

Участие жителей «культурной столицы» в культурной жизни Петербурга¹

В статье анализируется степень согласия петербуржцев с присвоенным городу статусом культурной столицы России и наличие в нормативном сознании петербуржцев представления о необходимости в непосредственном общении с произведениями искусства, чтобы соответствовать статусу жителя культурной столицы. Исследуется реальная включенность горожан в культурную жизнь города.

Ключевые слова: Петербург, культурная столица, пове-

денческий стереотип, приобщенность к культурной жизни города.

Михаил Илле

Санкт-Петербургский научно-исследовательский центр (СНИЦ)

Редактор журнала

«Телескоп»: журнал социологических и маркетинговых исследований

Петербург — «культурная столица» России. Эти слова стали привычным штампом, который мы часто слышим и читаем в средствах массовой информации, да и сами их повторяем, иногда всерьез, а иногда иронически, когда видим грязь на улицах или слышим, как общаются между собой юноши и девушки, легко и непринужденно вставляя в разговор матерные словечки. Наш город — шедевр архитектуры, у нас всемирно известные музеи, театральные и концертные коллективы, уникален вклад Петербурга в историю культуры России, все это не позволяет сомневаться в его особой роли в русской культуре. Но статус культурной столицы предполагает горожанина, знающего и любящего свой город, интересующегося его историей, пользующегося богатейшими возможностями общения с ценностями художественной культуры, которые он представляет. Возникает вопрос: является ли статус культурной столицы идентификационной моделью для жителей города? Существует ли такая идентичность — мы жители культурной столицы России? И если да, то накладывает ли она какие-либо обязательства на поведение горожан?

Исходя из поставленных вопросов, в предлагаемом вниманию читателей тексте будут затронуты следующие темы. Во-первых, в какой мере общественное мнение горожан согласно с декларируемым высоким статусом города. Во-вторых, если в массовом сознании жителей города такое согласие есть, то в какой мере в нормативном сознании петербуржцев представлена необходимость и потребность в непосредственном общении с произведениями искусства, чтобы соответствовать статусу жителя культурной столицы. И, наконец, какова реальная практика горожан в посещении учреждений культуры нашего города.

Статья основана на результатах инициативного исследования «Мониторинг приобщенности петербуржцев к культурной жизни города», проведенного социологическим научно-исследовательским центром (СНИЦ) в период с 1991 по 2000 гг.; данных исследований, выполненных СНИЦ в 2005 — 2011 гг. по заказу государственного учреждения культуры и дополнительного образования «Институт культурных программ» и исследования 2011 года, проведенного по заказу комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации Правительства Санкт-Петербурга. Во всех случаях сбор

Рисунок 1. Отношение к Петербургу как культурной столице (2011 год, %). Формулировка вопроса: Петербург часто называют культурной столицей России. Как вы считаете, Петербург достоин этого звания? Если нет, то чего не хватает, чтобы соответствовать этому высокому званию?

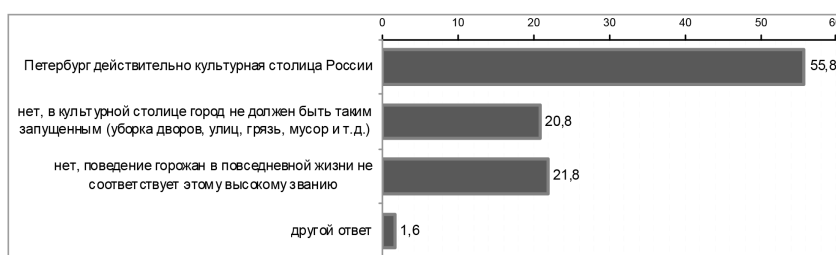
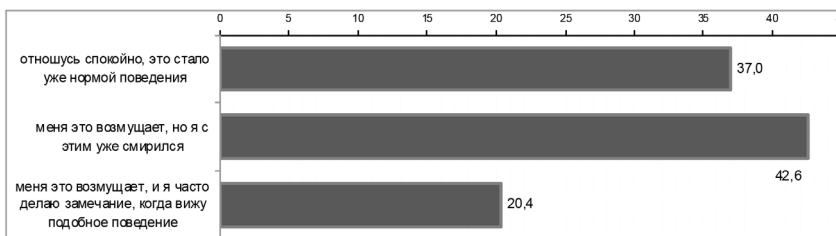


Рисунок 2. Отношение к нарушению норм бытового поведения (2011 год, %). Формулировка вопроса: Если вы являетесь свидетелем нарушений правил бытового поведения, например, использование ненормативной лексики в общественных местах, то, как вы к этому относитесь?



