

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет соціальних наук та соціальних технологій
Кафедра соціології

Кваліфікаційна робота
освітній ступінь—бакалавр

на тему:

**«ПРАКТИКИ КУЛЬТУРНОГО СПОЖИВАННЯ СТУДЕНТІВ
НАУКМА В УМОВАХ КАРАНТИНУ»**

Виконала: студентка 4-го
року навчання спеціальності
054 «Соціологія»

Мельничук Аліна Олегівна

Керівник: Осипчук А. Д.
кандидатка соціологічних наук,
доцентка кафедри соціології НаУКМА

Рецензент:

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою «_____»

Секретар ЕК: _____

«___» _____ 2019 р.

Київ—2020

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОНЯТТЯ КУЛЬТУРНОГО СПОЖИВАННЯ.....	6
1.1 Концепції «культурного споживання».....	6
1.1.1. Культурне споживання як частина способу життя індивідів	6
1.1.2. Культурне споживання як складова культурного капіталу.....	11
1.2 Типи культурного споживання.....	14
1.3 Вимірювання культурного споживання	18
РОЗДІЛ 2 ПРАКТИКИ КУЛЬТУРНОГО СПОЖИВАННЯ СТУДЕНТІВ НаУКМА	22
2.1. Дизайн та методологія дослідження.....	22
2.2. Структура та характер практик культурного споживання студентів НаУКМА: описові статистики	25
2.2.1 Опис структури та характеру практик культурного споживання студентів НаУКМА до початку карантину.	25
2.2.1. Опис структури та характеру практик культурного споживання студентів НаУКМА під час карантину.....	32
2.4.1 Кореляційний аналіз легітимного та масового культурного споживання.	40
2.4.2. Регресійний аналіз легітимного та масового культурного споживання.	42

Список використаних джерел

ДОДАТОК А

ВСТУП

Наразі українське суспільство перебуває в умовах карантину через пандемію Covid 19. У ситуації самоізоляції та постійного перебування вдома змінюються зразки поведінки індивідів, їх дозвілєві практики та стиль життя. Фактично значна частка практик, які раніше існували в звичайному житті сьогодні переходять в онлайн, стаючи водночас більш доступними для індивідів. Ця ситуація стосується і культурного споживання. Феномен культурного споживання є поширеною темою багатьох зарубіжних соціологічних досліджень. В першу чергу це викликано тим, що явище культурного споживання часто пов'язують з відображенням соціальної позиції індивідів, а отже формуванням уявлень про організацію соціальної структури суспільства загалом. В Україні наразі недостатньо досліджень, а отже ця тема лишається недослідженою та такою, що потребує додаткової експертизи.

Актуальність мого дослідження обумовлена недостатністю експертизи щодо практик культурного споживання в Україні, а також безпосередніми умовами, в яких наразі перебуває українське суспільство.

Об'єктом даного дослідження є студенти НаУКМА.

Предметом дослідження є практики культурного споживання студентів НаУКМА в умовах карантину

Метою даної роботи є встановити структуру та характер практик культурного споживання студентів НаУКМА в умовах карантину.

Завданнями дослідження є:

1. Систематизувати теоретичні підходи до вивчення феномену культурного споживання
2. Встановити частоту та структуру практик культурного споживання студентів НаУКМА до початку карантину
3. Визначити, як змінилась частота та структура практик культурного споживання серед студентів НаУКМА в умовах карантину
4. Виявити, чи існує зв'язок між рівнем освіти батьків та характером культурних практик студентів НаУКМА

5. Виявити, чи існує зв'язок між соціальним статусом родини та характером культурних практик студентів НаУКМА

Гіпотезами в рамках даного дослідження є:

1. Найбільш поширеними культурними практиками до початку карантину були: відвідування кінотеатру та публічних лекцій
2. Найбільш поширеними культурними практиками під час карантину стали: перегляд фільмів онлайн, перегляд онлайн-концертів
3. У культурних практиках студентів НаУКМА переважають масові культурні практики
4. Існує зв'язок між рівнем доходу родини та рівнем масового та легітимного культурного споживання студентів
5. Існує зв'язок між рівнем освіти батьків та рівнем легітимного культурного споживання студентів
6. Існує зв'язок між здійсненням студентами НаУКМА практик художньої самодіяльності та рівнем легітимного культурного споживання

Теоретичною базою даного дослідження стали теорії культурного споживання. Зокрема були розглянуті теорії дослідження культурного споживання як стилю життя індивідів, запропоновані Вебером, Вебленом, Чейні та іншими. Також було розглянуто підхід до аналізу культурного споживання, як складового капіталу (Бурдьє, ДіМаджіо). У рамках роботи було проведено теоретичний огляд рівнів культурного споживання та проведено порівняльний аналіз між теоріями класифікації культурних практик Бурдьє та Петерсона. Окрім того, було виділено теоретичні та методологічні основи для вимірювання культурного споживання через вимірювання частоти та структури здійснення культурних практик індивідами.

Емпіричною базою стало дослідження конкретних культурних практик, до яких були залучені студенти НаУКМА до та під час карантину. Для аналізу було створено перелік конкретних культурних практик для визначення

структури та характеру культурного споживання, серед яких: відвідування та перегляд онлайн-вистав театру, відвідування та онлайн-перегляд концертів сучасної та класичної музики, відвідування та онлайн-перегляд музеїв та виставок, відвідування кінотеатрів та перегляд фільмів онлайн тощо. На основі цих практик було побудовано два індекси легітимного та масового культурного споживання. У рамках дослідження також було проведено кореляційний аналіз характеру культурного споживання та таких змінних, як рівень доходу родини студентів та залученість до практик художньої самодіяльності. Окрім того було проведено і регресійний аналіз залежності рівнів легітимного та масового культурного споживання від рівня освіти батьків, а також рівнів споживання до та під час карантину.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОНЯТТЯ КУЛЬТУРНОГО СПОЖИВАННЯ

1.1 Концепції «культурного споживання»

Культурне споживання є феноменом, який досліджується у міждисциплінарному полі. Це поняття стає науковим інтересом в полі соціології, економіки, культурології та суміжних сфер, таких як економічна соціологія, соціологія культури тощо. У соціологічному полі поняття «культурне споживання» зазвичай вживається разом з такими поняттями, як «культурний капітал» та «стиль життя». У цьому розділі я спробую відмежувати поняття «культурного споживання» від інших та дати узагальнене визначення поняттю.

1.1.1. Культурне споживання як частина способу життя індивідів

Перш за все, культурне споживання у багатьох соціологічних дослідженнях виступає як частина феномену «стиль життя». Звертаючись до класичний творів, Макс Вебер у роботі «Class, Status, Party» пояснює існування статусних груп, стверджує що це групи індивідів, які різняться в першу чергу у культурній сфері (2009). Автор зазначає, що індивідів у цій групі поєднує певний стиль життя та світобачення, за допомогою яких вони ідентифікують себе та відчують свою приналежність до певної групи. За Вебером стиль життя визначається лише нематеріальними характеристиками, серед яких: цінності, вірування, соціальні та політичні погляди та установки. Вебер стверджує, що саме культурна сфера є одним з визначних чинників, які формують ієрархію та забезпечують можливість панування одних статусних груп над іншими. Автор зазначає, що компетенції в культурній сфері та здатність формувати судження щодо соціального та політичного життя

уможливлюють домінування представників та представниць «вищого» класу над представниками інших класів. Макс Вебер досліджуючи стиль життя представників різних соціальних груп зауважує визначну роль культури, проте автор розглядає культурний аспект у формах любові до мистецтва або можливості створювати компетентні судження про певні культурні (мистецькі) об'єкти. Таким чином, Вебер не виводить окремого поняття культурного споживання, проте саме ставлення та доступ до культурної сфери, а отже можливість «споживання» окремих культурних продуктів, стають одним з ключових чинників формування статусної структури суспільства.

Ще одним автором, що розглядає культурне споживання як форму стилю життя є американський соціолог та економіст Торстейн Веблен. На відміну від Вебера, Веблен формує свої судження на основі феномену споживання. Теорія «дозвілєвого класу» автора ґрунтується на твердженні, що поява інституту приватної власності та його розвиток зумовили фундаментальні зміни у характері споживання та накопиченні певних благ індивідами (Veblen, 1899). Автор стверджує, що для індивідів характерним є не лише раціональне споживання, покликане задовольняти потреби індивідів, а й ірраціональне споживання. Для пояснення саме ірраціонального споживання соціолог вводить поняття «демонстративного споживання», основним мотивом якого є наголошення «вищості» індивіда та його приналежності до вищого прошарку населення. Веблен стверджує, що культурне споживання також є частиною ірраціонального, а отже «демонстративного споживання». Автор наголошує на тому, що споживання культурних продуктів, а отже відвідування музеїв, споглядання витворів образотворчого мистецтва, театральних вистав чи музичних концертів, не є раціонально вмотивованим, а отже здійснення подібних практик не задовольняє конкретних природних потреб індивідів. Веблен також зауважує, що подібне споживання є характерним здебільшого для представників середнього та вищого класу, які мають достатньо матеріальних засобів для

задоволення базових потреб та можливостей для задоволення ірраціональних. При чому, соціолог наголошує на тому, що саме представники «вищого» («дозвілєвого») класу формують певні тенденції та стандарти смаку та уявлення про красу, вони формують певну схему суджень та оцінок того чи іншого культурного продукту тощо. Фактично соціолог стверджує про існування певної моди на культурне споживання, яка визначає, що є прекрасним, а що негідним, формує певний стиль та спосіб життя, до якого прагнуть ширші маси населення. У такому випадку саме культурне споживання сприймається індивідами, як ознака належності до вищого класу та водночас, як канал соціальної мобільності.

Канадський соціолог Девід Чейні у роботі «From Ways of Life to Lifestyle: Rethinking Culture as Ideology and Sensibility» надає культурному споживанню ще більшого значення для формування індивіда. Автор пропонує розмежовувати поняття «стиль життя» та «спосіб життя». Він стверджує, що спосіб життя або ж життєвий шлях («ways of life») є більш сталим явищем, яке характеризує сукупність певних соціальних норм, установок та переконань, що притаманні конкретній спільноті, в якій існує індивід та які він/вона відтворює. На думку автора це поняття не охоплює усі характеристики життя індивіда, і тому ми маємо розглядати й інших феномен, який пов'язаний з менш перманентними явищами. Для цього розрізнення автор вводить поняття стиль життя («life-style»), яке охоплює культурні характеристики конкретного індивіда, а не спільноти, до якої він/вона належить. Автор зазначає, що стиль життя – це конкретні «творчі проекти» індивіда, які ґрунтуються на основі його/її культурного споживання.

Французький соціолог Філіпп Куланжон визначає культурне споживання через культурні практики індивідів, пов'язані із споживанням певних творчих або інтелектуальних продуктів або ресурсів, які приносять задоволення індивіду. При цьому Куланжон стверджує, що подібні практики є невід'ємною частиною стилю життя індивідів. До таких культурних практик автор відносить читання книг, відвідування культурних заходів, музеїв,

кінотеатрів, концертів, а також хобі та захоплення індивідів (Coulangeon, 2005). У своїй концепції автор наголошує на тому, що культурне споживання за своїм походженням є дозвіллевою практикою, він фактично ототожнює поняття «культурного споживання» з поняттям «культурне дозвілля». Досліджуючи культурне споживання населення Франції соціолог виводить гіпотезу про те, що культурне споживання в сучасному суспільстві стає не лише частиною життя індивідів, а й продовжує існувати, як характеристика соціальної стратифікації суспільства. Фактично автор підтверджує тезу про те, що представникам вищого соціального класу притаманне здійснення більших витрат на культурне дозвілля, а отже культурне споживання може виступати ознакою приналежності до певного прошарку населення.

