



Департамент
культуры
города Москвы



Московский институт
социально-культурных
программ



Библиотека
им. Н. А. Некрасова

Какие ваши годы. Досуг москвичей старшего возраста

Исследование возрастных групп,
наименее вовлеченных в культурную
жизнь Москвы.

Часть III

Москва, 2018

Оглавление

Предисловие	4
Потенциал работы с горожанами старшего возраста для учреждений культуры	9
Возраст опыта и либерализация старости	13
Досуговые практики пожилых горожан	21
Факторы вовлечения и барьеры участия	39
Аудитория старшего возраста: характеристики групп	81
Рекомендации	95
Приложение 1. Методы сбора данных и источники информации	101
Приложение 2. Топик-гайд фокус-групп	103
Приложение 3. Топик-гайд экспертного интервью	107
Приложение 4. Социально-демографические характеристики типов пожилых горожан	111
Участники проекта	123

Предисловие

Культурная жизнь Москвы изменяется. Обновлены парки и десятки учреждений культуры, продолжаются работы по благоустройству городских общественных пространств. Разнообразнее и масштабнее стали городские культурные акции, изменилась концепция городских праздников. Впервые за долгие годы Москва вспомнила и о своей обширной инфраструктуре и начала обновление библиотек и домов культуры, а горожане и СМИ снова начали их замечать.

В ходе этих преобразований Московский институт социально-культурных программ (МИСКП) начал исследовать культурные практики жителей Москвы. Мониторинг культурной жизни столицы 2012–2015 годов демонстрировал стремительный рост посещаемости как флагманских учреждений культуры, так и общегородских культурных событий. Но социологические исследования фиксировали, что рост числа посещений происходит преимущественно за счет молодого экономически активного населения. Выяснилось, что доля подростков и представителей среднего и старшего возрастов была невысокой как в учреждениях культуры, так и на праздниках.

Так определились возрастные группы, представители которых оказались наименее вовлечены в культурную

жизнь Москвы. Мы назвали их труднодоступными для городской культурной политики и посвятили им публикуемое исследование.

Труднодоступными возрастными группами оказались почти все. Учреждения культуры наиболее востребованы молодыми людьми, которые поступили в вузы или начали работать — и активно осваивают город, наращивая социальный капитал. Со временем их активность снижается. В следующий раз они вернутся в учреждения культуры уже для того, чтобы привести своих детей. Но как только дети становятся достаточно самостоятельными, то и они, уже подростки, и их родители снова почти исчезают из музеев и домов культуры.

Результаты исследования состоят из трех частей, каждая из которых посвящена отдельной возрастной группе жителей столицы:

- подростки от 13 до 18 лет;
- люди среднего возраста от 35 до 54 лет;
- люди старшего поколения от 55 лет.

В работе мы использовали разные социологические методы. На стадии разработки методологии авторы проанализировали историю изучения каждой из возрастных групп в России и мире. Далее для каждого из трех возрастов был проведен опрос тысячи респондентов по квотированной репрезентативной выборке. Количественные данные были дополнены данными, полученными в ходе экспертных, глубинных и групповых интервью и фокус-групп. *Подробнее о методологии смотрите в Приложении 1 к каждой из частей.*

Исследования МИСКП исходят из того, что культура — важнейший элемент качества жизни и развития человеческого капитала города. Москва уже сейчас предлагает горожанину огромный выбор возможностей интересно и с удовольствием провести свободное время. При этом часто в борьбе за свободное время горожанина выигрывают фудкорты торговых центров, бесцельные прогулки по городу или — и это еще более сильный соперник — возможность остаться дома, где есть диван, телевизор и интернет.

Между тем, устойчивый спрос на культуру — это вопрос привычки. Чем раньше горожанин учится ориентироваться в сложном городском предложении, осваивает разные форматы досуга, учится совершать выбор, тем легче ему встроить культурные практики в свою жизнь — найти себе что-то по душе и получать радость от культурного предложения города.

Чаще всего активность горожан в сфере культуры натывается на одни и те же барьеры: им не хватает времени, денег и информации для того, чтобы предъявлять более активный спрос на культурные проекты. Кроме того, в мегаполисе важными оказываются и инфраструктурные проблемы: транспортная доступность и субъективная оценка горожанами безопасности тех или иных мест могут заметно повлиять на культурное участие.

Однако общего представления о преградах недостаточно, важно разобраться в механизмах принятия решений о свободном времени, найти те ниточки, за которые учреждения культуры могут потянуть, чтобы привести к себе новых посетителей.

Проводя это исследование, мы и стремились разобраться в том, как москвичи выбранных возрастов организуют свое свободное время, чем руководствуются при выборе

тех или иных форматов досуга и какие возможности и ограничения важны для их выбора в сфере культуры.

Мы надеемся, что наше исследование поможет учреждениям культуры и независимым профессионалам в сфере культуры эффективнее работать с разными возрастными аудиториями. Поэтому мы постарались собрать в нашем отчете данные, имеющие практическое значение при разработке культурных программ и коммуникации учреждений культуры и ивент-мейкеров. Результаты исследования могут быть полезны не только представителям сферы культуры, но и вообще всем, кто работает с подростками и людьми старше 35 лет. Но мы надеемся, что именно менеджеры культурных проектов и программ получают от него наибольшую пользу.

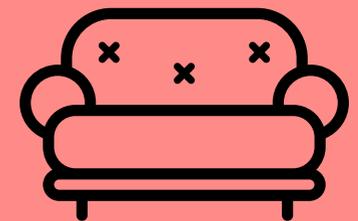
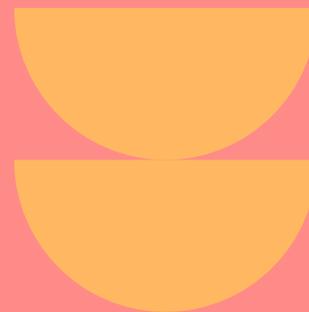
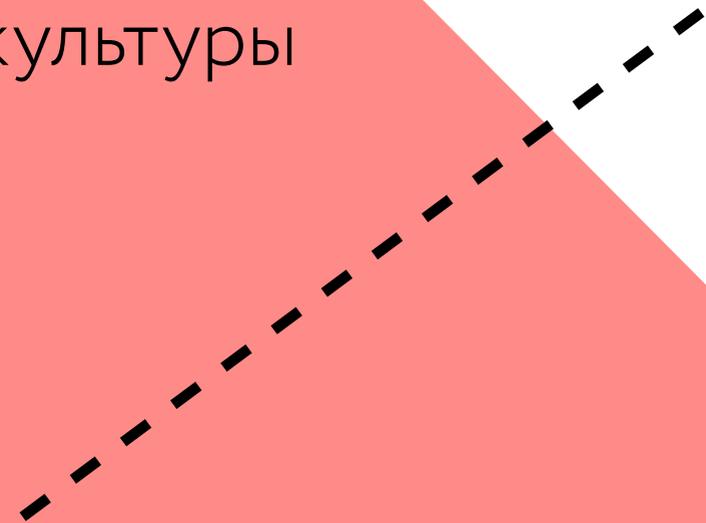
Разумеется, представленный текст нельзя считать исчерпывающим. У нас и самих осталось много вопросов. Какие конкретно паблики в ютубе лучше всего помогут рекламировать деятельность библиотек? Что понимают москвичи старшего возраста под «современным искусством»? В какой мере ответ «у меня не хватает времени», на самом деле, значит «не знаю, как провести время» — и как помочь москвичам понять эту разницу?

Но пока в Москве есть культура, — а мы надеемся, что она тут надолго, — мы будем продолжать искать ответы на эти и другие вопросы и надеемся, что вам будет интересно знакомиться с нашими новыми проектами.

Будем рады обсудить полученные результаты исследования и помочь ими воспользоваться. Пишите нам на info@miscp.ru.

Мария Привалова,
куратор исследования

Потенциал работы
с горожанами
старшего возраста
для учреждений
культуры



Это исследование посвящено культурным практикам москвичей пенсионного возраста. Оно призвано ответить на вопросы: Какие культурные мероприятия посещают горожане старшего возраста? Откуда получают информацию о них? Какие факторы имеют значение, когда пожилые люди принимают решение пойти в то или иное учреждение культуры? С какими трудностями они сталкиваются? Как относятся к современному искусству?

Только 20 % пожилых москвичей — активные посетители учреждений культуры. Но потенциально горожане старшего возраста представляют собой одну из самых многочисленных аудиторий.

Цель данного исследования — проанализировать и описать, как горожане старшего возраста участвуют в культурной жизни Москвы, а также предложить учреждениям культуры практические рекомендации по работе с этой группой.

Существует целый комплекс причин, по которым учреждения культуры могут быть заинтересованы в адресном привлечении представителей старшего поколения.

Только 20 % москвичей пенсионного возраста активно* посещают учреждения культуры. Но потенциально

*Под активными посетителями в исследовании понимаются те, кто посещает театры, выставки, музеи не реже 1 раза в квартал, а кинотеатры — не реже 1 раза в месяц.

люди старшего возраста представляют собой одну из самых многочисленных аудиторий — по данным Росстата, число пенсионеров в Москве за последние пять лет выросло с 2,8 млн до 3,2 млн человек¹. В столице — как и в России в целом — действует эффект демографического старения: со временем доля пенсионеров будет только расти. По данным Росстата, в начале 2010 года доля россиян старше 65 лет была 12,9 %, согласно официальному прогнозу в 2030 году их доля возрастет до 18–19 %². Аудиторию старшего возраста можно считать «зоной роста»: пожилых людей становится больше, они потенциально заинтересованы в работе учреждений культуры, и их интересы важно учитывать.

Старшее поколение способствует вовлечению в культурные практики других групп горожан — так, значительная доля людей старше 55 лет берут на мероприятия детей и внуков, а привычки к посещению учреждений культуры, заложенные в детстве, способствуют дальнейшей культурной активности. Об этом свидетельствуют данные наших исследований, посвященные москвичам среднего возраста и подросткам³.

У старшего поколения ярко выражен запрос на подтверждение своей социальной значимости, что во многом реализуется в передаче опыта младшим.

Пожилые люди в силу снижения мобильности нередко вынуждены проводить время рядом с местом жительства. Это открывает особые перспективы для развития локальных учреждений культуры, в частности районных библиотек. Вокруг них может формироваться постоянная локальная аудитория, что

способствует децентрализации культурной жизни — тенденция, на которую ориентируются ведущие мегаполисы мира⁴.

Пожилые горожане располагают большими временными ресурсами, чем другие возрастные группы, и эти ресурсы могут быть востребованы для более активного участия в культурной жизни. При этом у старшего поколения ярко выражен запрос на подтверждение своей социальной значимости, который во многом заключается в передаче опыта тем, кто младше⁵. Поэтому люди старшего возраста могут вовлекаться в разные виды волонтерства при учреждениях культуры — например, в проведение экскурсий.

Со своей стороны, активно работая с людьми старшего возраста, учреждения культуры могут способствовать социальной инклюзии — т.е. повышать вовлеченность пожилых горожан в культурную жизнь Москвы. Такая работа получает этическую значимость: как будет показано в этом исследовании, активное участие в культурной жизни города повышает у людей старшего возраста субъективную удовлетворенность жизнью.

Таким образом, привлечение людей старшего возраста в учреждения культуры позволит последним:

- а) приобрести многочисленную аудиторию,
- б) вовлечь в городскую культурную жизнь относительно исключенную из нее социальную группу,
- в) заинтересовать связанные с ней группы (дети, внуки),
- г) децентрализовать культурную жизнь,
- д) реализовать взаимовыгодное сотрудничество, например, на базе волонтерских инициатив.

1. Мосгорстат
// Официальная
статистика / Население

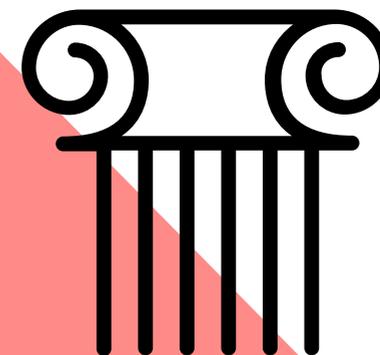
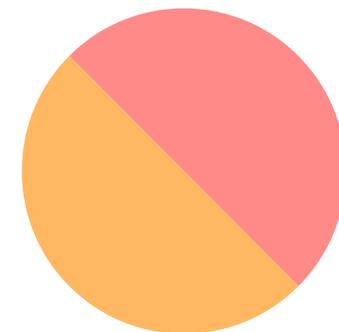
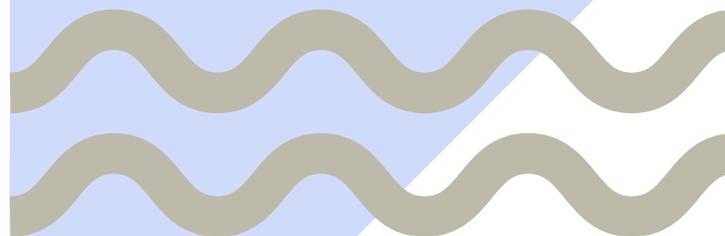
2. Гонтмахер Е.
Проблема старения
населения в России
// Мировая экономика
и международные
отношения. 2012. № 1.
С. 22–29.

3. Исследование
возрастных групп,
наименее вовлеченных
в культурную жизнь
Москвы: средний
возраст; подростки.
МИСКП, 2016.

4. Культурная
децентрализация:
стратегии и виды.
МИСКП, 2014.

5. См., например,
французскую
концепцию «контракта
поколений»,
подразумевающую
передачу опыта
от старших
сотрудников младшим.

Возраст опыта и либерализация старости



Прежде чем перейти к описанию культурных практик, типичных для москвичей старшего возраста, необходимо пояснить, как мы определяли принадлежность к старшей возрастной группе. В качестве нижней границы брался возраст выхода на пенсию: для женщин — 55 лет, для мужчин — 60 лет.

Стоит отметить, что возраст не всегда имеет значение для определения статуса человека.

По словам руководителя фонда «Доброе дело»* Эдуарда Карюхина, геронтологи понимают старший возраст «функционально». Это означает, что «градации» старости проходят не по годам, а по функциональным возможностям: если человек в 65 лет живет столь же активно, как и 30-летний, то фактически их можно отнести к одной группе. Снижение функциональности, как правило, связано с состоянием здоровья. Формальный выход на пенсию не говорит об обязательном ухудшении здоровья.

*«Доброе дело» — региональный общественный фонд помощи престарелым.

В России выход на пенсию нередко играет роль «социальной смерти».

С другой стороны, важность достижения пенсионного возраста в российской действительности нельзя недооценивать. Как указывают эксперты, в России выход на пенсию нередко играет роль «социальной смерти»: уход с работы фактически исключает человека из общественной жизни (неслучайно, как мы увидим ниже, чувство востребованности столь важно для людей пенсионного возраста)¹. Более того, четверть москвичей, которые продолжают

работать после наступления пенсионного возраста, называют в качестве мотивации продолжения карьеры сохранение социальных связей. Около трети пожилых людей с возрастом теряют значительную часть социальных контактов, все больше времени проводят дома и не чувствуют потребности что-либо изменить. (Подробнее о группах людей старшего возраста см. в разделе «Аудитория старшего возраста: характеристики групп».)

Еще одна проблема выхода на пенсию — обесценивание опыта. Часто со стороны подростков и людей среднего возраста опыт пенсионеров воспринимается как нечто устаревшее, неуместное в современном мире, вне зависимости от возраста и предыдущих заслуг. При этом опыт — важная характеристика людей старшего поколения, которая во многом определяет их поведение и отношение к миру. Он является производной от продолжительности жизни и принципиально отличает пожилых людей от младших возрастных групп.

Жизненный опыт имеет значение по нескольким причинам:

- опыт требует выражения и уважения
- пожилые люди ощущают, что им есть что сказать миру, и для них важна востребованность их знаний и умений;
- опыт подвергается внешней (зачастую негативной) оценке, что сказывается на самооценке человека старшего возраста особенно сильно вследствие объема усвоенных знаний и навыков —

пожилые люди ощущают, что опыт, который они копили годами, не всегда применим в современном мире;

— опыт влияет на получение новых впечатлений, в том числе культурных — для пожилых людей все новое рассматривается через призму знакомого; необычные ситуации могут ощущаться как неудобные, непривычные впечатления — пугать.

Для обозначения периода старости в мире используется выражение «третий возраст». Термин происходит от названия университетов во Франции, которые появились в 70-х годах XX века и предлагали пожилым людям возможность обучения. Дальнейшее развитие термин получил в работах английского ученого Питера Ласлетта, где «третий возраст» рассматривается как один из четырех периодов жизни, который наступает после выхода на пенсию и при котором человек сохраняет хорошее здоровье, энергичность и позитивное отношение к своему возрасту, — это кульминация его жизни, ощущение ее полноты и время наивысшего развития личности. Ласлетт также отметил, что появление феномена «третьего возраста» возможно только в развитых странах с высокой долей пожилого населения².

Таким образом, понятие «третий возраст» акцентирует внимание на том потенциале, который может появляться у вышедших из среднего возраста людей. Большое количество свободного времени открывает для них новые возможности путешествовать, получать дополнительное образование. Кроме

того, термин «третий возраст» позволяет избежать дискриминирующего понятия «пенсионеры», которое сводит человека к факту профессиональной занятости/незанятости. Здесь и далее мы будем пользоваться этим термином наряду с понятиями «представители старшего возраста», «москвичи пенсионного возраста», «пожилые люди».