информации осуществлялся методом телефонного репрезентативного опроса взрослого населения города; (18+) объем выборки варьировался от 722 до 2000 человек.

Петербург культурная столица?

Прежде всего, посмотрим, считают ли сами горожане Петербург культурной столицей. Рисунок 1 показывает, что большинство петербуржцев согласны с тем, что наш город достоин звания культурной столицы, однако немало и тех, кто полагает, что это не так — город слишком запущен и поведение многих горожан в повседневной жизни не соответствует поведению жителя культурной столицы. Примерно каждый пятый респондент выбирает или первый, или второй отрицательный ответ. Мы видим, что значительная часть горожан не склонна обольщаться присвоенным городу высоким статусом, и отмечает реальные проблемы городской жизни. Многие респонденты указывают на такие проблемы повседневного поведе-

¹ Статья подготовлена в рамках реализации программы фундаментальных исследований Президиума РАН (Постановление № 176 от 23.12.2014 г.) «Историческая память и российская идентичность».

ния горожан как использование ненормативной лексики в общественных местах, неуважительное отношение к пожилым людям со стороны молодежи, грязь на улицах, которую создают сами горожане, швыряя куда попало банки, окурки и т.д. При этом многие петербуржцы с этим уже не только смирились, но и считают, например, что использование нецензурной лексики в публичном пространстве стало уже устоявшейся нормой поведения (см. рис. 2).

Не будем подробно останавливаться на проблемах бытового поведения петербуржцев, это тема для отдельной статьи, в этом тексте сосредоточимся на анализе поведения горожан в сфере художественной культуры.

Поведенческий стереотип в сфере общения с произведениями искусства

Жители культурной столицы, имея прекрасную возможность постоянного общения с шедеврами мирового и отечественного искусства, казалось бы, должны пользоваться этой возможностью. По крайней мере, в нормативном сознании горожан должна быть зафиксирована необходимость участия петербуржцев в культурной жизни города.

Приведенные данные на рисунке 3 показывают наличие такой нормы поведения в массовом сознании петербуржцев. Мы фиксируем устойчивость ответов горожан на поставленный вопрос: примерно 80% респондентов на протяжении всего периода наблюдений заявляют о необходимости культурному человеку хотя бы несколько раз в год посещать театры, музеи и другие учреждения культуры. Таким образом, статус Петербурга как культурной столицы России находится в тесной связи с устойчивым стереотипом массового сознания, предписывающим петербуржцу, как жителю культурной столицы, посещать учреждения культуры.

Если посмотреть, как отвечают на этот вопрос различные группы петербуржцев, то мы видим, что во всех анализируемых группах большинство респондентов дает положительный ответ на поставленный вопрос. Среди женщин заметно больше положительных ответов, по сравнению с мужчинами, но и среди мужчин 70% опрошенных согласны с тем, что культурный человек должен хотя бы иногда посещать театры, концертные залы, музеи (см. табл. 1). Сравнение ответов в возрастных группах показывает отсутствие значимых различий — положительный ответ варьируется в диапазоне от 75 до 80%. Заметно влияние образования — меньше всего положительных ответов у людей с неполным средним образованием и окончивших ПТУ, больше всего — у респондентов с высшим или незаконченным высшим гуманитарным образованием. Существенен и социально-профессиональный статус респондентов — минимум положительных ответов мы наблюдаем у безработных и инвалидов (прочие неработающие), людей занятых неквалифицированным трудом (прочие работающие) и рабочих; максимум — у специалистов с высшим образованием (см. табл. 1).

Посещение респондентами различных культурных мероприятий

Обратимся теперь к выяснению реальной включенности горожан в культурную жизнь Петербурга. Анализ активности

Рисунок 3. Сейчас я назову Вам два суждения, а вы скажите, пожалуйста, с каким из них вы согласны?

1. Современный культурный человек должен хотя бы несколько раз в год побывать в театрах, музеях, на различных концертах.
2. При современном уровне развития телевидения, аудио, видеозаписи, интернета совершенно не обязательно ходить в театры, музеи и т.д. — культурная жизнь придет к тебе в дом сама.
3. затруднение в ответе.

