
СОЦИОЛОГИЯ МОЛОДЕЖИ

SOCIOLOGY OF YOUTH

КУДРИНСКАЯ

*Людмила Александровна
доктор социологических наук,
профессор, Омский государ-
ственный университет
им. Ф.М. Достоевского,
Омск, Россия
mila.kudr.55@bk.ru*

KUDRINSKAYA

*Ludmila Alexandrovna
Doctor of Sociology, Professor,
Dostoevsky Omsk State University,
Omsk, Russia
mila.kudr.55@bk.ru*

ГУБАЛЬ Анастасия Алексеевна
*бакалавр социологии,
Омск, Россия*

nastyagubal1@gmail.com

GUBAL Anastasia Alekseevna
*Bachelor of Sociology, Omsk,
Russia*

nastyagubal1@gmail.com

Проект «Пушкинская карта» как фактор развития культурной активности молодежи Омска / The Pushkinskaya card project as a factor in the development of cultural activity of Omsk youth

Аннотация

В статье представлены результаты социологического исследования, изучающего влияние проекта «Пушкинская карта» на культурную активность молодежи г. Омска, проведенного методом формализованных интервью (N=383, пользователи карты) на общественных пространствах Омска в апреле-мае 2023 г. Проведенный анализ полученных данных выявил 4 группы пользователей по частоте культурных контактов до и после получения карты; авторами выделены типы пользователей по критерию пользования средствами карты. Результаты исследования показали, что 94% омичей-респондентов удовлетворены проектом «Пушкинская карта».

Ключевые слова

Проект «Пушкинская карта»; культурная активность; формализованные интервью, результаты социологического исследования; учащаяся молодежь; г. Омск.

Abstract

The article presents the results of a sociological study examining the impact of the "Pushkinskaya card" project on the cultural activity of youth in Omsk, conducted using the method of formalized interviews (N=383, card users) in public spaces of Omsk in April-May 2023. The analysis of the data obtained revealed 4 groups of users according to the frequency of cultural contacts before and after receiving the card; The authors identified types

of users based on the criterion of using card funds. The results of the study showed that 94% of Omsk respondents were satisfied with the Pushkinskaya card project.

Keywords

The Pushkinskaya card project; cultural activity; formalized interviews, results of sociological research; students, Omsk.

Теоретические аспекты настоящего исследования связаны с анализом понятия «культурная активность», которое отражает сущностное качество личности как социального субъекта культурной деятельности и эмпирически фиксируется через характеристики контактов с культурными ценностями¹. Начиная с 2021 г. важным фактором развития российской культурной активности молодежи становится проект «Пушкинская карта». Такая активность проявляется в личностных моделях культурного поведения, при этом каждый город имеет свои особенности культурного пространства, сформированные деятельностью субъектов культурной деятельности и в разных городах будут проявляться свои особенности культурной активности молодежи как пользователей Пушкинской картой. Можно выделить факторы активности – культурный капитал личности и капитал культурного пространства г. Омска, которые, в свою очередь, тесно связаны с культурным капиталом российского общества в целом.

Целью нашего эмпирического социологического исследования, проведенного с апреля по май 2023 г., стала задача выяснить - как способствует проект «Пушкинская карта» повышению культурной активности молодежи г. Омска и оценка проекта пользователями. Законодательно определены условия использования данной карты для всех регионов России, которые позволили сформировать выборочную совокупность. Интервьюируемые в нашем опросе соответствовали следующим критериям: жители города Омска в возрасте от 14 до 22 лет, добровольные пользователи Пушкинской карты. В исследовании применялся метод уличного опроса с получением информации в ходе формализованного интервью на наиболее посещаемых молодежью общественных пространствах. Отбор респондентов проводился на основе рассчитанной квотной выборки, путем включения в нее социально-демографических групп по полу и возрасту пропорционально их представительству в генеральной совокупности. Расчетный и реальный размер выборки составил 383 человека.

Среди опрошенных нами пользователей Пушкинской карты, 15% - школьники, 52% - студенты и выпускники колледжей, 33% - студенты и выпускники ВУЗов в возрасте до 22 лет включительно. Данные по половозрастным квотам представлены в таблице 1.

