

ЭТНОКУЛЬТУРЫ В ПРОШЛОМ И НАСТОЯЩЕМ

УДК 304.442
ББК 71.4

РЕЗУЛЬТАТЫ ВСЕРОССИЙСКОГО ОПРОСА НА ТЕМУ «ГОТОВНОСТЬ ГРАЖДАН К УВЕЛИЧЕНИЮ ЗАТРАТ НА ПРОВЕДЕНИЕ НАРОДНЫХ ПРАЗДНИКОВ»

Кыласов Алексей Валерьевич,
кандидат культурологии,
доцент РЭУ им. Г.В. Плеханова,
Стремянный пер., д.36, Москва, Россия, 117997,
kylasov@yandex.ru

Кучмаева Оксана Викторовна,
доктор экономических наук,
профессор РЭУ им. Г.В. Плеханова,
Стремянный пер., д.36, Москва, Россия, 117997,
kuchmaeva@yandex.ru

Аннотация

В статье представлены результаты всероссийского опроса на тему «Готовность граждан к увеличению затрат на проведение народных праздников», проведённого Федерацией исконных забав и этноспорта России. Мультипликатор «готовность платить» показал свою эффективность для замера уровня интереса к народным праздникам и традиционным играм через экономические показатели. Исследование доказало, что интерес к народным праздникам формируется через личное участие, в том числе, в традиционных играх.

Ключевые слова

Готовность платить, социокультурное проектирование, народные праздники, традиционные игры, этноспорт.

Наиболее привлекательной частью народных праздников всегда были традиционные игры, которые на протяжении всей истории человечества проводились локально и никогда не перемещались в пространстве (как это происходит с современными олимпийскими играми), они были приурочены к событиям солнеч-

но-лунного календаря и отмечались с учётом региональных особенностей. В наши дни традиционные игры во время гуляний на народных праздниках сохраняют свою непохожесть и самобытный этнокультурный колорит, они не утратили своей привлекательности, несмотря на своё архаичное «доспортивное» прошлое, и

по-прежнему вызывают интерес у населения, даже на фоне глобального доминирования англосаксонского спорта, стремящегося к тотальной стандартизации всех форм физической активности¹.

Проведением традиционных игр как особого вида социокультурной деятельности начали заниматься в конце XX в. преимущественно региональные организации, но со временем стали появляться их национальные (ФИЗЭР, NASA), континентальные (JUGAJE, PASPE) и мировые объединения (EWS, ITSGA)². Наибольшая активность таких организаций зафиксирована в Евросоюзе, США и России.

По инициативе и при финансово-организационной поддержке одного из мировых лидеров этого движения – Общероссийской общественной организации «Федерация исконных забав и этноспорта России» – учёные Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова провели исследование по теме «Готовность граждан к увеличению затрат на проведение народных праздников». В рамках исследования была выявлена лояльность населения в отношении увеличения затрат на проведение народных праздников, программа которых может быть существенно расширена. Помимо обычных для такого рода мероприятий (выступлений фольклорных коллективов), в неё могут быть включены: традиционные игры, дегустация блюд народной кухни с мастер-классами по их приготовлению, бесплатная раздача народной одежды и её атрибутов (рубашки, блузы, пояса, платки, ленты) и др. Готовность людей осуществлять дополнительные траты на проведение народных праздников является своеобразным индикатором значимости в общественном сознании народных праздников как таковых, свидетельством интереса к ним со стороны различных социально-демографических групп.

В апреле-мае 2016 г. был проведён репрезентативный опрос общественного мнения в 23 субъектах РФ. Объем выборочной совокупности составил 830 респондентов. Для расчета выборки были использованы данные Росстата о возрастном составе населения страны³. Ошибка выборки не превысила 0,05 (5%) при уровне значимости 0,954.

В ходе подготовки опроса были проведены: 16 экспертных интервью длительностью в пределах 2 часов с представителями следующих групп:

- научная общественность (историк, политолог, социолог, экономист) (4);
- организаторы традиционных игр (4);
- представители региональных и муниципальных органов власти (4);
- представители общественных организаций и национально-культурных автономий (4).

6 фокус-групп с представителями разных возрастных групп населения:

- молодежи – 15–35 лет, среди которых 1 фокус-группа с лицами из обеспеченных семей с доходом выше среднего и 1 фокус группа с лицами, которые относят себя к малообеспеченным;
- взрослых – 35–55, среди которых 1 фокус-группа с лицами, чей доход выше среднего и 1 фокус группа с лицами, которые относят себя к малообеспеченным;
- пожилых – старше 65 лет, среди которых 1 фокус-группа с лицами, чей доход выше среднего и 1 фокус группа с лицами, которые относят себя к малообеспеченным.