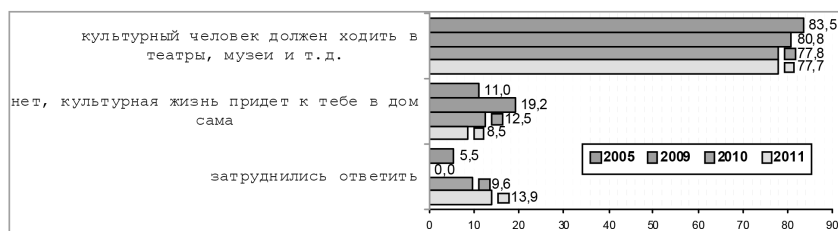


Таблица 1. Поведенческий стереотип в сфере потребления культуры по группам респондентов, % по строке (2011 г.)

Группы респондентов	Поведенческий стереотип		
	культурный человек должен ходить в театры	нет, культурная жизнь придет к тебе в дом сама	Затруднились ответить
Пол			
Мужчины	70,3%	14,0%	15,7%
Женщины	83,4%	4,1%	12,4%
Возраст			
18-29 лет	77,6%	13,0%	9,4%
30-39 лет	77,4%	11,6%	11,0%
40-49 лет	79,7%	9,0%	11,3%
50-59 лет	80,0%	5,1%	14,9%
60 и старше	74,5%	3,8%	21,7%
Образование			
неполное среднее	58,1%		41,9%
среднее (школа)	68,2%	8,8%	23,0%
среднее профессиональное (ПТУ)	62,2%	15,7%	22,0%
среднее специальное	77,2%	9,5%	13,3%
высшее или нез.высшее гуманитарное	88,1%	3,8%	8,1%
высшее или нез.высшее другое	84,3%	6,5%	9,2%
Социально-профессиональный статус			
рабочие	68,6%	8,5%	22,9%
Работники сферы услуг	82,9%	11,1%	6,0%
служащие без высшего образования	80,3%	7,1%	12,6%
специалисты с высшим образованием	88,1%	4,8%	7,1%
руководители и предприниматели	83,9%	6,9%	9,2%
прочие работающие	62,0%	26,0%	12,0%
студенты	75,2%	11,7%	13,1%
пенсионеры	76,2%	4,3%	19,5%
домохозяйки	82,4%	6,9%	10,8%
прочие неработающие	57,2%	15,9%	26,9%

респондентов в сфере художественной культуры основан на ответах респондентов на вопрос об их фактическом посещении музеев, спектаклей и т.д. («Сколько раз за последние 12 месяцев Вы были ...?»).

В таблице 2 приведены средние данные о посещении различных учреждений культуры в расчете на одного человека. В среднем на одного петербуржца по данным 2011 года приходится 7,7 посещений различных культурных мероприятий. Бесспорным лидером по посещаемости являются кинотеатры. После провала 1998 года, когда на одного горожанина в среднем приходилось лишь 0,3 посещения кинотеатра в год, этот показатель постоянно рос и в последние годы приблизился к показателю в три посещения в год на одного петербуржца. Также более посещаемыми учреждениями культуры являются музеи и драматические театры. Минимальную аудиторию за все годы наблюдений мы наблюдаем на концертах народной музыки.

Более активными участниками культурной жизни Петербурга являются женщины, на них в среднем приходится 8,2 посещения различных культурных мероприятий в течение года, а у мужчин этот показатель равен 6,4 посещения в год. Преобладание женщин в аудитории наиболее заметно на драматических спектаклях, на которых они бывают в два раза чаще мужчин. Существенно больше женщин среди посетителей музеев, выставок и в аудитории концертов музыки академических жанров (см. табл. 2). Только на концерты популярной музыки (эстрада, рок, шансон и т.д.) и в кинотеатры мужчины в течение

года бывают немного чаще, чем женщины.

Очевидно влияние возраста на включенность горожан в культурную жизнь города. Чаще всех бывает где-либо молодежь — в среднем на одного респондента в возрасте от 18 до 29 лет приходится 11,6 посещений различных культурных мероприятий в течение года. Частота посещений горожан в возрасте от 30 до 49 лет составляет 8,5 раз, в следующей возрастной группе она снижается до 6,6 посещений и среди самой возрастной категории населения падает до 3,4 посещений в год. Если сравнить две полярные возрастные группы, то молодежь бывает в различных учреждениях культуры чаще, чем пожилые горожане в 3,5 раза. При сравнении среднего возраста людей, посещавших различные культурные мероприятия не менее двух раз в год, мы видим, что самая молодежная аудитория в кинотеатрах и на концертах популярной музыки, а самая возрастная аудитория — на концертах народной и академической музыки. Вообще, следует отметить, что лидирующие позиции молодежи в приобщенности к культурной жизни во многом обеспечиваются за счет частоты посещения кинотеатров — шесть посещений в год. Уже среди людей в возрасте 30-39 лет этот показатель уменьшается до 3,5 посещений, то есть почти в два раза, в каждой следующей возрастной группе он продолжает снижаться и достигает минимума среди респондентов 60 лет и старше — 0,5 посещений в год. В других аудиториях мы можно наблюдать более

