

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕНЬ ЗВ'ЯЗКУ МІЖ СОЦІАЛЬНОЮ ПОЗИЦІЄЮ ЛЮДИНИ ТА МУЗИЧНИМИ ВПОДОБАННЯМИ

У статті розглянуто основні особливості методології досліджень зв'язку між соціальною позицією та музичними вподобаннями людей та виявлено їх релевантність з погляду досягнення різних дослідницьких цілей.

Ключові слова: методологія, соціальна позиція, музичні вподобання.

Дослідження зв'язку між соціальною позицією та музичними вподобаннями індивідів можна розділити на дві основні течії, між якими ведеться активна наукова дискусія. По-перше, йдеться про дослідження соціального смаку в межах запропонованої П. Бурдье концепції, відповідно до якої існують суттєві відмінності у вподобаннях; ці вподобання можна поєднати в певні набори, які при цьому визначаються системами диспозицій, та соціальними умовами, що продукують саме такі системи диспозицій [4, с. 261]. По-друге, активно досліджують явище так званого всеїдного смаку, вперше запропоноване соціологом Річардом Петерсоном на початку 1990-х років [12], базуючись на гіпотезі, висунутій Ді Маджіо [7, с. 452]. Ця гіпотеза полягала в розмитті культурних меж у США, що на практиці означало, що представники вищих класів усе менше дистанціюються від нижчого та середнього класів, віддаючи перевагу у споживанні не тільки музичним творам, які відповідають їхньому статусу, а й іншим, зокрема таким, що належать до «нижчого класу» (англ. «low-brow») [16, с. 4]. Зважаючи на наукову дискусію серед дослідників у галузях соціології культури та соціології споживання, головною метою цієї статті є аналіз методологій, які застосовуються для підтвердження або спростування теоретичних концепцій, котрі пояснюють зв'язок між соціальною позицією та музичними вподобаннями індивідів.

Дослідження зв'язку між музичними вподобаннями та соціальними характеристиками індивідів можна розділити на дві основні групи відповідно до їхніх методологій: ті, котрі використовують якісну методологію, та ті, котрі використовують кількісну методологію. У статті проілюстровано, що як перші, так і останні мають свої особливості, котрі зумовлюють їхню релевантність для вирішення певного кола

дослідницьких питань. Таким чином, поєднання якісної та кількісної методології є найбільш доцільним для побудови повної картини зв'язку між музичними вподобаннями та соціальною позицією індивідів.

По-перше, розглянемо методологію дослідження зв'язку між соціальною позицією та музичними вподобаннями специфічних груп слухачів музики, як-от шанувальники опери. Якщо головною метою є аналіз особливостей становлення музичних смаків специфічної групи слухачів музики, використання етнографії, як, наприклад, у дослідженні фанів опери в Буенос-Айресі [3], є доцільним. У цьому прикладі було поєднано метод включеного спостереження та глибоких інтерв'ю із відвідувачами, музичними критиками та продюсерами для аналізу процесу ініціації у фани опери [3, с. 135]. Ці інтерв'ю мали декілька основних блоків, що стосувалися ініціації в музичні практики, сімейної історії, особистої траєкторії, музичного знання та патернів відвідування опери [3, с. 135].

Утім, обмеженням етнографії в дослідженнях зв'язку між соціальною позицією та музичними вподобаннями індивідів є спрямованість не тільки на специфічну категорію слухачів музики, але й на унікальну групу цих слухачів. Адже, як було виявлено, слухачі опери досліджуваного оперного театру відрізнялися від інших аудиторій цього ж міста через його розташування, цінову політику та репертуар.

З іншого боку, існують приклади досліджень специфічної групи шанувальників класичної музики, у яких було використано кількісну методологію. Специфічно розроблений опитувальник було використано в дослідженні способів споживання класичної музики відвідувачами оперних та балетних вистав у Німеччині [15]. Опитувальник містив набір питань, які використовуються в психологічних дослідженнях слухання

музики [15, с. 91]. У дослідженні використовувалася систематична випадкова вибірка респондентів на 20 подіях – 14 операх та 6 виставах балету. У результаті було опитано 1170 осіб – 53 % з усіх розданих анкет [15, с. 90].