¹ Кудринская Л.А., Губаль А.А. Проект «Пушкинская карта» как фактор развития культурной активности молодежи: о методологии социологического исследования // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. 2024. № 2(103). С.33-40.

Таблица 1. Распределение респондентов полу и возрасту

Пол	14-17 лет	18-22 года
Юноши	89 чел.	107 чел.
Девушки	86 чел.	101 чел.

Результаты исследования. Сравнение данных о частоте посещения культурных мероприятий до приобретения Пушкинской карты и после приобретения позволило выделить четыре группы пользователей, которые получили условные названия: бывшие активисты, постоянные активисты, новые активисты и мини-активисты. Категория «активист» в данном случае означает добровольного пользователя культурной карты и связан с теоретическим термином исследования «культурная активность».

1. Бывшие активисты – посещали культурные мероприятия до приобретения карты чаще, чем после приобретения карты. Доля респондентов в данной группе составила около 13%.

2. Постоянные активисты – посещали культурные мероприятия до приобретения карты с такой же периодичностью, как и после приобретения карты. Количество респондентов в данной группе в общем количестве опрошенных составило около 27%.

3. Новые активисты – посещали культурные мероприятия до приобретения карты реже, чем после приобретения карты. К данной группе мы отнесли 34% участников опроса.

4. Мини-активисты – редко посещали культурные мероприятия и продолжают нечасто их посещать, имея при этом Пушкинскую карту. Доля респондентов данной группы составила 26%.

Таким образом, больше всего среди молодежи представлены 2 и 3 группы пользователей карты – суммарно это 63%, где группа 3 – молодежь, которая более широко, благодаря карте, открывает для себя различные культурные ценности.

В ходе анализа нам удалось выявить культурные предпочтения омской молодежи, которая из перечня возможных культурных мероприятий, включенных в программу карты в г. Омске, выделяет для посещения следующие (таблица 2):

Согласно полученным данным, представленным в таблице 2, зарубежные фильмы в кинотеатрах более других посещают постоянные и новые активисты (46% и 27% соответственно). Отечественные фильмы чаще других предпочитают также эти группы пользователей (46% и 32%). Театры и музеи полюбились новым активистам (45% и 44%) и постоянным активистам (32% и 31%), для этих групп пользователей картой характерен (по сравнению с другими группами) более высокий интерес к обучающим мероприятиям и музыкальным концертам. В целом для групп № 2 и № 3 очевидны традиционные формы приобщения к культурным ценностям, для группы № 4 («мини-активистов») выбор сосредоточен на новых, это интеллектуальные квесты, обсерватории, мастер-классы, фестивали, обучающие мероприятия. Мини-активисты демонстрируют меньшую

частоту культурной активности при большей избирательности. Так же часто по сравнению с группами 1 и 2 современные формы культурных предпочтений мы встречаем и у группы 3 - «новых активистов».

Таблица 2. Культурные предпочтения пользователей Пушкинской картой в г. Омске

Программа карты	1.Бывшие активисты	2.Постоянные активисты	3.Новые активисты	4.Мини-активисты	Сумма по строке
1.Кино (заруб. кинофильмы)	19%	46%	27%	8%	100%
2. Кино (отеч. кинофильмы)	12%	46%	32%	10%	100%
3.Театры	11%	32%	45%	12%	100%
4.Музеи	12%	31%	44%	13%	100%
5.Обучающие мероприятия	18%	25%	30%	27%	100%
6.Музыкальные концерты	17%	26%	31%	26%	100%
7.Мастер-классы	12%	21%	30%	37%	100%
8.Интеллектуальные квизы	11%	19%	29%	41%	100%
9.Обсерватории	8%	18%	31%	43%	100%
10.Фестивали	16%	22%	28%	34%	100%

По результатам проведенного анализа, был выявлен общий уровень удовлетворенности пользователей проектом «Пушкинская карта». Большинство (94%) молодых пользователей удовлетворены проектом, среди них 74% удовлетворены полностью (рисунок 1).

