

Сергей Владимирович Христич,
ведущий социолог Новосибирского Дома народного творчества

**Культурно-досуговые предпочтения сельской молодежи
Новосибирской области**
По итогам социологического исследования

С февраля по июнь 2014 г. информационно-аналитическим отделом Новосибирского государственного областного Дома народного творчества, в рамках реализации творческого проекта для молодежи «Живи ярко!» было проведено социологическое исследование на тему: «Культурно-досуговые предпочтения сельской молодежи Новосибирской области» среди населения в возрасте 18-35 лет.

В данном исследовании приняли участие 14 районов Новосибирской области (Баганский, Болотниковский, Доволенский, Карасукский, Каргатский, Краснозерский, Купинский, Ордынский, Северный, Сузунский, Тогучинский, Чановский, Черепановский, Чистоозерный) в среднем по 50 анкет из каждого района. Количество респондентов составило 670 человек.

Социально-демографическая характеристика респондентов

В нашем исследовании приняли участие жители Новосибирской области в возрасте от 18 до 35 лет. При этом большинство респондентов находится в возрастной группе от 18 до 25 лет. На втором месте респонденты старшей возрастной группы «31-35 лет». Меньше всех оказалась представлена группа респондентов в возрасте от 26 до 30 лет.

Диаграмма 1



Почти три четверти респондентов в нашем исследовании составили женщины. Мужчины составили только 1/4 от общего числа опрошенных. Данное соотношение можно объяснить тем, что потенциальными респондентами выступали либо посетители Домов культуры, либо участники клубных формирований, а как известно большее число из них составляют женщины. В целом же по области проживает больше мужчин, чем женщин, которых можно классифицировать как молодежь. Так, распределение численности населения Новосибирской области по полу и возрастным группам на 1 января 2013 года выглядит следующим образом:

| Возраст (лет) | Сельское население | | |
|------------------------------|-------------------------|---------|---------|
| | мужчины и женщины | мужчины | женщины |
| Все население | 599470 | 288411 | 311059 |
| в том числе в возрасте, лет: | | | |
| 15-19 | 29746 | 15483 | 14263 |
| 20-24 | 32399 | 17451 | 14948 |
| 25-29 | 44342 | 23255 | 21087 |
| 30-34 | 42347 | 21814 | 20533 |

Распределение же мужчин и женщин в нашем опросе выглядит следующим образом:

Диаграмма 2



Таблица № 1

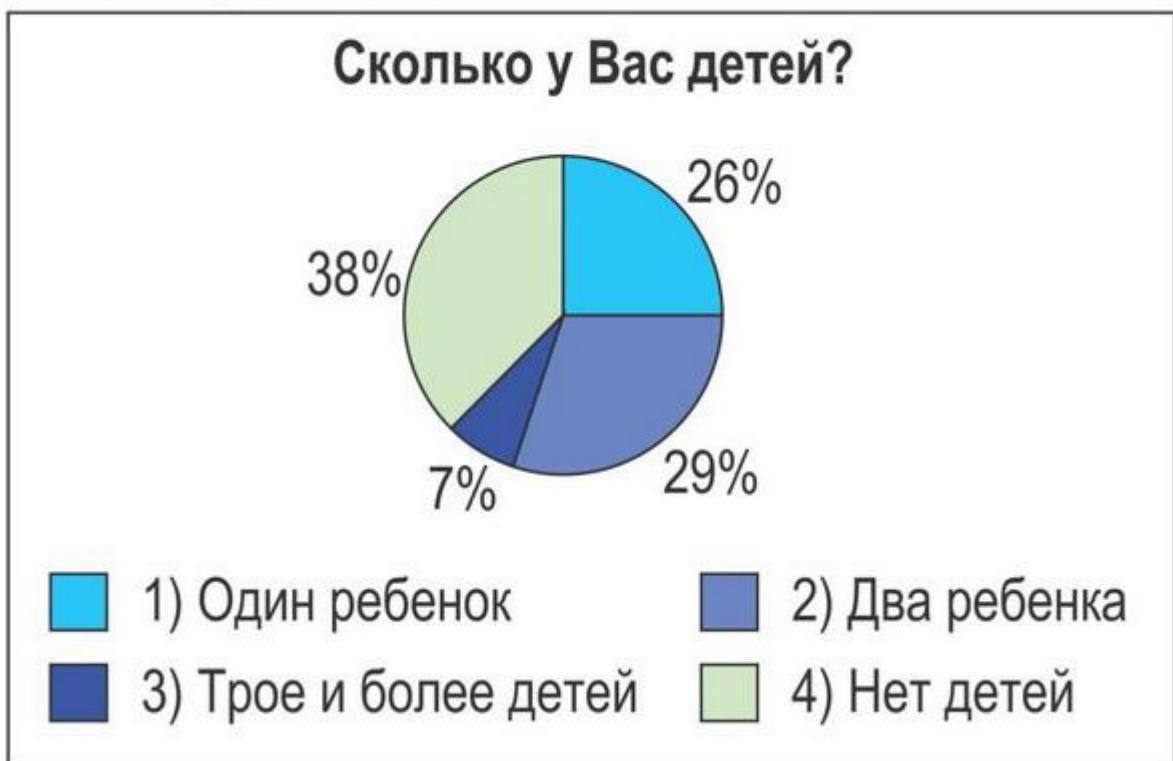
| Ваше семейное положение: | Кол-во | % |
|--------------------------|--------|---|
| | | |