Фон исследования. В организации традиционных игр в рамках народных праздников отчётливо проявляется межведомственное взаимодействие отраслей культуры и спорта, относящихся к социальной сфере, эффективность экономики которой строится на удовлетворении потребностей населения через предоставление ожидаемых услуг и постоянное расширение их спектра. Поддержка государством народ-

¹Кыласов А.В. Этноспорт. Конец эпохи вырождения [Текст]. М., 2013. С. 46.

²ФИЗЭР – Федерация исконных забав и этноспорта России; NASA – Ассоциация индейского спорта американцев; JUGAJE – Европейская ассоциация традиционных игр; PASPE – Паназиатская ассоциация спорта и физического воспитания; EWS – Всемирное общество этноспорта; ITSGA – Международная ассоциация традиционных игр.

³Распределение населения по возрастным группам. Официальный сайт Росстата. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#

Таблица 1

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Когда вы рассуждаете о проведении народных праздников в нашей стране и в вашем регионе, насколько для Вас важны следующие факторы?», %

Оценка респондентами факторов, определяющих значимость проведения народных праздников в стране и регионе	Варианты ответов			
	не важно	важно	очень важно	Итого
Улучшение имиджа страны (региона)	5,9	44,6	49,4	100,0
Увеличение туристической привлекательности страны (региона)	6,2	42,0	51,8	100,0
Сохранение культурно-исторических традиций	2,6	29,3	68,1	100,0
Возможность получения личного опыта участия в играх, забавах и плясках	25,4	48,6	26,0	100,0
Возможность отведать блюда народной кухни и научиться их готовить	18,0	47,4	34,6	100,0
Возможность приобрести народную одежду и сувениры	30,5	48,4	21,1	100,0
Борьба с проявлениями чуждой культуры	45,2	32,2	22,6	100,0

ных праздников понимается именно как расширение спектра отраслевых услуг, поскольку осуществляется выделением средств из бюджета. Готовность населения к участию в реализации государственной культурной политики, направленной на поощрение традиционных ценностей, может быть измерена специфическим мультипликатором «готовность платить», что позволит более точно планировать масштабы финансирования народных праздников в целях определения оптимальных размеров субсидий для некоммерческих организаций (НКО). Достаточный размер бюджетных ассигнований для НКО не только гарантирует проведение мероприятий, но и создаёт условия для привлечения средств на условиях краудфандинга.

В ходе исследования важность народных праздников выявлялась через ключевые вопросы об их значимости для имиджа страны (региона), туристической привлекательности, сохранения культурно-исторических традиций народа и даже противостояния агрессивному воздействию чуждой культуры. Были зафиксированы социально-демографические характеристики респондентов – возраст, уровень образования, условия проживания, отношение к вере (верующий респондент или нет), этническую идентификацию, состояние здоровья и др. (табл. 1)

Проверка гипотезы о наличии различий между фактическими распределениями ответов на вопросы о значимости факторов проведения народных праздников в нашей стране, в регионе проживания респондента и равномерными распределениями с помощью критерия Хи-квадрат⁴ во всех случаях показала наличие предпочтений в выборе респондентов (при 0,01 уровне значимости). То есть респондентам «очень важно» улучшение имиджа страны (региона), увеличение туристической привлекательности страны (региона), сохранение культурно-исторических традиций; «важна» возможность получения личного опыта участия в играх, забавах и плясках, отведать блюда народной кухни и научиться их готовить, приобрести народную одежду и сувениры.

И, соответственно, «не важна» возможность борьбы с проявлениями чуждой культуры. При этом проверка гипотезы о различии распределений в ответах на блок вопросов о факторах проведения народных праздников (табл. 1), в зависимости от возраста респондентов с помощью критерия Хи-квадрат и расчет коэффициента взаимной сопряженности Пирсона показал, что практически во всех случаях,

⁴Наследов А. IBM SPSS Statistics 20 и AMOS: профессиональный статистический анализ данных. СПб, 2013.