Обмеженням такого дослідження, яке визнає і його автор, є те, що опитування відвідувачів опери дає інформацію про сприйняття опери лише людьми, яким вона подобається, виключаючи з аналізу тих, кому не подобається опера, або тих, хто з різних причин не відвідує опери [15, с. 89]. Крім того, автор відзначає також і інший недолік цього опитування: публіка, яка відвідує оперу, сама по собі є особливою; така публіка складається здебільшого з високоосвічених людей [15, с. 89]. Це, своєю чергою, досить обмежує інтерпретацію результатів, адже означає, що дослідження дає картину способів споживання класичної музики лише індивідів із високим культурним капіталом.

Виходячи з постановки мети та завдань досліджень специфічних груп слухачів музики, як-от шанувальники оперної музики, недоцільно використовувати загальні опитування населення. Такі дослідження дають змогу якомога детальніше описати певну групу слухачів, проаналізувати механізми формування їхнього вподобання певної музики. Крім того, використання вибіркового опитування дає змогу простежити зв'язки між соціальною позицією таких індивідів та їхніми вподобаннями. Утім, дослідження специфічних груп (як якісні, так і кількісні) не дають змоги простежити зв'язок між соціальною структурою суспільства загалом та ієрархічною структурою культури, тим більше – використовувати зібраний емпіричний матеріал для здійснення порівнянь на міжнародному рівні.

На протигагу дослідженням специфічних категорій слухачів музики існують дослідження, головним предметом яких є саме зв'язок між соціальною позицією (класом) та музичними вподобаннями індивідів. Так, якісне дослідження формування музичних смаків залежно від соціального контексту було проведено в британському місті Брістоль із використанням аналізу 55 глибоких інтерв'ю [2]. Вибірка цього дослідження складалася з індивідів віком від 18 до 53 років, з однаковим співвідношенням чоловіків та жінок. Утім, одним з обмежень було те, що людей, чий рівень доходу, багатства та освіти є вищим, ніж у Британії загалом (названих «домінантами»), було в півтора рази більше, ніж людей із низькими рівнями доходу, багатства та освіти (названих «домінованими») [2, с. 174]. Це обмеження було деякою мірою подолане за рахунок

виключення з групи домінантів тих, які потрапили до неї за рахунок соціальної мобільності. У результаті цього дослідження було виявлено, що хоча явище «всеїдства» у сенсі вподобання багатьох музичних творів і є наявним, але жанри, до яких належать ці твори, не перетинають символічних меж між «високою» та «популярною» музикою [2, с. 176]. Представники вищих класів схильні наслідувати смаки своїх батьків: навіть якщо до класичної додається інша музика, вона все одно належить до вищих рівнів культури [2, с. 177]. Навіть у випадку, коли представники вищих класів відкидають класичну музику, це пояснюється символічним розрізненням, протиставлянням себе батькам [2, с. 177].

Перевагою використання глибоких інтерв'ю в дослідженні зв'язку класу та музичних уподобань є те, що вони є основою для глибокого аналізу, для виявлення таких особливостей у споживанні та вподобанні музики, які втрачаються при проведенні кількісних досліджень. Наприклад, у ході згаданого вище дослідження було виявлено, що представники нижчих класів іноді надають поняттю «класична музика» кардинально протилежного значення, ніж дослідник або представники вищих класів. Для деяких опитаних, особливо старшого віку, класичною була музика, яку вони слухали в дитинстві та підлітковому віці, – наприклад, Боб Ділан, «Лед Зеппелін» та ін. [2, с. 180]. Такі дослідження дають змогу дізнатися не тільки те, якими є музичні вподобання індивідів, але й яким шляхом вони прийшли до своїх теперішніх музичних смаків, вплив яких чинників на власні музичні вподобання вони усвідомлюють, як відбувається відбір музики окремим індивідом, який сенс слухачі музики вкладають у класифікації, які використовують у дослідженнях музичних смаків. Утім, глибоке знання, яке можна отримати за допомогою якісних методів, є недостатньо репрезентативним, адже механізми, характерні для особливої групи чи феномену, не можна застосовувати для пояснення цих самих механізмів інших груп або цілого суспільства. Це знання є унікальним, а не універсальним.

