

УДК 316.7

Социологические опросы в изучении культурных индустрий на примере Республики Саха (Якутия)

Левочкин Владислав Валерьевич

Доцент,
первый заместитель министра культуры
и духовного развития Республики Саха (Якутия),
Министерство культуры и духовного развития Республики Саха (Якутия),
677000, Российская Федерация, Якутск, просп. Ленина, 30;
e-mail: slavaaif@mail.ru

Аннотация

В национальных регионах Российской Федерации достигается значительное разнообразие коммерческого сектора креативных услуг вследствие повышенного внимания к вопросам культурной идентичности и самосознания внутри общества. Для наработки прикладных знаний в области креативного сектора предлагается применение методики социологических опросов. Полученные данные позволяют систематизировать разрозненные сведения и выявить особенности процесса формирования культурных индустрий, что вносит вклад в развитие культурологической науки. В статье приводятся результаты проведенного в 2017 г. студентами 3-го курса Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова анкетирования, оценившего удовлетворенность потребителей продукцией отдельных индустрий внутри отрасли культуры. Данное исследование позволяет сравнить степень развития разных секторов культурных индустрий, выявить потенциал для формирования востребованного культурного продукта с ориентиром на общественный заказ в сохранении традиций и духовных ценностей.

Для цитирования в научных исследованиях

Левочкин В.В. Социологические опросы в изучении культурных индустрий на примере Республики Саха (Якутия) // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. № 6А. С. 248-254.

Ключевые слова

Культурные индустрии, социологический опрос, национальный регион, культура Якутии, массовая культура, культурный продукт, культурное производство.

Введение

Систематизация знаний о феномене культурных индустрий [Хоркхаймер, Адорно, 1997] на региональном уровне не обладает достаточным объемом эмпирических исследований несмотря на то, что само явление и его различные проявления оказывают все более значимое влияние на культурные процессы [Мосолова, 2014], происходящие в современном городском социуме. Сложности в изучении креативного сектора связаны с тем, что сфера малого бизнеса является достаточно закрытой и ее представители зачастую объективно не могут представить достоверные данные в связи с отсутствием единой методики оценки состояния различных направлений внутри него, что отмечают такие исследователи творческих индустрий, как, например, Дж. Хокинс [Хокинс, 2011, 100].

Согласно Д. Тросби [Throsby, 2008, 164], модель классификации культурных индустрий можно сформулировать в виде четырех концентрических окружностей:

- 1) в центре – индустрии искусств (исполнительские и изобразительные, музыка и литература);
- 2) уровень индустрий базовых отраслей культуры (кино, музеи, галереи, библиотеки, фотография);
- 3) массовые культурные индустрии (культурное наследие, издание и печать, звукозапись, телевидение и радио, видео- и компьютерные игры);
- 4) периферийные отрасли и иные творческие индустрии (реклама, архитектура, дизайн, мода).

Культурные индустрии в Республике Саха (Якутия) и их исследование через социологические опросы

Опишем культурные индустрии, представленные коммерческими предприятиями в Республике Саха (Якутия), которые соотносятся исключительно с отраслью культуры (т. е. либо с профессиональным искусством, либо народным творчеством). Таким образом, мы выделим как отдельную категорию сегмент культурных индустрий среди общего многообразия развивающихся предприятий креативного сектора – понятия, несомненно, более широкого и включающего периферийные и внеотраслевые области. Такой подход не может быть унифицированным и предлагается к применению в одном конкретном регионе. Тем не менее в соответствии с ним мы можем перечислить культурные индустрии, получившие особое развитие в Республике Саха (Якутия):

- 1) товары народных промыслов;
- 2) массовые театрализованные представления;
- 3) выступления артистов эстрады и цирка;
- 4) кино;
- 5) хореографические, музыкальные, театральные студии, курсы творчества и мастерства;
- 6) культурный туризм;
- 7) организация праздников и торжеств.

В 2016 г. Многофункциональным центром предоставления государственных и муниципальных услуг в Республике Саха (Якутия) проведен опрос по удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг и ценовой конкуренцией на различных рынках региона, в том числе на рынке организаций культуры [Состояние..., www]. По результатам исследования, репрезентативная выборка которого составила 3000 респондентов по всем районам Республики, 85,2% опрошенных удовлетворены количеством организаций культуры, в то время как по другим отраслям респонденты отмечали либо переизбыток (розничная торговля, фармацевтические услуги), либо острый недостаток (дополнительное образование детей,

жилищно-коммунальное хозяйство).

Сфера культуры также получила наивысшие положительные оценки в отношении уровня цен на услуги («удовлетворен» или «скорее удовлетворен» ответили 77,8% опрошенных), качества оказания услуг (85,2%) и возможностей выбора (66,7%).

