

# Культурные запросы населения и оптимизация управления деятельностью учреждений культуры

Волкова Дарья Валерьевна –  
ведущий методист Республиканского  
центра народного творчества

Потребности учреждений культуры и органов местного самоуправления в информации о культурных запросов и предпочтениях населения, характеристиках аудитории этих учреждений, мотивах их посещения или непосещения, степени духовной удовлетворенности их деятельностью определяют все возрастающий спрос на проведение социологических исследований в сфере культуры. Наличие такой информации – одно из условий оптимизации управления этой сферой и ее эффективного развития.

# Изучение культурных запросов населения – ключевое направление деятельности культурно-досугового учреждения

- Снижение результативности работы КДУ = их деятельность не соответствует культурным потребностям населения
  - Необходимо преодолеть недостатки в организации работы по учету культурных запросов различных категорий населения

# Основная проблема – недостаток соответствующей методической литературы

## Цели:

- осветить некоторые вопросы организации социологической работы в КДУ;
- дать практические советы по проведению основных социологических процедур силами работников КДУ.

# Аудитория – основной объект интереса социологии

Аудитория – общность людей, часть единого общественного организма, имеющего сложную структуру, состоящего из многочисленных групп людей, каждая из которых имеет те или иные отличия от других по своему социальному «характеру», по своим интересам, по образу жизни и т.д.

# Аудитория КДУ – особая общность

Это не посетители какого-либо мероприятия, а посетители клуба вообще

Необходимо найти средства эффективного формирования аудитории и средства воздействия на нее

```
graph TD; A[Совокупная аудитория] --- B[Реальная аудитория]; A --- C[Потенциальная аудитория];
```

Совокупная аудитория

Реальная аудитория

Потенциальная аудитория

```
graph TD; A[Реальная аудитория] --- B[Активная аудитория]; A --- C[Пассивная аудитория];
```

Реальная аудитория

Активная аудитория

Пассивная аудитория



```
graph TD; A[Потенциальная аудитория] --- B[Хотели бы, но не ходят]; A --- C[Не хотят]; A --- D[колеблются];
```

Потенциальная аудитория

Хотели бы,  
но не ходят

Не хотят

колеблются

# Совокупная аудитория

все жители населенного пункта от младшего школьного возраста до 60 лет и даже выше, которые могут посещать клуб, участвовать в его мероприятиях, в работе КФ;

## ■ Реальная

те люди, которые фактически участвуют в деятельности КДУ в любом качестве (зрители, исполнители, организаторы, участники КФ и.д.) – объект изучения социологии досуга;

## ■ Потенциальная

та часть населения, которая может принимать участие в жизни клуба, но не делает этого

# Реальная аудитория

- **Активная**

та часть посетителей, которая ходит в клуб часто и регулярно, принимает участие в проведении и организации каких либо мероприятий, в работе КФ;

- **Пассивная**

ходит в клуб редко, нерегулярно и не вносит личного вклада в жизнь КДУ

# Потенциальная аудитория

- 1) те, кто в принципе не против провести время в клубе, принять участие в самодеятельных кружках, объединениях, но по каким-то причинам этого не делают;
- 2) Те, для кого времяпровождение в клубе по определенным причинам совершенно неприемлемы;
- 3) Те, кто не определил своего отношения к клубу, колеблется.

# Для чего это нужно?

- 1) Можно дать общую оценку деятельности КДУ;
- 2) Можно увидеть неиспользованные резервы увеличения реальной аудитории и особенно ее актива (за счет потенциала);
- 3) Узнав мотивы непосещения, устранить недостатки в деятельности клуба.

# От чего зависят культурные запросы?

**Социально-демографическая группа** – социальная общность, которая характеризуется определенным, общим для всех входящих в нее людей, «набором» социальных и демографических признаков;

**Демографические признаки** – пол и возраст;

**Социальные признаки** – социальное положение, семейное положение, образование, стаж работы, количество детей и т.д.

# Возможности, которые дает знание социально-демографической структуры населенного пункта

- Планирование деятельности КДУ – организация новых КФ, постановки работы по изучению запросов населения;
- Анализ культурных потребностей ведущих СДГ;
- Уточнение программы, целей и задач, темы исследования;
- Решение организационных вопросов (подбор активистов, соответствующих той или иной категории;

# Аудитория по составу СДГ:

- Смешанная – аудитория, включающая различные категории населения (массовые праздники, концерты художественной самодеятельности, некоторые КФ);
- Однородная аудитория – представлена одной категорией населения (например, детские мероприятия).



# Основные методы изучения культурных запросов

- **Наблюдение** – непосредственное фиксирование поведения, действий, отношений людей, происходящих событий;
- **Интервью** – разговор, беседа людей (интервьюеров и респондентов)
  - а) **неструктурированная беседа** (небольшое количество респондентов, невозможность строгого обобщения, общее впечатление о чем-то);
  - б) **структурированная беседа** (заранее намечаются вопросы, порядок их следования). Может применяться при обобщении работы учреждения, постановке планов на перспективу;
- **Анкетирование** – наиболее распространенный вид исследования;
- **Анализ документов** – письменных материалов (официальных документов, периодической печати, личных писем, дневников и т.д.);
- **Книга отзывов и предложений** – важно правильное ее использование, не заполнение только положительными отзывами.

