



ПОСЕЛЕНСЬКА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЄВИХ ПРАКТИК НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Скокова Людмила Георгіївна (Skokova Lyudmila G.), Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine, lskokova@yahoo.com

SKOKOVA, Lyudmila. Settlement differentiation of cultural and population leisure practices in Ukraine. *Individual and Society*, 2004, Vol. 7, No. 2.

The article is devoted to revealing of distinctions of patterns of carrying out the leisure and participation in culture in the vital environment of a different level urbanization. There are used the data of all-Ukrainian sociological monitoring of 2003 (Institute of sociology NAS of Ukraine). There are analyzed the prevalence of patterns of the cultural - leisure and recreational practices in different types of settlements (capital, the city with the population of more than 250 thousand inhabitants, small city, village), the presence in family of the subjects of cultural consumption, the expenditure for cultural-information purpose, an estimation of presence of the cultural institutions in the sites, potential priorities in sphere of culture and leisure as well. The cultural space of the country, on the one hand, is unified by means of mass, mass-media culture products, and, on the other hand, this is differentiated in the sphere of concrete cultural-recreational practices where the choice of the majority of the population is caused by the objective reasons, particularly by the level of urbanization sites.

Місце, в якому проживає людина, вочевидь, відіграє важливу роль у процесі соціалізації, формуванні культурної компетентності, перебігу культурних практик. Життєве середовище міста/села в соціокультурному аспекті розрізняється якісним станом природних і штучно створених складових, рівнем розвиненості інформаційного обміну, характером домінуючої символіки, способами взаємодії людей тощо (1:131-138). Проживання у міській чи сільській місцевості обумовлює й взірці проведення вільного часу – його обсяг, чітка відокремленість від робочого часу розрізняються.

Складні трансформаційні процеси, що відбуваються в Україні, негативно позначилися й на нормальному функціонуванні складових життєвого середовища – від виробничих процесів до соціальної і культурної сфери. Розвинуте соціокультурне середовище передбачає наявність закладів сфери культури, їх повноцінне функціонування (не говорячи вже в першу чергу про наявність місць праці і можливості заробітку, а вже потім – можливості витрачання грошей у сфері дозвілля і рекреації). Ситуація у сфері культури, на прикладі хоча б статичних даних, свідчить про процеси “згортання” соціокультурних практик у суспільстві в цілому. Забезпеченість населення закладами культури погіршилися: кількість примірників у книжковому фонді бібліотек зменшилися з 822 (на 100 населення) у 1985 р. до 707 у 2002 р., кількість місць для глядачів у стаціонарних кінотеатрах зменшилася з 11 до 3, кількість місць у закладах культури клубного типу зменшилася з 13 у 1985 р. до 11 у 2002 р. Відвідування населенням закладів культури і мистецтва теж зменшилося: музеїв – з 64 відвідувань (на 100 населення) до 36 у 2002 р. порівняно із 1985 р., театрів – з 41 до 13 відповідно, концертних організацій – з 41 до 14 відповідно; кількість кіносеансів зменшилася з 16 (на одного жителя) у 1985 р. до 0,2 у 2002 р. (2: 546-547). Звісно, процеси, що відбуваються, є складними і неоднозначними, вони пов’язані із переходом до сучасних моделей управління сферою культури,

спробами комерціалізації окремих її галузей, збереженням “остаточного” принципу фінансування сфери культури тощо. Зміни у соціальній структурі суспільства, поляризація стилю життя окремих верств населення, формування субкультур виявляють себе, зокрема, і у культурно-дозвіллевій диференціації населення.

З метою аналізу культурно-дозвіллевої диференціації у життєвому середовищі різного рівня урбанізації вирізняємо чотири типи поселень – столичне місто, велике місто (місто з населенням більше 250 тис.), середнє місто (умовний в даному контексті термін, що означає всі міста у вибірці з населенням менше 250 тис.), село – і проаналізуємо поширені в них взірці культурно-дозвіллевих і рекреаційних практик, оснащеність побуту предметами культурного вжитку, витрати в цій сфері, оцінку наявності закладів культури, потенційні пріоритети у сфері культури і дозвілля. Використовуються результати всеукраїнського моніторингу “Українське суспільство – 2003”, який щорічно проводиться Інститутом соціології НАН України на вибірці, репрезентативній для дорослого населення країни.