Отдельное анкетирование, проведенное в 2017 г. студентами 3-го курса Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова (специальность «Социальное проектирование»), сконцентрировало внимание на удовлетворенности потребителей продукцией отдельных индустрий внутри отрасли культуры (табл. 1).

Таблица 1 - Рейтинг культурных индустрий по различным показателям

Ответы респондентов, %	Культурные индустрии			
	товары и услуги представлены на рынках достаточно и избыточно	удовлетворены и скорее удовлетворены уровнем цен товаров и услуг на рынках	удовлетворены и скорее удовлетворены качеством товаров и услуг на рынках	удовлетворены выбором организаций, предоставляющих товары и услуги на рынках
Товары народных промыслов	66	45	72,5	68,8
Массовые театрализованные представления	63,3	61,4	73,4	66,7
Выступления артистов эстрады и цирка	72,5	62,3	77	66,1
Кино	80,7	58,7	81,7	73,1
Хореографические, музыкальные, театральные студии, курсы творчества и мастерства	54,6	54,2	59,6	54,1
Культурный туризм	37,9	53,2	57,7	40,4
Организация праздников и торжеств	64,8	67	71,6	60,9

Наиболее завышенными цены в Республике по сравнению с другими регионами на товары народных промыслов признают 45% опрошенных, на выступления артистов эстрады и цирка – 32%, услуги культурного туризма – 31%, организацию праздников и торжеств – 22%, кино – 18%, студии, курсы творчества и мастерства – 16%, массовые театрализованные представления – 10%.

Большая часть респондентов отмечает, что за последние три года качество услуг повысилось во всех перечисленных сферах культурных индустрий, кроме студий и курсов творчества и мастерства и организаций культурного туризма. Наибольшее число респондентов (75,2%) отмечают рост за последние три года цен на товары народных промыслов, наименьшее число опрошенных (50,9%) придерживаются такого мнения в отношении хореографических, музыкальных, театральных студий, курсов творчества и мастерства. Наибольшее увеличение возможности выбора за последние три года отмечается в отношении товаров народных промыслов (62,7%) и выступлений артистов эстрады и цирка (49,5%). Наибольший уровень доступности, понятности и удобства получения информации о предоставлении товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе, отмечается в отношении кино, наименьший уровень – в отношении организаций культурного туризма.

Индивидуальное потребление товаров и услуг культурных индустрий

Интересные данные выявлены в результате ответов на вопросы о личном потреблении товаров и услуг культурных индустрий. Так, оказалось, что индивидуальный национальный костюм имеют всего 33,9% респондентов, 66,1% не имеют его. Массовые театрализованные представления или массовые культурные мероприятия (в том числе национальные празднования) 74% опрошенных посещают часто или иногда, 18,7% делают это редко, 7,3% – никогда. При этом 51,4% опрошенных признались, что сами участвовали в организации и проведении массовых театрализованных представлений или массовых культурных мероприятий.

Эстрадные концерты и цирковые выступления посещают 53,7% от общего числа опрошенных. Часто или иногда в кино ходят 67,9% опрошенных, 20,2% – редко, 11,9% – не ходят. При этом 70,5% посещающих кинотеатры предпочитают иностранные фильмы, 16,1% – российские и только 13,4% – якутские.

Хореографические, музыкальные, театральные студии, а также курсы творчества и мастерства посещают 10,1% опрошенных, у 8,3% респондентов посещают дети, у 24,8% – другие близкие родственники, 56,9% не охвачены этим сектором культурных индустрий. Объекты культурного туризма (музеи под открытым небом) в течение последнего года посещали 25,7% опрошенных, 32,1% – более года назад, 42,2% не посещали никогда. По результатам опроса, услугами по организации праздников и торжеств (услугами тамады) пользовались 37,6% опрошенных, 62,4% никогда этого не делали.

В ходе исследования были зафиксированы ответы 109 интервьюеров. Изучение состава опрошенных по их социальному положению, гендерным и возрастным категориям свидетельствует о репрезентативности выборки. Так, 83,5% опрошенных проживают в городах, 16,5% – в сельской местности. 40,4% опрошенных – мужчины, 59,6% – женщины. 10,1% опрошенных указали, что их возраст до 20 лет, 52,9% – от 21 до 35 лет, 24,4% – от 36 до 50 лет, 12,6% – старше 50 лет. Социальный статус опрошенных представлен в следующем соотношении: работаю (52,3%), студент (32,7%), безработный (7,5%), домохозяйка (3,7%), пенсионер (3,7%). Кроме того, 50,9% опрошенных указали, что у них нет детей, 22,2% – имеют одного ребенка, 12% – двоих, 14,8% – три и более детей. Общее среднее образование имеют 18,5% опрошенных, среднее – 25,9%, неполное высшее – 7,4%, высшее – 47,2%, научную степень – 0,9%.