Зважаючи на недоліки якісної методології, найбільш обґрунтованим шляхом для дослідження музики з позиції валідності та потреби в порівнянні та узагальненні є проведення тематичних опитувань, які містять питання лише щодо фокусної тематики. Тематичні опитування є сформованими на базі теорії, а отже, містять усі необхідні показники та індикатори музичних уподобань, що є базою для якісного аналізу отриманих даних.

Наприклад, для дослідження стійкості музичних уподобань голландських підлітків було проведено панельне інтернет-дослідження тривалістю 21 місяць [9]. Під час цього дослідження підлітки та молоді дорослі тричі відповідали на ті самі запитання. Їх просили назвати трьох улюблених виконавців та проранжувати музичні жанри за відповідністю їхнім уподобанням. Головним припущенням було те, що вподобання підлітків є нестійкими [9, с. 70]. Вибіркою були 490 учасників інтернет-панелі від 14 до 29 років, які отримували певну матеріальну винагороду за участь у певній кількості хвиль дослідження [9, с. 71].

Використання таких методів відповідає меті та завданням, які ставили перед собою дослідники. Оскільки для них головним було дізнатися, чи є стійкими музичні вподобання підлітків, то можна вважати дані, отримані в результаті такого дослідження, релевантними. Перевагою також є те, що респонденти не тільки декларували свої вподобання щодо музичних жанрів, але й називали реальних представників музики, яку вони слухають [9, с. 73]. Доцільність використання інтернет-панелі можна пояснити тим, що підлітки та молодь є активними користувачами мережі Інтернет, а неповнолітні є важкодоступною категорією.

Хоча використання онлайн-опитувань є обґрунтованим у деяких випадках, інтернет-опитування, проведене BBC з інструментарієм, розробленим у рамках теорії Бурдье [1, с. 225], викликало значну наукову дискусію. Хоча в ході дослідження було опитано 161 400 респондентів, але вибірка була викривлена в бік типових споживачів BBC – менеджерів та професіоналів [1, с. 227]. Більшість критики спрямовано на твердження дослідників про зміну соціальної структури у Великій Британії [8, с. 457], зроблене на основі цих даних, та щодо застосування латентного класового аналізу до даних [11, с. 441]. Хоча це дослідження мало певну кількість обмежень, проте операціоналізація та аналіз культурного капіталу, зокрема участі в культурних практиках, є однією з його переваг. По-перше, перелік з 27 культурних практик та музичних уподобань було проаналізовано за допомогою множинного аналізу відповідностей (англ. «Multiple Correspondence Analysis») – методу, використання якого обґрунтував Бурдье для побудови своєї теорії. За рахунок цього було виділено два типи культурного капіталу: високий (англ. «highbrow») та новостворений (англ. «emerging») [1, с. 229].

Кращого розуміння зв'язку між соціальною позицією та музичними вподобаннями можна досягнути, додаючи індикатори частоти участі

в культурних практиках, способів споживання та неприязні до типового переліку вподобань, як це, наприклад, було зроблено в опитувальнику «Культурний капітал та соціальна ексклюзія» (англ. «Cultural Capital and Social Exclusion»), який містив питання щодо різних царин культури, а також щодо соціального та економічного капіталу [5, с. 1054]. Усі включені продукти культури було попередньо віднесено до високої, популярної, посередньої, авангардної культури та субкультури [5, с. 1054]. Таким чином, дослідники отримали всі необхідні дані для побудови мапи соціальних смаків у Великій Британії, що дало їм можливість зробити висновок про збереження ролі класу у формуванні культурного споживання у Великій Британії [5, с. 1066].