Оснащеність побуту предметами культурного вжитку (культурним інвентарем) впливає на доступність культурної інформації, а також є проявом зацікавленості людини певними сферами культурного життя і рекреації, характеристикою стилю життя, якому вимушено (у випадку обмеженості фінансових ресурсів) чи інтенціонально надає перевагу індивід та члени його родини.

Серед загалу опитуваних 80% мають кольоровий телевізор, 57 – магнітофон, радіоприймач, 24 – бібліотеку, 20 – стерео-, відеоапаратуру, 6% – комп’ютер. До речі, щодо бібліотеки. Взагалі не мають книжок у побуті 37% респондентів, 42 – мають не більше 100 книжок, 14 – від 100 до 300 книжок, 7% – більше 300 книжок. Активний відпочинок передбачає володіння необхідним спорядженням: впевнено почувати себе на полюванні чи рибалці можуть 11% респондентів, мають спортивне чи туристичне обладнання лише 4%.

Побут *мешканців села* набагато гірше оснащений предметами культурного вжитку у порівнянні із столичними жителями і міськими мешканцями: лише 68% мають кольоровий телевізор, 46 – магнітофон, радіоприймач, 10 – стерео-, відеоапаратуру, 3 – спортивне знярядження. Більше 100 книжок у домі мають 6% сільських мешканців, до 100 книжок – 35, взагалі не мають бібліотеки 59%. Щоправда, спортивним, а особливо мисливським чи рибальським спорядженням сільські мешканці забезпечені не гірше загалу.

Столичні жителі передують в наявності культурного інвентарю: 92% мають кольоровий телевізор, 80 – магнітофон, радіо, 44% – стерео-, відеоапаратуру, 17 – комп’ютер, 14 – рибальське чи мисливське обладнання, 10% – спортивне спорядження. Лише 11% киян не мають бібліотеки, 29 – мають 100-300 книжок, 15% – більше 300 книжок.

Оснащеність предметами культурного вжитку серед мешканців *великих і середніх міст* практично не відрізняється: 84-86% мають кольоровий телевізор, 59-61% – магнітофон, радіо, 29-31% – бібліотеку, 23% – стерео-, відеоапаратуру, 6-8 – комп’ютер, 4-5% – спортивне спорядження. За оснащенням культурним інвентарем вони займають проміжне становище між столичними жителями і мешканцями села.

Наявність центрів культури, закладів дозвілля в місцевості, де проживає людина, створюють передумови для залучення до участі у культурі, сприяють повноцінному і насиченому спілкуванню, відпочинку, проведенню дозвілля. На жаль, культурно-рекреаційна інфраструктура країни залишає бажати кращого, й ситуація погіршується із зменшенням розміру населеного пункту. На реальну поведінку індивіда впливає й обізнаність щодо наявності закладів дозвілля; рівень обізнаності вищий серед людей з вищим рівнем освіти, вищою самооцінкою матеріального стану сім’ї, попереднім досвідом відвідування таких закладів.

Найбільш поширеними, за оцінками мешканців різних населених пунктів, є церковні споруди, бібліотека, а також будинок культури/клуб/ дискотека (див. табл. 1). Спорудження церков досить динамічно розвивається у різних населених пунктах, мережа бібліотек і клубів переважно залишилася ще з радянських часів. Половина міських мешканців відмічає наявність кінотеатру (відбувається відновлення в містах мережі кінотеатрів із сучасним обладнанням), тоді як жителі села практично полишені можливості залучення до досягнень кінематографу. Інтенсивними темпами проходить в містах і розгортання таких комерційних центрів дозвілля, як казино, нічні клуби, інтернет-кафе, комп’ютерні центри. 38 – 43% міських жителів зазначають наявність таких закладів, у столиці про них інформовані 48%. У сільській місцевості ці заклади практично відсутні як реально, так і у

свідомості опитуваних. Все більшої популярності набувають взірці поведінки, що включають піклування про здоров'я, підтримання спортивної форми. Ці запити поширеніші у великих містах, де й користуються попитом платні послуги тренажерних залів, плавальних басейнів тощо. У великому місті 36% знають про наявність цих закладів, у столиці - 42 - 45%. У середньому місті лише 14% зазначили наявність плавального басейну, 26% - тренажерного залу, тенісного корту. В сільській місцевості наявність тренажерного залу відмітили 2%.