Заключение

Полученные данные обладают несомненной прикладной ценностью и подтверждают экспертные мнения о развитом потенциале культурных индустрий в Республике Саха (Якутия) [Левочкин, 2017, 52]. Опросник и результаты анкетирования могут быть взяты за основу более комплексного и масштабного исследования.

Поступательная государственная политика в Республике Саха (Якутия) в области культуры с начала 1990-х гг. [Винокурова, 2014] способствовала активному развитию негосударственного сектора услуг в сфере культуры. По некоторым видам культурных индустрий к настоящему времени возникает перенасыщение рынка. Тем не менее потенциал некоторых его ниш исчерпан не полностью. Так, например, возможно дальнейшее развитие востребованности национального костюма [Лукина, Докторова, 2013], закономерна дискуссия о дороговизне элементов национального убранства, представляемого товарами народных промыслов.

Приведенный пример исследований вносит вклад в развитие культурологического знания, отражая специфику формирования культурных индустрий в национальном регионе [Волкова, 2016], [Зеленцова, 2008], [Купцова, 2014], [Щукин, 2016]. Коммерческие предприятия культуры направляют вектор своих усилий на формирование востребованного культурного продукта с ориентиром на общественный заказ в сохранении традиций и духовных ценностей. Этот фактор обуславливает приоритеты проводимой в регионе культурной политики и очерчивает перечень угроз, которые заложены в явлении культурных индустрий как составляющей агрессивной среды массовой культуры.

Библиография

1. Волкова В.Б. Тенденции современной культурной индустрии: теоретические аспекты. Магнитогорск: МГТУ им. Г.И. Носова, 2016.
2. Винокурова Е.П. Культурная политика в Республике Саха (Якутия): этно- и геокультурные особенности. Новосибирск: Наука, 2014. 150 с.
3. Зеленцова Е.В. Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре: анализ зарубежного опыта: автореф. дис. ... канд. культ. М., 2008. 153 с.
4. Купцова И.А. Культурные индустрии в российской провинции: модели развития туристического продукта // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2014. № 36. С. 6-12.
5. Левочкин В.В. Формирование культурных индустрий в Республике Саха (Якутия) // С.А. Лыткин и др. (ред.). Социально-экономическое развитие регионов (Якутск, 9-11 марта 2017 г.): электр. сборник статей по материалам науч.-практ. конф. Якутск: ОО Ассоциация молодых экономистов в РС(Я), 2017. С. 52-58.
6. Лукина А.Г., Докторов Н.И. Якутский эпос: кинетика и одежда. Новосибирск: Наука, 2013. 267 с.
7. Мосолова Л.М. Понятие «культурные индустрии» в современной науке // Магидович М.Л. (ред.). Современные модели развития культурных индустрий в регионах России = Modern cultural industries development in regions of Russia: сборник научных статей. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2014. 418 с.
8. Состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Саха (Якутия) за 2016 год. Ежегодный региональный доклад // Сайт Министерства экономики Республики Саха (Якутия). URL: <http://mineconomic.sakha.gov.ru/doklad-konkurentsii>
9. Хокинс Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги. М.: Финансовая корпорация Открытие: Классика-XXI, 2011. 253 с.
10. Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. М.: Медиум; СПб: Ювента, 1997. 312 с.
11. Щукин Д.А. Аналитические материалы 2016. В поисках новых ресурсов: креативная среда российских городов. СПб, 2016.
12. Throsby D. The Concentric Circles Model of the Cultural Industries // Cultural Trends. 2008. No. 17 (3). Pp. 147-164. doi: 10.1080/09548960802361951

Sociological surveys in the study of cultural industries on the example of the Republic of Sakha (Yakutia)

Vladislav V. Levochkin

Associate Professor,
First Deputy Minister of Culture and Spiritual Development
of the Republic of Sakha (Yakutia),
Ministry of Culture and Spiritual Development of the Republic of Sakha (Yakutia),
677000, 30 Lenina av., Yakutsk, Russian Federation;
e-mail: slavaaif@mail.ru

Abstract

The article deals with the sociological surveys in the study of cultural industries. There are a significant diversity of the commercial sector of creative services in the national regions of the Russian Federation, which is due to increased attention to the issues of cultural identity and self-awareness within society. To develop applied knowledge in the field of creative sector, the application of the methodology of sociological surveys is proposed. The obtained data allow to systematize the scattered data and to reveal features of process of formation of cultural industries that contributes to development of cultural science. The article presents the results of questionnaire conducted in 2017 by students of the third course of North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosov, which assessed the satisfaction of consumers with the products of individual industries within the cultural sector. The author of this article compares the degree of development of different sectors of cultural industries, identifies the potential for the formation of a popular cultural product with the emphases on the public order in the preservation of traditions and spiritual values. The formation of a popular cultural product with the emphases on the public order determines the priorities of the cultural policy pursued in the region and outlines the threats inherent in the phenomenon of cultural industries as part of the aggressive environment of mass culture.