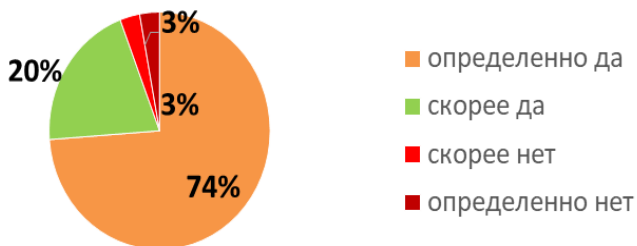


Рисунок 1 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Довольны ли Вы приобретением Пушкинской карты?» в % от числа опрошенных, n=383

В процессе исследования выявлены стратегии пользования средствами Пушкинской карты, они представлены следующими

типами:

1. Импульсивный пользователь –тратит средства, как только они поступили на Пушкинскую карту – 14,6%.

2. Рациональный пользователь – равномерно тратит средства на карте – 47,5%.

3. Финансовый прокрастинатор - пользователь Пушкинской карты, который тратит средства в последний момент, «лишь бы не сгорели» – 7,6%.

4. Экономный пользователь – не успевает потратить все выделенные средства – 30,3%.

Распределение ответов респондентов представлено на рисунке 2.



Рисунок 2 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какова скорость расхода средств на Вашей Пушкинской карте?» в % от числа опрошенных, n=383

Таким образом, около половины молодых людей являются рациональными пользователями, а почти треть не успевает потратить все средства, поступившие на Пушкинскую карту. Тем не менее, у 70% опрошенных средства Пушкинской карты используются полностью. Возможно, данную ситуацию с расходованием денежных поступлений можно было бы оптимизировать через более активное информирование молодежи о новых и интересных культурных активностях-мероприятиях.

В ходе опроса было выявлено, что 23,7% респондентов хотели бы включить в карту новые форматы. Думается, что возможна дальнейшая работа по совершенствованию как механизмов, так и форматов Пушкинской карты. На наш взгляд, следует:

- расширять выбор культурных мероприятий с учетом пожеланий пользователей и возможностей конкретного региона;
- корректировать подход к отбору отдельных мероприятий в перечень возможных к оплате по Пушкинской карте по результатам пользования картой за предыдущий период;
- повышать осведомленность молодых людей об истинных целях и задачах проекта и форматах мероприятий.

Можно сделать следующие, как минимум выводы, полученные в

результате настоящего исследования:

1. Через типологию частоты посещений культурных мероприятий пользователями Пушкинской карты (бывшие активисты, постоянные активисты, новые активисты и мини-активисты) было выявлено, что постоянные и новые активисты суммарно составили 63%, причем число новых активистов самое значительное – 34% от общего числа респондентов.

2. Традиционные форматы культурных мероприятий (кино, театры, музеи) пользуются популярностью у омской молодежи, но, в то же время - есть запрос и на новые современные форматы активности (интеллектуальные квизы, обсерватории, мастер-классы, фестивали).

3. Установлен высокий уровень удовлетворенности проектом «Пушкинская карта» в г. Омске - 94% от числа опрошенных, среди которых 74% удовлетворены проектом полностью.

4. Выявлено, что по проекту «Пушкинская карта» около 70% пользователей успевают полностью выбрать средства карты и посетить интересные культурные мероприятия, однако почти треть (30,3%) омской молодежи не успевает потратить средства карты – 30,3.

5. Культурный капитал отдельной личности и капитал культурного пространства г. Омска влияют на культурную активность современной молодежи. Исследование подтвердило, что Пушкинская карта используется наиболее активно теми молодыми людьми, которые уже обладали высокой культурной активностью до ее приобретения.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Кудринская Л.А., Губаль А.А. Проект «Пушкинская карта» как фактор развития культурной активности молодежи: о методологии социологического исследования // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. 2024. № 2(103). С.33-40.

REFERENCES

1. Kudrinskaya L.A., Gubal A.A. The Pushkin Map project as a factor in the development of cultural activity of youth: on the methodology of sociological research [*Proekt «Pushkinskaya karta» kak faktor razvitiya kul'turnoj aktivnosti molodezhi: o metodologii sociologicheskogo issledovaniya*] // SEARCH: Politics. Social studies. Art. Sociology. Culture. 2024. No. 2(103). pp.33-40.