Таблиця 1

Оцінка наявності закладів культури і центрів дозвілля за місцем проживання у різних типах поселення, %

| Види занять | Всі | Тип поселення | | | |
|----------------------------------------------|------|---------------|---------------|------|------|
| | | Велике місто | Середнє місто | Село | |
| Київ | | | | | |
| Церква (костел, мечеть, молитовний дім тощо) | 70,4 | 65,2 | 62,1 | 80,8 | 71,0 |
| Бібліотека | 69,5 | 74,2 | 61,9 | 86,4 | 62,0 |
| Будинок культури, клуб, дискотека | 60,6 | 43,8 | 41,5 | 76,4 | 64,9 |
| Кінотеатр | 36,7 | 50,6 | 49,9 | 56,4 | 3,4 |
| Казино, нічний клуб, ресторан | 29,3 | 47,2 | 38,4 | 43,8 | 4,3 |
| Інтернет-кафе, комп'ютерний центр | 27,5 | 48,3 | 40,3 | 38,3 | 1,4 |
| Музей | 26,0 | 12,4 | 30,6 | 48,9 | 3,3 |
| Тренажерний зал, тенісний корт | 22,3 | 41,6 | 35,6 | 25,7 | 2,2 |
| Плавальний басейн | 19,0 | 44,9 | 36,3 | 14,0 | 1,2 |
| Художня студія, гуртки, об'єднання | 17,1 | 21,4 | 18,7 | 30,5 | 2,9 |
| Театр | 13,0 | 11,2 | 25,5 | 11,6 | 1,2 |
| Художня виставка, картинна галерея | 9,6 | 7,9 | 16,6 | 11,0 | 1,4 |
| Філармонія, концертний зал | 6,0 | 11,2 | 12,4 | 3,1 | 1,0 |
| Інше | | | | | |
| Нічого з наведеного немає | 8,4 | 7,9 | 11,1 | 2,4 | 11,0 |

Можливості залучення до мистецтва традиційно ширші у мешканців міст, насамперед столиці і великих міст. На жаль, обізнаність, зацікавленість міських жителів цими закладами культури не завжди не співпадає з їх об'єктивною наявністю. Так, лише 12% мешканців столиці зауважили у місті музеї, 13% - театри, 10% - художні виставки, картинні галереї, 6% - філармонії, концертні зали.

У великому місті 31% опитуваних знають про музеї, 26% - про театри, 17% - про художні виставки, галереї і 12% - про філармонії, концертні зали. У середньому місті майже половина респондентів обізнані щодо наявності музею, 30% - художніх студій, гуртків, по 11 - щодо театру і художніх виставок, 3% - щодо філармонії. В сільській місцевості про заклади мистецтва взагалі не йдеться мова, лише у випадку гуртків і художніх студій 3% опитуваних зазначили їх функціонування.

Витрати на задоволення культурно-інформаційних і рекреаційних потреб аналізувалися за допомогою відповідей на питання "На що з перерахованого нижче витрачувала гроші Ваша сім'я протягом останніх 12 місяців?". Зрозуміло, що певна частина родинного бюджету має витрачатися на задоволення культурно-дозвіллевих потреб - відвідування закладів культури і відпочинку, придбання товарів, що мають культурне і символічне призначення, сприяють спілкуванню у колі близьких і друзів, задовольняють релаксаційні чи оздоровчі потреби. Подібні витрати можливі за умови задоволення базисних потреб, отже, їх обсяг залежить від рівня матеріальної забезпеченості, а також від наявності певних установок на споживання культури. Формування розвинутих культурно-дозвіллевих установок залежить і від домінуючих взірців поведінки в соціокультурному оточенні.

Половина *мешканців села* не витрачає кошти на товари культурно-побутового призначення (див. табл. 2). Решта купує насамперед подарунки близьким, до свят - 44% (серед загалу - 54), фото-, відеоплівку - 13 і 22 відповідно, книжки - 12 і 18, журнали - 11 і 19, модний одяг, парфуми - 8 і 11,

музичні твори на аудіокасетах – 5 і 11%. Інші товари (відеокасети, комп'ютерні фільми чи ігри, спортивні товари) купують 1-3% сільських мешканців. Зрозуміло, що практично не витрачаються гроші на відвідування кінотеатрів, театрів, музеїв та інших закладів мистецтва. Така обмеженість витрат – і діапазону культурно-дозвіллевих занять, яку пояснюють в першу чергу об'єктивні причини – несталі і обмежені прибутки, відсутність/нерозвиненість культурно-інформаційної інфраструктури, звісно не стимулює сучасну людину – в першу чергу, з молодших, освіченіших – залишатися сільськими жителями. Для більшості життя зводиться до повсякденної боротьби за виживання і дуже невибагливих розваг.