Представление о третьем возрасте как о времени больших возможностей созвучно идеям либерализации старения. Как указывает исследователь Джон Винсент, важно различать «либерализацию от старшего возраста» и «либерализацию старшего возраста». Первая достигается через продолжающуюся молодость, в то время как вторая — через конструирование значимости третьего возраста. Иными словами, либерализация от старшего возраста — это стремление человека идентифицировать себя как «вечно юного» вне зависимости от биологического возраста. Либерализация же старшего возраста — это освобождение от ограничений, которые связывают человека в среднем возрасте. Появляется время для реализации того, о чем человек когда-то мечтал, например, обучения чему-то новому, занятия творчеством. «Первая, — добавляет Винсент, — не более чем иллюзия, вторая — реальная возможность»³.

Изнанкой патерналистской политики оказывается тот факт, что пенсионеры становятся пассивными субъектами заботы, зависимыми от государственной инициативы.

Либерализации «старшего возраста» противостоит не только либерализация «от старшего возраста», но и патерналистская — т.е. сугубо опекающая — позиция властей в социальной политике. Изнанкой такой политики оказывается тот факт, что пенсионеры становятся «подопечными» — пассивными субъектами заботы, зависимыми от государственной инициативы. В России отношение к пенсионерам во многом строится именно по патерналистской схеме: оказывая поддержку, государство при этом вписывает пожилых людей в стереотип несамостоятельных индивидов, которым «пора на заслуженный покой».

Однако исследования показывают, что, даже несмотря на инерцию патерналистской политики, некоторые пожилые россияне успешно реализуют принципы «либерализованной старости»: продолжают карьеру, учатся и поддерживают здоровье по собственной инициативе⁴.

Их рекреационные, в том числе и культурные, практики при этом остаются мало изученными⁵, хотя досуг является существенной частью жизни людей старшего возраста, важность которой в XXI веке будет только расти. Настоящее исследование отчасти восполняет этот пробел.

1. Белостоцкая Д. «Старость — это социальная смерть»: что происходит с пожилыми людьми в России. 05.10.2015 // Форум «Общество для всех возрастов». Впрочем, для других стран эта проблема также актуальна. См.: Борзиковски Б. Уход на пенсию — медленная смерть? 15.09. 2014 // ВВС Русская служба.

2. Laslett P. The emergence of the Third Age. *Ageing and Society*, 7. 1987. P. 133–160. Laslett P. A fresh map of life: The emergence of the Third Age (paperback ed.). London: George Wiedenfield and Nicholson. 1991.

3. Vincent J. Oldage. New York: Routledge. 2003. P. 168. Цит. по: Рогозин Д. Либерализация старения, или Труд, знания и здоровье в старшем возрасте // Социологический журнал. 2012. № 4.

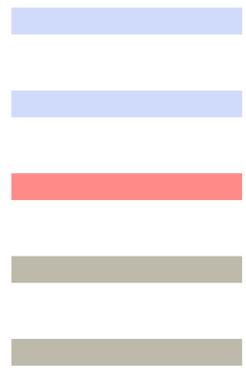
4. Рогозин Д. Либерализация старения, или Труд, знания и здоровье в старшем возрасте // Социологический журнал. 2012. № 4.

5. Исключения редки, см., например: Сизов Л.А., Седова И.Н., Троицкая Н.Г. Особенности организации досуга лиц «третьего возраста» // Экономика и предпринимательство. 2015. Т. 2. № 3 (56–2). С. 504–506.

Ключевые идеи

- 1 Люди старшего возраста — ресурс для расширения аудитории учреждений культуры. Их доля в структуре населения Москвы и России в целом с годами будет расти.
- 2 Представители старшего возраста часто проводят свободное время в компании внуков и могут играть важную роль в приобщении к культурным практикам младшего поколения.
- 3 Децентрализация учреждений культуры, их территориальная доступность — важное условие вовлечения людей третьего возраста в культурную жизнь.
- 4 Пожилые москвичи — это люди с богатым опытом, который влияет на усвоение новых впечатлений, в том числе культурных.
- 5 Пожилые люди могут и хотят делиться своим опытом, а также стремятся приносить пользу обществу.

Досуговые
практики пожилых
горожан



Досуговые практики и качество жизни

В международном контексте досуг людей старшего возраста находится в фокусе исследовательского внимания не первое десятилетие¹. Растущие темпы урбанизации, изменение семейных структур (переход к нуклеарной семье, состоящей из родителей/родителя с детьми), увеличение доли пожилого населения — все эти факторы меняют образ пожилого человека и его социальное положение.

Чем активнее образ жизни пожилого человека, тем меньше вероятность, что он столкнется с социальной изоляцией и кризисом идентичности.

Исследователи часто связывают досуговые практики с удовлетворенностью жизнью². Досуг развивает у человека представление о своей полезности, помогает ему соответствовать социальным ожиданиям, доставляет эстетическое удовольствие и позволяет приобрести новый опыт³. Также они отмечают, что показатели качества жизни напрямую коррелируют с уровнем активности, количеством и интенсивностью социальных контактов. Чем активнее образ жизни пожилого человека, тем шире его социальная сеть. А значит, тем меньше вероятность, что он столкнется с социальной изоляцией и кризисом идентичности, которые грозят ему в силу возрастной утраты привычных ролей (прежде всего, деловых и семейных)⁴. Таким образом, положительный эффект

досуговых практик может быть усилен, если они будут направлены на создание и поддержание социальных связей.

Примечательно, в частности, результаты сравнительного исследования пожилых шведов. Опрос показал, что люди, проводящие досуг активно и разнообразно, склонны чаще соглашаться, что их жизнь улучшилась за последние десять лет. Сокращение досуговых возможностей приводит к обратному эффекту: люди чаще сообщают о том, что их жизнь ухудшилась. Причем особую значимость активный досуг имеет для тех, чье общение с семьей не очень интенсивно. Здесь работает компенсаторный механизм: досуг во многом заменяет нехватку социальных связей. Для тех, кто общается со своей семьей чаще раза в неделю, активный досуг выступает лишь косвенным показателем качества жизни.

В то же время у тех, кто общается с семьей реже, досуговая практика напрямую влияет на степень удовлетворенности⁵.

Как москвичи старшего возраста проводят свободное время?

В целом потенциально люди старшего возраста — одна из самых благодарных аудиторий. Исследования посетителей городских культурных акций, таких как «Ночь в музее» и «Ночь искусств», показали, что пожилые горожане в 1,5 раза реже молодых людей (до 35 лет) критикуют учреждение культуры и проходящую в нем акцию⁶. Так, 60 % готовы рекомендовать друзьям и близким посещенные учреждения и само мероприятие*. Это позволяет предположить, что в условиях снижения культурной активности для многих пожилых людей сам факт

*Для оценки удовлетворенности посетителей акций и учреждений культуры использовался маркетинговый инструмент — Индекс лояльности посетителей (Net Promoter Score, NPS). См. подробнее: netpromoter.com/know

выхода в свет повышает ценность полученного опыта. Однако ошибочным будет полагать, что москвичи пенсионного возраста рады любому культурному предложению — напротив, их предпочтения, о которых мы и поговорим в этой главе, требуют особого внимания. Участие в культурной жизни — динамическая характеристика. С возрастом вовлеченность в культурную жизнь падает, достигая наименьших значений после 70 лет. Это происходит, в первую очередь, из-за ухудшения здоровья. Однако зарубежные исследования показывают, что участие в культурной жизни положительно сказывается на самочувствии пожилых людей⁷. Таким образом, мы получаем парадоксальную ситуацию: ухудшение здоровья приводит к снижению культурной активности, но высокая культурная активность позитивно влияет на самочувствие. Получается, что, активно привлекая людей старшего возраста, учреждения культуры не только получают лояльную аудиторию, но и становятся ресурсом улучшения их жизни.

Самые востребованные виды досуга

Самый популярный вид досуга — это посещение зеленых зон. Прогулки в парках и скверах отвечают целому ряду запросов пожилых москвичей. Во-первых, это самый доступный в силу отсутствия платы за вход способ отдыха. К тому же в больших парках могут проводиться культурные мероприятия, за которые также не нужно платить. Во-вторых, парки — это зоны спокойствия и тишины, гарантирующие комфортную прогулку. В-третьих, прогулки воспринимаются как простой способ поддержать физическую форму, что также представляется ценным, особенно для некоторых групп пожилых горожан. Наконец, благодаря еще советской градостроительной политике, сеть парков и скверов достаточно равномерно

распределена на территории города, зеленые зоны часто находятся в пешей доступности.

Диаграмма 1

Как предпочли бы провести время люди третьего возраста, если бы выдалось свободных полдня



Провел(-а) бы его на свежем воздухе (в парке, гуляя по городу)

Провел(-а) бы его дома



Провел(-а) бы его в учреждении культуры (театр, музей, библиотека, кино и т.п.)

Занялся(-ась) бы самообразованием
Провел(-а) бы его в кафе, баре, ресторане, торговом-развлекательном центре (в т.ч. в магазинах)

Занялся (-ась) бы спортом

Треть представителей старшего возраста предпочли бы провести свободное время, не выходя из дома. Три самых популярных способа занять свободное время дома — это просмотр телевизора, чтение книг и рутинные хлопоты.

Диаграмма 2

Как вы проводите свободное время дома?



Кажется, что треть желающих остаться дома — высокий показатель, однако он превышает соответствующий показатель в группе среднего возраста всего на 5 п.п.⁸. Причины домоседства для разных возрастных групп разные. Люди среднего возраста хотят проводить больше времени с семьей и отдыхать от работы. Для старшего поколения предпочтения связаны во многом со снижением мобильности — в части отчета «Факторы вовлечения и барьеры культурного участия» мы подробнее рассмотрим причины выбора домашнего досуга.

Людей старшего возраста беспокоит внешняя оценка их поведения. В одиночестве в учреждениях культуры они часто чувствуют себя недостаточно комфортно.

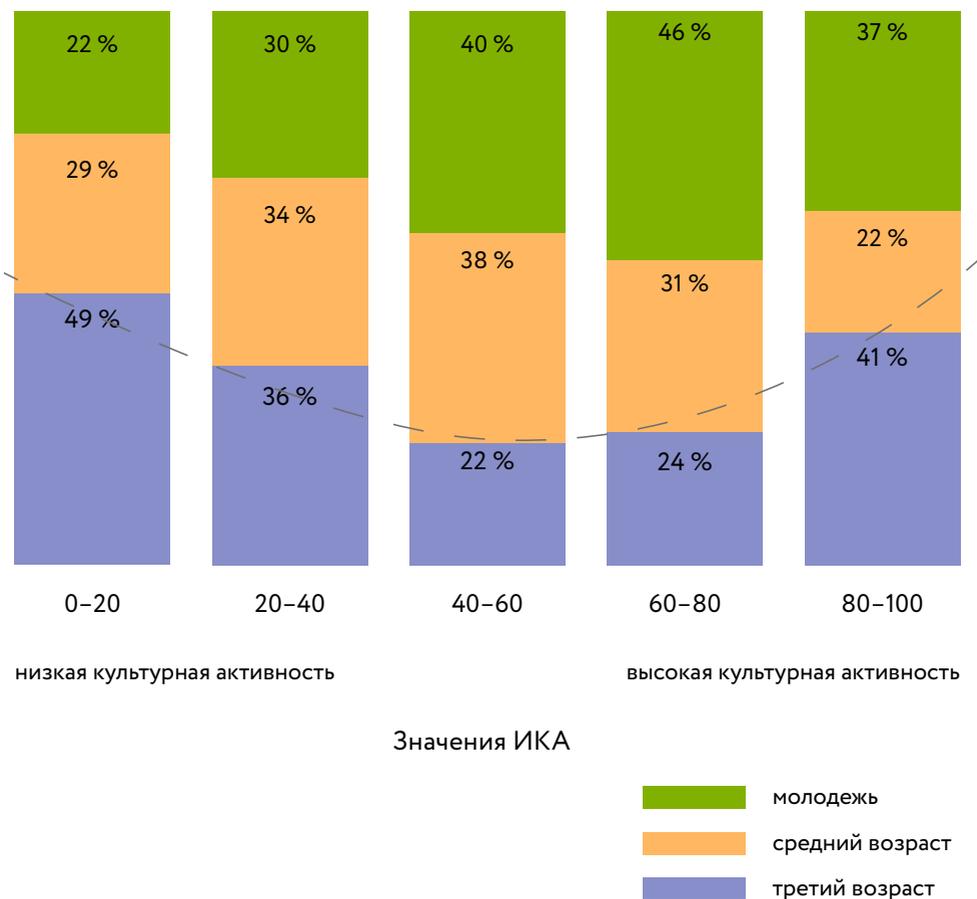
Следующую по популярности позицию занимает посещение учреждений культуры. И хотя пятая часть людей пенсионного возраста декларируют подобный интерес, фактически они посещают их реже, чем другие группы граждан. В сравнении со средним возрастом уровень вовлеченности горожан старше 55 лет в культурную жизнь падает почти на четверть. Если сравнивать пенсионеров с горожанами в возрасте от 18 до 25 лет, то падение составит почти 50 %⁹.

При этом в старшем возрасте происходит «поляризация» культурных практик: горожане третьего возраста либо начинают ходить в учреждения культуры очень активно, либо, наоборот, практически перестают их посещать. Для остальных возрастных групп такая поляризация не характерна. Это хорошо заметно при анализе Индекса культурного участия (ИКА)*.

*Индекс культурного участия жителей Москвы был рассчитан на основе данных опросов, проведенных МИСКП. В основе индекса лежит частота участия в различных культурных практиках: чтение книг, посещение театров, музеев, выставок, концертов и др. Индекс может принимать значение от 0 (никогда и нигде не бывает) до 32 баллов (везде бывает несколько раз в неделю). Для удобства баллы переведены в диапазон от 0 до 100: для этого балльное значение индекса делится на 32 и умножается на 100.

Диаграмма 3

Индекс культурной активности москвичей в зависимости от возраста



На графике видно, что самые высокие доли горожан пенсионного возраста среди наименее вовлеченных — 49 % и среди самых активных посетителей учреждений культуры — 41 %.



Здоровье

В наименее вовлеченной группе оценивают свое здоровье как плохое и очень плохое 37 % опрошенных, а среди самых активных — только 10 %.



Образование

В наименее вовлеченной группе высшее образование есть лишь у половины, а среди самых активных — у 71 %.



Сохранение социальных контактов

Горожане третьего возраста, которые проводят свободное время с друзьями и коллегами, в полтора раза чаще попадают в самую активную когорту.

Пожилые люди, обладающие перечисленными ресурсами, скорее всего, будут воспринимать старость как возможность наконец-то заняться любимым делом, научиться чему-то новому — пожить в свое удовольствие.

«...Вот кто что не реализовал, когда работал на предприятиях и так далее, а сейчас наконец мечты можно осуществить некоторые, кто о чем-то мечтал и у кого были какие-то способности, но он их не развил, как правило,

люди сейчас это осуществляют. Я, например, всю жизнь мечтала живописью заниматься, я не стала дожидаться, когда мне кто-то какие-то кружки предоставит, я сама позвонила, познакомилась с художниками, я сейчас профессионально пишу картины и вазы делаю напольные, пошла дальше. У меня даже дизайнеры покупают, оформляют дома богатым людям...»

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 66 лет

Альтернативным — уже не публичным, а приватным — пространством, играющим важную роль в досуге пожилых людей, является дача. Однако мы не можем утверждать, что с выходом на пенсию дача начинает составлять конкуренцию учреждениям культуры. Регулярность поездок на дачу с достижением пенсионного возраста снижается — так же, как падает регулярность культурных практик в целом.

«Я хожу за грибами, я хожу для души, причем я на дачу уезжаю одна, у меня муж не едет, я одна уезжаю. Он говорит: "Ой, тебе тяжело". Я уезжаю на дачу, никого не вижу, замечательно. Я морально отдыхаю».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 64 года

Уход за садом или огородом обеспечивает людям старшего возраста необходимую физическую активность, а также помогает реализовывать творческий потенциал. Также дача может выполнять функцию, которую, по всей видимости, учреждение культуры выполнить не способно. Это место, где

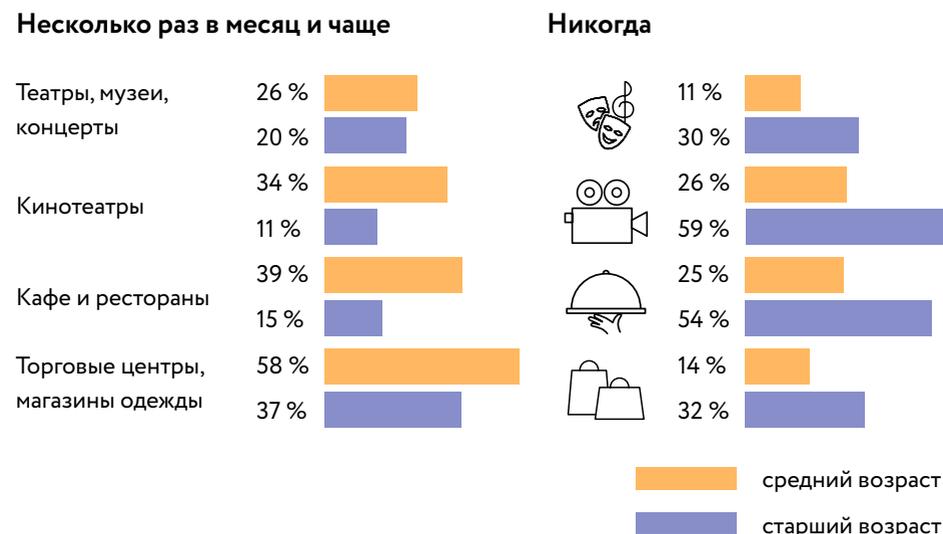
пожилой человек отдыхает от обязательств, которыми нагружало его общество; где можно побыть наедине с собой и действовать исключительно в соответствии с собственными желаниями. В этом представители третьего возраста схожи с московскими подростками, описанными в первой части нашего исследования¹⁰. Нормы и правила поведения, принятые в учреждениях культуры, могут отпугнуть часть посетителей: они могут восприниматься как ограничения свобод.