| | | |
|-----------------------|------------|-------------|
| 1) Женат/замужем | 369 | 55% |
| 2) Холост/не замужем | 254 | 38% |
| 3) Разведен/разведена | 39 | 6% |
| 4) Вдовец/вдова | 8 | 1% |
| Всего | 670 | 100% |

Количество детей у респондентов

У более трети респондентов нет детей, как правило, это люди, чей возраст находится в диапазоне от 18 до 25 лет. И чем старше был респондент, тем реже он отмечал вариант «Нет детей».

Диаграмма 3



Далее, 26% респондентов имеет одного ребенка, 29% – два ребенка и 7% – трое и более детей. Другими словами, у 62% респондентов есть дети или у каждого шестого из опрошенных. Данные результаты важно учитывать, чтобы понимать на какие категории делятся потребители услуг Домов культуры. Если для большей части молодых жителей села и районных центров мероприятия для детей будут интересны, т.к. они смогут посетить их вместе со своими детьми, то для другой их части данные мероприятия могут быть не интересны, и наоборот. Таким образом, данный срез показывает, что как и в любой сложной группе, у молодежи можно выделить свои подгруппы: семейные и не семейные, с детьми и без детей, нижней и верхней границы возраста и т.д.

Жилищные условия респондентов

Почти половина респондентов проживает в собственном доме, более четверти в отдельной квартире. Каждый десятый из опрошенных снимает квартиру – по роду деятельности это будут (в порядке убывания): студент, специалист, служащий бюджетной структуры и рабочий. Респонденты, которые живут в общежитие почти все являются студентами. Респонденты, которые указали вариант «С родителями» – это респонденты из группы «18-25 лет» и по роду деятельности чаще всего учащийся или студент.

Уровень материальной обеспеченности респондентов

Большинство респондентов указали, что у них средний уровень материальной обеспеченности (64%). «Ниже среднего» указали 16% респондентов и «Выше среднего» – 7%. Затруднились ответить 13% респондентов.

Род занятий респондентов

Таблица №2

| Ваш род занятий: | Количество | % |
|--|------------|-------------|
| 1) Служащий бюджетной структуры | 156 | 23% |
| 2) Специалист | 121 | 18% |
| 3) Рабочий | 111 | 17% |
| 4) Студент | 83 | 12% |
| 5) Учащийся | 69 | 10% |
| 6) Домохозяйка | 49 | 7% |
| 7) Руководитель определенного уровня | 28 | 4% |
| 8) Работник коммерческой структуры | 26 | 4% |
| 9) Временно не работающий, безработный | 20 | 3% |
| 10) Предприниматель | 7 | 1% |
| Всего | 670 | 100% |

Больше других в нашем опросе, по роду деятельности, оказалось служащих бюджетных структур. Далее, большое количество различных специалистов и представителей рабочих профессий. Последнюю большую группу составила группа учащихся, в которую вошли студенты и школьники.

Род занятий респондентов

Почти три четверти респондентов имеют среднее и среднеспециальное образование. Высшее образование имеет более чем четверть респондентов, среди них большинство это служащие бюджетной структуры и специалисты.