Таблиця 2

Витрати родини на задоволення культурно-дозвіллевих потреб у різних типах поселення, %

| Витрати | Всі | Тип поселення | | | |
|---------------------------------------------|------|---------------|--------------|---------------|------|
| | | Київ | Велике місто | Середнє місто | Село |
| Придбання подарунків близьким, до свят | 54,0 | 68,9 | 57,6 | 58,9 | 43,5 |
| Придбання фотоплівки, відеоплівки | 21,7 | 46,7 | 23,3 | 25,2 | 13,2 |
| Придбання журналів | 19,2 | 43,3 | 22,0 | 21,0 | 11,0 |
| Придбання книжок | 17,7 | 34,4 | 18,8 | 19,8 | 12,0 |
| Придбання модного одягу, дорогої парфумерії | 11,2 | 16,7 | 12,8 | 11,8 | 8,1 |
| Придбання музичних творів на аудіокасетах, | 10,8 | 23,3 | 12,6 | 13,2 | 5,0 |
| Придбання відеокасет | 6,6 | 20,0 | 7,4 | 6,9 | 3,4 |
| Прокат відеокасет | 5,3 | 8,9 | 6,2 | 7,9 | 1,7 |
| Придбання квитків до кінотеатру | 4,1 | 11,1 | 6,3 | 3,9 | 0,7 |
| Придбання комп'ютерних ігор, фільмів | 3,9 | 12,2 | 4,7 | 4,7 | 1,2 |
| Придбання білетів до театру | 3,6 | 13,3 | 5,5 | 2,8 | 0,9 |
| Придбання квитків на концерти | 3,6 | 11,1 | 3,2 | 4,1 | 2,2 |
| Придбання спортивного спорядження | 2,9 | 13,3 | 3,6 | 2,8 | 0,7 |
| Витрачання грошей на доступ до Інтернету | 2,8 | 8,9 | 4,2 | 3,0 | 0,3 |
| Придбання квитків до музею, на виставку | 2,3 | 7,8 | 2,9 | 2,8 | 0,5 |
| Придбання квитків на спортивні видовища | 1,7 | 7,8 | 2,4 | 1,2 | 0,5 |
| Придбання музичних інструментів | 1,1 | 0 | 1,0 | 2,0 | 0,5 |
| Інше | 4,5 | 5,6 | 5,2 | 3,9 | 4,0 |
| Нічого з наведеного не купували | 35,2 | 14,4 | 30,3 | 29,1 | 49,1 |

Серед мешканців столиці лише 14% не купують товари культурно-побутового призначення. Інші, окрім приємних подарункових турбот (69%), купують фото- і відеоплівку (47), журнали (43), книжки (34), аудіокасети (23), відеокасети (20), модний одяг, дорогу парфумерію (17), спортивне знаряддя (13), комп'ютерні фільми/ігри (12). Більше, ніж мешканці інших міст, столичні жителі витрачають гроші на доступ до Інтернету і прокат відеокасет (9%). Кияни мають найкращі можливості проводити вільний час у публічному просторі за наявності бажання відвідувати заклади культури. Вони частіше за інших опитуваних купують квитки до театру (13%), до кінотеатру і на концертні вистави (11), на спортивні видовища (8), до музеїв і на виставки (8).

Мешканці великого і середнього міста купують протягом року подарунки близьким (58%), фіксують свої враження на фото- і відеоплівку (23-25%) – що вдвічі більше за жителів села і вдвічі менше за киян. Приблизно таке ж співвідношення зберігається у випадку придбання часописів, книжок, касет і дисків з музичними записами. Відеокасети у містах купують втричі рідше (7%), ніж у столиці. У великому місті дещо частіше за середнє місто ходять до кінотеатру, театру, на спортивні видовища. На комп'ютерні диски витрачають гроші біля 5% міських мешканців.