разнообразную картину (хотя часть различия минимальны и, тем не менее): в музеях, на драматических и музыкальных спектаклях чаще можно застать людей в возрасте 40-49 лет, на концертах «серьезной» музыки — респондентов 50-59 лет, в аудитории народной музыки их же и самых молодых слушателей, а на концертах поп-музыки снова несомненный лидер молодежь.

Наиболее активно включены в культурную жизнь города люди с высшим (незаконченным высшим) гуманитарным образованием, в среднем в год на них приходится 11,8 посещений различных мероприятий в сфере художественной культуры. Даже среди респондентов с высшим, но не гуманитарным образованием, показатель посещаемости заметно ниже. Как бы мы не ругали современное состояние и снижение уровня высшей школы, появление практически во всех ВУЗах гуманитарных факультетов в свете полученных результатов следует считать явлением положительным. Чтение курсов по истории художественной культуры пробуждает интерес к общению с искусством, возможно и потому, что в результате молодые люди чувствуют себя более подготовленными и уже не боятся окунуться «белой вороной», войдя, например, в зал филармонии. В наименьшей степени вовлечены в культурную жизнь города горожане с неполным средним образованием, но эта группа невелика, всего 2,6% от всех опрошенных и, естественно, что почти 90% среди них люди от 60 лет и старше. Отметим также, что респонденты со средним общим образованием чаще бывают в театрах, музеях и т.д. по сравнению с респондентами, закончившими ПТУ и другие средние специальные учебные заведения.

Таблица 2. Среднее количество посещений учреждений культуры в год в расчете на одного человека по группам респондентов, 2011 год

Социально-демографические группы респондентов	Учреждения культуры							Сумма посещений
	Драм. театр	Муз. театр	Музыка АЖ	Поп-музыка	Народ. музыка	Музеи выставки	Кинотеатры	
Пол								
Мужчины	0,7	0,4	0,4	0,8	0,1	1,5	2,9	6,4
Женщины	1,4	0,5	0,7	0,6	0,2	2,2	2,6	8,2
Возраст								
18-29 года	1,1	0,4	0,4	1,3	0,2	2,2	6,0	11,6
30-39 лет	1,1	0,5	0,4	0,7	0,1	2,2	3,5	8,5
40-49 лет	1,5	0,6	0,7	0,8	0,1	2,3	2,5	8,5
50-59 лет	1,3	0,5	0,9	0,3	0,2	2,0	1,4	6,6
60 лет и старше	,6	0,3	0,5	0,3	0,1	1,1	0,5	3,4
Средний возраст, два и более посещения	43	44	46	37	47	42	35	
Социально-профессиональный статус								
пенсионеры	0,7	0,3	0,5	0,3	0,1	1,6	0,9	4,4
студенты	1,6	0,5	0,5	1,5	0,1	3,2	7,2	14,6
домохозяйки	1,2	0,5	0,5	0,8	0,2	0,8	3,2	7,2
инвалиды, безработные	0,4	0,2	0,1	0,2	0,0	0,9	2,2	4,0
рабочие	0,3	0,1	0,2	0,3	0,1	0,9	1,9	3,8
специалисты без высшего образования	0,7	0,4	0,3	0,8	0,3	1,5	2,3	6,3
специалист с высшим образованием гуманитарии	2,0	0,9	1,1	1,3	0,3	3,2	4,4	13,2
специалист с высшим образованием в других сферах	1,6	0,5	1,0	0,7	0,1	2,8	4,0	10,7
руководители и предприниматели	2,1	0,9	0,8	1,1	0,0	2,6	3,7	11,2
Образование								
Неполное среднее	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,5	1,0
Среднее общее (школа)	0,7	0,3	0,3	0,4	0,1	1,6	2,8	6,2
среднее профессиональное (ПТУ)	0,5	0,2	0,3	0,4	0,2	1,2	1,7	4,5
среднее специальное	0,7	0,2	0,2	0,5	0,1	1,3	1,8	4,8
высшее или незаконченное высшее гуманитарное	1,9	0,9	1,0	0,9	0,2	2,9	4,0	11,8
высшее или незаконченное высшее другое	1,2	0,5	0,7	0,9	0,1	2,2	3,0	8,6
Душевой доход								
трудно сказать	0,9	0,3	0,4	0,6	0,2	2,0	3,3	7,7
отказ отвечать	1,3	0,6	0,7	0,7	0,2	1,9	3,7	9,1
до 7000 тыс. руб.	0,5	0,2	0,2	0,3	0,0	1,3	1,2	3,7
до 10000 тыс. руб.	0,8	0,2	0,5	0,3	0,1	1,6	1,7	5,2
до 15000 тыс. руб.	0,8	0,3	0,4	0,4	0,0	1,6	1,8	5,3
до 20000 руб.	1,6	0,7	0,7	0,8	0,2	2,3	2,9	9,2
до 28000 руб.	1,5	0,4	0,7	1,4	0,2	2,7	4,2	11,1
30000 и более	1,5	1,0	1,1	1,9	0,3	2,6	5,6	14,0
По всем опрошенным	1,1	0,5	0,6	0,7	0,1	1,9	2,8	7,7