Культурно-досуговые предпочтения сельской молодежи Новосибирской области

Чтобы выявить культурно-досуговые предпочтения сельской молодежи необходимо определить количество свободного времени у респондентов и основные формы проведения досуга.

Наличие свободного времени у респондентов

Таблица №3

| Какое количество свободного времени Вы имеете ежедневно? | Кол-во | % |
|--|------------|-------------|
| 1) 5-6 часов ежедневно | 98 | 15% |
| 2) 3-4 часа ежедневно | 256 | 38% |
| 3) 1-2 часа ежедневно | 218 | 33% |
| 4) Менее 1 часа | 45 | 7% |
| 5) Совсем нет свободного времени | 53 | 8% |
| Всего | 670 | 100% |

У подавляющего большинства респондентов каждый день имеется несколько свободных часов. При этом больше других наличием «лишних часов» могут похвастаться рабочий и студент. Самую большую нехватку свободного времени испытывают служащие бюджетной структуры. Далее, как и следовало ожидать, наибольшим количеством свободного времени обладают респонденты в возрастной группе «18-25 лет». И чем старше респонденты, тем меньше у них свободного времени.

Основные формы досуга респондентов

Таблица №4

| Как Вы обычно проводите своё свободное время? (можно отметить не более 5 вариантов) | Количество | % |
|--|------------|-------------|
| 1) Общение с друзьями | 371 | 55% |
| 2) Просмотр телепередач, фильмов | 365 | 54% |
| 3) Общение в интернете | 354 | 53% |
| 4) Домашнее хозяйство | 323 | 48% |
| 5) Прослушивание музыки | 245 | 37% |
| 6) Посещение Дома культуры | 229 | 34% |
| 7) Занятие любимым увлечением, хобби | 171 | 26% |
| 8) Чтение книг | 166 | 25% |
| 9) Занятие спортом | 108 | 16% |
| 10) Компьютерные игры | 85 | 13% |
| 11) Просмотр модных молодежных журналов | 20 | 3% |
| 12) Посещение кинотеатра | 16 | 2% |
| 13) Нет свободного времени | 11 | 2% |
| 14) Ничего не делаю | 9 | 1% |
| Всего | 670 | 100% |

Как видно из таблицы, для половины респондентов обычным времяпрепровождением является общение с друзьями, просмотр телепередач, фильмов, общение в

интернете и домашнее хозяйство. Также, по условиям самого вопроса, в первую пятерку ответов входит прослушивание музыки.

Примечательно, что интересующий нас вариант «Посещение Дома культуры» расположен на 6 месте. При этом наибольшее число респондентов, которые отметили данный вариант, были из Ордынского, Северного, Сузунского и Черепановского района.

Также, заметными формами досуга респондентов можно назвать: занятие любимым увлечением, хобби и чтение книг.

Рассмотрим, имеется ли разница в досуговых предпочтениях мужчин и женщин.

У мужчин самыми популярными ответами являются:

- Общение с друзьями;
- Общение в интернете;
- Просмотр телепередач, фильмов;
- Прослушивание музыки.

У женщин самыми популярными ответами являются:

- Просмотр телепередач, фильмов;
- Домашнее хозяйство;
- Общение с друзьями;
- Общение в интернете.

Таким образом, три позиции из четырех среди самых популярных ответов совпадают как у мужчин, так и у женщин.

В качестве отличительных особенностей можно отметить варианты «Занятие спортом» и «Компьютерные игры», которые более популярны у мужчин, и вариант «Посещение Дома культуры», который более популярен у женщин.

Наличие любимого занятия, увлечения у респондентов

Таблица №5

| Есть ли у Вас любимое занятие, увлечение? | Кол-во | % |
|--|---------------|-------------|
| 1) Да | 573 | 86% |
| 2) Нет | 97 | 14% |
| Всего | 670 | 100% |

У 8 из 10 респондентов есть любимое занятие, увлечение. Самой активной возрастной группой является группа респондентов в возрасте от 18 до 25 лет. Также, интересно, что респонденты возрастной группы «31-35 лет» активнее респондентов возрастной группы «26-30 лет».

