа Вы проживаете? (Дайте один ответ)

- 10,8 – Мегалополис (Москва, Санкт-Петербург)
- 30,3 – Областной, краевой, республиканский центр
- 29,9 – Районный центр (или районный город)
- 5,1 – Поселок городского типа (ПГТ)
- 23,8 – Село, деревня

99. Ваше семейное положение:

- 71,3 – Имеется своя семья (зарегистрированная или гражданская)
- 28,7 – Своей семьи нет

100. В каком возрасте (примерно) Вы собираетесь обзавестись (или в каком возрасте уже обзавелись) собственной семьей?

Среднее значение 24,6 лет

101. Сколько в семье детей?

Среднее значение 1,8 детей

102. Как Вы считаете, сколько детей желательно иметь в семье?

Среднее значение 2,3 детей

103. Ваше образование:

- 1,8 – Обучаются в школе (10-11 класс)
- 1,4 – Обучаются в учреждении начального профессионального образования (лицей, профшкола)
- 2,8 – Обучаются в учреждении среднего профессионального образования (колледж, техникум)
- 7,0 – Обучаются в вузе (аспирантуре)
- 3,2 – Имею незаконченное среднее образование
- 16,1 – Имеют законченное среднее образование
- 15,2 – Окончили лицей, ПТУ
- 23,6 – Окончили колледж, техникум
- 28,9 – Окончили вуз (аспирантуру)

104. Если Вы уже закончили свое образование, продолжаете ли Вы повышать свой образовательный уровень?

- 0,9 – Обучаются заочно или вечером в среднем профессиональном образовательном учреждении
- 2,7 – Обучаются заочно или вечером в высшем профессиональном образовательном учреждении
- 6,4 – Обучаются на курсах
- 31,9 – Занимаются самообразованием
- 7,3 – Иначе (как?) _____
- 53,4 – Не ответили

105. Кем Вы работаете (профессия, специальность)? (Напишите)

- 16,6 – Рабочие промышленности, строительства, шахт – без высшего образования
- 3,7 – Инженеры промышленности, строительства, шахт – с высшим образованием
- 9,3 – Работники торговли, общественного питания, сферы услуг, транспорта, коммунальных служб – со средним (или менее), начальным и средним профессиональным образованием
- 3,9 – Работники финансовых, страховых компаний, торговли, сферы услуг, транспорта, коммунальных служб – с высшим образованием
- 8,5 – Работники (служащие): вузов, школ, здравоохранения, управления (административного, политического), науки, средств массовой информации – с высшим образованием
- 4,5 – Работники (лаборанты, операторы, библиотекари, секретари, медсестры и др.): вузов, школ, здравоохранения, управления (административного, политического), науки, средств массовой информации – со средним или средним профессиональным образованием
- 3,4 – Военные, работники МВД, таможни, налоговых служб (с любым образованием)
- 6,0 – Студенты вузов
- 19,4 – Пенсионеры городские
- 20,6 – Жители села
- 1,4 – Учащиеся 10-11-х классов
- 1,0 – Учащиеся ПТУ (лицей)
- 1,8 – Учащиеся техникума (колледжа)

106. Каков примерный среднемесячный доход на каждого члена Вашей семьи? В доход включаются все виды доходов и исключаются выплачиваемые алименты и налоги. Для расчета необходимо просуммировать все доходы членов семьи и разделить их на общее число членов семьи, включая детей

Среднее значение 15674,9 рублей

107. Какие условия жизни гарантирует Вам семейный бюджет?

- 3,0 – Высокое благосостояние, могут себе позволить любые крупные расходы (квартира, дом, машина...)
- 33,5 – Живут в достатке, могут себе позволить покупку холодильника, музыкального центра..., но не более
- 52,4 – Хватает в основном на еду и одежду, в остальном приходится экономить
- 8,0 – Еле сводят концы с концами, живут от зарплаты до зарплаты (бедно)
- 1,2 – Живут в нищете
- 2,0 – Не ответили

108. Ваша национальность:

- 88,9 – Русские
- 3,9 – Татары
- 1,1 – Белорусы, украинцы
- 2,5 – Кавказцы
- 2,4 – Малые народы
- 1,2 – Европейцы

109. Последователем какой религии Вы себя считаете?

- 73,4 – Православия
- 4,4 – Ислама
- 0,3 – Католицизма
- 0,1 – Протестантизма
- 2,0 – Буддизма
- 0,1 – Иудаизма
- 0,6 – Другой религии (*напишите, какой именно*) _____
- 7,4 – Верю в некую высшую силу, но к какой-либо религии не принадлежу
- 11,2 – Я атеист
- 0,5 – Не ответили

110. Верите ли Вы? (Можно выбрать любое количество ответов)

- 40,0 – В приметы
- 8,5 – В существование призраков
- 7,7 – В переселение душ
- 10,2 – В существование нечистой силы
- 19,0 – В бессмертие души
- 22,0 – В существование Рая
- 19,7 – В существование Ада
- 7,2 – В то, что прародителями всех людей являются Адам и Ева
- 8,9 – В конец света
- 6,1 – В воскрешение
- 39,8 – Ни во что из перечисленного не верю

Регионы:

- 12,6 – Мегалополисы: Москва, Санкт-Петербург, Московская обл.
- 23,5 – Север и Центр России: Архангельская обл., Новгородская обл., Тульская обл., Ярославская обл., Костромская обл., Воронежская обл.
- 11,6 – Поволжье: Нижегородская обл., Ульяновская обл., Саратовская обл.
- 10,4 – Северный Кавказ: Ставропольский край, Ростовская обл.
- 15,0 – Урал: Свердловская обл., Челябинская обл.
- 15,7 – Сибирь и Дальний Восток: Красноярский край, Приморский край.
- 11,2 – Национальные республики: Республика Татарстан, Республика Калмыкия, Республика Дагестан, Республика Осетия, Республика Бурятия, Республика Хакасия.

БЛАГОДАРИМ ВАС ЗА УЧАСТИЕ В ИССЛЕДОВАНИИ!