# Достоинства анкетирования:

- Сводит общение к минимуму;
- Не требует специальной подготовки интервьюера (хорошая анкета говорит сама за себя);
- Меньше затрат сил, времени, материальных средств;
- Большая объективность информации;
- Удобство обработки.

# Недостатки анкетирования:

- Слишком формализованная информация;
- Стандартные ответы (обедняют исследование);
- Нет возможности уточнить, как респондент понял вопрос, как отнесся к анкетированию;

Важнейший аспект анализа состояния культурного обслуживания населения – **удовлетворенность (неудовлетворенность) жителей республики этим обслуживанием (качеством услуг в сфере культуры)**

- 21 января 2009 года принято Распоряжение Правительства РБ №52-р, где из 68 показателей эффективности деятельности органов местного самоуправления три охватывают сферу культуры (58,59,65)

Оцените, пожалуйста, насколько в целом Вы удовлетворены качеством культурного обслуживания?

- 1) Удовлетворен в полной мере;
- 2) Скорее удовлетворен, чем не удовлетворен;
- 3) Удовлетворен и не удовлетворен в равной степени (50/50);
- 4) Скорее не удовлетворен, чем удовлетворен;
- 5) Полностью не удовлетворен;
- 6) Затрудняюсь ответить.

Общая  
удовлетворенност  
ь  
культурным  
обслуживанием

Факторы  
неудовлетвореннос  
ти  
организацией  
досуга

Работа  
учреждений  
культуры

# Что именно Вас не удовлетворяет в организации досуга в городе, районе, поселке, селе?

- 1) Все удовлетворяет: провожу досуг, как хочу;
- 2) Мал выбор учреждений, где можно весело провести время, развлечься;
- 3) Материальные затруднения;
- 4) Негде собраться для общения;
- 5) Мало свободного времени;
- 6) Недостатки в работе учреждений культуры (укажите, какие \_\_\_\_\_);
- 7) Неумение организовать свой досуг;
- 8) Никто не занимается организацией культурного досуга;
- 9) Мал выбор платных культурных услуг;
- 10) Другое (напишите, что) \_\_\_\_\_

## Что Вас не удовлетворяет в работе учреждений культуры города (села, деревни)?

- 1) Особых претензий у меня нет – в нынешних нелегких условиях работники культуры делают все, что могут;
- 2) Ограничен выбор занятий и мероприятий;
- 3) Мало квалифицированных работников культуры;
- 4) Посещение многих из них стало довольно дорогим;
- 5) Плохо поставлена реклама;
- 6) Плохо учитывается специфика культурных запросов различных возрастных групп;
- 7) Ограничен выбор учреждений культуры, досуга;
- 8) Неравномерность распределения их по территории;
- 9) Мероприятия проводятся скучно, неинтересно;
- 10) Формализм, слишком большая заорганизованность;
- 11) Другое (укажите, что) \_\_\_\_\_



# Какие мероприятия в клубе, Дворце (Доме) культуры Вы посещаете?

- 1) Массовые представления;
- 2) Концерты художественной самодеятельности;
- 3) Гастрольные концерты и спектакли;
- 4) Вечера отдыха, дискотеки;
- 5) Кружки художественной самодеятельности;
- 6) Кружки технического творчества;
- 7) Беседы, лекции, дискуссии;
- 8) Любительские клубы и объединения;
- 9) Другие (укажите, какие) \_\_\_\_\_
- 10) Посещаю клуб, ДК редко.

# Что Вам мешает посещать клуб, Дворец (Дом) культуры чаще?

- 1) Нехватка свободного времени;
- 2) У меня другие увлечения;
- 3) Предпочитаю смотреть телепередачи;
- 4) Состояние здоровья;
- 5) Усталость после работы;
- 6) Не с кем оставить детей.
- 7) ДК расположен далеко от дома;
- 8) Низкое качество мероприятий;
- 9) В ДК неуютно, не удовлетворен(а) эстетическим видом и оформлением;
- 10) Не нравится отношение со стороны работников ДК;
- 11) Мало новых фильмов, концертов, спектаклей, мероприятий;
- 12) Другое (укажите, что) \_\_\_\_\_

# Что могло бы привлечь Вас в клуб, Дворец (Дом) культуры?

- 1) Если бы они были ближе к дому;
- 2) Совершенствование традиционных форм работы:
  - 2.1 массовые праздники, представления;
  - 2.2 дискотеки, танцы;
  - 2.3 Более благоприятные условия для семейного отдыха;
- 3) Расширение спектра услуг, хотя бы и платных:
  - 3.1 ярмарки, продажи, выставки, аукционы;
  - 3.2 диспуты, встречи с деятелями науки, культуры;
  - 3.3 компьютерные игры;
  - 3.4 больше выбор любительских клубов;
  - 3.5 Вечера национальной культуры, фольклорные праздники;
  - 3.6 создание условий для научно-технического творчества;
- 4) Другое (укажите, что) \_\_\_\_\_
- 5) Я и так часто посещаю;
- 6) Вряд ли они меня могут чем-либо привлечь.