Естественно, что возраст и уровень образования респондентов взаимосвязаны с их социально-демографическим и социально-профессиональным статусом. Таблица 2 показывает, что наиболее вовлечены в культурную жизнь города студенты и специалисты с высшим гуманитарным образованием. Несколько большее число посещений, приходящееся на студентов, обеспечивается за счет кинотеатров и концертов популярной музыки, в музеи и на выставки студенты и специалисты-гуманитарии ходят одинаково часто, на всех остальных культурных событиях специалисты бывают чаще. Минимальное суммарное количество посещений театров, музеев, концертов и т.д. приходится на рабочих (3,8 раз в течение года), прочих неработающих граждан (это, в основном, инвалиды и безработные) и пенсионеров.

Очевидное влияние на приобщенность горожан к культурной жизни оказывает уровень душевого дохода — чем выше этот показатель, тем больше число суммарных посещений учреждений культуры. Самые малообеспеченные горожане бывают где-либо почти в четыре раза реже, чем люди, имеющие душевые доходы не менее 30 тысяч рублей в месяц (см. табл. 2). В то же время душевые доходы горожан не оказывают решающего значения на их активность в сфере художественной культуры. Поясним это на примере сравнения средних душевых доходов рабочих и специалистов-гуманитариев. У рабочих, по их самооценкам, средний доход составляет 16003 рубля в месяц, у специалистов — 17878 рублей, разница невелика, при этом специалисты бывают где-либо в течение года в 3,5 раза чаще.

Интегральные характеристики приобщенности населения к культурной жизни

Наряду с анализом частоты посещений горожанами различных учреждений культуры, мы фиксируем и интегральный показатель, который называется индексом приобщенности к культурной жизни. Индекс получен в результате суммирования посещения населением музеев, концертов академической, народной и популярной (эстрадной) музыки, драматических и музыкальных театров, кинотеатров².

Как показывает рисунок 4, интегральные показатели приобщенности респондентов к культурной жизни города (без учета посещения кинотеатров) достаточно устойчивы. Около 50% взрослых петербуржцев практически не пользуются возможностями проживания в культурной столице России. Примерно 15% горожан составляют группу активных участников культурной жизни.

Включение в индекс приобщенности к культурной жизни посещение кинотеатров, естественно, заметно увеличивают долю респондентов с высоким уровнем приобщенности и уменьшают долю людей с нулевым уровнем (см. рис. 5).

Структурные характеристики интегрального показателя включенности в культурную жизнь города (табл. 3) практически не отличаются от характеристик, которые мы описывали, анализируя показатели, представленные в таблице 2. Более включены в культурную жизнь женщины, люди с высшим образованием, студенты, специалисты, респонденты с относительно высоким уровнем доходов, руководители разного уровня и предприниматели. Наиболее исключенными являются пожилые люди, малообеспеченные горожане, рабочие,

Рисунок 4. Динамика нулевого и высокого уровней приобщенности к культурной жизни (не учитывая посещение кинотеатров), % от всех опрошенных