Задоволення рекреаційних потреб серед мешканців різних типів поселень. Проведення відпустки

стало проблематичним для більшості населення країни із поступовим розвалом системи відомчого, профспілкового курортного обслуговування, подорожчанням цін на путівки і проїзд до місць відпочинку, врешті-решт, поширенням незайнятості, самостійної зайнятості, необхідності займатися під час відпустки додатковою працею. Отже, не мали відпустки протягом року 42% респондентів, провели відпочинок під час відпустки вдома 36, відпочивали за містом на дачі або гостювали у родичів 14%. Мали змогу дійсно відпочити, оздоровитися, пройти курс лікування, набути нових вражень у курортних місцях в Україні чи за кордоном лише 8% опитуваних.

Серед киян 29% провели відпустку “цивілізовано”, у курортних місцях країни чи зарубіжжя. Звісно, що кількість таких “щасливчиків” знижується із зменшенням розміру населеного пункту. У великому місті відпочивали таким чином 15%, у середньому – 10%, у селі – біля 4%.

Потенційні пріоритети культурно-дозвіллевих занять аналізувалися за відповідями на питання “Як би Ви бажали проводити свій вільний час?” (див. табл.3). Вони розподілилися серед всіх опитуваних наступним чином: перші місця посіли домашні, спокійні, релаксаційні види відпочинку, зосереджені на пасивному сприйнятті інформації – читання газет, часописів – 34%, перегляд телепередач і відпочинок, нічого не роблячи – по 30%, читання художньої літератури – 28%. Наступний блок занять, якими б хотіли займатися опитувані за більш сприятливих умов, стосуються сприйняття мистецтва у різних його формах: 25% хотіли б частіше відвідувати концерти, 20 – слухати народні пісні, 18 – частіше бувати у театрі, 17 – у кінотеатрі, 13 – у художніх галереях. Певна частина опитуваних цікавиться специфічними сферами, що передбачають сформованість інтересів, наприклад: приділення більшої уваги релігії – 12% опитуваних, прослуховування рок-композицій – 12, перегляд відеофільмів – 11, відвідування дискотек, вечорів відпочинку – 10, аматорство – 10, відвідування казино, нічних клубів – 8, прослуховування класичної музики – 7, відвідування інтернет-клубів – 5, участь у заходах національно-культурних центрів – 3%.

Пріоритети *сільських жителів* відрізняються лише у деяких випадках від загалу опитуваних. На перші місця виходить більш виразне бажання відпочивати, нічого не роблячи (38%), переглядати телепередачі (35), читати періодику (32), що свідчить і про незадовільний обсяг вільного часу, незадоволеність рекреаційних потреб. Кожен четвертий з селян хотів би частіше слухати народні пісні, у цьому бажанні вони дещо випереджають міських жителів (за рахунок більшої чисельності людей старшого віку і нижчого рівня освіти). Частіше читати художню літературу хотіли б 20% опитуваних селян, бувати на концертах – 16% – ці показники нижчі, ніж серед міських жителів. Більше уваги приділяти релігійному життю – ця можливість цікавить 12% сільських жителів, вечори відпочинку, дискотеки, кінотеатри приваблюють 9%, театр – 8, аматорство – 7,5, рок-музика і відео – по 7, нічні клуби, казино, ресторани – 6, художні виставки – 5%. Інші можливості, а саме – прослуховування класичної музики, участь у художній самодіяльності/фольклорних ансамблях, заходах національно-культурних центрів, відвідування комп’ютерних закладів – набрали 2 – 3%.

Потреби киян у перегляді телепередач насичені порівняно із загалом: лише 19% хотіли б дивитися телевизор частіше. Серед них більше порівняно із жителями інших міст прихильників театру (41%), живопису та інших видів візуального мистецтва (34), класичної музики (18%). Чисельність тих, кому подобаються сучасні пісні, художня література, аматорство, преса, дискотеки, вечори відпочинку, кіновистави, не так значно відрізняється серед киян, мешканців інших міст та селян, особливо у віковій групі 18-54 рр. Бажання частіше переглядати відеофільми сільські жителі порівняно з міськими висловлюють рідше (відсутність апаратури дається взнаки), така ж ситуація тиску об’єктивних причин у випадку відвідування концертів: 21% сільських мешканців віком 18-54 рр. хотіли б їх відвідувати частіше, тоді як серед киян таких більше вдвічі, серед мешканців інших міст 34 – 36%, (нагадаємо, що чисельність бажаючих слухати сучасну музику серед мешканців різних типів поселення майже не відрізняється).