Поява феномену культурного споживання та формування його як частини способу життя індивідів є однією з характеристик постмодерного суспільства. Поширення плюралізму, лібералізація, поява масової культури, розширення медіа та перехід до постіндустріальної економіки зумовили появу нового постмодерного суспільства (Lyotard, 1984). Подібні перетворення зумовлюють зміни у в культурному середовищі. Зокрема Featherstone у роботі «Consumer Culture and Postmodernism» стверджує що саме стирання кордонів між мистецтвом та повсякденним життям є однією з характеристик постмодерних суспільств. Таким чином, автор наголошує на тому, що в сучасних умовах культурне споживання фактично є невід'ємною складовою стиля життя індивідів. Це стає можливим завдяки проектам естетизації та стилізації повсякденного життя через широку мережу мас-медіа, які фактично стирають межі між культурним, мистецьким та звичним, повсякденним. Окрім того, Featherstone також стверджує, що посмодерне суспільство також сприяє зникненню кордонів між «високим» та масовим мистецтвом. Фактично, ця думка автора не заперечує тезу попередніх дослідників про те, що культура та культурне споживання «високого» мистецтва є ознакою належності до вищого класу, проте він зауважує, що у постмодерному суспільстві культурне споживання індивідів урівноважується та має значно менше відмінностей ніж

у попередніх суспільствах. Пояснює автор це в першу чергу підвищенням рівня освіти індивідів, розширення доступу до інформації та загальною лібералізацією суспільства. Підтвердженням цього також є результати дослідження ізраїльського соціолога Katz-Gerro. Автор досліджував спосіб життя та дозволя індивідів різних країн. Основним завданням дослідження була перевірка гіпотези про кореляцію між культурним споживанням та класовою приналежністю індивідів. Автор порівнював культурне споживання у низці європейських країн, Ізраїлі та США. Соціолог створив два вектори: культурного смаку та культурних практик та досліджував їх зміну залежно від класу, до якого належить індивід. У результаті дослідження Katz-Gerro гіпотеза не підтвердилась, а отже зв'язку між характером культурного споживання та класовою приналежністю індивідів виявлено не було. Автор також зазначив про наявність зв'язку між характером культурного (інтелектуального) споживання та такими змінними, як стать, етнічність та віросповідання. Таким чином, автор дійшов висновку, що у представників постмодерних суспільств вже не прослідковуються характерні зміни у культурних преференціях та споживанні, які пов'язані з приналежністю до різних статусних груп чи соціальних класів.

Отже, у ряді робіт феномен культурного споживання виступає частиною стилю життя індивідів, який формується під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів. Культурне споживання в рамках цієї парадигми виступає характеристикою повсякденності індивідів та частиною їх дозволя. Культурне споживання з такого підходу ґрунтується на культурних та мистецьких практиках індивідів, таких як читання, відвідування культурних подій, музеїв, концертів, кінотеатрів, а також хобі та захоплення індивідів. Дослідники, що розглядають культурне споживання, як частину стилю життя індивідів також розглядають і те, як це споживання змінюється залежно від класової приналежності індивідів та їх статусної групи.

1.1.2. Культурне споживання як складова культурного капіталу.

Ще одним підходом до визначення ролі та місця культурного споживання є визнання його складовою такого феномену як «культурний капітал». Вперше поняття «культурний капітал» ввів французький соціолог П'єр Бурдьє. Соціолог пояснював наявність стратифікації в суспільстві не через різний стиль життя індивідів, а через наявність у них того чи іншого капіталу. Бурдьє визначив чотири основні види капіталу: економічний (матеріальні блага та доходи), соціальний (соціальні зв'язки та мережі) культурний (культурні ресурси) та символічний (престиж та репутація) (1986). Саме характеристики цих видів капіталу формують соціальну позицію індивіда у суспільстві. У даній роботі ми більш детально зупинимось на культурному капіталі та значенні культурного споживання у його системі.

П'єр Бурдьє у роботі «The Forms of Capital» стверджує, що культурний капітал індивідів існує в трьох формах: інкорпорований, об'єктивований та інституціоналізований. Інкорпорований культурний капітал є тими знаннями, навичками та вміннями, які індивід засвоює та які формують габітус конкретного індивіда. Першочергово індивід накопичує саме цей вид капіталу, який формується з дитинства та у процесі соціалізації інкорпорується індивідом. Ще одним видом культурного капіталу є інституціоналізований, який охоплює формальні відзнаки. До інституціоналізованого капіталу відносять дипломи, сертифікати, що засвідчують про формальний рівень компетенції та кваліфікацію індивіда. Останнім видом культурного капіталу є об'єктивований, який представлений у матеріальних предметах та культурних засобах. До об'єктивованого капіталу відносять книги, картини, скульптури тощо. (Бурдьє П. 1998)

Для визначення місця культурного споживання у теорії Бурдьє звернемось до роботи Джона Ноубла та Пітера Девіса «Cultural capital as an explanation of variation in participation in higher education», які ствержують, що культурне споживання, а саме відвідування культурних заходів, а також літературні та художні практики та вподобання є частиною об'єктивованого

культурного капіталу (2009). Автори фактично розширюють запропоноване Бурдьє визначення об'єктивованого виду культурного капіталу, додаючи в нього не лише можливість володіння певними культурними об'єктами, а й здійсненням певних культурних практик (відвідування музеїв, театрів, кінотеатрів, галерей та філармоній). Іншу позицію займає російська дослідниця Віолетта Корсунова, яка стверджує, що культурне споживання є частиною інкорпорованого виду культурного капіталу. Авторка зауважує, що культурне споживання в даному випадку стає частиною культурного капіталу, який формує стиль життя індивіда. При чому авторка наголошує на тому, що культурний капітал не є просто складовою структури стилю життя, а стає наслідком отриманих у процесі соціалізації знань (Корсунова, 2019).

Розглядаючи поняття культурного споживання в рамках теорії П'єра Бурдьє, Корсунова також наголошує на символічній цінності культурних об'єктів та практик, які фактично розподіляться між різними соціальними класами. Бурдьє стверджує, що індивід в процесі соціалізації засвоює ті культурні практики, які є характерними для соціального класу, в якому він/вона знаходиться. Тобто, фактично Бурдьє погоджується з думкою Вебера про те, що культурне споживання різниться у представників різних статусних груп, при чому це культурне споживання (культурні практики та смаки) виступає індикатором приналежності індивіда до того чи іншого класу (Бурдьє, 1998). Для підтвердження цього Бурдьє вводить розрізнення, виводячи три рівні культурних вподобань: високий або легітимний (*highbrow*), середній або обивательський (*middlebrow*) та низький або масовий (*lowbrow*). Для високого рівня характерним є залученість у легітимні культурні практики, які потребують вищого рівня економічних витрат та часових затрат, серед таких: відвідування театру, опери, балету, концертів класичної музики та музеїв. До цього рівня належать представники вищого економічного прошарку з вищим рівнем відповідно економічного капіталу та культурного, який забезпечує певну культурну компетентність, яка є необхідною для цього типу культурного споживання. На противагу високому рівню існує низький рівень

вподобань, який є фактично низьким рівнем культурного споживання. Для цього рівня характерним є масове культурне споживання доступних об'єктів та практик, які не потребують особливих матеріальних витрат та культурної компетенції. Якщо ж ми говоримо про середній рівень вподобань, то для представників цього прошарку характерним є залученість у популяризовані, а отже більш доступні, легітимні культурні практики (Bourdieu, 1984). Таким чином, Бурдьє стверджує, що існують відмінності у культурному споживанні представників різних статусних груп. Варто зауважити, що основна відмінність, на думку Бурдьє, полягає у характері культурного споживання, зокрема «якості» культурних практик, у які залучений індивід. При цьому, Бурдьє не аналізує те, як різняться поширеність та частота цих культурних практик як між різними статусними групами, так і всередині. Підсумовуючи, Бурдьє фактично стверджує, що характер культурного споживання індивідів засвоюється індивідом у процесі соціалізації через здійснення культурних практик, які є притаманними класу, в якому існує індивід. Характер культурного споживання в такому випадку стає похідною соціальної позиції, яку займає індивід.

Роль культурного споживання у структурі культурного капіталу відзначає також американський соціолог Пол Дімаджіо. Соціолог у дослідженні культурного капіталу американських студентів стверджує, що основними складовими культурного капіталу є установки індивідів, а саме їх зацікавленість у певних видах культурних практик, самі культурні практики, які автор визначає як досвід створення мистецьких предметів та об'єктів (музика, картини тощо), та поінформованість або культурну компетентність (знання культурних та історичних постатей та подій) (DiMaggio, 1982). Варто відзначити, що автор зазначає, що культурне споживання є частиною культурного капіталу індивіда, фактично ресурсом, який може використовуватись індивідом при нестачі інших ресурсів. Як приклад автор наводить рівень освіти батьків, який не завжди впливає на успішність індивідів та загальний культурний капітал індивідів.

Таким чином, поняття культурного споживання у цій концепції виступає складовою частиною культурного капіталу. Думки дослідників розходяться щодо місця, яке займає культурне споживання, чи є він інкорпорованим, а отже стає частиною габітусу індивідів (ця позиція близька до ототожнення культурного споживання із стилем життя або його частиною) або об'єктивованим культурним капіталом, а отже дослідники виводять культурне споживання на один рівень з наявністю культурних об'єктів та предметів.

1.2 Типи культурного споживання

У попередньому підрозділі роботи було описано розрізнення типів культурного споживання за П'єром Бурдьє, який виділяє високий (легітимний), середній (обивательський) та низький (масовий) рівні культурного споживання залежно від культурних практик, до яких індивід є залученим. Це розрізнення Бурдьє пов'язує в першу чергу з наявністю різних рівнів економічного та культурного капіталу в індивідів. А отже соціолог наголошує на тому що для кожного рівня культурного споживання необхідним є певний рівень матеріальних можливостей та культурної компетенції. Бурдьє також стверджує, що є чіткі кордони між представниками різних рівнів культурного споживання, а отже індивіди, які споживають легітимні (високі) культурні практики, не можуть водночас бути залученими до практик середнього або масового (низького) рівня. І це, на думку автора, забезпечує наявність певної гомологічної структури споживання, коли індивіди всередині однієї статусної групи майже не різняться у культурному споживанні, а отже є залученими до однакових культурних практик (Bourdieu, 1984).

Існують і альтернативні підходи до групування та систематизації рівнів та типів культурного споживання. Одним з таких підходів є теорія «культурної всеїдності» («cultural omnivore») Річарда Петерсона. Американський соціолог заперечує теорію Бурдьє про гомологічну структуру споживання та стверджує,

що наразі основні межі споживання проходять не між тими, хто споживає високу культуру і тими, хто споживає низьку культуру, а між тими, хто споживає культуру різних рівнів та тими хто є залученим до одиничних культурних практик. Фактично, автор наголошує на тому, що індивіди, які відвідують театр та оперу можуть водночас цікавитись і сучасним кінематографом та відвідувати фестивалі сучасної музики. В іншій роботі «Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore» Петерсон та Керн відносять «всеїдних» («omnivore») в окрему групу, яка стає найвищою у «культурній ієрархії» соціологів (1996). Варто відзначити, що попри критики гомологічної структури Бурдьє, вони не відмовляються від думки, щодо того, що культурне споживання є похідною від соціальної позиції індивідів. Фактично їх теорія вносить основну відмінність для представників лише вищого класу, які є не лише споживачами окремого вищого рівня культурних практик, й мають розуміти місце цих практик у загальній системі культури споживання, а отже можуть бути залученими і до інших видів (рівнів) культурних практик. Теорія «культурної всеїдності» повторюється і в подальших соціологічних роботах. Так, ван Ейк та Лівенс зазначають, що феномен «всеїдності» може існувати у різних формах та різнитись залежно від «культурних схем» - індивідуальних вподобань індивіда в рамках певної культурної практики. Автори стверджують, що така «культурна всеїдність» заперечує існування дихотомії «висока-низька культура», а самі індивіди здійснюють вибір тієї чи іншої практики залежно від їх індивідуальних характеристик та уподобань (Eijck, Lievens, 2008) Таким чином подальші соціологічні теорії все більше розмивають межі між «високим» та «низьким» культурним споживанням, водночас надаючи більшого значення іншим характерним рисам індивіда, а не зосереджуючись виключно на його/її культурному та економічному капіталах.