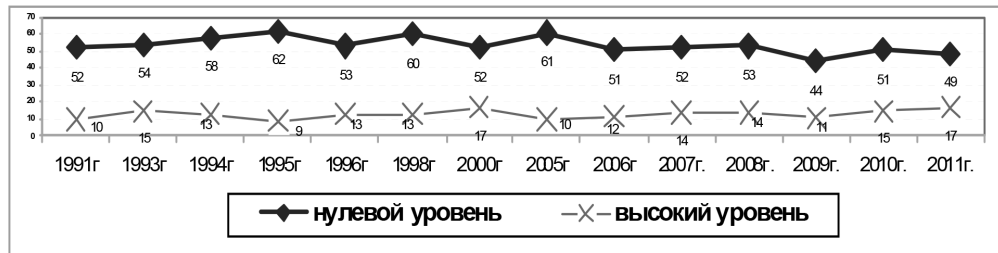


Таблица 3. Интегральный показатель приобщенности респондентов к культурной жизни Петербурга по группам респондентов, % по строке

Социально-демографические группы респондентов	Индекс приобщенности к культурной жизни								Доля группы в выборке
	Без учета посещений кинотеатров				С учетом посещений кинотеатров				
	Нулевой уровень	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень	Нулевой уровень	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень	
Пол (Kendall's tau-b = ,147 (без кино); ,104 (с учетом кино), Sig.< 0,000)									
Мужчины	57,0	18,4	11,0	13,6	44,5	15,2	15,2	25,1	43,5
Женщины	42,2	18,3	19,2	20,3	34,2	14,1	19,6	32,2	56,5
Возраст (Kendall's tau-b = -,185 (без кино); -,339 (с учетом кино), Sig.< 0,000)									
18-29 года	33,9	24,2	21,6	20,3	15,0	11,5	22,6	50,9	22,8
30-39 лет	39,6	21,5	21,5	17,4	26,2	13,4	26,8	33,6	15,0
40-49 лет	45,2	18,8	14,7	21,3	35,0	17,8	18,8	28,4	19,7
50-59 лет	53,6	10,9	15,3	20,2	48,6	12,0	15,3	24,0	18,3
60 лет и старше	67,4	16,1	7,4	9,1	64,0	17,4	8,3	10,3	24,2
Социальный статус									
пенсионеры	62,0	14,6	9,9	13,5	57,7	16,8	9,9	15,7	27,5
студенты	18,8	22,9	31,3	27,1	10,4	6,3	22,9	60,4	4,8
домохозяйки	45,8	20,8	19,4	13,9	31,9	15,3	25,0	27,8	7,3
инвалиды, безработные	75,0	11,1	6,9	6,9	62,5	12,5	5,6	19,4	7,2
рабочие	77,3	8,2	8,2	6,4	60,6	13,8	11,9	13,8	11,0
специалисты без высшего образ.	48,9	24,4	18,9	7,8	38,9	21,1	20,0	20,0	9,1
специалист с выс. обр. гуманитарий	24,8	21,5	24,0	29,8	14,9	9,9	24,8	50,4	12,1
специалист с в. обр. в других сферах	23,5	26,9	25,2	24,4	11,8	16,8	27,7	43,7	11,9
руководители и предприниматели	34,4	22,2	11,1	32,2	22,2	11,1	24,4	42,2	9,0
Образование (Kendall's tau-b = ,263 (без кино); ,266 (с учетом кино), Sig.< 0,000)									
Неполное среднее	92,3	3,8		3,8	88,5	3,8		7,7	2,6
Среднее общее (школа)	61,2	16,3	11,6	10,9	51,2	14,7	9,3	24,8	13,0
среднее профессиональное (ПТУ)	71,1	11,8	9,2	7,9	60,5	13,2	11,8	14,5	7,6
среднее специальное (техникум, колледж)	59,9	15,8	13,8	10,5	47,8	17,0	16,6	18,6	24,8
высшее или незаконченное высшее гуманитарное	30,3	23,4	20,4	25,9	21,5	12,0	22,5	44,0	20,1
высшее или незаконченное высшее другое	39,6	20,7	17,2	22,5	29,8	16,1	20,0	34,0	28,5
Душевой доход (Kendall's tau-b = ,198 (без кино); ,231 (с учетом кино), Sig.< 0,000)									
трудно сказать	41,8	20,9	22,4	14,9	35,8	14,9	16,4	32,8	6,9
отказ отвечать	54,0	17,3	10,8	18,0	36,7	15,1	12,9	35,3	13,9
до 7000 тыс. руб.	65,3	15,3	9,7	9,7	54,2	16,7	16,7	12,5	7,2
до 10000 тыс. руб.	58,1	15,6	12,6	13,8	47,3	15,6	16,8	20,4	16,7
до 15000 тыс. руб.	56,4	17,7	12,3	13,6	49,8	16,0	12,8	21,5	22,0
до 20000 руб.	35,7	22,6	20,6	21,1	27,1	15,6	23,6	33,7	19,9
до 28000 руб.	39,0	11,9	22,0	27,1	35,6	5,1	18,6	40,7	5,9
30000 и более	27,0	23,0	23,0	27,0	10,8	9,5	28,4	51,4	7,4
Всего	48,7	18,3	15,6	17,3	38,7	14,5	17,7	29,1	100,0