Желание респондентов развивать свое увлечение на базе Дома культуры

Таблица №6

| Хотели бы Вы развивать свое увлечение (интерес) дальше, посещая Дом культуры? | Кол-во | % |
|--|------------|-------------|
| 1) Да | 380 | 57% |
| 2) Нет | 101 | 15% |
| 3) Затрудняюсь ответить | 189 | 28% |
| Всего | 670 | 100% |

В продолжение предыдущего вопроса, был определен процент респондентов, готовых заниматься в Доме культуры по интересующему их направлению. Он составляет более половины от всех респондентов.

Самый большой интерес респонденты проявили к следующему: Фитнес-клуб. Конечно, следует понимать, что это в основном желание женской аудитории.

Также, более четверти респондентов пока затрудняются ответить, хотели бы они развивать свое увлечение, хобби, посещая Дом культуры.

Участие респондентов в художественной самодеятельности

Таблица №7

| Занимаетесь ли Вы в каком-нибудь художественном коллективе, кружке? | Количество | % |
|---|------------|-------------|
| 1) Да (Укажите, в каком: - Вокальный коллектив/группа (63) - Драматический кружок/театральная студия (28) - Танцевальный (20) - Хоровой коллектив (16) - Кружок вязания/рукоделия (9) - Спортивный (8) - КВН (3) - Фольклорный (3) - Художественная студия дизайна и декора (1) - Не указано (41) | 192 | 29% |
| 2) Нет | 290 | 43% |
| 3) Занима(лся/лась) раньше | 188 | 28% |
| Всего | 670 | 100% |

Далее, рассмотрим долю участия респондентов в художественной самодеятельности. Более четверти респондентов являются участниками клубных формирований самодеятельного народного творчества. При этом показатель участия женщин в художественной самодеятельности будет в среднем выше на 100 человек. Данный показатель также служит в качестве подтверждения того, почему в опросе оказалось больше респондентов женского пола.

В целом, можно сказать, что у нас имеется 57% тех, кто занимается или занимался

в прошлом в каком-нибудь художественном коллективе, кружке, против 43% респондентов, которые не принимали участия в художественной самодеятельности.

Интерес респондентов к работе кружков Домов культуры

Таблица №8

| Членом какого клуба, объединения, кружка по интересам Вы хотели бы стать? (можно отметить несколько вариантов) | Количество | % |
|---|------------|-------------|
| 1) Фитнес-клуб | 194 | 29% |
| 2) Семейный клуб, клуб молодой семьи | 90 | 13,4% |
| 3) Туристический клуб | 73 | 10,9% |
| 4) Кружок вязания, кройки и шитья, макраме | 71 | 10,6% |
| 5) Фотоклуб | 62 | 9,3% |
| 6) Клуб самодеятельной песни | 55 | 8,2% |
| 7) Клуб «Познавательной психологии» | 53 | 7,9% |
| 8) Клуб современных техник ДПИ (оригами, квиллинг, валяние и др.) | 51 | 7,6% |
| 9) Клуб рыболовов, охотников | 50 | 7,5% |
| 10) Клуб спортивных болельщиков | 45 | 6,7% |
| 11) Клуб садоводов, цветоводов | 45 | 6,7% |
| 12) Клуб интеллектуальных игр | 40 | 6% |
| 13) Кружок домоводства | 36 | 5,4% |
| 14) Киноклуб | 34 | 5,1% |
| 15) Кружок иностранного языка | 34 | 5,1% |
| 16) Клуб знакомств | 32 | 4,8% |
| 17) Клуб молодежных субкультур | 30 | 4,5% |
| 18) Литературный клуб (поэзии) | 22 | 3,3% |
| 19) Дискуссионный клуб | 20 | 3% |
| 20) Клуб коллекционеров | 6 | 0,9% |
| 21) Другое: Хореография | 2 | 0,3% |
| 22) Другое: КВН | 2 | 0,3% |
| 23) Никакой | 93 | 13,9% |
| Всего | 670 | 100% |

Около трети респондентов хотели бы стать членом фитнес-клуба. Далее, каждый седьмой участник опроса желает состоять в семейном клубе. Еще достаточно популярными можно назвать варианты: «Туристический клуб», «Кружок вязания, кройки и шитья, макраме» и «Фотоклуб». Так выглядит условная пятерка лидеров.