Невостребованные виды досуга

Наименее популярны среди пожилых людей — в отличие от аудитории среднего возраста — публичные практики, требующие дополнительных финансовых трат: посещение театров, музеев, кафе, кинотеатров, торговых центров и т.п.

Диаграмма 4

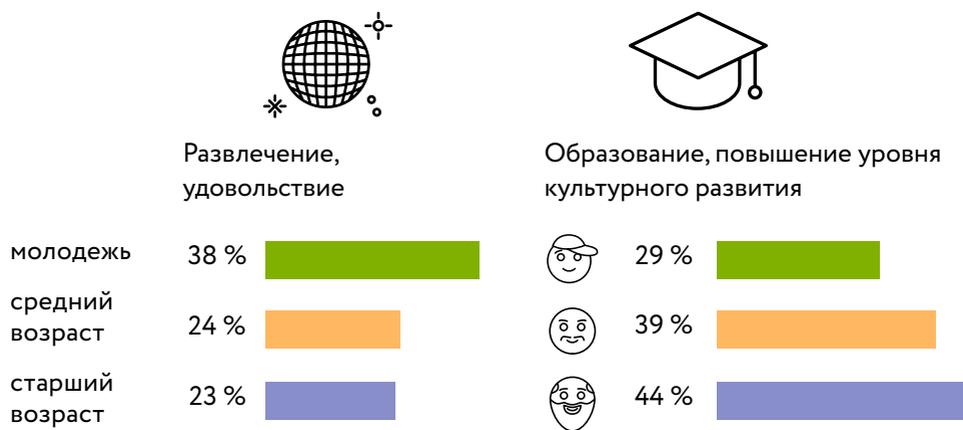
Регулярность разных форматов досуга у старшего и среднего возрастов



Самые непопулярные у пожилых москвичей форматы досуга — это посещение ночных клубов и баров, то есть мест, четко маркированных общественным мнением как «молодежные». Однако стереотипные представления о соответствии тех или иных развлечений возрасту — не единственная причина отказа от них. Досуговые практики также определяются ценностями, которые с возрастом претерпевают изменения. Посещение клубов и баров ассоциируется с гедонизмом и развлечениями; старший же возраст приоритетным считает «полезные» вещи — образование и культурное развитие.

Диаграмма 5

Значимость развлечений и саморазвития в зависимости от возраста



Компания для проведения досуга

Люди третьего возраста значительно чаще проводят свободное время в компании друзей или детей, чем в одиночестве. Та же тенденция характерна для группы

среднего возраста, однако причины этого явления разнятся. В случае с представителями среднего возраста выбор досуговых практик часто определяют люди, за которых они несут ответственность: родственники, друзья, дети. Проведение досуга с ними для людей среднего возраста — это не только отдых, но и обязанность. Для людей старшего возраста присутствие близких желанно, поскольку оно упрощает, делает более комфортным получение нового — культурного — опыта. Досуг с друзьями или родственниками для них — не просто отдых, но и необходимость.

Диаграмма 6

Где и в какой компании бывают москвичи старшего возраста



Часто встречаются ситуации, когда для людей третьего возраста посещение нового места в одиночестве становится затруднительным из-за чувства стеснения:

«Я одна не пойду, и подруг здесь нет, чтобы с кем-то. Неловкость какая-то, непривычно.[...] Нет, мне просто стеснительно».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 62 года

Людей старшего возраста беспокоит внешняя оценка их поведения. В одиночестве в учреждениях культуры они зачастую чувствуют себя «не в своей тарелке», поэтому им сложно получать радость от нового опыта.

Модератор: «А как чаще ходите — с друзьями или одни?»

Женщина, 65 лет: «Я либо с внуками, либо с друзьями».

Модератор: «Одна редко?»

Женщина, 65 лет: «Одной никогда».

Мужчина, 74 года: «Одному некомфортно даже».

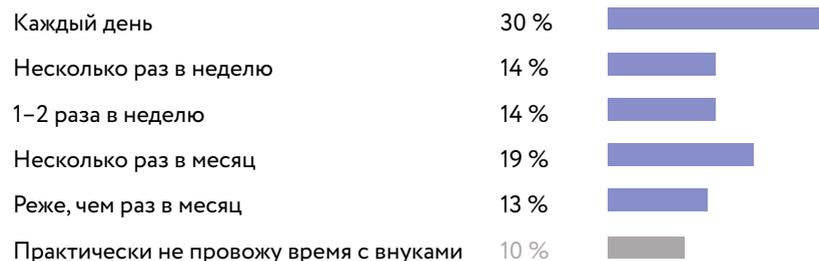
Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

Кажется логичным предположить, что люди старшего возраста часто проводят время с внуками, и поэтому им некогда заниматься собственным культурным досугом. Это утверждение не совсем верно. Для людей старшего возраста ребенок может стать триггером вовлечения в культурную жизнь. Времяпрепровождение с внуками часто означает посещение вместе с ними всевозможных мероприятий и учреждений культуры. Однако мероприятия для детей могут служить лишь поводом к посещению и вряд ли привлекут пожилых горожан. Для их привлечения на постоянной основе учреждения

культуры должны создавать параллельные программы, ориентированные на данную возрастную группу.

Диаграмма 7

Как часто люди третьего возраста проводят время с внуками



«Ориентируюсь больше на внучку свою, [поэтому хожу с ней на культурные мероприятия], если раньше я, допустим, [...] никогда не ходила [в учреждения культуры], а теперь так получается, что меня подталкивают».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 62 года

Городские праздники

Выбирая место, где побывать во время крупных городских праздников (День Победы или День города), представители старшего поколения чаще ориентируются на районные площадки. В среднем треть из них посещают локальные мероприятия в своем районе, и лишь 18 % выбирают в центр. Причины такого выбора не обязательно кроются в сниженной мобильности. Многим из них нравится камерная обстановка периферийных

площадок. Плюс к тому, они часто посещают их с внуками младшего школьного или дошкольного возраста. Подобная компания подразумевает высокие требования к безопасности, чего сложно добиться в переполненном людьми центре. Также при посещении праздника с маленьким ребенком горожанин сильно ограничен во времени и не готов тратить значительную его часть на дорогу¹¹.

Однако выбор в пользу периферийных площадок в случае Москвы не означает напрямую снижение культурной активности. Предпочитая посещать мероприятия вблизи дома, пожилые горожане также становятся активными участниками культурной жизни. Примером служит «Библионочь». Если на других городских событиях доля людей пенсионного возраста составляет не более 15 % от всех посетителей, то в случае с «Библионочью» это значение поднимается до 25 %*. Мы предполагаем, что это связано с децентрализованностью акции: она проходит по всему городу, охватывая небольшие районные библиотеки¹².

Децентрализация культурной жизни — это ее перенос в районы города, которые принято называть периферийными. Это явление актуально для всего мира¹³. В Москве самой подходящей базой для децентрализации служат именно библиотеки — как сеть учреждений культуры, равномерно распространенных по территории города. Поэтому можно говорить о перспективности развития досуговых центров для людей третьего возраста при некоторых библиотеках. В качестве примера можно привести опыт городской библиотеки города Клайпеда, реорганизованной под культурный и информационный центр для пожилых людей¹⁴.

*При этом отметим, что по общей посещаемости «Библионочь» значительно уступает и «Ночи искусств», и «Ночи в музее».

1. Gibson J., Singleton H. Leisure and Ageing: Theory and Practice. Human Kinetics, 2011.

2. Культурный досуг людей пенсионного возраста. МИСКП, 2014.

3. Тоепов V. Ageing, Leisure, and Social Connectedness: How could Leisure Help Reduce Social Isolation of Older People? // Social Indicators Research. 2013, 113(1). P. 355–372.

Ключевые идеи

- 1 Активный досуг улучшает социальное самочувствие людей старшего возраста, позволяет почувствовать себя включенными в общественную жизнь.
- 2 Высокая вовлеченность в культурные практики обусловлена положительной оценкой своего здоровья, наличием высшего образования и сохранением социальных контактов.
- 3 С возрастом интенсивность культурного участия падает, хотя сам досуговый репертуар остается таким же, как в среднем возрасте: три самые востребованные практики — это отдых дома, прогулка и посещение учреждений культуры.
- 4 В старшей возрастной группе менее популярны культурные практики, требующие дополнительных финансовых трат: посещение театров, музеев, ресторанов и кафе, кинотеатров.
- 5 Посещение учреждений культуры в глазах людей старшего возраста — социально одобряемый опыт, но требующий компании. Перспектива индивидуального

4. Moorer P., Suurmeijer T. P. The Effects of Neighbourhood on Size of Social Network of the Elderly and Loneliness: a Multilevel Approach // Urban Studies. 2001. Vol. 38. P. 105–118.

5. Silverstein M., Parker M.G. Leisure Activities and Quality of Life Among the Oldest Old in Sweden // Research on Aging. 2002. Vol. 24. № 5. P. 541–544.
6. «Ночная» жизнь Москвы. МИСКП, 2016.

7. Exploring the Longitudinal Relationship Between Arts Engagement and Health, Rebecca Gordon-Nesbitt and Arts for Health. 2015.

8. Труднодоступные для культурной политики группы москвичей: средний возраст. МИСКП, 2016.

9. Изучение вкусовых предпочтений в сфере культуры и ценностных ориентаций москвичей. МИСКП, готовится к публикации.

10. Труднодоступные для культурной политики группы москвичей: свободное время московских подростков. МИСКП, 2016.

11. Аудитория самого популярного московского праздника «Дня города — 2015». МИСКП, 2016.

посещения вызывает дискомфорт и стеснение.

6

Вовлекать пожилых горожан в культурную жизнь можно с помощью мероприятий для их внуков: работа детских кружков должна быть синхронизирована с культурным предложением для третьего возраста.

12. Успех и будущее городских культурных акций: «Библионочь» и «Ночь в музее». МИСКП, 2015.

13. Культурная децентрализация. Стратегии и виды. МИСКП, 2014.

14. Koveckienė E. The library as a cultural and information centre for elderly people: the experience of Klaipeda city library. 7th Congress of Baltic Librarians, P. 127–132.

Факторы вовлечения и барьеры участия



Мотивации для участия в культурной жизни

Принимая решение провести досуг в учреждении культуры, пожилые москвичи руководствуются финансовой доступностью (28 %), возможностью легко добраться на транспорте (24 %), близостью к дому или работе (18 %), а также возможностью узнать что-то новое (19 %). Далее мы увидим, что это, по сути, обратная сторона тех барьеров, которые мешают людям старшего возраста активнее включаться в культурную жизнь.

Сама способность усваивать новый опыт служит для людей третьего возраста доказательством, что жизнь не заканчивается.

Особенно важно понять, что стоит за третьей по значимости мотивацией — возможностью узнать что-то новое. Она в наибольшей степени созвучна задачам, с которыми связана деятельность учреждений культуры. Что именно вкладывают респонденты в запрос на «новое»? На первый взгляд, это желание получить новые впечатления. Однако в случае с людьми третьего возраста впечатления не сводятся к сугубо эстетическим переживаниям, они необходимы для сохранения активной жизненной позиции и саморазвития.

Женщина, 56 лет: «Я развиваюсь, мне нравится, мне интересно».

Мужчина, 60 лет: «И чем дальше, тем больше хочется жить, очень много талантливых [художников], поэтому нельзя пропускать, надо расти постоянно».

Женщина, 59 лет: «Нельзя, нельзя [останавливаться]».

Женщина, 65 лет: «Расслабишься — и все, залежишься. У меня дочь говорит: "Вот, куда ты пошла? Ты себя плохо чувствуешь". Я говорю: "Вот сейчас лягу и буду смерти ждать". Что остается делать?»

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

Способность усваивать новый опыт служит доказательством — в первую очередь, для самого респондента, — что жизнь не заканчивается, что еще есть куда расти. Важным здесь оказывается сам факт выхода в публичное пространство, которое становится подтверждением вовлеченности в общественную жизнь. Посещение учреждения культуры для человека третьего возраста — это выход на публику, который требует мобилизации, приведения себя «в надлежащее состояние».

Мужчина, 63 года: «Извините, вы в музей для чего идете, себя показать или что-то посмотреть?»

Женщина, 65 лет: «Посмотреть».

Женщина, 55 лет: «Вообще-то мы везде ходим для того, чтобы пообщаться».

Женщина, 65 лет: «Я же не пойду так [в музей], я делаю прическу, мы одеваемся, мы идем и мы смотрим...»

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

Поход в учреждение культуры, по данным фокус-групп, — социально одобряемая практика, и это одобрение распространяется на ее участников. Таким образом, посещение учреждения культуры приносит эстетическое удовольствие, позволяет держать себя в тонусе и дает общественное признание. Для представителей старшего поколения внешняя оценка их опыта очень важна. Общественное признание для них играет большую роль, чем для других возрастов¹.

Информация как ресурс и барьер культурного участия

Чем ниже горожане оценивают свою вовлеченность в культурную жизнь, тем реже они жалуются на недостаток информации о городских культурных мероприятиях. Это может означать две вещи (друг друга не исключая): им не интересно ничего из того, что им предлагает современная культурная жизнь столицы; или они не знают, что им предлагают, т.е. потребляют не ту информацию и не там.

При этом все респонденты признают, что культурная жизнь Москвы разнообразна и интенсивна.

Модератор: «Есть ли у кого-нибудь

[из присутствующих] такое ощущение, что хочется [куда-то] пойти, но некуда?»

Женщина, 64 года: «В Москве есть куда [пойти]».

Женщина, 71 год: «Выбор всегда есть».

Модератор: «Но... нет сил?»

Женщина, 71 год: «[Просто нет] желания».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

Бороться с отсутствием интереса достаточно сложно. Он напрямую связан с устоявшейся привычкой посещения учреждений культуры.

«Я вот говорю, меня привели [в Третьяковскую галерею] в 5 лет, и меня это поразило, вот эти громадные картины и вообще сама обстановка, и я все время прихожу туда и все время вспоминаю, сейчас, конечно, о другом, но, так что и дочку свою я повела именно в 5 лет. Думаю, пусть она тоже, — она сейчас туда тоже ходит и сама, и с друзьями».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 58 лет

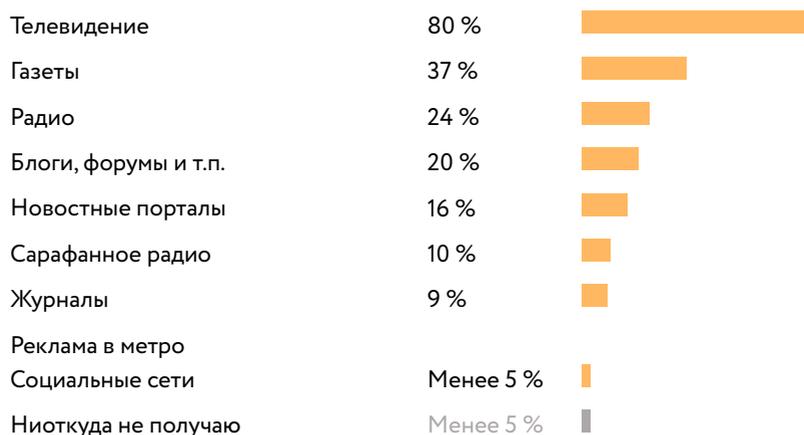
Однако можно предположить, что часть проблемы все же кроется в неправильной подаче информации и неумении людей ее найти. Чтоб облегчить этот процесс, мы предлагаем разобраться с тем, какие каналы информации чаще всего используют пожилые москвичи.

Структура каналов коммуникации о культурной жизни столицы достаточно типична². Доминируют традиционные источники информации — в первую очередь, телевидение.



Диаграмма 8

Источники информации о культурной жизни



О культурных событиях чаще всего узнают по каналам «Москва 24», «Культура», «Москва. Доверие».

Благодаря четкому расписанию, доступности и постоянству предложения телевидение составляет основу досугового репертуара людей пенсионного возраста.

Москвичи старшего возраста активно пользуются интернетом — 41 % выходят в сеть каждый день. Чаще всего в групповых обсуждениях интернет-ресурсов упоминались сайты KudaGo.ru и «Афиша».

Однако фокус-группы показывают, что люди пенсионного возраста зачастую испытывают трудности при работе с поисковыми системами и склонны посещать ограниченное число ресурсов.

Иными словами, их интернет-горизонт может быть сужен по сравнению с другими возрастными группами. В то же время, для этой группы важно найти информацию о мероприятиях, отвечающую именно их запросам: о возможностях бесплатного/льготного посещения, об интересующих видах досуга.

«Бесплатное [т.е. информацию о бесплатных посещениях, мероприятиях — прим. ред.] нигде не найдешь, хочется, чтобы именно бесплатно».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 65 лет

Однако информационные интернет-ресурсы не могут охватить всех пожилых москвичей. Больше всего людей, не посещающих театры, музеи и концерты, среди тех, кто никогда не пользуется интернетом. Чтобы привлечь их, информацию о культурной жизни нужно доносить и по другим каналам.

В отличие от других возрастных групп, пожилые горожане не воспринимают печатную продукцию как спам, градус доверия к ней остается высоким.

Пожилые москвичи положительно настроены по отношению к полиграфической информационной продукции, которая доставлялась бы прямо в почтовый ящик. Градус доверия к печатной продукции у них остается высоким. Однако важное требование к буклетам и листкам, посвященным культурной жизни столицы, — высокое качество полиграфии и самих текстов.