Таблица 2

Оценка респондентами различных возрастных групп значимости проведения народных праздников в контексте борьбы с проявлениями чуждой культуры, %

Возраст, лет	Варианты ответов на вопрос: «Когда вы рассуждаете о проведении народных праздников в нашей стране и в вашем регионе, насколько для Вас важен следующий фактор - борьба с проявлениями чуждой культуры?»			
	не важно	важно	очень важно	Итого
до 21	50,8	34,1	15,1	100,0
22-35	49,8	26,3	23,8	100,0
36-45	44,7	28,7	26,6	100,0
46-65	38,0	40,0	22,0	100,0
66 и старше	39,2	28,4	32,4	100,0
всего	45,2	32,2	22,6	100,0

за исключением «борьбы с проявлениями чуждой культуры», отсутствуют различия в отношении к факторам у респондентов различных возрастных групп. В последнем случае гипотеза об отсутствии различий в распределениях ответов респондентов разных возрастов отвергается с вероятностью ошибки 0,03, коэффициент взаимной сопряженности Пирсона значим на этом же уровне и равен 0,16. На этом основании можно предположить, что люди старших возрастов чаще говорят о значимости проведения народных праздников в контексте борьбы с проявлениями чуждой культуры (табл. 2).

На отношение к значимости проведения народных праздников в большинстве случаев не оказывают влияния многие социально-демографические характеристики – уровень образования респондентов, условия проживания, отношение к вере (верующий или нет), состояние здоровья.

Однако обращает на себя внимание следующее. Лица с более высоким уровнем образования чаще отмечают значимость проведения народных праздников для улучшения имиджа страны (региона) – коэффициент Пирсона 0,117, значим на уровне 0,059.

Отношение респондента к вере (верующий респондент или нет) сказывается на оценке возможности получения личного опыта участия в играх, забавах и плясках – для верующих респондентов получение такого опыта более важно (коэффициент Пирсона 0,108, значим

на уровне 0,06) и возможности отведать блюда народной кухни и научиться их готовить (коэффициент Пирсона 0,117, значим на уровне 0,002). То есть проявляется в большей степени практический подход к пользе от такого рода мероприятий для себя и своей семьи.

Условия проживания (частный или многоквартирный дом) респондента определяет отношение к возможности приобрести народную одежду и сувениры в ходе народных праздников (коэффициент Пирсона 0,125, значим на уровне 0,001). Респонденты, проживающие в частных домах, чаще указывают на важность такого аспекта. С учетом структуры жилого фонда России, можно с большой уверенностью предположить, что это, прежде всего, жители сельской местности и малых городов.

Социальный статус также не влияет на отношение к значимости различных факторов проведения народных праздников за исключением отдельных моментов. Малоимущим респондентам и респондентам с малым доходом в несколько большей степени важна возможность «отведать блюда народной кухни и научиться их готовить» (коэффициент взаимной сопряженности Пирсона 0,127, значим на уровне 0,025).

Осознание своей этнической идентичности влияет на признание респондентами важности народных праздников в улучшении имиджа страны (региона) (коэффициент Пирсона 0,104, значим на уровне 0,034) и сохранении культурно-исторических традиций (коэффициент Пир-

Таблица 3

Оценка респондентами значимости получения личного опыта участия в играх, забавах и плясках в зависимости от наличия собственного опыта посещения народных праздников, %

Опыт посещения народных праздников	Варианты ответов на вопрос: «Когда вы рассуждаете о проведении народных праздников в нашей стране и в вашем регионе, насколько для Вас важен следующий фактор - возможность получения личного опыта участия в играх, забавах и плясках?»			
	не важно	важно	очень важно	Итого
никогда	51,7	32,8	15,5	100,0
только в детстве	34,4	55,0	10,7	100,0
только своего народа	22,8	46,0	31,2	100,0
есть опыт посещения праздников других народов	20,6	50,6	28,8	100,0
всего	25,4	48,6	26,0	100,0

сона 0,104, значим на уровне 0,046), возможности приобрести народную одежду и сувениры (коэффициент Пирсона 0,139, значим на уровне 0,002). В большей степени интерес проявляют респонденты, которые «знают и готовы назвать» свою этническую принадлежность.

Опыт посещения народных праздников определяет специфику отношения к ним в настоящем (в частности, см. табл.3): респонденты, имеющие опыт посещения народных праздников, особенно широкий опыт, включая праздники других народов, чаще склонны признавать их важность в контексте улучшения имиджа страны (коэффициент Пирсона 0,165, значим на уровне 0,000); увеличения туристической привлекательности страны (региона) (коэффициент Пирсона 0,139, значим на уровне 0,047); сохранения культурно-исторических традиций (коэффициент Пирсона 0,192, значим на уровне 0,000); возможности получения личного опыта участия в играх, забавах и плясках (коэффициент Пирсона 0,227, значим на уровне 0,000); возможности отведать блюда народной кухни и научиться их готовить (коэффициент Пирсона 0,174, значим на уровне 0,000); возможности приобрести народную одежду и сувениры (коэффициент Пирсона 0,204, значим на уровне 0,000); борьбы с проявлениями чуждой культуры (коэффициент Пирсона 0,184, значим на уровне 0,000).