Німецький соціолог Ульріх Бекк стверджує належність індивіда до певного статусного прошарку, тобто соціальна позиція індивіда, не є достатнім чинником формування культурного споживання індивід. Соціолог

зазначає, що при дослідженні рівнів (типів) або характеру культурного споживання індивідів необхідним є врахування й інших соціальних характеристик. До таких характеристик автор відносить вік, гендер та етнічність. Автор наголошує на тому, що відмінності між представниками цих груп можуть відрізнятися значно більш ніж між представниками різних статусних груп (Beck, 1992).

Найбільш категоричним є погляд британського соціолога Зигмунда Баумана, який стверджує, що культурне споживання є незалежним від соціальної позиції, яку займає індивід у суспільній структурі. Автор стверджує, що індивід формує характер культурного споживання та залученість до різних практик не на основі приналежності до певної статусної групи, а ґрунтуючись на власних інтересах та досвідах (Bauman, 2002). Таким чином Бауман заперечує існування ієрархічності у культурному споживанні індивідів, а також наголошує на непостійності характеру культурного споживання, яке здатне змінюватись під впливом різних факторів.

У дослідженнях прослідковують зміни також і в класифікації культурного споживання. Варто відзначити, що відбувається перехід від вертикальної класифікації, яка ґрунтується на переконанні про існування рівнів культурного споживання, кожному з яких притаманний специфічний перелік культурних практик, до горизонтальної, яка стверджує про існування типів культурного споживання. При розрізненні рівнів культурного споживання ми чітко можемо визначити «високий» та «низький» рівні культурного споживання та розташувати конкретного індивіда фактично на шкалі його культурного розвитку залежно від того, до якого соціального прошарку чи статусної групи він належить. При розрізненні типів культурного споживання ми маємо можливість визначити групи культурних практик залежно від їх походження та характеристик, а не залежно від того, для яких індивідів вони є притаманними. Так, британський соціолог Майкл Севідж розділяє культурне споживання на легітимне та нове (emerging). До легітимного культурного споживання дослідник відносить відвідування

драматичних театрів, музеїв та концертів класичної музики. Новому ж виду культурного споживання характерні такі практики, як відвідування концертів сучасної музики та зацікавленість неакадемічними жанрами музики (Savage, 2013). Варто відзначити, що вводячи дану типологію Севідж не визнає «вищості» одного типу над іншим, тобто залученість індивіда до практик певного типу не дає змогу робити висновки про рівень його культурного капіталу чи соціальну позицію.

Таким чином, у соціологічному дискурсі існує декілька підходів до класифікації культурного споживання. Зокрема, деякі дослідники зауважують, що окремі характеристики культурного споживання, а саме характер культурних практик можуть формувати рівні культурного споживання, які свідчать про високий або низький рівень культурного та економічного капіталу індивідів. У такому випадку здійснення індивідом практик того чи іншого рівня виступатиме індикатором належності до вищого або нижчого соціального або культурного прошарку. Пізніше дослідження дещо стирають межі між цими практиками і стверджують, що основною відмінністю стають не самі практики, а їх різноманітність та насиченість для конкретного індивіда. На противагу цим двом концепціям існують і теорії, які фактично заперечують наявність чітких кордонів між групами культурних практик, що формують характер культурного споживання індивіда та водночас або повністю, або частково заперечують зв'язок характеру цього споживання з соціальною позицією, яку займає індивід.

1.3 Вимірювання культурного споживання

Культурне споживання стає предметом не лише теоретичних концепцій, а й емпіричних досліджень. Існує кілька основних підходів до вимірювання та аналізу феномену культурного споживання. Корсунова виділяє чотири основних напрямки емпіричних досліджень культурного споживання: культурні практики, смаки та вподобання, практики та смаки, досвід та сприйняття. На основі цих досліджень Корсунова виводить три основні підходи до операціоналізації поняття «культурне споживання». У Таблиці 1.1 наведене порівняння цих підходів.

Таблиця 1.1 .Порівняння підходів до операціоналізації культурного споживання (Корсунова, 2019, с. 173)

Підхід	Практики	Смаки	Сприйняття
Змінні та (або) концепти	Опера і (або) балет Театри (драматичні, комедійні тощо) Музеї та виставки Історичні пам'ятки Публічні лекції Кінотеатри Фестивалі (театральні, художні, музичні) Концерти (класична музика, джаз, рок-музика, поп-музика) Читання	Музичні жанри (опера, джаз, фолк, етнічна музика, класична музика, поп і рок) Стили образотворчого мистецтва Літературні вподобання Телевізійні програми	Образотворче мистецтво Музичні уподобання

Що аналізується	Частота практики Структура практики Різноманіття та (або) кількість практик	Структура смаків Жанри та стилі, яким надається перевага Знання	Цілі Судження та (або) сенси споживання досвід
Переваги	Універсальна інформація Можливість порівняння Легкі для інтерпретації	Дає можливість детально дослідити зміст культурного споживання	Більш глибокий аналіз культурного споживання
Недоліки	Не дає можливості для розгляду змісту практики	Складність порівняння культурних продуктів	Складність методології, врахування лише однієї практики

У Таблиці 1.1 зображено три різних підходи до операціоналізації культурного споживання, визначені Корсуною на основі огляду попередніх емпіричних досліджень. Дослідниця виводить ці підходи на основі змінних для вимірювання феномену та специфіки аналізу. Соціологиня також наводить основні переваги та недоліки кожного підходу. У рамках даного дослідження я більш детально зупинюсь саме на підході дослідження культурного споживання через вимірювання культурних практик. Даний підхід є найбільш універсальним з точки зору отриманої інформації та дає можливість для порівнянь.

Вимірювання феномену культурного споживання відбувається через вимірювання набору культурних практик індивіда. У загальному до таких практик відносять відвідування культурних подій: музеїв, театрів, опери та балету, кінотеатрів, публічних лекцій та музичних концертів. Проте набори цих практик різняться у різних дослідженнях. Так, ДіМаджіо та Мухтар у дослідженні «Arts Participation as Cultural Capital in the United States» розглядають зміну у частоті здійснення культурних практик, що належать до

різних рівнів культурного капіталу. Серед основних культурних практик соціологи визначили: відвідування музеїв, театрів, концертів класичної музики та джазових концертів, опери та балету, а також історичних пам'яток та ярмарок (DiMaggio, Mukhtar, 2004). Подібний набір практик присутній і в дослідженні культурного споживання в Іспанії, яке здійснили Лопез-Сінтаз та Альварес. Вони вивели поняття культурного споживання через такі практики, як огляд історичних пам'яток, відвідування музеїв та виставок, театральних та музичних фестивалів, а також публічних лекцій (Lopez Sintas, Alvarez, 2002).

Окрім більшою мірою описових досліджень культурного споживання, існують і роботи, в яких досліджуються чинники формування культурного споживання, а також розрізняються поняття легітимного та масового культурного споживання. Прикладом такого дослідження є робота К. ван Ейка «The Impact of Family Background and Educational Attainment on Cultural Consumption: A Sibling Analysis», у якій автор досліджує вплив рівня культурного капіталу батьків на практики культурного споживання дітей, зокрема братів та сестер всередині однієї сім'ї. Серед культурних практик, які дослідник вносить у феномен культурного споживання є огляд історичних пам'яток, відвідування музеїв, опери та балету, театральних вистав та музичних концертів (Eijk, 1997). Окрім цього визначною практикою, яка на думку автора впливає на формування культурного капіталу індивідів є практика читання. Варто відзначити, що автор приділяє достатньої уваги саме цій практиці, розділяючи її на кілька підвидів: читання книг рідною мовою, читання зарубіжних книг у перекладі та читання книг мовою оригіналу. У дослідженні К. ван Ейка культурні практики формують не лише змінну культурного споживання, а й разом з рівнем освіти формують змінну культурного капіталу.

Значна частина досліджень культурного споживання концентрують свою увагу на легітимних практиках, порівнюючи їх поширеність серед представників різних соціальних груп. Прикладом такого дослідження є робота Хек та Крейкамп «Cultural Consumption Across Countries: A Multi-Level

Analysis of Social Inequality in Highbrow Culture in Europe», у якій вони дослідили те, як впливають окремі характеристики країн, такі як рівень багатства країни, соціальна мобільність та частка фінансування та постачання сфери культури на поширеність та можливість залучення індивідів до легітимних практик. Легітимні практики дослідники обмежили чотирма: відвідування опери, театру, музеїв та бібліотек. У результаті багаторівневого моделювання Хек та Крейкамп дійшли висновку, що у багатших країнах з вищим рівнем соціальної мобільності та фінансування культурної сфери збільшується ймовірність залучення індивідів до легітимних культурних практик, а отже вони стають культурними споживачами вищого рівня (Нек, Крааукamp, 2013).

Таким чином, існує кілька основних підходів до вимірювання феномену культурного споживання. Найбільш універсальним методом є вимірювання культурних практик у які індивіди є залученими. Попри поширеність даного підходу наразі не існує чіткого переліку, які є складовими культурного споживання. Різні дослідники використовують різний набір практик, який характеризує як культурне споживання, як загальний феномен, так і як його різновиди або рівні (легітимне та масове споживання). Варто відзначити також і те, що у багатьох роботах досліджується не лише поширеність та характер культурного споживання, а й те як ці поняття корелюють з іншими змінними, такими як культурний капітал, соціальний (економічний) статус та характеристики країни, у яких індивіди проживають.

РОЗДІЛ 2

ПРАКТИКИ КУЛЬТУРНОГО СПОЖИВАННЯ СТУДЕНТІВ НаУКМА

2.1. Дизайн та методологія дослідження

У рамках даного дослідження я розглядатиму феномен культурного споживання через призму культурних практик, які здійснюють індивіди. Через брак попередньої інформації про культурні практики студентства у цьому дослідженні я не зупинятимусь на конкретних культурних уподобаннях та смаках, а зосереджу свою увагу на основних та найбільш відомих культурних практиках, аби визначити структуру та характер культурного споживання студентів, а також фактори його формування.

Вибірка. У рамках дослідження я опитала 200 респондентів. Ними стали студенти бакалаврської форми навчання НаУКМА, віком від 18 до 22 років. Респонденти у вибірці розділені також за статтю (Таблиця 2.1) та приналежністю до відповідного факультету НаУКМА. (Таблиця 2.2).

Таблиця 2.1.1. Розподіл респондентів за статтю

	Частота	Відсоток
Жінки	162	81%
Чоловіки	38	19%
Загалом	200	100%

Таблиця 2.1.2 . Розподіл респондентів за приналежністю до факультетів НаУКМА

	Частота	Відсоток
ФСНСТ	86	43%
ФГН	24	12%
ФЕН	31	15,5%
ФІ	14	7%
ФПвН	18	9%
ФПрН	27	13,5%
Загалом	200	100%

Процедура дослідження. Дослідження проводилось в рамках кількісної парадигми, шляхом онлайн-опитування студентів НаУКМА. Для збору даних я користувалась сервісом Google Forms. Респонденти обирались серед студентів НаУКМА бакалаврської форми навчання усіх факультетів НаУКМА. Добір респондентів відбувався методом стратифікованої вибірки. Відбувався контроль та донабір за такими параметрами, як гендер та факультет. Анкета була розділена на 3 блоки, присвячені практикам культурного споживання до карантину, під час карантину, а також соціально-демографічним питанням. Більш детальна інформація щодо інструменту дослідження в Додатку А. Подальший аналіз здійснювався за допомогою статистичного пакету SPSS.