«[Хотелось бы] газету обязательно, но не такую, которая дешевая бумага, руки пачкать. [...] Чтобы ее нельзя было спутать в почтовом

ящичке, чтобы ее никто не смог выкинуть, потому что она бы сильно отличалась именно качеством. Чтобы ее, действительно, взять с собой как программку. Адрес..., пенсионеры многие уже забываются, что там греха таить, поэтому чтобы он эту газетку взял, там и адрес есть, и все, это же великолепно! Газета нужна эта просто как воздух».

*Из фокус-групп с горожанами старшего возраста,
женщина, 56 лет*

Роль источника информации для пожилых людей также могут выполнять центры социального обслуживания. От качества их работы во многом будет зависеть осведомленность горожан о возможностях культурного досуга. Как показали обсуждения в фокус-группах, работа таких центров не всегда эффективна.

Модератор: «У меня вопрос такой, [...] кто-нибудь еще когда-нибудь ходил в собес?»

Женщина, 56 лет: «Не ходила».

Мужчина, 59 лет: «У нас нет, по-моему».

Мужчина, 63 года: «Мы даже об этом и не слышали, там где раз в год по кабинетам, там ничего не написано».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

Проблема также кроется в качестве распространяемых такими организациями сведений: зачастую они не актуальны, не соответствуют возможностям и интересам людей старшего возраста. Еще одна проблема — отсутствие у специализированных организаций механизмов своевременного информирования о возможностях культурного досуга.

«Я очень обижаюсь на центр социального обслуживания. Сколько туда ходишь, там тусуются одни и те же люди, кто обедает, они каждый день там ходят, они же выставки, они же и концерты, я только слышу потом, что там-то был концерт, в Парке Победы интересный был концерт. Тут как-то прослышала, что будет [в] «Абрамцево» экскурсия, я туда скорее, а все, уже записано. Я говорю: "Ну как же так? Я и так к вам прихожу и говорю, чтобы меня имели в виду". — "А некогда обзванивать". Что значит "некогда"?»

*Из фокус-групп с горожанами старшего возраста,
женщина, 65 лет*

Иными словам, культурное предложение в поддерживающих организациях существует, но люди о нем не узнают вовремя.

В ходе фокус-групповых дискуссий участники разделились на два лагеря: одни отмечали, что им удобно пользоваться сразу несколькими источниками, другие отдали бы предпочтение одному источнику, который аккумулировал бы информацию о культурных предложениях различных организаций.

«А если один раз куда-то информация поступила, вот это мне понравилось [...], то есть этот вот листок, газета если бы была такая, и я думаю, что это людей бы затягивало...»

*Из фокус-групп с горожанами старшего возраста,
мужчина*

Обсуждение показало, что у пожилых людей нет единогласно выраженного запроса на единый источник информации. Создание подобного ресурса

могло бы означать сегрегирование группы, что неуместно. Задача источников — облегчить процесс поиска информации о досуговых возможностях, но не ограничивать их выбор.

Барьеры культурного участия

Участию москвичей в культурной жизни может помешать целый ряд объективных и субъективных факторов. Исследование позволило выявить три главных препятствия культурной активности: это проблемы со здоровьем (43 %), нехватка времени (33 %) и денег (20 %).

Диаграмма 9

Что мешает вам активнее участвовать в культурной жизни Москвы?



Пространственный барьер и состояние здоровья

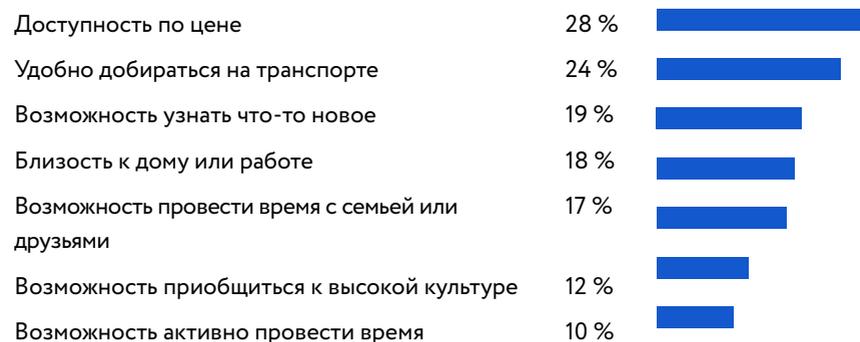
Учитывая, что глубинные интервью и фокус-группы неоднократно выявляли проблему мобильности (чем старше человек, тем сложнее ему перемещаться по мегаполису), обращает на себя внимание тот факт, что вариант ответа «Сложно добираться, далеко» на вопрос «Что мешает вам активнее участвовать в культурной жизни Москвы?» выбрали только 6 % респондентов.

Пенсионерам физически и психологически тяжело добираться в центр, где сосредоточена основная культурная жизнь.

Однако анализ мотиваций, которыми руководствуются пожилые москвичи при выборе учреждения культуры, показывает, что пространственная доступность сопоставима по значимости с самым популярным вариантом — доступностью по цене (28 %): варианты «Удобно добираться на транспорте» и «Близость к дому/работе» набрали 24 % и 18 % соответственно.

Диаграмма 10

Что для вас наиболее важно при выборе досуга?



Распределение ответов подтверждает важность децентрализации учреждений культуры в Москве: пенсионерам физически (и/или психологически) тяжело добираться в центр, где сосредоточена основная культурная жизнь.

«Выходишь, сначала на метро надо доехать, простоять очередь, у нас плохое движение наземного транспорта. Значит, войдешь, все скопились. Спотыкаясь, поднимаешься на этот трамвай, да, вошел в трамвай, доехал до метро. В метро страшное дело. Меня сбивают с ног. Я говорю совершенно серьезно. То есть если я выхожу из вагона и двери открыты, мне бежит навстречу поток, меня сбивает. Если я не успею сразу отойти, меня просто собьют с ног. [...] Представляете, вот так вот добраться, да, а потом после спектакля в очереди, час уходит получить верхнюю одежду, я совершенно серьезно, час. Потом опять на этом метро, опять, скажем, на трамвае...»

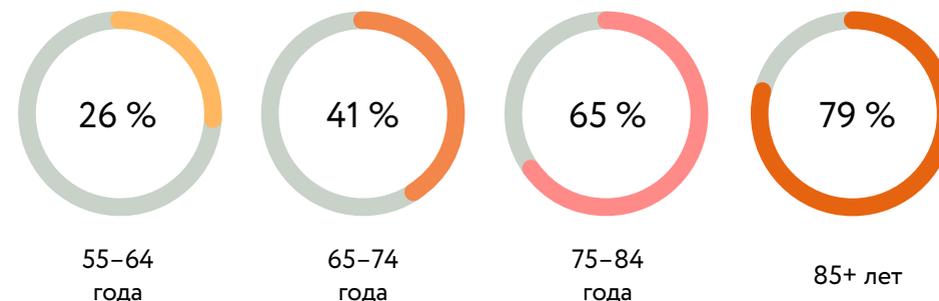
Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 65 лет

Запрос на пространственную доступность в значительной степени продиктован ограниченностью физических сил (слабым здоровьем). Распространенность аргумента «Не позволяет здоровье» как причины неучастия в культурной жизни города пропорциональна возрасту: она достигает максимальных значений среди респондентов старше 85 лет (диагр. 11).

Значимость пространственного барьера для старшего поколения подтверждается данными других исследований МИСКП. Например, на вопрос «Если бы в городе проводилось мероприятие...» 30 % горожан пенсионного возраста ответили, что предпочли бы

Диаграмма 11

Доля горожан, отметивших плохое здоровье как причину неучастия в культурной жизни города



остаться дома (против 17 % в других возрастных группах в среднем), 33 % выбрали бы событие в своем районе (против 26 %), центр бы предпочли 15 % (против 23 %). Удобство передвижения оказывается важнее контента: при выборе мероприятия только 12 % пожилых горожан ориентируются на программу. Для остальных возрастных групп среднее значение составляет 25 %⁴.

Причиной отказа от поездок на большие расстояния может быть не только слабое физическое самочувствие, но и стремление к безопасности. Оно ограничивает жизненное пространство пожилого человека: он с меньшей вероятностью поедет в незнакомую или отдаленную часть города на мероприятие, отправится к друзьям или выберет магазин за пределами своего района. Вместо этого люди старшего возраста начинают концентрироваться на домашних бытовых делах. За этими занятиями они проводят большую часть своего времени, которое можно было бы посвятить досугу, в том числе в учреждении культуры³.

Финансовый барьер

Ограниченность материальных средств — объективный фактор, который отражает сложное финансовое положение москвичей пенсионного возраста. Средний доход москвичей старшего возраста практически в два раза ниже дохода людей среднего возраста, что означает ощутимое сокращение потребительских возможностей с выходом на пенсию.

Модератор: «Бывает такое, что видели интересную информацию, но понимаете, что не можете туда пойти?»

Женщина, 56 лет: «Конечно, бывает по цене».

Женщина, 65 лет: «Все упирается в денежки».

Женщина, 65 лет: «Журнал "Антенна", там же тоже, как выходные дни провести, но там иногда посмотришь цены [...], так не очень-то...»

Модератор: «То есть [имеют значение] деньги, во-первых?»

Женщина, 65 лет: «Конечно, перед новым годом хочется на "Щелкунчика" сходить, а кошелечек...»

Мужчина, 63 года: «"Иронию судьбы" смотрите, как положено».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

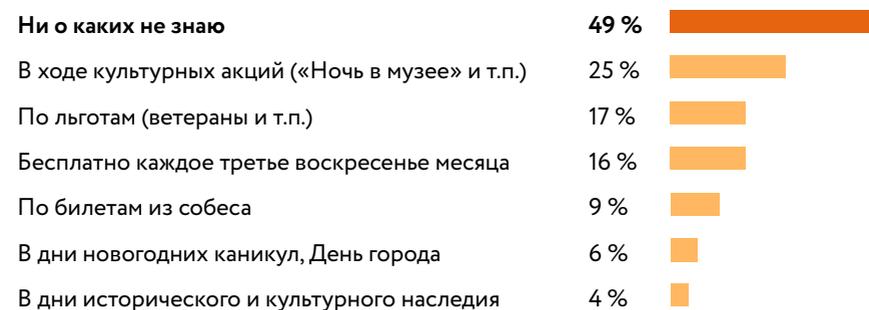
В ходе обсуждения участники фокус-групп отмечали, что готовы платить за одно посещение учреждения культуры небольшие деньги: «200 рублей» (мужчина); «какие-то символические деньги должны быть, рублей 300–500» (женщина); «в промежутке что-нибудь до 1000 я могу себе позволить» (женщина, 65 лет). Материальная стесненность выступает лейтмотивом фокус-групп как с неработающими, так и с работающими пожилыми людьми.

В связи с финансовыми сложностями для пожилых москвичей значимыми оказываются льготные услуги. Однако почти половина представителей этой возрастной группы о них ничего не знают. Лишь четверть (25 %) людей старшего возраста осведомлены о возможностях бесплатного посещения событий в рамках городских культурных акций. О повседневных льготах — бесплатных билетах для ветеранов, услугах собеса, пенсионных фондов, центров социального обслуживания — знает еще меньше горожан.

Лишь четверть людей старшего возраста осведомлены о возможностях бесплатного посещения событий в рамках городских культурных акций.

Диаграмма 12

О каких возможностях бесплатно посещать учреждения культуры знают пожилые люди



Барьер занятости

Объясняя, что мешает активнее участвовать в культурной жизни, к аргументу «Не хватает времени» прибегают чаще других две категории пожилых москвичей. Прежде всего — работающие люди пенсионного возраста. Работа в данном случае выступает конкурентом учреждений культуры, так как сокращает количество свободного времени и требует эмоциональных и физических затрат.

«Так-то вот работа съедает все, вот это хочу сказать, и все очень дорого».

*Из фокус-группы с горожанами старшего возраста,
женщина, 65 лет*

Также на нехватку времени ссылаются те, кто сидит с внуками. У 75 % московских пенсионеров есть внуки, 59 % из них проводят с ними много времени — каждый день или несколько дней в неделю.

Однако это не является непреодолимой преградой для учреждений культуры. Как уже упоминалось, люди, проводящие время с подрастающим поколением, готовы ходить в учреждения культуры, даже если у них нет времени «на себя». Их можно привлекать с помощью мероприятий, ориентированных на семейную аудиторию.

Конечно, формально визит с ребенком в учреждение культуры не тождествен самостоятельному участию взрослого в городской культурной жизни, однако совместное посещение может пробуждать интерес и способствовать вовлечению в дальнейшем.

«С ребенком ходил в кукольный театр на Таганку, более-менее ради ребенка, ему понравилось. А вот "Остров сокровищ"»

замечательно понравился и ему, и мне, современное зрелище, потому что большое, грандиозное, красивое».

*Из фокус-групп с горожанами старшего возраста,
мужчина, 74 года*

Иногда занятость и уход за внуками пересекаются, создавая серьезную нагрузку на респондентов.

«Сейчас ему [внуку] 4 исполнилось. Естественно, он ходит в садик. Полшестого встаем, чтобы к восьми часам приехать к своим детям, чтобы они поехали на работу, и все. Я домой возвращаюсь в 9, то есть я дня не вижу, то есть я своими личными делами, когда сижу со своим внуком, у меня их нет. А вечером ничего, я прихожу [с работы], валюсь и все, и вся моя жизнь, и все. И какое тут уже культурное мероприятие или театр?»

*Из фокус-групп с горожанами старшего возраста,
женщина, 65 лет*

Сохранение работы или «создание» ее субститута позволяет получить подтверждение собственной включенности в социальный процесс и мобилизовать силы. Личная востребованность, возможность не ощущать себя «стариком» — не менее, а, вероятно, даже более важная причина продолжать работать, чем финансовый фактор.

Женщина, 65 лет: «Еще знаете что, когда прекращаешь работать, то пенсионеры становятся обезличенными. Это пенсионер, и уже никто не понимает, что человек состоялся в профессии, что он что-то значил на какой-то работе. А если уходишь с работы, то ты никто, вот я вам точно говорю».

Мужчина, 63 года: «Уходишь с работы, и время умирать».

Женщина, 55 лет: «Становится потерянным для общества человек».

Женщина, 65 лет: «Никто не поймет, например, что вы имели какое-то образование. Унижает это, обезличивает совершенно».

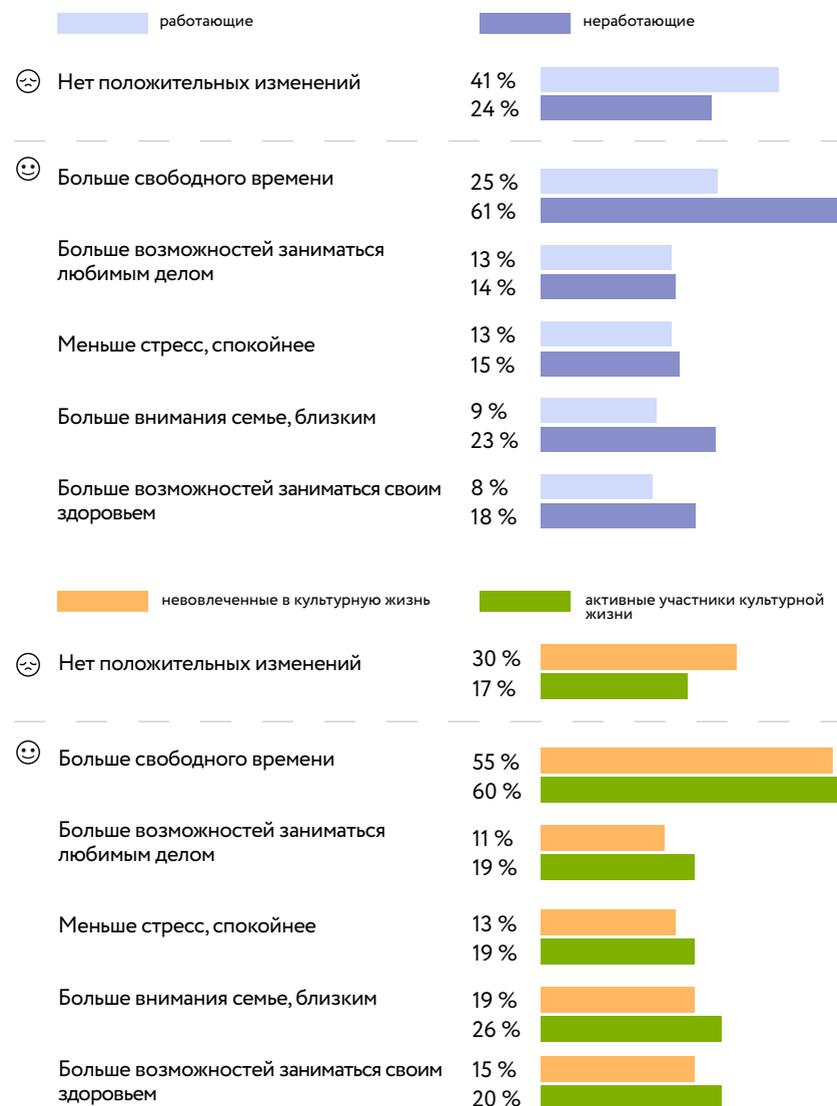
Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

Схожий с включенностью в трудовую деятельность набор ощущений дает активное вовлечение в культурную жизнь города. Однако ключевое различие в самоощущении работающих пенсионеров и активных участников культурной жизни можно увидеть в тех ассоциациях, которые пожилые горожане связывают со старостью. Достигшие пенсионного возраста, но продолжающие работать люди реже связывают с этим жизненным этапом позитивные ассоциации.