Таблиця 3

Потенційні пріоритети культурно-дозвіллевих занять

мешканців різних типів поселень, %

| Види занять | Всі | Тип поселення | | |
|---------------------------------|------|---------------|---------------|-----------|
| | | Велике місто | Середнє місто | Село |
| Частіше читати газети, часописи | 34,0 | 32,2 | 33,8 | 37,4 31,6 |

| | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|
| Більше дивитися телепередачі | 30,4 | 18,9 | 28,1 | 30,2 | 35,3 |
| Більше відпочивати, нічого не роблячи | 30,4 | 21,1 | 28,4 | 25,5 | 38,2 |
| Частіше читати художню літературу | 28,2 | 31,1 | 29,6 | 35,0 | 20,2 |
| Частіше відвідувати концерти | 25,4 | 37,8 | 30,4 | 27,7 | 16,1 |
| Частіше слухати народні пісні | 19,6 | 15,6 | 16,7 | 18,6 | 24,1 |
| Частіше бувати у театрі | 18,9 | 41,1 | 25,0 | 19,8 | 8,0 |
| Частіше бувати в кінотеатрі | 15,7 | 24,4 | 20,1 | 16,0 | 9,3 |
| Частіше відвідувати художні виставки, картинні галереї | 13,3 | 34,4 | 16,6 | 15,0 | 5,1 |
| Частіше слухати сучасні пісні, рок-музику | 12,1 | 17,8 | 13,5 | 13,0 | 6,9 |
| Більше уваги приділяти релігійному життю, жити відповідно до релігійних норм | 11,7 | 14,4 | 8,1 | 15,4 | 11,7 |
| Частіше переглядати відеофільми | 11,0 | 17,8 | 11,5 | 13,8 | 7,0 |
| Частіше відвідувати дома культури, дискотеки, вечори відпочинку | 10,1 | 10,1 | 11,7 | 9,5 | 8,9 |
| Більше часу приділяти аматорству (чеканка, ліпка, рукоділля) | 10,5 | 12,3 | 11,7 | 12,1 | 7,5 |
| Частіше відвідувати нічні клуби, казино, ресторани | 8,2 | 13,3 | 9,9 | 7,9 | 5,8 |
| Частіше слухати класичну музику | 7,1 | 17,8 | 8,4 | 9,1 | 2,3 |
| Частіше відвідувати Інтернет-кафе, комп'ютерні класи | 5,0 | 4,4 | 6,2 | 6,3 | 2,6 |
| Частіше брати участь у заходах національно-культурних центрів | 2,9 | 3,3 | 2,1 | 3,8 | 2,8 |
| Більше часу приділяти участі у художній самодіяльності, фольклорних і танцювальних ансамблях тощо | 1,3 | 0 | 2,1 | 1,2 | 2,3 |
| Інше | 3,9 | 7,8 | 5,2 | 3,6 | 2,1 |

Структура культурно-дозвіллевих практик респондентів міста і села, задоволених різноманіттям свого вільного часу. Цікаво, що частка респондентів, котрі задоволені своїми можливостями різноманітно проводити вільний час, приблизно однакова серед представників різних типів поселень. Серед усіх респондентів частка задоволених відповідністю дозвілля своїм інтересам становить 18%, серед киян таких 19, мешканців великого міста - 21, середнього міста - 19, села - 14%. Враховуючи, що частка задоволених дозвіллям мешканців столиці не дає можливості для статистичних узагальнень, вирізимо дві полярні за типом поселення групи респондентів, задоволених дозвіллям і порівняємо діапазон їх занять, а також вираженість певних пріоритетів у сфері вільного часу. Отже, група задоволених дозвіллям мешканців великих міст (від 501 тис. мешканців і більше, включаючи столицю) становить 4,2% серед загалу опитуваних, аналогічна група мешканців села - 4,7%. Представники цих груп дещо молодші за віком ніж всі респонденти, мають вищий за самооцінками матеріальний стан родини: у першій групі городян оцінили свій матеріальний стан як "4" бали і вище 75%, серед селян - 89%, серед всіх респондентів таких лише 34%. Отже, кошти для урізноманітнення дозвілля представники цих груп більш-менш мають, цікаво розглянути, яким чином вони ними розпоряджаються за умови проживання у великому місті чи у селі.