Одним із останніх здобутків у методології дослідження зв'язку між соціальною позицією та музичними смаками індивідів можна вважати використання методу експерименту (англ. «split-ballot experiment»). У дослідженні, проведеному серед 300 студентів у Східній Англії, було використано три різні анкети для аналізу зв'язку між класовою дизидентифікацією, класовими стереотипами та музичними вподобаннями [14]. Перша група респондентів заповнювала анкету, що стосувалася вподобань класу робітників, друга – вподобань середнього класу, а третя група була контрольною [14, с. 49]. Кожна з анкет містила блок питань щодо особистих уподобань восьми найпопулярніших жанрів (рок, сучасний джаз, електронна танцювальна музика, хеві-метал та урбан (хіп-хоп та R&B)), демографічний блок, а анкети неконтрольних груп містили віньєтку (короткий опис) гіпотетичного індивіда, який є типовим представником класу робітників або середнього класу [14, с. 50]. Отримані в результаті такого методологічного підходу дані можна було аналізувати конвенційними методами аналізу та розглядати зв'язки між соціальним походженням, культурними стереотипами та музичними вподобаннями в процесі ситуаційної актуалізації музичних уподобань.

Утім, як показують результати глибинних інтерв'ю, класифікації, створені дослідниками, часом сприймаються слухачами музики іншим чином, ніж це закладено в опитуваннях [2, с. 180]. Із цієї перспективи більш доцільним є поєднання якісної та кількісної методології, як це було зроблено в іншому дослідженні культурного капіталу у Великій Британії «Культура, клас, розрізнення» (англ. «Culture, Class, Distinction») [17]. Особливістю цього дослідження було поєднання методів фокус-групових обговорень, напівструктурованих інтерв'ю та опитування

[17, с. 124]. Опитувальник було сконструйовано таким чином, щоб уможливити виділення різних типів культурного споживання, а саме: були наявні запитання як щодо частоти участі в різних культурних практиках, так і щодо декларації смаків [17, с. 125]. Крім того, перелік культурних практик та смаків було розроблено, ґрунтуючись на результатах фокус-групових обговорень та експертних інтерв'ю, тому їх одразу було віднесено до кількох рівнів культури: високого, популярного, пересічного, субкультурного та авангардного [17, с. 125]. У результаті було виявлено, що висновки про наявність або відсутність усеїдного типу споживання продуктів культури залежать від тих показників та методів, що їх використовують для аналізу: у той час як регресійна модель пояснює зв'язок між показниками участі в культурних практиках та класом, вона не в змозі пояснити патерни смаків та їх зв'язок із класом [17, с. 141].

Отже, крім власне методів збору даних, потрібно приділити увагу також методам аналізу зв'язку не тільки між набором певних музичних жанрів та певними індикаторами соціальної позиції, але й між структурою музичних жанрів та соціальною структурою. Для перевірки припущення про те, що існує певна латентна структура музичних уподобань, тобто що їх можливо віднести до різних рівнів культури – високої, популярної, пересічної, – існує декілька способів. По-перше, використовують факторний аналіз, як це було зроблено, наприклад, у порівняльному дослідженні споживання високої культури в Італії, Ізраїлі, Західній Німеччині, США та Швеції [10, с. 217]. По-друге, альтернативним підходом до факторного аналізу можна вважати аналіз латентних класів («latent class analysis»), запропонований у порівняльному дослідженні всеїдства у восьми європейських країнах [6, с. 5]. Головними перевагами аналізу латентних класів є те, що він не потребує інтервальних змінних, лінійного зв'язку та нормального розподілу, а отже, за допомогою нього можна шукати фактори, що стоять за дихотомічними змінними [6, с. 5]. По-третє, музичні вподобання можна класифікувати, зважаючи на їхню легітимність, тобто відношення між часткою людей із вищою освітою, що слухають певний жанр, і часткою людей без освіти, що слухають цей самий жанр [13, с. 275; 17, с. 135]. Саме такий підхід було застосовано в цій статті.