Диаграмма 13

Изменения в жизни, которые произошли после выхода на пенсию



Посещение учреждений культуры лучше, чем сохранение рабочих связей, сказывается на переживаниях, связанных со старостью. Более того, даже те горожане, кто не работает и не сильно вовлечен в культурную жизнь, все равно оценивают свое положение лучше, чем те, кто продолжает работать.

Барьер компетенции: отношение к современной культуре

Как показало исследование, люди старшего возраста часто испытывают сложности с восприятием современной культуры. В рамках массового опроса сравнительно малое число пожилых москвичей прямо высказывают недовольство современной культурой: среди причин, которые мешают пожилым людям активнее участвовать в культурной жизни, недовольство современной культурой заняло скромные 3 %. Однако на фокус-группах эта тема неизменно находила горячий отклик. Негативное отношение к современной культуре часто свидетельствует о нехватке компетенции.

Предвзятое отношение и нежелание ближе знакомиться с современной культурой становятся для пожилых людей весомым поводом для того, чтобы ограничить досуговый репертуар, исключив из него множество мероприятий и практик.

Недовольство современной культурой регулярно отмечалось респондентами на групповых обсуждениях. Наиболее эмоциональные реакции у пожилых горожан вызывает, пожалуй, театр.

«Я не понимаю, черно-белые тона, полуголые носят, корячатся, то стул так поставят, то под стол, все. Я туда больше ни ногой!»

*Из фокус-групп с горожанами старшего возраста,
женщина, 55 лет*

Театр — один из любимых видов досуга старшего поколения, привычка к его посещению сложилась у них еще в молодости. Однако театр объективно изменился: люди приходят с ностальгическими воспоминаниями, но они не совпадают с реальным опытом.

Женщина, 55 лет: «Я консерватор, мне сейчас тяжелее ходить в театр. Почему? Потому что у меня была возможность посмотреть вот этих старых актеров. Когда идет та же постановка, у тебя идет момент сравнения, вроде бы хорошо играет, но что-то как-то не то, не знаю».

Мужчина, 63 года: «В театр не хожу, потому что я был года 3 назад, и несколько раз мне такие спектакли попадались, что просто уже нет желания. Артисты нашего времени уходят, ушли уже многие, и поэтому как-то не очень интересно».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

Театр нагляднее всего демонстрирует изменение нормативных установок, которое переживается особенно остро в силу минимальных границ между исполнителем и зрителем. При этом выход с «плохого» представления психологически переживается сложнее, чем, скажем, переход от не понравившейся картины к другой на выставке.

«Вообще никакой одежды на артистах такой, какой положено, нету. Не знаю, мне теперь неинтересно как-то смотреть, даже не поймешь, про что этот спектакль. К Калягину — там про наркоманов смотреть, это же вообще, так на психику давит...»

*Из фокус-групп с горожанами старшего возраста,
женщина, 64 года*

Неудачный опыт посещения театра переживается болезненно также и потому, что это дорогой досуг. Пережив (однажды или неоднократно) разочарование, пожилые горожане вообще отказываются от походов в театр.

«Несколько раз просто меня приглашали, я пошла просто из уважения на подобные спектакли, и для себя отметила, что я начинаю разочаровываться в сценическом искусстве, вы понимаете».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 57 лет

Именно непонимание, «что хотел сказать художник», «что это значит», приводит к тому, что современному искусству люди отказывают в праве считаться искусством.

В результате скептическое отношение экстраполируется на всю современную культуру. Иногда скепсис распространяется «заочно»: определенное явление исключается из досугового репертуара не в силу личного с ним знакомства, а благодаря медиаосвещению в ограниченном информационном пространстве. Как современное искусство воспринимается то, что показывают по наиболее доступным каналам информации.

Модератор: «Современное искусство вообще не искусство?»

Мужчина, 63 года: «Это одноразово. Я сам участвовал в съемках [телевизионного сериала], серия снимается буквально часов за 6, два-три дубля и все, потоком идут съемки. Что там

можно снять? Причем, берут артистов каких-то с улицы, не берут артистов-профессионалов, берут с улицы, которые ничего не играют и говорят приблизительно к тексту».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

По приведенной цитате мы видим, что телевизионный сериал приравнивается к современному искусству в целом. Здесь можно говорить о барьерах компетенции. Компетенцию мы понимаем в данном случае как способность не только распознавать новый культурный опыт, но и успешно участвовать в той или иной досуговой деятельности, которая соответствует ожиданиям человека и ожиданиям других по отношению к нему.

Представления о собственных способностях, ограничениях и соответствии нормативному образу участника культурной практики определяют досуговый репертуар пожилых людей не меньше, чем финансы или состояние здоровья. Досуговая компетентность, как и любая другая, зависит от регулярности и частоты практики. Однако иногда дело даже не доходит до получения реального — удачного или неудачного — опыта и проверки необходимых навыков: досуговый репертуар ограничивается уровнем представлений «издалека».

Модератор: «Есть места, в которые вы не пойдете, потому что кажется, что это не ваше или не по возрасту?»

Женщина, 60 лет: «Винзавод».

Модератор: «А что смущает?»

Женщина, 60 лет: «Не знаю, я вообще не представляю себя на этой выставке, просто не представляю».

Модератор: «Вам издалека не нравится, не нравится то, что про него слышали?»

Женщина, 60 лет: «Да. [...] Я очень плохо отношусь к современным инсталляциям».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

У недовольства пожилых москвичей современной культурой есть еще одна грань, которую обнаруживает анализ отношения к изобразительному искусству. Искусство переживается респондентами как то, что способно вызывать эмоции, при этом не обязательно позитивные.

«Я на выставке Чюрлёниса была, еле выползла... Чуть не заболела. Впечатления тяжелые!»

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 59 лет

Провоцировать эстетические переживания, по словам участников дискуссий, может лишь понятный объект. Именно непонимание, «что хотел сказать художник», «что это значит», приводит к тому, что современному искусству люди отказывают в праве считаться искусством. При этом стоит заметить, что искусство Древнего Египта, или средневековые миниатюры, или другие далекие от реализма жанры точно так же нуждаются в пояснении и переводе для адекватного переживания. Но этот факт респондентами зачастую не осознается, так как указанные жанры вписаны в «школьный», общепринятый канон искусства.

Респонденты нередко осознают, что им не хватает инструментов для осмысления современного искусства, и, следовательно, расположены услышать объяснение.

Нельзя утверждать, что сложности для понимания являются непреодолимым барьером — однако учреждения культуры, работающие с современным искусством, должны взять на себя разъяснительную работу.

Женщина, 68 лет: «Я побывала на выставке Казимира Малевича и в шоке ходила, думала, е-мое, вообще ни о чем, там же сколько квадратов, их же там пять вариантов, и кубизма картины. Поэтому я специально пошла на лекции, и оказалось, что большим смысл оказывается».

Женщина, 55 лет: «Может быть, а может, я не доросла для этого языка или постарела».

Мужчина, 70 лет: «А весь мир говорит, что "Черный квадрат" — это шедевр».

Женщина, 64 года: «Но этому есть объяснение, "Черному квадрату"! Это название нашей истории! Он создавался, поэтому люди подсудно видят другую ситуацию, другую Россию, но это не все просто знают. И никто это не объясняет».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

Перспективы разъяснительной работы тем значительнее, что респонденты нередко осознают, что им не хватает инструментов для осмысления современного искусства, и, следовательно, расположены получить комментарии, объяснения — у них есть запрос на понимание*.

Чтобы преодолеть предубеждения, горожанам третьего возраста необходим «проводник» в самом учреждении культуры. Его задача — помочь старшему поколению избавиться от страха перед новизной,

*Примечательно, что в разных фокус-группах именно Малевич всплывает в качестве парадигмального примера современного искусства.

а также чувства, что на них «косо смотрят». Роль проводника может выполнять сверстник экскурсантов. Успешным примером привлечения людей старшего возраста в качестве гидов выступают «Красные куртки» английского города Экзетер — пожилые энтузиасты краеведения, прошедшие специальную подготовку, проводят экскурсии по городу и окрестностям⁵. Немало пожилых гидов и среди экскурсоводов английского Национального общества охраны памятников (National Trust)⁶.

Знакомство с современным искусством: социальный эксперимент

Чтобы посмотреть, как будет проходить усвоение нового опыта в комфортной обстановке, в группе людей одного возраста и с экскурсоводами, мы провели эксперимент. К участию были привлечены десять людей старшего возраста (от 55 до 70 лет). Эксперимент проводился в Музее современного искусства «Гараж», т.е. там, где собраны работы, к которым люди старшего возраста относятся обычно критически — они им «не понятны».

Экскурсию проводили два гида, подробно рассказывая о каждом экспонате и отвечая на возникавшие вопросы. После экскурсии прошло обсуждение, в ходе которого экскурсанты согласились, что получение

нового опыта было для них интересным и легким — в то время как самостоятельное посещение такого учреждения и даже визит с семьей спровоцировали бы негативные переживания.

Барьер компетенции: самовосприятие

Одной из причин нежелания пожилых москвичей обращаться в государственные службы поддержки становится отказ идентифицировать себя с объектом опеки. Люди стесняются демонстрировать окружающим свой возрастной статус. Неприятие может распространяться не только на государственные службы, но и на учреждения культуры, и в особенности на мероприятия, адресованные третьему возрасту. Срабатывает социальная (само) стигматизация по возрастному статусу.

«У нас часто проводятся такие массовые мероприятия, но меня останавливает то, что я боюсь и не люблю большие сборища, хочется как-то так... Неприятно. Большие сборища пенсионеров отталкивают».

*Из фокус-групп с горожанами старшего возраста,
женщина, 56 лет*

Хотя многие из горожан третьего возраста чувствуют себя еще полными сил, общество маркирует их как непригодных к активной жизни. Обращение в организации социальной защиты связано для них с психологическим дискомфортом: это означает признание себя объектом опеки, не вполне самодостаточным человеком, который не может обеспечить собственный досуг.

«Это плохая идея [идти в собес], потому что, например, мне было бы стыдно там стоять со всеми пенсионерами. Тут и так морально подавливает, что все уже, "тю-тю" поезд твой, а тут я еще пойду за билетами в очередь стоять в собесе!»

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 67 лет

В ходе нашего предыдущего исследования культурных практик старшего возраста была выявлена и другая сторона барьера компетентности: пожилые горожане сами начинают сомневаться в том, что отдельные формы культурного досуга или такой досуг в целом подходят, приличествуют людям их возраста. В результате они сознательно исключают ряд культурных практик из своего досугового репертуара. Как правило, это практики, которые ассоциируются в нашей культуре с молодым возрастом и связаны, в частности, с физической активностью (танцы, велосипеды, ролики и т.п.).

«Когда эти полутрупы, на которых даже нам, старикам, смотреть страшно, ходят на танцы, мне, с одной стороны, их жаль. А с другой стороны — смех, никакой жалости они не вызывают. [...] Да вообще люди пенсионного возраста не должны ходить туда, заниматься этим даже стыдно. [...] Нам, старикам, надо думать не о том, что душа поет, а о том, с чем ты предстанешь [перед Богом]».

Из глубинных интервью с москвичами старшего возраста

Легитимация таких практик в представлении горожан может происходить, если предложение будет исходить

от формальной инстанции. Виды досуга, которые предлагают организации социальной поддержки, могут восприниматься как нормативные и социально приемлемые, что для этой возрастной группы особенно важно³.

Фокус-группы показали, что с возрастом увеличивается лояльность к деятельности поддерживающих организаций. Более пожилые представители группы нередко предъявляют запрос на их услуги, получают желаемое и остаются довольны.

«Совет ветеранов отлично работает, и кто на ногах пенсионеры, ой, они там тусуются, просто вообще очень здорово».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 69 лет

Мероприятия, организованные советами ветеранов, профсоюзами или предприятиями, привлекательны в силу того, что освобождают от необходимости самостоятельно искать информацию и выбирать из вариантов; снижается также стоимость посещения. В отдельных случаях может решаться и вопрос подходящей компании (сослуживцы, соседи, сверстники) и перемещения (если выделяется отдельное транспортное средство) — что значимо для многих людей старшего возраста³.

«На автобус организовали бы, пригласили бы, вот мы сели бы и по [Садовому] кольцу бы проехали. Или хотя бы в Москве, по таким местам хорошим, по церквям [бы нас] повозили, [а] не пешком спотыкаясь. Я плохо в метро — эти ступеньки...»

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 55 лет

Таким образом, поддерживающие организации могут эффективно выполнять роль посредника между пожилыми горожанами и учреждениями культуры: формировать позитивное отношение к «неподобающим» с точки зрения пожилых людей практикам, например, предлагая мероприятия, связанные с физической активностью. Такие меры позволят создать имидж поддерживающих организаций как мест для активного и разнообразного времяпрепровождения.

Барьеры ограниченного предложения

Рассматривая барьеры участия в культурной жизни, нельзя не коснуться проблемы ограниченного предложения для старшей возрастной группы. Мероприятия, которые предлагают поддерживающие организации, часто отбираются по остаточному принципу. Людям предоставляют не то, что они хотели бы посетить или посмотреть сами, а то, что — используя советскую идиому — «сегодня выкинули».

«Я пришла, и мне это даром не нужно. Я не хочу такие спектакли, которые [...] вообще не интересные и [на которые театры] не заполняются, [и поэтому билеты на спектакли передали в службы государственной поддержки]. Вот они и стараются, чтобы еще 100 рублей или 200 заплатили».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 65 лет

Более того, в некоторых случаях выбор культурного предложения просто невозможен, потому что выбирать не из чего.

Женщина, 64 года: «Когда я обратилась в наш пенсионный фонд узнать — мы билеты купили

за деньги, там небольшая стоимость, — мне сказали: "Ой, вы знаете, у нас нет ничего, мы не знаем". Все, вот так, и пожалуйста, и что, дальше идти по всем и спрашивать?»

Женщина, 65 лет: «Один раз спросили [в организации соцзащиты] — "А у нас такого нету"».

Женщина, 57 лет: «Я пошла на пенсию, пришла в центр социального обслуживания, я им говорю: "Вот мой телефон, вот мои интересы: академическое пение, музыка классическая, что-то такое спортивное, какие-то такие экскурсии, на природу". Так что вы думаете? Они мне вообще не звонят».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

Сотрудники организаций социальной защиты зачастую оказываются неспособны помочь с выбором, подобрать интересный вариант досуга — в результате ожидания человека не оправдываются и он разочаровывается.

Очевидной становится необходимость взаимодействия между органами государственной поддержки и учреждениями культуры, а также совершенствования внутренних механизмов работы. Это нужно для того, чтобы не распространять билеты на мероприятия по остаточному принципу, а предоставлять пожилым людям разнообразные варианты и возможность выбора. Совершенствование механизмов предполагает повышение компетенции сотрудников органов поддержки: они должны консультировать по досуговому предложению (информацию предоставляют сами учреждения культуры) и адресно информировать (обзванивать) горожан, оставивших запрос на их услуги⁷.

Пожилые мужчины в 1,5 раза менее интенсивно участвуют в культурной жизни, чем женщины.

Другая сторона ограниченности досуговых предложения кроется в гендерном различии. Как показывают исследования, участие мужчин в культурной жизни в целом менее выражено, чем участие женщин. С возрастом этот показатель только продолжает снижаться: в среднем пожилые мужчины в 1,5 раза менее интенсивно участвуют в культурной жизни, чем женщины. Одно из возможных объяснений заключается в том, что в настоящий момент учреждения культуры не могут предложить виды досуга, способные заинтересовать мужчин.

«Во-первых, цены кусаются. Во-вторых, не всегда пойдешь, в основном, мероприятия больше для молодежи и среднего возраста, уже мы, допустим, приходим, то ли в основном одни женщины, которым [интересно пообщаться]. А мужчины вообще не посещают данные мероприятия — уже все это неинтересно».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, мужчина, 62 года

Аналогичная ситуация складывается в сфере дополнительного образования, которое может быть частью предложения учреждений культуры.

«Есть люди, которые ходят, может быть, кто-то рядом живет. Но клубы как-то на более спокойный образ жизни рассчитаны: на вязание, на рисование, а на футбол в моем возрасте уже тяжело. А шахматы, шашки — мне добираться не очень удобно и меня не тянет, у меня нет потребности в этом».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, мужчина, 74 года

Получается, что большая часть клубов рассчитаны на женский досуг. Основные предложения, связанные с искусством, не представляют интереса для мужчин третьего возраста.

Значительная гендерная диспропорция наблюдается и в случае с посетителями университетов третьего возраста*. Как замечает геронтолог и общественный деятель Эдуард Карюхин, факультеты УТВ ориентированы на женщин: *«Они [женщины] хорошие, они красивые. Они веселятся там. Порхают, вяжут, бисер и так далее. Там нечего делать мужчинам. Понимаете? Ни бисер метать, ни шить или вязать не хотят. И даже не хотят с этими бабушками чаи пить и реже ходят, посещают там вечера знакомств, и так далее. Некоторая там повернутость в иные сферы, которые мы не можем предложить, ни мы — геронтологи, ни культурологи. Что предложить? Понимаете, по-моему, никто шибко об этом не думает».*

*УТВ — форма работы с пожилыми людьми, включающая в себя организацию просветительских и учебных курсов, творческих мастерских, курсовое обучение по различным программам. Основная цель проектов, запущенных во многих городах страны, — это создание условий для изменения стереотипа поведения и жизненных установок пожилых людей: уход от пассивной, потребительской позиции и формирование новой модели поведения путем вовлечения пожилых людей в образовательный процесс и разработку общественно значимых проектов, увеличения степени их участия в общественной жизни.