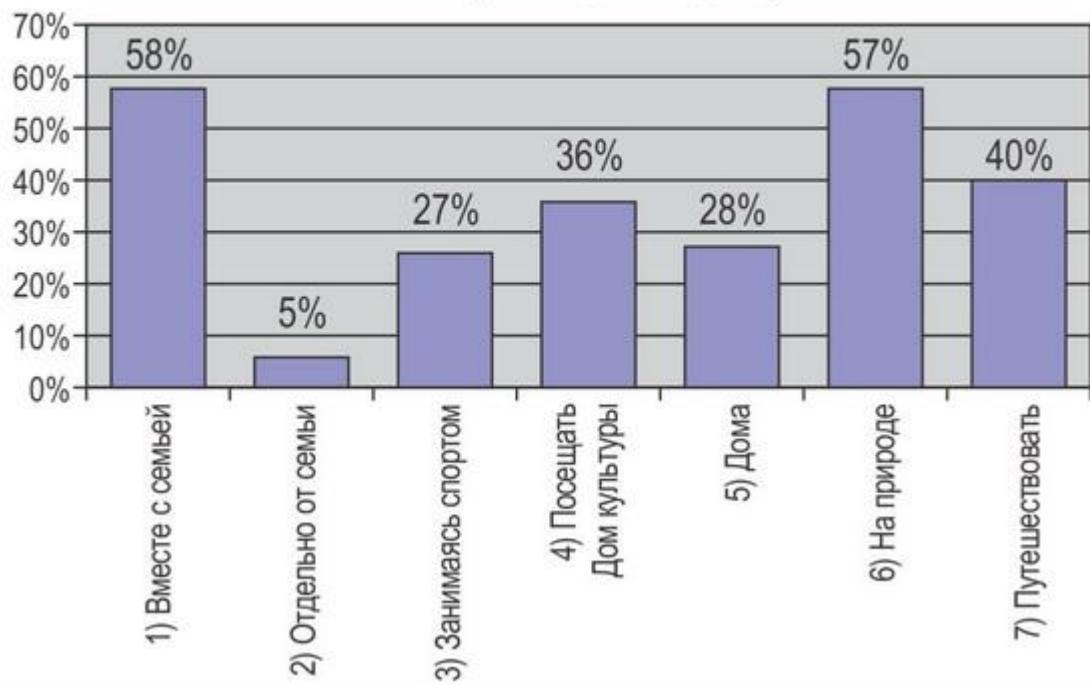
Предпочтения респондентов мужского и женского пола распределились следующим образом. Мужчины охотнее станут членами таких клубов, как клуб рыболовов и охотников, клуб спортивных болельщиков, туристический клуб. Женщины, чаще всего, выбирают фитнес-клуб. Кроме этого, их интересуют: семейный клуб (клуб молодой семьи), туристический клуб, кружок вязания, кройки и шитья.

Желание респондентов относительно проведения своего досуга

Самым популярным желанием респондентов по поводу организации личного досуга является желание проводить время вместе с семьей, на природе, а также в путешествиях.

Диаграмма 4

Как бы Вы хотели проводить досуг?



Интерес респондентов к работе кружков Домов культуры

Таблица №9

| Какие мероприятия в Доме культуры Вы бы хотели посетить? (можно отметить несколько вариантов) | Количество | % |
|--|------------|------|
| 1) Концерты | 278 | 41% |
| 2) КВН, конкурсы | 208 | 31% |
| 3) Танцы, дискотеки | 180 | 27% |
| 4) Вечера отдыха | 174 | 26% |
| 5) Посещение концертов или спектаклей профессионалов | 152 | 23% |
| 6) Балы, маскарады | 141 | 21% |
| 7) Ярмарки, народные гуляния | 134 | 20% |
| 8) Встречи с интересными людьми | 100 | 15% |
| 9) Коллективные выезды за город (грибы, ягоды, рыбная ловля) | 98 | 15% |
| 10) Семейные вечера | 94 | 14% |
| 11) Спортивные состязания, кроссы | 86 | 13% |
| 12) Участие в художественной самодеятельности | 81 | 12% |
| 13) Профессиональные праздники | 64 | 10% |
| 14) Игры «Что? Где? Когда?» | 52 | 8% |
| 15) Просмотр и обсуждение фильмов | 50 | 7% |
| 16) Тематические вечера | 49 | 7% |
| 17) Выставки, экскурсии | 46 | 7% |
| 18) Консультации по различным вопросам | 30 | 4% |
| 19) Проведение обрядов | 28 | 4% |
| 20) Диспуты, дискуссии | 15 | 2% |
| 21) Никакие | 11 | 2% |
| Всего | 670 | 100% |

Также, можно отметить, что ответы респондентов в основном были схожи с ответами на предыдущий вопрос.