Виділення класів музики дає змогу робити висновки про соціальні смаки або всеїдство, переходячи від простого описового та кореляційного аналізу до більш складного порівняння класових структур. Необхідність пошуку структури

музичних уподобань впливає із самої сутності цих концептів, адже в обох випадках передбачається пошук зв'язку між культурою як маркером статусу та класом. Таким чином, віднесення жанрів до рівнів культури дає змогу робити висновки про культурне споживання, адже виявляє символічні межі між музичними смаками.

На наступному етапі досліджень зв'язку соціальної позиції та музичних уподобань зазвичай роблять висновки про наявність або відсутність усеїдних слухачів музики. Це роблять або на базі рішення факторного або латентного класового аналізу, в якому виділяється окрема група музичних уподобань або жанрів, що може бути віднесена в окремий фактор усеїдства [6, с. 10], або за рахунок пошуку індивідів, які слухають музику, що належить до різних культурних рівнів музики [17, с. 135; 13, с. 283]. Крім того, розрізняють різні типи всеїдного споживання музики, що є комбінаціями жанрів із різних рівнів культури.

Оскільки всеїдний тип споживання музики концептуалізують не тільки як споживання музики, що належить до різних культурних рівнів, тобто через склад смаків, але й через кількість уподобань, тобто через обсяг смаків, то в дослідженнях зв'язку класу та музики окремо аналізують також усеїдство за обсягом. Для цього підраховують кількість обраних музичних уподобань, отримуючи метричну змінну, яку в подальшому аналізі корелюють із обраними чинниками (віком, статтю, освітою, класом тощо) [18, с. 151].

Пошук зв'язків між соціальною позицією та музичними вподобаннями відбувається за допомогою як простого кореляційного аналізу, так і регресійного аналізу. Утім, якщо дослідження спрямоване не тільки на пошук зв'язку, але й на деталізований аналіз особливостей зв'язку між класом та музичними вподобаннями, регресійний та кореляційний аналіз не в змозі дати всіх необхідних даних для цього, адже представляє соціальну реальність як лінійну, в той час як вона не є такою, особливо якщо аналізувати зв'язок між уподобаннями чи смаками та класом індивідів [19, с. 307]. Бурдье теоретично обґрунтував неадекватність цього методу для аналізу культурного споживання, адже він не дає можливості описати «соціальний простір» [19, с. 309]. Пропонується використовувати метод множинного аналізу відповідностей (англ. «Multiple Correspondence Analysis»), який дає змогу побудувати мапу смаків [19, с. 310].

З аналізу методологій досліджень зв'язку соціальної позиції та музичних уподобань можна зробити висновок, що для отримання найбільш

релевантних даних дослідники мають враховувати декілька проблемних моментів. По-перше, хоча дослідження специфічних категорій слухачів музики дають глибинне розуміння процесів ініціації в шанувальники, особливостей досліджуваної групи, зв'язку їхньої соціальної позиції та походження із музичними вподобаннями, проте отримане в результаті таких досліджень знання не є репрезентативним на рівні суспільства, а отже, не дає повного розуміння зв'язку між соціальною структурою та музичними

вподобаннями. По-друге, використання як тематичних опитувань, так і вторинних даних має суттєве обмеження щодо класифікацій вподобань, які пропонуються респондентам. Для вирішення цієї проблеми обґрунтованою є перевірка надійності шкал та релевантності класифікацій, зокрема якісними методами. По-третє, використання регресійного аналізу, особливо у випадку роботи в теоретичних рамках підходу Бурдьє, варто доповнювати множинним аналізом відповідностей.