Чтобы культурный продукт соответствовал ожиданиям пожилой аудитории, необходимо вести постоянный мониторинг запросов и оценивать впечатления от посещения культурных мероприятий.

Проблема отсутствия адресного предложения для мужчин связана в целом с тем фактом, что Москва вытесняет пожилых горожан из публичных пространств. Социолог и специалист по городскому планированию Елена Чернова отмечает, что общественные пространства в Москве конструируются искусственно, «спускаются сверху»,

а не формируются обществом⁸. Такое пространство зачастую не соответствует интересам и потребностям отдельных социальных групп, в первую очередь — пожилых горожан. Собственную неуместность в общественных пространствах столицы чувствуют как мужчины, так и женщины старшего возраста. Каждый находит свой способ борьбы с этим чувством. В результате роль «настоящих», не навязываемых общественных пространств начинают выполнять пространства «распределенного образа жизни»*: для мужчин такими пространствами могут стать, например, гаражи⁹.

Модератор: «Так почему мужчины не ходят в учреждения культуры?»

Мужчина, 67 лет: «Вы просто не бываете в гаражах и других помещениях, у нас там половина гаражей пустые, и люди занимаются, и мебель собирают, и машины интересуют, и как свои кружки по интересам, и не только в нашем, где я имею отношение. В других точно так же, мужчина свои места пребывания и общения, про рыбалку говорят, про грибы, этим занимаются. Я знаю организации, которые этим занимаются, складские помещения заброшенные, кто хочет этим заниматься, они там чем-то занимаются, производством каким-то столярным, токарным и прочее».

Мужчина, 62 года: «Гаражи устраивают как квартиры».

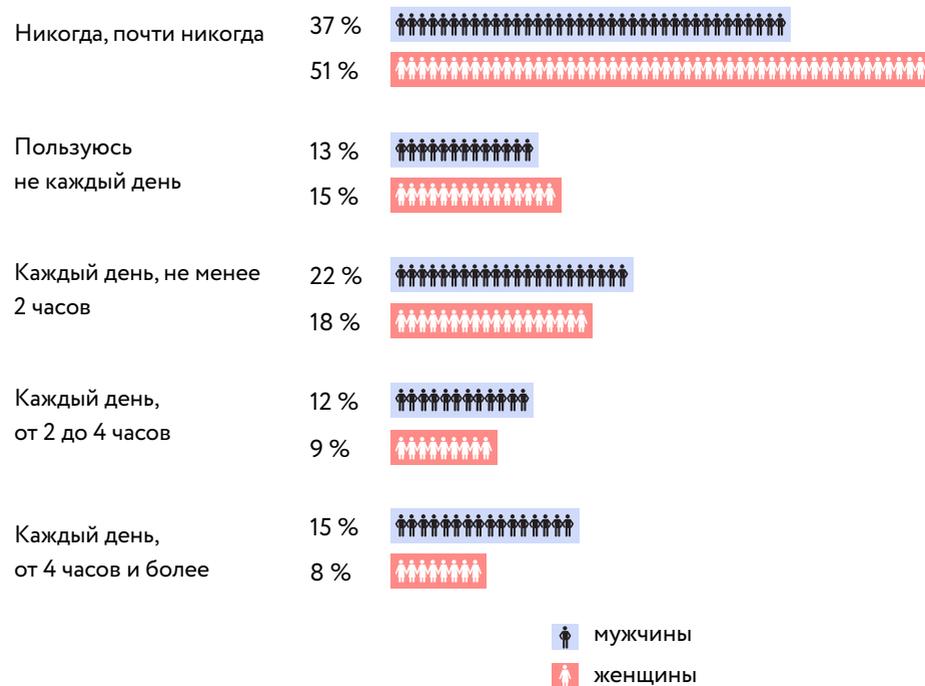
Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

Другой альтернативой участия в культурной жизни, свойственной скорее мужчинам, чем женщинам, оказывается привычка проводить время в интернете. Мужчины старшего возраста в целом активнее, чем женщины, пользуются интернетом.

*Согласно мнению социолога Симона Кардонского, распределенный образ жизни — это тип социальных связей, который возникает, когда «люди живут на два или более дома», квартиры, а также, например, дачу или гараж. В таком жилье, которое В. Вгаин определил как «совокупное», нуклеарная семья существует лишь номинально, а «на самом деле» доминирует многопоколенческий тип семьи, распределенной по разным домам и другим хозяйственным и жилым пространствам¹⁰.

Диаграмма 14

Взаимосвязь гендерной принадлежности и частоты использования интернета



Интернет предоставляет возможности досуга, с которыми, в случае личной расположенности респондента к такому виду отдыха, трудно (но возможно) конкурировать учреждениям культуры: мгновенный доступ к широкой палитре культурных впечатлений и возможностей. Важно при этом, что, в отличие от телевидения, интернет предоставляет практически неограниченную свободу выбора, что именно человеку смотреть, читать или слушать, с кем общаться.

«Интересна мне живопись, я смотрю в интернете, по любому музею мира путешествую, когда хочу. Дальше фильмы, интересуюсь современными, которые Каннский кинофестиваль, Венецианский фестиваль, кто победил, они еще у нас в прокат не вышли, я их в интернете смотрю. Большой теннис люблю, все соревнования смотрю, то есть я все нахожу в интернете. Мне ходить не надо».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, мужчина, 74 года

В случае с женщинами, по данным фокус-групп, учреждение культуры выступает в значительной степени площадкой для очного общения, социальной коммуникации (в том числе невербальной), которую интернет заменить не может.

Женщина, 55 лет: «Хочется какого-то контакта».

Женщина, 65 лет: «Настроение поднимается, в интернете вы сидите один, вам хочется что-то сказать, а рядом никого нет...»

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста

Женщины старшего возраста предпочитают виртуальному культурному досугу реальное посещение учреждений культуры. По данным фокус-групп, они осведомлены о различных бесплатных мероприятиях в учреждениях культуры, а также знакомы с предложениями близлежащих клубов по интересам. Ходить или нет на подобные секции — их сознательный выбор.

Учреждениям культуры конкурировать с пространствами распределенного образа жизни, будь то дачи или гаражи, достаточно сложно в силу

1. Изучение вкусовых предпочтений в сфере культуры и ценностных ориентаций москвичей. МИСКП, готовится к публикации.

2. Успех и будущее городских культурных акций: «Библионочь» и «Ночь в музее». МИСКП, 2015.

3. Культурный досуг людей пенсионного возраста. МИСКП, 2014.

4. Механика Москвы. Исследование городской среды. МИСКП, 2015.

5. Exeter City Council.

6. National Trust.

7. Подробнее о досуговом консультировании см.: Mancini J.A., Orthner D.K. Leisure Time, Activities, Preferences, and Competence: Implications for the Morale of Older Adults // Journal of Applied Gerontology. 1982. № 1. P. 95–103

принципиально различных функций. Учреждения культуры — пространства публичные, в то время как пространства распределенного образа жизни тяготеют к приватности, уединению.

Тем не менее, учреждения культуры способны предоставлять горожанам свои ресурсы — т.е. становиться площадками, тематическое наполнение которых могут регулировать сами пожилые москвичи. Так происходит в ЦТИ, где группа женщин старшего возраста получила помещение для занятий художественного кружка — в нем велись занятия, хранились работы и проводились выставки; участницы кружка использовали его для встреч и чаепитий. Для поддержания качества таких проектов важно, чтобы помимо горожан в них участвовал также сотрудник учреждения культуры.

Чтобы культурный продукт соответствовал ожиданиям пожилой аудитории, необходимо поддерживать партнерские отношения с его потребителями. Пожилые люди, как говорилось выше, в первую очередь определяют себя через собственный опыт, которому соответствуют некоторые представления и запросы.

Эдуард Карюхин замечает: «Есть такое положение, которому я следую так жестко. Первое — ничего не делать без пожилых. То есть не принимать решений и ничего не предлагать вот как бы от себя, без определения их пожеланий и умений. Я не думаю, что это, скажем, важно и для других типов, особенно для подростков. Дело в том, что пожилые люди — это люди с богатым опытом, с богатым представлением о жизни, если это [культурное предложение] не отвечает их внутренним посылам, это будет лишняя трата времени, ресурсов».

8. Почему общественные пространства в России — это имитация урбанистики. 2014.

9. Алло, гараж: как на самом деле выглядят общественные пространства в России // Афиша Daily. 24.07.2015.

10. Кордонский С. В деле // Философско-литературный журнал «Логос». 2000.

11. Mancini J.A. Orthner D.K. Leisure time, activities, preferences, and competence: Implications for the morale of older adults // Journal of Applied Gerontology. 1982. № 1. P. 95–103.

Ключевые идеи

- 1 Досуговые практики людей старшего возраста ограничены финансовым барьером: пожилые горожане готовы платить за разовое посещение мероприятия 200–1000 рублей. Это говорит о необходимости расширения льготных и бесплатных программ и мероприятий, а также развития программ лояльности, абонементов, бонусов, поощряющих культурное участие.
- 2 У пожилых горожан с активной культурной жизнью на первый план также выходят финансовые ограничения. У этих людей уже есть ярко выраженный запрос, и он мог бы стать еще интенсивнее, если бы учреждения культуры (особенно негосударственные) принимали в расчет их финансовую ситуацию.
- 3 В настоящий момент жители старшего возраста слабо информированы о льготных возможностях, которые им предоставляет город. Неотъемлемым элементом источников должна стать информация о возможности бесплатных/льготных посещений.
- 4 Представители старшего возраста в целом инертны по отношению к получению информации. Это повышает важность адресного информирования — оно должно осуществляться на уровне каждого почтового ящика, информационного стенда у каждого подъезда.
- 5 Пожилые москвичи более позитивно настроены по отношению к полиграфической продукции, попадающей в их почтовые ящики, чем другие возрастные группы. Буклеты, газеты, освещающие культурную жизнь, должны отличаться высоким качеством, что свидетельствует об уважении к читателю.
- 6 Пожилые москвичи полагают, что районные газеты — наиболее простой и удобный способ информирования о культурной жизни столицы. Это касается даже тех, кто черпает информацию в других источниках — например, интернете.

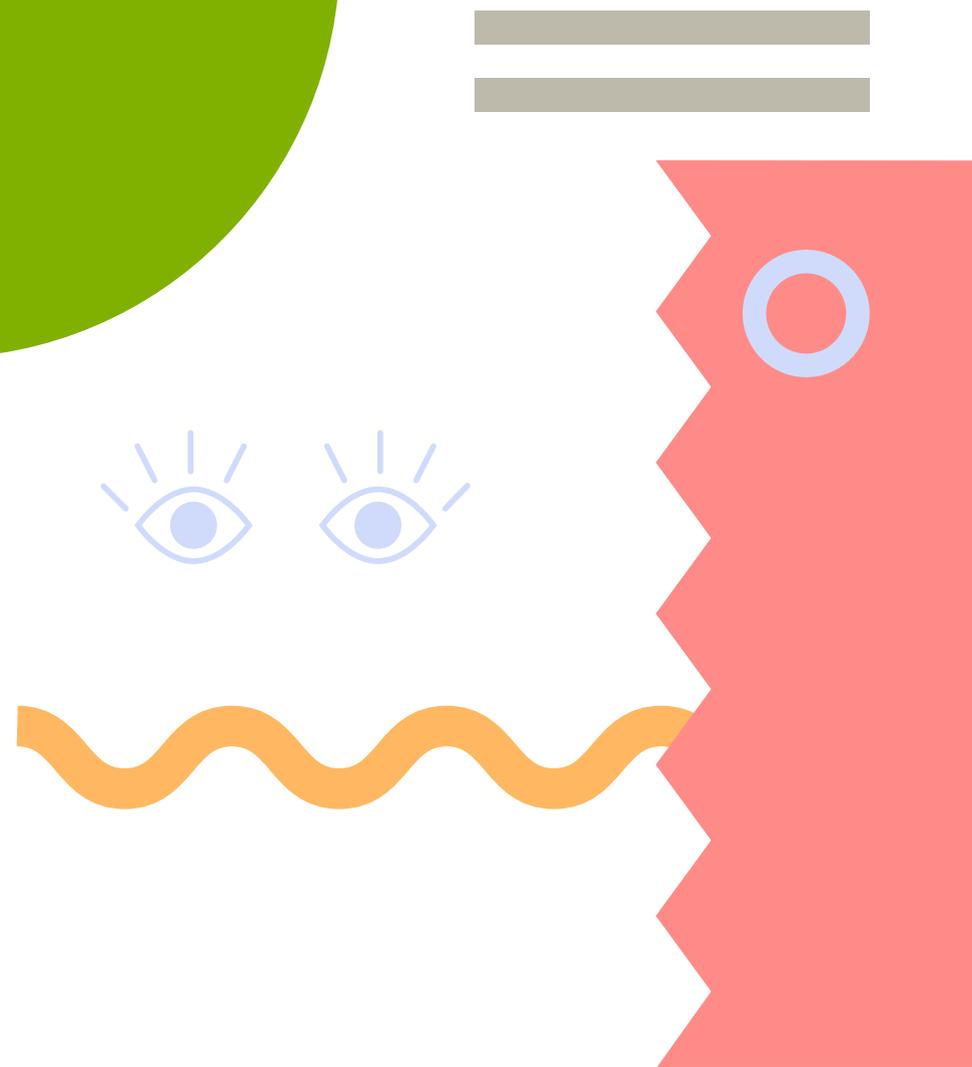
- 7 Альтернативой печатному изданию может стать портал о культурной жизни столицы или специализированные вклады (льготные посещения, районные мероприятия) на существующих сайтах «Афиша», KudaGo.ru и пр., которые будут целенаправленно продвигаться среди аудитории третьего возраста.
- 8 Развитие и повышение качества веб-сервисов учреждений культуры перспективно для тех пожилых горожан (в первую очередь мужчин), которые предпочитают реализовывать культурные запросы через интернет.
- 9 С возрастом повышается лояльность людей по отношению к организациям социальной защиты. Досуг, предлагаемый поддерживающими организациями, представляется горожанам третьего возраста более удобным в силу снятия пространственных, финансовых и информационных барьеров.
- 10 Люди старшего возраста сталкиваются с проблемами восприятия современного искусства — оно кажется им непонятным. Чтобы преодолеть предубеждения, необходим «проводник» в самом

учреждении культуры. Кроме того, продвижение новых форм искусства среди пожилых москвичей требует от учреждений культуры проработки дополнительных материалов: экспликаций, видеофильмов, лекций, приуроченных к открытию выставок, а также бесплатных экскурсий.

- 11 Учреждения культуры могут предоставлять пожилым горожанам площадки, которые те могли бы использовать для реализации своих культурных потребностей. Таким образом учреждения культуры могут составить конкуренцию пространствам распределенного образа жизни — дачам, гаражам и т.п.
- 12 Необходимо помогать пожилым людям отказываться от предубеждений о «подобающих» и «неподобающих» им видах досуга: это можно делать с помощью мероприятий, ориентированных на различные возрасты. Учреждения культуры могут работать с этими стереотипами — например, используя в рекламных акциях позитивные образы посетителей старшего поколения.

- 13 Проекты, ориентированные на людей третьего возраста, должны подразумевать внимательный анализ их запросов. В идеале, следует привлекать участников к планированию, а также включать возможность делиться опытом в самую суть проекта.
- 14 Учреждения культуры могут создавать совместные программы с университетами третьего возраста. Это отвечает принципу вовлечения через обучение.
- 15 При органах государственной поддержки или локальных учреждениях культуры (лучше всего на эту роль подходят библиотеки) мы рекомендуем организовать службы досугового консультирования¹¹. Такими консультантами могут стать активисты из группы старшего возраста: их рекомендации будут вызывать больше доверия у ровесников.

Аудитория старшего возраста: характеристики групп



В предыдущих главах мы рассмотрели москвичей третьего возраста как цельную социальную группу: описали их досуговые практики, рассказали, что приводит их в учреждения культуры и какие факторы могут этому препятствовать. Детальный анализ позволяет выделить среди москвичей третьего возраста пять групп в зависимости от их досуговых предпочтений*. Принадлежность людей старшего возраста к тому или иному «культурному типу» определяют три главных фактора: состояние здоровья, материальное положение, интенсивность социальных контактов.

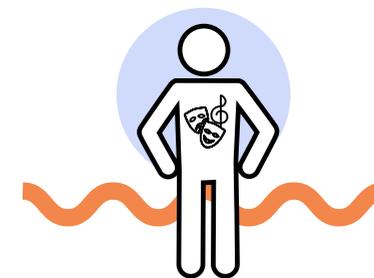
Любители прогулок — 38 %. Самая старшая из исследуемых групп. Фактор здоровья играет для них определяющую роль. В связи с финансовыми ограничениями они стремятся укрепить здоровье с помощью самого доступного способа — прогулок.



*Количественные данные, на основе которых сформированы кластеры, подробно представлены в Приложении 4.

Любители культуры — 22 %.

Предпочтительный вид досуга для этой группы — это посещение учреждений культуры. Они чаще представителей других групп позитивно оценивают свою жизненную ситуацию. Среди всех групп именно у них самый высокий доход и больше всего друзей и знакомых. Они уверены в себе и открыты новому опыту.

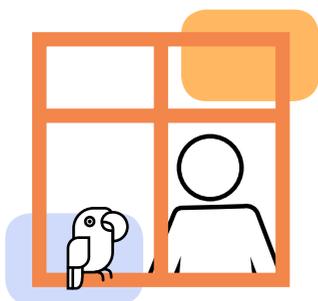


Занятые — 5 %. Представители этой группы или продолжают работать, или возводят уход за внуками в ранг работы. Причины, по которым они это делают, — страхи перед материальными сложностями и выпадением из социального контекста. Эта тактика приносит свои плоды. И уровень дохода, и социальный капитал у них на достаточно высоком уровне.