Аналогичным образом на ответы респондентов влияет и их опыт участия в исконных забавах (в частности, см. табл.4): респонденты, имеющие опыт участия в исконных забавах, в большей степени признают важность роли народных праздников в улучшении имиджа страны (региона) (коэффициент Пирсона 0,197, значим на уровне 0,000); увеличения туристической привлекательности страны (региона) (коэффициент Пирсона 0,141, значим на уровне 0,036); сохранения культурно-исторических традиций (коэффициент Пирсона 0,187, значим на уровне 0,000); возможности получения личного опыта участия в играх, забавах и плясках (коэффициент Пирсона 0,312, значим на уровне 0,000); возможности отведать блюда народной кухни и научиться их готовить (коэффициент Пирсона 0,231, значим на уровне 0,000); возможности приобрести народную одежду и сувениры (коэффициент Пирсона 0,233, значим на уровне 0,000); борьбы с проявлениями чуждой культуры (коэффициент Пирсона 0,209, значим на уровне 0,000).

Обращает на себя внимание тот факт, что при наличии собственного опыта участия в исконных забавах (как своего народа, так и других этнических групп), респонденты гораздо чаще отмечают, что для них «очень важен» фактор дальнейшего личного опыта участия (более 30% респондентов на фоне 13-14% среди респондентов, не имеющих в настоящем личного опыта

Таблица 4

Оценка респондентами значимости получения личного опыта участия в играх, забавах и плясках в зависимости от наличия собственного опыта участия в исконных забавах, %

Опыт участия в исконных забавах	Варианты ответов на вопрос: «Когда вы рассуждаете о проведении народных праздников в нашей стране и в вашем регионе, насколько для Вас важен следующий фактор - возможность получения личного опыта участия в играх, забавах и плясках?»			
	не важно	важно	очень важно	Итого
никогда	51,6	35,2	13,1	100,0
только в детстве	32,6	53,8	13,6	100,0
только своего народа	15,9	50,0	34,1	100,0
есть опыт посещения праздников других народов	17,0	49,1	33,9	100,0
всего	25,4	48,6	26,0	100,0

Таблица 5

участия в народных праздниках). В определенной степени подобное распределение ответов может служить свидетельством восприятия участия в народных праздниках как своеобразной формы внутреннего туризма – погружения в прошлое или в чужую культурную среду.

Средняя сумма, которую респонденты были бы готовы потратить во время народных гуляний на покупку сувениров, блюд народной кухни, костюмов и масок (ответы на вопрос: «Пожалуйста, укажите сумму денег, которую Вы готовы потратить на покупку во время народных гуляний на сувениры/блюда народной кухни/костюмы и маски, выбрав из предложенных ниже вариантов или указав свою сумму»), составила 800 рублей (при расчете исключена численность тех респондентов, кто дал ответ «не готов потратить»). Обращает на себя внимание, что только 10% респондентов не хотят тратить свои деньги на покупки во время народных гуляний. Наиболее популярная сумма – 500-1000 рублей.

На намерения респондентов потратить ту или иную сумму на покупки во время народных гуляний оказывает безусловное влияние социальный статус (уровень дохода), осознание своей этнической принадлежности, опыт участия в исконных забавах и посещения народных праздников (табл. 5).

Средняя сумма денег, которую респонденты готовы потратить на покупку во время народных гуляний на сувениры/блюда народной кухни/костюмы и маски, в зависимости от ряда социальных признаков (руб.)

Социальные характеристики	Сумма денег
Социальный статус (уровень дохода)	
малоимущий	869
малый доход	666
средний доход	843
высокий доход	1076
Этническая принадлежность/национальность	
не знает и не интересуется	450
знает, но не готов назвать	586
знает и готов назвать	843
Посещение народных праздников	
никогда	398
только в детстве	622
только своего народа	792
есть опыт посещения праздников других народов	906
Участие в исконных забавах	
никогда	455
только в детстве	657
только своего народа	895
есть опыт участия в забавах других народов	959

Более состоятельные респонденты готовы потратить больше средств. Размер суммы, которую респонденты готовы потратить в ходе народных праздников, увеличивается по мере глубины осознания своей этнической принадлежности, а также при наличии опыта посещения народных праздников и участия в исконных забавах (причём, поликультурного опыта).

Значительная часть респондентов (72,1%) готовы участвовать в строительстве в их городе этнопарка.