Методологія дослідження. Для аналізу результатів опитування я порівнювала структуру та частоту практик культурного споживання до карантину та під час карантину. У роботі був використаний аналіз мір центральної тенденції, кореляційний аналіз та регресійний. Також для дослідження характеру культурного споживання студентів НаУКМА, було побудовано дві шкали легітимного культурного споживання до та під час карантину, які були сконструйовані на основі частоти здійснення легітимних культурних практик до та під час карантину. Окрім того було створено ще два

індекси масового культурного споживання на основі здійснення індивідами масових культурних практик до та під час карантину.

Операціоналізація понять. Серед основних понять, що будуть використані для аналізу є культурне споживання, легітимне культурне споживання та масове культурне споживання. Культурним споживанням є частота здійснення індивідом культурних практик протягом визначеного проміжку часу, що в рамках даного дослідження вимірюється шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже високий рівень культурного споживання, 5 – дуже низький рівень культурного споживання.

Легітимне культурне споживання – це інтегральний показник частоти здійснення індивідом таких культурних практик, таких як відвідування театру, опери та/або балету, художні музеїв, галерей та виставок, концертів класичної музики. У рамках даного дослідження вимірюється шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже високий рівень легітимного культурного споживання, 5 – дуже низький рівень легітимного культурного споживання. Для вимірювання цього індексу респонденти в рамках роботи мали можливість відповісти на питання Q2-Q5 для вимірювання легітимного культурного споживання до початку карантину та питання Q13-Q16 для вимірювання показника під час карантину. (див. Додаток А)

Масове культурне споживання - це інтегральний показник частоти здійснення індивідом таких культурних практик, як перегляд фільмів у кінотеатрі та відвідування концертів сучасних українських та/або зарубіжних виконавців. У рамках даного дослідження вимірюється шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже високий рівень масового культурного споживання, 5 – дуже низький рівень масового культурного споживання. Для вимірювання цього індексу респонденти в рамках роботи мали можливість відповісти на питання Q6-Q7 для вимірювання масового культурного споживання до початку карантину та питання Q17-Q18 для вимірювання показника під час карантину. (див. Додаток А)

2.2. Структура та характер практик культурного споживання студентів НаУКМА: описові статистики

2.2.1 Опис структури та характеру практик культурного споживання студентів НаУКМА до початку карантину.

Для дослідження феномену культурного споживання першочерговим є встановлення структури культурних практик, до яких є залученими студенти НаУКМА. Як було зазначено у концептуалізації дослідження, культурними практиками, що належать до поняття культурного споживання, фактично є відвідування культурних заходів та подій. Тому, перш за все необхідним є встановлення частки респондентів, що такі заходи відвідують. За результатами опитування 191 респондент(ка) (95,5%) зазначив(ла), що відвідував(ла) культурні заходи протягом останнього року до початку карантину і лише 9 респондентів зазначили, що не відвідували жодного культурного заходу (див. Рис. 2.1). З цього можемо зробити наш перший висновок про те, що студенти НаУКМА за результатами опитування у переважній більшості є залученими до практик культурного споживання.

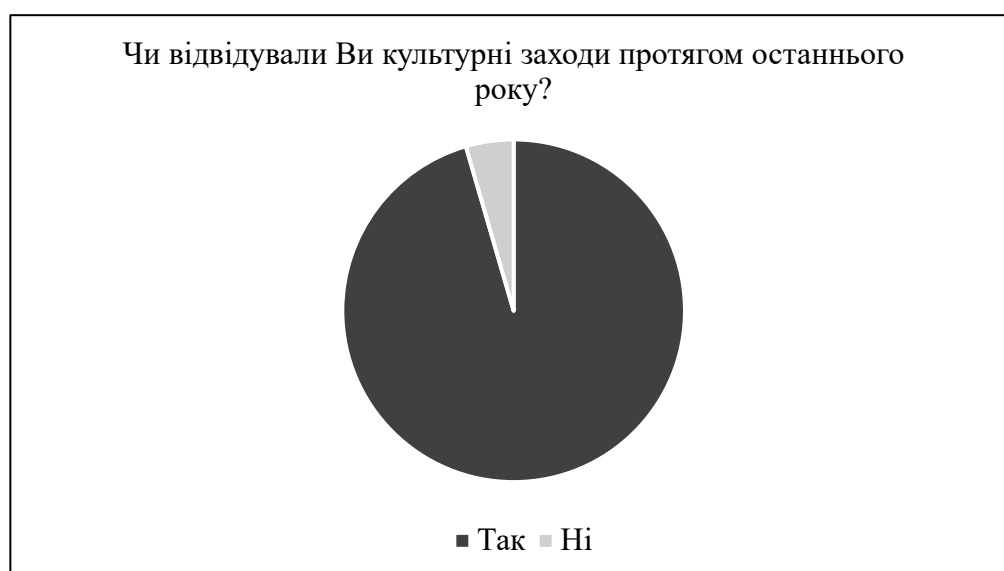


Рис. 2.1. Відвідування культурних заходів студентами НаУКМА

Для визначення структури культурних практик, тобто того, які саме культурні заходи відвідували респонденти, в опитувальнику студенти мали можливість відповісти на питання «Упродовж останнього року (до початку карантину), які з культурних заходів Ви відвідували?». Дане питання з множинним вибором, а отже респонденти мали можливість обрати усі культурні заходи, які вони відвідували протягом останнього року до початку карантину. З Таблиці 2.3 бачимо, що найбільш поширеним культурними заходами серед студентів до початку карантину були: перегляд фільму у кінотеатрі (93,4% респондентів), відвідування музеїв (63,8%), виставок картин, скульптур або інших мистецьких творів (59,7%), а також відвідування публічних лекцій (57,1%). На противагу цьому, найменш поширеними практиками серед студентів НаУКМА за результатами опитування стали відвідування гумористичних концертів (15,3%), а також опера (15,3%) та балет (14,3%).

Таблиця 2.2.1. Структура культурних практик студентів НаУКМА до початку карантину

	Відповіді		Частка випадків (респондентів)
	Кількість	Частка	
Перегляд фільму у кінотеатр	183	17,4%	93,4%
Музеї	125	11,9%	63,8%
Виставка картин, скульптур або інших мистецьких творів	117	11,1%	59,7%
Публічна лекція	112	10,6%	57,1%
Театральна вистава	99	9,4%	50,5%
Екскурсія місцями історичної спадщини	81	7,7%	41,3%
Концерт сучасних українських або зарубіжних виконавців	80	7,6%	40,8%
Книжковий ярмарок	50	4,7%	25,5%

Музичний фестиваль	45	4,3%	23%
Концерти класичної музики	37	3,5%	18,9%
Літературний/поетичний вечір	36	3,4%	18,4%
Гумористичний концерт	30	2,8%	15,3%
Балет	30	2,8%	15,3%
Опера	28	2,7%	14,3%
Загалом	1053	100%	537,2%

Отримані в рамках даного дослідження результати у певній мірі дублюють результати всеукраїнського опитування «Деякі аспекти культурних практик і культурної інфраструктури України», що засвідчило те, що найпоширенішим культурним заходом, що відвідували українці в 2019 році є перегляди фільму в кінотеатрі, які відвідували 21,5% від усіх опитаних респондентів. Проте, варто відзначити, що результати всеукраїнського опитування демонструють відмінності у загальній залученості до культурних практик. Так, 49,5% населення України зазначили, що не відвідували жодного культурного заходу протягом 2019 року. Цей результат помітно відрізняється від 4,5% тих, хто не відвідував культурні заходи, в рамках даного дослідження. З цього ми можемо висунути два припущення: залученість до культурних практик залежить від віку респондентів, адже всеукраїнське опитування здійснювалось на базі репрезентативної вибірки, до якої потрапили респонденти всіх вікових категорій; студенти НаУКМА є специфічною групою, що є більш залученою до культурних практик.

Щоб дослідити не лише структуру практик культурного споживання, а й частоту їх здійснення я опитала респондентів і щодо того, наскільки часто вони відвідують окремі види культурних заходів, серед них: вистави театру; художні музеї, галереї та виставки; опера та балет; концерти класичної музики; концерти сучасних українських та зарубіжних виконавців; кінотеатри. Частота здійснення культурних практик замірювалась за 5-бальною шкалою по

кожному питанню, де: 1 – Раз на місяць і частіше; 2 – Раз на 2-3 місяці; 3 – 2-3 рази на рік; 4 – Раз на рік і рідше; 5 – Не відвідував(ла) (див. Додаток А). У Таблиці 2.4 наведені середні значення та медіани по частоті відвідування кожного культурного заходу окремо. З таблиці бачимо, що найчастіше респонденти протягом минулого року до початку карантину відвідували кінотеатри. Значення середнього та медіани суттєво не відрізняються і стверджують про те, що в середньому студенти НаУКМА, що брали участь у даному опитуванні, відвідували кінотеатри раз на 2-3 місяці. Найменш частими стали відвідування опери та балету, а також концертів класичної музики. Респонденти здебільшого не відвідували ці культурні заходи, або відвідували їх лише раз протягом минулого року.

Таблиця 2.2.2. Міри центральної тенденції для вимірювання частоти практик культурного споживання студентами НаУКМА протягом року до початку карантину

	Середнє значення	Медіана
Перегляд фільму в кінотеатрі	2,07	2
Художні музеї, галереї та виставки	3,04	3
Перегляд вистави в театрі	3,52	4
Концерти сучасних українських та/або зарубіжних виконавців	3,95	4
Опера та/або балет	4,33	5
Концерти класичної музики	4,45	5

Більш детальний опис частоти здійснення практик культурного споживання зображено в Таблиці 2.5. У таблиці ми бачимо, що 50% респондентів зазначили, що відвідували кінотеатри раз на 2-3 місяці, при чому варто відзначити, що 27,5% респондентів відвідують кінотеатри раз на місяць і частіше. З цього ми можемо зробити простий висновок про те, що відвідування кінотеатрів є найбільш поширеною та масовою практикою серед студентів НаУКМА. Найменш масовою і частою практикою за результатами

дослідження стало відвідування концертів класичної музики: переважна більшість студентів (64,5%) зазначили, що не відвідували цього культурного заходу протягом останнього року. З даних результатів також можемо зробити висновок щодо регулярності здійснення культурних практик. Так, умовно до регулярних практик можемо віднести практики, які здійснюються раз на 2-3 місяці і частіше. До таких практик за результатами нашого опитування ми можемо віднести лише відвідування кінотеатру, інші культурні заходи студенти відвідували нерегулярно. У такій ситуації необхідним є аналіз того, чи бажають респонденти відвідувати культурні заходи частіше.

Таблиця 2.2.3. Частота здійснення практик культурного споживання студентами НаУКМА протягом року до початку карантину

		Раз на місяць і частіше	Раз на 2-3 місяці	2-3 рази на рік	Раз на рік і рідше	Не відвідував(ла)
Кінотеатр	N	55	100	29	5	10
	%	27,5	50	14,5	2,5	5
Художні музеї, галереї та виставки	N	19	39	82	33	26
	%	9,5	19,5	41	16,5	13
Театр	N	11	23	64	51	48
	%	5,5	11,5	32	25,5	24
Концерти сучасних виконавців	N	1	16	50	57	75
	%	0,5	8	25	28,5	37,5
Опера та/або балет	N	5	6	20	56	113
	%	2,5	3	10	28	56,5
Концерти класичної музики	N	4	5	19	39	129
	%	2	2,5	9,5	19,5	64,5

За результатами аналізу переважна більшість респондентів (91,5%) зазначили, що хотіли б відвідувати культурні заходи частіше і лише 6,5% респондентів зазначили, що не мають бажання відвідувати культурні заходи частіше (див. Табл. 2.6)

Таблиця 2.2.4. Бажання відвідувати культурні заходи частіше серед студентів НаУКМА

Чи хотіли б Ви відвідувати культурні заходи частіше?		
	Кількість	Частка
<i>Так</i>	183	91,5%
<i>Ні</i>	13	6,5%
<i>Важко відповісти</i>	4	2%
Загалом	200	100%

Серед умов за яких респонденти відвідували б культурні заходи частіше переважають матеріальні обставини та збільшення кількості вільного часу (див. Табл. 2.7). Так, можемо дійти висновку, що матеріальний аспект та завантаженість (недостатня кількість вільного часу) на думку студентів, відігравали визначну роль у частоті здійснення культурних практик за звичних умов (до початку карантину). Найменш важливим для респондентів виявилось розташування культурних заходів, а саме віддаленість від їх місця проживання, навчання, роботи або навчання. Лише 22,4% респондентів обрали цей фактор, як такий що впливає на частоту відвідування культурних заходів.