Но это не всегда приносит удовлетворение: среди занятых меньше людей, довольных своей жизнью, чем в других исследуемых группах.

Активные потребители — 5 %.

Обеспеченные горожане с выраженным культурным запросом: помимо ресторанов и магазинов, они охотно провели бы половину свободного дня в учреждении культуры. С выходом на пенсию они не только не стали реже посещать театры, музеи, выставки и т.п., но, напротив, делают это чаще. Важная особенность представителей этой группы заключается в том, что они живут с партнером.



Домоседы — 30 %. Из-за сокращения социального капитала эта группа переживает самый мощный спад культурной активности. Домоседы воспринимают свое положение как объективную данность, естественный ход вещей. Они уверены, что все знают и умеют, и не стремятся к получению нового опыта.

Ключевым фактором, который влияет на решение пожилого горожанина остаться дома, является социальный капитал.



Любители прогулок

Любителями прогулок мы называем тех, кто в качестве ответа на вопрос «Как бы вы распорядились своим временем, если бы у вас неожиданно выдалось свободных полдня?» выбрал вариант «Провел бы на свежем воздухе, гулял бы по городу, в парке». Среди горожан третьего возраста их доля составляет 38 %.

«Регулярно в связи с тем, что я живу на Коломенской, я посещаю Коломенский заповедник, и я в восторге от того, что там сейчас происходит, потому что очень большая разница с тем, что было раньше и сейчас».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина

Любители прогулок — самая старшая из исследуемых групп, средний возраст ее представителей — 75 лет. У них самый скромный доход и высокий уровень образования; среди **любителей прогулок** практически никто не работает. Время они тратят

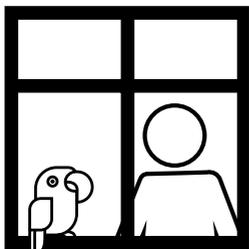
на общение с близкими (чаще, чем представители других групп), домашние дела; отдыхая — смотрят телевизор, слушают музыку и читают книги. В этой группе больше всего тех, кто на досуге занимается творчеством.

Важно, что представители этой группы острее всех ощутили произошедшее с возрастом **ухудшение физического состояния**. В связи с финансовыми ограничениями они стремятся укрепить здоровье с помощью самого доступного способа — прогулок. Обладая высоким культурным уровнем, **любители прогулок**, возможно, и посетили бы учреждение культуры, но сам поход туда воспринимается как требующий серьезных усилий, которые они не готовы на него тратить.

«Иногда себя плохо чувствуешь, действительно. Здоровье — это очень важно, потому что и хотел бы [в учреждение культуры], но вот давление, прык! Прыг, и все, уже никуда».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина, 59 лет

Все представители группы отметили, что активнее участвовать в культурной жизни им мешает именно слабое здоровье.



Домоседы

Домоседами мы называем тех, кто в качестве ответа на вопрос «Как бы вы распорядились своим временем, если бы у вас неожиданно выдалось свободных полдня?» выбрал вариант «Предпочел бы провести его дома». Среди горожан старшего возраста их доля составляет 30 %.

Ключевым фактором, который влияет на решение людей старшего поколения остаться дома, является **недостаток социального капитала** — числа слабых, т.е. приятельских связей, которыми располагает человек, а также способности эти связи устанавливать. С выходом на пенсию объем социального капитала снижается. Сокращение числа слабых социальных связей усугубляется тем, что половина **домоседов** живут в одиночестве.

Сужение круга общения приводит к изоляции, но люди не всегда ощущают ее как проблему и не жалуются на недостаток общения. Хотя именно **домоседы** слабее других групп пожилых горожан вовлечены в публичные культурные практики, они не испытывают потребности изменить ситуацию.

Домоседы воспринимают свое положение как объективную данность, естественный ход вещей. Они уверены, что все знают и умеют, и ничему

не хотят учиться. Выход на пенсию не ассоциируется у них с обнаружением новых горизонтов досуга, т.е. дополнительным свободным временем. Они реже других групп проводят время в интернете. Они научились заполнять ежедневный график бытовыми делами, а в качестве основного способа отдохнуть выбирают просмотр телевизора и чтение книг.

Вести более активный образ жизни **домоседам** также мешают проблемы со здоровьем и низкий достаток, который остро переживается.



Любители культуры

Любителями культуры мы называем тех, кто на вопрос «Как бы вы распорядились своим временем, если бы у вас неожиданно выдалось свободных полдня?» ответил, что «провел бы его в учреждении культуры (театр, музей, библиотека, кино и т.п.)». Среди горожан третьего возраста их доля составляет 22 %.

Любители культуры, пожалуй, самый благополучный тип пожилых горожан. Они чаще представителей других групп утверждают, что их жизнь наполнена интересными событиями и они ею полностью довольны. Это высокообразованные люди с **наивысшим среди старшего возраста уровнем дохода и значительным социальным капиталом**.

Как показывают исследования МИСКП¹, уровни дохода и образования значительно коррелируют с вовлеченностью в культурную жизнь в целом.

«Очень люблю ходить по художественным галереям, обязательно посещаю два раза в год Третьяковку, раз-два в галерею Глазунова. В театрах была в последнее время, в Сфере, очень понравилось, было посвящено Великой Отечественной войне, песни военных лет, очень понравилось. Также понравилось в театре Ермоловой, спектакль играли очень интересно. Понравилось, хожу в Кузьминки, естественно, люблю очень, тоже Коломенское. Но для себя открыла в центре Москвы на проспекте Мира Ботанический сад, это вообще просто оазис, была впечатлена, там тюльпаны все это в цветении было, очень красиво».

Из фокус-групп с горожанами старшего возраста, женщина

Треть **любителей культуры** работают, но занятость не мешает им участвовать в культурной жизни. Важно отметить, что это высококомобильная группа — **любители культуры** активно перемещаются по городу. Это не вполне типично для пожилых людей: зачастую поездки в центр, особенно на массовые мероприятия, связаны для них со стрессом. Перемещаться на общественном транспорте и находиться в толпе — серьезный вызов для человека третьего возраста.

Однако **любители культуры** готовы посещать массовые культурные мероприятия в центре столицы, что говорит об их высокой включенности в социальную жизнь. Они уверены в себе, открыты новым впечатлениям, доверяют людям и готовы помогать им в различных ситуациях. Эта группа реже других ассоциирует третий возраст с недостатком общения.



Занятые

Занятыми мы называем тех, кто на вопрос «Как бы вы распорядились своим временем, если бы у вас неожиданно выдалось свободных полдня?» ответил, что «поработал (доделал бы то, что не успел, взял бы подработку и т.п.)». Среди горожан старшего возраста их доля составляет 5 %.

Постоянная занятость не обязательно влияет на пожилых людей позитивно: среди занятых меньше людей, удовлетворенных жизнью, чем в других исследуемых группах.

Для представителей этой группы выход на пенсию не ассоциируется с новыми возможностями для самореализации. Это объясняется тем, что более половины представителей **занятых** работают — это значительно превышает долю работающих людей в других группах. Иными словами, с возрастом они не приобрели больше времени «для себя». Более того, значимая доля работающих **занятых** отмечают, что их трудовой график с достижением пенсионного возраста стал даже интенсивнее (возможно, сказывается упадок сил). Причины, по которым **занятые** продолжают

трудиться, — это в первую очередь **страхи перед материальными сложностями и выпадением из социального контекста.**

Другая часть **занятых** — это люди, которые тратят свободное время на уход за внуками, с которыми не живут. Дорога от собственного дома до места жительства внуков занимает время, которое в теории можно было бы потратить на культурный досуг. Собственно, все представители группы отметили, что именно **отсутствие свободного времени** мешает им активнее принимать участие в культурной жизни.

«Придешь домой — и дети. У меня две дочки, четыре внучки, один внук. И до пенсии как-то это не очень ощущалось все, а как только вышел на пенсию — дети меня уговорили не работать больше, говорят, ты нам нужен, — и я теперь занят внуками, и времени остается вообще мало».

Из фокус-групп с людьми старшего возраста, мужчина

«У меня большая собака, мне надо ее выгуливать, поэтому я в парк хожу, а в музей так. Потом, естественно, там внучка, у меня вообще бегом, бегом, бегом, я еле успеваю куда-то сейчас».

Из фокус-групп с людьми старшего возраста, женщина

В целом **занятым** удастся добиться желаемых результатов: уровень дохода у них один из наиболее высоких в исследуемых группах, а, поскольку многие из них продолжают карьеру, сужения круга общения также получается избежать. Представители этой группы чаще остальных используют интернет для поиска информации о культурной жизни. Однако нельзя сказать, что постоянная занятость позитивно влияет на представителей этой группы: среди **занятых** меньше людей, удовлетворенных жизнью, чем в других исследуемых группах.



Активные потребители

Активными потребителями мы называем тех, кто на вопрос «Как бы вы распорядились своим временем, если бы у вас неожиданно выдалось свободных полдня?» ответил, что «провел бы его в кафе, баре, ресторане, торгово-развлекательном центре (в т.ч. в магазинах)». По всей выборке **активных потребителей** — 5 %.

Наличие партнера помогает пожилому человеку преодолеть ощущение, что он попал туда, где ему не место.

Активные потребители — это достаточно обеспеченные (по меркам групп старшего возраста) горожане с выраженным культурным запросом: помимо ресторанов и магазинов, они охотно провели бы половину свободного дня в учреждении культуры. Как и у **любителей культуры у активных потребителей** высокие показатели удовлетворенности своим положением. С **занятыми** горожанами их объединяет частое использование интернета для поиска информации.

Примечательно, что среди всех выделенных групп именно среди **активных потребителей** больше всего тех, кто с выходом на пенсию не только не стал реже посещать театры, музеи, выставки и т.п., но, напротив, делает это чаще.

«Мы с супругой любим посещать все мероприятия: от московского варенья до рождественских праздников и прочее. Это мимо нас не проходит, также по возможности посещаем мы и культурные мероприятия, третье воскресенье каждого месяца, в летний период реже немножко...»

*Из фокус-групп с горожанами старшего возраста,
мужчина, 58 лет*

Важная особенность представителей этой группы заключается в том, что они живут с партнером. Для пожилых горожан этот фактор имеет особое значение: кафе и бары (но не торговые центры) относятся к заведениям, которые люди третьего возраста реже всего посещают в одиночестве, считая их неподходящими своему возрасту. Наличие партнера помогает пожилому человеку преодолеть ощущение, что он попал туда, где ему не место.

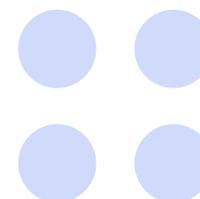
Ключевые идеи

- 1 Ключевым фактором, который влияет на решение пожилого горожанина остаться дома, является социальный капитал.
- 2 Его снижение — основная причина попадания в группу **домоседов**.
- 3 Люди со слабым здоровьем и достаточно широким кругом общения с большой вероятностью выберут в качестве досуга прогулку.
- 4 Тактика сохранения материальной независимости и социальных связей за счет сохранения работы, к которой прибегают **занятые**, приносит свои плоды. Однако уровень их удовлетворенности жизнью оказывается самым низким.
- 5 Желание посещать учреждения культуры и другие публичные места — рестораны и торговые центры — выше у материально обеспеченных людей с хорошим здоровьем. Активное включение людей старшего возраста в культурные практики связано с удовлетворенностью жизнью. Так, **любители культуры и активные**

потребители позитивнее остальных групп оценивают свое положение.

- 6 Основными получателями информации о культурной жизни Москвы через интернет выступают **занятые и активные потребители**.
- 7 Наличие партнера расширяет репертуар досуговых практик за счет тех, которые обычно воспринимаются как неподходящие для старшего возраста, например, поход в ресторан или бар.

Рекомендации



В этом разделе мы суммируем и дополним рекомендации, которые могут быть полезны учреждениям культуры при работе с каждой из групп москвичей третьего возраста. Резюмируя вышесказанное, мы в очередной раз подчеркнем, что посещение учреждений культуры — это, в значительной степени, вопрос привычки, следование которой со временем становится потребностью. Поэтому работа с культурной активностью москвичей третьего возраста — это также работа с людьми среднего возраста и, в конечном счете, с тинейджерами.

Домоседы. Активизировать участие **домоседов** в культурной жизни столицы сложно в силу их инертности. Однако нельзя сказать, что их ничего не интересует: так, среди всех типов пожилых горожан у **домоседов** самый высокий запрос на возможность активно провести время (19 %) — иными словами, их социальная изоляция носит отчасти вынужденный характер. «Активно» в данном контексте стоит понимать в том смысле, что любой выход из дома для них воспринимается как яркое событие на фоне повседневной рутины. Запросы к качеству культурного продукта у них ниже, чем по группам в целом: **домоседы** не избалованы общением и любое адресное внимание воспринимают с благодарностью.

Роль привлекательного культурного предложения для **домоседов** могут сыграть городские праздники, проходящие на локальных площадках. Массовые мероприятия в целом имеют особое значение для старшего возраста: объединяя посетителей разных возрастов, они позволяют пожилым людям

почувствовать связь с более молодыми поколениями, а также сопричастность городской жизни.

В силу сложного финансового положения для **домоседов** важны бесплатные услуги. Учреждениям культуры следует налаживать отношения с органами государственной поддержки (советы ветеранов и т.п.), чтобы способствовать распространению информации о льготных и бесплатных предложениях.

Любители прогулок. Для этой группы в целом актуальны те же рекомендации, что и в случае с **домоседами**. Особый акцент стоит сделать на парки: чтобы привлечь **любителей прогулок**, учреждениям культуры рекомендуется предлагать больше активностей в зеленых зонах, в особенности в периферийных районах города, проводить занятия с оздоровительно-спортивными элементами. Там же — в парках и скверах — будет полезно распространять информацию о работе учреждений культуры и конкретных мероприятиях: здесь она будет хорошо заметна **любителям прогулок**.

Любители культуры. Представители этой группы уже вовлечены в культурную жизнь столицы, поэтому их вкусы важно учитывать при планировании программ и мероприятий учреждений культуры. В силу активности эта группа лучше всего подходит для рекрутинга в качестве волонтеров — например, для работы гидами, экскурсоводами. Волонтерская практика может иметь большое значение для людей старшего возраста, поскольку реализует запрос на то, чтобы «приносить пользу обществу». Эта ценность — востребованность личного опыта — для пожилых людей важнее, чем для других возрастов. Кроме того, для людей старшего возраста важно доверие и наглядный позитивный пример, поэтому пожилые волонтеры могут более эффективно вовлекать

в культурную жизнь своих сверстников. Также имеет смысл развивать в учреждениях культуры программы лояльности: регулярные посетители могут получать скидки и специальные предложения для себя и своих друзей любого возраста.

Занятые. Людей, с головой ушедших в работу и заботу о внуках, крайне трудно привлечь к культурной жизни — у них объективно нет на это ни сил, ни времени. Однако, как упоминалось выше, их могут привести в учреждения культуры собственные внуки. Поэтому в учреждениях, где проводятся занятия для детей, стоит предусмотреть возможность поучаствовать в мероприятиях для взрослых. Люди старшего возраста могли бы участвовать в образовательных или развлекательных активностях, а не просто ждать, когда у ребенка закончится кружок. Важно при этом подобрать темы, привлекательные для этой группы: например, рассказать о современных подходах в вопросах развития и воспитания детей, об особенностях общения с детьми и подростками. Также можно спросить самих людей старшего поколения, какие темы и активности им интересны, и придумать их вместе с ними.

Необходимо понимать, что во многом **занятые** стараются «загрузить» себя потому, что подвержены негативным стереотипам о старости. Учреждения культуры могут опосредованно смягчить этот эффект, развенчивая стереотипы — например, через использование в своих внешних коммуникациях образов счастливых и активных посетителей третьего возраста.

Активные потребители. Для привлечения этой группы важно развивать комфортную инфраструктуру учреждений культуры, включая кафе, сувенирные

магазины и т.п. Привлечь внимание горожан этой группы могут стенды или павильоны от учреждений культуры, размещенные в торговых центрах. В качестве примера такого проекта можно привести точки библиотеки имени Н. А. Некрасова, размещенные в торгово-развлекательных центрах «Океания» и «Водный»².

Вследствие широты интересов и относительно высокой мобильности для данной группы важным становится своевременное получение информации о культурных предложениях, возможность быстро найти ее в интернете. Организаторам мероприятий и учреждениям культуры надо учитывать это и размещать актуальную информацию на тех информационных ресурсах, которые привлекают внимание людей старшего возраста.