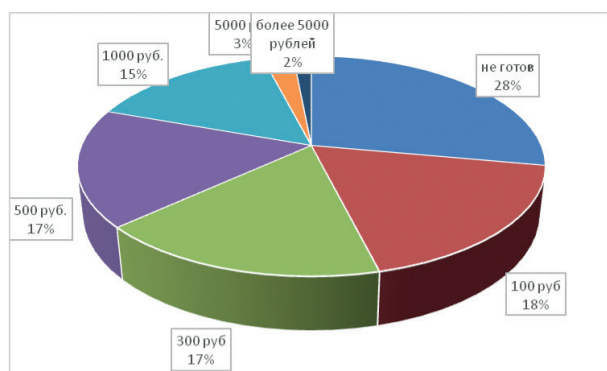


Рис. 1 Распределение ответов респондентов на вопрос: «Согласились бы вы оплатить взнос с фиксированной суммой для строительства в вашем городе/районе этнопарка – будущего места проведения народных праздников и мероприятий выходного дня (пляски, игры, кухня, ремёсла), проведение которых будет осуществляться за счёт бюджетных средств? Пожалуйста, укажите максимальную сумму, приемлемую для Вас», %

Средний размер взноса с фиксированной суммой для строительства в городе/районе этнопарка – будущего места проведения народных праздников и мероприятий выходного дня (пляски, игры, кухня, ремёсла), проведение которых будет осуществляться за счёт бюджетных средств, составил по результатам опроса 712 рублей.

Готовность респондентов потратить ту или иную сумму зависит от ряда факторов: значимости для респондента приобрести во время народных праздников народную одежду и сувениры (коэффициент Пирсона 0,206, значим на уровне 0,001), возможности отведать блюда

народной кухни и научиться их готовить (коэффициент Пирсона 0,243, значим на уровне 0,000), возможности получения личного опыта участия в таких праздниках (коэффициент Пирсона 0,288, значим на уровне 0,000); отношения к народным праздникам как инструменту сохранения культурно-исторических традиций

Таблица 6

Максимальная сумма, которую респонденты готовы потратить для строительства этнопарка – будущего места проведения народных праздников и мероприятий выходного дня (пляски, игры, кухня, ремёсла), проведение которых будет осуществляться за счёт бюджетных средств, в зависимости от ряда социальных признаков (руб.)

Социальные характеристики	Максимальная сумма (рублей)
Социальный статус (уровень дохода)	
малоимущий	576
малый доход	654
средний доход	706
высокий доход	1871
Этническая принадлежность/национальность	
не знает и не интересуется	345
знает, но не готов назвать	620
знает и готов назвать	739
Посещение народных праздников	
никогда	271
только в детстве	589
только своего народа	679
есть опыт посещения праздников других народов	813
Участие в исконных забавах	
никогда	354
только в детстве	637
только своего народа	677
есть опыт участия в забавах других народов	939

(коэффициент Пирсона 0,187, значим на уровне 0,005), наличия собственного опыта участия в исконных забавах (коэффициент Пирсона 0,225, значим на уровне 0,001).

Как и в предыдущих вопросах, значительные различия наблюдаются в ответах респондентов в зависимости от ряда социальных признаков (табл. 6).

Наиболее значительные различия в мнениях респондентов по поводу максимального размера суммы, которую они готовы выделить из своего семейного бюджета на строительство этнопарка, наблюдаются в зависимости от представленных в табл. 6. социальных признаков. Данная сумма варьирует в зависимости от самооценки уровня дохода семьи (от группы малоимущих до группы лиц с высоким доходом данная сумма увеличивается от 576 руб. до 1871 рубля). Помимо сугубо материального фактора на намерения респондентов значительное вли-

яние оказывает осознание этнической принадлежности (размер суммы увеличивается от 345 рублей у респондентов, не интересующихся своей этнической принадлежностью до 739 рублей среди тех, кто ею интересуется) и опыт участия в народных праздниках (диапазон возможных трат от 271 рубля до 813 рублей) и исконных забавах (сумма увеличивается в зависимости от наличия собственного опыта с 354 рублей до 939 рублей).

Выводы по результатам исследования: Опрос проводился в тех субъектах РФ, где существуют региональные отделения Федерации исконных забав и этноспорта России. Анализ их деятельности позволил выявить, что интерес к расширению программы народных праздников (в том числе, за счёт включения традиционных игр) возникает, формируется и возрастает благодаря наличию событийной активности.

Список литературы

1. Кыласов А.В. Этноспорт. Конец эпохи вырождения [Текст]. М., 2013. С. 46.
2. Наследов А. IBM SPSS Statistics 20 и AMOS: профессиональный статистический анализ данных. СПб, 2013.
3. Официальный сайт Росстата. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#