Таблиця 2.2.5. Причини збільшення частоти відвідування культурних заходів студентами НаУКМА

За яких умов Ви могли б відвідувати культурні заходи частіше?	Відповіді		Частка від випадків (респондентів)
	Кількість	Частка	
<i>Якби у мене було більше грошей</i>	127	30,5%	69,4%
<i>Якби у мене було більше вільного часу</i>	117	28,1%	63,9%
<i>Якби вони були ближчі до мого місця проживання/роботи/навчання</i>	41	9,8%	22,4%
<i>Якби заходи були більш цікавими ніж зараз</i>	49	11,8%	26,8%
<i>Якби було з ким відвідувати</i>	83	19,9%	45,4%
<i>Загалом</i>	417	100%	227,9%

Таким чином, результати описових статистик затверджують, що переважна більшість студентів НаУКМА були залученими до практик культурного споживання протягом року до початку карантину. Причому найбільш поширеними практиками були відвідування кінотеатрів, музеїв та виставок, а також театрів. Найменш поширеними серед респондентів до початку карантину були відвідування концертів класичної музики, а також опери та балету. Загалом студенти зазначають, що хотіли б відвідувати культурні заходи частіше за умови покращення їх суб'єктивного матеріального становища та збільшення частки вільного часу.

2.2.1. Опис структури та характеру практик культурного споживання студентів НаУКМА під час карантину.

У зв'язку з всесвітньою пандемією вірусу COVID-19, з 18 березня 2020 року в Україні було оголошено режим карантину, що призвело до ряду обмежень. В умовах карантину неможливим стало відвідування традиційних культурних заходів, а отже практики культурного споживання перейшли в онлайн-простір. Задля визначення структури практик культурного споживання під час карантину в рамках даного дослідження було використано подібний підхід, що і для структури практик до карантину. Респонденти мали можливість відповісти на питання з множинним вибором, у якому обирали ті культурні практики, здійснення яких було можливим під час карантину. У Таблиці 2.6 наведені результати опитування студентів, з якої ми бачимо, що найбільш поширеною практикою в умовах карантину став перегляд фільмів онлайн: 97,5% респондентів зазначили, що здійснювали цю практику протягом карантину. Окрім того більшість респондентів (62,4%) зазначили, що відвідували публічні онлайн-лекції під час карантину. Третьою за поширеністю практикою став перегляд відеозаписів концертів сучасних українських та зарубіжних виконавців (46,7%). Найменш поширеними під час карантину стали перегляд відеозаписів опери та балету (8,6%), відвідування літературних онлайн-вечорів (5,6%), а також онлайн-екскурсії місцями історичної спадщини (4,6%).

При порівнянні структури практик культурного споживання студентів НаУКМА до та під час карантину, варто відзначити декілька основних моментів. Перш за все, розглядаючи поширеність наведених практик культурного споживання, прослідковується тенденція збільшення частки респондентів, що здійснювали три найбільш поширені культурні практики та водночас зменшення частки в інших культурних практиках, на відміну від культурних практик до початку карантину, частки, яких розподілялись більш рівномірно. Змінюється також і сама структура практик з переходом в онлайн-простір. Загалом у структурі практик під час карантину прослідковується

зменшення частки респондентів, що залучені до легітимних культурних практик, таких як театр, музеї та виставки. Одним з пояснень цього може бути нижчий рівень поширеності цих практик в онлайн-просторі (нижчий рівень популярності та менша кількість пропозицій), непристосованість цих культурних заходів до формату онлайн, а також недостатній рівень інтересу до цих культурних практик серед респондентів.

Таблиця 2.2.6. Структура культурних практик студентів НаУКМА під час карантину

	Відповіді		Частка випадків (респондентів)
	Кількість	Частка	
Фільми онлайн	192	28,6%	97,5%
Публічні онлайн-лекції	123	18,3%	62,4%
Відеозаписи концертів сучасних українських та/або зарубіжних виконавців	92	13,7%	46,7%
Відеозаписи гумористичних концертів	68	10,1%	34,5%
Відеозаписи концертів класичної музики	40	6,0%	20,3%
Онлайн-музеї	37	5,5%	18,8%
Відеозаписи музичних фестивалів	36	5,4%	18,3%
Відеозаписи або онлайн-вистави театру	27	4,0%	13,7%
Онлайн-виставки картин, скульптур або інших мистецьких творів	20	3,0%	10,2%
Відеозаписи опери або/та балету	17	2,5%	8,6%
Літературні/поетичні онлайн-вечори	11	1,6%	5,6%
Онлайн-екскурсії місцями історичної спадщини	9	1,3%	4,6%
Загалом	672	100,0%	341,1%

Частота практик культурного споживання під час карантину замірювалась на 6 змінних: перегляд театральних онлайн-вистав; перегляд онлайн-екскурсій музеями, галереями та виставками; перегляд відеозаписів опери та/або балету; відеозаписів концертів класичної музики; відеозаписів концертів сучасних українських або зарубіжних виконавців; перегляд фільмів онлайн. Тобто фактично ми заміряємо частоту тих самих практик, що і до початку карантину, але в онлайн-просторі. Частота здійснення кожної культурної практики визначалась за допомогою 5-бальної шкали, де: 1 – Щотижня проглядаю один або кілька культурних онлайн-заходів, 2 – Проглядаю кожні 2-3 тижні, 3 – Було декілька разів, 4 – Було один раз, 5 – Не переглядав(ла). Дана шкала умовно ділиться на регулярно здійснювані практики (мітки 1 та 2) та нерегулярно (3-4). У Таблиці 2.7 зображені міри центральної тенденції, а саме середнє та медіана для вимірювання частоти здійснення окремих культурних практик під час карантину. З таблиці бачимо, що єдиною регулярно практикою для респондентів під час карантину став перегляд фільмів онлайн. Варто відзначити, що замір переглядів фільмів онлайн до карантину не було проведено, а отже можемо припустити, що конкретно ця практика могла бути поширеною і в звичних умовах.

Таблиця 2.2.7. Міри центральної тенденції для вимірювання частоти здійснення практик культурного споживання студентами НаУКМА під час карантину

	Середнє значення	Медіана
Фільми онлайн	1,71	1
Онлайн концерт сучасних українських або зарубіжних виконавців	3,64	4
Онлайн-концерт класичної музики	4,35	5
Онлайн-музеї, галереї та виставки	4,54	5
Театральні онлайн-вистави	4,61	5
Онлайн-опера та/або балет	4,72	5

Для більш детального розгляду частоти здійснення окремих практик в умовах карантину звернемося до Таблиці 2.8. Перш за все, варто відзначити значну відмінність між частотою перегляду фільмів онлайн та здійсненням інших практик під час карантину. Так, 61,5% зазначили, що під час карантину переглядають щотижня один або кілька фільмів, при чому лише 4% респондентів зазначили, що не переглядали фільмів взагалі. Натомість частка респондентів, що не залучені до інших культурних практик значно більша. 84,5% респондентів зазначили, що не переглядали оперу та балет онлайн, переважна більшість респондентів (77,5%) не проглядали театральні онлайн-вистави та 74,5% респондентів не проглядали онлайн-музеї, галереї та виставки під час карантину. Фактично, ми спостерігаємо зниження активності залученості респондентів до культурних практик з переходом в онлайн-простір. Проте варто відзначити не лише наповненість та частку респондентів, а їх порядок. Необхідно відмітити, що під час карантину респонденти частіше здійснювали онлайн-практики, які теоретично визначаються масовими – перегляд фільмів онлайн та відеозаписів концертів сучасних українських та зарубіжних виконавців.

Таблиця 2.2.8. Частота здійснення практик культурного споживання студентами НаУКМА під час карантину

		Щотижня проглядаю одну або кілька онлайн- заходів	Проглядаю кожні 2-3 тижні	Було 2-3 рази	Було один раз	Не переглядав(ла)
Фільми онлайн	N	123	31	32	5	8
	%	61,5	15,5	16	2,5	4
Онлайн концерт сучасних	N	22	24	42	26	85
	%	11	12	21	13	42,5

українських або зарубіжних виконавців						
Онлайн- концерт класичної музики	N	10	7	23	21	137
	%	5	3,5	11,5	10,5	68,5
Онлайн- музеї, галереї та виставки	N	2	5	25	19	149
	%	1	2,5	12,5	9,5	74,5
Театральні онлайн- вистави	N	1	7	16	20	155
	%	0,5	3,5	8	10	77,5
Онлайн- опера та/або балет	N	2	5	10	13	169
	%	1	2,5	5	6,5	84,5

Таким чином, за результатами аналізу частоти та структури культурних практик студентів НаУКМА до та під час карантину можна стверджувати, що переважна більшість респондентів у загальному були залученими до культурних практик до карантину і під час. З переходом в онлайн-формат відслідковується відтворення структури практик серед респондентів: найпоширенішими залишаються практики, які були поширеними і до початку карантину. Щодо частоти культурних практик, то можемо стверджувати про переважання масових онлайн-практик (перегляд фільмів онлайн) над іншими практиками.

2.3 Індекси культурного споживання студентів НаУКМА

Для більш детального дослідження культурного споживання студентів НаУКМА було побудовано чотири індекси культурного споживання: два щодо практик культурного споживання до карантину та два для практик під час карантину. Шкали діляться на два типи: ті що вимірюють залученість респондентів до масових (lowbrow) практик культурного споживання та ті, що вимірюють залученість респондентів до легітимних (highbrow) культурних практик.

Для побудови індексу легітимного культурного споживання до карантину використовуємо значення чотирьох змінних: частота відвідування театральних вистав; частота відвідування художніх музеїв, галерей та виставок; частота відвідування опери та/або балету; частота відвідування концертів класичної музики. Індекс будується на основі середніх значень по змінним. Для побудови індексу масового культурного споживання використовуємо той самий підхід на основі двох змінних: частота відвідувань кінотеатру та частота відвідувань концертів сучасних українських та зарубіжних виконавців.

Ідентичний підхід був використаний і для побудови індексів культурного споживання під час карантину. До індексу легітимного культурного споживання під час карантину увійшли чотири змінні: частота перегляду театральних онлайн-вистав; частота перегляду онлайн-музеїв, галерей та виставок; частота перегляду онлайн опери та/або балету; частота перегляду онлайн-концертів класичної музики. Індекс масового культурного споживання під час карантину формується з таких двох змінних як: частота перегляду фільмів онлайн та частота перегляду онлайн-концертів сучасних українських та/або зарубіжних виконавців. Значення індексів варіюють від 1 до 5, де 1- високий рівень культурного споживання, 5 – низький рівень культурного споживання. Варто звернути увагу, що значення ґрунтуються на частоті здійснення культурних практик і не залежать від змісту самих практик.