Из тех, кто отметил вариант «Участие в художественной самодеятельности» большинство респондентов сами являются участниками художественного коллектива,

поэтому им могут быть интересны мероприятия в Доме культуры с выступлением таких коллективов.

Предпочтения молодежи по тематике праздников

Таблица №10

| Назовите свой самый любимый государственный праздник? | % |
|--|-------------|
| 1) Международный женский день (8 марта) | 63% |
| 2) День Победы (9 мая) | 57% |
| 3) День защитника Отечества (23 февраля) | 29% |
| 4) День России (12 июня) | 17% |
| 5) Праздник Весны и Труда (1 мая) | 14% |
| 6) День знаний (1 сентября) | 13% |
| 7) День народного единства (4 ноября) | 2% |
| 8) День Конституции Российской Федерации (12 декабря) | 2% |
| 9) День славянской письменности и культуры (24 мая) | 2% |
| 10) День космонавтики (12 апреля) | 1% |
| 11) День Государственного флага России (22 августа) | 1% |
| 12) Затрудняюсь ответить | 7% |
| Всего | 100% |

Больше всего голосов получили два праздника: Международный женский день и День Победы. При этом можно сказать, что у женщин лидирует Международный женский день, а у мужчин – День защитника Отечества. На втором месте и у мужчин и у женщин – День Победы.

Таблица №11

| Назовите свой самый любимый праздник в летний период? | % |
|--|-------------|
| 1) День молодежи (27 июня) | 50% |
| 2) День города (села, района) | 32% |
| 3) Иван Купала (7 июля) | 22% |
| 4) Международный день защиты детей (1 июня) | 19% |
| 5) Всероссийский день семьи, любви и верности (8 июля) | 18% |
| 6) День физкультурника (9 августа) | 6% |
| 7) Затрудняюсь ответить | 4% |
| Всего | 100% |

Далее, ровно половина респондентов называет своим самым любимым летним праздником – День молодежи. Также, можно отметить, что большой популярностью пользуется День города (села, района). Далее, такой праздник как Иван Купала наиболее популярен у респондентов в возрасте 18-25 лет, а Международный день защиты детей и Всероссийский день семьи, любви и верности у респондентов в возрасте 31-35 лет.

Посмотрим, какого же возраста респонденты идентифицируют себя с такой социальной группой как молодежь. По ответам наших респондентов, именно группа респондентов в возрасте 18-25 лет имеет большинство ответов для варианта «День молодежи» (из 337 человек – 165 входят в группу «18-25 лет», 83 – «26-30 лет», 89 – «31-35 лет»), поэтому можно предположить, что люди от 18 до 25 лет считают себя молодежью в своем сознании в большей степени.

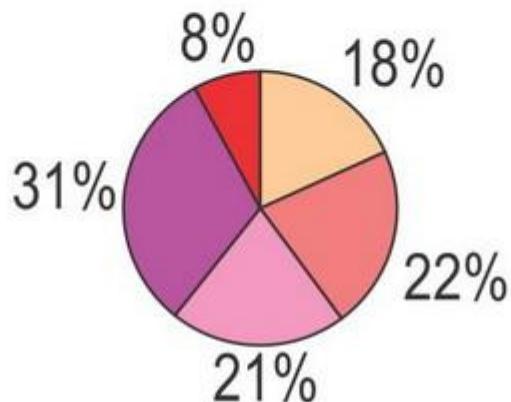
Удовлетворенность респондентов работой Домов культуры

Для оценки степени удовлетворенности респондентов качеством оказываемых услуг Дома культуры, обратимся к таким показателям, как посещаемость Домов культуры, оценка мероприятий, рекомендации и пожелания респондентов по улучшению работы Домов культуры.

Частота посещения респондентами Домов культуры

Диаграмма 5

Как часто Вы посещаете Дом культуры



- 1) Практически ежедневно (18%)
- 2) Несколько раз в неделю (22%)
- 3) Несколько раз в месяц (21%)
- 4) Несколько раз в год (31%)
- 5) Совсем не посещаю (8%)

Активность респондентов в вопросе посещения Дома культуры более чем высока, поскольку можно объединить ответы с 1 по 3 в одну большую группу тех, кто посещает Дом культуры достаточно часто против тех, кто редко (несколько раз в год либо совсем не посещают).