For citation

Levochkin V.V. (2017) Sotsiologicheskie oprosy v izuchenii kul'turnykh industrii na primere Respubliki Sakha (Yakutiya) [Sociological surveys in the study of cultural industries on the example of the Republic of Sakha (Yakutia)] *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 7 (6A), pp. 248-254.

Keywords

Cultural industries, sociological survey, national region, culture of Yakutia, popular culture, cultural product, production.

References

1. Khokins Dzh. (2011) *Kreativnaya ekonomika: kak prevratit' idei v den'gi* [Creative economy: how to turn ideas into money]. Moscow: Finansovaya korporatsiya Otkrytie: Klassika-XXI Publ.
2. Khorkkhaimer M., Adorno T.V. (1997) *Dialektika prosveshcheniya. Filosofskie fragment* [Dialectics of enlightenment. Philosophy fragment]. Moscow: Medium Publ.; Saint Petersburg: Yuventa Publ.
3. Kuptsova I.A. (2014) Kul'turnye industrii v rossiiskoi provintsii: modeli razvitiya turisticeskogo produkta [Cultural industry in the Russian province: models of development of tourist product]. *V mire nauki i iskusstva: voprosy filologii, iskusstvovedeniya i kul'turologii* [In the world of science and art: issues of philology, study of art and culturology], 36, pp. 6-12.
4. Levochkin V.V. (2017) Formirovanie kul'turnykh industrii v Respublike Sakha (Yakutiya) [The formation of industrial cultures of the Republic of Sakha (Yakutia)]. In: Lytkin S.A. et al. (eds.). *Sbornik statei "Sotsial'no-ekonomicheskoe razvitie regionov"* [Collection of articles "Social and economic development of the regions"]. Yakutsk: Association of Young Economists in the Republic of Sakha (Yakutia), pp. 52-58ю
5. Lukina A.G., Doktorova N.I. (2013) *Yakutskii epos: kinetika i odezhda* [Yakut epic: kinetics and clothes]. Novosibirsk: Nauka Publ.
6. Mosolova L.M. (2014) Ponyatie "kul'turnye industrii" v sovremennoi nauke [The concept of "cultural industry" in modern science]. In: Magidovich M.L. (ed.). *Sbornik nauchnykh statei "Sovremennye modeli razvitiya kul'turnykh industrii v regionakh Rossii"* [Collection of scientific articles "Modern models of development of culture industries in the regions of Russia = modern development of cultural industries in the regions of Russia"]. Saint Petersburg: Herzen State Pedagogical University of Russia.
7. Shchukin D.A. (2016) *Analiticheskie materialy 2016. V poiskakh novykh resursov: kreativnaya sreda rossiiskikh gorodov* [Analytical materials 2016. In the search for new resources: creative environment of Russian cities]. Saint Petersburg.

8. Sostoyanie i razvitie konkurentnoi sredy na rynkakh tovarov i uslug Respubliki Sakha (Yakutiya) za 2016 god. Ezhegodnyi regional'nyi doklad [The state and development of the environment on the markets of goods and services of the Republic of Sakha (Yakutia) for 2016. Annual regional report]. *Sait Ministerstva ekonomiki Respubliki Sakha (Yakutiya)* [Website of the Ministry of Economy of the Republic of Sakha (Yakutia)]. Available at: <http://mineconomic.sakha.gov.ru/doklad-konkurentsii> [Accessed 17/12/7].
9. Throsby D. (2008) The Concentric Circles Model of the Cultural Industries. *Cultural Trends*, 17(3), pp. 147-164. doi: 10.1080/09548960802361951
10. Vinokurova E.P. (2014) *Kul'turnaya politika v Respublike Sakha (Yakutiya): etno- i geokul'turnye osobennosti* [Cultural policy in the Republic of Sakha (Yakutia): the ethno-geocultural features]. Novosibirsk: Nauka Publ.
11. Volkova V.B. (2016) *Tendentsii sovremennoi kul'turnoi industrii: teoreticheskie aspekty* [Trends of modern culture industry: theoretical aspects]. Magnitogorsk: Nosov Magnitogorsk State Technical University.
12. Zelentsova E.V. (2008) *Stanovlenie i razvitie kreativnykh industrii v sovremennoi kul'ture: analiz zarubezhnogo opyta. Dokt. Diss. Abstract* [The establishment and development of creative industries in contemporary culture: the analysis of foreign experience. Doct. Diss. Abstract]. Moscow.