У Таблиці 2.3.1 наведені середні значення по кожному індексу. З даної таблиці можемо зробити кілька основних висновків. Перш за все, отримані результати засвідчують нам про переважання у респондентів практик масового культурного споживання і до початку карантину і під час карантину, що підтверджує Гіпотезу 3 в рамках дослідження. При чому варто відмітити значне зменшення рівня легітимного культурного споживання під час карантину. Найпростішим поясненням цього є можлива непристосованість легітимних культурних практик до онлайн-формату. Ще одне пояснення ми можемо отримати звернувшись до опитувальника. Так, одним з питань в рамках анкети було - «Уявімо, що вам запропонували відвідати культурний захід. Ваш вибір стоїть між переглядом нового фільму у кінотеатрі чи вистави у драматичному театрі. Вартість квитка однакова; і фільм, і вистава тривають близько двох годин. Що ви оберете?». Відповіді респондентів розподілились з переважанням вибору походу в театр: 48% респондентів зазначили, що обрали б похід в театр на противагу 37,5%, що обрали похід кінотеатр, ще 14,5% не визначились остаточно. Фактично даний розподіл ствержує нам, що за однакових умов є дещо більша ймовірність того, що респонденти оберуть легітимну практику, а не масову.

Таблиця 2.3.1. Середні значення за індексами культурного споживання студентів НаУКМА

	Середнє значення
Масове культурне споживання до карантину	3,008
Легітимне культурне споживання до початку карантину	3,839
Масове культурне споживання під час карантину	2,679
Легітимне культурне споживання під час карантину	4,561

Щодо причин такого вибору звернемося до Табл. 2.3.2. З таблиці бачимо, що найбільш поширеними причинами вибору відвідування театру є

його атмосфера та форма подачі, що відображається у живих емоціях акторів на сцені. З цього можемо висунути припущення про те, що респонденти розглядають похід в театр в першу чергу з огляду на його зовнішні характеристики, а не змістовні. З переходом в онлайн-формат саме ці характеристики культурної практики не відтворюються, а отже респонденти можуть більш ймовірно обирати ті культурні практики, які є більш пристосованими та звичними для онлайн-простору.

Таблиця 2.3.2. Мотивація вибору відвідування вистави у театрі серед студентів НаУКМА

	Відповіді		Частка випадків (респондентів)
	Кількість	Частка	
<i>Атмосфера театру мені подобається більше</i>	71	45,2%	79,8%
<i>Живі емоції акторів на сцені приваблюють мене більше ніж сучасні спецефекти кіно</i>	67	42,7%	75,3%
<i>Фільм можна переглянути і вдома</i>	9	5,7%	10,1%
<i>Похід у театр є більш звичним для мене</i>	6	3,8%	6,7%
<i>Вважаю кіно нудним та нецікавим</i>	4	2,5%	4,5%
Загалом	157	100%	176,4%

Таким чином, на даному етапі дослідження було сконструйовано чотири нові змінні, які є індексами, що узагальнюють характер культурного споживання студентів НаУКМА та дають можливість проаналізувати співвідношення легітимного та масового у структурі культурних практик. Перед подальшим кореляційним аналізом, варто врахувати і можливість впливу зовнішніх обставин, таких як відносно недовгий проміжок карантину та адаптація студентів до умов переходу в онлайн-простір, а також адаптація самих культурних практик до умов карантину та переходу в формат онлайн.

2.4 Культурне споживання студентів НаУКМА: кореляційний та регресійний аналізи

2.4.1 Кореляційний аналіз легітимного та масового культурного споживання.

Для пояснення характеру культурного споживання студентів НаУКМА було використано кореляційний аналіз, зокрема для аналізу чинників формування рівнів легітимного та масового культурного споживання до та під час карантину.

Культурне споживання та рівень доходу родини. Як було описано в теоретичному розділі роботи поділ культурних практик на легітимні та масові зумовлений в першу чергу рівнем доходу індивідів, що є залученими до цих практик та їх загальною культурною компетенцією. У рамках даної роботи було перевірено наявність зв'язку між рівнем доходу родини студента та рівнем його легітимного та масового культурного споживання.

Перш за все, було перевірено наявність зв'язку між рівнем легітимного культурного споживання та рівнем доходу родини. У Табл. 2.4.1 наведено результати кореляційного аналізу за коефіцієнтом Спірмана. Коефіцієнт кореляції дорівнює -0,002, проте є статистично незначущим, а отже ми приймаємо нульову гіпотезу про відсутність зв'язку. А отже здійснення легітимних культурних практик та рівень доходу не є пов'язаними показниками.

Таблиця 2.4.1. Зв'язок рівня доходів родини та рівня легітимного культурного споживання до початку карантину

Коефіцієнт Спірмана	-0,002
Статистична значущість	0,973
N	192

Однак необхідним також є аналіз наявності зв'язку між рівнем доходу та рівнем масового культурного споживання респондентів. Для цього також було використано кореляційний аналіз за коефіцієнтом Спірмана. Показник статистичної значущості дорівнює 0,001, а це дає змогу відкинути нульову гіпотезу та стверджувати про наявність зв'язку. Коефіцієнт Спірмана дорівнює 0,234, а отже можемо стверджувати про прямий зв'язок між рівнем доходу та рівнем масового культурного споживання респондентів (див. Табл. 2.4.2) Фактично, це дає змогу говорити про те, що респонденти з вищим рівнем доходу родини мають вищі показники за рівнем масового культурного споживання, а отже з огляду на структуру нашого індексу, відвідують кінотеатри та концерти сучасних українських та/або зарубіжних виконавців частіше.

Таблиця 2.4.2. Зв'язок рівня доходів родини та рівня масового культурного споживання до початку карантину

Коефіцієнт Спірмана	0,234**
Статистична значущість	0,001
N	198

Результати проведеного кореляційного аналізу не дають змогу підтвердити Гіпотезу 4 в повній мірі, адже було встановлено наявність зв'язку лише між рівнем доходів та рівнем масового культурного споживання. Отримані результати можна пояснити й відсутністю наразі чіткої поляризації у вартості здійснення легітимних та масових культурних. Фактично, наразі вартість квитків на концерт сучасних українських або зарубіжних виконавців може значно перевищувати вартість відвідування театру, концерту класичної музики або художнього музею.

Культурне споживання та художня самодіяльність студентів. Окрім рівня доходів залученість до практик легітимного культурного споживання пов'язується також із загальним рівнем культурної компетенції індивідів. За

таких умов можемо допустити, що індивіди, які займаються творчою або художньою самодіяльністю мають певну культурну компетенцію, а отже доцільним є аналіз наявності зв'язку між залученістю студентів до практик творчої або художньої самодіяльності та рівнем легітимного культурного споживання. Задля цього було використано кореляційний аналіз за коефіцієнтом Спірмана. З Таблиці 2.4.3 бачимо, що статистична значущість дорівнює 0,003, що дає змогу спростувати нульову гіпотезу та стверджувати про наявність зв'язку між залученістю до художньої самодіяльності та рівнем легітимного культурного споживання. Коефіцієнт Спірмана дорівнює 0,214, а отже ми можемо стверджувати про наявність прямого зв'язку між змінними. Фактично респонденти, що більш залученими до практик художньої самодіяльності мають вищий рівень легітимного культурного споживання.

Таблиця 2.4.3. Зв'язок залученості індивідів до художньої самодіяльності та рівня легітимного культурного споживання до початку карантину

Коефіцієнт Спірмана	0,214**
Статистична значущість	0,003
N	192

Таким чином ми підтверджуємо Гіпотезу 6 про наявність зв'язку між здійсненням студентами НаУКМА практик художньої самодіяльності та рівнем легітимного культурного споживання.

2.4.2. Регресійний аналіз легітимного та масового культурного споживання.

Для пояснення формування рівнів легітимного та масового культурного споживання студентів НаУКМА у рамках роботи було використано регресійний аналіз. За допомогою регресійного аналізу було досліджено вплив рівня освіти батьків на рівень легітимного культурного споживання

респондентів, а також вплив рівнів культурного споживання до карантину на рівні культурного споживання під час карантину.

Культурне споживання та рівень освіти батьків. Задля перевірки Гіпотези 5 про вплив рівня освіти батьків на рівень легітимного культурного споживання було створено регресійну модель, у якій залежною змінною було визначено рівень легітимного культурного споживання, а незалежними: рівень освіти батька та рівень освіти матері. У Таблиці 2.4.5 зображено регресійні показники за такими змінними як рівень освіти батька та рівень освіти матері. Показники обох змінних є статистично незначущими, а отже ми не можемо стверджувати про вплив освіти батьків на рівень легітимного культурного споживання. Таким чином ми спростовуємо Гіпотезу 6.

Таблиця 2.4.4.Регресійна модель впливу освіти батьків на рівень легітимного культурного споживання студентів НаУКМА до початку карантину

	β	Статистична значущість	R	R ²
Рівень освіти батька	0,136	0,09	0,259	0,06
Рівень освіти матері	-0,046	0,567	0,126	0,016

Рівень культурного споживання до та під час карантину. У рамках даного дослідження доцільним також є те, наскільки рівні легітимного та масового культурного споживання під час карантину відтворюють рівні споживання до початку карантину. Для цього було побудовано дві регресійні моделі. Перша регресійна модель була створена для аналізу того, наскільки рівень легітимного культурного споживання до карантину пояснює рівень легітимного культурного споживання під час карантину. З Таблиці 2.4.5 бачимо, що регресійні показники є статистично значущими, а отже можна стверджувати про наявність пояснювального зв'язку між рівнем легітимного

культурного споживання до початку карантину та цим рівнем під час карантину. Дана модель пояснює 14% дисперсії. Показник β додатній, а отже ми можемо стверджувати, про прямий зв'язок, коли високий рівень легітимного культурного споживання до карантину зумовлює підвищення цього рівня під час карантину. Фактично, можна стверджувати про те, що сильна залученість до легітимних практик до початку карантину зумовлює залученість до цих практик і з переходом в онлайн-формат з початком карантину.

Таблиця 2.4.5. Регресійна модель впливу рівня легітимного культурного споживання до початку карантину на рівень під час карантину

	β	Статистична значущість	R	R ²
Рівень легітимного культурного споживання до початку карантину	0,304	0,00	0,374	0,14

Подібна ситуація прослідковується і при аналізі впливу рівня масового культурного споживання до карантину на рівень масового культурного споживання під час карантину. З Таблиці 2.4.6 бачимо, що регресійні показники є статистично значущими, а отже можна стверджувати про наявність пояснювального зв'язку між рівнем масового культурного споживання до початку карантину та цим рівнем під час карантину. Дана модель пояснює 10,6% дисперсії залежної змінної. Показник β є додатнім, а отже можемо стверджувати про існування прямого пояснювального зв'язку між рівнем масового культурного споживання до карантину та цим рівнем під час карантину.

Таблиця 2.4.6 .Регресійна модель впливу рівня масового культурного споживання до початку карантину на рівень під час карантину

	β	Статистична значущість	R	R ²
Рівень масового культурного споживання до початку карантину	0,382	0,00	0,325	0,106

Дані регресійні моделі дають можливість стверджувати, що студенти, що були залученими до культурних практик певного типу (легітимні або масові) продовжили здійснювати ці практики і під час карантину з переходом у формат онлайн. Тобто характер культурного споживання під час карантину відтворює характер культурного споживання до карантину. А отже можна допустити, що у респондентів в рамках даного дослідження є чітко сформовані звички культурного споживання, які вони відтворюють і в умовах карантину та які лишаються незмінними навіть під впливом зовнішніх обставин. Таким чином, можна стверджувати, що навіть при відміні окремих бар'єрів (безкоштовний доступ до культурної практики, локалізація та перехід в онлайн-простір) респонденти продовжують здійснювати ті культурні практики, до яких вони були залучені і до початку карантину.

ВИСНОВКИ

У рамках роботи було проаналізовано практики культурного споживання студентів НаУКМА до початку карантину та під час карантину.

Перш за все було проведено аналіз теоретичних підходів до дослідження феномену культурного споживання. Зокрема теоретичною базою дослідження стали теорії Бурдьє, Петерсона, а також дослідження DiMaggio та K. van. Eijck. У теоретичній частині роботи було проведено порівняння двох основних концепцій культурного споживання: культурне споживання, як складова культурного капіталу та культурне споживання, як складова стилю життя індивідів. Було узагальнено різні підходи до класифікації культурного споживання, а саме визначення легітимного та масового культурного споживання. У роботі також було виділено три основні теоретичні підходи до вимірювання культурного споживання: вимірювання культурних практик, смаків, а також сприйняття.