Еще одна важная особенность социологических исследований культурных запросов – возможность оценить перспективы оптимизации культурного обслуживания населения

На основе проведенной социальной диагностики должен был осуществлен прогноз – выявление общих тенденций, которые будут служить ориентирами деятельности управленцев в сфере культуры для разработки программ и стратегии развития культуры, плана конкретных мероприятий.

# Как бы Вы хотели повышать свой культурный уровень?

- 1) Чаще посещать концерты, спектакли;
- 2) Заниматься самообразованием;
- 3) Больше читать;
- 4) Изучить иностранный язык;
- 5) Чаще бывать в музеях, на выставках;
- 6) Лучше познакомиться с историей культуры своего народа;
- 7) Научится играть на музыкальном инструменте, овладеть нотной грамотой;
- 8) Чаще бывают во Дворце (Доме) культуры, клубе;
- 9) Другое (укажите, что) \_\_\_\_\_

Какие культурно-досуговые учреждения следует дополнительно построить или открыть на территории Вашего поселения?

- 1) Достаточно тех, что есть;
- 2) Стадион, бассейн;
- 3) Культурно-спортивный комплекс;
- 4) Досуговый центр;
- 5) Кинотеатр;
- 6) Дворец культуры;
- 7) Художественная школа, школа искусств;
- 8) Музыкальная школа;
- 9) Библиотека;
- 10) Музей;
- 11) Другое (укажите, что) \_\_\_\_\_

Если бы организация культурного досуга зависела от вас, то какие меры Вы приняли в первую очередь?

- 1) Преодоление заорганизованности;
- 2) Создание пунктов проката дисков и кассет;
- 3) Совершенствование репертуара кинотеатров;
- 4) Совершенствование рекламы мероприятий;
- 5) Улучшение работы учреждений культуры;
- 6) Развитие кабельного ТВ;
- 7) Утверждение национальных традиций;
- 8) Создание коммерческих досуговых центров;

Если бы организация культурного досуга зависела от вас, то какие меры Вы приняли в первую очередь? (продолжение)

- 9) Выделение помещений для общения;
- 10) Снижение цен на культурные мероприятия;
- 11) Совершенствование досуга в трудовых коллективах;
- 12) Проведение большего числа гастрольных концертов;
- 13) Увеличение бюджетных отчислений на культуру;
- 14) Развитие семейных форм досуга;
- 15) Развитие любительских клубов;
- 16) Развитие сети спортплощадок;
- 17) Другое (укажите, что) \_\_\_\_\_



Какие самодеятельные инициативы в сфере культурного досуга представляются наиболее перспективными и полезными?

- 1) Спортивно-оздоровительные клубы;
- 2) Объединения родителей по организации семейного досуга;
- 3) Художественно-творческие объединения, студии, товарищества;
- 4) Экологическое движение;
- 5) Объединения, клубы технического творчества;
- 6) Движение за сохранение памятников истории и культуры;
- 7) Религиозные объединения;
- 8) Другое (укажите, что) \_\_\_\_\_

Кто, по Вашему мнению, должен финансировать расходы на культуру?

- 1) Государство;
- 2) Предприятия. организации;
- 3) Спонсоры, меценаты;
- 4) Все вышеперечисленные;
- 5) Другие (укажите, кто) \_\_\_\_\_

Какими – платными или бесплатными должны быть услуги в сфере культуры?

- 1) Бесплатными;
- 2) В большей степени бесплатными;
- 3) В большей степени платными;
- 4) В равной степени платными и бесплатными;
- 5) Платными.

# Какие услуги культурно-досуговых учреждений Вы готовы оплачивать?

- 1) Обучение иностранным языкам;
- 2) Спортивно-оздоровительные занятия;
- 3) Обучения танцам, ритмике;
- 4) Обучение игре на музыкальных инструментах;
- 5) Знание по основам предпринимательства, маркетинга;
- 6) Обучение нетрадиционным вида спорта;
- 7) Обучение шитью, вязанию, вышиванию;
- 8) Обучение изобразительному и прикладному искусству;
- 9) Обучение кино-фотоделу;
- 10) Другое (укажите, что) \_\_\_\_\_

В каком виде Вы предпочитаете получать информацию о культурно-досуговой деятельности?

- 1) Местная печать;
  - 2) Местное радио;
  - 3) Местное телевидение;
  - 4) Интернет;
  - 5) Рекламные стенды;
  - 6) Информационные центры;
  - 7) Другие источники (укажите, какие)
-