Список літератури

1. A New Model of Social Class? Findings from the BBC's Great British Class Survey Experiment / Mike Savage, Fiona Devine, Niall Cunningham [et al.] // *Sociology*. – 2014. – № 47 (2). – P. 219–250.
2. Atkinson W. The context and genesis of musical tastes: Omnivorousness debunked, Bourdieu buttressed / W. Atkinson // *Poetics*. – 2011. – № 39 (3). – P. 169–186.
3. Benzecry C. E. Becoming a Fan: On the Seductions of Opera / C. E. Benzecry // *Qualitative Sociology*. – 2009. – № 32 (2). – P. 131–151.
4. Bourdieu P. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* / Pierre Bourdieu ; [transl. from fr. Richard Nice]. – Cambridge, Massachusetts : Harvard University Press, 1984. – 613 p.
5. Class and Cultural Division in the UK / B. Le Roux, H. Rouanet, M. Savage, A. Warde // *Sociology*. – 2008. – № 42 (6). – P. 1049–1071.
6. Coulangeon P. Testing the 'omnivore/univore' hypothesis in a cross-national perspective. On the social meaning of eclecticism in musical tastes in eight European countries / P. Coulangeon, I. Roharik // *Meeting du comité de recherche 28 (RC28) de l'Association internationale de sociologie*, 19 Aug. 2005. – Los Angeles : California Center for Population Research. – P. 1–28.
7. Di Maggio P. Classification in Arts / P. Di Maggio // *American Sociological Review*. – 1987. – № 52 (4). – P. 440–455.
8. Dorling D. *Thinking about Class* / Danny Dorling // *Sociology*. – 2014. – № 48 (3). – P. 452–462.
9. From death metal to R&B? Consistency of music preferences among Dutch adolescents and young adults / J. Mulder, T. F.M. Ter Bogt, Q. A. W. Raaijmakers [et al.] // *Psychology of Music*. – 2010. – № 38. – P. 67–83.
10. Katz-Gerro T. Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States / T. Katz-Gerro // *Social Forces*. – 2002. – № 81 (1). – P. 207–229.
11. Mills C. The Great British Class Fiasco: A Comment on Savage et al. / Colin Mills // *Sociology*. – 2014. – № 48 (3). – P. 437–444.
12. Peterson R. A. Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore / R. A. Peterson, R. M. Kern // *American Sociological Review*. – 1996. – № 61 (5). – P. 900–907.
13. Purhonen S. Nordic democracy of taste? Cultural omnivorousness in musical and literary taste preferences in Finland / S. Purhonen, J. Gronow, K. Rahkonen // *Poetics*. – 2010. – № 38. – P. 266–298.
14. Reeves A. Class dis-identification, cultural stereotypes, and music preferences: Experimental evidence from the UK / Aaron Reeves, Emily Gilbert, Daniel Holman // *Poetics*. – 2015. – № 50. – P. 44–61.
15. Rössel J. Cultural Capital and the Variety of Modes of Cultural Consumption in the Opera Audience / J. Rössel // *The Sociological Quarterly*. – 2001. – № 52 (1). – P. 83–101.
16. Warde A. Expanding tastes?: Cultural omnivorousness & social change in the UK / A. Warde, M. Tomlinson, A. McMeekin ; Centre for Research on Innovation and Competition. – Manchester : University of Manchester, 2000. – № 37. – 45 p.
17. Warde A. The anatomy of cultural omnivorousness: The case of the United Kingdom / A. Warde, M. Gayo-Cal // *Poetics*. – 2009. – № 37 (2). – P. 119–145.
18. Warde A. The omnivorous orientation in the UK / A. Warde, D. Wright, M. Gayo-Cal // *Poetics*. – 2008. – № 36 (2–3). – P. 148–165.
19. Wuggenig U. Comments on Chan and Goldthorpe: Pitfalls in testing Bourdieu's homology assumptions using mainstream social science methodology Social stratification and cultural consumption: The visual arts in England / U. Wuggenig // *Poetics*. – 2007. – № 35 (4–5). – P. 306–316.

M. Domashchenko

METHODOLOGICAL ISSUES OF THE RESEARCH OF RELATIONS BETWEEN INDIVIDUAL SOCIAL POSITION AND MUSICAL PREFERENCES

The article examines the main methodological issues of the research of relations between individual social position and musical preferences, analyzes their relevance to the achievement of various research objectives.

Keywords: methodology, social position, music preferences.

Матеріал надійшов 01.07.2015