Основні заняття, якими займалися протягом останнього тижня перед опитуванням "задоволені дозвіллям жителі великого міста" і, відповідно "задоволені дозвіллям мешканці села": перегляд телепередач (84 і 76%), читання газет (65 і 69), відвідування гостей (47 і 56), прийом гостей (40 і 52), прослуховування радіопередач (49 і 45), читання художньої літератури (36 і 33), прослуховування музики (37 і 29), відпочинок, нічого не роблячи (35 і 35), зайняття з дітьми (25 і 36), відвідування непродуктових магазинів (25 і 25), перегляд відео (24 і 18). Жителі сільської місцевості, задоволені дозвіллям, частіше за городян відвідують церкву (24 і 15 відповідно), відпочивають на природі (22 і 12), ходять на полювання чи рибну ловлю (13 і 3). В свою чергу, мешканці великого міста (задоволені дозвіллям!) частіше у вільний час додатково працюють (21 і 7), читають літературу за спеціальністю (16 і 4), мають справу з комп'ютером (20 і 5), ходять до кінотеатру (7 і 2), театру (4 і 1), плавального басейну (4 і 2). Певна частина представників обох груп

турбуються про здоров'я – роблять вранці гімнастику (16 і 17), грають у настільні ігри (11 і 18), активно спілкуються з приятелями у клубі/на дискотеці (11 і 14), а також у ресторані чи нічному клубі (9 і 11), займаються прикладною творчістю (8 і 11), громадською роботою (8 і 6).

У структурі основних витрат на товари культурно-дозвіллевого вжитку між групами “задоволених дозвіллям” мешканців міста і села майже немає відмінностей: подарунки (63 і 64), фото-, відеоплівка (32 і 32), журнали (39 і 26), книжки (28 і 24), модний одяг, парфуми (21 і 22), відеокасети (8 і 7). Проте витрати на аудіокасети, музичні диски відрізняються на користь міських мешканців (24 і 6), власників стерео-, відеоапаратури більше серед них же (40 і 21). У міських мешканців є можливість брати відеокасети у пунктах прокату і вони цим користуються частіше (13 і 2), вони частіше купують продукти на комп'ютерних носіях (11 і 2), позаяк серед них більше власників комп'ютерів (21 і 5). Відмінності з'являються також у випадку витрат на проведення вільного часу у публічній сфері: білети до театру протягом року купували 11% міських жителів, задоволених своїм дозвіллям, і 1% – сільських, на концерти – 12 і 7 відповідно, до музею, на виставку – 3 і 1, на спортивні видовища – 5 і 1%.

Отже, домінують домашні взірці культурно-дозвіллевих практик, зосереджені на пасивному сприйнятті інформації та спілкуванні у колі родичів і приятелів, відпочинок вдома чи на природі. Газети, журнали, теле-, радіопередачі, музика, масова белетристика (найулюбленіші жанри – детектив, історичний роман, роман про кохання), відео – місто і село сприймає через ці канали передусім продукти масової культури. Ці неускладнені взірці проведення дозвілля найпоширеніші і серед загалу, і серед груп задоволених різноманіттям свого вільного часу і відповідністю його своїм інтересам у різних типах поселень.

Певна частина респондентів цікавиться й іншими взірцями культурно-дозвіллевих практик – традиційно-просвітницьких, пов'язаних з участю у культурі – класична музика, спеціальна література, театр, образотворче мистецтво тощо. Більшість цих запитів повноцінно можуть бути задоволені лише у великому місті і формуються через відповідні практики. Невелика кількість таких установок як серед загалу сільських жителів, так і задоволених з них своїм дозвіллям (приблизно однаковий рівень бажань відвідувати театри, концерти, виставки, навіть кінотеатри) говорить про відтворення взірців дозвілля, де навіть усвідомлення можливості сприйняття культури у публічному просторі відсутнє. Підтверджується теза щодо прогресуючої культурної поляризації населення в аспекті задоволення культурних потреб у сфері традиційних закладів культури (3: 575).