Виявлено, що структура практик культурного споживання студентів НаУКМА до початку карантину складалась з легітимних та масових культурних практик, таких як відвідування кінотеатру, вистав театру, концертів сучасної та класичної музики, музеїв, фестивалів, виставок та галерей, публічних лекцій, екскурсій історичними пам'ятками тощо. Було встановлено, що найбільш поширеними практиками культурного споживання серед студентів НаУКМА протягом року до початку карантину були відвідування кінотеатрів, а також художніх музеїв, галерей та виставок та публічних лекцій. Найменш поширеними практиками культурного споживання до початку карантину були відвідування опери та балету. Окрім того, було встановлено, що найчастіше студенти НаУКМА відвідують кінотеатри, а найрідше відвідують концерти класичної музики та оперу і балет. Також за результатами аналізу було встановлено переважання рівня масового культурного споживання серед студентів НаУКМА до початку карантину.

В умовах карантину структура та частота практик культурного споживання змінилась несуттєво. Найбільш поширеними культурними практиками серед респондентів в умовах карантину стає перегляд фільмів онлайн та перегляд публічних онлайн-лекцій. Варто відмітити, що найменш поширеними культурними практиками під час карантину стають онлайн-екскурсії місцями історичної спадщини, а також відвідування літературних або поетичних онлайн-вечорів. Щодо частоти здійснення культурних практик студентами НаУКМА в умовах карантину, було встановлення що єдиною регулярною практикою для студентів став перегляд фільмів онлайн, здійснення інших культурних практик онлайн мало здебільшого нерегулярний або випадковий характер. Регресійний аналіз показав, що респонденти під час карантину фактично відтворюють свої зразки культурного споживання. Тобто високий рівень легітимного культурного споживання до карантину забезпечує високий рівень легітимного культурного споживання і під час карантину. Аналогічна ситуація прослідковується і з рівнями масового культурного споживання.

У рамках роботи було встановлено відсутність зв'язку між освітою батьків студентів НаУКМА та рівнем їх легітимного культурного споживання. Результати регресійного аналізу заперечують наявність впливу, як освіти батька, так і освіти матері на подальшу залученість студентів до легітимних культурних практик.

Було встановлено зв'язок між рівнем масового культурного споживання та рівнем доходів родини студента. З цього можемо зробити висновок про те, що індивіди з вищим рівнем доходу є більш залученими до масових практик культурного споживання. Подібного зв'язку між рівнем доходів та рівнем легітимного культурного споживання виявлено не було.

Таким чином, у роботі було здійснено перший крок для дослідження феномену культурного споживання. Було встановлено структуру і характер практик культурного споживання серед студентів НаУКМА, частоту здійснення окремих практик, рівні легітимного та культурного споживання до

та під час карантину, а також аналіз зв'язків цих рівнів з іншими показниками. Для подальших досліджень важливим є встановлення характеру та структури практик культурного споживання у пост-карантинних умовах та встановлення чинників їх зміни. Окрім того, дослідження можна вважати базою для аналізу феномену «культурної всеїдності», а також дослідження культурних смаків та уподобань.

Список використаних джерел

Бурдьє, П. (1998). Структура, габитус, практика. Пер. Н. А. Шматко. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1 (2): 44–59.

Деякі аспекти культурних практик і культурної інфраструктури України: результати всеукраїнського опитування за даними Київського міжнародного інституту соціології. (2019). Одеса: Асоціація сприяння самоорганізації населення

Корсунова, В.(2019). Культурное потребление в социологических исследованиях: обзор подходов к измерению понятия. *Экономическая социология*. 20 (1): 148-173.

Bauman, Z. (2002). *Society Under Siege*. Cambridge, UK: Polity Press.

Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage

Bourdieu, P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Bourdieu, P. (1986) The Forms of Capital. *Cultural Theory: An Anthology* (eds. I. Szeman, T. Kaposy), Chicester, UK: John Wiley & Sons, Ltd., pp. 81–9

Chaney, D. (2002). From Ways of Life to Lifestyle: Rethinking Culture as Ideology and Sensibility. In: Lull J. (ed.) *Culture in the Communication Age*. London: Routledge; 75–88.

Coulangeon, P. (2005). *Sociologie des pratiques culturelles*. Paris: La Decouverte

DiMaggio, P. (1982). Cultural Capital and School Success: The Impact of Status Culture Participation on the Grades of U.S. High School Students. *American Sociological Review*, 47(2): 189-201.

DiMaggio, P., Mukhtar, T. (2004). Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982–2002: Signs of Decline. *Poetics*. 32 (2): 169–194.

Eijck, K. van. (1997) The Impact of Family Background and Educational Attainment on Cultural Consumption: A Sibling Analysis. *Poetics*, 25, (4): 195–224.

Eijck K. van, Lievens J. 2008. Cultural Omnivorousness as a Combination of Highbrow, Pop, and Folk Elements: The Relation between Taste Patterns and Attitudes Concerning Social Integration. *Poetics*. 36 (2–3): 217–242.

Featherstone, M. (1991). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage.

Hek, M. van, Kraaykamp, G. (2013) Cultural Consumption Across Countries: A Multi-Level Analysis of Social Inequality in Highbrow Culture in Europe. *Poetics*. 41 (4): 323–341.

Katz-Gerro, T. (2002). Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States. *Social Forces*. 81 (1): 207–229.

Lopez Sintas, J., Alvarez, E. (2002). Omnivores Show up Again: The Segmentation of Cultural Consumers in Spanish Social Space. *European Sociological Review*, 18 (3): 353-368.

Lyotard, J. (1984). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. University of Minnesota Press

Noble, J., Davies, P. (2009). Cultural capital as an explanation of variation in participation in higher education. *British Journal of Sociology of Education*. 30(5): 591-605.

Peterson, R. (1992) Understanding Audience Segmentation. From Elite and Mass to Omnivore and Univore. *Poetics*, 21 (4): 243–258.

Peterson, R., Kern, R. (1996). Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*. 61 (5): 900–907.

Savage, M.(2013). A New Model of Social Class. Findings from the BBC's Great British Class Survey Experiment. *Sociology*. 47 (2): 219–250.

Veblen, T. (1899) *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. New York: MacMillan

Weber, M. (2009). Class, Status, Party. *From Max Weber: Essays in sociology*, NewYork: Routledge, pp. 180– 195.

ДОДАТОК А

Анкета

Привіт!

Мене звати Аліна. Я студентка 4-ого курсу спеціальності соціологія.

У рамках своєї дипломної роботи я проводжу дослідження практик культурного споживання студентів НаУКМА в умовах карантину. Своїми відповідями Ви допоможете мені трошки дізнатись про структуру культурних практик студентів та те, як карантин вплинув на зміну цих практик.

Опитування займає приблизно 10 хвилин.

Попередньо дякую за допомогу!

Блок 1. Практики культурного споживання до початку карантину

У цьому блоці прошу Вас дати відповіді на питання щодо ваших культурних практик за звичних умов до початку карантину.

Q1. Упродовж останнього року (до початку карантину), які з культурних заходів Ви відвідували?

Оберіть, будь ласка, всі культурні заходи, які Ви відвідували

<i>Фільм у кінотеатрі</i>	<i>1</i>
<i>Музеї</i>	<i>2</i>
<i>Концерт класичної музики</i>	<i>3</i>
<i>Театральна вистава</i>	<i>4</i>
<i>Концерт сучасних українських або зарубіжних виконавців</i>	<i>5</i>

<i>Виставка картин, скульптур або інших мистецьких творів</i>	<i>6</i>
<i>Екскурсія місцями історичної спадщини</i>	<i>7</i>
<i>Книжковий ярмарок</i>	<i>8</i>
<i>Музичний фестиваль</i>	<i>9</i>
<i>Гумористичний концерт</i>	<i>10</i>
<i>Публічна лекція</i>	<i>11</i>
<i>Літературний/поетичний вечір</i>	<i>12</i>
<i>Балет</i>	<i>13</i>
<i>Опера</i>	<i>14</i>
<i>Інше* (будь ласка, зазначте, що саме)</i>	<i>77</i>
<i>Жодного культурного заходу за останній рік не відвідав(ла)</i>	<i>88</i>
<i>Важко пригадати</i>	<i>99</i>

Q2. Наскільки часто ви відвідували вистави театру протягом останнього року?

<i>Раз на місяць і частіше</i>	<i>1</i>
<i>Раз на 2-3 місяці</i>	<i>2</i>
<i>2-3 рази на рік</i>	<i>3</i>
<i>Раз на рік і рідше</i>	<i>4</i>
<i>Не відвідував(ла)</i>	<i>5</i>
<i>Не пам'ятаю/Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q3. Наскільки часто ви відвідували художні музеї, галереї та виставки протягом останнього року?

<i>Раз на місяць і частіше</i>	<i>1</i>
<i>Раз на 2-3 місяці</i>	<i>2</i>
<i>2-3 рази на рік</i>	<i>3</i>
<i>Раз на рік і рідше</i>	<i>4</i>
<i>Не відвідував(ла)</i>	<i>5</i>
<i>Не пам'ятаю/Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q4. Наскільки часто ви відвідували оперу та (або) балет протягом останнього року?

<i>Раз на місяць і частіше</i>	<i>1</i>
<i>Раз на 2-3 місяці</i>	<i>2</i>
<i>2-3 рази на рік</i>	<i>3</i>
<i>Раз на рік і рідше</i>	<i>4</i>
<i>Не відвідував(ла)</i>	<i>5</i>
<i>Не пам'ятаю/Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q5. Наскільки часто ви відвідували концерти класичної музики та (або) філармонії протягом останнього року?

<i>Раз на місяць і частіше</i>	<i>1</i>
<i>Раз на 2-3 місяці</i>	<i>2</i>
<i>2-3 рази на рік</i>	<i>3</i>
<i>Раз на рік і рідше</i>	<i>4</i>
<i>Не відвідував(ла)</i>	<i>5</i>
<i>Не пам'ятаю/Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q6. Наскільки часто ви відвідували кінотеатри протягом останнього року?

<i>Раз на місяць і частіше</i>	<i>1</i>
<i>Раз на 2-3 місяці</i>	<i>2</i>
<i>2-3 рази на рік</i>	<i>3</i>
<i>Раз на рік і рідше</i>	<i>4</i>
<i>Не відвідував(ла)</i>	<i>5</i>
<i>Не пам'ятаю/Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q7. Наскільки часто ви відвідували концерти сучасних українських та зарубіжних виконавців протягом останнього року?

<i>Раз на місяць і частіше</i>	<i>1</i>
<i>Раз на 2-3 місяці</i>	<i>2</i>
<i>2-3 рази на рік</i>	<i>3</i>
<i>Раз на рік і рідше</i>	<i>4</i>
<i>Не відвідував(ла)</i>	<i>5</i>
<i>Не пам'ятаю/Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q8. Чи є обставини, за яких Ви відвідували б культурні заходи частіше?

Будь ласка, оберіть стільки відповідей, скільки відповідають Вашій ситуації.

<i>Так, якби у мене було більше грошей</i>	<i>1</i>
--	----------

<i>Так, якби у мене було більше вільного часу</i>	<i>2</i>
<i>Так, якби вони були ближчі до мого місця проживання/роботи/навчання</i>	<i>3</i>
<i>Так, якби заходи були більш цікавими ніж зараз</i>	<i>4</i>
<i>Так, якби було з ким відвідувати</i>	<i>5</i>
<i>Так, інше*</i>	<i>6</i>
<i>Ні, за жодних обставин не відвідуватиму культурні заходи частіше – я вже відвідную їх настільки часто, наскільки хочу</i>	<i>7</i>
<i>Ні, за жодних обставин не відвідуватиму культурні заходи частіше – мене це зовсім не цікавить</i>	<i>8</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q9. Уявімо, що вам запропонували відвідати культурний захід. Ваш вибір стоїть між переглядом нового фільму у кінотеатрі чи вистави у драматичному театрі. Вартість квитка однакова; і фільм, і вистава тривають близько двох годин. Що ви оберете?