² В индексе выделяются четыре группы респондентов по критерию приобщенности: к культурной жизни города: 1. нулевой уровень приобщенности - группу образуют респонденты, которые не были ни разу или были только один раз в течение года в театрах, на различных концертах и выставках; 2. низкий уровень - в группу входят респонденты, побывавшие в течение года где-либо от двух до четырех раз в сумме; 3. средний уровень - от пяти до девяти посещений в сумме; 4. высокий уровень - группу образуют респонденты, побывавшие в течение года где-либо десять и более раз. До 2000 года при расчете индекса не учитывалось посещение кинотеатров, поэтому для правильного понимания динамики происходящих изменений приводятся и данные, не учитывающие посещение кинотеатров.

инвалиды и безработные. Необходимо еще раз отметить, что такая характеристика как возраст существенно сказывается на индексе приобщенности к культурной жизни только тогда, когда учитывается посещение кинотеатров. Без их учета в группе респондентов с высоким уровнем приобщенности практически одинаково представлены люди от 18 до 59 лет и только среди респондентов самой старшей возрастной группы доля людей, посещающих культурные мероприятия не менее 10 раз в течение года, заметно уменьшается.

Однако весьма показательным является сравнение респондентов, входящих в группы с нулевым и высоким уровнем приобщенности к культурной жизни Петербурга (без учета посещения кинотеатров) среди различных групп респондентов. Мы обнаруживаем любопытный факт — во всех группах за исключением студентов и специалистов с высшим образованием доля людей с нулевым уровнем больше тех, у кого высокий уровень приобщенности к культурной жизни города. Да и у специалистов доля тех, кто относительно часто бывает в театрах, музеях, на концертах лишь немногим больше доли тех, кто нигде не бывает (см. табл. 3). Таким образом, ни высшее образование, ни возраст, ни душевые доходы не являются гарантиями того, что у человека будет развита потребность в общении с искусством. Только в случае учета посещения кинотеатров мы наблюдаем влияние некоторых социально-демографических характеристик респондентов. Покажем это еще раз на результатах факторного анализа.

Таблица 4 демонстрирует связанность выбора петербуржцев в посещении различных культурных мероприятий. Первый фактор объединяет любителей концертов музыки академических жанров, музыкального и драматического театра. С меньшим значением коэффициента в эту группу входят и любители изобразительного искусства. Второй фактор объединяет посетителей кинотеатров и концертов популярной музыки.

В таблице 5 представлены результаты анализа после включения в факторную матрицу социально-демографических характеристик респондентов. Как мы видим, посетители концертов попу-

Рисунок 5.
Динамика приобщенности к культурной жизни (с учетом посещения кинотеатров), % от всех опрошенных



Таблица 4. Результаты факторного анализа показателей посещаемости культурных мероприятий и учреждений культуры (2011 г., n - 1000 чел.)

Переменные	Факторы	
	1	2
кинотеатры		0,841
концерты популярной музыки		0,780
концерты музыки академических жанров	0,801	
музыкальные театры	0,780	
драматические театры	0,727	
музеи и выставки	0,591	
информативность фактора, %	36,1	27,7

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. (представлены значения с коэффициентом выше 0,5)

Таблица 5. Результаты факторного анализа показателей посещаемости культурных мероприятий и учреждений культуры при включении социально-демографических характеристик респондентов (2011 г., n - 1000 чел.)

Переменные	Факторы	
	1	2
кинотеатр		,802
драматический театр	,727	
музыкальный театр	,690	
Концерты музыки академических жанров	,734	
Концерты популярной музыки		,566
Концерты народной музыки		
Музеи	,603	
Пол		
Возраст респондентов		-,759
Образование респондентов		
Душевой доход респондентов		,598
информативность фактора, %	22,7	21,4

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. (представлены значения с коэффициентом выше 0,5)

Таблица 6. Среднее количество посещений респондентами в расчете на 1 человека в год различных культурных мероприятий в зависимости от уровня образования родителей, 2007 г.