Новітні можливості, пов'язані з комп'ютерними носіями розважальної і навчальної інформації, які вирішують велике число комунікативних проблем, в сільській, малоурбанізованій місцевості поширюються дуже низькими темпами, привабливість цих можливостей недостатньо усвідомлюється їх мешканцями за відсутності досвіду у цій сфері. Релаксаційні, активно-розважальні установки більш поширені: серед задоволених дозвіллям у місті і селі, майже однакова кількість частіше слухали б сучасну музику (15 і 20), відвідували дискотеки (20 і 21), нічні клуби, казино, ресторани (13 і 14), проте навіть ці заклади, що формують споживацьку модель проведення дозвілля, працюють на комерційних засадах, у сільській місцевості практично відсутні.

Резюме. Отже, у соціокультурному просторі України можна вирізнити *три основні групи споживачів культурних і рекреаційних послуг у поселенському вимірі*: мешканці столиці, мешканці міста, мешканці села. За комплексом показників культурно-дозвіллевих орієнтацій і практик ці групи розрізняються і становлять, говорячи метафорично, групу “ядра”, ближньої периферії і далекої периферії. Сфера дозвілля в сучасному світі перетворюється в сучасну індустрію з різноманітним діапазоном послуг, що мають задовольняти індивідуальні смаки представників різних груп населення. Ці процеси комерціалізації йдуть і в нашій країні, але неоднаковими темпами у різних сферах культури /дозвілля і у різних типах поселень. Краща розвиненість транспортної, комунікаційної мережі в урбанізованій місцевості сприяє процесам поширення масової культури, інтернетизації, розвитку сучасних центрів розваг і відпочинку. Водночас там більш-менш зберігається і оновлюється культурно-дозвіллева інфраструктура, що зосталась з радянських часів. В невеликих містах, селищах і селах ситуація лише погіршується – як правило, маємо розпад того, що було, і практичну відсутність нових центрів культури і дозвілля, розвиток яких утруднює відсутність телефонізації місцевості, приймальних антен, радіоточок тощо. Звісно, впливає й загальна економічна ситуація, дуже низька купівельна спроможність жителів, несприятливі умови для розвитку малого і середнього бізнесу тощо. Життя в такому соціокультурному середовищі відтворює в наступних поколіннях несформованість культурних запитів і смаків, апатію і незнання приваб активного культурного життя, можливостей насиченого і повноцінного проведення дозвілля тощо. Ситуація існування в одній країні розвинутого центру,

жителям якого, як мінімум потенційно, у просторі і часі, доступні всі блага цивілізації, і периферії, де кількість і доступність цих благ зменшується мірою зниження рівня урбанізованості, не може не створювати ситуацію дисбалансу, коли населення однієї країни живе у різних культурних світах. Культурний простір країни, з одного боку, уніфікується за посередництвом продуктів масової культури, з іншого - диференціюється у сфері конкретних культурно-рекреаційних практик, де вибір більшості населення обмежений об'єктивними причинами, в тому числі нерозвиненістю сфери культури і відпочинку. У цій ситуації теле-, радіотрансляції реальних подій, прикладів культурно-дозвіллевих практик у столиці чи великому місті сприймаються "прив'язаними" до своєї локальної місцевості так само віддалено, як і розповіді про, скажімо, карнавал у Мексиці. Вірогідність взяти участь в таких заходах приблизно така, як виграшу у лотереї. Такі тенденції культурно-дозвіллевого дистанціювання в нашому суспільстві, у світі, де цінність дозвілля перестає поступатися місцем праці як цінності, не можуть не поглиблювати соціокультурної диференціації загалом.

Література

1. Дридзе Т. Человек и городская среда в прогнозном социокультурном проектировании // *Общественные науки и современность*. - 1994. - № 1.
2. Статистичний щорічник України за 2002 рік / Держ. ком. стат. України / За ред. О.Г.Осауленка. - К.: Техніка, 2003.
3. Ручка А.О., Костенко Н.В., Скокова Л.Г. Мас-медіа і культура в контексті соціетальних перетворень // *Українське суспільство на порозі третього тисячоліття* / Під ред. М.О.Шульги. - К.: Ін-т соціології НАН України, 1999.

Скокова Людмила Георгіївна

Інститут соціології Національної Академії наук України (НАНУ)

Науковий співробітник відділу соціології культури та масової комунікації

Кандидат соціологічних наук

тел. (д.) 518-49-61; (сл.) 255-60-84

i-soc@i-soc.org.ua 01021, г.Київ, ул.Шелковичная,12

lskokova@yahoo.com