<i>Перегляд фільму у кінотеатрі</i>	<i>1</i>
<i>Вистава у театрі</i>	<i>2</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Запитати тих, хто відповів 1 в Q9

Q10. Чому ви обрали перегляд фільму у кінотеатрі?

Оберіть, будь ласка, всі варіанти, які відповідають Вашій ситуації.

<i>Сучасні спецефекти кінематографу передають більше ніж актори на сцені</i>	<i>1</i>
<i>Атмосфера кінотеатру мені подобається більше</i>	<i>2</i>
<i>Похід у кінотеатр є більш звичним для мене</i>	<i>3</i>
<i>Вважаю театр нудним та нецікавим</i>	<i>4</i>
<i>Інше* (будь ласка, зазначте, що саме)</i>	<i>77</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Запитати тих, хто відповів 2 в Q9

Q11. Чому ви обрали відвідування вистави в театрі?

Оберіть, будь ласка, всі варіанти, які відповідають Вашій ситуації.

<i>Живі емоції акторів на сцені мене більше ніж спецефекти кіно</i>	<i>1</i>
<i>Атмосфера театру мені подобається більше</i>	<i>2</i>
<i>Похід в театр є більш звичним для мене</i>	<i>3</i>
<i>Вважаю кіно нудним та нецікавим</i>	<i>4</i>
<i>Інше* (будь ласка, зазначте, що саме)</i>	<i>77</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

БЛОК 2. Практики культурного споживання під час карантину

У цьому блоці дізнаємось про те, якими стали Ваші культурні практики під час карантину

Q12. Які з наведених культурних онлайн-практик ви здійснювали протягом карантину?

Оберіть, будь ласка, всі культурні практики, які Ви здійснювали

<i>Перегляд фільмів онлайн</i>	<i>1</i>
<i>Відвідування онлайн-музеїв (художні, історичні, тематичні)</i>	<i>2</i>
<i>Перегляд відео-записів концертів класичної музики</i>	<i>3</i>
<i>Перегляд відео-записів театральних вистав</i>	<i>4</i>
<i>Перегляд відео-записів концертів сучасних українських або зарубіжних виконавців</i>	<i>5</i>
<i>Відвідування онлайн-виставок картин, скульптур або інших мистецьких творів</i>	<i>6</i>
<i>Відвідування онлайн-екскурсій місцями історичної спадщини</i>	<i>7</i>
<i>Перегляд відео-записів музичних фестивалів</i>	<i>8</i>
<i>Перегляд відео-записів гумористичних концертів</i>	<i>9</i>
<i>Відвідування публічних онлайн-лекцій</i>	<i>10</i>
<i>Відвідування літературних/поетичних онлайн-вечорів</i>	<i>11</i>
<i>Перегляд відео-записів балету та (або) опери</i>	<i>12</i>
<i>Інше* (будь ласка, зазначте, що саме)</i>	<i>77</i>
<i>Не здійснював(ла) жодних культурних практик під час карантину</i>	<i>88</i>

<i>Важко пригадати</i>	99
------------------------	----

Q13. Наскільки часто ви відвідуєте/проглядаєте театральні онлайн-вистави під час карантину?

<i>Щотижня проглядаю одну або кілька онлайн-вистав</i>	1
<i>Кожні 2-3 тижні</i>	2
<i>Було 2-3 рази</i>	3
<i>Один раз</i>	4
<i>Не відвідував(ла)</i>	5
<i>Не пам'ятаю/Важко відповісти</i>	99

Q14. Наскільки часто ви відвідуєте/проглядаєте онлайн-екскурсії музеями та (або) онлайн-виставки під час карантину?

<i>Щотижня проглядаю одну або кілька онлайн-виставок (музеїв)</i>	1
<i>Кожні 2-3 тижні</i>	2
<i>Було 2-3 рази</i>	3
<i>Один раз</i>	4
<i>Не відвідував(ла)</i>	5
<i>Не пам'ятаю/Важко відповісти</i>	99

Q15. Наскільки часто ви відвідуєте/проглядаєте відеозаписи опери та (або) балету під час карантину?

<i>Щотижня проглядаю один або кілька онлайн-записів опери або балету</i>	1
<i>Кожні 2-3 тижні</i>	2

<i>Було 2-3 рази</i>	<i>3</i>
<i>Один раз</i>	<i>4</i>
<i>Не відвідував(ла)</i>	<i>5</i>
<i>Не пам'ятаю/Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q16. Наскільки часто ви відвідуєте/проглядаєте онлайн-концерти або відеозаписи концертів класичної музики під час карантину?

<i>Щотижня проглядаю один або кілька онлайн-концертів</i>	<i>1</i>
<i>Кожні 2-3 тижні</i>	<i>2</i>
<i>Було 2-3 рази</i>	<i>3</i>
<i>Один раз</i>	<i>4</i>
<i>Не відвідував(ла)</i>	<i>5</i>
<i>Не пам'ятаю/Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q17. Наскільки часто ви відвідуєте/проглядаєте онлайн-концерти або відеозаписи концертів сучасних українських та (або) зарубіжних виконавців під час карантину?

<i>Щотижня проглядаю один або кілька онлайн-концертів</i>	<i>1</i>
<i>Кожні 2-3 тижні</i>	<i>2</i>
<i>Було 2-3 рази</i>	<i>3</i>
<i>Один раз</i>	<i>4</i>
<i>Не відвідував(ла)</i>	<i>5</i>
<i>Не пам'ятаю/Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q18. Наскільки часто ви переглядаєте фільми онлайн під час карантину?

<i>Щотижня проглядаю один або кілька онлайн-концертів</i>	<i>1</i>
<i>Кожні 2-3 тижні</i>	<i>2</i>
<i>Було 2-3 рази</i>	<i>3</i>
<i>Один раз</i>	<i>4</i>
<i>Не відвідував(ла)</i>	<i>5</i>
<i>Не пам'ятаю/Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Вкажіть, будь ласка, наскільки Ви погоджуєтесь з наступними твердженнями.

Q19. Здійснення культурних практик для мене є одним з видів дозвілля.

<i>Повністю погоджуюсь</i>	<i>1</i>
<i>Скоріше погоджуюсь</i>	<i>2</i>
<i>Як погоджуюсь, так і не погоджуюсь</i>	<i>3</i>
<i>Скоріше не погоджуюсь</i>	<i>4</i>
<i>Повністю не погоджуюсь</i>	<i>5</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q20. Здійснення культурних практик допомагає розширити мій світогляд та отримати нові знання.

<i>Повністю погоджуюсь</i>	<i>1</i>
<i>Скоріше погоджуюсь</i>	<i>2</i>
<i>Як погоджуюсь, так і не погоджуюсь</i>	<i>3</i>
<i>Скоріше не погоджуюсь</i>	<i>4</i>
<i>Повністю не погоджуюсь</i>	<i>5</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q21. Культурні практики допомагають мені розслабитись та зняти стрес

<i>Повністю погоджуюсь</i>	<i>1</i>
<i>Скоріше погоджуюсь</i>	<i>2</i>
<i>Як погоджуюсь, так і не погоджуюсь</i>	<i>3</i>
<i>Скоріше не погоджуюсь</i>	<i>4</i>
<i>Повністю не погоджуюсь</i>	<i>5</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q22. Культурні практики – чудовий спосіб знайти нових знайомих

<i>Повністю погоджуюсь</i>	<i>1</i>
<i>Скоріше погоджуюсь</i>	<i>2</i>
<i>Як погоджуюсь, так і не погоджуюсь</i>	<i>3</i>
<i>Скоріше не погоджуюсь</i>	<i>4</i>
<i>Повністю не погоджуюсь</i>	<i>5</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q23. Як вплинув карантин на кількість Вашого вільного часу?

<i>На карантині у мене з'явилося значно більше вільного часу</i>	<i>1</i>
<i>На карантині у мене з'явилося децю більше вільного часу, але несуттєво</i>	<i>2</i>
<i>Карантин ніяк не вплинув на кількість мого вільного часу</i>	<i>3</i>
<i>На карантині у мене стало децю менше вільного часу, але несуттєво</i>	<i>4</i>
<i>На карантині у мене стало значно менше вільного часу</i>	<i>5</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Q24. Скажіть, будь ласка, чи займаєтеся Ви інколи мистецтвом або художньою самодіяльністю – можливо, малюєте, граєте на музичному інструменті, пишете вірші або прозу, співаєте в хорі або самі, займаєтеся писанкарством, гончарством, вишивкою, художнім різьбленням по дереву або іншими народними ремеслами, комп'ютерним дизайном або будь-якою іншою творчо-мистецькою діяльністю?

<i>Так, регулярно займаюсь</i>	<i>1</i>
<i>Так, займаюся, але рідко</i>	<i>2</i>
<i>Ні, не займаюсь, але колись займався(лась)</i>	<i>3</i>
<i>Ні, не займався(лась) таким, але хотілося б</i>	<i>4</i>
<i>Ні, не займався(лась) таким і мене це не цікавить</i>	<i>5</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Запитати тих хто відповів 1, 2 в Q16

Q25. Чи продовжили ви займатись мистецтвом чи художньою самодіяльністю під час карантину?

<i>Так, під час карантину я почав(ла) виділяти значно більше часу на таку діяльність</i>	<i>1</i>
<i>Так, я займався(лась) у звичному режимі</i>	<i>2</i>
<i>Так, але виділяв(ла) на це менше часу</i>	<i>3</i>
<i>Ні, але хотілося б</i>	
<i>Ні, не займався(лась) і не маю бажання</i>	<i>4</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

Блок 3. Соціально-демографічний.

У цій частині опитувальника просимо Вас дати відповіді на соціально-демографічні питання.

Запитати всіх

D1. Вкажіть будь-ласка Ваш гендер:

<i>Чоловік</i>	<i>1</i>
<i>Жінка</i>	<i>2</i>
<i>Інше</i>	<i>97</i>

D2. Скільки Вам повних років? _____

D3. Вкажіть будь-ласка Ваш факультет:

<i>ФСНСТ</i>	<i>1</i>
<i>ФГН</i>	<i>2</i>
<i>ФЕН</i>	<i>3</i>
<i>ФІ</i>	<i>4</i>
<i>ФПрН</i>	<i>5</i>
<i>ФПвН</i>	<i>6</i>

D4. Рівень освіти Вашого батька?

<i>Базова середня освіта</i>	<i>1</i>
<i>Загальна середня освіта</i>	<i>2</i>
<i>Середня спеціалізована</i>	<i>3</i>
<i>Професійно-технічна освіта</i>	<i>4</i>

<i>Вища освіта</i>	<i>5</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

D5. Рівень освіти Вашої матері?

<i>Базова середня освіта</i>	<i>1</i>
<i>Загальна середня освіта</i>	<i>2</i>
<i>Середня спеціалізована</i>	<i>3</i>
<i>Професійно-технічна освіта</i>	<i>4</i>
<i>Вища освіта</i>	<i>5</i>
<i>Важко відповісти</i>	<i>99</i>

D6. Яке з тверджень найбільше відповідає фінансовому стану Вашої сім'ї?

<i>Нам не вистачає грошей навіть на їжу</i>	<i>1</i>
<i>Нам вистачає грошей на їжу, але купувати одяг вже важко</i>	<i>2</i>
<i>Нам вистачає грошей на їжу, одяг, але не вистачає на те, щоб купувати дорогі речі (такі як холодильник або телевізор)</i>	<i>3</i>
<i>Ми можемо дозволити собі купувати деякі коштовні речі (такі як телевізор або холодильник)</i>	<i>4</i>

<i>Ми можемо дозволити собі купити все, що захочемо</i>	<i>5</i>
---	----------