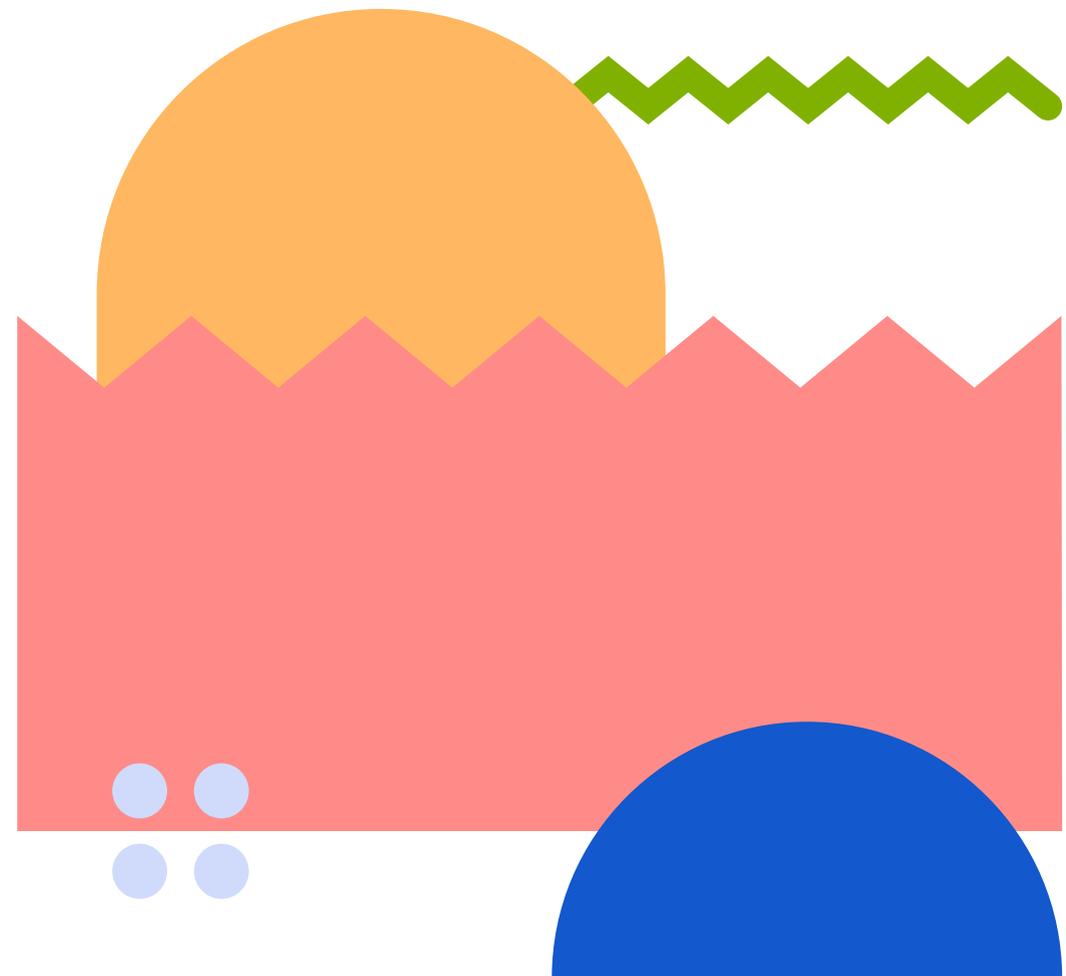
1. Изучение вкусовых предпочтений в сфере культуры и ценностных ориентаций москвичей. МИСКП, готовится к публикации.

2. Библиотека им. Н. А. Некрасова // ТРЦ «Океания»

ПРИЛОЖЕНИЕ 1:



Методы сбора данных и источники информации



В рамках исследования, посвященного свободному времени москвичей третьего возраста, использовались как количественные, так и качественные методы.

В ходе массового телефонного опроса москвичам в возрасте от 55 лет и старше предлагалось ответить на вопросы, которые объединялись следующими основными тематическими блоками: каналы получения информации о культурной жизни Москвы, участие в культурной жизни Москвы, барьеры участия в культурной жизни Москвы, форматы проведения свободного времени (актуальные и предпочтительные), планирование досуга, социально-демографические характеристики. Для опроса использовался метод стандартизированного формализованного интервью. Общий объем выборки составил 1000 респондентов. Полученные данные проходили статистический контроль качества.

Результаты количественного анализа ответов респондентов, полученных в ходе массового опроса горожан, были дополнены данными четырех фокус-групп — групповых обсуждений с представителями старшего возраста. Критерии для отбора были следующие: активность участия в культурной жизни и наличие работы.

Также в рамках исследования были проведены четыре экспертных интервью со специалистами в сфере досуга, активно работающими с этой социально-возрастной группой.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2:

Топик-гайд фокус-групп

Гайд для проведения фокус-групп со старшим возрастом



Вводная часть

Активные потребители

— Добрый день, меня зовут <...>. Благодарим вас за то, что согласились принять участие в фокус-группе.

Я представляю исследовательскую группу Московского института социально-культурных программ. Мы изучаем представления москвичей о свободном времени; то, как они проводят досуг. Темы, которые мы будем сегодня обсуждать, важны для Департамента культуры города Москвы. Эта информация поможет сделать город лучше — удобнее и интереснее для горожан. Напишите, пожалуйста, на бейджиках ваше имя или как к вам удобнее обращаться.

— Назовите себя, пожалуйста.

— Как часто вы посещаете музеи/театры/ учреждения культуры?

— Какие именно?

Блок 1.

Досуг в целом

Распорядок дня:

— Скажите, пожалуйста, вы живете одни или с кем-то? Расскажите, пожалуйста, про свой обычный день? Чем вы занимаетесь?

Свободное время и досуг:

— Изменился ли досуг с выходом на пенсию? Как организовано ваше свободное время? Планируете ли вы досуг? Как именно?

Выбор досуга:

— Что для вас важнее всего при выборе сценария досуга? Чем руководствуетесь?

— Если никуда не ходите (в учреждение), то как вы отдыхаете?

Блок 2.

Учреждения культуры

Важность культурных практик:

— Насколько это вообще важно — ходить в учреждения культуры? Почему? Вы считаете, что важно их посещать, потому что важно культурно обогащаться или потому что есть необходимость (это одобряется)?

Форматы посещения:

— Куда ходите? С кем? С кем вообще больше общаетесь? Что посещали до пенсии чаще? Ходите ли одни? Почему? Посещали ли «Ночь в музее»/«Библионочь»?

Интересные форматы:

— Какие учреждения культуры нравятся? Что вообще нравится? А если говорить про кружки/ посещение библиотек/ клубов по интересам? Посещаете? Почему нет? А хотелось бы? Какие форматы культурных учреждений вам более привычны/ какие кажутся новыми?

Социальные связи:

— Получалось ли там заводить новых знакомых? А насколько это важно для вас — заводить новые знакомства?

Каналы информации:

— Откуда узнаете о культурной жизни? Как бы удобно было об этом узнавать?

Запрос на дополнительное образование:

— Представьте, что в вашем районе есть кружки с высоким уровнем преподавания. Вы бы ходили бы? Насколько вам это интересно? Что там должно быть?

Блок 3.

Общие вопросы

Неработающие:

— Хотели бы вы продолжить работать, если бы была возможность? Почему?

Работающие:

— Ваш возраст позволяет перестать работать, но вы этого не делаете — почему? При каких условиях вы бы согласились отказаться от работы?

— Чем занимаетесь еще вне дома? Образование, волонтерство? Как к этому относитесь?

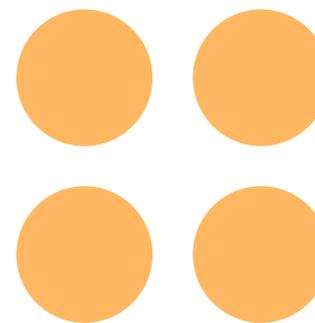
— Как изменилась культура за последние 20–30 лет? Примеры того, что нравится? Не нравится?

— Что вообще мешает вашим сверстникам чаще ходить? В чем главные проблемы? Пофантазируем, какой культурный проект может привлечь вас и ваших сверстников в принципе?

ПРИЛОЖЕНИЕ 3:

Топик-гайд экспертного интервью

Гайд для проведения экспертного интервью по возрастам



Вводная часть

Представляем, кратко рассказываем о нашей организации. Показываем презентацию по проекту, даем саммари. Часть направлена на знакомство и представление проекта.

— Скажите, пожалуйста, каков род деятельности ваш или вашей организации? В каких случаях вам приходится взаимодействовать с людьми пожилого возраста? Это основная ваша аудитория или вы занимаетесь с другими возрастными группами?

Основная часть

Ознакомление с их родом деятельности

Основная задача — узнать, чем они занимаются, как в их работе может помочь наше исследование. Протестировать наши гипотезы — насколько они верны/актуальны/новы.

— Скажите, насколько часто вы взаимодействуете с пенсионерами (постоянная/непостоянная основа)? Какие методы работы с ними вы используете? Как вы считаете, есть что-то, что отличает общение с пенсионерами от общения с другими возрастными группами?

— Насколько город в данном его состоянии подходит для реализации ваших проектов с пожилыми (или насколько он «приветлив» для пожилых в целом)? Насколько необходимо включение пожилых людей в культурную среду города? Вы занимаетесь этим вопросом? Если да, то что конкретно вы делаете?

Недостатки исследования

В данном блоке следует выяснить, чего не хватает нашему исследованию. Что можно было бы добавить.

— Как вы считаете, все ли причины невключенности пенсионеров в культурную жизнь мы учли? Скажите, какие способы, по вашему мнению, будут самыми действенными, чтобы помочь пенсионерам включиться в культурную жизнь?

Практическое применение

Продолжение предыдущего блока, какое практическое применение может иметь исследование.

— Какие способы используете вы? Насколько они действенные? Какие пункты могли бы быстро найти практическое применение? Что необходимо для реализации?

Рецензия на исследования

Заключительный блок беседы, где просим подвести итог и высказать свое экспертное мнение. Резюмирующее заключение.

— Есть ли какие-то моменты, которые заставили вас задуматься и не согласиться/ не сразу поверить информации?

— С кем еще можно пообщаться, по вашему мнению? Какие данные о пенсионерах важны? Кто эксперты и авторитетные фигуры в этой области?

ПРИЛОЖЕНИЕ 4:

Социально- демографические характеристики типов пожилых горожан

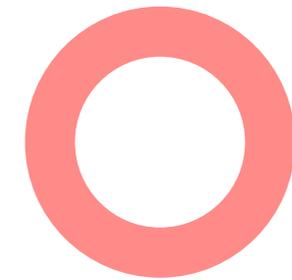


Таблица 1

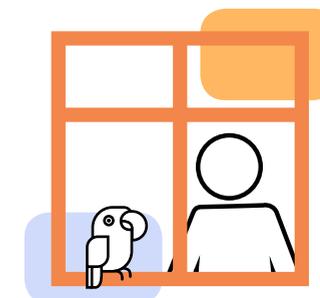
Любители прогулок



Пол:	Каналы коммуникации (откуда получают информацию о культурной жизни Москвы):	Субъективные помехи участию в культурной жизни:
Мужской 43 %	Телевидение: 91 %	Не позволяет здоровье: 100 %
Женский 57 %	Газеты: 57 %	Нет времени: 21 %
Средний возраст: 75 лет	Радио: 38 %	Не хватает денег: 16 %
Медианный возраст: 75 лет	Новостные интернет-порталы: 23 %	Сложно добираться: 9 %
Образование:	Блоги и форумы: 12 %	Не с кем ходить: 6 %
Неполное среднее 2 %	Журналы: 14 %	Ничего не мешает/ нет потребности участвовать активнее: 3 %
Среднее 10 %	Родственники, друзья, знакомые, коллеги: 10 %	Много информации, но нет понятного источника: 2 %
Среднее специальное 22 %	Реклама в метро: 9 %	Мало информации: 0 %
Высшее 62 %	Социальные сети: 7 %	Мало интересных культурных событий, пространств: 0 %
Ученая степень 3 %	Не получают информацию о культурной жизни: 3 %	Не нравится современная культура: 0 %
Средний уровень дохода: 15 001–20 000 руб.		
Работают: 2 %		

Таблица 2

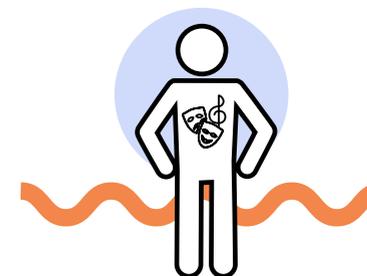
Домоседы



Пол:	Каналы коммуникации (откуда получают информацию о культурной жизни Москвы):	Субъективные помехи участию в культурной жизни:
Мужской 46 %	Телевидение: 86 %	Не позволяет здоровье: 54 %
Женский 54 %	Газеты: 36 %	Нет времени: 32 %
Средний возраст: 69 лет	Радио: 16 %	Не хватает денег: 20 %
Медианный возраст: 67 лет	Блоги и форумы: 14 %	Ничего не мешает/ нет потребности участвовать активнее: 10 %
Образование:	Новостные интернет-порталы: 13 %	Сложно добираться: 5 %
Неполное среднее 5 %	Родственники, друзья, знакомые, коллеги: 8 %	Не нравится современная культура: 4 %
Среднее 13 %	Социальные сети: 5 %	Мало интересных культурных событий, пространств: 3 %
Среднее специальное 30 %	Журналы: 6 %	Не с кем ходить: 3 %
Высшее 51 %	Реклама в метро: 3 %	Мало информации: 1 %
Ученая степень 1 %	Не получают информацию о культурной жизни: 2 %	Много информации, но нет понятного источника: 0 %
Средний уровень дохода: 15 001–20 000 руб.		
Работают: 19 %		

Таблица 3

Любители культуры



Пол:	Каналы коммуникации (откуда получают информацию о культурной жизни Москвы):	Субъективные помехи участию в культурной жизни:
Мужской 45 %	Телевидение: 81 %	Нет времени: 38 %
Женский 55 %	Газеты: 43 %	Не позволяет здоровье: 35 %
Средний возраст: 67 лет	Радио: 21 %	Не хватает денег: 20 %
Медианный возраст: 66 лет	Блоги и форумы: 20 %	Ничего не мешает/ нет потребности участвовать активнее: 9 %
Образование:	Новостные интернет-порталы: 15 %	Не с кем ходить: 7 %
Неполное среднее 2 %	Родственники, друзья, знакомые, коллеги: 6 %	Мало информации: 6 %
Среднее 8 %	Социальные сети: 5 %	Сложно добираться: 3 %
Среднее специальное 21 %	Журналы: 4 %	Много информации, но нет понятного источника: 1 %
Высшее 68 %	Реклама в метро: 2 %	Мало интересных культурных событий, пространств: 3 %
Ученая степень 1 %	Не получают информацию о культурной жизни: 1 %	Не нравится современная культура: 2 %
Средний уровень дохода: 25 001–30 000 руб.		
Работают: 29 %		

Таблица 4

Занятые



Пол:	Каналы коммуникации (откуда получают информацию о культурной жизни Москвы):	Субъективные помехи участию в культурной жизни:
Мужской 54 %	Телевидение: 75 %	Нет времени: 100 %
Женский 46 %	Газеты: 38 %	Не позволяет здоровье: 9 %
Средний возраст: 66 лет	Радио: 32 %	Не хватает денег: 7 %
Медианный возраст: 65 лет	Блоги и форумы: 30 %	Сложно добираться: 7 %
Образование:	Новостные интернет-порталы: 23 %	Ничего не мешает/ нет потребности участвовать активнее: 7 %
Неполное среднее 4 %	Журналы: 9 %	Мало информации: 4 %
Среднее 9 %	Родственники, друзья, знакомые, коллеги: 7 %	Много информации, но нет понятного источника: 0 %
Среднее специальное 21 %	Реклама в метро: 4 %	Мало интересных культурных событий, пространств: 4 %
Высшее 64 %	Социальные сети: 4 %	Не нравится современная культура: 2 %
Ученая степень 2 %	Не получают информацию о культурной жизни: 2 %	Не с кем ходить: 4 %
Средний уровень дохода: 25 001–30 000 руб.		
Работают: 53 %		

Таблица 5

Активные потребители



Пол:	Каналы коммуникации (откуда получают информацию о культурной жизни Москвы):	Субъективные помехи участию в культурной жизни:
Мужской 54 %	Телевидение: 81 %	Нет времени: 38 %
Женский 46 %	Газеты: 45 %	Не позволяет здоровье: 29 %
Средний возраст: 65 лет	Блоги и форумы: 27 %	Не хватает денег: 25 %
Медианный возраст: 65 лет	Новостные интернет-порталы: 26 %	Ничего не мешает/ нет потребности участвовать активнее: 14 %
Образование:	Радио: 22 %	Сложно добираться: 8 %
Неполное среднее 1 %	Журналы: 16 %	Мало информации: 6 %
Среднее 2 %	Родственники, друзья, знакомые, коллеги: 11 %	Не нравится современная культура: 3 %
Среднее специальное 21 %	Реклама в метро: 5 %	Не с кем ходить: 3 %
Высшее 74 %	Социальные сети: 5 %	Мало интересных культурных событий, пространств: 2 %
Ученая степень 3 %	Не получают информацию о культурной жизни: 1 %	Много информации, но нет понятного источника: 1 %
Средний уровень дохода: 20 001–25 000 руб.		
Работают: 30 %		

Участники проекта



Куратор исследования:

Мария Привалова

Разработка методологии:

Александр Костюков

Иван Напреенко

Кирилл Пузанов

Павел Степанцов

Юлия Чурсина

Над текстом работали:

Алина Богаткова

Полина Жигарева

Анна Козыревская

Александр Костюков

Надежда Лебедева

Елена Лобова

Иван Напреенко

Мария Привалова

Кирилл Пузанов

Павел Степанцов

Юлия Чурсина

Корректурa:

Инна Маркова

Дизайн:

Аглая Демиденко

Владислава Чернова



Департамент
культуры
города Москвы



Московский институт
социально-культурных
программ



Библиотека
им. Н. А. Некрасова

«Исследование возрастных групп, наименее вовлеченных в культурную жизнь. Какие ваши годы. Досуг москвичей старшего возраста»

Издание Государственного бюджетного учреждения культуры города Москвы «Центральная универсальная научная библиотека имени Н.А. Некрасова», 2018 г.

На основе данных и предварительной аналитики Государственного автономного учреждения города Москвы «Московский институт социально-культурных программ»

ISBN978-5-9906793-5-1