Также помним, что 29% респондентов это люди, которые в настоящий момент занимаются в художественных коллективах, кружках, т.е. уже априори посещают Дом культуры более одного раза в месяц (по результатам прошлых исследований было выяснено, что у большинства коллективов самодеятельного народного творчества любого жанра периодичность занятий и репетиций составляет 2 раза в неделю).

Кроме этого, часть респондентов также видит свой досуг в возможности посещения Дома культуры (см. Диаграмму 4).

Таким образом, по количеству респондентов посещающих Дом культуры можно сделать вывод о значимости данного вида услуг и важной роли клубного работника в организации досуга сельской молодежи.

Заметим, что даже тех респондентов, которые совсем не посещают Дом культуры, не следует исключать из потенциальных потребителей услуг, поскольку часть из них имеет детей (по результатам нашего опроса из 54 человек не посещающих Дом культуры у 22 из них есть дети), а следовательно, может быть заинтересована в посещении некоторых мероприятий для детей. Такое же правило действует и на группу респондентов, которые посещают Дом культуры несколько раз в год – среди них было отмечено еще большее количество

респондентов с детьми (из 208 человек, посещающих Дом культуры несколько раз в год, дети есть у 141).

Степень удовлетворенности респондентов работой Домов культуры

Таблица №12

| Вы удовлетворены работой местного клуба, Дома культуры? | Кол-во | % |
|---|------------|-------------|
| 1) Да, полностью | 458 | 68% |
| 2) Не совсем | 103 | 15% |
| 3) Нет | 19 | 3% |
| 4) Затрудняюсь ответить | 90 | 13% |
| Всего | 670 | 100% |

Большинство респондентов в целом удовлетворены работой Дома культуры. Следовательно, можно сказать, что частота посещения Дома культуры отражает уровень удовлетворенности респондентов качеством предоставляемых услуг.

Рекомендации респондентов по улучшению работы Домов культуры

Таблица №13

| Что, по Вашему мнению, необходимо для привлекательной и эффективной работы Дома культуры? (можно отметить несколько вариантов) | Количество | % |
|---|------------|-------------|
| 1) Приобрести новое (современное) оборудование | 296 | 44% |
| 2) Увеличение финансирования | 263 | 39% |
| 3) Достойная заработка плата работникам культуры | 185 | 28% |
| 4) Отремонтировать помещение | 166 | 25% |
| 5) Разработать интересные программы | 152 | 23% |
| 6) Привлекать спонсоров и партнеров | 121 | 18% |
| 7) Создать больше кружков и художественных коллективов | 103 | 15% |
| 8) Принять на работу профессионалов | 70 | 10% |
| 9) Улучшить рекламу | 48 | 7% |
| 10) Поменять руководство | 27 | 4% |
| 11) Затрудняюсь ответить | 5 | 1% |
| Всего | 670 | 100% |

Как видно из таблицы, большая часть респондентов высказывается в пользу приобретения нового (современного) оборудования, а также увеличения финансирования. В целом можно сказать, что в первую очередь респонденты видят возможное улучшение работы Дома культуры в виде улучшения материально-технической базы.

Уровень подготовки мероприятий Дома культуры по оценке респондентов

Таблица №14

| Как Вы оцениваете уровень подготовки мероприятий, на которых Вы присутствовали? | Кол-во | % |
|---|------------|-------------|
| 1) Высокий | 322 | 48% |
| 2) Средний | 270 | 40% |
| 3) Низкий | 14 | 2% |
| 4) Затрудняюсь ответить | 64 | 10% |
| Всего | 670 | 100% |

Почти половина респондентов оценила уровень мероприятий, которые они посетили как высокий. Свыше трети респондентов оценивают уровень мероприятий как средний. То, что уровень подготовки мероприятий низкий, считает только 2% респондентов.

Причины, по которым респонденты могут отказаться от посещения мероприятий Дома культуры

На вопрос: «По какой причине Вы можете отказаться от посещения интересующего Вас мероприятия?» более половины респондентов ответили, что у них просто могут быть другие дела во время запланированного мероприятия (57%). Следующие причины можно поделить на несколько видов:

бытовые – Холодно в зале (15%), Отсутствие санузлов (13%), Неудобные кресла (7%), Неудобно/долго добираться (5%).