Образование родителей	Учреждения культуры							
	Драм. театр	Муз. театр	Музыка АЖ	Поп-музыка	Народ. музыка	Музеи выставки	Кинотеатры	Сумма посещений
оба родителя без высшего образования	0,64	0,31	0,24	0,47	0,08	1,13	1,63	4,5
один - среднее, другой - высшее	1,20	0,56	0,37	0,80	,17	1,71	3,34	8,2
оба имеют высшее образование	1,52	0,79	0,56	0,99	,18	2,46	3,79	10,3

Таблица 7. Уровень приобщенности жителей к культурной жизни города в зависимости от образования родителей респондентов, 2007 г., % по строке

Образование родителей	Индекс приобщенности к культурной жизни							
	С учетом кино				Без кино			
	нулевой	низкий	средний	высокий	нулевой	низкий	средний	высокий
оба родителя без высшего образования	54,9	15,0	11,7	18,4	63,5	17,2	9,4	9,9
один - среднее, другой - высшее	31,4	16,5	19,9	32,2	42,6	20,8	21,4	15,2
оба имеют высшее образование	21,7	14,4	18,5	45,5	34,2	21,2	19,7	24,9

лярной музыки и кинотеатров это преимущественно молодежь с относительно высоким уровнем душевых доходов, ориентированная при посещении учреждений культуры в большей степени на развлечение. А вот среди людей, ожидающих от искусства чего-то большего, чем просто развлечение, ни возраст, ни образование, ни доходы и т.д. решающего значения не имеют. Здесь еще дополнительно работают какие-то другие факторы, влияющие на их поведение в сфере художественной культуры. Это и условия социализации, и среда общения. Это и школа, и средства массовой информации и, наконец, еще многое другое, чему у нас нет подтверждений, поскольку множество факторов не учитывалось в проводимых исследованиях. Но один такой фактор мы зафиксировали — по данным исследования 2007 года существенное влияние на включенность в культурную жизнь оказывается уровень образования родителей.

Как мы видим из данных таблицы 6, по каждому из анализируемых видов и жанров искусства среднее количество посещений растет вместе с ростом уровня образования родителей. Суммарное посещение среди респондентов, чьи родители не имеют высшего образования и среди тех, у кого оба родителя с высшим образованием различается более чем в два раза. Аналогичный результат мы видим, сравнивая индексы приобщенности к культурной жизни города (см. табл. 7).

Так, среди респондентов, чьи родители не имеют высшего образования, только 10% имеют высокий уровень приобщенности, в противоположной группе 25% (без учета кино). Среди горожан, выросших в малообразованных семьях, 55% нигде не ходили в течение года, включая даже посещение кинотеатров, а среди тех, у кого родители с высшим образованием таких «только» 22%.

Таким образом, традиционным и, пожалуй, самым эффективным институтом развития потребности в общении с искусством остается образованная семья, в которой родители стремятся не только дать детям высшее образование, но и хотят видеть их культурными людьми. И для достижения этой цели чи-

тают им в детстве книги, ходят с ними в музеи, театры и так далее, и так далее.

Во многом отсутствие базового культурного капитала (высокого уровня образования родителей) объясняет, почему рабочие являются одним из самых отчужденных от культурной жизни слоев населения (наряду с пенсионерами, но здесь определяющим фактором является возраст и низкий уровень доходов): у 69% респондентов, идентифицирующих себя как рабочих, родители не имеют высшего образования. Среди рабочих в возрасте 18-29 лет у 47% родители не имеют высшего образования. Для сравнения — у специалистов с высшим образованием в этом же возрасте, занятых в гуманитарной сфере, только у 8% родители не имеют высшего образования; у студентов — 21%.

Завершая анализ и, возвращаясь к поставленным в начале текста вопросам, можно сказать следующее. В обыденном сознании культура воспринимается, во-первых, как художественная культура (это так и на языке бюрократии — в ведении министерства культуры находятся исключительно учреждения, задачами которых является распространение литературы и искусства), и, во-вторых, это культура повседневного бытового поведения. Признавая роль Петербурга как признанного центра русской и даже мировой художественной культуры, большинство горожан считают его культурной столицей России, хотя немалая доля населения отказывает городу в этом статусе, фиксируя внимание на бытовых городских проблемах. Более единодушно общественное мнение в предписывании жителю культурной столицы обязательность посещения театров, музеев, концертных залов. К сожалению, этот норматив массового сознания не реализуется в полной мере практически — примерно половина взрослого населения Петербурга вообще не посещает учреждений культуры. Таким образом, региональная идентичность населения как жителей культурной столицы, задающая определенное поведение, даже некоторым образом стиль жизни, если и существует, то она распространяется далеко не на всех горожан.