культурно-досуговые – Неинтересная программа мероприятия (14%), Отсутствие информации о мероприятиях (11%), Знаю выступающие коллективы, их уровень (7%), Некомпетентность сотрудников Дома культуры (3%), Постоянные задержки в программе (2%).

материально-технические – Отсутствие буфета (8%), Низкое качество изображения/звучка/света (7%), Неработающий гардероб (4%).

социально-психологические – Не с кем пойти (14%), Откажусь, если будет платно (14%), Отталкивает некультурное поведение зрителей в зале (9%).

Примечательно, что почти 2/5 респондентов или 17%, в принципе, не видят причин, по которым они откажутся от посещения интересующего их мероприятия.

Категорически высказались только 1% респондентов, которые вообще не посещают мероприятия в Доме культуры.

Также, данный вопрос можно рассматривать с позиции, что респондентов не устраивает в работе Домов культуры (на основании того, что не все респонденты удовлетворены работой Домов культуры).

Пожелания респондентов по улучшению мероприятий, проводимых в Доме культуры

Таблица №15

| Чего Вам больше всего не хватает для участия в клубных мероприятиях? (можно отметить несколько вариантов) | Количество | % |
|--|------------|-------------|
| 1) Свободного времени | 279 | 42% |
| 2) Активности односельчан | 276 | 41% |
| 3) Соответствующего оборудования и ресурсов | 101 | 15% |
| 4) Денег | 81 | 12% |
| 5) Хорошего помещения | 72 | 11% |
| 6) Хороших организаторов | 62 | 9% |
| 7) Профессиональных людей в области культуры | 38 | 6% |
| 8) Затрудняюсь ответить | 30 | 4% |
| Всего | 670 | 100% |

Как видно из таблицы, на первый план вышли два фактора: нехватка свободного времени у респондентов и недостаточная активность односельчан. Если первый фактор напрямую зависит лично от самих респондентов, то второй выражается посредством слабых социальных связей между жителями (в данном случае, молодыми жителями области в возрасте от 18 до 35 лет). Другими словами, у некоторых респондентов наблюдается потребность в общности, в принадлежности к группе людей (у нас, односельчан), которая на данный момент не удовлетворена.

Выводы

В результате проведения данного социологического исследования были определены основы культурно-досуговых предпочтений жителей Новосибирской области в возрасте от 18 до 35 лет.

Почти у всех опрошенных имеется ежедневно некоторое количество свободного времени, которое они обычно проводят за общением с друзьями, просмотром телепередач, фильмов, общением в интернете и ведением домашнего хозяйства. В связи с этим возникает необходимость в организации более разнообразных форм проведения своего досуга. Так, например, эту обязанность на себя берет Дом культуры – по ответам респондентов, 9 из 10 человек периодически посещают Дома культуры. К тому же, почти треть из них занимаются в коллективах художественной самодеятельности. Еще большее число опрошенных хотели бы стать членами различных клубов, объединений, кружков по интересам. Также, большой интерес респонденты проявили к таким мероприятиям как концерты, игры КВН, конкурсы, танцы, дискотеки, вечера отдыха и многие другие, которые они посетили бы, если те будут проводиться в Доме культуры.

В качестве перспективных задач видится работа по следующим направлениям:

- привлечение в большем количестве мужской аудитории в Дома культуры;
- расширение спектра предоставляемых услуг населению путем обеспечения новых площадок и территорий (Парк, сквер культуры и отдыха, Кафе, Спортивная площадка), а также секций, кружков и студий (Театральная студия, Компьютерный класс, Видеосалон);
- работа на целевую аудиторию (молодые семьи, студенты, посетители с детьми и без, жители активно участвующие в жизни Дома и культуры и жители, редко пользующиеся услугами Домов культуры);
- улучшение (совершенствование) материально-технической базы Домов культуры.

Отдельно можно порассуждать о перспективах развития самодеятельного народного творчества среди молодежи села. Такая перспектива определенно есть. Помимо респондентов уже состоящих в коллективах художественной самодеятельности, более половины из опрошенных хотели бы развивать свои увлечения (хобби) дальше, посещая дом культуры.